

خسارت گسترده در انتظار معامله‌گران رمزارز است

آخرین وضعیت انتشار رم‌بول بانک مرکزی

حرکت دنیا به سمت استفاده از ارزهای دیجیتال از یک سو و سرعت تحولات مرتبط با استفاده از رمزارزها و کریبتوکارنسی‌ها از سوی دیگر، ضرورت حرکت و سیاست‌گذاری هوشمندانه در این مسیر را بیش از هر زمان دیگری نمایان کرده است؛ اگرچه بانک‌های مرکزی دنیا هنوز هم برای ورود به این عرصه و چگونگی ورود آنها به نقل و انتقالات مالی خود با شک و شبهه‌های بسیاری مواجه هستند. در ایران نیز بانک مرکزی با تعیین مسیر تنظیم‌گری در حوزه رمزارزها و مطالعات اجرایی درخصوص شیوه‌های انتشار و به کارگیری رم‌بول بانک مرکزی، گام‌های مؤثری برداشته و در سوی دیگر ماجرا، سایر دستگاه‌های دولتی از جمله وزارت صمت در حوزه استخراج رمزارزها و شکل‌گیری رسمی صنعت ماینینگ کارهایی کرده‌اند.

در این راستا، محمدرضا مانی‌یکتا، معاون اداره نظام‌های پرداخت بانک مرکزی به تشریح آخرین وضعیت تنظیم مقررات استخراج ...

فرصت امروز

برای کسب وکار آفرینی

هفته نخست دی ماه با رشد ۲٫۴ درصدی شاخص بورس تهران به پایان رسید

رشد زمستانی بازارهای مالی



«اکنونومیست» سال ۲۰۲۰ را در تاریخ معاصر جهان «بی‌سابقه» خواند

پایان سال «شوم و ترسناک»

از روح جهان مادی تا تئاتر آمریکایی

البته همه‌گیری برای همه هم بد نبود. وقتی شک دوران تعطیلی از بین رفت، بازار سهام به سطوحی جدید صعود کرد که تا حدی هم دلیل آن افزایش ارزش سهام شرکت‌های فعال در عرصه فناوری بود. جسات برگزارشده از طریق زوم تبدیل به امری عادی برای کارمندانی بود که برای دورکاری به خانه‌های خود رفته بودند. خرید آنلاین رشد زیادی کرد و امروز سدها هزار نفر نیروی جدید جذب کرد. ثروت جف بزوس از ۱۱۱ میلیارد دلار در ماه مارس به ۱۸۵ میلیارد دلار در ماه دسامبر رسید. مجموع ثروت ۱۰ فرد ثروتمند دنیا با رشدی ۵۷درصدی به ۱٫۱۴ تریلیون دلار رسید. در بین صنایع مختلف، صنایع هوایی و تورسم بیشترین ضربه را از همه‌گیری کرونا خوردند و حتی با کمک‌های بسیار زیاد دولتی، شرکت‌های هوایی با کاهش ۵۱۰ میلیارد دلاری در درآمد خود روبرو شدند. در ابتدا اگرچه رسیدن به واکسنی برای این ویروس تقریبا ناممکن به نظر می‌رسید، اما تا پایان سال چند شرکت دارویی موفق به انجام این کار شدند. آغاز جنگ داخلی در ائیبوی نیز یکی از موارد غم‌انگیز سال ۲۰۲۰ بود. جدا از آن، نیروهای نظامی چین و هند در مرز هیمالیایی خود درگیر شدند که این درگیری کشته‌هایی هم بر جای گذاشت و در ماه‌های پایانی سال جنگی بین ارمنستان و آذربایجان هم شکل گرفت. شینزو آبه، نخست‌وزیر پرسابقه ژاپن به‌دلیل بیماری استعفا کرد و جای او را هوگو یوشیدهدای گرفت که مصمم است المپیک توکیو را در جولای سال ۲۰۲۱ برگزار کند. همچنین چین قوانینی بسیار سختگیرانه و مبتنی بر امنیت ملی برای هنگ‌کنگ تصویب کرد تا تظاهرات ضدحکومتی را خُرد کند. در این بین، انتخابات ریاست جمهوری آمریکا به مثابه یک تئاتر آمریکایی، داستانی پر از درس بود. انتخابات مقدماتی حزب دموکرات با پیروزی پنت پوتنچ در ایالت آیوا شاهد یک شگفتی بود، اما با پیروزی

کرد و تا پایان این ماه موارد شیوع کرونا در آلمان، ژاپن، تایوان و ویتنام هم گزارش شد. در این بین، بازارها آشفته شدند، زیرا هراس زیادی از اختلال در زنجیره تامینیی پیش آمد که از دل چین خارج می‌شد. سازمان بهداشت جهانی در پایان ماه فوریه اعلام کرد که بیشتر موارد ابتلا بیرون از چین اتفاق می‌افتند. ایتالیا اولین کشوری بود که ضربه شدیدی از این بیماری خورد و پس از اینکه کار بازاری بیمارستان‌ها بیش از حد زیاد شد، این کشور در اوایل ماه مارس وارد فتر تعطیلی شد. اعلام ناگهانی تعطیلی منجر به خریدهای افراطی در برخی مناطق مخصوصا آمریکا و بریتانیا شد؛ به شکلی که قسه‌های فروشگاه‌ها به‌طور کامل خالی از اجناس شده بود. در کشورهای فقیرتری چون هند، هزینه‌ انسانی بالاتر بود. حجم گسترده‌ای از نیروی کار مهاجر که حالا به طور ناگهانی بیکار شده بودند، مجبور شدند به خانه خود بازگردند و این گسترده‌ترین جابه‌جایی مردم از ۱۹۴۷ به این سو بود. اقتصاد هند در حد فاصل آوریل تا ژوئن افتی ۲۵ درصدی کرد. آمریکا نیز ضربه شدیدی از این ویروس خورد. دونالد ترامپ در ابتدا این مسئله را جدی نگرفت و سعی کرد محدودیت‌های فدرال را در ماه آوریل لغو کند. ماسک زدن تبدیل به مسئله‌ای سیاسی شد و ترامپ با سازمان تجارت جهانی درگیر شد و اعلام کرد که آمریکا در سال ۲۰۲۱ از این سازمان جدا خواهد شد. ژائیر بولسونارو، رئیس جمهوری برزیل هم این بیماری را خیلی جدی نگرفت. شدت سقوط بازار در میانه ماه مارس نگرانی‌هایی بابت وقوع یک رکود پدید آورد. بازار نفت ضربه شدیدی خورد و جدای از مشکلات ناشی از بیماری، عربستان سعودی در ماه مارس وارد یک جنگ قیمتی با روسیه شد، زیرا توافق بین این دو کشور در مورد سطح تولید نفت برهم خورد. سیاستمداران بسیاری از کشورها از سلاح‌های مالی خود برای دفاع از اقتصادشان استفاده کردند. کشوره آمریکا بودجه‌ای ۲٫۲ تریلیون دلاری برای خنوارها و کمک به افراد بیکارشد تصویب کرد.

فرصت امروز: نزدیک به یک سال پیش و همزمان با شیوع کرونا بود که نشریه «کنونومیست» از عبارت «شوم و تاریک» در توصیف وضعیت اقتصادی جهان در سال ۲۰۲۰ استفاده کرد و نوشت که جهان وارد دوره رکودی خطرناک شده و این وضعیت محتنبار تمام کشورهای جهان را درگیر کرده است. این در حالی بود که تا پیش از شیوع کووید-۱۹ در ابتدای سال ۲۰۲۰، نشانه‌هایی از پایان جنگ تجاری بین چین و آمریکا به چشم می‌خورد و به همین دلیل ناهداهای بین‌المللی نسبت به رشد اقتصادی جهان در شروع سومین دهه از هزاره سوم میلادی خوش‌بین بودند، اما شیوع کرونا همه معادلات اقتصادی را به هم ریخت و برآوردهای رشد اقتصادی کشورها پایه‌ی امواج تازه کرونا تعدیل شد. حالا در آستانه پایان این سال «شوم و ترسناک»، نشریه «کنونومیست» طبق سنت هر ساله خود در حوالی سال نوی میلادی، گزارشی از «آنچه گذشت» را ارائه کرده و در تاریخ معاصر جهان، «بی‌سابقه» خوانده است. به گفته «کنونومیست»، در این سال بیش از ۷۳ میلیون نفر به بیماری کرونا مبتلا شدند و ۱٫۶ میلیون نفر جان خود را از دست دادند. شیوع کرونا همچنین باعث آشفتگی شدیدی بازارها شد و بزرگ‌ترین موج بازگشت به خانه از سال ۱۹۴۷ را ایجاد کرد.

آنچه در سال ۲۰۲۰ بر جهان گذشت

سال ۲۰۲۰ با فراز و نشیب‌هایی به پایان رسید که تقریبا در طول تاریخ معاصر «بی‌سابقه» بوده است. به گزارش «کنونومیست»، شیوع نوعی جدید از ویروس کرونا که احتمالا از طریق حیوانات فروخته‌شده در بازار شهر ووهان چین آغاز شده بود، یکی از بدترین بحران‌های جهان از جنگ جهانی دوم به این سو را ایجاد کرد. طبق آمار رسمی، کووید-۱۹ تا اینجا کار بیش از ۷۳ میلیون نفر را بیمار کرده و باعث مرگ تقریبا ۱٫۶ میلیون نفر شده است. دولت چین قرنطینه شهر ووهان را از روز ۲۳ ژانویه آغاز

حتی در یک سال عادی و غیرجهنمی، راه‌انداختن موفق یک استارت‌آپ دشوار است، چه برسد به سال جهنمی ۲۰۲۰ که شیوع کرونا در این سال، کار را به استخوان کسب وکارها رساند. برابر با هر یک استارت‌آپ که در سال ۲۰۲۰ شاهد افزایش درآمد بوده، چندین استارت‌آپ از گردونه کار خارج شده است. «تک کراچ»، فهرستی از استارت‌آپ‌هایی تهیه کرده که در سال ۲۰۲۰ از بین رفت‌اند. شرکت‌های بزرگتر بعضی از این استارت‌آپ‌ها را پیش از تعطیل شدن خریدند و بعضی دیگر به کار خود پایان دادند. با این حال، از آنجایی که این کسب وکارها به عنوان یک استارت‌آپ زندگی خود را آغاز کردند، خواندن داستان آنها خالی از لطف نیست.

• آتریوم: این استارت‌آپ حقوقی در ماه مارس سال ۲۰۲۰ به کار خود پایان داد. این استارت‌آپ در یافتن راه حلی کارآمد برای جایگزینی با روندهای طاقف‌فرسا در شرکت‌های حقوقی ناکام ماند و حتی بخشی از ۷۵٫۵ میلیون دلار سرمایه جذب شده را به سرمایه‌گذاران بازگرداند. تعطیلی آتریوم درست چند ماه پس از این بود که این استارت‌آپ برای توسعه نرم‌افزارهای کاربردی برای مشترکان و پایان دادن به کار وکلای داخلی تغییر مسیر داده بود. شکست آتریوم نشان داد که غلبه بر ساختارهای سنتی و پیچیده چقدر دشوار است. این استارت‌آپ سه سال بیشتر عمر نکرد. آتریوم با هدف ساخت نرم‌افزار برای استارت‌آپ‌ها

همتی از تامین مالی ۲۰۰ میلیون یورویی برای خرید ۱۶٫۸ میلیون دز واکسن کرونا خبر داد

خبر خوش خرید واکسن کرونا

فرصت امروز: بالاخره خرید واکسن کرونا از سوی ایران قطعی شد و آنطور که رئیس کل بانک مرکزی...

لایحه بودجه ۱۴۰۰ از امروز در کمیسیون تلفیق با حضور دولتمردان بررسی می‌شود

چکش کاری بودجه در مجلس

فرصت امروز: شاکله بودجه تغییر نمی‌کند. این صحبتی است که دولتمردان پس از برگزاری جلسه مشترک با نمایندگان مجلس در مورد بودجه سال آینده مطرح می‌کنند. با اینکه نمایندگان مردم در آذرمه طرح اصلاح ساختار بودجه را تصویب کردند و زمزمه رد کلیات بودجه نیز در صحن مجلس به گوش می‌رسید، اما با برگزاری نخستین جلسه مشترک دولت و مجلس در روز سه‌شنبه گذشته به نظر می‌رسد اختلاف نظر بودجه‌ای پاستور و بهارستان به حداقل رسیده و آخرین بودجه قرن به احتمال زیاد با چکش کاری معمول همه ساله در مجلس...

چه تفاوتی بین «ضامن» و «متعهد» تسهیلات بانکی وجود دارد؟

مسئولیت «ضامن» و «متعهد» در تسهیلات بانکی

مدیریت و کسب‌وکار

● حرف‌هایی که در محل کار نباید بیان کرد

● ۴ روش تولید محتوای آموزشی

● آیا تبلیغات بحث‌برانگیز گزینه خوبی برای برندهاست؟

● چت صوتی اقدام جدید توییتر

● خرید ساده‌تر لوازم آرایشی، طرح جدید گوگل

● چگونه یک تیم محتوای حرفه‌ای تشکیل دهیم؟



فیس‌بوک و گوگل به همکاری برای انحصارطلبی در صنعت تبلیغات آنلاین متهم شدند

بایدن در «سه‌شنبه بزرگ» تکلیف نامزد اصلی این حزب مشخص شد. ترامپ در دادگاه استیضاح تبرئه شد و مقابل بایدن در انتخابات قرار گرفت و به‌رغم شکست در انتخابات، زیر بار این مسئله نرفت. کشته شدن سایه‌بوستی به نام جرج فلوید به دست مأموران پلیس مینیاپولیس نیز یکی از شدیدترین اعتراضات خیابانی آمریکا در چند دهه اخیر را به راه انداخت. ناله فلوید که به افسر می‌گفت، نمی‌تواند نفس بکشد در سراسر جهان پژواک پیدا کرد. بریتانیا هم تهناتر از همیشه رسماً در ۳۱ ژانویه از اتحادیه اروپا خارج شد و وارد دوره گذاری شد که در ۲۱ دسامبر به پایان می‌رسید. مذاکره برای یک توافق تجاری بسیار طولانی شد و نتیجه‌اش هرچه باشد مردم بریتانیا دیگر به راحتی قبل نمی‌توانند به قاره اروپا سفر کنند. نیروهای نظامی ونزولادو قایق از افرادی را دستگیر کردند که قصد داشتند رئیس‌جمهوری این کشور، نیکلاس مادورو را سرنگون کنند. این افراد تحت فرماندهی نیروهای ویژه سابق آمریکا قرار داشتند. نیروهای اطلاعاتی غربی انگشت اتهام اقدام به ترور آلکسی ناولتی، اصلی‌ترین رهبر اپوزیسیون روسیه را به سمت کرملین گرفتند. ناولتی که گویا توسط سعی که روی اعصاب اثر داشت، مسموم شده بود، نهایتاً در آلمان درمان شد و بهبود پیدا کرد و از اتحادیه اروپا خواست که الیگارشی‌های سطح بالای روسیه را تحریم کنند.

تحولات صنعت سینما و اکران آنلاین فیلم‌ها

در خلال این سال، بلاروس نیز وارد بحران شد، زیرا الکساندر لوکاشنکو برای بار ششم به ریاست جمهوری این کشور برگزیده شد، آن هم در انتخاباتی که گویا بوی تقلب از آن به مشام می‌رسید. تظاهرات مردم این کشور توسط نیروهای دولتی سرکوب شد. سومین انتخابات اسرائیل در مدت‌زمانی کمتر از یک سال منجر به تقسیم قدرت شد. بنجامین نتانیاهو تا نوامبر ۲۰۲۱ نخست‌وزیر این کشور باقی می‌ماند و این کشور وارد مذاکراتی

که مدعی بود نسل بعدی نیویورکر است، تعطیل شد. این استارت‌آپ توسط جاش توپولسکی ایجاد شد و بر ساخت نخستین برند رسانه‌های دیجیتال تمرکز کرده بود. آوت لاین پیش از این، کادر تحریریه را کاهش داد و بر انتشار مطالب آزاد تمرکز کرده بود.

• پرسکوپ: پرسکوپ، المپیکشن بخش ویدئو برای سیستم‌های عامل اندروید و آی او اس است. توییتر این استارت‌آپ را خرید پیش از اینکه حتی محصولی عرضه کند. این استارت‌آپ باید خدمات ویدئویی زنده در توییتر را توسعه می‌داد. پرسکوپ هرچند رسماً در ماه مارس تعطیل شد، اما بخشی از فناوری آن در توییتر باقی ماند. این استارت‌آپ از موارد نادری است که تعطیلی آن به دلیل کرونا به تعویق افتاده است. موسسان اعلام کردند اگر اولویت‌های تعیین شده برای سال ۲۰۲۰ تصمیم به پایان کار استارت‌آپ را زودتر اعلام می‌کردند.

• کوپبی: بیش از هر استارت‌آپ فنی دیگری، وجود کوپبی شبیه به هذیان بعد از تب بود. این استارت‌آپ ۱٫۷۵ میلیارد دلار سرمایه جذب کرد اما خروجی آن چه بود؟ یک مستند طبیعت به اسم ملکه‌های وحشی که درباره حیوانات ماده ساخته‌شد، یک برنامه جی تی وی به اسم تلنگر قتل و البته شکل پاستا که درباره پاستا ساخته‌شد. گزارش‌های اولیه از وضعیت شرکت به نظر شتاب زده و خام بود. شاید به این دلیل که هیچ‌کس

فکر نمی‌کرد چنین سرمایه‌ای به این زودی از بین برود، اما اواخر اکتبر کار تمام شده بود. موسسان این استارت‌آپ در نامه‌ای اعلام کردند تنها چیزی که اکنون باقی مانده عنرخواهی آنها به خاطر نامید کردن دیگران است. گاهی استارت‌آپها به خاطر زمان‌بندی نامناسب شکست می‌خورند. بعضی استارت‌آپ‌ها هم بدشانسی می‌آورند. برای کوپبی، اینکه چه عاملی به شکست این استارت‌آپ رقم زد، در یک کلمه خلاصه می‌شود: همه چیز. • روبیکا: این استارت‌آپ که در حوزه امنیت دیجیتال کار می‌کرد، در سال ۲۰۲۰ به کار خود پایان داد. روبیکا در سایت خود گفته به دلیل عدم جذب سرمایه کافی مجبور به پایان فعالیتش شده است. به اعتقاد موسس این شرکت، فرانسس دوینگ، مشتریان در دوره کرونا هزینه‌های خود را کاهش دادند و تلاش‌های روبیکا برای رضای کردن شرکت‌های بزرگ به سرمایه‌گذاری هم به نتیجه نرسید.

• اسکیل فکتور: این استارت‌آپ ابزارهای هوش مصنوعی برای حسابداری کسب وکارهای کوچک است. کرونا درآمد این شرکت را به نصف کاهش داد و کار را به جایی رساند که اسکیل فاکتور پایان کار خود را اعلام کند. کارکنان این استارت‌آپ به رسانه‌ها گفته بودند اسکیل فاکتور برای انجام کارهای خود از حسابداران واقعی استفاده می‌کند که این منجر به نتایج پر از خطای برای مشتریان اسکیل فکتور شده است.

دریچه



خسارت گسترده در انتظار معامله‌گران رمزارز است

آخرین وضعیت انتشار رم‌پول بانک مرکزی

حرکت دنیا به سمت استفاده از ارزهای دیجیتال از یک سو و سرعت تحولات مرتبط با استفاده از رمزارزها و کریپتوکارنسی‌ها از سوی دیگر، ضرورت حرکت و سیاست‌گذاری هوشمندانه در این مسیر را بیش از هر زمان دیگری نمایان کرده است؛ اگرچه بانک‌های مرکزی دنیا هنوز هم برای ورود به این عرصه و چگونگی ورود آنها به نقل و انتقالات مالی خود با شک و شبه‌های بسیاری مواجه هستند. در ایران نیز بانک مرکزی با تعیین مسیر تنظیم‌گری در حوزه رمزارزها و مطالعات اجرایی درخصوص شیوه‌های انتشار و به کارگیری رم‌پول بانک مرکزی، گام‌های مؤثری برداشته و در سوی دیگر ماجرا، سایر دستگاه‌های دولتی از جمله وزارت صمت در حوزه استخراج رمزارزها و شکل‌گیری رسمی صنعت ماینینگ کارهایی کرده‌اند.

در این راستا، محمدرضا مانی‌یکتا، معاون اداره نظام‌های پرداخت بانک مرکزی به تشریح آخرین وضعیت تنظیم مقررات استخراج و مبادلات رمزارزها پرداخت و به مردم توصیه کرد که وارد این حوزه نشوند: «شدیدا توصیه می‌کنیم مردم به خصوص برای سودآوری و سرمایه‌گذاری یا حتی نوسان‌گیری اکیدا وارد این حوزه نشوند؛ چراکه به دلیل عدم نظارت و کنترل بازار رمزارزها، امکان بروز خسارت گسترده مالی دور از انتظار نیست.»

به گفته این مقام بانک مرکزی، «رم‌پول بانک مرکزی به دو شکل کاربرد دارد یا در حوزه خرد مورد استفاده قرار می‌گیرد یعنی مشابه اسکناس و مسکوک، در اختیار عموم مردم قرار خواهد گرفت که این حالت، فواید گسترده‌ای را به همراه خواهد داشت از جمله امکان نقل و انتقال سریع و کاهش قابل ملاحظه هزینه چاپ و نشر اسکناس و مسکوک و البته عدم نیاز به عملیات تسویه بین بانکی در کنار هزینه اندک توسعه شبکه پرداخت نسبت به مدل‌های مرسوم فعلی، اما یک حوزه دیگر کارکردی برای رم‌پول بانک مرکزی، کاربرد عمده و به کارگیری آن برای عملیات تسویه بین بانکی است.»

اما برخلاف آنچه تا پیش از این درباره کارکرد رمزارزها در دور زدن تحریم‌ها گفته می‌شد، به نظر می‌رسد این گزاره چندان جدی نبوده است، چنانچه به گفته معاون اداره نظام‌های پرداخت بانک مرکزی، «بررسی‌های کارشناسی نشان داده که رمزارزها در اقتصاد ایران کاربرد و کارکرد کلان ندارد و برعکس اخباری که در داخل کشور و خارج از کشور مطرح می‌شود رمزارزها نقش قابل ملاحظه‌ای در دورزدن تحریم‌ها نداشته‌اند؛ لیکن به عنوان یک پدیده جدید و اثرگذار، لازم است ریل‌گذاری‌های لازم جهت کنترل این پدیده در جامعه صورت پذیرد.»

او همچنین به برنامه بانک مرکزی برای انتشار رم‌پول با پشتوانه ریال اشاره کرد و به «مهر» گفت: «عنوان صحیح به جای واژه ارز دیجیتال بانک مرکزی، رم‌پول بانک مرکزی است، چراکه این ابزار شکل دیگری از پول ملی است که هم‌اکنون در جامعه در گردش است. بحث‌های فنی و اقدامات اجرایی بانک مرکزی در این رابطه از سال ۹۷ شروع شده و بسترهای فنی لازم برای انتشار ریال دیجیتال در قالب کریپتوریال پیاده‌سازی گردیده‌اند، اما ملاحظات متعدد اقتصادی، قانونی و نظارتی در این رابطه وجود دارد و البته این ملاحظات بسیار پیچیده‌تر و گسترده‌تر از اقدامات فنی بوده و در قالب کارگروه‌های متعدد در بانک مرکزی در دست بررسی هستند.»

به گفته معاون اداره نظام‌های پرداخت بانک مرکزی، «رم‌پول بانک مرکزی از نوع قابل استخراج نیست. این ابزار از نوع رمزینة دارایی‌های با پشتوانه ثابت است که بانک‌های مرکزی با پشتوانه مشخص و غالباً مبتنی بر واحد پول ملی کشورها منتشر می‌نمایند. یک نمونه آن انتشار پترو از سوی ونزوئلا بود که از سوی بانک مرکزی آن کشور با پشتوانه نفت منتشر گردید و البته امکان انتشار آن با سایر پشتوانه‌ها نیز وجود دارد. این موضوع در سایر کشورها در قالب طرح‌های مطالعاتی در حال انجام است و صرفاً در کشور چین، انتشار ریال دیجیتال در چهار استان به صورت آزمایشی پیاده‌سازی شده تا اثرات آن بر اقتصاد این کشور مورد بررسی قرار گیرد. بر همین اساس در بانک مرکزی نیز مطالعاتی در دست انجام است تا موضوع ابزارهای سیاست‌گذاری پولی در حوزه پول دیجیتال بانک مرکزی به صورت کامل مورد بررسی قرار گیرد. نکته مهم اینکه این پدیده بسیار بدیع است و سایر بانک‌های مرکزی دنیا اکثراً اقدامات مطالعاتی خود را از ابتدای ۲۰۲۱ آغاز خواهد کرد؛ تا ضمن بررسی محسنت این ابزار، نقاط ضعف، مخاطرات و روش‌های صحیح مقابله با آن را شناسایی نمایند.»

وی در ارتباط با چالش‌های این حوزه و مخاطرات آن گفت: «رم‌پول بانک مرکزی به دو شکل کاربرد دارد؛ یا در حوزه خرد مورد استفاده قرار می‌گیرد یعنی مشابه اسکناس و مسکوک، در اختیار عموم مردم قرار خواهد گرفت که این حالت، فواید گسترده‌ای را به همراه خواهد داشت از جمله امکان نقل و انتقال سریع و کاهش قابل ملاحظه هزینه چاپ و نشر اسکناس و مسکوک و البته عدم نیاز به عملیات تسویه بین بانکی در کنار هزینه اندک توسعه شبکه پرداخت نسبت به مدل‌های مرسوم فعلی، اما یک حوزه دیگر کارکردی برای رم‌پول بانک مرکزی، کاربرد عمده و به کارگیری آن برای عملیات تسویه بین بانکی است. اینکه ما قرار است در کدام یک از حوزه‌های مربوطه، رم‌پول بانک مرکزی را طراحی و مورد استفاده قرار دهیم، براساس سیاست‌های پولی و ویژگی‌های ماهوی این ابزار تعیین شده و البته موضوعی است که توسط سایر کشورها نیز در حال بررسی است. ملاحظه دوم و فارغ از دامنه کاربری رم‌پول بانک مرکزی، دامنه حضور بانک‌ها و مؤسسات اعتباری و نقش آنها در توسعه و طراحی مدل توزیع‌شده رم‌پول است؛ که بخش مهمی از این ملاحظه معطوف به قوانین و مقررات فعلی کشور است که براساس آن نشر پول در کشور به صورت انحصاری در اختیار بانک مرکزی است و مؤسسات مالی و اعتباری اجازه چاپ و نشر پول را ندارند؛ لذا اینکه ما در حوزه رم‌پول هم این سیاست را پیاده‌سازی نمایم که عملاً عموم جامعه را سپرده‌گذار نزد بانک مرکزی می‌نماید یا اینکه روش دیگری متفاوت از این روش به کار گرفته شود، جزو علامت‌های سوالی است که با توجه به الگوهای مدل‌سازی پیشنهادی صندوق بین‌المللی پول و بررسی اثرات آن بر پارامترهای کلان اقتصادی، باید نسبت به حل آنها و تعیین راهبردهای سیاستی لازم اقدام گردد.»

به عقیده مانی‌یکتا، «آنچه که در حال بررسی آن در بانک مرکزی هستیم، کریپتوریال است تا مبتنی بر پول ملی کشور، شکل دیگری از پول با استفاده از فناوری دفترکل توزیع‌شده منتشر گردد.»

چه تفاوتی بین «ضامن» و «متعهد» تسهیلات بانکی وجود دارد؟

مسئولیت «ضامن» و «متعهد» در تسهیلات بانکی



محدود به تضمین بدهی تسهیلات‌گیرنده است و ضامن تسهیلات‌گیرنده سایر تعهدات تسهیلات‌گیرنده را تعهد و تضمین نمی‌کند. متأسفانه این ابهام قانونی بین مرزهای تعهد ضامن تسهیلات‌گیرنده و متعهد تسهیلات بانکی، «ضامن تسهیلات‌گیرنده» و «متعهد قرارداد تسهیلات» را از کلیه مسئولیت‌های پرداخت بدهی خلاص می‌کند و بانک‌های طلبکار نیز به علت عدم اطلاع قانونی از طرح دعوی ورشکستگی بدهکاران بانکی، فرصت قانونی اعتراض به چنین احکامی را از دست می‌دهند. نتیجه این پدیده نیز مشخص است؛ «افزایش مستمر مطالبات معوق و مشکوک‌الوصول بانک‌ها و ورود خسارت به سپرده‌گذاران و سهامداران‌شان.»

مسئولیت در مقابل بانک به طور بی‌سر و صدا و چراغ خاموش مبادرت به گرفتن حکم ورشکستگی می‌کنند و با استفاده از حکم ورشکستگی بدون اطلاع بانک‌های طلبکار، هم خود و هم «ضامن» را از کلیه مسئولیت‌های پرداخت بدهی خلاص می‌کنند و بانک‌های طلبکار نیز به علت عدم اطلاع قانونی از طرح دعوی ورشکستگی بدهکاران بانکی، فرصت قانونی اعتراض به چنین احکامی را از دست می‌دهند. نتیجه این پدیده نیز مشخص است؛ «افزایش مستمر مطالبات معوق و مشکوک‌الوصول بانک‌ها و ورود خسارت به سپرده‌گذاران و سهامداران‌شان.»

متأسفانه مشکل ایجادشده برای بانک‌ها در زمینه میزان مسئولیت «ضامن»، رویه نادرست بعضی از بدهکاران بانکی است که برای فرار از مسئولیت در مقابل بانک به طور بی‌سر و صدا و چراغ خاموش مبادرت به گرفتن حکم ورشکستگی می‌کنند و با استفاده از حکم ورشکستگی بدون اطلاع بانک‌های طلبکار، هم خود و هم «ضامن» را از کلیه مسئولیت‌های پرداخت بدهی خلاص می‌کنند و بانک‌های طلبکار نیز به علت عدم اطلاع قانونی از طرح دعوی ورشکستگی بدهکاران بانکی، فرصت قانونی اعتراض به چنین احکامی را از دست می‌دهند. نتیجه این پدیده نیز مشخص است؛ «افزایش مستمر مطالبات معوق و مشکوک‌الوصول بانک‌ها و ورود خسارت به سپرده‌گذاران و سهامداران‌شان.»

مسئولیت‌های «ضامن» و «متعهد قرارداد» را یکسان تلقی کرد. به نظر می‌رسد بخشی از مشکلات حقوقی مربوط به عدم تمایز «حوزه تعهدات ضامن» یا «حوزه تعهدات متعهدین قراردادهای بانکی» ناشی از متن انواع قراردادهای تسهیلات بانکی است. مشکل بانک‌ها در این زمینه آن است که در فرمت رسمی قراردادهای بانکی که توسط بانک مرکزی به شبکه بانکی کشور ابلاغ شده، تمایز شفاف و روشنی بین مسولیت‌های «ضامن تسهیلات‌گیرنده» با مسئولیت‌ها و تعهدات «متعهد تسهیلات» به عمل نیامده است. این ابهام حقوقی موجب شده است که بسیاری از مراجع با ملاحظه قراردادهای تسهیلات بانکی، «متعهد قرارداد تسهیلات» را همان «ضامن تسهیلات‌گیرنده» تصور می‌کنند و این دو را یکی می‌دانند، در حالی که از نظر موازین حقوقی و شرعی، ضامن فقط بدهی تسهیلات‌گیرنده را تضمین می‌کند. پس ضامن در تسهیلات بانکی فقط ضامن تسهیلات بدهی‌گیرنده است، در شرایطی که متعهد قرارداد تسهیلات بانکی، کل بدهی‌های بانک‌ها در مقابل تسهیلات‌گیرنده براساس قرارداد در مقابل بانک برعهده گرفته را برعهده دارد. «حوزه تعهدات ضامن» یا «حوزه تعهدات متعهد قرارداد» به کلی متفاوت است، هرچند «ضامن» و «متعهد قرارداد»، شخص واحدی باشند.

برای روشن شدن مطلب، شرط مربوط به تعهدات «ضامن» و «متعهد» در قراردادهای تپت تسهیلات مشارکت مدنی را مرور می‌کنیم: «ضامن/ضامنین با علم و اطلاع و وقوف کامل راجع به متدرجات این قرارداد و کمیت و کیفیت تعهدات شریک، مشترکا و متضامناً، انجام کلیه تعهدات و پرداخت بدهی‌هایی که در ارتباط با انجام موضوع این قرارداد به عهده شریک است را تعهد نمودند و بانک/مؤسسه اعتباری به استناد این قرارداد حرق دارد علاوه بر مراجعه به شریک، به هر یک از ضامنین، منفرداً و یا مشترکاً مراجعه و ایفای تعهدات قرارداد را مطالبه و وجوه متعلقه را وصول نماید.» همان‌گونه که در این جملات مشهود است، در قرارداد تسهیلات مشارکت مدنی، «ضامن» به طور هم‌زمان هم انجام کلیه تعهدات تسهیلات‌گیرنده و هم پرداخت بدهی‌های وی را برعهده گرفته است، در حالی که براساس موازین شرعی و قانونی، «حوزه تعهدات ضامن» فقط

علی‌نظافتیان دبیر کمیسیون حقوقی کانون بانک‌ها؛ بسیاری بر این باورند که در عملیات بانکی «ضامن تسهیلات‌گیرنده» همان «متعهد تسهیلات» است و این دو را یکی می‌دانند، اما توجه به این نکته ضروری است که در عملیات بانکی پرداخت تسهیلات و ارائه تعهدات و خدمات بانکی براساس قرارداد صورت می‌گیرد؛ قراردادی که یک طرف آن، بانک و طرف دیگر آن، تسهیلات‌گیرندگان و ضامنین و متعهدین قرارداد بانک هستند. قراردادهای نیز مولود اراده آدمی‌اند و به حکم قانون مدنی، اراده آدمی صاحب اختیار است، تا جایی که مخالف صریح قوانین نباشد، هر نوع قرارداد در چارچوب قانونی و با هر شرط با هر کسی ببندد و براساس نوع و شرایط قرارداد متعهد به انجام کاری شود، یا برعکس تعهد کند که از انجام کار و اعمالی به نفع طرف دیگر خودداری نماید و در قبال این تعهدات حقوقی را به دست آورد. پس قراردادهای فی‌نفسه سرچشمه حق و تعهد هستند و هر طرف قرارداد بدان امید پایبند تعهد یا تعهدات قرارداد می‌شود که متقابلاً از رهگذر آن قرارداد، حق یا حقوقی را نصیب خود سازد.

جامعه و به تبع آن، قانونگذاران پذیرفته‌اند که هم تعهدات مالی مشتریان بانک‌ها و هم سایر تعهدات قراردادی آنان را می‌توان هم‌زمان آن‌هم به وسیله شخص ضامن تضمین نمود، یعنی شخص مورد اعتماد بانک و مشتری هم‌زمان می‌تواند هم «ضامن مشتری» و هم «متعهد قرارداد» باشد. در واقع، «ضامن» مورد اطمینان طرفین قرارداد بانکی چه شخص حقیقی باشد و چه حقوقی می‌تواند هم تعهدات مالی و هم تعهدات قراردادی را تضمین کند و در کنار طرف قرارداد، مسئولیت حسن اجرای تعهدات مالی و تعهدات غیرمالی طرف قرارداد را برعهده بگیرد. باید به این نکته حقوقی توجه داشت که حوزه تعهدات «ضامن» با حوزه تعهدات «متعهد قرارداد»، متفاوت است. در فقه و قانون برای تضمین تعهدات مالی، نهاد «تضمین» را در چارچوب عقد ضمان طراحی کرده‌اند. در این زمینه موازین فقهی و مقررات قانونی حوزه شمولی یا گستره عقد ضمان را فقط ناظر به تعهدات مالی یا همان بدهی می‌دانند. بنابراین «ضامن» برخلاف «راهن» بدون گرو گذاشتن مال یا ملک خود فقط دین یا تعهدات مالی طرف قرارداد را شخصاً برعهده می‌گیرد. بدین جهت، حوزه تعهدات «ضامن» شامل تعهدات غیرمالی نمی‌شود. براساس مبانی قانون تجارت، تعهدات «ضامن» تابعی از تعهدات مدیون است. میزان تعهدات مالی «ضامن» هیچ‌گاه از تعهدات مدیون فراتر نمی‌رود.

جان کلام استدلال حقوقی رأی وحدت رویه شماره ۷۸۸ مورخ ۲۷ خردادماه ۱۳۹۹ هیأت محترم عمومی دیوانعالی کشور بر همین اساس است. آنجا که می‌گوید: «با توجه به اینکه مسئولیت ضامن در هر حال نمی‌تواند بیش از میزان مسئولیت مضمون‌عنه باشد، خسارت تأخیر تأدیه فوق‌الذکر از ضامن تاجر ورشکسته نیز قابل مطالبه نیست.» براساس رأی وحدت رویه مورد اشاره، اگر مدیون، بدهکار و تاجر ورشکسته به نحوی از انحاء بدهی خود را کارسازی کند یا به موجب رأی مراجع قضایی بدهکار تشخیص داده نشود، «ضامن» هم به تبع مدیون و بدهکار ورشکسته مسئولیتی در مقابل بستنکاران نخواهد داشت و از تاریخ صدور حکم توقف و ورشکستگی تاجر ورشکسته بستنکار دیگر نمی‌تواند طلب خود را از ضامن مطالبه نماید.

آیا بهای بیت‌کوین به ۵۰ هزار دلار می‌رسد؟

۵ پیش‌بینی مهم بیت‌کوین در سال ۲۰۲۱

برای خریدوفروش بیت‌کوین، مهر تاییدی بر این‌س از دیجیتال زده شد. به‌این‌ترتیب سال ۲۰۲۱ احتمالاً شاهد افزایش این روند خواهیم بود. حداقل یک بانک ایالات‌متحده یا اروپا خریدوفروش بیت‌کوین را امکان‌پذیر خواهند کرد و یا توافق می‌کنند که دارای دیجیتال را برای مشتریان خود نگهداری کنند.

رقابت از بیگ تک‌ها؛ نهادهای بین‌المللی به ارائه یک ارز دیجیتال بین‌المللی فکر می‌کنند. هر شرکتی که درگیر فضای پرداخت است، نه‌تنها می‌تواند که بازاری برای پرداخت دیجیتال وجود دارد، بلکه می‌داند این پرداخت شامل بازارهای مختلف ارزی می‌شود و بیشترین پتانسیل را دارد. بیت‌کوین نشان داده اگر محلی برای رشد وجود داشته باشد، او می‌تواند ارز دیجیتالی جهانی باشد و روندها را به‌طور چشمگیری ساده کند. امسال هم فیس‌بوک و هم گوگل و دیگر شرکت‌های بزرگ جهانی با برنامه‌های بزرگ ارز دیجیتال به جلو حرکت کردند.

رقابت با بانک‌های مرکزی؛ نظرسنجی‌ای که این اواخر انجام شده، نشان می‌دهد که ۸۰ درصد از بانک‌های مرکزی جهان در حال کار بر روی نوعی ارز دیجیتال هستند، چنین آزمایش‌های مربوط به ارز دیجیتال را بسیار بیشتر از هر کشور دیگری انجام داده است. به‌تازگی در شهر سوژو در شرق چین درست در غرب شانگهای، قرعه‌کشی برگزار شد که در آن

۱۰۰ هزار نفر از ساکنان هر کنام ۲۰۰ رنمینبی (حدود ۳۰ دلار) از طریق کیف پول دیجیتال دریافت کردند. همان‌طور که چین به سمت سازگاری ملی با یوان دیجیتال پیش می‌رود احتمالاً تقاضای بیت‌کوین و سایر ارزهای رمزپایه مستقل را کاهش می‌دهد. سال آینده ممکن است آزمایش‌های مشابه دیگری در سایر کشورها صورت بگیرد.

زمین‌بازی جدید نظارتی؛ دولت رئیس‌جمهوری منتخب، جو بایدن در ۹۰ روز اولویت بالاتری نسبت به تنظیم ارز رمزنگاری شده خواهد داشت، البته روحیه و تخصص کنگره در این زمینه هم به نظر نمی‌آید ممکن باشد. فرض بر این است که دولت دموکرات، قوانین دقیق‌تری نسبت به دولت جمهوری‌خواه برای ارزهای دیجیتال تنظیم خواهد کرد.

نوسانات مداوم؛ ارزش بیت‌کوین به‌طور مستقیم با هیچ پدیده آشکاری در دنیای واقعی (مانند سیاست مالی یا پولی) گره نخورده است. باین‌حال، پیش‌بینی قیمت بیت‌کوین سخت‌است. برخی می‌گویند بیت‌کوین سال آینده می‌تواند به ۵۰ هزار دلار هم برسد، اگرچه این رقم افراطی به نظر می‌رسد، اما اگر سرمایه‌گذاران پول خود را به بیت‌کوین تبدیل کنند، چنین قیمتی هم دور از ذهن نخواهد بود. البته ممکن است قیمت‌ها در سال ۲۰۲۱ در مسیر مخالف هم حرکت کنند.



انزوای اقتصادی چگونه موجب رشد فنودالیزم شد؟

عمق شکاف طبقاتی به روایت کمال اطهاری

این روزها خبرهای عجیبی در رسانه‌ها به چشم می‌خورد که واقعیت‌های متناقض جامعه امروز ایران را بازنمایی می‌کند. مثلا همانقدر که خبر تورهای گردشگری لاکچری به کشورهای همسایه برای تزریق واکسن کرونا عجیب است؛ خرید قسطی نان در برخی از شهرها و روستاهای ایران هم عجیب و هم دردناک است. این را که کنار تصاویر جشن‌های تولد اشرافی، جشن‌های تعیین جنسیت آنجنانی و یا همین آخری جشن تکلیف لاکچری بگذاریم و بعد خبر خودکشی مرد جوان کارگر را هم در همین روزها بخوانیم، به درنمایی تلخ از واقعیت جامعه امروز ایران و شکاف طبقاتی آن می‌رسیم، اما چطور شد که به اینجا رسیدیم و عاقبت این وضعیت به کجا می‌رسد؟

کمال اطهاری، پژوهشگر اقتصاد توسعه در پاسخ به این سوال می‌گوید: «در چارچوب تحلیل‌های نهادگرایی، جامعه ایران به خاطر اینکه الگوی شناسیده توسعه را در حوزه سیاسی نتوانسته تدوین و اجرا کند، فرآیندی رو به زوال را طی می‌کند. پس از انقلاب باید یک الگو و طرح نوبی انداخته می‌شد که با آن به خواست انقلاب جواب داده می‌شد. جامعه وقتی انقلاب می‌کند که طرح و الگوی توسعه گذشته‌اش را شناسیده خود را نداند. جامعه ما انقلاب کرد تا کامل تر شود. از اساسی‌ترین مواردی که قانون اساسی مشروطه فاقد آن بود و در قانون اساسی جدید خود را نشان داد، رسمیت یافتن عدالت به‌عنوان یک حق همگانی بود، اما آن الگوی توسعه‌ای که می‌بایست براساس عدالت تعریف می‌شد، نشد.»

او با اشاره به تبعات عمیق شدن فاصله طبقاتی در جامعه ایران در گفت‌وگو با «فرارو» ادامه می‌دهد: «الگوی توسعه‌ای که در جهان امروز تعریف می‌شود این است که ما عدالت را از طریق یک سیاست اجتماعی محقق می‌کنیم. این سیاست اجتماعی می‌بایست رابطه هم‌افزایی با رشد اقتصادی داشته باشد و شما پیوسته در حال افزایش ثروت باشید و این ثروت را به شیوه‌های سنجدیده و از راه‌های عادلانه‌ای به قول دیوید هاروی توزیع کنید. شیوه‌های مختلفی در جهان برای این الگوی سیاست اجتماعی وجود داشته و دارد. سه نوع الگوی دولت رفاه در کشورهای پیشرفته مانند دولت رفاه سوئیسال دموکراتیک کشورهای اسکاندیناوی، شیوه دولت رفاهی محافظه‌کار در آلمان و یک الگوی توسعه لیبرال در انگلستان وجود دارد. در کشورهای پیرامونی مانند ژاپن، کره جنوبی، چین و بقیه کشورهای آسیای جنوب شرقی هم الگوی دولت رفاهی توسعه‌بخش است. هر کدام از اینها با انطباقی که با نظام اقتصادی و فرهنگی‌شان دادند رابطه هم‌افزایی بین رشد اقتصادی و عدالت را سامان دادند. مثلا الگوی سیاست اجتماعی در آلمان به خاطر این محافظه‌کار نام دارد، چون خانواده را محور قرار داده است. الگوی انگلستان هم لیبرال است برای اینکه در نحوه ساماندهی به آن جماعات محلی خیلی نقش دارند و دولت مرکزی از بالا فرمان نمی‌دهد.»

به گفته اطهاری، «در کشورهای دارای الگوی رفاه توسعه‌بخشی، در قدم اول از رشد بالای اقتصادی و درآمد بهره‌مند شدند و پس از مدتی، دولت رفاه را فراهم کردند. در این تامین اجتماعی خاص خودش را داشت که تا دهه ۹۰ در همه کارگاه‌های بزرگ، کارگاه‌ها استخدام مادام‌العمر بودند و به‌این ترتیب یک تضمین بالایی برای درآمد وجود داشت. در کشورهای اروپایی هم ایتالیا و یونان و همچنین آمریکای لاتین از این منظر دچار بحران شدیدی هستند. از تامین اجتماعی و رفاه ملغمه درست کرده بودند و الگوی‌شان کامل نبود، به همین خاطر موفق نشدند.»

این پژوهشگر توسعه با بیان اینکه «ایران به رغم درآمد سرشار نفت از نمونه‌های بد در این زمینه است»، می‌گوید: «در ایران الگوهای که پیش از انقلاب بود، به هم ریخته شد زیرا بحث‌های تفکر توسعه‌ای در حوزه سیاسی حاکم نبود و اصلا سیاست اجتماعی تدوین نشد. سپس الگوی مبتدلی از نئولیبرالیسم حاکم شد. چون نئولیبرال یک شیوه انتظام خاص خودش را دارد یعنی این نبوده که جامعه یک‌دفعه به بازار سپرده شود. اصلا در کشورهای پیشرفته سرمایه‌داری، جامعه به بازار سپرده نشده است، بلکه خاطر آن است که الگوهای مبتدل را برداشته‌اند و جامعه را به بازار سپردند. اقتصاد را به رانت و جامعه را به بازار سپردند. به بازار سپردن یعنی اینکه از نیروی کار و سیاست اجتماعی شایسته حمایت نکرده‌اند.»

وی با اشاره به اینکه «انزوای اقتصادی موجب رشد فنودالیزم شده است»، می‌افزاید: موضوع دیگری که حتی اقتصاددان‌های رادیکال‌های ما هم از آن غفلت کرده‌اند، موضوع انزوای اقتصادی است. انزوای اقتصادی در اقتصاد توسعه در دهه ۶۰ میلادی یک نوع فضیلت شمرده می‌شد، اما اندیشمندان توسعه مانند فرانک و سمیرامین در دهه ۷۰ راهبرد انزواطلبانه جایگزینی واردات را پس گرفتند، اما در ایران این را پس نگرفتند. والرشاین که ابتدا نظریه وابستگی را داشت، گفت هر جامعه‌ای در نظام جهانی انزواطلبی بکند، دچار فنودالیسم می‌شود، یعنی صاحب یک سیستم بوروکراتیک می‌شود که امتیازات خاصی برای خودش قائل می‌شود. این مجموعه شرایط موجب شده یک عده از امتیازهای فنودالی استفاده می‌کنند. یک زمانی می‌گفتند خون برتر الان می‌گویند زن برتر. به انچه مختلف خودشان را دارای مزیتی می‌بینند. به خاطر آن هم به صورت صوری از اهداف اینولوژیکی تبعیت می‌کنند تا کسی امکان نقدشان را نداشته باشد. ثمره این مجموعه شرایط جز زوال چیزی نیست.»

به عقیده اطهاری، «غفلت‌های اینچنین، درد و رنج زیادتری را برای مردم به همراه دارد. فرار مغزها و سرمایه بیشتر می‌شود. شکاف وحشتناک طبقاتی رخ می‌دهد، اما خواهی در بند نقش ایوان است. باید این مسائل را با قاطعیت گفت که دیگر زمان این نوع غفلت‌ها نیست. یعنی فرصت این‌قدر اندک است که رسانه‌ها باید جرأت بکنند که این را اظهار کنند. این یعنی زوال، این یعنی فروپاشی و درد و رنج وحشتناکی که می‌تواند دنیا را بهم‌ریخته و یک جامعه را آشفته کند. در مجموع ملغمه‌ای از برداشت مبتدلی از لیبرالیسم و پوپولیسم مبتدل که خودش را به مقوله عدل منتسب می‌کند، وضعیت را به اینجا کشانده است.»



دلار برای سال ۱۴۰۰ ۱۴۰۰ درآمدهای نفتی حدود ۲۰۰ هزار میلیارد تومان پیش‌بینی شده است. اگر ۳.۵ درصد این رقم یعنی ۷۰۰۰ میلیارد تومان به پروژه‌های عمرانی اضافه شود سهم عمران از بودجه تا ۱۱۱ هزار میلیارد تومان افزایش خواهد یافت. البته سهم نفت در لایحه بودجه سال آینده در حالی ۲۵۰ درصد نسبت به امسال افزایش یافته که در نیمه اول سال ۱۳۹۹ فقط ۱۷ درصد از درآمد نفتی بودجه محقق شد و به همین لحاظ کارشناسان معتقدند اتکای بودجه سال ۱۴۰۰ به نفت مقداری رویاگونه است. به نظر می‌رسد دولت پیشفرض را بر رفع کامل تحریم‌ها قرار داده است. از طرف دیگر، با این پول‌ها نمی‌توان پروژه‌های نیمه تمام را تکمیل کرد و چاره‌ای جز واگذاری طرح‌ها به بخش خصوصی وجود ندارد. دادن قیر رایگان هم برای طرح‌های راهسازی، بیشتر از آنکه به تکمیل پروژه‌ها کمک کند، از نظر اغلب کارشناسان، نوعی توزیع رانت است.

در نگاه نخست، رشد ۵۵ درصدی بودجه عمرانی رقم قابل توجهی است، اما با افزایش نرخ مصالح و آهن‌آلات قابل مقایسه نیست. به طور مثال از سال گذشته تاکنون قیمت سیمان رشد ۲۰۰ درصد، میلگرد افزایش ۱۸۵ درصد و تیرآهن رشد ۱۹۸ درصد داشته است. نرخ هر پاکت سیمان در اوایل سال ۱۳۹۸ حدود ۱۰ هزار تومان بود که هم‌اکنون به حدود ۳۰ هزار تومان رسیده است. البته مجلس و دولت گفت‌اند نباید در پاکت بیش از ۱۷ هزار و ۵۰۰ تومان فروخته شود، اما واقعیت بازار چیز دیگری را نشان می‌دهد. قیمت میلگرد هم که تا اواخر سال ۱۳۹۸ ۴۲۰۰ تومان بود هم‌اکنون حدود ۱۲ هزار تومان خرید و فروش می‌شود و این در حالی است که تا چند روز قبل بالای ۱۴ هزار تومان بود. نرخ تیرآهن نیز نسبت به سال قبل افزایش ۱۹۸ درصدی را نشان می‌دهد.

پروژه‌های نیمه تمام به بخش خصوصی واگذار می‌شود؟

در هر حال، تخمین زده می‌شود دست‌کم ۷۰۰ هزار میلیارد تومان پروژه عمرانی نیمه تمام در کشور وجود دارد و ناگفته پیداست که با رقم ۱۰۴ و حتی ۱۱۱ هزار میلیارد تومان نمی‌توان آنها را جمع و جور کرد، یعنی اگر با همین دست‌فرمان جلو برویم و هیچ طرح جدیدی در حوزه عمرانی تعریف نکنیم، شش تا هفت سال دیگر پروژه‌های نیمه کاره به پایان می‌رسد. البته واگذاری پروژه‌های نیمه تمام به بخش خصوصی که به دلیل هزینه‌های هنگفت آن، دولت به تنهایی قادر به تکمیل آنها نیست، در دستور کار قرار دارد، به طوری که هجدهم آذرماه ۱۳۹۷ دولت لایحه «مشارکت عمومی- خصوصی» را با یک قید یک فوریت در جلسه هیأت وزیران به تصویب رساند. به دنبال آن، مجلس دهم نیز بررسی مجدد این لایحه را آغاز کرد که البته به سرانجام نرسید. مجلس یازدهم نیز ۳۰ شهریورماه ۱۳۹۹ از تصویب کلیات آن در کمیسیون عمران خبر داد، اما هنوز در صحن علنی به تصویب نرسیده است.

گرفته شده برای سال آینده حدود ۱۰۴ هزار میلیارد تومان پیش‌بینی شده که رشد ۱۸ درصدی نسبت به قانون بودجه سال جاری داشته است؛ بودجه‌ای که اگرچه از نظر حجمی، بالاترین رقم در نظر گرفته شده است، اما در مقایسه با سهم آن از مجموع بودجه عمومی کشور در لایحه بودجه ۱۴۰۰ به کمترین میزان خود در ۱۰ سال اخیر رسیده است. سهم بودجه عمرانی نسبت به بودجه عمومی کشور در سال‌های ۱۳۹۱، ۱۳۹۲ و ۱۳۹۳ به ترتیب ۲۸ درصد، ۲۸.۲ درصد و ۲۰.۶ درصد بوده است. در این بین بسیاری از کارشناسان اقتصادی و طراحان بودجه معتقدند، اساسا بودجه‌های مصوب عمرانی که تحت عنوان اعتبار تملک دارایی‌های سرمایه‌ای شناخته می‌شوند، برخلاف سایر هزینه‌هایی که دولت برمیانی لایحه بودجه محاسبه می‌کند، ذات هزینه‌ای نداشته و به عنوان منبعی درآمدزا برای دولت عمل می‌کند. در واقع، یکی از راهکارهای حل مشکلات کسری بودجه و کم کردن وابستگی کشور به فروش نفت، افزایش سرمایه‌گذاری در پروژه‌های زیرساختی است که متأسفانه همه ساله به بهانه وجود فشارهای اقتصادی ناشی از تحریم، میزان سهم آن نسبت به بودجه عمومی کشور در حال کاهش است و در میان ردیف‌های بودجه نیز مظلوم‌ترین ردیف محسوب می‌شوند که همیشه قربانی کسری بودجه دولت می‌شوند و نتیجه آن در طول سال‌های گذشته بیش از ۸۷ هزار پروژه نیمه تمام شده است.

رشد ناچیز بودجه عمران به شرطها و شروطها

البته ممکن است ۷۰۰۰ میلیارد تومان نیز به بودجه ۱۰۴ هزار میلیارد تومانی عمران برای سال آینده افزوده شود که این امر به اما و اگرهای زیادی وابسته است و از جمله آنها این است که سقف فروش روزانه ۲.۳ میلیون بشکه نفت با قیمت حداقل ۴۰ دلار در سال آینده محقق شود. به گزارش ایسنا، در لایحه ۱۴۰۰ بودجه پروژه‌های عمرانی ۱۰۴ میلیارد تومان تعیین شده که افزایش ۱۶ هزار میلیارد تومانی با به عبارتی ۱۸ درصدی نسبت به سال ۱۳۹۹ را نشان می‌دهد. هرچند بین ۷۰۰ تا ۱۰۰۰ هزار میلیارد تومان پروژه عمرانی نیمه کاره در کشور وجود دارد که بیم فرسودگی پیش از تکمیل آنها آزاردهنده شده است.

ممکن است مبلغ ۷۰۰۰ میلیارد تومان به بودجه عمرانی سال آینده افزوده شود. این مسئله را نمایندگان مجلس در بررسی لایحه بودجه ۱۴۰۰ لحاظ کرده‌اند. در نشست اخیر کمیسیون عمران مجلس پیشنهاد شده تا سهم ۱۴.۵ درصدی وزارت نفت از محل درآمدهای حاصل از فروش نفت و فرآورده‌های نفتی که به اورهال کردن پالایشگاه‌ها و امور جاری وزارتخانه اختصاص می‌یابد به ۱۱ درصد کاهش یافته و مابه‌التفاوت ۳.۵ درصدی برای اجرای پروژه‌های عمرانی در نظر گرفته شود.

با توجه به پیش‌بینی فروش ۲.۳ میلیون بشکه نفت با قیمت ۴۰

فرصت امروز؛ شاکله بودجه تغییر نمی‌کند. این صحتی است که دولتمردان پس از برگزاری جلسه مشترک با نمایندگان مجلس در مورد بودجه سال آینده مطرح می‌کنند. با اینکه نمایندگان مردم در آذرماه طرح اصلاح ساختار بودجه را تصویب کردند و زمزمه رد کلیات بودجه نیز در صحن مجلس به گوش می‌رسید، اما با برگزاری نخستین جلسه مشترک دولت و مجلس در روز سه‌شنبه گذشته به نظر می‌رسد اختلاف نظر بودجه‌ای پاستور و بهارستان به حداقل رسیده و آخرین بودجه قرن به احتمال زیاد با چکش کاری معمول همه ساله در مجلس تصویب می‌شود. پس از آنکه لایحه بودجه سال ۱۴۰۰ روز دوازدهم آذرماه و در غیاب روسای دولت و مجلس در صحن بهارستان رونمایی شد، انتقادهای نمایندگان از بودجه دولت به اوج خود رسید و فروش حداکثری نفت و نگاه خوش‌بینانه دولت به رفع تحریم‌ها از جمله نقدهای ساختاری مجلس به بودجه سال آینده بود. اختلاف نظر دولت و مجلس بر سر بودجه سال آینده آنقدر عمیق بود که مرکز پژوهش‌ها به عنوان بازوی کارشناسی مجلس، در گزارشی به بررسی ابعاد بودجه دولت پرداخت و به نمایندگان توصیه کرد که کلیات بودجه سال آینده را رد کنند. در ادامه با برگزاری اولین جلسه مشترک دولت و مجلس در هفته گذشته، به نظر می‌رسد که اختلاف نظر بودجه‌ای دو قوه کمتر شده و لایحه بودجه از ابتدای این هفته در کمیسیون تلفیق مجلس با حضور رئیس سازمان برنامه و بودجه، وزیر اقتصاد و رئیس کل بانک مرکزی بررسی می‌شود.

وضعیت پروژه‌های نیمه تمام در بودجه سال آینده

پروژه‌های نیمه تمام عمرانی و کلنگ‌زنی‌های نافرجام حالا به چالشی جدی در اقتصاد ایران تبدیل شده است. در طول سال‌های گذشته هزاران پروژه با وعده و وعیدهای بسیار کلید زده شده و میلیاردها تومان سرمایه برای احداث آنها تخصیص داده شده است، ولی سرانجام آنها چنانچه مسئولان وعده داده‌اند، رقم نخورده است و انطور که محذابق نوخت، رئیس سازمان برنامه و بودجه در سال گذشته اعلام کرد، «رقمی در حدود ۸۶ هزار پروژه عمرانی ناتمام در کشور وجود دارد.» حالا که بودجه سال ۱۴۰۰ در گذرگاه مجلس یازدهم در دست بررسی است، سوال مهم این است که رقم بودجه عمرانی چقدر است و آیا فکری برای پروژه‌های نیمه تمام در بودجه سال آینده شده است؟

با توجه به چالش‌های تحریم، کرونا و کسری همیشگی بودجه به نظر می‌رسد که قربانی اصلی شرایط اقتصادی کشور عملا پروژه‌های نیمه تمام و زمینگیر کشور است. جزئیات لایحه بودجه ۱۴۰۰ نشان می‌دهد در بخش دوم این لایحه که به تملک دارایی‌های سرمایه‌ای (بودجه عمرانی) مربوط است بیش از ۱۲ درصد از کل مصارف عمومی دولت ۱۴۰۰ به این بخش اختصاص داده شده است. طبق لایحه بودجه رقم در نظر

لایحه بودجه ۱۴۰۰ از امروز در کمیسیون تلفیق با حضور دولتمردان بررسی می‌شود

چکش کاری بودجه در مجلس

ترمز رشد ۷ هفته‌ای قیمت نفت کشیده شد

ریزش قیمت نفت با کرونای جدید

مرکز کنترل و پیشگیری از بیماری آمریکا هشدار داده است که نوع جدید ویروس کرونا احتمالا پیش از اینکه شناسایی شود، به آمریکا رسیده است. با این حال حداقل چهار شرکت داروسازی انتظار دارند واکسن‌های کووید-۱۹ آنها در برابر نوع جهش یافته ویروس کرونا موثر باشد و آزمایش‌هایی انجام می‌دهند که نتایج آن تا چند هفته دیگر اعلام می‌شود. به گزارش بلومبرگ، بیش از ۴۰ کشور پروازها را محدود کرده‌اند و بریتانیا به‌طور قابل توجهی منزوی شده است. در آمریکا، ویروس تقریباً دو برابر بیشتر از مردم را در بیمارستان بستری کرده است چراکه تزریق همه‌گیر واکسن برای بیشتر مردم ماه‌ها زمان می‌برد. به گفته تحلیلگران، این وضعیت و اقدامات وحشت‌زده دولت‌ها در سراسر جهان نشان می‌دهد که خطر تعطیلی‌های سراسری و محدودیت‌های سفر به‌طور گسترده تا سال جدید ادامه خواهد داشت. از طرف دیگر هم نیازی به گفتن نیست که این امر باعث کاهش سرعت تقاضای جهانی نفت می‌شود و بر قیمت نفت سنگینی می‌کند. پرا واضح است که جهش جدید کرونا بازار نفت را تهدید می‌کند و تهدید تقاضا و محدودیت رفت‌وآمد و ماندن در خانه بازار نفت را به کلی تحت تأثیر قرار می‌دهد. همچنین دلار قوی‌تر، باعث کاهش جذابیت نفت شده است، چراکه نفت با قیمت دلار سنجدیده می‌شود. کاهش هفتگی قیمت نفت با وجود گزارش روز چهارشنبه اداره اطلاعات

با شیوع ویروس کرونای جدید در بریتانیا و محدودیت‌های سفرها، رشد قیمت طلا سیاه متوقف شد و ترمز رشد ۷ هفته‌ای قیمت نفت کشیده شد. با اینکه قیمت نفت در معاملات روز پنجشنبه اندکی افزایش یافت اما تحت تأثیر نگرانی‌ها نسبت به پیامدهای شیوع نوع جهش یافته ویروس کرونا، رشد هفتگی نفت که به مدت ۷ هفته متوالی داشت، متوقف شد. بر این اساس، بهای معاملات نفت وست تگزاس اینترمدیت آمریکا در بازار نیویورک ۱۱ سنت افزایش یافت و در ۴۸ دلار و ۲۳ سنت در هر بشکه رسید، اما برای کل هفته ۱.۶ درصد کاهش داشت. همچنین بهای نفت برنت در بازار لندن با ۹ سنت معادل ۰.۲ درصد افزایش، در ۵۱ دلار و ۲۹ سنت در هر بشکه بسته شد اما برای کل هفته ۲ درصد کاهش را ثبت کرد. با وجود آمار رسمی ذخایر نفت آمریکا که روز چهارشنبه منتشر شد و از قیمت‌ها حمایت کرد اما افزایش سریع موارد ابتلا به ویروس کرونا در آمریکا از شورش و اشتیاق خریداران در بازار نفت کاسته است. پیش از این نفت با خوش‌بینی معامله‌گران به عرضه میلیون‌ها دز واکسن‌های کووید-۱۹ در سراسر جهان و تقویت تقاضا برای نفت، به مدت ۷ هفته متوالی رشد قیمت داشت. روند افزایشی قیمت نفت اما در پی انتشار خبر شیوع نوع جهش یافته ویروس کرونا در انگلیس که ۷۰ درصد قدرت شیوع بیشتری دارد، متوقف شد.

اعتبار کارت‌های نقدی بانک پاسارگاد تمدید شد

جهت کاهش مراجعه حضوری به شعبه‌ها و جلوگیری از انتقال ویروس کرونا، کارت‌های نقدی بانک پاسارگاد که تاریخ انقضای آنها دی، بهمن و اسفند۱۳۹۹ است، به مدت یک‌سال تمدید شد.

به گزارش روابط‌عمومی بانک پاسارگاد، از این پس مشتریان محترم هنگام استفاده از درگاه‌های پرداخت، باید در بخش تاریخ انقضای کارت، قسمت سال به جای عدد «۹۹»، عدد «۰۰» را وارد کنند.همچنین مشتریانی که از سامانه‌های بانکداری مجازی و یا همراه بانک استفاده می‌کنند، باید نسبت به ویرایش اطلاعات کارت‌های خود بر این اساس اقدام نمایند.گفتنی است انجام اکثر امور بانکی، با بهره‌مندی از انواع خدمات بانکداری الکترونیک بانک پاسارگاد و بدون مراجعه به شعبه‌ها امکان‌پذیر است. مرکز مشاوره و اطلاع‌رسانی بانک پاسارگاد به شماره تماس ۸۲۸۹۰ و سامانه CRM در سایت این بانک به آدرس https://www.bpi.ir/crm آماده پاسخگویی به سوالات مشتریان است.

از دلار ۲۵ هزار تومانی تا یورو ۳۱ هزار تومانی تحولات بازار ارز در هفته اول دی

برقراری آرامش در سطح کلان اقتصاد کشور، باعث برقراری ثبات در بازار ارز در هفته گذشته بازار است که به نظر می‌رسد در این روزها از نظر روانی قیمت متعادل برای دلار را در کانال ۲۵ هزار تومان و برای یورو در کانال ۳۱ هزار تومان پذیرفته است.

به گزارش ایرنا، قیمت ارز در هفته‌ای که گذشت برای سومین هفته پیاپی نسکون نسبی را تجربه کرد. به این ترتیب بازار ارز در حالی وارد دهمین ماه سال ۱۳۹۹ شد که دلار در کانال ۲۵ هزار تومان و یورو در کانال ۳۱ هزار تومان نوسان داشت. معاملات این هفته بازار ارز در حالی آغاز شد که دلار در محدوده قیمت ۲۵ هزار و ۷۰۰ تومان خرید و فروش شده؛ قیمتی که مشابه رقم ثبت شده صرافی‌های بانکی نیز برای فروش دلار بود، اما مسیر معاملات در روز شنبه شیب نزولی داشت، به نحوی که در پایان روز، بهای دلار در بازار آزاد ۲۵۰ تومان کاهش یافت.

این کاهش قیمت اما طی سه روز بعدی هفته به تدریج جبران شد و در پایان روز سه‌شنبه مجدداً قیمت دلار در بازار آزاد به رقم ۲۵ هزار و ۷۰۰ تومان رسید. البته در این سه روز قیمت فروش دلار در صرافی‌های بانکی حدود ۱۰۰ تا ۳۰۰ تومان ارزان‌تر از بازار آزاد انجام شد. روند معاملات حواله دلار در سامانه نیما هم در چهار روز ابتدایی هفته از منحنی مشابه با بازار آزاد تبعیت کرد و قیمت دلار در این سامانه از حداکثر قیمت ۲۵ هزار و ۸۰۰ تومان روز شنبه به حداقل قیمت ۲۵ هزار و ۲۹۰ تومان روز دوشنبه رسید و در روز سه‌شنبه با گرفتن شیبی صعودی به قیمت میانگین ۲۵ هزار و ۵۰۰ رسید. بنابراین می‌توان گفت فعالان بازار ارز شاهد بودند که از روز سه‌شنبه تمامی شاخه‌های بازار ارز شیبی صعودی به خود گرفتند و طی روندی آرام این شیب را تا پایان هفته حفظ کردند. به طوری که روز پنجشنبه قیمت هر دلار در بازار آزاد از کانال ۲۵ هزار تومان گذر کرد و در آخرین معاملات در محدوده ۲۶ هزار و ۵۰۰ تومان معامله شد. این در حالی است که در این روز در صرافی‌های بانکی قیمت فروش هر دلار ۲۵ هزار و ۸۶۰ تومان ثبت شد. قیمت یورو نیز در هفته‌ای که گذشت نوسان اندکی داشت و پس از آن که در چهار روز ابتدایی هفته در محدوده ۳۱ هزار و ۱۰۰ تومان به طور عمده خرید و فروش شد، از روز سه‌شنبه با گرفتن شیب صعودی به خود به حداکثر قیمت ۳۱ هزار و ۴۰۰ تومان در آخرین روز هفته رسید. گفتنی است در این هفته نیز به مانند هفته پیشین، قیمت یورو در صرافی‌های بانکی بیشتر از قیمت بازار آزاد به فروش رسید و در آخرین روز هفته قیمت یورو در این صرافی‌ها ۳۱ هزار ۵۶۰ تومان بود. در این روز قیمت میانگین هر حواله یورو در سامانه نیما هم ۳۱ هزار و ۳۲۰ تومان بود. در هفته‌ای که گذشت آرامش نیز در فضای سیاسی و اقتصادی کشور حاکم بود که نتیجه آن را می‌توان در واکنش بازار آزاد درک کرد. به اعتقاد کارشناسان اقتصادی، فعالان بازار ارز در شرایط فعلی در فضای توأمان بیم و امید نسبت به آینده به سر می‌برند و متناسب با تحولات کلان اقتصادی در کشور و سطح بین‌الملل واکنش مثبت یا منفی از خود نشان می‌دهند. اخباری که حاکی از کاهش تنش‌های بین‌المللی باشد به صورت روانی با واکنش مثبت بازار و کاهش قیمت‌ها همراه می‌شود و بالعکس اخباری که نگرانی از افزایش تنش‌ها را در اندان ایجاد کند، با واکنش منفی بازار مواجه می‌شود بنابراین به نظر می‌رسد، در شرایط فعلی وضعیت روانی جامعه نقطه تعادل قیمت دلار و یورو را در این کانال‌ها تشخیص داده است.

و در نتیجه طی سه هفته گذشته شاهد مقاومت بازار ارز در همین محدوده قیمتی هستیم و تلاش‌های انجام شده برای افزایش یا کاهش قیمت‌ها، همواره با شکست همراه بوده‌اند. البته با توجه به تجربه مقاومت بازار در هفته‌های گذشته، دور از انتظار نیست که در روزهای آغازین هفته آینده مجدداً شاهد بازگشت قیمت دلار به کانال ۲۵ هزار تومانی باشیم. مخصوصاً آنکه چهارشنبه شب، عبدالناصر همتی رئیس کل بانک مرکزی، خبر امیدوارکننده فراهم شدن امکان خرید واکسن کرونا به ارزش ۲۰۰ میلیون دلار را داد. انتشار این خبر می‌تواند این امیدواری را برای فعالان اقتصادی و صادرکنندگان و واردکنندگان ایجاد کند که امکان آزادسازی سایر منابع بلوکه شده ایران در بانک‌های جهانی وجود دارد؛ اتفاقی که در صورت رخ دادن و فعال شدن این منابع در چرخه داخلی اقتصاد، می‌تواند اتفاقات مثبتی را رقم زند.

هجوم بانک مرکزی کشورها به خرید طلا

شورای جهانی طلا در گزارشی اعلام کرد پس از دو ماه متوالی فروش، بانک‌های مرکزی در ماه اکتبر اقدام به خرید طلا کردند. براساس این گزارش ذخایر طلای جهانی ۲۲.۸ تن افزایش یافت، سطح خرید طلا در سلسط دو ماه گذشته باقی ماند، اما اقدام به فروش از سوی بانک‌های مرکزی بسیار کاهش یافت. شواهد نشان می‌دهد که بانک‌های مرکزی گرایش زیادی به خرید طلا و تغییر در تفکرات‌شان برای جمع‌آوری این کالای باارزش از خود نشان می‌دهند. براساس گزارش شورای جهانی طلا، در سال جاری وضعیت بازار طلا نسبت به بازارهای موازی دیگر بسیار مطلوب بوده است و در کنار نامنی‌هایی که وجود داشته بانک‌های مرکزی تلاش کرده‌اند که با خرید طلا از ریسک آینده بکاهند. در ماه اکتبر تقریباً بانک مرکزی ۵ کشور ازبکستان، ترکیه، امارات متحده عربی، قطر و هند بیشترین تاثیر را در افزایش خرید طلا در ماه اکتبر داشتند که به ۲۵ تن رسیده بود. کل فروش طلا در این ماه هم به ۳ تن رسیده که کشور مغولستان بیشترین فروش را داشته است. اقدام به خرید طلا توسط بانک‌های مرکزی علاوه بر کاهش ریسک بازارها با هدف افزایش پشتوانه برای کنار گذاشتن دلار از مبادلات تجاری نیز صورت می‌گیرد که در سال‌های اخیر کلید خورده است. کشورهای روسیه و چین در این زمینه پیشتراند و کشورهای دیگر را نیز برای این کار ترغیب می‌کنند.

همتی از تامین مالی ۲۰۰ میلیون یورویی برای خرید ۱۶.۸ میلیون دز واکسن کرونا خبر داد

خبر خوش خرید واکسن کرونا



فرصت امروز؛ بالاخره خرید واکسن کرونا از سوی ایران قطعی شد و انطور که رئیس کل بانک مرکزی خبر داده است، ۲۰۰ میلیون یورو برای خرید ۱۶.۸ میلیون دز واکسن کرونا تامین مالی شده است. صبح پنجشنبه بود که عبدالناصر همتی در یادداشتی اینستاگرامی از رفع شدن موانع خرید واکسن کرونا خبر داد و از جزئیات تامین مالی خرید ۱۶.۸ میلیون دز واکسن کرونا سخن گفت. او چند ساعت پس از این یادداشت اینستاگرامی به تلویزیون رفت و در بخش خبری ۲۱ سیما، از رفتار دولت کره جنوبی انتقاد کرد و گفت که «لان ۷ میلیارد دلار پول ما در کره سپرده است و از ما مطالبه می‌کنند که هزینه نگهداری پول را بگیرند و این زشتی کار دولت کره است.» به موازات رئیس کل بانک مرکزی، علی ربیعی سخنگوی دولت نیز از صادرشدن مجوز انتقال پول برای خرید واکسن کرونا از طریق یکی از بانک‌ها خبر داد و در حساب کاربری خود در توییتر نوشت: «بالاخره پیگیری دولت، به خصوص تلاش بی‌وقفه بانک مرکزی به ثمر نشست و یک بامداد پنجشنبه، مجوز انتقال پول برای خرید واکسن کرونا از طریق یک بانک صادر شد. در این مرحله ۲۰۰ میلیون یورو اختصاص یافته و بانک مرکزی به هر میزان که لازم باشد، منابع ارزی برای خرید واکسن کرونا تامین می‌کند.»

روایت همتی از تامین مالی خرید واکسن کرونا

پس از آنکه دولت‌مردان در چند روز گذشته از مشکلات و موانع خرید واکسن کرونا به دلیل تحریم‌ها سخن گفتند، مطالبه‌ای در سطح جامعه و شبکه‌های اجتماعی به راه افتاد که از تقاضای خرید واکسن کرونا از سوی ایران همپای دیگر کشورهای جهان حکایت داشت. در این راستا، صبح پنجشنبه بود که رئیس کل بانک مرکزی در پستی اینستاگرامی از رفع شدن موانع خرید واکسن کرونا خبر داد و نوشت: «در یکی از پست‌های قبلی‌ام تاکید کردم که تحریم آمریکا و نیاز به اخذ موافقت اوکف، موجب شده است ما مسئله خرید واکسن کرونا از کوواکس (Covax) با مشکل و تأخیر رو به رو شویم. در این خصوص چند نکته را برای اطلاع مردم عزیز اعلام می‌کنم: موافقت اولیه برای انتقال از حساب یک بانک (غیر از منابع بانک مرکزی در کره) بامداد امروز دریافت شد و دستور پرداخت وجه را صادر کردیم. پیگیری‌های لازم در این زمینه بی‌وقفه ادامه دارد. بانک

مرکزی ایران برای خرید واکسن کرونا در این مرحله ۲۰۰ میلیون یورو تخصیص داده است. در صورت نیاز، منابع بیشتری نیز تامین خواهیم کرد. هماهنگی لازم را با وزارت بهداشت در این خصوص داریم و مردم عزیز مطمئن باشندند که خرید و انتقال واکسن کرونا در اسرع وقت انجام خواهد شد. در کنار اقدام برای تخصیص ارز خرید واکسن کرونا، حمایت و پشتیبانی لازم، برای تامین ارز تجهیزات موردنیاز خط تولید برای تولید داخلی واکسن را با اولویت خاص، پیگیر هستیم. به همه تلاشگران این عرصه خسته نباشید می‌گویم.»

همتی شامگاه پنجشنبه نیز در بخش خبری ۲۱ سیما حاضر شد و از جزئیات تامین مالی ۲۰۰ میلیون یورویی برای خرید ۱۶.۸ میلیون دز واکسن کرونا صحبت کرد. او با اشاره به تامین منابع موردنیاز برای خرید واکسن کرونا، گفت: «تمام تلاش‌مان را با همکاری وزارت بهداشت برای تامین واکسن ادامه می‌دهیم و وزارت بهداشت تلاش خوبی کرده برای عقد قرارداد با کارگزار سازمان بهداشت جهانی که بتوانیم نزدیک ۱۶.۸ میلیون دز واکسن بگیریم. اینکه قبلاً انجام نشده به این دلیل بود که فکر می‌کردیم از منابعی که در کره داریم بتوانیم تامین کنیم و برای همین نیز سازمان بهداشت جهانی و کارگزار مربوطه به آن از دولت آمریکا مجوز گرفته بود که از طریق کره پرداخت شود.»

همتی ادامه داد: «ما فکر می‌کردیم کره این کار را می‌کند ولی در آخرین لحظه گفتند شما تعهد بدهید که فرآیند را قبول دارید، چرا ما قبول نکردیم چون باید ۱۸۰ میلیون یورو را منتقل می‌کردیم از طریق بانک جی بی مورگان آمریکا و تبدیل به دلار می‌شد و از آنجا به اروپا و بانک سویسی منتقل می‌شد. ما تجربه داریم و دادگاه‌های آمریکا متأسفانه احکامی را ناعادلانه علیه اموال ایران گرفته‌اند و تاکنون نیز ۲ میلیارد دلار از اموال بانک مرکزی را به ناحق برداشت کردند و برای همین از این طریق نتوانستیم و ممکن بود پول مردم ایران را برداشت کنند.»

رئیس کل بانک مرکزی با بیان اینکه «به همین منظور ما مسیر دیگری را طی ۱۰ روز گذشته شروع کردیم»، گفت: «این تلاش امروز (پنجشنبه) به نتیجه رسید. ما از طریق ۳ بانک شروع کردیم و یک بانک ترکیه‌ای، یکی اروپایی و دیگری از شعب بانک‌های فعال خودمان در امور بین‌الملل

بود که توانست از اوفک مجوز بگیرد. قبلاً هم چند بار مطرح شده که سازمان بهداشت جهانی اعلام کرده که ما مجوز کلی را گرفته‌ایم. بله مجوز کلی گرفته بودند، ولی هر بار ما می‌خواستیم به حساب کارگزار سازمان بهداشت جهانی در سوییس و بانک یو بی اس پول بریزیم می‌گفتند هر مرحله بروید مجوز جداگانه بگیرید.»

کره جنوبی بابت نگهداری پول‌مان از ما هزینه می‌گیرد

وی با مغرضانه خواندن این نوع اقدامات آمریکا، افزود: «بعضی‌ها نادانسته و یا مغرضانه تلاش می‌کنند که اقدامات غیرانسانی آمریکا را تطهیر کنند. من سوال می‌کنم آمریکا که می‌گوید مجوز خرید دارو را داده، نفت را که کامل تحریم کرده، پول‌های بانک مرکزی را در همه جای دنیا تحریم کرده، پتروشیمی و فولاد ما را که تحریم کرده و اگر واقعا تحریم نکرده منابع را ما از کجا باید تامین کنیم و اینها را بخیریم؟ ما از اول سال تاکنون ۲.۷ میلیارد دلار دارو خریدیم ولی با روش‌های مختلف و جابه‌جایی و با دور زدن بوده است. همه بانک‌ها را تحریم کردند و این یک مورد خاص نیز تحت فشار افکار عمومی جهان قبول کردند.» به گفته همتی، «همکاران ما در وزارت بهداشت قرارداد بستند و یک بحث‌هایی در جامعه مطرح شد که پول کافی نداشتند. ولی ما پول کافی داریم و الان ۷ میلیارد دلار پول ما در کره سپرده است و از ما مطالبه می‌کنند که هزینه نگهداری پول را بگیرند و این زشتی کار دولت کره است و حتی تضمین هم نمی‌دهند که آمریکایی‌ها برادشت نکنند. دوستان وزارت بهداشت با چین هم در حال مذاکره هستند و پول هم آماده است.» رئیس کل بانک مرکزی با اشاره به اینکه «در رسانه‌ها می‌گویند که فشار افکار عمومی باعث شده این اقدام انجام بشود»، گفت: «ما افتخار می‌کنیم که جوابگوی افکار عمومی باشیم و چند ماه است که شروع کردیم و ما یک لحظه از این کار غفلت نمی‌کنیم. تکیه ما بر این است که تولید داخل را همزمان دنبال کنیم. اولاً دستور دادم که اولویت یک بگذارند تامین ارز و منابع مورد نیاز خط تولید واکسن و هر چقدر که منابع موردنیاز باشد بلافاصه تامین ارز می‌شود. ما نمی‌توانیم چون تولید داخلی می‌شود به خرید بین‌المللی بی‌توجه باشیم و ما خریدمان را انجام می‌دهیم و ۲۰۰ میلیون یورو برای ۱۶.۸ میلیون دز واکسن تخصیص دادیم و محدودیتی در این زمینه نداریم.»

طرح حذف ۴ صفر از پول ملی در چه مرحله‌ای است؟

حذف صفر از پول ملی در انتظار تعیین تکلیف

این طرح پس از طی تشریفات قانونی و بررسی در کمیسیون‌های تخصصی مجلس در بهمن ماه سال ۱۳۹۸ در نوبت طرح در صحن مجلس قرار گرفت که سرانجام در آخرین روزهای کاری دهمین دوره مجلس شورای اسلامی، ۱۵ اردیبهشت ماه ۱۳۹۹، این لایحه پسرر و صدا در دستور جلسه صحن علنی قرار گرفت و به تصویب نمایندگان رسید. مصوبه‌ای که البته از نظر شورای نگهبان دارای مغایرت با قانون اساسی بود و برای رفع ابهام در عبارت «تعهدات کشور در مقابل صندوق بین‌المللی پول» به‌عنوان یکی از معیارهای محاسبه و تعیین برابری پول‌های خارجی نسبت به تومان و نرخ خرید و فروش ارز، در تاریخ ۷ خرداد به مجلس شورای اسلامی بازگشت داده شد و این در حالی بود که دقیقاً در همین روز یازدهمین دوره مجلس شورای اسلامی نیز کار خود را آغاز کرد.

اما با آغاز به کار یازدهمین دوره مجلس شورای اسلامی، لایحه‌ای که دولت با ارائه فهرستی مجزاً از: ۲۵ لایحه اقتصادی که پیش از این به در صحن مجلس در اردیبهشت ساه ۱۳۹۹، مطابق زمان‌بندی معمول و منطقی بررسی لوایح در مجلس شورای اسلامی در دستور کار قرار داشت، گویی از دستور کار خارج شده است. در همین راستا، با وجود آنکه مصوبات دارای قید فوریت معمولاً در اولین فرصت پس از ایراد مغایرت از سوی شورای نگهبان برای بررسی مجدد در صحن مجلس مطرح می‌شوند، اما تا امروز از این لایحه در دستور جلسات مجلس شورای اسلامی خبری نبوده است. این در حالی است که پس از سخنرانی ۲۲ تیرماه رهبر معظم انقلاب با نمایندگان مجلس و تاکید بر اولویت مسائل اشتغال و تولید، دولت با ارائه فهرستی مجزاً از: ۲۵ لایحه اقتصادی که پیش از این به مجلس تقدیم کرده بود، از مجلس درخواست تسریع در بررسی آنها را داشت؛ درخواستی که گویا با بی‌اعتنایی از سوی هیأت رئیسه مجلس مواجه شده باشد. بنابراین این لایحه که تمامی تشریفات و مراحل قانونی و کارشناسی خود را پیش از این طی کرده و تنها در انتظار برداشته شدن

البته به درازا کشیده شدن روند تصویب لایحه حذف چهار صفر از پول ملی، این موضوع، مانع از تدارک و آماده‌سازی دولت برای اجرای این لایحه نشده است و بانک مرکزی در راستای آماده‌سازی روانی جامعه برای پذیرش این تحول مهم پولی، در طراحی نسخه جدید از اسکناس ۱۰ هزار تومانی و همچنین چک‌پول‌های ۵۰ و ۱۰۰ هزار تومانی، چهار صفر آخر عدد ریالی این ارقام را به صورت کم‌رنگ چاپ کرده است. به این ترتیب بانک مرکزی به استقبال از تصویب طرح تبدیل پول ملی از ریال به تومان رفته است تا پس از تصویب این لایحه در مجلس شورای اسلامی، در کوتاه‌ترین زمان ممکن تدارکات لازم برای اجرای این قانون را فراهم سازد.

دریچه

بورس جایی برای شانس و اقبال نیست

تبعات رفتار توده‌وار در بورس تهران

بارها مشاهده شده افرادی که دانش کمی در بازارهای مالی دارند، بدون تحلیل و بررسی و فقط به این دلیل که گروه بزرگی از معامله‌گران در صف خرید یا فروش قرار گرفته‌اند، اقدام به معامله سهام می‌کنند و انتظار دارند به سودهای خوبی دست یابند. به گزارش ایرناپلاس، تابستان امسال شاخص بورس با رکوردشکنی‌های بی‌سابقه، نه تنها در میان سرمایه‌گذاران ایرانی شگفتی‌ساز شد، بلکه توجه خارجی‌ها را هم به خود جلب کرد. در حالی که بازارهای جهانی همگی متأثر از پیامدهای شیوع ویروس کرونا، یکی پس از دیگری سقوط می‌کردند، بورس تهران قله‌های جدیدی را فتح می‌کرد. همین رکوردشکنی‌ها در کنار وضعیت اقتصادی کشور، باعث شد بورس یکی از جذاب‌ترین گزینه‌های سرمایه‌گذاری شود؛ گزینه جذابی که خیلی زود - با اصلاح بیش از نیم میلیون واحدی شاخص - تبدیل به خاطره‌ای تلخ برای تعداد زیادی از سرمایه‌گذاران تازه‌وارد بورس شد. بسیاری از سرمایه‌گذاران تازه‌وارد که این روزها تلخی اصلاح بازار را حسایی لمس کرده‌اند، با سه مولفه «آموزش»، «تجربه» و «ابزارهای مدیریت دارایی» آشنایی کمی دارند. بیشتر این افراد در ماه‌های اخیر تحت تاثیر رفتارهای توده‌وار در بازارهای مالی، دارایی‌هایشان را در معرض ریسک بالایی قرار دادند که نتیجه آن چیزی جز زیان نبوده است. همین رفتار توده‌وار از جمله عواملی بود که سبب شد بسیاری بدون کسب دانش و تجربه، فقط با اتکا به سیگنال‌های تلگرامی و صفحه‌های اینستاگرامی اقدام به معاملات سهام کنند. بارها مشاهده شده افرادی که دانش کمی در بازارهای مالی دارند، بدون تحلیل و بررسی و فقط به این دلیل که گروه بزرگی از معامله‌گران در صف خرید یا فروش قرار گرفته‌اند، اقدام به معامله سهام می‌کنند. چنین رفتارهایی فقط مختص بورس نیست؛ هر از چند گاهی شاهد موارد مشابه در بازار خودرو، طلا، ارزهای خارجی و... هستیم.

سرمایه‌گذار کم‌اطلاع و تازه‌واردی که بدون دریافت آموزش‌های لازم، به‌طور مستقیم در بورس سرمایه‌گذاری کرده، به طور قطع با نخستین اصلاح یا ریزش بازار، بیشترین زیان را متحمل می‌شود.

سهامدارانی که تا دیرباز با خرید هر سهمی روزانه ۵ درصد سود می‌کردند، انتظار صف فروش شدن دارایی‌هایشان را نداشتند؛ اتفاقی که با نمایان شدن روی دیگر بازار از نیمه تابستان رخ داد و تازه‌واردان با اصلاح بازار فهمیدند که بازار سرمایه محل امتحان کردن شانس و اقبال نیست!

این اتفاق به طور قطع کام میلیون‌ها سهامدار تازه‌وارد را تلخ کرد و بسیاری با ریزش بازار، بیش از ۵۰ درصد از ارزش دارایی‌هایشان را از دست دادند، در حالی که افراد باتجربه و حرفه‌ای با مدیریت ریسک سبک دارایی‌هایشان، در نهایت با زیان ۱۰ تا ۲۰ درصدی مواجه شدند.

بسیار اعتقاد دارند این تجربه بسیار باارزشی بود زیرا سرمایه‌گذارهای تازه‌وارد متوجه شدند نباید به سیگنال‌های بی‌پایه و اساس برخی افراد که در کانال‌های تلگرامی و صفحه‌های اینستاگرامی برای مردم کیسه می‌دوزند، توجه کنند.

اینکه چرا فضای فعالیت چنین کانال‌ها و صفحه‌های کذابی فراهم شد، بحث جداگانه‌ای است، اما به طور قطع ضعف در آموزش و اطلاع‌رسانی یکی از مواردی بود که در کنار رفتار توده‌وار سرمایه‌گذاران و اقتصاد پرتلاطم ماه‌های اخیر باعث شد تا تجربه تلخی برای بسیاری رقم بخورد.

جالب‌تر از مواردی که به آنها اشاره شد، تصورها و شایعه‌هایی بود که بسیاری آن را باور کردند. سهامداران جدیدی که تصور درستی از فضای بورس نداشتند، اصلاح بازار را نقشه حقوقی‌ها برای خالی کردن جیب سهامداران خرد به حساب آوردند.

سرمایه‌گذاری که نداند مسئولیت سرمایه هر فرد برعهده خودش است، با مقصر دانستن دیگران از بی‌توجهی اشتباهاتش خواهد بود. در چنین شرایطی به‌جای اصلاح استراتژی‌های سرمایه‌گذاری، به طور دائم در انتظار حمایت از بازار خواهند بود؛ یعنی بازگشت به روزهای همیشه سبز!

نهادهای مسئول نیز تحت تأثیر چنین فضایی، گاهی اقدام به اتخاذ تصمیم‌های هیجانی کردند. محدود کردن فعالیت حقوقی‌ها، ممنوعیت‌های معاملاتی، تغییر ساعات معاملات و برگزاری آزمون ورودی برای سرمایه‌گذاران جدید، رویکرد مناسبی برای حمایت از فعالان تازه‌وارد نیست.

رشد زمستانی بازارهای مالی

هفته نخست دی ماه با رشد ۲,۴ درصدی شاخص بورس تهران به پایان رسید



ریخته‌گری تمامی روزهای معاملاتی هفته گذشته را با صف خرید پست سر گذاشت. این در حالی رقم خورد که معاملات کم‌مقدار در این سهام سبب شد تا «کماسه» از پس بر کردن حجم مینا برنیاید و قیمت پایانی آنچنان که باید رشد نکند. به این ترتیب این شرکت تولیدکننده ماسه‌های ریخته‌گری و صنعتی به رشد ۲۰ درصدی در مجموع هفته بسنده کرد.

دیگر گروه پربرازده بورس تهران در هفته گذشته (منتبتی به ۳ دی‌ماه)، صنعت محصولات چوبی بود. این گروه نیز که از تک سهم «چغیبر» تشکیل شده است در هفته گذشته با رشد ۱۹ درصدی همراه شد. سهام شرکت فیبر ایران که در ابتدای هفته صف فروش بود و در کف قیمت مجاز دادوستد می‌شد، از یکشنبه برتقاضا ظاهر شد و به صف خرید رفت. در آخرین روز کاری آذرماه نیز اطلاعات بااهمیتی از این شرکت در خصوص برنده شدن در مزایده فروش فرآورده‌های زراعت جوب در استان گیلان به حجم کلی ۱۰۷۷۲ مترمکعب انواع چوب صنوبر، کاج، توسسکا و سایر گونه‌ها با مبلغ پیشبشهادی ۴۳۵,۲۵۰ میلیون ریال خبر داد و پس از بازگشایی بدون نوسان رشد قیمت ۱۰ درصدی را ثبت کرد. هفته گذشته همچنین قیمت‌های جهانی کامودیتی‌ها به واسطه شناسایی گونه جدید و جهش‌یافته ویروس کرونا در بریتانیا با افت مواجه شد. در این شرایط بیشترین رشد قیمت در میان سهام کالایی با افزایش میانگین قیمت ۶,۴ درصدی از آن معدنی‌ها شد. گروه فلزات اساسی نیز معاملات هفتگی خود را با رشد ۳,۷ درصدی پشت سر گذاشتند. پتروشیمی‌ها نیز در هفته‌ای که گذشت شاهد رشد ۲,۵ درصدی میانگین قیمت سهام زیرمجموعه خود بودند. اما کالایی‌ها گروه‌های منفی نیز داشتند. جایی که گروه شرکت‌های چند رشته‌ای صنعتی با محوریت «شستا» افتی به میزان ۰,۷ درصد را ثبت کردند. پالایشی‌ها نیز از قافله عقب ماندند و با ریزش ۵ درصدی معاملات این هفته را پشت سر گذاشتند.

اما در قعر جدول بازدهی هفتگی بورس تهران، گروه محصولات چرمی قرار گرفت که افتی ۶,۹ درصدی را تجربه کرد. این گروه با تک نماد «وملی» در حالی طی نیمه نخست سال ۹۹ در مسیر صعودی یکه‌تازی می‌کرد که حال از قافله رشد عقب مانده است. این سهم چهار روز از ۵ روز کاری را در محدوده قرمز تابلو قیمت خورد، اما در آخرین روز هفته با صف خرید همراه شد. گروه انتشار و چاپ در هفته مورد بررسی با کاهش شاخص ۶,۳ درصدی مواجه شد. این صنعت با تک سهم «چافست» نیمی از هفته را با صف فروش و نیم دیگر آن را با صف خرید سپری کرد.

رقم خورد. نهایتاً یورو هفته را قیمت ۳۱ هزار و ۵۵۷ تومان به پایان رساند. پوند انگلیس نیز هفته را با قیمت ۳۴ هزار و ۴۰۲ تومان آغاز کرد. روز یکشنبه بالاترین قیمت هفته پوند رقم خورد و ارزش آن به ۳۴ هزار و ۸۷۸ تومان رسید. کمترین قیمت هفتگی هر پوند انگلیس نیز در میانه هفته با قیمت ۳۳ هزار و ۸۹۸ تومانی به ثبت رسید. پوند انگلیس هفته را نرخ ۳۴ هزار و ۵۷۶ تومانی به پایان رساند.

در بازار سکه و طلا نیز قیمت‌ها به دلیل رشد جزئی نرخ ارز در شیب ملایم صعودی قرار داشتند و اندکی افزایش یافتند. بهای هر قطعه سکه تمام بهار آزادی طرح جدید در طول هفته گذشته ۱۱۵ هزار تومان تقویت شد و در انتهای هفته به ۱۱ میلیون و ۹۵۰ هزار تومان رسید. سکه تمام طرح قدیم نیز از حدود ۱۱ میلیون و ۴۰۰ هزار تومان در ابتدای هفته با رشد ۱۰۰ هزار تومانی به ۱۱ میلیون و ۵۰۰ هزار تومان رسید. در طول یک هفته اخیر، حباب سکه نیز کاهش یافت و در حال حاضر هر قطعه سکه حدود ۷۰۰ هزار تومان حباب دارد. قیمت هر قطعه نیم سکه نیز در طول هفته ۵۰ هزار تومان رشد داشت و به ۶ میلیون و ۳۰۰ هزار تومان رسید، اما قیمت ربع سکه در طول هفته تغییری نداشت. در حال حاضر قیمت هر قطعه ربع سکه ۴ میلیون و ۲۰۰ هزار تومان و سکه یک گرمی ۲ میلیون و ۳۵۰ هزار تومان است. همچنین هر گرم طلای ۱۸ عیار در پایان هفته با افزایش ۱۷ هزار تومانی به ازای هر گرم یک میلیون و ۱۴۹ هزار تومان قیمت خورد. هر مثقال طلا نیز با افزایش ۸۰ هزار تومانی به ۴ میلیون و ۷۹۹ هزار تومان رسید. آخرین قیمت اونس جهانی نیز ۱۸۸۰ دلار و چهار سنت است.

برندگان و بازنده‌گان بورس در هفته گذشته

هفته نخست زمستان در بورس تهران با رشد ۲,۴ درصدی شاخص کل به پایان رسید. این مهم در حالی رقم خورد که بزرگان کالایی عمده‌ها هفته‌ای خوب را سپری نکردند و در مقابل شاهد اقبال معامله‌گران به گروه‌های بزرگ غیردلاری و صنعتی با ارزش بازار پایین‌تر بودیم. این وضعیت سبب شد تا شاخص کل هم‌وزن با رشد ۷,۳ درصدی همراه شود. نگاهی به عملکرد صنایع سی‌وهشت‌گانه بورسی نشان می‌دهد در مقابل رشد قیمت سهام در ۲۸ گروه، ۹ صنعت قرمزپوش شدند.

در این هفته عمده توجه معامله‌گران به گروه‌های کوچک بورسی بود. به این ترتیب بیشترین بازده هفتگی با رشد ۲۰ درصدی از آن گروه سایر معادن با تک سهم «کماسه» شد. نماد معاملاتی شرکت تامین ماسه

فرصت امروز: بازار سرمایه در هفته اول زمستان به بازدهی ۲ درصدی رسید و این سوال پیش روی سهامداران قرار گرفت که بورس تهران در روزهای سرد زمستان چه لباسی بر تن می‌کند؟ آیا بورس همچون روند یک سال اخیر خود لباس سبز بر تن خواهد کرد یا قرمز خواهد پوشید؟ مقایسه بازده بازارها در آذرماه نشان می‌دهد که بخش عمده نقدینگی در این ماه وارد بازار سهام شده زیرا در این مدت بازده بازار سهام تحت تأثیر ورود نقدینگی جدید افزایش یافته است. در این مدت شاخص بورس تهران نزدیک به ۹۴ هزار واحد رشد کرد و از یک میلیون و ۳۴۵ هزار واحد به یک میلیون و ۴۳۹ هزار واحد در پایان آذرماه رسید. هرچند در این ماه شاخص کل حدود یک هفته با ریزش شدید مواجه شد و حتی به مرز یک میلیون و ۲۰۰ هزار واحد هم رسید ولی باز هم رشد کرد تا در نهایت روی عدد یک میلیون و ۴۳۹ هزار واحد ایستاد. این اعداد با معنای آن است که سهامداران توانسته‌اند در آذرماه به طور متوسط ۷ درصد بازده در بورس به دست بیاورند؛ درحالی‌که در این مدت عمده سرمایه‌گذارانی که طلا و ارز خریدند با زیان مواجه شده‌اند. قیمت هر سکه طلا در آذرماه با دست کم ۲,۵ درصد نزول از ۱۲ میلیون و ۲۰۰ هزار تومان به ۱۱ میلیون و ۹۰۰ هزار تومان رسید و قیمت هر دلار آمریکا هم بدون هیچ رشدی صرفاً در کانال ۲۵ هزار تومان در نوسان بود.

نیمرخ بازارهای مالی در هفته اول زمستان

قیمت دلار و سکه در هفته‌ای که گذشت، روندی آرام و مستمر داشت. نوسان روزانه قیمت سه ارز معتبر دلار، پوند و یورو در هفته گذشته نشان می‌دهد کرانه نوسان‌ها کمتر از هزار تومان بوده است و این امر از آرامش نسبی بازار ارز در هفته گذشته خبر می‌دهد. بازار ارز در حالی هفته نخست دی را آغاز کرد که در روز اول هفته (شنبه ۲۹ آذر) نرخ هر دلار آمریکا ۲۵ هزار و ۹۰۰ تومان بود. در روز یکشنبه (۳۰ آذر) نرخ هر دلار آمریکا به کمترین قیمت هفته خود رسید و به ۲۵ هزار و ۴۵۰ تومان در بازار دست به دست شد. این روند با شیب افزایشی ملایم تا پایان هفته ادامه یافت و نهایتاً در آخرین ساعات روز پنجشنبه (۴ دی) قیمت هر دلار آمریکا به ۲۵ هزار و ۹۶۰ تومان رسید.

یورو نیز هفته را با ۳۱ هزار و ۴۰۱ تومان آغاز کرد اما در روز سه‌شنبه به کمترین قیمت هفته خود یعنی ۳۰ هزار و ۶۵۰ تومان رسید. بالاترین قیمت هفته ۳۱ هزار و ۶۰۱ تومان بود که در روز اول هفته برای ساعتی

زیر و بم نحوه ورود به بورس

دو طریق مستقیم یا غیرمستقیم وارد بورس شوند. در روش غیرمستقیم نیاز به منابع آموزشی بسیار کمتر است. در این روش تنها نحوه انتخاب صندوق‌ها و یک سیدگردان اهمیت دارد. در خصوص صندوق‌های سرمایه‌گذاری سایت fipiran.com اطلاعات کاملی ارائه می‌دهد و تاکنون چندین کتاب هم در خصوص انتخاب صندوق به تألیف درآمده که سرمایه‌گذاران می‌توانند از آنها استفاده کنند. در خصوص سیدگردان هم تقریباً در جلسات حضوری سرمایه‌گذار به طور کلی نسبت به حقوق و ویژگی‌های سرمایه‌گذاری آگاه خواهد شد. به‌زاهد افزود، چنانچه شخصی سرمایه‌گذاری مستقیم را انتخاب کرده باشد حتماً باید دوره‌های آموزشی مناسب را گذراند و به توصیه‌های سرمایه‌گذاری که در همه بورس‌های دنیا نیز تکرار می‌شود توجه کند. در حال حاضر دوره آموزشی آشنایی با سرمایه‌گذاری در بازار سرمایه، تابلوخوانی، تحلیل تکنیکال، بنیادی و روانشناسی بازار برای سرمایه‌گذارانی که قصد خرید و فروش سهام را دارند لازم است. سرمایه‌گذارانی که تمایل به استفاده از ابزارهای مختلف مالی را دارند می‌توانند در دوره‌های ابزارهای نوین مالی نیز شرکت کنند. برای هر کدام از این دوره‌ها منابع و کتب آموزشی هم وجود دارد که می‌توان استفاده کرد.

او در پایان سخنانش گفت: اکثر این موارد هم در قالب ویدئو، متن و پادکست نیز موجود است که سرمایه‌گذاران می‌توانند این منابع را در بخش آموزش سایت مدیریت فناوری بورس تهران به اسم www.tsetmc.com دنبال کنند. در کنار آن سایت بورس مدیا به نشانی www.boursemediar.com نیز مطالب آموزشی را در قالب ویدئو در اختیار مخاطبین قرار داده است. در کنار مطالعه موارد آموزشی فوق‌الذکر به این نکته توجه داشته باشیم که حضور و تجربه در این بازار نیز بخشی از مسیر موفقیت است.

نکته‌ای که در سرمایه‌گذاری و ورود به بازار سرمایه کمتر مورد توجه قرار گرفته، آگاهی و دانش کامل برای سرمایه‌گذاری در این بازار است؛ موضوعی که مدیرعامل شرکت اطلاع‌رسانی و خدمات بورس ضمن تأکید بر اهمیت آن، زیر و بم نحوه ورود به بازار سرمایه و کسب دانش در مورد این بازار را نیز تشریح کرد.

بهنام بهزادفر با تأکید بر اینکه حضور فعال در بازار سرمایه برای مردم، دولت‌ها و شرکت‌های پذیرفته شده که ناشرین محسوب می‌شوند، مزایای زیادی دارد، به این‌گونه گفت: به طور کلی حضور در بازار سرمایه برای سرمایه‌گذاران مزایایی همچون مشارکت در سود و اداره شرکت‌ها، برخورداری از حمایت قانونی سازمان بورس و اوراق بهادار، امکان سرمایه‌گذاری با هر مبلغی، قابلیت نقدشوندگی بالا، برخورداری از شفافیت بالا، بازدهی بالاتر نسبت به سایر بازارهای موازی در بازه بلندمدت و سرمایه‌گذاری در بازار مولد و مشارکت در اقتصاد پویا را دارد. ناشرین و دولت‌ها نیز از بابت بازار سرمایه‌ای پویا منافع دارند که پرداخت به آن در این مقال نمی‌گنجد. وی ادامه داد: اما حضور سرمایه‌گذاران در این بازار بدون دانش و آگاهی لازم مسائلی را در پی دارد و ممکن است هم باعث اضطراب آنها شود و هم ریسک کلی سرمایه‌گذاری آنها را بالا ببرد. علاوه بر آن در حال حاضر حدوداً ۴۰ ابزار و قرارداد در چهار بورس کشور تعریف شده که اکثر آنها توسط سرمایه‌گذاران حقیقی قابل استفاده است. این ابزارها به همراه تحولات اقتصادی کشور پیچیدگی سرمایه‌گذاری در بورس را که ماهیتاً نوسانی است بالا می‌برد. به همین منظور توصیه می‌شود سرمایه‌گذاران حتماً قبل از ورود به این بازار آگاهی کسب کنند.

مدیرعامل شرکت اطلاع‌رسانی و خدمات بورس با بیان اینکه رمز موفقیت در بازار سرمایه را می‌توان سرمایه‌گذاری در خود سرمایه‌گذار دانست، گفت: این امر با افزایش سواد مالی حاصل می‌شود. به طور کلی سرمایه‌گذاران می‌توانند به

آگهی تجدید مناقصه عمومی یک مرحله‌ای با ارزیابی کیفی

شماره مجوز ۱۳۹۹/۵۴۳۷



تربط ملی بخش فرآورده های نفتی ایران

منطقه هرمزگان

تاریخ انتشار نوبت اول: ۹۹/۱۰/۲۱	روابط عمومی شرکت ملی بخش فرآورده های نفتی منطقه هرمزگان	تاریخ انتشار نوبت دوم: ۹۹/۱۰/۱۶
۱- مبلغ ضمانت نامه فرایند اراج کار مناقصه (به جز پست بانک) ۲۵۳۲۰۰۰۰۰۰	مناقصه گزارش شرکت ملی بخش فرآورده های نفتی منطقه هرمزگان موضوع تجدید مناقصه عمومی یک مرحله‌ای با ارزیابی کیفی مندرج زیر: (تجهیز، طبخ و توزیع غذای گرم کارکنان ایستگاه نفت شهید باهنر و شهید رجایی)	۱- مناقصه که طبق آخرین تغییرات دروزنه رسمی مجاز به لفافه اسناد نماد اور شرکت می‌باشد به‌عنوان آخرین نمونه آمده، آنها.
۲- مبلغ برآورد ۱۰۴/۱۵۱/۰۴۳ - شریال.	۳- مدت اجرای کار ۱۲ ماه می‌باشد.	۸- ارائه آخرین صورت‌های مالی حسابرسی شده برای شرکتها (منتهی به سال ۹۷)
۳- ارائه سابقه کاری مرتبط و دانش حداقل نو فرزندان متشبه طی ۴ سال گذشته که درگاه حداقل تعداد ۵۰۰ پرسن غذا تهیه و توزیع شده به‌نماد گواهی حسن انجام کارهای انجام شده.	۴- مزایای مناقصه هرمزگان.	۹- ارائه گواهی بانکی در خصوص گردش مالی یکساله و خوش حسابی برای رستوران‌ها
۴- مزایای مناقصه با ارائه راجع کار مناقصه (به جز پست بانک) ۲۵۳۲۰۰۰۰۰۰	۵- فرآیند مناقصه و شرایط شرکت در مناقصه.	۱۰- تصویر کلیه گواهی‌نامه ها و مدارک فوق در هر دو پاکت ب و پاکت ارزیابی کیفی فرار داده شود.
۵- فرآیند مناقصه و شرایط شرکت در مناقصه.	۶- شرایط شرکت در مناقصه.	۱۱- توزیع اسناد به مدت ۷ روز از تاریخ ۹۹/۱۰/۰۴ لغایت ۹۹/۱۰/۱۱ مهلت تحویل پاکت‌های ندرخاله کسب مناقصه (تسبیح و ارزیابی کیفی) تا ساعت ۱۴ روز سه شنبه مورخ ۹۹/۱۰/۲۳، بازگشایی پاکت های ارزیابی کیفی مورخ ۹۹/۱۰/۲۴ می‌باشد و تاریخ بازگشایی پاکت‌های الف، ب و ج متعاقباً اعلام خواهد شد.
۶- شرایط شرکت در مناقصه.	۷- ارائه اسناد به مدت ۷ روز از تاریخ ۹۹/۱۰/۱۶ لغایت ۹۹/۱۰/۲۳ مهلت تحویل پاکت‌های ندرخاله کسب مناقصه (تسبیح و ارزیابی کیفی) تا ساعت ۱۴ روز سه شنبه مورخ ۹۹/۱۰/۲۳، بازگشایی پاکت های ارزیابی کیفی مورخ ۹۹/۱۰/۲۴ می‌باشد و تاریخ بازگشایی پاکت‌های الف، ب و ج متعاقباً اعلام خواهد شد.	۱۲- تاریخ برگزاری جلسه توضیحی روز یکشنبه مورخ ۱۳۹۹/۱۰/۱۶ ساعت ۱۰ صبح می‌باشد.
۷- شرایط شرکت در مناقصه.	۸- شرایط شرکت در مناقصه.	۱۳- نقدکرهیم: پس از طی مراحل قانونی ، پاکت الف، ب و ج مناقصه گرامی مفتوح خواهد شد که کلیه مدارک فوق الاشاره را ارائه نموده و مورد تایید گمرکته فنی بازرگانی قرار گرفته باشند.
۸- شرایط شرکت در مناقصه.	۹- شرایط شرکت در مناقصه.	۱۴- به پیشنهادهای اعلامیافته، حضور و محذوشت وجهتین پیشنهادی که پس از مهلت مقرر در فرآیند واصل گردد ترتیب اثر داده نخواهد شد.
۹- شرایط شرکت در مناقصه.	۱۰- شرایط شرکت در مناقصه.	۱۵- بازگشایی پاکت های نرخ پیشنهادی به تعداد پاکت واصله می‌باشد.
۱۰- شرایط شرکت در مناقصه.	۱۱- شرایط شرکت در مناقصه.	۱۶- پاکت الف و ب و ج خود را درمیانهای بازگشایی نموده و همچنین به صورت فیزیکی نیز درحرفه مناسب وکات وپهرشاد فرار داده و همراه با نامه به ندرخاله تحویل نمایند.
۱۱- شرایط شرکت در مناقصه.	۱۲- شرایط شرکت در مناقصه.	۱۷- لزوم بذکر است در صورت عدم ورود به مناقصه جهت بازگشایی اسناد، از دریافت پاکت فیزیکی آنها نیز امتناع می‌گردد.

اخبار

در تأمین و عرضه پوشک بچه مشکلی نداریم

وزیر صنعت، معدن و تجارت در دیدار با اعضای انجمن تولیدکنندگان تیشو (محصولات سلولزی و بهداشتی)، خواستار تشکیل کمیته‌ای برای پیگیری مسائل مرتبط با این حوزه شد و گفت در تأمین و عرضه پوشک بچه مشکلی نداریم. به گزارش ایسنا، علیرضا رزم حسینی اظهار کرد: در این کمیته از نظر نخبگان، تشکل‌ها و بخش خصوصی برای ارائه راه حل های تخصصی درخصوص مسائل و مشکلات حوزه محصولات سلولزی و بهداشتی و تیشو استفاده شود. وی همچنین با تأکید بر اینکه تصمیمات گرفته شده در وزارت صمت همواره با نظر بخش خصوصی و تشکل‌ها بوده است، تصریح کرد: تصمیمات اخیر در خصوص سیاست‌های جدید صادراتی که سبب گشایش‌های خوبی در حوزه تأمین اقلام مورد نیاز مردم و مواد اولیه کارخانجات شده است نیز بر همین منوال با نظر موافق بخش خصوصی بوده است. وزیر صنعت، معدن و تجارت درخصوص تأمین مواد اولیه کارخانجات تیشو(محصولات سلولزی و بهداشتی)، بیان کرد: تولیدکنندگان تیشو، محصولات سلولزی و بهداشتی می‌توانند تأمین مواد اولیه خود را با استفاده از ایلایغیه‌های جدید صادراتی اعم از طریق ارز اشخاص یا واردات در مقابل صادرات انجام دهند و در کنار اینها از خطوط اعتباری با شرکتهای تأمین‌کننده خارجی نیز می‌توانید برای تأمین مواد اولیه خود استفاده کنند. رزم حسینی در ادامه با اعلام اینکه در زمینه تولید و عرضه پوشک بچه مشکلی در کشور نداریم، گفت: بنابر آمار اعضای انجمن؛ تولید و عرضه پوششک بچه به خوبی در حال انجام است و مردم نباید در این زمینه نگرانی داشته باشند. وی همچنین با تأکید بر مصلحت تأمین و فراوانی کالا بر رونق تولید، اضافه کرد: تصمیمات در حوزه رونق تولید برای بهرمنندی عموم مردم باید شجاعانه گرفته شود و خوشبختانه با اتخاذ این رویه کمبود کالا در کشور نداریم، اگر چه ممکن است به خاطر تغییر برخی متغیرهای اقتصادی گرانی‌هایی وجود داشته باشد. وی تولید ثروت و کارآفرینی را مقدس و مورد تکریم دانست و اظهار کرد: مسئولان نظام همواره بر این موضوع تأکید داشتند و مقام معظم رهبری، تولیدکنندگان و کارآفرینان را «عابدین» نامیدند که بر همین اساس وزارت صمت حمایت از تولید را وظیفه جدی و محوری خود می‌داند.

کدام کالاها بیشتر احتکار شدند؟

طی آبان ماه سال جاری، ۳۰۱ انباردار متخلف به اتهام اختفا، احتکار و عدم اعلام موجودی کالا به تعزیرات حکومتی معرفی شدند و به طور کلی بعد از ایلایغ شیوه‌نامه بازرسی از انبارها تاکنون، کالاهای اساسی شامل برنج، چای، روغن نباتی، شکر، تخم مرغ، تجهیزات پزشکی و انواع شوینده و بهداشتی بیشترین ارزش ریالی کالای مکشوفه در استان‌ها را تشکیل می‌دهد. به گزارش ایسنا، اطلاعات منتشرشده از سوی سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان، آمارهای دریافتی از سازمان‌های صنعت، معدن و تجارت سراسر کشور در آبان ماه امسال نشان می‌دهد که ۱۳ هزار و ۷۶ مورد بازرسی حضوری از انبارها و سردخانه‌ها انجام شده که حاصل این بازرسی‌ها کشف ۳۰۱ تخلف به ارزش بیش از ۱۰۴ میلیارد و ۶۰۰ میلیون تومان بوده است. به طور کلی بعد از ایلایغ شیوه‌نامه بازرسی از انبارها تاکنون بالغ بر ۱۲۶ هزار و ۸۹۰ مورد بازرسی از انبارها و مراکز نگهداری کالا در سطح کشور انجام گرفته و بیش از ۲۹۰۶ پرونده تخلف در همین راستا تشکیل و پرونده متخلفان برای رسیدگی به ادارات کل سازمان تعزیرات حکومتی ارجاع شده و ارزش رایلی این پرونده‌ها بالغ بر ۷۹۱ میلیارد و ۸۸۵ میلیون تومان برآورد می‌شود. براساس این گزارش، کالاهای اساسی شامل برنج، چای، روغن نباتی، شکر، تخم مرغ، تجهیزات پزشکی و انواع شوینده و بهداشتی بیشترین ارزش ریالی کالای مکشوفه در استان‌ها را تشکیل می‌دهد و لوازم خانگی، کالاهای سلامت محور و آرایشی و بهداشتی، لوازم پدکی، لاستیک و قطعات خودرو در ردیف‌های بعدی قرار دارد. شیوه‌نامه بازرسی از انبارها و مراکز نگهداری کالا اواخر آبان ماه سال گذشته ایلایغ شد که براساس آن ۱۰ قلم کالا برای رصد و پایش مستمر و الزام به انباشت شامل برنج، ذرت دامی، شکر، لاستیک، چای، کاغذ چاپ و تحریر و روزنامه، کنجاله سویا، گندم، جو و روغن موتور دارای اولویت است و بسته به اینکه واحد مورد بازرسی دارای اقلام مشمول تبصره ۴ ماده ۱۸ قانون مبارزه با قاچاق کالا و ارز بوده یا خیر اینکه کالاهای مشمول در سامانه جامع انبارها ثبت شده است یا خیر، براساس ضوابط این شیوه‌نامه به‌خورد لازم صورت می‌گیرد. همچنین در شیوه‌نامه یادشده از تمامی واحدهای مشمول خواسته شد تا ضمن ثبت‌نام و ثبت بارنامه‌های صادره در سامانه جامع انبارها و مراکز نگهداری کالا اقدام کنند.

داروسازانی که میلیاردر شدند

به دنبال شیوع کرونا، مدیران شرکتهای دارویی ثروت هنگفتی کسب کرده‌اند. به گزارش ایسنا، کرونا به اقتصادهای جهانی آسیب زیادی زده است و کریستالینا جیورجیو- رئیس صندوق بین‌المللی پول از بحران کرونا به عنوان بزرگترین بحران اقتصادی معاصر پس از رکود بزرگ نام برده است، با این حال برخی از ثروتمندان از وضعیت فعلی سود برده‌اند و تنها در یک سال اخیر ثروتمندان آمریکایی موفق به افزودن یک تریلیون دلار دیگر به ثروت خود شده‌اند. طبق اعلام فوربس، از زمان شیوع کرونا ۵۰ فرد فعال در حوزه بهداشت و درمان به جمع میلیاردرهای جهان پیوسته‌اند که مدیران شرکتهای داروسازی حضور پررنگی در این فهرست دارند. با توجه به شیوع کرونا و افزایش تقاضا برای تجهیزات پزشکی و دارویی، حساب بانکی این افراد به کلی دگرگون شده است. اکنون ثروت اوگور شاهین- مدیرعامل شرکت بیونتک به ۴.۲ میلیارد دلار رسیده است. استفان بانسل- مدیرعامل شرکت دارویی مدرنا نیز اکنون ۴.۱ میلیارد دلار ثروت دارد. بیشتر ثروتمندان جدید کروناپی شهرستان کشورهای چین و آمریکا هستند و حدود ۸۰درصد فهرست از این دو کشور تشکیل شده است. اکنون ثروت دووای مین که حدود یک چهارم تولید واسکن چین را در اختیار دارد به ۴.۱ میلیارد دلار رسیده است. هو کان- مدیرعامل شرکت کنتک مدیکال سیستمز که تولیدکننده تجهیزات پزشکی است نیز از ۳.۹ میلیارد دلار عبور کرده است. مدیران شرکتهای دارویی اروپایی نیز از این قافله عقب نمانده‌اند: سرژیو استیوانتو- مدیر گروه استیوانتو به لطف تقاضا برای تجهیزات دارویی در ایتالیا به ۱.۸ میلیارد دلار ثروت دست پیدا کرده است. بانک جهانی انتظار دارد رشد اقتصادی امسال جهان به منفی ۵.۲ درصد برسد و بحران کرونا در جهان در سال آینده میلادی نیز ادامه پیدا کند. با توجه به رویه کنونی انتظار می‌رود مدیران شرکتهای دارویی سودهای هنگفت بیشتری به جیب بزنند البته این روند تنها محدود به آنها نخواهد بود و صاحبان فروشگاه‌های اینترنتی نیز در نتیجه کرونا سود بالایی کسب کرده‌اند.

عضو هیأت مدیره انجمن صنایع فرآورده‌های لبنی با بیان اینکه کره از گروه یک کالایی به گروه دو کالایی نیز تغییر وضعیت داده است و ارزش ترجیحی برای واردات آن تخصیص داده نمی‌شود، گفت کره‌هایی که در حال حاضر در کشور تولید و بسته‌بندی می‌شود از خامه‌های استحصال داخلی بوده و براساس قیمت چربی، قیمت آن محاسبه می‌شود.

محمد فرید در گفت وگو با ایسنا، در پاسخ به این سوال که آیا قیمت کره در روزهای اخیر افزایش یافته است؟ اظهار کرد: در گذشته ارز ۴۲۰۰ تومانی به کره وارداتی تعلق می‌گرفت که عرضه آن کره شهرپور سسال جاری پایان یافت و ارزش ترجیحی برای واردات آن هم مجدداً تخصیص نیافت. همچنین کره از گروه یک کالایی به گروه دو کالایی نیز تغییر وضعیت داد و کره‌هایی که در حال حاضر در کشور تولید و بسته‌بندی می‌شود، از خامه‌های استحصال داخلی بوده و براساس قیمت چربی قیمت آن محاسبه می‌شود. وی ادامه داد: درحال حاضر به ندرت کسی تمایل به واردات کره با ارزش

نیمایی دارد، زیرا به دلیل افزایش نرخ ارز قیمت تمام شده وارداتی آن از نمونه داخلی بسیار بیشتر خواهد بود.

عضو هیأت مدیره انجمن صنایع فرآورده‌های لبنی اضافه کرد: درحال حاضر هر درصد چربی ۷۰۰ تومان (هر دهم درصد ۷۰ تومان) قیمت دارد. کدره نیز ۸۲ درصد چربی و حدود ۲درصد ضایعات فرآیند تولید دارد. با محاسباتی ساده اگر این ۸۴ درصد را در ۷۰۰ تومان ضرب کنیم و هزینه تبدیل خامه به کره را به آن اضافه کنیم، متوجه می‌شویم که هر قالب کره ۱۰۰ گرمی با احتساب سود تبدیل‌کننده خامه به کره حدود ۶۵۰۰ تومان هزینه مواد اولیه دارد. وی افزود: مابقی هزینه‌ها نیز از جمله هزینه بسته‌بندی، هزینه‌های دستمزد و سربار، هزینه توزیع تا درب مغازه، سود مغازدار و ۹ درصد مالیات ارزش افزوده است که قیمت مصرف‌کننده کره را در نقطه سر به سر بیش از ۱۰ هزار تومان می‌کند و قیمت آن براساس ضوابط قیمت‌گذاری بیش از ۱۲ هزار تومان است. فرید در پاسخ به این سوال که آیا با افزایش بیش از دو برابری قیمت



کره از ابتدای سال تاکنون، صنایع برنامه‌ای برای کنترل قیمت‌ها دارند تا اقلام پرمصرف لبنی از سفره مردم حذف نشود؟ گفت: متأسفانه بخشی از کالاهای لبنی از سفره مردم حذف شده است؛ به طوری که سرانه مصرف، کاهش داشته است. ما به عنوان صنعت تنها تولیدکننده هستیم و دخالتی در سیاست‌ها و تصمیم‌گیری‌های کلان کشور نداریم. وی اظهار کرد: اگر ارزش تک نرخی شود دیگر عولفه ۴۲۰۰ تومانی به دست دامدار نمی‌رسد، قیمت شیرخام بالا می‌رود، قیمت چربی نیز به تبع آن افزایش می‌یابد و در نتیجه قیمت محصولات لبنی هم افزایش خواهد یافت. البته ما از تک نرخی شدن ارزش حمایت می‌کنیم، زیرا ارزش چند نرخی جز فساد نتیجه دیگری ندارد، اما معتقدیم دولت باید برای جلوگیری از حذف لبنیات از سفره مردم حمایت‌های لازم را انجام دهد. یعنی دولت می‌تواند مابه‌التفاوت فروش ارز ۴۲۰۰ تومانی و ارزش تک نرخی محتسل آینده را به مردم بازگرداند و به اشکال مختلف به مردم بازانه خرید لبنیات دهد.

سرمایه‌گذاری ۲۵ هزار میلیارد تومانی در بندر شهید رجایی

اسلامی با اشاره به اینکه در استان نیز هماهنگی‌های لازم برای تسهیلگری توسط استاندار و مسئولان استانی ایجاد شده است، افزود: زمانبندی اجرای این طرح‌های سرمایه‌گذاری‌ها حداکثر سه سال است که باید به نتیجه برسند. وی توسعه تجارت را در سایر بنادر از دیگر برنامه‌های در دست اجرای وزارت راه و شهرسازی برشمرد و گفت: مجموع ظرفیت‌های بنادر در حال حاضر ۲۸۰ میلیون تن است که باید این میزان به حداقل دو برابر ظرفیت در مدت زمان پنج ساله برسد. در نظر است تا ظرفیت بنادر سواحل مکران به ۲۲۰ میلیون تن برسد. وزیر راه و شهرسازی یادآور شد: در طرح جامع لجستیک و حمل و نقل کشور، سه شهر لجستیکی، شامل چابهار، بندرعباس و ماهشهر مصوب شد بنابراین این سه قطب صنعتی- تجاری بزرگ و سه بندر قدرتمند می‌تواند پیستون حرکتی انرژی‌ساز و قدرت‌آفرینی باشد که سرمایه‌گذاری و توسعه را رو به جلو هدایت کند و با اعتمادسازی تلاش می‌کند تا سرمایه‌گذاران بتوانند بیشتر و بیشتر در بنادر کشور، سرمایه‌گذاری کنند.

این کار با تلاش‌های فراوان در بندر شهید رجایی در حال انجام است. وزیر راه و شهرسازی ادامه داد: هم‌اکنون ۲۴۰۰ هکتار اراضی جدید به بندر شهید رجایی ملحق شده است تا طرح‌های توسعه تجارت در درون این بندر ایجاد شود و این گام مهمی است که با امضای تفاهم‌نامه و با حدود ۲۵ هزار میلیارد تومان سرمایه‌گذاری انجام شده است.

وی سرمایه‌گذاری در اراضی پس کرانه بندر شهید رجایی را در پنج رشته فعالیتی در حوزه‌های ساخت کانتینر، ایجاد کارخانجات روی، سرب و منگنز، احداث کارخانه‌های تولید لوازم خانگی و ایجاد پایلایشگاه برشمرد.

وزیر راه و شهرسازی اهمیت سرمایه‌گذاری‌ها در اراضی پس کرانه شهید رجایی را ایجاد ۲۰ هزار اشتغال عنوان کرد و گفت: این تفاهم‌نامه‌ها بر

موضوع دانش بنیان بودن و رقابتی کردن فعالیت‌ها تمرکز دارد. بخشی از این سرمایه‌گذاری‌ها نیز خارجی است و عمده هدف آنها بازارهای صادراتی است که در هنگام امضای تفاهم‌نامه نیز بر تسهیل و تسریع در این امر، تأکید شد.

وی تحقق عدالت و مساوات در توزیع سهمیه آرد بین ناوایان را از دیگر اهداف کمیته پایش در راستای صیانت از حقوق مصرف‌کنندگان برشمرد و ادامه داد: ۶۳۷ واحد ناوایی آرد نیمه یارانه‌ای و ۱۵۷۰ واحد دیگر نیز در شهرستان تبریز آرد یارانه‌ای دریافت کرده‌اند. وی با بیان اینکه صحت‌سنجی و مطابقت پروانه صادره با محل ناوایی، تطبیق آرد دریافتی واحد با آرد تخصیصی و نظارت بر رعایت بهداشت واحد صنفی، فردی و پروتکل‌های بهداشتی را از دیگر اهداف کمیته دانست و گفت: با واحدهایی که خودسرانه مؤلفه‌های نرخ‌نامه مصوب ابلاغی را تغییر داده‌اند، برخورد قانونی انجام و سهمیه واحد متخلف کاهش خواهد یافت.

به نقل از روابط عمومی سازمان صنعت، معدن و تجارت استان، پایدار از انجام ۷۷۶ مورد بازرسی از واحدهای ناوایی در شش ماهه اول سال جاری طی ۶۳ روز کاری خبر داد و افزود: ۱۹ هزار کیلوگرم از سهمیه آرد واحدهای متخلف کسر شده و حدود ۵۳ هزار کیلوگرم آرد نیز به دلیل عرضه خارج از شبکه کشف و ضبط شده است.

داد و گفت: براساس تکالیف ذاتی و دستورات ابلاغی و در راستای صیانت از حقوق مصرف‌کنندگان بعد از اعلام نرخ مصوب، سازمان صمت استان از طریق هماهنگی با سایر دستگاه‌های متولی باجدیت، تداوم گشت‌های مشترک را دنبال می‌کند. سرپرست معاونت نظارت و بازرسی سازمان صنعت، معدن و تجارت استان نیز از برخورد با واحدهای متخلف طبق قوانین خبر داد و افزود: براساس گزارش اقدامات نظارتی در هشت ماه گذشته در بخش آرد و نان استان، ۱۴۲۰۸ مورد بازرسی انجام شده که منجر به تشکیل ۱۲۵۹ فقره پرونده برای متخلفان به ارزش ۸۲ میلیارد ریال شده است. یوسف پایدار با اشاره به فعالیت ۲۲۰۷ واحد ناوایی در شهرستان تبریز، افزود: کارگروه آرد و نان استان به منظور جلوگیری از هدررفت منابع دولتی، سالماندهی و واقعی‌سازی سهمیه ناوایان و همچنین ارزیابی سهمیه تخصیصی دولتی تحت عنوان کمیته پایش در قالب گشت‌های مشترک اقدامات نظارتی خود را به صورت مستمر دنبال میکند.

رئیس سازمان صنعت، معدن و تجارت آذربایجان شرقی ضمن تأکید بر تداوم نظارت‌ها بر پخت و مصرف آرد یارانه‌ای در واحدهای ناوایی، گفت کمبود ناوایی و آرد در آذربایجان شرقی نداریم.

حبیب امین‌زاده با تشریح بخشی از وضعیت ناوایان استان در سال جاری، گفت: تعداد ۶۱۶۵ واحد ناوایی مشمول آرد یارانه‌ای نوع یک و نوع دو در سطح استان فعال بوده و با احتساب این آمار به ازای هر ۶۵۰ نفر جمعیت استان یک واحد ناوایی مجاز در حال خدمت‌رسانی است. وی با اشاره به اینکه از لحاظ ناوایی کمبودی در سطح استان نداریم، افزود: ماهانه حدود ۳۵ هزار تن آرد بین واحدهای ناوایی مجاز از طریق سامانه‌های آرد غله استان توزیع می‌شود و کمبودی نیز در میزان تهیه و توزیع آرد مورد نیاز این واحدها وجود ندارد.

رئیس سازمان صنعت، معدن و تجارت استان ادامه داد: قیمت‌های آرد دولتی هیچ تغییری نداشته و طبق روال سال گذشته است. وی از تشکیل گشت‌های مشترک در قالب کمیته پایش طبق شیوه‌نامه طراحی شده در معاونت نظارت و بازرسی سازمان خبر

نقش ضایعات آهنی ناشی از اسقاط در صنعت فولاد و خودرو

نایب رئیس انجمن اسقاط و بازیافت خودروهای فرسوده کشور درخصوص نقش صنعت اسقاط در جریان کمبود ضایعات آهنی در کشور و تاثیر آن بر صنعت فولاد و خطوط تولید خودروسازان به بیان توضیحاتی پرداخت.

داوود کریمی در گفت‌وگو با خبرنگار خبرخودرو، درخصوص تاثیر صنعت اسقاط بر تامین مواد اولیه موردنیاز خودروسازان اظهار داشت: به صورت مستقیم تاثیر ندارد به نحوی که آلیاژهای فلزی و خروجی اسقاط به صورت غیرمستقیم به کارخانه ذوب فولاد راه یافته و مواد اولیه این کارخانجات محسوب می‌شود و از سویی دیگر خودروساز مصرف‌کننده ورق‌های فولادی است. وی افزود: آلیاژهای فلزی پس از ذوب به عنوان مواد اولیه به خطوط تولید صنعتگران و تولیدکنندگان رفته و چدن، آلومینیوم، روی، سرب و پلاستیک حاصله به صورت غیرمستقیم در خدمت تامین مواد اولیه صنعت خودرو قرار می‌گیرد. نایب رئیس انجمن اسقاط و بازیافت خودروهای فرسوده کشور درخصوص تاثیر افت فعالیت اسقاط بر تامین مواد اولیه صنایع از جمله صنعت خودرو گفت: در حال حاضر براساس آمار وزارت صمت، سالانه ۳۲ میلیون تن فولاد در کشور تولید می‌شود و برای اینکه گندله و سنگ معدن قابلیت تبدیل و ذوب شمش فولاد را داشته باشد، باید ۱۲ تا ۲۰ درصد از ۳۲ میلیون تن فولاد که قریب به ۷ میلیون تن می‌شود، متشکل از ضایعات آهنی و ۸۰ درصد گندله و سنگ آهن باشد که همان سرریز کوره است. کریمی با بیان اینکه استفاده از ضایعات آهن برای خطوط تولید اجتناب‌ناپذیر است، ادامه داد: صنعت فولاد کشور نیازمند سالانه ۷ میلیون تن ضایعات آهن است در حالی که ضایعات آهنی که در سطح کشور از محل تخریب ساختمان‌ها، ضایعات فلزات خانگی و ضایعات فلزات خودرو به دست می‌آید در مجموع به ۳٫۵ میلیون تن نمی‌رسد. وی تصریح کرد: در مجموع حدود ۳ میلیون تن ظرفیت خالی در بخش ضایعات آهن در کشور داریم که از کشورهایی نظیر اوکراین و چین تامین می‌شود. نایب رئیس انجمن اسقاط و بازیافت خودروهای فرسوده کشور گفت: طی سه سال اخیر که تولید ضایعات آهن در کشور کاهش یافت، تولیدکنندگان ناچار شمش فولاد چینی را نو خریده و ذوب می‌کردند. کریمی با بیان اینکه در کشور در مجموع کمبود ضایعات آهن داریم، گفت: یکی از بهترین مسیرهایی که می‌شود این کمبود را جبران کرد با توجه به میزان حجم و جرم فیزیکی شکل گرفته در قالب خودرو، اسقاط خودروهای فرسوده است که بخش اعظم کمبود نیاز کشور را تامین کرده و ما را از واردات بی‌نیاز می‌کند. وی در پایان خاطرنشان کرد: این پتانسیل از مجاری اسقاط خودروهای فرسوده در کشور وجود دارد و علاوه بر آن مراکز اسقاط به عنوان یکی از تامین‌کنندگان غیرمستقیم هستند که در حال حاضر در دوران رکود و تعطیلی به سر می‌برند.

تولید اتوبوس با موتور ساخت داخل

رئیس هیأت مدیره ایران خودرو و دیزل گفت در شرایط تحریمی به جای اینکه نگران وارد نشدن قطعات باشیم با اتکا به ساخت داخل و کار جهادی توانستیم موتور اتوبوس را داخلی‌سازی کنیم. به گزارش پایگاه خبری «عصر خودرو» به نقل از صدا و سیما، مهدی محمدی با بیان اینکه به علت محدودیت‌ها در تامین موتور، خط تولید اتوبوس ایران خودرو دیزل ۱۰ سال تعطیل بود، گفت: در شرایط تحریمی به جای اینکه نگران وارد نشدن قطعات باشیم با اتکا به ساخت داخل و کار جهادی توانستیم موتور اتوبوس را داخلی‌سازی و سپس ساخت اتوبوس را در این مجموعه آغاز کنیم. وی اضافه کرد: هم‌اکنون روزانه ۴ دستگاه اتوبوس در ایران خودرو دیزل تولید می‌شود در حالی که ظرفیت ما در هر شیفت، تولید ۱۰ اتوبوس و در شبانه روز تولید ۲۰ دستگاه اتوبوس است. محمدی گفت: هم‌اکنون ۷۵۰ نفر در خط تولید اتوبوس ایران خودرو دیزل مشغول به کار هستند که اگر با تامین مالی و عقد قرارداد برای تامین اتوبوس در ناوگان حمل و نقل عمومی به ظرفیت ۲۰ دستگاه برسیم برای ۱۲۰۰ نفر دیگر هم در این مجموعه اشتغال ایجاد می‌شود. وی افزود: برای رساندن تولید به ظرفیت اسمی خود هیچ مشکلی نداریم و تنها مشکل ما تامین مالی و هدایت سفارش‌های تامین اتوبوس از محل ساخت داخل است. محمدی با بیان اینکه کیفیت قوای محرکه اتوبوس ساخت داخل همانند قوای محرکه اتوبوس بنز است، گفت: از نظر بدنه و تزئینات اتوبوس‌های ساخت این مجموعه قابل رقابت با مدل‌های وارداتی و قیمت آن نیز ۳۰ درصد پایین‌تر است.

وی ادامه داد: با زیرساخت‌ها و ظرفیت‌های موجود علاوه بر تامین داخل می‌توانیم اتوبوس‌های ساخت داخل را به بازارهای آسیای میانه، افغانستان و عراق صادر کنیم.

«مخدوشی پلاک، سرعت و سبقت غیر مجاز» عمده تخلفات رانندگی در ساعات منتهی به آغاز محدودیت‌های کرونایی

معاون آموزش پلیس راهور پایتخت گفت مخدوشی پلاک، سرعت و سبقت غیر مجاز، عبور از چراغ قرمز، عدم توجه به فرمان پلیس از جمله تخلفاتی است که برخی رانندگان در ساعات منتهی به شروع محدودیت‌های کرونایی انجام می‌دهند. به گزارش پایگاه خبری «عصر خودرو» به نقل از فارس، سرهنگ علی همه خانی معاون آموزش و فرهنگ ترافیک پلیس راهور پایتخت با اشاره به اعمال محدودیت‌های کرونایی و تاثیر آن بر رانندگی افراد اظهار داشت: برخی رانندگان در شرایط کمبود زمان در شرایط محدودیت‌های کرونایی و برای سریع‌تر رسیدن به مقصد به منظور جبران زمان از دست رفته اقدام به حرکات و رفتارهای نابهنجار ترافیکی می‌کنند تا زودتر به مقصد رسیده و جریمه نشوند. وی گفت: یکی از مهمترین عوامل محیطی که پس از اعلام محدودیت‌ها و سلاعات ممنوعیت تردد بر رفتار راننده تاثیر مستقیم دارد کمبود زمان و عدم برنامه‌ریزی و اولویت‌بندی سفر است که همین عجله و زود رسیدن به مقصد، باعث برخی رفتارهای غلط ترافیکی از سوی رانندگان می‌شود. سرهنگ همه خانی افزود: پلیس راهور وقتی می‌تواند دستورات ستاد ملی کرونا را به نحو شایسته‌ای عملیاتی کند که ساعات تعطیلی اصناف مطابق با شروع ساعت محدودیت‌های کرونایی باشد یعنی زمانی که محدودیت‌های شایه آغاز می‌شود اصناف باید تعطیل باشند تا حضور مردم و شهروندان در سطح شهر هم کمتر شده باشد و آن زمان است که پلیس می‌تواند بگوید که در شهر تردد نیست و رانندگان هم بهانه‌ای برای رفت و آمد ندارند.

بار کج تحقیق و تفحص‌های ناکام از شرکت‌های خودروسازی این بار به مقصد می‌رسد؟

چندین نماینده سابق مجلس روانه زندان شدند!



گزارش دقیقا چه اتفاقی در بازار خودرو افتاد و به بیان ساده‌تر تحقیق و تفحص با آن همه وقت و هزینه چقدر به حال مردم افاقه کرد؟

تحقیق و تفحص از شرکت‌های خودروسازی چه روندی را طی خواهد کرد؟

براساس قانون آیین‌نامه داخلی مجلس شورای اسلامی موضوع تحقیق و تفحص بعد از طرح به کمیسیون ذی‌ربط برای رسیدگی ارجاع می‌شود و کمیسیون موظف است در مدت ۲۰ روز اعضای هیأت تحقیق و تفحص را که حداقل ۱۱ و حداکثر ۱۵ نفر است را از بین نمایندگان تعیین و به رئیس مجلس برای صدور ابلاغ، معرفی کند.

هیأت حداکثر در مدت یک ماه پس از پایان مهلت تحقیق و تفحص، گزارش خود را به کمیسیون تسلیم و کمیسیون موظف است ظرف یک ماه گزارش هیأت را در جلسه مشترک اعضای کمیسیون و هیأت مطرح و گزارش نهایی را جهت قرائت در مجلس برای مدت نیم ساعت تنظیم و پس از تصویب به هیأت رئیسه ارسال کند.

توسط رئیس مجلس است که در صورت ضرورت با درخواست هیأت و تصویب هیأت رئیسه مجلس تا ۶ ماه دیگر قابل تمدید است و در صورت موافقت نمایندگان در صحن علنی با گزارش هیأت تحقیق و تفحص، گزارش به قوه قضائیه برای بررسی و برخورد با مجرمان ارسال می‌شود.

چندین نماینده سابق مجلس روانه زندان شدند!

حجت‌الاسلام علیرضا سلیمی، عضو هیأت رئیسه مجلس شورای اسلامی با اشاره به تحقیق و تفحص از شرکت‌های خودروسازی در ادوار گذشته و هزینه‌های آن اظهار کرد: ما هنوز به طور رسمی کار تحقیق و تفحص از این شرکت‌ها را آغاز نکرده‌ایم و البته مجلس یازدهم به هیچ عنوان برای تحقیق و تفحص‌ها هزینه‌تراشی نخواهد کرد و می‌توان حتی با ۲۰ میلیون

رکود بازار خودرو با قیمت‌های جدید تشدید می‌شود؟

بیشتر قیمت‌ها رنگ دیگری به خود گرفته چراکه برخی معتقدند بازار در حال حاضر کشتی بیشتر برای افزایش قیمت را ندارد و این امر بازار را بی‌روفت‌تر از همیشه خواهد کرد. در همین حال اظهارات وزیر صمت مبنی بر آزادسازی قیمت‌ها و تاکید بر اجرای این امر با هدف جلوگیری از زیاندهی بیشتر خودروسازان چندی است به عنوان رئوس فعالیت‌ها و تصمیم‌های این وزارتخانه قرار گرفته و از این رو مقرر شد تا تصمیم‌گیری در مورد قیمت‌ها در جلسه شورای هماهنگی سران قوا انجام شود.

این شرایط و تصمیم‌ها در حالی است که با توجه به عدم وجود رقابت در بازار خودرو که بارها هم مورد اذعان وزیر صمت قرار گرفته است، به نظر می‌رسد آزادسازی قیمت این محصول در شرایط کنونی اقدام قابل قبولی نیست و در این بازار انحصاری، آزادسازی قیمت‌ها می‌تواند خود تبدیل به چالش بزرگ دیگری در این بازار شود.

با این حال آزادسازی قیمت‌ها با هدف جبران زیان خودروسازان در دستور کار قرار گرفته و به نظر می‌رسد به زودی این تصمیم جنبه عملیاتی بگیرد از این رو لازم است با هدف کاهش اثرات منفی

خودرو و حمل‌ونقل عمومی در لایحه بودجه

دیده شده است. نماینده مردم شیراز در مجلس شورای اسلامی افزود: در صورت اجرا، دولت مکلف به پرداخت ۵۰ درصد از هزینه حمل‌ونقل عمومی شامل مترو، اتوبوس و مینی‌بوس است. قدری درخصوص مفهوم بند مندرج در لایحه بودجه ۱۴۰۰ مبنی بر درآمد ۲ هزار میلیارد تومانی دولت از حقوق ورودی خودرو گفت: به نظر می‌رسد این بند مرتبط با خودروهای مانده در گمرکات باشد، اما در عین حال این بحث در کمیسیون مطرح بود که در مقابل صادرات قطعه، امکان واردات خودرو فراهم شود. وی درخصوص فقدان بندی مبنی بر مالیات بر دارایی‌های لوکس نظیر خودرو و عایدی بر سرمایه در لایحه بودجه گفت: طرحی در این باره در کمیسیون اقتصادی مصوب شده

نمایندگان مجلس یازدهم به دنبال ناکام ماندن گزارش‌های تحقیق و تفحص از خودروسازان در مجالس قبلی، قصد دارند این بار کج را به سر منزل مقصود برسانند.

به گزارش پدال نیوز، مدت‌هاست که بازار خودرو دستخوش تغییرات زیادی شده و به نظر می‌رسد که این آشفته بازار روز به روز در حال بدتر شدن است، از همین رو نمایندگان تازه نفس مجلس یازدهم از همان روزهای آغاز به کار مصمم به دنبال حل مسئله بودند تا اینکه طرح تحول بازار خودرو کلید زده شد.

چند روز قبل مجلس شورای اسلامی در صحن علنی خود با تحقیق و تفحص از شرکت‌های خودروسازی موافقت کرد که تفحص مذکور شامل ۹ بند درباره وضعیت توزیع خودرو، تعویق‌ها در تحویل، عدم رعایت عدالت در ثبت نام‌ها و شیوه قیمت‌گذاری است. هرچند که هنوز تحقیق و تفحص مجلس قبلی به نتیجه نرسیده، اما اغلب نمایندگان فعلی احساس تکلیف دارند تا به دنبال نادیده گرفته شدن گزارش تحقیق و تفحص‌های قبلی که در مجالس ششم، هفتم، هشتم، نهم، دهم و به عبارتی حدود ۲۰ سال است که کلید خورده این بار کج را به سر منزل مقصود برسانند تا بلکه کمی بازار ملتهب خودروسازی را به آرامش برسانند.

مجلس دهم گزارش تحقیق و تفحص از شرکت‌های خودروسازی را در روزهای آخر آن هم با حواشی بسیار قرائت کرد و آنچه واضح و مشخص است این است که آن گزارش نیز مانند گزارش مجالس قبل راه به جایی نبرد و شرکت‌های خودروسازی در صحنه‌ای بی‌رقیب جولان می‌دهند و به جای در نظر گرفتن حق مصرف‌کننده روز به روز بر قیمت خودرو افزوده و از کیفیت آن می‌کاهدند.

تنها ۹ ماه از قرائت گزارش تحقیق و تفحص از شرکت‌های خودروسازی در مجلس دهم می‌گذرد، اما سوال مهم اینجاست که بعد از قرائت آن

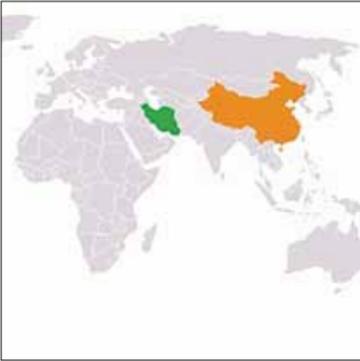
در حالی قیمت‌گذاری خودرو وارد مرحله پریچ و خم تصمیم سران دولتی شده که بازار خودرو این روزها دست به گریبان رکودی عمیق شده و هرگونه تلل در تعیین قیمت‌های جدید به این رکود دامن زده و آن را تشدید خواهد کرد و در این میان تنها خریداران واقعی خودرو هستند که همانند همیشه عایدی نصیب آنها نخواهد شد.

به گزارش پدال نیوز به نقل از خودروکار، بازار خودرو به عنوان یکی از شاخص‌های اقتصاد که به شدت از تورم و همچنین نرخ ارز تاثیرپذیر است، این روزها به دلیل مشخص نبودن سرنوشت تعیین قیمت‌ها، حال و روز خوشی ندارد و وارد رکود عمیقی شده که بخشی از آن به انتظار برای کاهش قیمت‌ها بر می‌گردد.

هرچند تصمیم‌گیری در مورد قیمت جدید خودروها منجر به افزایش قیمت کارخانه‌ای خودروها می‌شود، اما از آنجا که نرخ ارز روند ثابت‌تری را در پیش گرفته، اختلاف قیمت کارخانه و بازار کاهش یافته و انتظار برای ریزش بیشتر قیمت‌ها ادامه دارد و این امر به رکود بیشتر بازار خودرو منجر شده است.

در این میان اظهار نظرها درخصوص وضعیت آینده بازار با افزایش

عضو کمیسیون برنامه، بودجه و محاسبات مجلس شورای اسلامی درخصوص حقوق، درآمد و هزینه‌های پیش‌بینی شده در لایحه بودجه ۱۴۰۰ در حوزه خودرو و حمل‌ونقل عمومی توضیحاتی را مطرح کرد. جعفر قادری در گفت‌وگو با خبرنگار خبرخودرو، اظهار داشت: معمولا در بودجه، منابعی برای صنعت خودروسازی که بخش خصوصی است، پیش‌بینی نمی‌شود. وی گفت: دولت در بخش حمل‌ونقل عمومی، فروش اوراق بازار اسلامی را تجویز کرده و براساس قانون حمایت از حمل‌ونقل عمومی، ۵۰ درصد از اصل و سود را نیز متقبل می‌شود که با تعیین سقف مبلغ، مقادیری برای بهینه‌سازی و جایگزینی خودروهای نو با فرسوده‌ها در بخش حمل‌ونقل عمومی شهرهای بزرگ و کوچک



۶ طرح پژوهشی حمایت می شود

اواخر سال گذشته بود که صندوق حمایت از پژوهشگران و فناوران معاونت علمی و فناوری و آکادمی علوم چین همکاری جدیدی را آغاز کردند. در این همکاری حمایت از طرح‌های پژوهشی در زمینه مقابله با کرونا مدنظر بود. هدف از این اقدام نیز ایجاد بستری برای حمایت از پژوهشگران و محققان شد. پس از آغاز این همکاری پژوهشگران دو کشور طرح‌های پژوهشی این حوزه را ارسال کردند و در نتیجه این همکاری شش طرح پژوهشی در سه حوزه ساخت کیت تشخیصی، تولید دارو و تولید واکسن برای حمایت مشترک تأیید شدند.

همچنین همتایابی میان پژوهشگران ایرانی و چینی به جای اعلام فراخوان از جمله اقدامات قابل توجه در این همکاری مشترک است که با هدف تسریع در انجام طرح‌های پژوهشی انجام شد.

دریچه

ستاری: سرمایه بخش خصوصی را به حل مشکلات استانی پیوند زنیم تا روند توسعه آنها شتاب گیرد

معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری گفت صندوق‌های پژوهش و فناوری استان‌ها را با سرمایه‌گذاری بخش خصوصی توسعه می‌دهیم.

سورنا ستاری، معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری در انتهای سفر یک روزه خود به لرستان در جلسه اقتصاد دانش‌بنیان و جهش تولید این استان شرکت کرد و در این جلسه با اشاره به مزیت‌های طبیعی لرستان، گفت: باید از این داشته‌های طبیعی و ذاتی بیشترین استفاده را ببریم و این دارایی‌های خدادادی را به حل مشکلات استانی پیوند بزنینم.

به گفته ستاری، استان لرستان ظرفیت بالایی در حوزه‌های مختلف دارد. برای توسعه زیست‌بوم فناوری و نوآوری هم تلاش‌های خوبی صورت گرفته اما ظرفیت استان بسیار بالاتر است. البته یک دیدگاه و فرهنگ جدید در کشور حاکم شده است که کمک می‌کند منابع بخش خصوصی یا دانشگاه‌ها به این حوزه وارد شود.

معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری ادامه داد: روسای دانشگاه‌ها به سمت و سوی رفته‌اند که مراکز نوآوری ایجاد و به اساتید جوان در ایجاد شرکت‌های دانش‌بنیان کمک کنند. این روش در دانشگاه‌های دیگر جواب داده و الگوی خوبی برای دیگر دانشگاه‌ها است

رئیس بنیاد ملی نخبگان همچنین بیان کرد: دانشگاه‌های استان لرستان دانشگاه‌هایی جوان هستند. این موضوع یک مزیت دارد و آن اینکه یک زیست‌بوم جوان در آن شکل گرفته و قابل تغییر است. این کار در دانشگاه‌های جوان راحت‌تر از دانشگاه‌های قدیمی و باسابقه است. چون آنها در یک ریلی حرکت کرده‌اند و تغییر ریل برای آنها سخت‌تر است.

راه‌اندازی سراهای نوآوری در دانشگاه‌ها ضروری است

ستاری افزود: باید از مزیت‌های استان لرستان مثل کشاورزی، دامداری، گیاهان دارویی و … برای توسعه آن استفاده کنیم. اینکه دانشگاه‌ها به سمت حل مشکلات استان‌ها حرکت کرده‌اند موضوع مهمی است. وظیفه دانشگاه حل مشکلات مردم از طریق دانش و عقل است.

معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری ادامه داد: یکی از مهمترین اقدامات دانشگاه‌ها باید راه‌اندازی سراهای نوآوری باشد. در دانشگاه آزاد لرستان هم ایجاد این سرا در حال پیگیری است. این سراها تاثیر زیادی در توسعه علم و فناوری استان‌ها دارند. همچنین سراهای نوآوری نقطه آغاز خوبی برای جذب دانشجویان نخبه هستند.

رئیس بنیاد ملی نخبگان در ادامه بیان کرد: دانشگاه آزاد باید به این نتیجه برسد که با پول شهریه نمی‌تواند خود را اداره کند بلکه باید از طریق به‌کارگیری علم و دانش، این هدف خود را محقق کند. اینکه بتواند بچه‌های خوب را بورسیه و هزینه‌های آنها را تقبل کند. با این روش می‌شود نخبگان را جذب کرد و سطح دانشگاه آزاد را ارتقا داد.

ستاری با اشاره به اینکه زیرساخت‌های استان در حوزه اقتصاد دانش‌بنیان مسئله دارد، گفت: پارک استان جوان است و به کمک نیاز دارد. واگذاری زمین‌های پارک به شرکت‌ها اتفاق خوبی بود که



امروز رقم خورد این کار باید تسریع شود. از همین محل واگذاری زمین هم می‌شود بسیاری از این زیرساخت‌ها را تامین اعتبار کرد. **ایجاد کارخانه‌های نوآوری مورد تأکید رئیس جمهوری است**
معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری با بیان اینکه کارخانه نوآوری مورد تأکید جدی شخص رئیس جمهوری است، افزود: باید استان‌ها برای ایجاد آن تلاش کنند. کارخانه نوآوری یک تفاوت با پارک علم و فناوری دارد و آن هم این است که کارخانه‌ها به کمک بخش خصوصی ایجاد می‌شوند. حالا در استان‌ها به دلیل برخی محدودیت‌ها و محرومیت‌ها، بخش خصوصی قوی وجود ندارد. رئیس ستاد فرهنگ‌سازی اقتصاد دانش‌بنیان و توسعه صنایع نرم و خلاق ادامه داد: اقدامات برای ایجاد کارخانه نوآوری لرستان از همین امروز آغاز شود. معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری هم مبلغی برای این کار در نظر گرفته است. این کار باید شروع شود و نهایت تا اردیبهشت‌ماه سال ۱۴۰۰ به نتیجه برسد. نمونه‌های این کار هم در کشور وجود دارد.

ستاری همچنین گفت: صندوق استان هم جزو موضوعات عقب مانده استان است. صندوق این استان به تازگی کار خود را آغاز کرده است و تا ۹ برابر سرمایه‌اش که حدود ۳ میلیارد تومان است می‌تواند خط اعتباری دریافت کند. الان صندوق‌های پژوهش و نوآوری یکی از صندوق‌های پرسود برای بخش خصوصی است، اما باید برای جذب سرمایه‌گذاران خصوصی اطلاع‌رسانی و تبلیغ درستی صورت گیرد.

معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری با تأکید بر اینکه حمایت داخل استان باید توسط خود استان صورت گیرد، بیان کرد: یعنی صندوق استان باید تشخیص دهد کجا نیاز به حمایت است تا این حمایت‌ها انجام شود. هر قدر این کارها تقویت شود دست آنها برای حمایت از شرکت‌هی دانش‌بنیان، استارت‌آپ‌ها و صنایع نرم و خلاق بازتر خواهد شد.

رئیس بنیاد ملی نخبگان همچنین تأکید کرد: افزایش سرمایه صندوق استان مهم است چون سرمایه صندوق استان کم است و باید بخش خصوصی به این حوزه ورود کند. ما هم برای تخصیص خط اعتباری صندوق تلاش می‌کنیم تا این کار را هر چه سریع‌تر انجام شود.

ستاری همچنین گفت: در حال حاضر ۱۴۰ خدمت برای حمایت از شرکت‌های دانش‌بنیان ارائه می‌شود. استان‌ها هم باید تلاش کنند با توسعه شرکت‌های دانش‌بنیان و صنایع نرم و خلاق خود، مشکلات خود را کاهش دهند. همچنین با کمک خطوط اعتباری صندوق توسعه، حامی آنها باشند. سورنا ستاری معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری روز گذشته سفری یک روزه به استان لرستان داشت. در این سفر از روند توسعه پروژه‌های فناورانه و دستاوردهای علمی این استان بازدید و از طرح‌های جدید آن رونمایی شد.

از جمله این طرح‌های فناورانه می‌توان به آغاز واگذاری زمین‌های پارک علم و فناوری استان لرستان به شرکت‌های دانش‌بنیان، آغاز به کار طرح توسعه فناوری های تکثیر، نگه‌داشت و پرورش حیوانات آزمایشگاهی SPF دانشگاه علوم پزشکی لرستان اشاره کرد.



فیس‌بوک و گوگل به همکاری برای انحصار

جدید پیشنهاد تبلیغات موسوم به Reader Bidding دهد. گوگل که این فناوری تبلیغاتی را تهدیدی بر محرمانه با فیس‌بوک موسوم به Jedi Blue امضا کرد با ابزارهای تبلیغات آنلاین گوگل را کنار بگذارد و در بخشی از درآمد تبلیغاتی را در اختیار فیس‌بوک بگذرد. سهم بزرگی از بازار تبلیغات را بین خود تقسیم کنند. در پیش‌نویس شکوائیه اخیر آمده است: گوگل به‌صورت عدالانه نشان داده می‌شود تا با یکدیگر رقابت قلمروی خود در بازار، به این موضوع آگاه بودند که احداث شرکت برای پیشبرد این توافق با یکدیگر همفکری‌بوک توافق کرد سالانه حداقل ۵۰۰ میلیون دلار سود بزرگ، مدیر ارشد اجرایی فیس‌بوک، شخصاً این توافق را تأیید کرد. «این معامله بزرگی از نظر فیس‌بوک وجود ندارد؛ چراکه این شرکت همان داده‌ها را می‌گیرد.» سخنگوی فیس‌بوک نیز در گفت‌وگو با وال‌استریت

براساس اتهام اخیر مقامات ایالت تگزاس و ۹ ایالت دیگر، فیس‌بوک و گوگل برای مقابله با اتهامات انحصارطلبی و حفظ سهم بازار تبلیغات آنلاین با یکدیگر همکاری می‌کنند.

به گزارش زومیت، نگرانی مقامات از رفتار گوگل و فیس‌بوک و سلطه آنها بر بازار روزبه‌روز بیشتر می‌شود. اوایل دسامبر سال جاری، در کمتر از ۲۴ ساعت دو پرونده ضدانحصار علیه گوگل تشکیل شد و این شرکت را به انحصارطلبی در بازارهای خاص متهم کرد. براساس دو پرونده یادشده، گوگل اغلب مانع ورود شرکت‌هایی می‌شود که می‌توانند در این بازارها رقابت کنند و خود را به چالش بکشند. اکتبر سال جاری، وزارت دادگستری آمریکا پرونده‌ای علیه رفتار ضدرقابتی گوگل در صنعت تبلیغات و موتور جست‌وجو تشکیل داد و وضعیت این شرکت را همانند انحصار مایکروسافت در ۲۵ سال گذشته اعلام کرد. براساس ادعای وزارت دادگستری، گوگل حداقل از ژانویه سال ۲۰۱۰، ۸۰ درصد سهم بازار موتور جست‌وجو را در اختیار گرفته است. فقط گوگل درگیر چنین اتهامات نشده است. دسامبر سال جاری، کمیسیون فدرال تجارت و دادستان‌های ۴۰ ایالت آمریکا پرونده‌هایی با محوریت نقض قوانین ضدانحصار علیه فیس‌بوک تشکیل دادند. فیس‌بوک با خرید پلتفرم‌های مختلف از جمله اینستاگرام و واتس‌آپ در چند سال اخیر، اقدامات در این مسئله، با یکدیگر همکاری داشته باشند. گوگل و فیس‌بوک بیشترین سهم بازار تبلیغات آنلاین را در دست دارند. طبق پیش‌نویس شکوائیه اخیر، فیس‌بوک در سال ۲۰۱۷ تصمیم گرفت شیوه

فراکسیون گردشگری از شرکت‌های خلاق حمایت قانونی می کند

یک نماینده مجلس گفت با توجه به نقش کلیدی شرکت‌های خلاق، نمایندگان آماده همکاری با معاونت علمی و فناوری برای توسعه آنها هستند. محمدعلی محسنی بندپی، نماینده مردم در یازدهمین دوره مجلس شورای

اسلامی از حوزه انتخابیه نوشهر، چالوس و کلاردشت بیان کرد، همه‌مایرانیان باید بی‌درهم که شرایط کلی جهان، در همه شئون آن تغییر کرده است. این تغییر موارد بسیاری از جمله فناوری، بیماری‌ها، سیستم آموزشی و به ویژه مسائل مرتبط با حوزه‌های اقتصادی را دربر می‌گیرد. عضو فراکسیون گردشگری مجلس شورای اسلامی در ادامه گفت: ما نیز نیازمند تغییر در بسیاری از حوزه‌ها هستیم و این تغییر تنها می‌تواند توسط خود ما محقق شود. باید توجه کرد که تنها تغییر، می‌تواند پایدار و مانا باشد که بر مبنای نگارش علمی و فناوری، ایجادشده باشد. محسنی بندپی ضمن توضیح برخی کاستی‌های جدی موجود در کشور

افزود: بر این اساس، مجلس شورای اسلامی این آمادگی را دارد که از هر طرح و لایحه‌ای که به یک ایجاد یک تغییر مثبت در کشور منتهی شود، استقبال کند. یکی از حوزه‌های مهم در کشور، صنایع نرم و خلاق و شرکت‌های خلاق هستند

که حوزه‌های مهمی همچون، کسب و کارهای دیجیتال و فضای مجازی، بازی، اسباب‌بازی و سرگرمی، صنایع دستی، گردشگری و میراث فرهنگی، صنایع دیداری و شنیداری، طراحی، یادگیری، چاپ و نشر، گیاهان دارویی و طب سنتی

و هنرهای تجسمی و نمایشی را دربر می‌گیرند. این عضو کمیسیون بهداشت و درمان مجلس شورای اسلامی ضمن تأکید بر اهمیت شکوفایی اقتصادی در تمام این حوزه‌ها، گفت: شرکت‌ها و استارت‌آپ‌های خلاقی که در حوزه مهم و ارزش‌آفرین گردشگری و صنایع دستی نیز فعال هستند، نیازمند حمایت ویژه هستند. گردشگری می‌تواند به یک تحول اقتصادی اساسی در کشور ما منتهی شود و این تحول تنها از دریچه خلاقیت و نوآوری، ممکن خواهد شد. بنابراین نقش شرکت‌های خلاق در این بین، بسیار حائز اهمیت است. نماینده مردم در حوزه انتخابیه نوشهر، چالوس و کلاردشت، همچنین افزود: بر این اساس، فراکسیون گردشگری، آمادگی دارد تا برای فراهم کردن حمایت‌های قانونی لازم، برای رشد و توسعه شرکت‌های خلاق و به‌طور کلی، صنایع نرم و خلاق در کشور، هر نوع همکاری قانونی لازم را فراهم کند.



بازار شرکتهای دانش بنیان گسترش می یابد

دومین نمایشگاه و همایش تخصصی حمایت از ایران ساخت در صنعت پتروشیمی با حمایت ستاد توسعه فناوریهای حوزه آب و انرژی برگزار می شود.

این همایش بزرگ ملی با تمرکز بر شرکت صنایع پتروشیمی خلیج فارس ۲۷ تا ۲۹ بهمن ماه سال جاری در جزیره کیش برگزار می شود. با توجه به برگزاری موفق این رخداد در دوره قبل، برگزارکنندگان نمایشگاه و همایش حمایت از ساخت داخل در صنعت پتروشیمی، تصمیم گرفتند که با رعایت پروتکل های مصوب ستاد مقابله با کرونا در زمینه برگزاری نمایشگاه و همایش های تخصصی و با بهره برداری از تجربیات موفق سال گذشته این همایش و نمایشگاه را در سال جاری نیز برگزار کنند.



یادداشت

فرهنگ بهتر است یا فناوری؟

کیفیت آن است. در واقع، پاسداری از سرشت و هستی یک جامعه که هویت جمعی آن است، قابل ستایش ترین کار اهالی صنایع خلاق و فناور خواهد بود.

بد نیست اینجا به یک موضوع روز و واجب در جامعه ایران اسلامی اشاره کنیم که از منظر دیگر به بحث ما مرتبط خواهد بود؛ فرزندان آوری. خب، جملگی می دانیم که این قضیه، برای کشور از اهمیت استراتژیک بالایی برخوردار است. اما چالش مهمی پیش روی آن وجود دارد؛ مشکلات اقتصادی. خوب نگاه کنیم به چند دهه قبل شرایط زندگی در کشور. آن موقع ها، مثلا در دهه های ۳۰ یا ۴۰، اوضاع اقتصادی مردم، چنگی به دل نمی زد و فقر را می شد بدون زحمت، به سرعت در گوشه و کناری از کشور، مشاهده کرد، اما موضوع فرزندان آوری برای خانواده ها، امری مهم و جزئی از فرهنگ و مأموریت ازلی خانواده ها محسوب می شد.

رفته رفته، با بهتر شدن اوضاع اقتصادی، تغییرات فرهنگی نیز در جامعه سرعت گرفت. هرچه وضع ما بهتر شده، از فرزندان آوری، بیشتر هراسان شده ایم. پس می توانیم نتیجه بگیریم که جامعه ما در میان دوگانه آفرینش فرهنگی-بیگانگی فرهنگی، دست و پنجه نرم می کند. این مثال به ما یادآوری می کند که بسیاری از مشکلات امروزمان، زمینه فرهنگی دارد، نه اقتصادی. یا دقیق تر آن، این است که زور فرهنگ، همواره بر قدرت اقتصاد، می چربد. این نکته، در عرصه اقتصاد و صنایع خلاق و نوآور، هم به شدت قابل احساس است. یعنی می توان با قاطعیت گفت که مشکلات اقتصادی جامعه، با اصلاح نگاه فرهنگی قابل حل است و بیش از آنکه در این میان، به دلار و ریال نیاز داشته باشیم، به اصالت و شخصیت محتاجیم. اصالت، همانا هویت ما است و شخصیت نیز فرهنگ مان. جالب آنکه این کار در حوزه اقتصاد و صنعت نرم و خلاق، قابل دستیابی است.

اهالی کسب و کارهای نوآورانه و صنایع نرم و خلاق، اگر بتوانند خود را در مسیر جوینار فرهنگی جامعه، قرار گیرند و تن به آن دهند، بسیاری از موانع، خود به خود مرتفع می شود و بسیاری از مشکلات، حل جوینار فرهنگی جامعه، دارای زلالیتی است که آلودگی ها و ضعفها و گرفتاری ها را به سرعت رفع می کند و در خود، حل می سازد. قوه محرکه این جوینار، همان هویت تاریخی و غنی کشورمان است که نه از آن، بلکه گران به دستمان رسیده است.

بد نیست در انتها، یادی کنیم از «فخر فناوری» مان؛ شهید محسن فخری زاده. او که با تکیه بر داشته های فرهنگی و اعتقادی مان، توسن دانش و فناوری را در میدان ناملای مات و تحریم ها، نازاند و ما را از دشواری های به ظاهر غیرممکن گذراند. آن شهید والا مقام، با عمل و بی شعار، به ما آموزاند که با ایمان و امید، می شود در خاک کویره، گل رویاند. آری کیمیای سعادت ما همین است؛ با عقل و توکل پیش روییم. زیست بوم نوآوری و فناوری و عرصه مستعد اقتصاد خلاق و صنایع نرم، با ترکیب عاقلانه فرهنگ و فناوری و به پشتیبانی از هویت ملی، بسیار زود و باطمینان، به گل و شکوفه خواهد نشست. حالا براساس همه این صحبت ها و نکته ها، شاید بتوانیم هدفمندتر به پاسخ این پرسش بپردازیم: «فرهنگ بهتر است یا فناوری؟»

پرویز کرمی

دبیر ستاد فرهنگ سازی اقتصاد دانش بنیان و توسعه صنایع نرم و خلاق

«فرهنگ بهتر است یا فناوری؟» شاید این موضوع، جایگزینی به روز و مناسب تر برای جمله «علم بهتر است یا ثروت؟» باشد و شاید هم افتادن در یک دور باطل و چرخه بیهوده. البته نباید از این مولفه ثابت و بی بدیل صرف نظر کنیم که فرهنگ در هر شرایطی و موقعیتی، دست بالا را دارد، اما فناوری را هم مگر می شود در این روزگار، دست کم گرفت؟ در حقیقت فرهنگ و فناوری، به موازات یکدیگر، تمامی شئون زندگی آدمی را در نوردیده اند و در رقابتی تنگاتنگ با یکدیگر، حضوری تمام قد در روزمره انسان ها دارند.

در این میان، «هویت»، و رای هر آن چیزی است که در زندگی هر شخصی، به چشم می آید یا لمس و حس می شود. هویت، همه چیز ماست در این عرصه. همه داشتن ها و نداشتن ها، حسرت ها و آرزو ها، امیدها و اضطراب ها، سکوت ها و فریادها، شکست ها و پیروزی ها و همه و همه، متأثر از هویت و کیفیت نگهداری از آن است بنابراین فرهنگ و فناوری، در کشاکشی نابرابر و پیچیده، به دنبال ساختن یا باختن هویت جمعی و فردی ما هستند.

در حقیقت، حضور نور، با حقیقت فناوری معنا می یابد. بدون تاریکی، روشنایی مفهومی ندارد و در واقع، نور همواره در خود تاریکی را نیز به همراه دارد تا بتواند هویتش را به منصف ظهور برساند. فرهنگ و فناوری نیز در شرایط حاضر، ترکیبی را ساخته اند که هویت ما را شکل می بخشند. هر چند که نمی شود گفت فرهنگ؛ نور و فناوری؛ ظلمت. یا بالعکس، اما کارزاری که این دو برای کشاندن انسان به سمتی نامعلوم، به راه انداخته اند، غیرقابل اغماض است.

رابطه مردم و اهل علم اما، می تواند در این کارزار داغ و پرغبار، مفاهیم و نقشه های راه را برای شناخت ما، روشن سازند. مردم از اهل علم چه می خواهند؟ از دستاوردهای شان که معمولا در عرصه فناوری، شکل می یابد، چه خواسته های را جست وجو می کنند؟ چقدر اهل علم و فناوری قابل اتکا هستند برای عموم مردم؟ اصلا حد و حدود خلاقیت و نوآوری، که مشخصه اهل علم و فناوری است، تا کجاست؟ تا چه اندازه مردم می توانند یافته های دانشمندان و خلاقان و نوآوران را مورد قبول قرار دهند؟ چرا باید عامه مردم، دنباله رو ابتکارات و ابداعات طبقه های خاص باشند؟ می بینیم که هرچه جلوتر می روییم، تناقض هایی شکل می گیرد که پیچیدگی های هستی را پیش روی آشکارتر می سازد، اما واقعیت این است که همه این سوالات، خود زندگی هستند و مگر باید که غیر از این باشد؟

باز هم بازگردیم به همان محبت مهم و حیاتی «هویت». آنچه در میان اهالی جامعه شناسی درباره علل توسعه نایافتگی ما ایرانیان، محل بحث و اختلاف است، همانا بحران هویت و بودن نبودن آن است. فارغ از آنکه این موضوع چقدر درست یا نادرست است، بر اهمیت بالای خود هویت در نزد ما، تاکید می کند. پس شاید باید با قاطعیت بگوییم که آنچه که نزد اهل دانش، نوآوری و خلاقیت مهمترین موضوع خواهد بود، حفظ هویت و افزایش



طلبی در صنعت تبلیغات آنلاین متهم شدند

رقابت یا سوءاستفاده فیس بوک از آن را بی اساس دانست. قوانین ضدانحصار فقط به انحصار شرکتها مربوط نمی شود؛ بلکه رفتار و همکاری شرکتها با سوءاستفاده از قدرتشان را نیز پوشش می دهد. به عبارت بهتر، در صورتی که شرکتی با استفاده از تاکتیک های ضد رقابتی برای حفظ سهم خود از بازار تلاش کند، قوانین ضدانحصار را نقض می کند. براساس دستورالعمل رقابت کمیسیون فدرال تجارت، شرکتها برای رقابت نکردن اقداماتی از جمله تعیین قیمت، پیشنهاد جعلی و تقسیم بازار انجام می دهند. چنین اقداماتی به مصرف کنندگان صدمه می زند و همیشه غیرقانونی بوده است. البته ادعای اخیر در رابطه با همکاری فیس بوک و گوگل فعلا اثبات نشده است و مشخص نیست که قوانین ضدانحصار را نقض می کند یا خیر. گوگل در واکنش به اتهام ماه دسامبر وزارت دادگستری مبنی بر رفتار انحصارطلبانه این شرکت در حوزه جست و جوی اینترنتی، استدلال کرد مردم به انتخاب خودشان از گوگل استفاده می کنند و به اجبار این کار را انجام نمی دهند. گفته می شود نتیجه این پرونده در سال ۲۰۲۳ مشخص می شود.

براساس گزارش ها، فیس بوک در پرونده شکایت کمیسیون فدرال تجارت برای پیشگیری از محاکمه شدن پیشنهاد کرد برای کمک به سایر رقیبان در حوزه شبکه اجتماعی با صدور مجوز، کد و شبکه خود را در اختیارشان قرار دهد تا رقبا راحت تر نسخه اختصاصی شبکه اجتماعی خود را طراحی کنند.

این پیشنهاد چندان رگولتوری ها را متقاعد نکرده است و آنها با درخواست این غول شبکه اجتماعی موافقت نکردند. کمیسیون فدرال تجارت با تشکیل پرونده های فیس بوک را به نقض قوانین ضدانحصار متهم کرد و مدعی شد فیس بوک با استفاده از قدرت پلتفرمش، شرکت های کوچک تر از جمله اینستاگرام و واتس اپ را تصاحب کرده است. این پرونده تلاش می کند مالکیت دو پلتفرم یادشده را بازگرداند. مشخص نیست صدور مجوز دسترسی به پلتفرم در عمل چگونه خواهد بود. احتمالا چنین مجوزی امکان دسترسی به بسیاری از ابزارهای قدرتمند فیس بوک را در اختیار شرکت های مانند تیک تاک قرار می دهد، اما نمی توان پیش بینی کرد که می تواند بازار رقابتی برای این غول شبکه اجتماعی ایجاد کند یا خیر.

Header Bidding، رقابت موضوع، گوگل امتیاز استفاده از ابزارهای تبلیغاتی خود ندارد. این نشان می دهد دو غول فناوری توافق کرده اند.

پورت عمومی ادعا می کند تمامی آگهی های تبلیغاتی ثبت کنند. گوگل و فیس بوک با در نظر گرفتن وسعت متمال دارد توافق آنها قوانین ضدانحصار را نقض کند. مکرری و مذاکره کردند. به گزارش وال استریت ژورنال، در تبلیغات گوگل هزینه کند. گفته می شود شریکین قرارداد را با گوگل امضا کرده و با ارسال ایمیلی، به استراتژیک است.»

تل از رقابت با این شرکت تقریبا ارزان تر تمام می شود. این شرکت را از رقابیش مجزا کند.

ال، اتهامات اخیر را نادرست دانست و مدعی شد این فیس بوک اظهار کرد: «هیچ استثنایی در مشارکت با هایی را دریافت می کند که در اختیار سایر خریداران ژورنال، هر اتهام مبنی بر آسیب رساندن این معامله به

دانش بنیانها از فناوری نانو استفاده کردند

تا لایه های ضد میکروب بر روی سطوح ایجاد شود

در تولید این مواد از سطح بالایی از نوآوری و فناوری استفاده شده است؛ به طوری که کیفیت، دوام و سطح تاثیر گذاری آنها را به شکل قابل توجهی افزایش داده ایم. در حال حاضر قیمت این محصول ایران ساخت، یک سوم نمونه مشابه خارجی است و در حال ایجاد بستر مناسب برای صادرات آن هستیم.

ترابری همچنین بیان کرد: تاکنون در همکاری با معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری تلاش کرده ایم تا حد امکان بازار مصرف را با این محصول جدید و فناوری محور آشنا کنیم، اما متأسفانه مدیران برخی مراکز درمانی هنوز به دلیل عدم باور به کالای ایرانی، از کالای گران قیمت خارجی استفاده می کنند، این در حالی است که کیفیت این دو محصول تفاوتی با هم ندارد و محصول ایرانی، بسیار ارزان تر عرضه می شود. به گفته وی، بدیهی است که باید در این زمینه فرهنگ سازی لازم انجام گیرد تا مدیران بخش خصوصی با مزایای استفاده از کالاهای دانش بنیان ایرانی آشنا شوند و از ایجاد بازار برای کالاهای خارجی در داخل کشور اجتناب کنند.



یک شرکت دانش بنیان توانست با بومی سازی مواد خودتمیزشونده از طریق فناوری نانو کشور را از واردات این گونه مواد بی نیاز کند.

امید ترابی، رئیس هیات مدیره شرکت دانش بنیان مهندسی آرمان مواد صبا گفت: این شرکت با تمرکز بر روی مواد شیمیایی صنعتی، یک ماده آنتی باکتریال بومی و ایران ساخت تولید کرد که براساس فناوری نانو تولید شده است. این ماده فواید قابل توجهی دارد و در موارد مختلف می توان از آن استفاده کرد.

این فعال دانش بنیان ادامه داد: از جمله موارد مصرف قابل توجه این ماده استفاده از آن به عنوان لایه یک ضد میکروب بر روی سطوحی مانند کاشی است. در محیط هایی مانند مراکز درمانی و بیمارستان ها که سطح آلودگی در آنها بالا است و باید محیط همواره تمیز و سالم باشد، از این نوع پوشش بر روی سطوح استفاده می شود. این ماده می تواند میکروب های مختلفی را در تعداد بالا از بین ببرد و محیط را بهداشتی و تمیز نگه دارد. رئیس هیات مدیره شرکت دانش بنیان مهندسی آرمان مواد صبا افزود:

مدل های موفق حمل و نقل هوشمند توسعه می یابد

کاهش داد. یکی اینکه این شرکتها عرصه را برای مجموعه های دیگر فراهم کنند. یعنی همین کاری که اسنپ می کند و بحث دیگر انتقال تجربه علمی و فناورانه و توسعه آن است که روی آن نیز کار خواهیم کرد. در ادامه این مراسم، سید جلال موسوی معاون اجرایی ستاد توسعه

فناوری فضایی و حمل و نقل پیشرفته معاونت علمی ریاست جمهوری گفت: اسنپ یک شرکت هوشمند است بنابراین ما می توانیم از این تجربه برای هوشمندسازی حمل و نقل در کشور استفاده کنیم. این تجربه را می توان در اختیار دیگر شرکت های دانش بنیان هم قرار داد تا بتوانند بخشی از هزینه های حمل و نقل خود را پوشش دهند. در این مراسم، شهاب خدامرادی، مسئول بخش هوشمندسازی ستاد توسعه فناوری فضایی و حمل و نقل پیشرفته معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری با اشاره به آغاز همکاری از سال ۹۳، بیان کرد: مجموعه اسنپ



تفاهنامه همکاری میان ستاد توسعه فناوری فضایی و حمل و نقل پیشرفته معاونت علمی و فناوری و اسنپ باکس امضا شد. این تفاهنامه به امضای منوچهر منطقی، دبیر ستاد و کسری صادقی زاده مدیرعامل اسنپ باکس رسید. براساس این تفاهنامه، کسب و کارهایی که از طرف ستاد توسعه فناوری فضایی و حمل و نقل پیشرفته معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری با اسنپ باکس معرفی شوند، از تخفیف ۲۰ درصدی برخوردار می شوند. این کار با هدف حمایت از کسب و کارهای خرد در دوران کرونا انجام می شود. دبیر ستاد توسعه فناوری فضایی و حمل و نقل پیشرفته معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری در این جلسه، گفت: مدل هوشمندسازی حمل و نقلی که در اسنپ باکس در حال اجرا است یک مدل مقبول و خوب است که می تواند به دیگر کسب و کارها هم توسعه یابد. یکی از همکاری های ما می تواند استفاده از تجربه اسنپ برای هوشمندسازی در بخش هایی باشد که کشور به آنها نیاز دارد. وی همچنین بیان کرد: ما خواهان بزرگ شدن شرکت هایی مثل اسنپ هستیم. ما یکی از آسیب های بزرگ شدن این است که مخاطراتشان بیشتر می شود. این مخاطرات را به دو شکل می توان

باکس هم ۳ سال است که به این مجموعه افزوده شده است که سه نوع خدمت در حوزه پیک موتوری برای جابه جایی مسافر، باکس برای جابه جایی مرسوله و وانت برای حمل بار سبک و سنگین ارائه می دهد.

کارگاه برندینگ

BRAND

چت صوتی اقدام جدید توییتز

به قلم: کورین ریچارد خیرنگر
مترجم: امیر آل علی

یکی از مهمترین کمبودهای حال حاضر توییتز، تمرکز بیش از حد آن بر روی متن است. در این راستا برای چت کردن افراد نیز محدودیت کلمات وجود دارد. این امر باعث شده است تا تعامل کاربران در این شبکه در مقایسه با سایر رقبا به مراتب کمتر باشد. در این راستا طی بیانیه‌ای از طرح جدید این شرکت تحت عنوان Spaces رونمایی شده است که به واسطه آن افراد می‌توانند گروه‌هایی برای گفت و گوی صوتی را ایجاد نمایند. در رابطه با این طرح عنوان شده است که ویس، ساده‌ترین راه ارتباطی بوده و امید است که این طرح باعث انقلابی در میزان تعامل کاربران این شبکه شود. این طرح فوق‌العاده در حال حاضر مراحل آزمایشی خود را سپری می‌کند و احتمالاً در اوایل سال آینده شاهد آن خواهیم بود. نکته جالب دیگر این است که موسس گروه‌ها می‌تواند در صحبت اعضا دخالت کرده و ترتیب لازم را اعمال نماید تا نظم لازم شکل گیرد. همچنین در راستای تعامل جهانی قرار است که زیرنویس همزمان نیز در نظر گرفته شود. حال باید دید که این طرح جدید تا چه اندازه می‌تواند نظر کاربران را به سمت خود جلب نماید.

منبع: cnet.com

خرید ساده‌تر لوازم آرایشی

طرح جدید گوگل

به قلم: ارین کارسون خیرنگر
مترجم: امیر آل علی

تقریباً هیچ حوزه‌ای در زمینه تکنولوژی وجود ندارد که گوگل در آن اقدامی را انجام نداده باشد. در این راستا با توجه به این امر که شیوع جهانی ویروس کرونا باعث افزایش تمایل به خرید اینترنتی شده است. گوگل امکان تست محصولات آزمایشی را به صورت آنلاین امکان‌پذیر کرده و افراد می‌توانند با استفاده از برنامه اختصاصی این شرکت که از تکنولوژی AR استفاده می‌کند، هر نوع وسیله آرایشی را بر روی صورت خود امتحان نمایند. این امر می‌تواند انقلابی در این صنعت و منجر به کاهش نیاز افراد برای خارج شدن از خانه‌های خود شود. در این راستا تنها کافی است تا برند و یا وسیله آرایشی موردنظر خود را در موتور جست و جوگر گوگل سرچ نمایید تا این قابلیت برای شما نمایان شود. پس از آن از طریق دوربین سلفی خود می‌توانید تجربه استفاده از برند را داشته باشید. در این راستا اعلام شده است که گوگل قصد دارد تا برندهای محبوب سلبریتی‌ها را نیز گردآوری نماید تا در صورت انتخاب یک برند بتوانید فهرستی از افراد مطرحی که از این محصول استفاده می‌کنند را داشته باشید. حال باید دید که این طرح جذاب، تا چه حد می‌تواند با نظر مثبت کاربران همراه باشد.

منبع: cnet.com

تبدیل متن به صوت ترند جدید در زمینه

تولید محتوا

به قلم: رایلی هالت کارشناس تولید محتوا و تبلیغات
مترجم: امیر آل علی

در هر زمینه‌ای اگر به آمارهایی که منتشر می‌شود توجه لازم را نداشته باشید، فرصت‌ها را از دست خواهید داد. در زمینه تولید محتوا نیز یکی از این آمارها، تغییر سلیقه مخاطب است. درواقع امروزه افراد تمایل بیشتری به شنیدن در مقایسه با مطالعه دارند. در این رابطه ممکن است تصور کنید که ویدئوها، گزینه بهتری هستند، با این حال نکته‌ای که باید به آن توجه داشته باشید این است که امکان استفاده از آنها در هر شرایطی امکان‌پذیر نبوده و به همین خاطر نیز صوت را باید کاربردی‌ترین نوع محتوا تلقی نمود. در این راستا یکی از اقدامات بسیار پرفایده این است که از متن‌های خود، نسخه صوتی نیز تهیه نمایید. برای مثال ممکن است شما در سنایت خود، مقالات مختلفی را منتشر نمایید. تحت این شرایط اگر نسخه صوتی آنها نیز مهیا باشد، افراد می‌توانند حتی در زمان‌های مرده خود اقدام به گوش کردن به آنها نمایند. بدون شک این امر شانس رسیدن به اهداف شما را افزایش خواهد داد. در این رابطه حتی تولید فایل صوتی از ویدئوها نیز امری کاربردی خواهد بود. درواقع ممکن است افراد فرصت مشاهده یک برنامه تلویزیونی را نداشته باشند. تحت این شرایط فایل صوتی آن می‌تواند کاملاً کاربردی باشد. این امر درست اقدامی است که در حال حاضر بسیاری از برندها با خلاصه کردن جلسات، رویدادها و به صورت کلی هر موضوع مهمی به یک فایل صوتی، به نتایج خوبی دست پیدا کرده‌اند. دلیل دیگری که اهمیت این اقدام را افزایش می‌دهد این است که سرعت تولید محتوا به مراتب بیشتر خواهد شد. درواقع برای یک پادکست و یا هر نوع فایل صوتی، نیاز به اقدامات و امکانات به مراتب کمتری خواهد بود. به همین خاطر امکان انجام آن برای هر برندی، کاملاً امکان‌پذیر است.

در نهایت فراموش نکنید که اگرچه این اقدام، طرحی برای آینده بوده و بهترین نتایج را در درازمدت به همراه دارد. درواقع علاقه به فایل‌های صوتی، با سرعت رشد بسیار خوبی همراه شده و به همین خاطر از همین امروز باید به آن توجه بیشتری را داشته باشید.

منبع: blogtrepreneur.com



بررسی نمونه‌های موفق و شکست‌خورده یک الگوی تبلیغاتی

آیا تبلیغات بحث‌برانگیز گزینه خوبی برای برندهاست؟



بسیار زیادی دارد. بازاریاب‌های حرفه‌ای با همکاری برندهای بزرگ نمونه‌های موفق‌ی از این حوزه را به نمایش گذاشته‌اند. در ادامه به بررسی برخی از مهمترین کمپین‌های موفق در حوزه تبلیغات بحث‌برانگیز اشاره خواهیم کرد.

نمونه‌های موفق تبلیغات بحث‌برانگیز دیوانه‌وار رویاپردازی کن

برند نایک یکی از کسب و کارهای موفق در بازارهای بین‌المللی محسوب می‌شود. بسیاری از برندها در طول دهه‌های متعددی در تلاش برای رقابت با این شرکت با شکست مواجه شده‌اند. یکی از دلایل اصلی این امر شیوه‌های تبلیغاتی منحصر به فرد نایک است. نکته جالب اینکه نایک فقط به تولید محصولات مناسب و باکیفیت اکتفا نکرده است. یکی از نکات مهم در زمینه فعالیت این برند مربوط به تاکید مناسب بر روی شیوه‌های زندگی متفاوت است.

شعار «فقط انجامش بده» تجلی بارز شیوه برخورد نایک با سبک زندگی روزمره مشتریان است. بسیاری از برندها حوصله درگیری با مشتریان‌شان را ندارند. درست به همین خاطر کمپین‌های بازاریابی اغلب وجهه‌ای کلیشه‌ای به همراه دارند. اگر کسب و کار شما به دنبال ایجاد وجهه‌ای معتبر و جذاب برای مخاطب هدف است، باید نسبت به بازاریابی و تبلیغات به شیوه‌های متفاوت اقدام نمایید.

یکی از تبلیغات بحث‌برانگیز نایک در سال ۲۰۱۶ اجرا شد. کمپین موردنظر «دیوانه‌وار رویاپردازی کن» نام داشت. این کمپین بر روی زندگی کالین کپرینک، بازیکن حرفه‌ای لیگ NFL، تاکید دارد. داستان موفقیت ورزشکاران همیشه برای نایک جذاب بوده است. این امر موجب استقبال گسترده مشتریان از فعالیت نایک و همچنین مرور کمپین‌های این برند برای سال‌های متعددی شده است.

قهرمان‌های ورزشی به طور معمول زندگی متفاوتی از سایر مردم دارند. این امر فقط شامل بهره‌مندی‌های مالی این ستاره‌ها نیست. آنها در فرآیند تبدیل شدن به ستاره‌های عرصه ورزش روزهای بسیار سختی را نیز پشت سر گذاشته‌اند. این امر جذابیت بسیاری برای بازاریاب‌ها و همچنین مشتریان عادی ایجاد می‌کند. نایک در این کمپین با اشاره به داستان متفاوت زندگی کالین کپرینک در عمل تمام مشتریانش را به ایجاد تغییر در زندگی روزمره‌شان دعوت کرد. شاید این امر در ابتدا دعوت عجیبی از سوی یک برند باشد، اما در عمل با استقبال مناسبی از سوی مشتریان مواجه شد. این امر با مرور بر حجم بازنشر محتوای مربوط به کمپین موردنظر نایک قابل اثبات است.

بی‌طرفی بزرگ

برگر کینگ یکی از برندهای فست فود مورد علاقه مشتریان در بازارهای مختلف است. این برند فست فود در طول سال‌های متعددی محصولاتی جذاب و مطابق با میل مشتریانش ارائه کرده است. اگر برند مک دونالد در زمینه تبلیغات دارای ساختار مشخص و قابل پیش‌بینی است، برگر کینگ به طور مداوم مشتریانانش را غافلگیر می‌کند. کمپین بی‌طرفی بزرگ بر روی یکی از نکات اساسی جامعه آمریکا دست گذاشت. نژادپرستی یکی از نکات منفی در کشورهای مختلف محسوب می‌شود. اگرچه بسیاری از نهادهای دولتی و سازمان‌های عام‌المنفعه نسبت به برخورد با این شیوه رفتار اقداماتی را صورت داده‌اند، اما هنوز هم این رفتارها در سطحی گسترده صورت می‌گیرد.

بسیاری از مشتریان انتظار دریافت خدمات یکسان از سوی برندهای مختلف را دارند. حال اگر یک برند اقدام به ارائه خدمات متفاوت به مشتریان براساس معیارهایی نظیر رنگ پوست آنها نماید، واکنش‌ها به چه صورت خواهد بود؟ این ایده در کمپین بی‌طرفی بزرگ از سسوی برگر کینگ اجرا شد. بسیاری از برندها در طول سال‌های اخیر اقدام به اجرای کمپین‌های بحث‌برانگیز کرده‌اند، اما برگر کینگ شجاعت مثال‌زدنی در زمینه نمایش سوبه‌های منفی نژادپرستی نشان داده است. واکنش مشتریان نسبت به رفتار نابرابر به دلیل رنگ پوست‌شان بسیار جذاب است. اگرچه در انتهای کمپین موردنظر نسبت به بیان غیرواقعی بودن فرآیند نکات مهمی به مشتریان بیان شد، اما بازم تجربه مواجهه با تبعیض برای بسیاری از افراد، حتی سفیدپوست، جذاب بود. این امر موجب همدردی بهتر با قربانیان نژادپرستی می‌شود.

نمونه‌های شکست‌خورده تبلیغات بحث‌برانگیز

تبلیغات بحث‌برانگیز همیشه همراه با موفقیت نیست. بسیاری از برندها در این راستا با شکست مواجه می‌شوند. یکی از اشتباهات بازاریاب‌ها و برندها تلقی تبلیغات بحث‌برانگیز به عنوان شیوه‌ای همیشه پیروز است. این امر موجب بروز اشتباهات جبران‌ناپذیری از سوی برخی از برندها می‌شود. نکته جالب اینکه حتی برندهای بزرگ نیز در فرآیند تبلیغات بحث‌برانگیز دچار اشتباه می‌شوند بنابراین نباید اشتباهات در این حوزه را امری غیرعادی و مخصوص برندهای کوچک قلمداد کرد. در ادامه برخی از مهمترین کمپین‌های ناموفق در زمینه تبلیغات بحث‌برانگیز را مرور خواهیم کرد.

لحظه را زندگی کن

پepsi همیشه یکی از برندهای جذاب برای مشتریان بوده است. یکی از کمپین‌های بحث‌برانگیز پسی «لحظه را زندگی کن» است. این کمپین با امیدواری بسیار زیادی برای جلب نظر مخاطب هدف روانه بازار شد. نکته جالب اینکه کمپین موردنظر در عمل با استقبال به شدت منفی مشتریان مواجه شد. دلیل اصلی ناکامی این کمپین استفاده از سلبریتی‌های نامناسب بود. بدون تردید وقتی یک برند به طور مداوم در زمینه فعالیت برای دفاع از حقوق مشتریان فعالیت دارد، نباید با سلبریتی‌ها و چهره‌های مشکوک به فساد مالی همکاری نماید.

بحث عدالت اجتماعی یکی از ارزش‌های بنیادی پسی را شکل می‌دهد. کمپین لحظه را زندگی کن به نوعی گسست از این ارزش بود. شاید این امر عجیب باشد، اما بسیاری از مشتریان پسی کمپین موردنظر را نوعی شانه خالی کردن برند محبوب‌شان از مسئولیت‌های اجتماعی‌اش قلمداد کرده‌اند. دلیل این امر عدم اشاره به عدالت اجتماعی از چند ماه پیش از اکران کمپین موردنظر در تبلیغات پسی بود. این امر اوقات بسیار ناخوشایندی برای پسی رقم زد. برخی از مشتریان حتی تا مرز تحریم خرید محصولات پسی نیز پیش رفتند. خوشبختانه امروزه بسیاری از برندها در عمل مهارت بالایی برای جبران اشتباهات‌شان دارند. پسی نیز یکی از همین برندهاست. اکنون کمتر مشتری کمپین فاجعه بار پسی را به یاد دارد. این امر ناشی از جبران سریع موقعیت منفی برند و همچنین طراحی کمپین‌های اصلاح شده برای بازاریابی مشتریان بود.

برج‌های دوقلو

روز جهانی کارگر، گیاه‌خواران و انواع گروه‌های اجتماعی برای اعضای آنها اهمیت بسیار زیادی دارد. برند Miracles Matters در یکی از اقدامات جالبش نسبت به استفاده از حادثه ۱۱ سپتامبر برای افزایش فروش‌اش استفاده کرد. شاید این امر در ابتدا جذابیت بسیار زیادی داشته باشد. به هر حال بسیاری از مردم حادثه موردنظر را به یاد دارند. نکته مهم در این میان واکنش به شدت منفی مردم نسبت به کمپین موردنظر بود. وقتی یک برند در تلاش برای بازاریابی با استفاده از یک حادثه غم‌انگیز در فرآیند بازاریابی است، باید نسبت به تاثیرگذاری آن بر روی مخاطب هدف نیز توجه داشته باشد. بسیاری از مردم ایالات متحده خاطرات خوشی از حادثه ۱۱ سپتامبر ندارند. بنابراین استفاده از حادثه موردنظر در قالب شوخی و تلاش برای افزایش فروش شرکت ایده مناسبی نخواهد بود. بسیاری از برندها به طور رسمی نسبت به فرآیند موردنظر اعتراض کردند. همچنین مشتریان نیز برداشت‌های منفی از کمپین موردنظر ارائه کردند.

امروزه بازاریابی و تبلیغات باید با تمرکز بر روی نکات اساسی و مهم صورت گیرد. استفاده از یک تیم نظارت بر ایده‌های بازاریابی و محتوای نهایی تبلیغاتی دارای اهمیت بسیار زیادی است. برخی از برندها نسبت به این نکته توجه لازم را ندارند. بنابراین به طور مداوم با مشکلاتی در زمینه تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف مواجه می‌شوند. امروزه جبران شهرت منفی برندها در زمینه تبلیغات کار بسیار دشواری محسوب می‌شود بنابراین تا جای ممکن باید از کسب چنین شهرت های منفی پرهیز کرد.

لوله‌کشی پردردسر

هیوندای یکی از برندهای خوشنام در زمینه تبلیغات محسوب می‌شود. بسیاری از مشتریان این برند علاقه‌مند به مشاهده تبلیغات جذاب و نوآورانه هستند. درست به همین خاطر نیز هیوندای را به عنوان برند محبوب‌شان انتخاب کرده‌اند. بسیاری از بازاریاب‌ها برانگیخته کردن احساس مشتریان را به معنای موفقیت در عرصه بازاریابی محسود می‌کنند. این امر یکی از نکات عجیب در عرصه بازاریابی محسوب می‌شود. امروزه بسیاری از مشتریان نسبت به تلاش بازاریاب‌ها برای استفاده از احساسات‌شان واکنش منفی نشان می‌دهند. این امر مشکلات بسیار زیادی برای برندها به همراه خواهد داشت.

هیوندای در یکی از تبلیغات عجیبش به نوعی خودکشی را ترغیب کرده بود. داستان عجیب کمپین موردنظر شامل نمایش امکانات تازه سری IX۳۵ خودروهای هیوندای بود. این کمپین عجیب پس از یک روز نمایش به طور کامل حذف شد. نمایش صحنه اتصال لوله بخار آب به پنجره ماشین شباهت بسیار زیادی به خودکشی با گاز داشت. همین امر واکنش‌های منفی بسیاری از مشتریان را به همراه آورد. هیوندای پس از حذف کمپین موردنظر به طور رسمی نیز از مشتریانش عذرخواهی کرد. امروزه بسیاری از برندها در تلاش برای استفاده از تبلیغات بحث‌برانگیز هستند. این امر شاید در نگاه نخست بسیار ساده به نظر برسد، اما اجرای آن دشواری‌های خاص خود را دارد. متأسفانه بسیاری از برندها در عمل موفق به اجرای درست این کمپین نمی‌شوند بنابراین مشاهده تعداد بالای کمپین‌های شکست‌خورده در این زمینه امری طبیعی خواهد بود. نکات مورد بحث در این مقاله امکان بررسی بهتر الگوی تبلیغات بحث‌برانگیز و استفاده درست از آن را به همراه خواهد داشت.

منبع: blog.hubspot.com

چگونه یک تیم محتوای حرفه‌ای تشکیل دهیم؟

پدیدآورنده: گروه کسب و کار فرصت امروز

یک تیم فوتبال را در نظر بگیرید که در یک مسابقه حساس به برد نیاز داد؛ ۱۱ بازیکن در زمین هستند، اما به هیچ‌کدام نگفته‌اند چه نقشی دارند و باید دقیقاً چه اتفاقی را رقم بزنند.

اینکه گل نخورند آن را راهی اوت می‌کنند. عده‌ای هم دوست دارند گل بزنند و زمانی که هر بازیکن جایگاه مشخصی داشته باشد و بداند در هر موقعیت باید چه کار کند، نتیجه خیلی متفاوت است. دفاع تیم می‌داند باید از دروازه حفاظت کند و توپ را به میانه بفرستد و به بازی‌سازها برساند. از طرف دیگر، مهاجمان تیم می‌دانند با جای‌گیری درست در زمین می‌توانند بازی را طوری به گردش درآورند که برنده از میدان خارج شوند.

اگر بازاریابی محتوایی را مثل یک باشگاه فوتبال فرض کنیم، اعضای تیم محتوایی هم بازیکنان و اعضای کادر فنی آن هستند. همانطور که برای هدایت توپ و ساخت موقعیت برای گل به یک تکنیک خاص احتیاج داریم، برای به ثمر رسیدن تلاش‌های بازاریابی محتوایی هم نیازمند اجرای یک رویکرد خاص هستیم. تکنیک خاص را بازیکن و رویکرد اصولی را اعضای تیم محتوای شما پیاده می‌کنند. در این مقاله درباره تیم محتوا و اهمیت آن حرف می‌زنیم، وظایف نقش‌های تیم محتوا را بررسی می‌کنیم و به شما کمک می‌کنیم تا مهارت‌های لازم آنها را بشناسید، در آخر هم درباره هدایت تیم محتوا و چالش‌های آن می‌گوییم.

چرا ایجاد تیم محتوایی اهمیت دارد؟

تیم محتوا مجموعه‌ای از متخصصان در بازاریابی محتوایی است که تولید محتوای مفید و کاربردی از اهداف آن است.

تیم محتوا به شما کمک می‌کند ضمن حفظ اهداف بلندمدت کسب‌وکار خود، فرآیند و رویکرد خود را بهبود دهید. در یک مثال ساده برای‌تان این موضوع را روشن می‌کنیم؛ برای ایجاد یک کمپین به ایده نیاز دارید، بهتر است به تنهایی بنشینید و ایده‌های‌تان را لیست کنید و یا از چند نفر پرسید و از خلاقیت جمعی استفاده کنید؟ شما ساعت‌ها وقت می‌گذارید و شاید ۱۰ ایده خلق کنید اما اگر در کنار ۵ نفر دیگر این کار را انجام دهید، در بدترین حالت ۵۰ ایده دارید!

شاید با خود بگویید کار با فریلنسرها یا آژانس‌های تولید محتوا برای کسب‌وکار صرفه اقتصادی بیشتری دارد. این حرف تا حدی درست است؛ ممکن است از استخدام نیروهای حرفه‌ای برای ایجاد تیم خودتان به‌صرفه‌تر باشد، اما باید به دو نکته توجه کنید:

• آنها نیروی درون‌سازمانی شما نیستند، ممکن است نتوانند پروژه‌ها را به‌موقع به شما برسانند؛ به‌رحال یک آژانس است و چندین مشتری و پروژه دیگر! (البته استثنای زیادی هم وجود دارد)

• ممکن است آنها تجربه‌ای در زمینه فعالیت شما نداشته باشند و آنطور که می‌پسندید و لازم است به عمق ماجرا نپردازند.

در مقابل تیم محتوایی داخلی که درستی از اهداف و رویکرد شما دارند، خیلی دقیق می‌دانند یا چه کسانی رقابت می‌کنند و تمام مراحل کار زیر نظر خودتان انجام می‌شود.

البته که کار با این آژانس‌ها گاهی به شما کمک زیادی می‌کند، می‌توانید نقش‌های اصلی را در تیم محتوایی خود داشته باشید و در کنار آن برخی نقش‌های فرعی را به آژانس‌ها یا فریلنسرها بسپارید.

در تیم محتوا به چه نقش‌هایی نیاز داریم؟

ماشین بازاریابی محتوایی زمانی درست کار می‌کند که تمام چرخ‌دنده‌های آن هماهنگ و کارآمد باشند و به‌درستی کار کنند. همان مثل معروف که به خاطر یک میخ که خوب کوبیده نشده بود، مملکتی سقوط کرد!

تیم بازاریابی محتوایی از عناوین مختلفی تشکیل شده است؛ وظایف این موقعیت‌های شغلی در کسب‌وکارها و تیم‌های محتوایی مختلف می‌تواند تا حدودی متفاوت باشد و این موضوع به بزرگی کسب‌وکار شما و نیازتان بستگی دارد که تا چه حد وظایف هر عنوان شغلی، تخصصی باشد.

از طرفی هیچ لزومی هم ندارد که براساس یک چک‌لیست برای موقعیت‌های شغلی افرادی را به تیم‌تان اضافه کنید، ماشین بازاریابی محتوایی‌تان را بررسی کنید و یک تیم منحصراً به کسب‌وکار خودتان بسازید.

تیم‌های آورده‌های خود را به‌طور دقیق در نظر بگیرید و تیم محتوایی را براساس مراحل بازاریابی

مرحله اول، برنامه‌ریزی برای محتوا

در مراحل اول بازاریابی محتوایی، برنامه‌ریزی می‌کنید؛ استراتژی می‌چینید و برای شناخت مخاطبان‌تان تحقیق می‌کنید تا بدانید باید از کدام مسیر بروید. یک کسب‌وکار حرفه‌ای هرگز این مرحله را پشت گوش نمی‌اندازد.

مدیر بازاریابی محتوایی

ماشین بازاریابی محتوایی به یک راننده نیاز دارد، این راننده مدیر بازاریابی محتواست. مدیر بازاریابی محتوایی یا مدیر محتوا، همانطور که از عنوانش برمی‌آید مراحل مختلف بازاریابی محتوایی را مدیریت می‌کند و بر تولید و توزیع محتوا نظارت دارد.

مدیر بازاریابی محتوایی چه مسئولیت‌هایی دارد؟

همانطور که پیش‌تر گفتیم وظایف هر کدام از عنوان‌های شغلی در تیم محتوا، به اندازه و ساختار کسب‌وکار شما بستگی دارد، مثلاً مدیر محتوا:

- استراتژی محتوا را تدوین و تهیه می‌کند.
- محتوا را منتشر و توزیع می‌کند.
- زمان تولید و انتشار محتوا را مشخص می‌کند و تقویم محتوا را مدیریت می‌کند. نکته: در کسب‌وکارهای کوچک‌تر مدیر محتوا معمولاً وظایف بیشتری را برعهده دارد.
- وظایف اعضای تیم را مشخص می‌کند.
- بر مراحل کار تولید و توزیع محتوا نظارت می‌کند.
- محتواهای تولیدشده را براساس شاخص‌های عملکرد KPI (که در استراتژی محتوا مشخص شده‌اند) می‌سنجد.
- از اعضای تیم پشتیبانی می‌کند.
- مدیر بازاریابی محتوایی باید چه مهارت‌هایی داشته باشد؟
- مهارت‌های مدیریتی: مدیر محتوا باید بتواند به خوبی زمان و مراحل کار را مدیریت کند و میزان اثربخشی کار تیم محتوا را افزایش دهد.
- مهارت‌های ارتباطی: او باید بتواند به خوبی با اعضای تیم محتوا و مدیران کسب‌وکار ارتباط برقرار کند.
- مهارت‌های بازاریابی: مدیر محتوا باید بتواند بر محتوای تولیدشده نظارت کند و تأیید کند این محتواها در راستای اهداف بازاریابی محتوایی شما هستند.
- مهارت‌های تولید محتوا: مدیر محتوا باید بتواند محتوا تولید کند تا درستی محتواهای تولیدشده را از نظر ساختار، روایت و نگارش ارزیابی کند.

• مهارت درک مخاطب: او باید بتواند مخاطبان کسب‌وکار شما را بشناسد و با همدلی نیازهای آنها را درک کند تا بسجد آیا محتوای تولیدشده در راستای نیاز و پرسونای مخاطب است یا خیر.

استراتژیست محتوا

استراتژیست محتوا نقشه راه بازاریابی محتوایی را ترسیم می‌کند، او مغز متفکر پشت تمام محتواهای تولیدشده است.

استراتژیست محتوا چه مسئولیت‌هایی دارد؟

- استراتژی محتوا را تدوین می‌کند، او چشم‌اندازی از مسیر بازاریابی محتوایی به شما می‌دهد.
- اهداف بازاریابی محتوایی را تعیین می‌کند.
- پرسونای مخاطب را طراحی می‌کند.
- وضعیت شما را نسبت به رقبای‌تان می‌سنجد.
- موضوعات مناسب تولید محتوا را معلوم می‌کند.
- نوع محتوا و رسانه انتشار را مشخص می‌کند.
- روش‌های توزیع محتوا را تعیین می‌کند.

- **لحن درست** برای تولید محتوا را با توجه به پرسونا پیدا می‌کند.
- **شاخص‌های عملکرد** کلیدی را برای سنجیدن میزان موفقیت بازاریابی محتوایی مشخص می‌کند.

استراتژیست محتوا باید چه مهارت‌هایی داشته باشد؟

- **خلاقیت**: استراتژیست محتوا باید خلاق باشد، او باید موضوعات خلاقانه‌ای برای تولید محتوا پیدا کند و همینطور راه‌های خلاقانه‌ای برای توزیع محتوا پیدا کند.
- **مهارت بازاریابی**: او باید بتواند بخش‌های مختلف استراتژی محتوا را در راستای اهداف بازاریابی محتوایی شما بسیند.
- **مهارت درک مخاطب**: استراتژیست محتوا باید بتواند به خوبی مخاطب را درک کند و روش‌های طراحی پرسونا را بداند.
- **کارشناس SEO و تحلیلگر**

در دنیای بازاریابی محتوایی، ستون نقش مهمی دارد. کارشناس سئو محتوای شما را به گوگل و مخاطب می‌رساند و با تجزیه‌وتحلیل اطلاعات، به رشد کسب‌وکار شما کمک می‌کند.

کارشناس SEO- تحلیلگر چه مسئولیت‌هایی دارد؟

- **سایت و محتواهای تولیدشده** را بهینه می‌کند، تا سایت شما رتبه خوبی در صفحه نتایج گوگل کسب کند.
- **مفاهیم کلیدی** و هدف مناسب برای هر موضوع محتوایی را مشخص می‌کند.
- **یک راهنما** برای تولید محتوا طبق اصول ایجاد می‌کند.
- **میزان عملکرد** هر محتوا و اثربخشی بازاریابی محتوایی را با توجه به شاخص‌های کلیدی KPI مشخص در استراتژی می‌سنجد.
- **اطلاعات به‌دست‌آمده** از رفتار مخاطبان نسبت به محتوا را آنالیز می‌کند، کارشناس سئو از طریق آنالیز داده‌ای می‌تواند نیاز مخاطب را بشناسد. این نقش، بر تمام فرآیندهای بازاریابی محتوایی اثر می‌گذارد.
- برای سایت لینک‌سازی داخلی و خارجی می‌کند.
- **کارشناس SEO** باید چه مهارت‌هایی داشته باشد؟
- **مهارت‌های تکنیکال**: باید با ابزارهای آنالیز محتوا، مثل: Google analytics و Google Search console و ... آشنا باشد.
- **مهارت‌های سئویی**: کار کردن با ابزارهای آنالیز و پایش کلمات کلیدی، مثل: Google Trends، Google keyword planner و ... و روش‌های مرتبط با آن را بداند.

• **مهارت تحلیل داده**: بتواند دیتای به‌دست‌آمده از سایت را تحلیل کند، رفتار مخاطبان و نحوه عملکردتان را ارزیابی کند.

• **مهارت لینک‌سازی**: کارشناس سئو باید اصول لینک‌سازی را بداند.

مرحله دوم: تولید محتوا

بعد از اینکه اهداف و استراتژی خود را تعیین کردید نوبت به تولید محتوا می‌رسد. فراموش نکنید این مرحله اهمیت زیادی دارد و گاهی بیشتر از آنچه که فکرش را می‌کنید از شما زمان می‌گیرد.

کسانی که در این مرحله فعال هستند اصولاً افرادی همه‌فن‌حریف هستند و گاهی می‌توانند همه نقش‌ها را برعهده داشته باشند؛ همه چیز به این وابسته است که می‌خواهید چقدر تخصصی عمل کنید.

نویسنده محتوا: یکی از سنتی‌ترین نقش‌ها در تولید محتواست. بهتر است هیچ داستانی نگویید تا اینکه آن را بد تعریف کنید. تیم محتوا به یک نویسنده که صدای شما را به مخاطب برساند نیاز دارد. او مهمترین قسمت ارسال پیام برند به مخاطب است.

نویسنده محتوا چه مسئولیت‌هایی دارد؟

- درباره منابع به خوبی تحقیق می‌کند و از اعتبار آنها مطمئن می‌شود.
- **مطابق با دستورالعملی** که مدیر محتوا به آن می‌دهد محتوایی کامل ایجاد می‌کند.
- **اصول ابتدایی** سئو را می‌داند و در متن خود رعایت می‌کند.
- **نویسنده محتوا** باید چه مهارت‌هایی داشته باشد؟
- **مهارت تحقیق**: نویسنده محتوا باید بتواند به خوبی درباره موضوع تحقیق کند.
- **مهارت درست‌نویسی**: نویسنده باید بتواند اصولی و درست بنویسد و مفهوم را به مخاطب برساند.
- **مهارت داستان‌نویسی**: نویسنده باید یک داستان‌سرای قهار باشد.
- **مهارت درک مخاطب**: باید مخاطب را بشناسد و بداند با چه تکنیک‌هایی می‌تواند بر او اثر بگذارد و وی را درگیر کند.

طراح محتوا

بخشی از محتوای شما شامل محتوای چندرسانه‌ای و بصری می‌شود که از اثر خلاقانه این نوع از محتوا بر ارزش کار خود باخبر هستید. هرچه مصرف محتوا برای مخاطب لذت‌بخش‌تر باشد یعنی او کارش را بهتر انجام داده است.

با توجه به اهداف‌تان، شما می‌توانید چند تولیدکننده محتوای چندرسانه‌ای داشته باشید، مثلاً یک گرافیس‌ت، ویرایشگر ویدئو و یا حتی یک عکاس.

طراح محتوا چه مسئولیت‌هایی دارد؟

- **درک درستی** از زبان بصری دارد و از اصول زیبایی‌شناسی مدرن آگاه است.
- **بهترین فرم** را برای ارائه یک محتوا پیدا می‌کند.
- **تصاویر** و ویدئوهایی که تولید می‌کند با شخصیت برند همخوانی دارد.
- **محتوایی** که تولید می‌کند بهینه است و برای استفاده در فضای دیجیتال کاملاً ویرایش شده است.

طراح محتوا باید چه مهارت‌هایی داشته باشد؟

- **مهارت‌های تکنیکال**: او باید به نرم‌افزارهای ویرایش عکس و ویدئو (مثل فتوشاپ، Adobe Premier و ...) تسلط کافی داشته باشد.
- **خلاقیت**: طراح محتوا باید خلاقیت داشته باشد و بهترین قالب‌ها را برای بیان مفهوم اصلی انتخاب کند.
- **ویراستار**:
- **ویراستار**، مقاله خوب نویسنده را به یک مقاله عالی تبدیل می‌کند. در حقیقت شما را از دردسری که انتظارتان را می‌کشد، نجات می‌دهد؛ باور کنید اشتباهات املائی و دستوری به راحتی آب خوردن شما را از چشم مخاطب می‌اندازد!

ویراستار چه مسئولیت‌هایی دارد؟

- **ویراستار** پست‌ها را براساس تقویم بازاریابی محتوایی برنامه‌ریزی و آماده انتشار می‌کند.
- **اشتباهاتی** که از چشم نویسنده پنهان مانده را رفع می‌کند.
- **به نویسنده** کمک می‌کند درباره موضوع متفاوت‌تر فکر کند.
- **در کنار** ایرادات تاپیی و دستوری، متن را از نظر صحت و اعتبار ارزیابی کند.

یک ویراستار باید چه مهارت‌هایی داشته باشد؟

- **مهارت درست‌نویسی**: باید به خوبی در درست‌نویسی تسلط داشته باشد تا بتواند ایرادات را برطرف کند.
- **مهارت تکنیکال**: باید با بستری که سازمان برای مدیریت محتوای خود انتخاب کرده آشنایی کامل داشته باشد.

• **مهارت تحقیق**: ویراستار باید بتواند صحت موضوع را تأیید و اعتبار را بسنجد، پس باید بتواند به خوبی درباره

موضوع تحقیق کند.

مرحله سوم: توزیع محتوا

همانطور که می‌دانید محتوای خوب بدون مخاطب هیچ ارزشی ندارد. یک تیم توزیع محتوای کارآمد به شما کمک می‌کند که مخاطبان‌تان را به Follower در شبکه‌های اجتماعی و فضای دیجیتال تبدیل کنید و آگاهی از برندتان را افزایش دهید.

کارشناس توزیع محتوا

همانطور که می‌دانید محتواهایی که در فضای دیجیتال منتشر می‌شوند، معمولاً خودبه‌خود به اشتراک گذاشته نمی‌شوند. کارشناس توزیع محتوا، محتوای شما را در دسترس مخاطبان هدف‌تان قرار می‌دهد. البته این نقش در سازمان‌های کوچک کمتر دیده می‌شود.

کارشناس توزیع محتوا چه مسئولیت‌هایی دارد؟

- **محتوای تولیدشده** را در دسترس حداکثر مخاطبان قرار می‌دهد.
- برای وبسایت‌تان لینک‌سازی خارجی می‌کند.
- **شرایطی** برای پست مهمان در سایت‌های دیگر ایجاد می‌کند.
- **از نویسندگان** سایت‌های معتبری می‌خواهد که برای وبسایت شما محتوا تولید کنند

کارشناس توزیع محتوا باید چه مهارت‌هایی داشته باشد؟

- **مهارت توزیع محتوا**: او باید محتوا را به گونهای توزیع کند که اسپم‌گونه نباشد و بتواند از روش‌های توزیع محتوا استفاده کند.
- **مهارت‌های ارتباطی**: کارشناس توزیع محتوا باید بتواند با سایر کسب‌وکارها ارتباط داشته باشد تا از گزینه‌های پست مهمان و لینک‌سازی خارجی برای پروموت محتوا استفاده کند.
- **مهارت لینک‌سازی**: او باید بتواند به درستی لینک‌سازی کند.

کارشناس شبکه‌های اجتماعی

توزیع محتوا در شبکه‌های اجتماعی می‌تواند تلاش‌های تیم تولید محتوا را به حداکثر بازدهی برساند.

در شرکت‌های کوچک مدیر محتوا می‌تواند مدیریت شبکه‌های اجتماعی را هم برعهده بگیرد یا اینکه یک فریلنسر را استخدام کند، اما در شرکت‌های بزرگ باید حتی یک تیم بازاریابی شبکه‌های اجتماعی وجود داشته باشد. ناگفته نماند که اینکه چقدر کسب‌وکار شما به فعالیت در شبکه‌های اجتماعی نیاز دارد هم در تعداد افراد تیم بازاریابی در شبکه‌های اجتماعی شما تأثیر گذار است.

کارشناس شبکه‌های اجتماعی چه مسئولیت‌هایی دارد؟

- **دنبال‌کنندگان** صفحات کسب و کار شما در شبکه‌های اجتماعی مختلف را افزایش دهد.
- **محتوای شبکه‌های اجتماعی** را تولید می‌کند.
- **با دنبال‌کنندگان**‌تان ارتباطی دوستانه ایجاد می‌کند، به سوالات آنها به دقت و با حوصله پاسخ می‌دهد، بُعد انسانی کسب و کارتان را به مخاطبان‌تان نشان داده و اعتمادشان را به دست می‌آورد.
- **پیشنهاد** می‌کنیم کارشناسان شبکه‌های اجتماعی برای اثربخشی بیشتر و جلب اعتماد مخاطبان در صحبت با آنها از ضمای فرد استفاده کنند؛ مثلاً بگویند فلان مطلب را پیگیری می‌کنم، نه پیگیری می‌کنیم.
- **با سایر کسب‌وکارها** و influencers رابطه نزدیک می‌سازد.
- **کارشناس شبکه‌های اجتماعی** باید چه مهارت‌هایی داشته باشد؟
- **مهارت‌های ارتباطی**: کارشناس شبکه‌های اجتماعی باید بتواند بین برند و مخاطبان مشارکت ایجاد کند و از اینفلوئنسرها برای پروموت محتوا استفاده کند.
- **مهارت تولید محتوا**: او باید بتواند پست‌های شبکه‌های اجتماعی را بسازد. این محتوا می‌تواند تصویری، صوتی، متنی یا ویدئویی باشد.
- **مهارت توزیع محتوا**: کارشناس شبکه‌های اجتماعی باید بتواند محتوایی را که تولید می‌کند، در همان شبکه‌های اجتماعی پروموت کند؛ مثلاً بتواند پستش را در اکسپلور اینستاگرام پیدا کند.
- **کارشناس ایمیل مارکتینگ**
- **لیست ایمیل‌های مخاطبان‌تان** معدن طلای شما است، ایمیل مارکتر از ارتباطات

برند شما را گسترش می‌دهد و تعامل برند شما با مخاطبان‌تان را افزایش می‌دهد.

کارشناس ایمیل مارکتینگ چه مسئولیت‌هایی دارد؟

- **رابطه** مخاطبان با برند شما را حفظ می‌کند.
- **محتوای** سایت شما را پروموت می‌کند.
- **لیستی** از ایمیل‌های مخاطبان‌تان به دست می‌آورد.
- **ایمیل‌ها** را طراحی و بهینه‌سازی می‌کند.
- **درخواست‌هایی** که از طریق ایمیل برای کسب‌وکارتان می‌آید را پیگیری کرده و پاسخ می‌دهد.

کارشناس ایمیل مارکتینگ باید چه مهارت‌هایی داشته باشد؟

- **مهارت‌های بازاریابی**: ایمیل مارکتر همانطور که از اسمش پیدا است، باید مهارت‌های بازاریابی را بداند تا بتواند مخاطبان شما را از طریق ایمیلی که برای آنها ارسال می‌کند، به سایت‌تان هدایت کند.
- **مهارت تولید محتوا**: او باید بتواند ایمیل‌های جذابی طراحی کند.
- **مهارت ارتباطی**: ایمیل مارکتر باید بتواند به درستی با مخاطبان شما ارتباط برقرار کند.

چگونه تیم محتوای خود را هدایت کنیم؟

حالا نوبت شمامست؛ بعد از استخدام اعضا و تشکیل تیم محتوایی خود باید آن را مدیریت کنید. نتیجه تمام تلاش‌های شما در گروه کنترل کامل تیم است.

به اعضای تیم دستورالعمل بدهید

اگر بهترین افراد را هم جمع کنید تا زمانی که به آنها نگویید دقیقاً به دنبال چه چیزهایی هستید، تیم شما سرگردان است.

هر پروژه‌ای هدفی دارد؛ این اهداف را به اعضای تیم محتوایی بگویید، نویسنده باید چند کلمه حدوداً بنویسد؟ آن را مشخص کنید. آیا منابعی برای تحقیق وجود دارد؟ اشکالاتی به آنها داشته‌باشید، موضوعات و کلمات کلیدی و لحن هر پروژه را تعیین کرده و مطمئن شوید همه‌چیز را در اختیار تیم محتوایی قرار داده‌اید.

هرچه جزئیات بیشتری به آنها بدهید، نتیجه‌ای که می‌گیرد به خواسته شما نزدیک‌تر است.

می‌توانید از ابزار Trello برای مدیریت این ارتباطات استفاده کنید. این برنامه برای مدیریت زمان و فعالیت‌ها بسیار مناسب است و کار با آن برای همه آسان است. ارتباط خود را با آنها حفظ کنید.

سعی کنید کارهای اعضای تیم محتوا را پیگیری کنید. بدانید در چه مرحله‌ای هستند و نظرات آنها را بررسی کنید. شاید در روند کار مشکلی باشد؛ با ارتباط درست و خوب با آنها سعی کنید دغدغه‌های آنها را برطرف کنید تا سرعت کار پایین نیاید.

می‌توانید هرچند وقت یک بار جلساتی برگزار کنید و وضعیت کلی تیم را آنالیز کنید. حتی اگر اعضای تیم به‌صورت دورکاری با شما را همکاری می‌کنند جلسات را به‌صورت آنلاین پیش ببرید.

به آنها بازخورد بدهید

نظرات خود را درج نکنید، هیچ‌چیز به‌اندازه بازخورد شما معجزه نمی‌کند؛ ممکن است چند نفر از اعضا به‌صورت دورکاری تیم را همراهی کنند، حتی از آنها هم غافل نشوید؛ نظرات مثبت را در تاروپود برند خود داشته‌باشید و به‌عنوان یک بخش کمی تغییر کند یا آنها در میان بگذارید.

نمی‌توانید در سکوت بنشینید و تکنک پروژه‌ها را تحویل بگیرید و انتظار داشته باشید کار پیشرفت کند.

قضایی برای یادگیری ایجاد کنید

ایجاد فضایی برای یادگیری مستمر در تیم محتوا بسیار مهم است. آنها را تشویق کنید اخبار صنعت را دنبال کنند و کار با ابزارهای جدید را یاد بگیرند.

فقط به پیشبرد پروژه‌هایی که حالا دارید فکر نکنید؛ شما با کمک به رشد اعضای تیم کسب‌وکار خود را رشد داده‌اید و شرایطی را برای پیشرفت جمعی به وجود می‌آورید. مفهوم آموزش را در تاروپود برند خود داشته‌باشید و به‌عنوان یک بخش اضافی یا غیرمفید در نظر نگیرید؛ این طرز فکر از رأس یک سازمان شروع می‌شود.

چالش‌های پیش روی یک تیم محتوا چیست؟

یک گروه تحقیقاتی یک نظرسنجی درباره چالش‌های یک تیم محتوا برگزار کرد، در آن بیش از ۶۰۰ نفر از کسانی که با عنوان‌های شغلی مختلف در تیم‌های محتوا فعالیت دارند، شرکت کردند.

حدود ۷۷٪ از شرکت‌کنندگان گفتند که چالش آنها این است که تلاش می‌کنند تا کار را با سرعتی که انتظار می‌رود پیش ببرند و ۷۲٪ پاسخ‌دهندگان نیز گفتند که حجم بالای کار آنها آنهاست.

طبق نظرسنجی دیگری، نداشتن استراتژی محتوا، پایین‌بودن تعداد محتوا، نداشتن منابع معتبر برای تولید محتوا، اثربخش نبودن محتوا، مشکلاتی در سنجش میزان عملکرد در بخش‌های مختلف بازاریابی محتوایی و هماهنگ‌نبودن تیم محتوا بزرگترین چالش‌هایی هستند که یک تیم بازاریابی محتوایی با آن روبه‌رو می‌شود.

چگونه فرآیند کار در یک تیم محتوا را مدیریت کنیم؟

یکی از چالش‌های پیش روی مدیر محتوا، نحوه مدیریت گردش کار و پیگیری وظایف محول‌شده به افراد یک تیم و افزایش بهره‌وری آنهاست. از طرفی هم باید به این سوال پاسخ دهید که برای شروع موفقیت‌آمیز محتوا و حفظ کیفیت مداوم آن، چه فرآیندها، ابزارها و منابع انسانی موردنیاز است؟

در تولید محتوا شما باید ایده‌هایی برای محتوا پیدا کنید، در مورد آنها تحقیق کنید، محتوا را تولید کنید و سپس آن را منتشر کنید، سپس این محتوا را پروموت کنید.

Workflow یک سیستم گردش کار است که در آن کار از مرحله‌ای به مرحله دیگر جریان دارد. سیستم گردش کار در فرآیند تولید محتوا، مجموعه کارهایی است که برای تولید و توزیع انجام می‌شود.

Workflow به شما کمک می‌کند که راحت‌تر بر فرآیند کار نظارت کنید، از سردرگمی نجات پیدا کنید و کارها را سریع‌تر پیش ببرید.

شما می‌توانید در هر مرحله از سیستم گردش کار دستورالعمل‌هایی مکتوب به تیم‌تان ارائه کنید.

یک سیستم گردش کار یا همان workflow در فرآیند تولید محتوا به ترتیب زیر است:

۱. **مراحلی** که برای تولید محتوا طی می‌شود.
 ۲. **وظیفه** انجام کارهای مختلف برعهده چه کسانی است.
 ۳. **مدیران** محتوا چطور بر روند تولید محتوا نظارت می‌کنند.
- در پایان ...
- سعی کردیم پاسخی به چالش‌های شما در ایجاد تیم محتوایی بدهیم تا از اهمیت آن غافل نشوید. حالا بهتر می‌توانید تعیین کنید کسب‌وکارتان به چه نقش‌هایی نیاز دارد و هر فرد چه بخشی از کار را پیش خواهد برد.
- رقلیت شما در بازاریابی محتوایی همیشه حساس است و به برد نیاز دارد؛ تیم محتوایی خود را طوری سازماندهی کنید که راه رسیدن به اهداف کسب‌وکارتان هموارتر شود. اگر برای ساختن تیم محتوایی‌تان به سؤالی برخوردید، حتماً ما در میان بگذارید، سعی می‌کنیم بهترین پاسخ را برای شما پیدا کنیم.

۴ روش تولید محتوای آموزشی

به قلم: توماس گریفین نویسنده حوزه بازاریابی
مترجم: امیر آل علی

اگر بخواهیم از محبوب‌ترین نوع محتوا نام ببریم، بدون شک ویدئوها با اختلاف محبوب‌ترین محسوب می‌شوند. در این گروه نیز محتواهای آموزشی بالاتر از دیگر گزینه‌ها قرار دارد. در این راستا فراموش نکنید که گسترتش ویروس کرونا باعث افزایش میزان استفاده از بستر اینترنت شده است. با توجه به این امر که تعطیلات سال نو را هم در پیش داریم، اکنون بهترین زمان برای بهبود سطح خود محسوب می‌شود. در این راستا آیا تاکنون به این موضوع فکر کرده‌اید که از چند طریق می‌توان محتواهای آموزشی را تولید کرد؟ در واقع تنوع بیشتر، شانس موفقیت را نیز افزایش خواهد داد. در این راستا چند مورد محبوب را مورد بررسی قرار خواهیم داد.

۱- سایت

ساده‌ترین اقدامی که می‌توانید انجام دهید این است که در سایت رسمی خود اقدام به تولید محتوا نمایید. در این راستا فراموش نکنید که شما صرفاً به مقالات محدود نبوده و در این رابطه لازم است تا تنوع خوبی را داشته باشید. این نکته را فراموش نکنید که محتواهای آموزشی در زمینه سئو سایت نیز دارای تاثیرات فوق‌العاده‌ای هستند. وجود نظم کاری در کنار استفاده از استراتژی پست مهمان، از دیگر اقداماتی است که شما باید به آن توجه داشته باشید. در رابطه با نظم، صرفاً ارسال محتواها در زمانی مشخص مدنظر نبوده و بهتر است که موضوعات را در گروه‌های مختلف قرار دهید.

۲- لایو

در حال حاضر بسیاری از شبکه‌های اجتماعی از قابلیت لایو (بخش زنده) برخوردار بوده و شما می‌توانید از آن به عنوان فرصتی جهت آموزش استفاده کنید. مزیت این امر، امکان ارتباط مستقیم با افراد و دسترسی ساده است. در این زمینه اگرچه نرم‌افزارهای تخصصی ایجاد وبینار وجود دارد، با این حال اگر بخواهید افراد را مجبور به نصب چنین برنامه‌هایی نمایشید، احتمال جذب حداکثری کاهش پیدا خواهد کرد. همچنین این مسئله در زمینه کسب دنبال‌کنندگان بیشتر در شبکه‌های اجتماعی شما نیز تاثیرگذار خواهد بود. با این حال فراموش نکنید که شما باید برنامه‌ریزی دقیقی را داشته و تلاش کنید که تا حد امکان اصل اختصار را رعایت نمایید.

۳- یوتیوب

بدون شک بزرگترین بستر حال حاضر اشتراک‌گذاری ویدئو، برای هر فردی دارای اهمیت بسیار بالایی خواهد بود. در این راستا نکته‌ای که باید به آن توجه داشته باشید این است که یوتیوب تولیدکنندگان محتوا را در سود خود شریک می‌کند. به همین خاطر می‌توانید از طریق آن کسب درآمدهای قابل توجهی را نیز داشته باشید.

۴- وبینار

مزیت این بخش امکان کسب درآمد مستقیم و دست‌بندی محتواها است. در واقع شما می‌توانید تعداد افراد را برای وبینارهای خود، محدود نمایید. مزیت این امر خصوصاً برای برندهایی است که تمایل دارند که به صورت همزمان، بر روی چند موضوع، اقدام به تولید محتواهای آموزشی نمایند، با این حال فراموش نکنید که با ذخیره کردن وبینارها، می‌توانید از آن به عنوان پک‌های آموزشی نیز استفاده کرده و آن را به فروش برسانید.

در نهایت توصیه می‌شود که تمامی این ۴ روش را مورد توجه قرار دهید. همچنین می‌توانید با پیدا کردن اسپانسر، هزینه‌های خود را کاهش داده و از این طریق قیمت‌گذاری بهتری را بر روی اقدامات خود داشته باشید. در این زمینه برخی از برندها اهداف بلندمدت داشته و ایداً به دنبال کسب درآمد از محتواهای آموزشی خود نیستند. در این راستا شما باید قبل از هر اقدامی، هدف خود را به خوبی مشخص نمایید.

منبع: businesscommunity.com



بررسی ۱۱ جمله اشتباه در محل کار

حرف‌هایی که در محل کار نباید بیان کرد



به قلم: تراویس پردبوی مدیر موزه تلنت اسمارت و نویسنده حوزه کسب و کار
ترجمه: علی آل‌علی

حضور در محل کار به معنای تعهد برای فعالیت هماهنگ با اهداف شرکت است. بدون تردید عضویت در کسب و کارهای بزرگ برای هر کارآفرینی نوعی رویاست. بنابراین در صورت دستیابی به شرایط موردنظر نباید به سادگی آن را از دست داد. امروزه در محل کار امکان بیان هر حرف و نکته‌ای وجود ندارد. شاید این امر با توجه به مانور بسیاری از کارشناس‌ها بر روی امکان بیان هر نکته و اظهار نظری در محل کار عجیب باشد. نکته مهم در این میان جایگاه هر فرد در سازمان و انتظارات از رفتار هر عضوی در شرکت است. کارمندان و کارآفرینان در شرکت‌ها امکان بیان هر حرفی را ندارند. نکته جالب اینکه در رابطه با بحث موردنظر هیچ قانون مکتوبی موجود نیست. این امر مشکلات بسیار زیادی برای کارآفرینان ایجاد می‌کند. کارآفرینان تازه کار به طور معمول نسبت به محدودیت‌های بیان نکات در محل کار آگاهی دقیقی ندارند. درست به همین خاطر در طول ماه‌های نخست فعالیت‌شان با مشکلات بسیار زیادی مواجه می‌شوند. کارمندان، با هر سطح از مهارت و تجربه، در صورت بیان نکات نامناسب در محل کار با برخورد سریعی مواجه خواهند شد. درست به همین خاطر بررسی حرف‌هایی که نباید در محل کار زد، دارای اهمیت بالایی است. در ادامه ۱۱ مورد از چنین حرف‌هایی را به طور مختصر مورد بررسی قرار خواهیم داد.

۱. این امر منصفانه نیست

بسیاری از کارمندان نسبت به عدم رعایت انصاف در روندهای شرکت اعتراض‌های جدی دارند. بدون تردید در هر شرکتی برخی از امور ناعادلانه و حتی غیرمنصفانه محسوب می‌شود. نکته مهم در این میان تلاش برای رشد و توسعه جایگاه شخصی در سازمان، حتی در صورت وجود چنین نکاتی، است. کارمندان اغلب اوقات توانایی تغییر ساختارهای سازمانی را ندارند بنابراین اعتراض‌های بی‌هدف راه به جایی نخواهد برد. نکته مهم دیگر درخصوص بیان جملاتی با مفهوم منصفانه نبودن وضعیت مربوط به تفاوت دیدگاه کارمندان با مدیران است. گاهی اوقات کارمندان به دلیل فشار کاری اعتراض‌های زیادی بیان می‌کنند. نکته مهم در این میان توجه به زاویه دید مدیران ارشد است. بی‌تردید هدف اصلی در بخش کنونی ترغیب کارمندان برای صرف نظر از اعتراض‌های مختلف نیست. مهم‌ترین مسئله در اینجا تلاش برای بیان درست اعتراض‌هاست. وقتی اعتراض‌های ما همراه با دلیل و منطقی باشد، مدیران ارشد تمایل بیشتری برای پذیرش آنها خواهند داشت. متأسفانه بسیاری از کارمندان نسبت به این نکته مهم توجه لازم را ندارند بنابراین به طور مداوم با تیم مدیریت شرکت به مشکل می‌خورند.

۲. ما همیشه این کار را به همین صورت انجام می‌دهیم

تغییرات در زمینه مدیریت کسب و کار و فعالیت کاری از طیفی است. توسعه فناوری امکان بهبود عملکرد برندها و همچنین کاهش زمان موردنیاز برای ساماندهی امور مختلف را فراهم کرده است. تقاضا برای تغییر الگوی فعالیت تیم‌های شرکت امری طبیعی از سوی مدیران محسوب می‌شود. اگر یکی از کارمندان در این میان بر ادامه روندهای سابق تاکید داشته باشد، به عنوان مانعی بر سر توسعه کسب و کار شناخته خواهد شد. بسیاری از برندها برای حل چنین مشکلی دست به اخراج نیروی کار موردنظر می‌زنند بنابراین بیان چنین نکته‌ای شاید به قیمت موقعیت شغلی‌مان تمام شود.

کارمندان در مقابل تغییر شیوه کارشان باید استقبال مناسبی از الگوهای تازه داشته باشند. در غیر این صورت مدیران ارشد نگاه منفی نسبت به آنها خواهند داشت. امروزه بسیاری از برندها برای تاثیرگذاری بر روی کارمندان اقدام به استفاده از فناوری‌های نوین می‌کنند. حال اگر برخی از کارمندان همچنان بر روی استفاده از شیوه‌های قدیمی تاکید داشته باشند، فرآیند تعامل میان برند و مشتریان دستخوش تغییرات اساسی خواهد شد.

بدون تردید یادگیری شیوه تازه کار ساده نیست. بسیاری از کارمندان به دلیل انجام فرآیندهای قدیمی به طور مداوم دارای مهارت بالایی در آن هستند. همین امر نوعی ترس نسبت به شیوه‌های تازه مدیریت کسب و کار را ایجاد می‌کند. مسئله مهم در این بخش باور به کمک فناوری‌های نوین برای مدیریت هرچه بهتر کسب و کار و افزایش کارایی است. اگر این نوع نگاه را نسبت به شیوه‌های جدید مدیریت امور داشته باشیم، دیگر دلیلی برای نگرانی نسبت به تغییر وضعیت کاری وجود نخواهد داشت.

۳. مشکلی نیست

بدون تردید بیان عبارت «مشکلی نیست» امری رایج در میان افراد است. بسیاری از مردم در طول روز این جمله را بارها و بارها تکرار می‌کنند. آیا وقتی یک فرد این جمله را بیان می‌کند، منظور وی واقعا مربوط به فقدان هرگونه مشکلی است؟ پاسخ به این پرسش ساده نیست. بسیاری از کارآفرینان بزرگ براساس تجربه به نکات جالبی دست یافته‌اند. بر این اساس اغلب کارآفرینان در فرآیند پذیرش مسئولیت‌های جدید یا حتی ارزیابی عملکردشان از سسوی مدیران بالادستی نسبت به فقدان هرگونه مشکلی اظهارنظر می‌کنند.

برخی از شرکت‌ها درگیر مشکلات بسیار اساسی هستند، با این حال مدیران هر بخش تمایلی برای بیان آنها ندارند. این امر ناشی از تلاش برای سرپوش گذاشتن بر روی مشکلات به منظور عدم آسیب‌پذیری مدیریتی است. مهم‌ترین نکته در این میان تقویت فرهنگ انتقادپذیری در سازمان است. اشتباه در عرصه کسب و کار امری اجتناب‌ناپذیر است. کسب و کارها پس از بروز هر اشتباه باید نسبت به همکاری برای جبران‌اش اقدام نمایند. عرصه کسب و کار محلی برای محاکمه کارمندان و مدیران بخش‌های مختلف نیست. وقتی مشکلی در زمینه کسب و کار و فعالیت در شرکت

وجود دارد، باید به طور ساده و صریح بیان شود. در غیر این صورت مشکل موردنظر به مرور زمان بزرگ و بزرگتر می‌شود. برخی از برندها به دلیل بزرگ شدن مشکلات‌شان در عمل دیگر توانایی مدیریت آنها را نخواهند داشت. این امر موجب ورشکستگی یا دست کم حذف شدن‌شان از برخی از بازارهای بزرگ می‌شود.

۴. این ایده شاید احمقانه باشد

وقتی افراد تمایل به اظهارنظر و بیان ایده‌های‌شان دارند، باید مراقب لحن و ترکیب کلمات ابتدایی باشند. بسیاری از افراد جمله نخست‌شان را اینگونه شروع می‌کنند: «می‌خواهم یک ایده احمقانه را بیان کنم». اگر شما از قبل نسبت به احمقانه بودن ایده‌تان باور دارید، دیگر دلیلی برای بیانش وجود نخواهد داشت. کارآفرینان باید با اعتماد به نفس نسبت به ایده‌های‌شان صحبت نمایند. وقتی یک فرد پیش‌داوری در مورد ایده‌اش دارد، دیگران نیز از آن پیش‌داوری متأثر خواهند شد، با این حساب مشاهده بی‌تمایلی کارمندان برای استفاده از ایده‌های همکاران‌شان امری طبیعی خواهد بود. وقتی یک ایده احمقانه باشد، هیچ‌کس نیازی به آن احساس نخواهد کرد. بیان درست ایده‌ها اهمیت بسیار زیادی دارد. وقتی یک کارمند در تلاش برای معرفی یک ایده به مسئول بالادستی‌اش است، باید نسبت به بیان نقاط قوت ایده‌اش توجه داشته باشد. در غیر این صورت مدیران ارشد نسبت به وی دید منفی خواهند یافت. اغلب کارمندان در محیط کار سوالات بسیار زیادی دارند. استفاده از صفت احمقانه برای طرح پرسش یکی دیگر از عادت‌های کارمندان است. این امر مشکلات بسیار زیادی برای برندها ایجاد می‌کند. پرسش کارآفرینان و به طور کلی تمام اعضای شرکت باید دقیق و صریح باشد. در غیر این صورت پاسخ مناسبی از سوی تیم مدیریت شرکت دریافت نخواهیم کرد. امروزه بسیاری از برندها نسبت به بیان پاسخ‌های درست به کارمندان تردید دارند. دلیل این امر فهم ناقص پرسش‌هاست. ایجاد فضای صمیمی در شرکت به طرح درست پرسش‌ها و دریافت پاسخ‌های مناسب کمک خواهد کرد.

۵. در طول یک دقیقه انجامش می‌دهم

انجام برخی از کارها بیش از یک دقیقه زمان نیاز دارد. وقتی کارمندان در پاسخ به درخواست ساماندهی یک کار از عبارت «یک دقیقه دیگر» استفاده می‌کنند، اغلب اوقات نباید انتظار ساماندی روند موردنظر را داشت. این امر نکته بسیار جالبی برای کسب و کارها محسوب می‌شود. برخی از برندها به طور مداوم در زمینه ساماندهی پروژه‌های‌شان با مشکلات عمیقی مواجه هستند. این امر ناشی از وعده‌های نادرست کارمندان نسبت به مدیریت درست حوزه‌های مختلف است. برخی از برندها در زمینه بازاریابی و تبلیغات نیز همین مشکل را دارند. اگر شما نسبت به زمان دقیق موردنیاز برای ساماندهی یک کار اطلاع ندارید، بیان زمان حدودی ایده مناسبی نخواهد بود. کارمندان در صورت درخواست فرصت زمانی یک دقیقه‌ای باید پس از زمان موردنظر کارشان را ساماندهی کرده باشند. در غیر این صورت تیم مدیریتی دیدگاه منفی نسبت به آنها خواهد یافت. بهترین ایده در این میان بیان عدم آگاهی از زمان موردنیاز برای ساماندهی کار موردنظر است. این امر دست‌کم انتظار مشخصی در میان مدیران یا همکاران ایجاد نخواهد کرد.

۶. امتحانش می‌کنم

امتحان یک موضوع یا کار در محل کسب و کار مفهوم بسیار مبهمی است. هیچ برندی تمایل به ریسک بر روی نحوه فعالیت‌ش را ندارند. برخی از برندها برای بازاریابی و تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف نیاز به ایده‌های دقیق دارند. این امر در صورت تلاش برای امتحان ایده‌های مختلف هرگز بدل به روندی موفقیت‌آمیز نخواهد شد. برخی از برندها در طول مدت زمانی طولانی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف اقدام می‌کنند، با این حال به دلیل ماهیت آزمایشی و شانسی ایده‌های‌شان کمترین تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف ندارند.

فرآیند امتحان ایده‌ها و شیوه‌های مختلف کاری هرگز پاسخی مناسب به تیم مدیریتی نیست. تیم‌های مدیریتی همیشه نیاز به پاسخ‌های دقیق دارند. در غیر این صورت تمایل‌شان برای همکاری با کارمندان به شدت کاهش خواهد یافت. برخی از برندها به طور مداوم در تلاش برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف اقدام به آزمایش ایده‌های عجیب می‌کنند. حتی اگر یک برند در تلاش برای امتحان یک ایده است، باید ابتدا دامنه محدودی از مشتریان را مدنظر قرار دهد. سپس با دریافت سیگنال‌های موفقیت‌آمیز امکان امتحان ایده موردنظر بر روی تمام مشتریان وجود خواهد داشت. عرصه کسب و کار برای کارمندان همراه با فشارهای بسیار زیادی است. برخی از برندها به طور مداوم با عملکرد ضعیف کارمندان‌شان مواجه هستند. کارآفرینان باید پیش از اجرای کامل یک ایده نسبت به امتحانش اقدام نمایند. در غیر این صورت در عمل مشکلات بسیار زیادی پیش روی برند موردنظر قرار خواهد گرفت. این امر اغلب اوقات فرآیند فعالیت کاری را بیش از اندازه دشوار خواهد کرد.

۷. این فرد بیش از اندازه خنگ است

حضور در تیم‌های کاری به معنای همکاری با دامنه وسیعی از افراد است. شاید دیگران به اندازه ما دارای پشتکار یا مهارت نباشند. همچنین سلیقه اغلب افراد نیز با هم تفاوت دارد بنابراین باید نسبت به فعالیت درست در محیط کسب و کار و احترام به دیگران اقدام کرد. برخی از کارمندان به اقدام به اعتراض به عملکرد دیگران می‌کنند. این امر فضای تیم‌های کاری را به طور قابل ملاحظه‌ای تحت تاثیر قرار می‌دهد. انتقاد از همکاران ایده مناسبی در همان ابتدای فعالیت نیست. نکته بدتر اینکه اگر انتقاد موردنظر همراه با توهین باشد، شرایط برای ادامه فعالیت

به شدت دشوار خواهد شد. هر چقدر هم فشار کاری زیادی باشد، انتقاد بدون توجه به رعایت ادب منطقی نخواهد بود. رفتار حرفه‌ای در شرکت‌ها باید در هر شرایطی مدنظر قرار گیرد. در غیر این صورت اصول همکاری مناسب نقض خواهد شد. برخی از شرکت‌ها به طور مداوم درگیر اختلاف نظرهای اساسی میان اعضای‌شان هستند. این امر اغلب اوقات به دلایل بسیار ساده روی می‌دهد. وقتی تجربه کارمندان از همکاری با هم همراه با بی‌احترامی باشد، وقوع مشکلات کاری به طور مداوم امری طبیعی خواهد بود. امروزه برندها تمرکز اصلی‌شان بر روی کاهش میزان ناراضی‌تی کارمندان از هم و همچنین ایجاد فرهنگ انتقاد درست از یکدیگر است.

۸. این امر ربطی به من ندارد

وقتی در تیم‌های کاری فعالیت داریم، تقریباً همه چیز به ما مربوط می‌شود. برخی از کارآفرینان برای صرفه‌جویی در زمان یا کاهش بار مسئولیت اقدام به شانه خالی کردن از امور مختلف می‌کنند. این امر اغلب اوقات مشکلات بسیار زیادی برای برندها به همراه دارد. اگر یک برند نسبت به حل و فصل درست این مشکل اقدام نکند، به سرعت دامنه بی‌مسئولیتی اعضای شرکت به شدت گسترده خواهد شد. امروزه برخی از برندها در تلاش برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف و کارمندان اقدام به ترویج فرهنگ مسئولیت‌پذیری می‌کنند.

اعضای یک شرکت در موقعیت‌های مختلف امکان کمک به هم را دارند، با این حساب اگر نسبت به این امر اقدام نکنند، در شرایط بسیار دشواری قرار خواهند گرفت. همکاری مداوم میان اعضای شرکت امر سختی نیست. چنین امری در مواقع ضروری از بار کاری افراد به شدت خواهد کاست.

۹. اشتباه من نبود

تلاش برای سرزنش فردی دیگر هرگز ایده مناسبی نیست. مسئولیت هر فرد در ساختار سازمانی مشخص است بنابراین اگر اشتباهی را مرتکب شده‌یم، باید مسئولیت‌ش را نیز گردن بگیریم. در غیر این صورت شرایط بسیار دشواری برای برندها ایجاد می‌شود. امروزه برخی از برندها به طور مداوم برای تاثیرگذاری بر روی مشتریان اقدام به ساماندهی پروژه‌های دارای مسئولیت ترکیبی می‌کنند. همین نقطه اغلب شکایت‌ها و درگیری‌های درون شرکتی را به همراه دارد. وقتی مسئولیت یک پروژه با چند نفر باشد، اغلب اشتباهات شامل شانه خالی کردن افراد می‌شود. وقتی افراد مسئولیت کارشان را قبول نمی‌کنند، مشکلات بسیار زیادی در زمینه تعامل با مخاطب هدف پیدا خواهند کرد. اگر شهرت کارآفرینان در عرصه کسب و کار به عنوان فردی بی‌مسئولیت رواج پیدا کند، شمار بالایی از برندها دیگر تمایلی برای همکاری با آنها نخواهند داشت. این امر مشکلات عملی بسیار زیادی برای کارآفرینان و آینده شغلی‌شان ایجاد خواهد کرد بنابراین در عمل باید نسبت به کاهش محدودیت‌های موردنظر اقدام کرد. تقویت مهارت مسئولیت‌پذیری امر ساده‌ای نیست، اما نیاز امروز هر کارآفرینی محسوب می‌شود.

۱۰. نمی‌توانم

مردم به طور معمول تمایلی برای شنیدن عبارت «نمی‌توانم» ندارند. این امر مخصوص عرصه کسب و کار نیست. در زندگی شخصی نیز «نمی‌توانم» مفهوم منفی محسوب می‌شود. وقتی کارمندان یک شرکت با درخواست برای ساماندهی یک پروژه مواجه می‌شوند، بیان عبارتی مانند «نمی‌توانم بدترین پاسخ ممکن خواهد بود. بسیاری از مدیران ارشد در صورت دریافت چنین پاسخی به طور کامل نسبت به کارمندان موردنظر ناامید می‌شوند.

اگر شما در زمینه انجام یک کار مهارت لازم را ندارید، باید به سرعت نسبت به تقویت مهارت‌های لازم اقدام نمایید. در غیر این صورت شرایط به شدت دشواری پیش روی شما قرار خواهد گرفت. مدیران ارشد در صورت دریافت پاسخی مانند «برای انجام این کار مهارت‌های لازم را تقویت خواهیم کرد» واکنش بسیار بهتری نسبت به کارمندان‌شان خواهند داشت. این امر نوعی تکنیک مدیریت شرایط در محیط کسب و کار محسوب می‌شود. بیان ناتوانی‌ها در صورت درخواست تیم مدیریت برای ساماندهی یک کار ایده جذابی نیست. این امر به معنای از دست دادن شانس تکرار موقعیت موردنظر خواهد بود. بسیاری از برندها در عمل فرصت‌های مناسبی در اختیار اعضای شرکت برای تقویت مهارت‌های‌شان قرار می‌دهند بنابراین درخواست کمک‌های مربوط به تقویت مهارت ایده جذابی از سوی کارمندان خواهد بود.

۱۱. از این شغل متنفرم

اغلب مردم در مورد میزان نفرت از شغل‌شان با هم اظهار همدردی می‌کنند. شاید بیان نکات منفی شغل‌مان در دوره‌های دوستانه ایده خوبی باشد، اما در محیط کار باید مراقب صحبت‌های‌مان باشیم. مدیران ارشد یک برند هرگز علاقه‌ای برای شنیدن انتقادات و تنفر کارمندان در مورد شغل‌شان ندارند بنابراین شاید اعتراض‌های موردنظر در عمل به قیمت شغل افراد تمام شود. اگر شغل شما دارای برخی از نکات منفی است، باید نسبت به مدیریت‌اش اقدام نماییم. این امر همراه با بیان دقیق مطلب به تیم مدیریتی ایده بسیار بهتری نسبت به تاثیرگذاری منفی بر روی همکاران خواهد بود. بسیاری از برندهای بزرگ این شیوه از فعالیت کارمندان را در مقیاسی وسیع تشویق می‌کنند.

امروزه فعالیت در محیط کاری نیازمند رعایت برخی از ظرافت‌های اساسی است. متأسفانه بسیاری از کارمندان و کارآفرینان نسبت به این نکات توجه لازم را ندارند بنابراین ما مواجه با مشکلات متعدد در زمینه مدیریت کسب و کار و همچنین همکاری با همکاران دور از ذهن نخواهد بود. رعایت نکات مورد بحث در این مقاله کمک شایانی به کسب و کارها در این زمینه خواهد کرد.

منبع: entrepreneur.com

سرپرست شرکت گاز مازندران؛

واحدهای صنعتی پرمصرف گاز نسبت به تامین سوخت جایگزین اقدام کنند

ساری - دهقان: سرپرست شرکت گاز مازندران گفت: تامین گاز خانگی در فصل زمستان در اولویت قرار دارد و مشترکان پرمصرف صنعتی نسبت به تامین سوخت جایگزین اقدام کنند. به گزارش مازندران به نقل روابط عمومی شرکت گاز استان مازندران، "حمزه امیر تیموری" با اشاره به رایگان شدن تعرفه گاز برای مشترکان خوش مصرف گاز طبیعی استان مازندران، اظهار کرد: به موجب تصمیم دولت، مقرر شد مشترکان گاز طبیعی بخش خانگی که مصرف گاز آنها در دوره زمانی ۱۶ آبان تا ۱۵ اسفند ماه هر سال نسبت به دوره مشابه سال‌های ۹۶ و ۹۷ در میانگین دمای یکسان طول دوره صورتحساب، بیش از ۱۰ درصد کاهش یابد، مشمول تخفیف پاداش صرفه‌جویی (معادل ۱۵ درصد گازپهای صورتحساب دوره شوند. وی در ارتباط با کمبود گاز صنایع در استان مازندران، تصریح کرد: ه صورت مقطعی در چند مورد گاز تعدادی از واحدها قطع شده بود که نسبت به اتصال مجدد اقدام کردیم. سرپرست شرکت گاز مازندران خاطر نشان کرد: گاز برخی از مشترکان بر مصرف که زمینه افت فشار را فراهم کردند قطع شده بود اما در حال حاضر مشکل خاصی ندارد. بی‌ادامه داد: در گذشته هم به این واحدها اعلام کردیم که در زمان افت فشار برای تامین نیازمندی‌های خانگی مجبور به قطع گاز صنایع پرمصرف هستیم. امیر تیموری با اعلام اینکه واحدهای پرمصرف باید نسبت به تامین سوخت جایگزین اقدام کنند، گفت: در قرار داد ما به صورت مشخص درباره قطع گاز در زمان افت فشار تاکید شده است. وی ادامه داد: برای جلوگیری از افت فشار گاز خانگی، در شرایط لزوم به صورت مقطعی مجبور به قطع گاز صنایع هستیم و این موضوع و تدفیع را از طریق فرمانداران و مسؤولان سیاسی منتقل می‌کنیم. میرتیموری خاطر نشان کرد: به صورت کلی تولیدکنندگان و فعالان صنعتی در مجموع باید برای رفع نیازهای مقطعی خویش سوخت دوم در اختیار داشته باشند و در ایام فصل سرد سال، شرایط متفاوت‌تر می‌شود. سرپرست شرکت گاز مازندران در بخش پایداری صحت‌های خود، ضمن تشکر و قدردانی از مردم فهیم استان مازندران به جهت رعایت الگوی مصرف گفت: با توجه به برودت هوا و پایداری گازهای اخیر که موجب ایجاد مشکلاتی برای برخی از نقاط کشور شده، مردم با ادامه همکاری خود در استفاده بهینه از گاز طبیعی، کمال صرفه‌جویی را در مصرف این نعمت خدادادی به عمل آورده تا بدین وسیله از طرفی شرکت گاز استان را در ارائه خدمات هرچه بهتر به منظور تامین گاز به اقصی نقاط استان یاری کرده و از طرف دیگر زمینه‌ساز استمرار جریان گاز در سراسر قلمرو کشور باشند.



تقدیر وزیر نیرو از مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب گیلان

رشت - خبرنگار فرصت امروز: وزیر نیرو با ارسال لوح تقدیر از ایفای نقش موثر مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب استان گیلان در راستای پوشش "هر هفته- الف-ب-ایران" تجلیل کرد. به گزارش دفتر روابط عمومی و آموزش همگانی شرکت آب و فاضلاب گیلان: در متن لوح تقدیر رضا اردکانیان خطاب به سید محسن حسینی آمده است: الف ب برق حرفه‌آفرین الفبایست و الفبای هر کار، زیربنای آن است. آب و برق زیربنای تولید، توسعه و آبادانی میهن مان است و پوشش فراگیر ملی "هر هفته- الف-ب-ایران" میدانی وسیع برای خدمت‌رسانی و کمک به ساختن ایرانی که شایسته و سزاور ایرانیان است. به واسطه نقش آفرینی موثر جنابعالی در تحقق اهداف پوشش "هر هفته- الف-ب-ایران" در نیمه دوم سال ۱۳۹۸ و نظر به استمرار این حرکت شتابان و پُر برکت در سال ۱۳۹۹، و مشارکت و نقش ارزشمندان در این پوشش قدرانی می‌نماید. گفتنی است؛ این لوح تقدیر امروز در مراسم افتتاح طرح برسانی به ۲۸ روستای گیلان که از طریق ارتباط تصویری وزیر نیرو با استاندار برگزار شد، توسط دکتر زارع استاندار گیلان به مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب استان اهداء شد.



جنابعالی در تحقق اهداف پوشش "هر هفته- الف-ب-ایران" در نیمه دوم سال ۱۳۹۸ و نظر به استمرار این حرکت شتابان و پُر برکت در سال ۱۳۹۹، و مشارکت و نقش ارزشمندان در این پوشش قدرانی می‌نماید. گفتنی است؛ این لوح تقدیر امروز در مراسم افتتاح طرح برسانی به ۲۸ روستای گیلان که از طریق ارتباط تصویری وزیر نیرو با استاندار برگزار شد، توسط دکتر زارع استاندار گیلان به مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب استان اهداء شد.

مدیران شرکت گاز استان قیم با روش‌های حل مسأله

به روش TRIZ آشنا شدند

قم - خبرنگار فرصت امروز: به گزارش روابط عمومی شرکت گاز استان قم، جلسه آموزشی حل مسأله به روش TRIZ در راستای ارتقاء دانش فنی مدیران، با حضور مدیرعامل، مدیران و رؤسای ستادی در سالن باقرعلوم (ع) این شرکت برگزار شد. در این جلسه که چهار ساعت به طول انجامید، روش‌های تشخیص مشکل و تبدیل آن به مسأله و حل آن به روش‌های خلاقانه و استفاده از تکنیک‌های TRIZ، توسط آقای دکتر ابراهیمی تدریس شد. گفتنی است شرکت گاز استان قم رتبه چهار ستاره از سومین جشنواره سرآمدی و بهبود مستمر شرکت ملی گاز ایران را دارد و با توجه به اینکه حرکت در مسیر تعالی و بهبود مستمر، یکی از راهبردهای مهم در جهت دستیابی به استراتژی‌های تعریف شده این شرکت می‌باشد، آموزش‌های مدیران، رؤسا و کارکنان را در دستور کار خود قرار داده است و در تلاش است که جایگاه این شرکت را در بین شرکت‌های گاز استانی به عنوان یک شرکت ممتاز حفظ نموده و این جایگاه را رتقا بهبود در پایان این جلسه آموزشی، علیرضا نصیری ضمن اشاره به اینکه شرکت گاز استان قم یک سازمان یادگیرنده است، به استمرار آموزش مباحث خلاقیت و روش‌های جدید تاکید کرد و همچنین از تلاش‌ها و زحمات مدیریت منابع انسانی و رئیس آموزش و همچنین حضور همکاران به رغم مشکلات اجرایی روزهای سرد سال تشکر کرد.



با بیش از دو هزار و ۶۰۰ نفر ساعت کار بدون حادثه:

تعمیرات اساسی واحد اول باز یافت گوگرد پالایشگاه گاز ایلام با موفقیت به اتمام رسید

ایلام - خبرنگار فرصت امروز: رئیس تعمیرات شرکت پالایش گاز ایلام از پایان موفقیت آمیز تعمیرات اساسی کوره واکنش و تعداد ۶ تجهیز دیگر واحد تولید گوگرد شماره یک در آذرماه سال جاری خبر داد و گفت: با صرف بیش از دو هزار و ۶۰۰ نفر ساعت کار بدون حادثه، مورد تعمیر قرار گرفت. به گزارش روابط عمومی، "مسعود مرشدی" افزود: خوشبختانه با وجود محدودیت‌های ناشی از رعایت پروتکل‌های بهداشتی کوید ۱۹ و همچنین بارندگی و نیز حجم بالای تعمیرات یادشده که معمولاً در واحدهای گوگرد دشواری و پیچیدگی‌های خاص خود را دارد، با ثبت مدت ۲۳ روز تا برگشت واحد به تولید ز ۲۰ آبان ماه سال جاری شروع تعمیرات پیش بینی شده بدون حادثه انجام و این واحد تولیدی در اختیار واحد بهره‌بردار قرار گرفت. وی اظهار داشت: در انجام تعمیرات مذکور علاوه بر واحد تعمیرات، واحدهای بازرسی فنی، بهره‌بردار، حمل و نقل، یعنی و آتش نشانی، مهندسی و امور کالاینز مشارکت داشتند.



نمایش اجرا محور اداره زبب‌سازی شهرداری گرگان به مناسبت روز پرستار

گرگان - خبرنگار فرصت امروز: اداره زبب‌سازی سازمان سیما، منظر و فضای سبز شهرداری گرگان به مناسبت ولادت حضرت زینب (س) و روز پرستار، اقدام به اجرای پرفورمنس (نمایش اجرا محور) بروی دیواره اطراف یکی از بیمارستان‌های اطراف سطح شهر نمود. دیوار جنوب بیمارستان زینبیه به سمت سه راه ملاقاتی به طول ۱۵۰ متر طی اقدامی داوطلبانه از سوی هنرمندان نامی و جوانی نام گرگانی با پیام‌ها و نقاشی‌های با مضمون گرمیادداشت مقام کادر درمان به ویژه پرستاران عزیز به زیبایی رنگ آمیزی شد. نکته جالب این اجرا، استقبال کم نظیر شهروندان از برنامه بوده طی دو روز اجرای این عملیات شهروندان که به صورت گذرا قصد عبور خودروهی یا پیاده از محل اجرا را داشتند با توقف در مقابل آن محل از هنرمندان مستقر تقدیر و تشکر می‌کردند. با توجه به استقبال شهروندان، قرار است طی روزهای آینده این اجرا در یکی دیگر از دیواره‌های اطراف بیمارستان‌های سطح شهر انجام شود.

خلج پهرانی اعلام کرد: ۱۰ طرح توسعه‌ای، آماده سرمایه‌گذاری در منطقه ویژه اقتصادی خلیج فارس

ندرعباس - خبرنگار فرصت امروز: مدیرعامل منطقه ویژه اقتصادی صنایع معدنی و فلزی خلیج فارس اعلام کرد: ۱۰ طرح توسعه‌ای صوب در کمیته واگذاری زمین، آماده سرمایه‌گذاری در سایت‌های ۱ و ۲ این منطقه است. به گزارش روابط عمومی منطقه ویژه اقتصادی صنایع معدنی و فلزی خلیج فارس، حسن خلج پهرانی با اعلام این مطلب گفت: در سایت شماره ۱ منطقه ویژه اقتصادی صنایع معدنی و فلزی خلیج فارس ۵ طرح معدنی و صنایع معدنی با سرمایه‌گذاری ۱۳۷.۵ میلیون دلار در کمیته مذکور مصوب شده و شرکت‌های خصوصی آماده اجرای آنها هستند. وی ادامه داد: این طرح‌ها شامل تولید حلال‌های شیمیایی با ظرفیت ۵۰ هزار تن، تولید فروآلیاژها ظرفیت ۵۰ هزار تن، تولید اکس (ظرفیت ۳۳۰ هزار تن)، تولید فروسیلیس (ظرفیت ۱۰ هزار تن) و کارگاه ساخت و تعمیرات اسکلت نای فلزی (ظرفیت ۵۰۰ تن) است. مدیرعامل منطقه ویژه اقتصادی صنایع معدنی و فلزی خلیج فارس با اشاره به ۵ طرح مصوب دیگر با سرمایه‌گذاری ۲۰۶ میلیون دلار در سایت شماره ۲ منطقه مذکور افزود: این طرح‌ها شامل تولید فروآلیاژ با ظرفیت ۱۰۰ هزار تن، تولید اکسید آلومینا ۵۰ هزار تن، تولید الیاف (ظرفیت ۵۵ هزار تن)، فروم الیاف (ظرفیت ۱۰ هزار تن) و فروم الیاف (ظرفیت ۵۵ هزار تن)، از دیگر طرح‌های مصوب آماده سرمایه‌گذاری در سایت شماره ۲ منطقه ویژه اقتصادی صنایع معدنی و فلزی خلیج فارس است.

مدیرعامل شرکت ملی حفاری ایران در تشریح عملکرد شرکت در بخش‌های عملیاتی و خدمات فنی

حفاری و تکمیل چهار هزار و ۷۲۲ حلقه چاه با ثبت بیش از ۹ میلیون و ۵۸۷ هزار متر حفاری در میادین نفتی خشکی و دریایی کشور



اهواز - شبنم قجاندو: مدیرعامل شرکت ملی حفاری ایران در بیان عملکرد این شرکت در بیش از چهار دهه گذشته، گفت: بر اساس مستندات در مدت ۴۱ سال این شرکت موفق به حفاری و تکمیل چهار هزار و ۷۲۲ حلقه چاه نفت و گاز در مناطق نفتخیز خشکی و دریایی کشور شده است. مهندس سعید عبدالله موسوی به مناسبت سالروز تاسیس شرکت ضمن تبریک این مناسبت به تلاشگران صنعت نفت و سختکوشان شرکت ملی حفاری ایران، افزود: از این تعداد چاه چهار هزار و ۳۱۰ حلقه در میادین خشکی و ۴۱۲ حلقه در میدان‌های دریایی در آب‌های خلیج فارس حفر و تکمیل گردید. وی در تفکیک نوع چاه‌ها اظهار کرد: دو هزار و ۳۳۷ حلقه توسعه‌ای، ۱۱۵ حلقه توصیفی، ۱۴۲ حلقه اکتشافی و دو هزار و ۲۸ حلقه تعمیری بوده است که بیشترین تعداد آن به گستره عملیاتی شرکت ملی مناطق نفتخیز جنوب اختصاص دارد. موسوی به وسعت مناطق عملیاتی این شرکت در بیش از ۱۰ استان کشور اشاره کرد و گفت: علاوه بر مناطق نفتخیز جنوب، شرکت‌های نفت فلات قاره، نفت مناطق مرکزی، مهندسی و توسعه نفت، اروندان، نفت و گاز پارس و مدیریت اکتشاف شرکت ملی نفت ایران از خدمات این شرکت که بزرگترین شرکت حفاری در کشور است، برخوردار می‌باشند. مدیرعامل شرکت ملی حفاری ایران با بیان اینکه ناولگان شرکت بیش از ۷۰ دستگاه حفاری سبک، سنگین و فوق سنگین خشکی و دریایی در تملک دارد، افزود: در حفاری‌های در این مدت ۹ میلیون و ۵۸۷ هزار و ۵۸۰ متر ثبت شده است که از این رقم هشت میلیون و ۹۲۲ هزار و ۷۲۷ متر در بخش خشکی و ۶۶۴ هزار و ۵۸۳ متر در بخش دریا حفاری شده است. وی مجموع شمار خدمات فنی و ویژه حفاری در چهار دهه گذشته را ۱۷۱۱ هزار و ۴۸۱ مورد عنوان و اظهار کرد: از این‌ها تعداد ۱۴۶ هزار و ۷۲۹ مورد مربوط به خدمات فنی حفاری و عملیات سیمان و انگیزش چاه است که نقش اساسی در عملیات حفاری چاه‌های در دست حفاری و تعمیر و تکمیل چاه‌های در حال بهره‌برداری و حفظ، نگهداشت و افزایش تولید دارد. موسوی گفت: در این دوره زمانی ۸۷۶ هزار و ۶۲۴ متر حفاری اقیانوس و جهت‌دار بر روی یک هزار و ۸۷۴ چاه، ۳۷ هزار و ۸۸ متر مغزه‌گیری و ۹ هزار و ۹۴۴ عملیات نمودارگیری، هفت هزار و ۳۶۲ عملیات نمودارگیری از سیال حفاری و پنج هزار و ۱۳۲ عملیات چاه‌یابی با تلاش متخصصان و کارکنان سختکوش مدیریت خدمات ویژه حفاری گردیده است. مدیرعامل شرکت ملی حفاری ایران افزود: در

حفاری ایران افزود: در راستای برنامه‌های توسعه‌ای شرکت ملی نفت ایران و از جمله طرح توسعه ۲۸ مخزن با استفاده از توانمندی‌های شرکت‌ها و پیمانکاران داخلی، این شرکت نسبت به ورود به عرصه پروژه‌های میدان‌های حفاری نیز مبادرت و هم‌اکنون در پروژه‌های توسعه میدان‌های گچساران و نفت شهر به‌طور مستقیم و بسته‌های توسعه‌ای میدان‌های لالی، بالارود، رامین، همچنین سپهر و جغیر با شرکت‌های بخش خصوصی مشارکت دارد. وی به همکاری دیرینه میان این شرکت و مدیریت اکتشاف شرکت ملی نفت ایران اشاره و اظهار کرد: ملی حفاری در حفر چاه‌های اکتشافی در مناطق مختلف کشور و کشف میدان‌ها از جمله میدان نفتی آزادگان و گازی پارس جنوبی در سال‌های گذشته نقش آفرینی داشته و در چند سال اخیر دو پروژه حفاری ۶۰۸ حلقه چاه را اجرایی که تاکنون چهار حلقه چاه حفر و تکمیل گردید که دو حلقه آن زمینه کشف میدان‌های گازی ارم در استان فارس و میدان نفتی امان آوران در مناطق نفتخیز جنوب را قطعیت بخشید. موسوی یکی از اقدامات مفید و موثر این شرکت در سال‌های اخیر همکاری با بیش از ۳۰ مرکز آموزشی، علمی، پژوهشی و تحقیقاتی در کشور و هم‌افزایی و همکاری با سازندگان و صنعتگران و شرکت‌های دانش‌بنیان در زمینه ساخت قطعات و تجهیزات عنوان و این تعاملات را در بومی‌سازی در راستای خودکفایی توسط سازندگان و صنعتگران داخلی بومی‌سازی شده که در قطعه و تجهیز کاربردی در صنعت حفاری و اجرای پروژه‌های پژوهشی متعدد در بخش‌های صنعت است. مدیرعامل شرکت ملی حفاری ایران در همین ارتباط به خرید اقلام کاربردی و پرمصرف در قالب ۷۹۱ فقره تقاضا و تعداد یک هزار و ۵۸۹ قلم به مبلغ سه هزار میلیارد ریال در سال جهش تولید اشاره کرد و گفت: به منظور تحقق و بسط فرصت‌های بهره‌گیری از توانمندی‌های داخلی تاکنون افزون بر ۵۰۰ سازنده داخلی شناسایی و از توان فنی و تخصصی آنها در اجرای پروژه‌های ساخت داخل شرکت استفاده به عمل آمده است. وی افزود: در بیش از یک دهه گذشته بیش از ۲۰ هزار قطعه و تجهیز پرمصرف کاربردی در صنعت حفاری توسط سازندگان و صنعتگران داخلی بومی‌سازی شده که در بخش‌های عملیاتی و خدمات فنی و تخصصی شرکت مورد استفاده قرار گرفته است و در زمان حاضر مراحل طراحی و ساخت مجموعه‌ای از قطعات و تجهیزات مهم در عملیات حفاری از سوی سازندگان و مراکز دانشگاهی در دست اجرا است که بخشی از آنها تا پایان سال وارد چرخه عملیات خواهند شد.

با حضور وزیر نیرو در سی و سومین هفته از پوشش #هر هفته الف ب ایران صورت گرفت:

بهره‌برداری از سه پروژه انتقال و فوق توزیع برق در شهرستان مرزی و بندری آستارا

شخص‌های بهبود زندگی آن هم در شرایط دشوار تحریم هاست. وی افزود: تلاوم این پوشش تا پایان دولت تدبیر و امید در اقصی نقاط کشور و انعکاس شایسته آن، امید را برای آینده‌ای بهتر در دل مردم عزیز زنده می‌کند. دکتر زارع یادآور شد: در هفته دهم این پوشش طی سال گذشته ۱۰ طرح برق رسانی، یک سد لاستیکی در راستای استفاده بهینه از روان‌آب‌ها و کمک به توسعه و بهبود کشاورزی منطقه و آبرسانی به ۱۵ روستا با اعتبار تجمعی بالغ بر یک هزار و ۶۰۰ میلیارد ریال در گیلان افتتاح شد. وی ادامه داد: امروز و در هفته سی و سوم پوشش الف ب ایران نیز شاهد بهره‌برداری از طرح آبرسانی به ۲۸ روستای استان گیلان با اعتباری بالغ بر ۲۶۵ میلیارد ریال و همچنین افتتاح سه پروژه احداث پست، کابل تغذیه و توسعه فیدر در آستارا با اعتبار ۷۴۲ میلیارد ریال هستیم. وی به شاخص‌های رشد و توسعه استان گیلان در دولت تدبیر و امید و افزایش ۹ درصدی تعداد روستاهای تحت پوشش در بخش آبرسانی از ابتدای آغاز به کار دولت تاکنون اشاره و اضافه کرد: تعداد روستاهای تحت پوشش از یک هزار و ۵۷۵ روستا به یک هزار و ۷۱۳ روستا رسیده و بهسازی تأسیسات آب آشامیدنی ۵۶ درصد رشد داشته است. وی افزود: احداث خطوط انتقال آب نیز با رشد ۴۵ درصدی از دو هزار و ۸۵۶ کیلومتر، به چهار هزار و ۱۵۲ کیلومتر رسیده است. استاندار گیلان ادامه داد: جمعیت قلمرو شهری نیز با رشد ۶۵ درصدی، از یک میلیون و ۵۶۵ هزار نفر به یک میلیون و ۸۳۲ هزار نفر رسیده و حداکثر ظرفیت منابع تأمین آب نیز با ۲۰ درصد رشد در دولت تدبیر و امید همراه بوده است.



برنامه‌های جامع در تمامی زمینه‌های توسعه‌ای برای این استان از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. نماینده عالی دولت در گیلان به افزایش علاقمندی به ساخت و ساز در مناطق روستایی طی سال‌های اخیر و مشاهده رشد جمعیتی قابل توجهی در این مناطق اشاره و خاطر نشان کرد: چنانچه افزایش جمعیت با ایجاد زیرساخت‌های مناسب همراه نباشد منجر به توسعه پایدار نمی‌شود. بر همین اساس ضروری است برنامه ریزی صحیح و مناسبی به منظور توسعه پایدار صورت پذیرد. وی به نقش با اهمیت مدیریت منابع آب به عنوان یکی از مهم‌ترین ارکان توسعه اشاره کرد و افزود: انجام مطالعات و تهیه طرح‌های جامع آبرسانی روستایی در نقاط مختلف استان گیلان، حائز اهمیت است. استاندار گیلان گفت: بهره‌برداری از طرح‌های برق رسانی، آب رسانی، فاضلاب و سدسازی در قالب پوشش "هر هفته الف ب ایران" در گیلان و نقاط مختلف کشور، حاکی از تلاش‌های نتیجه‌بخش برای ارتقاء

مدیرکل آموزش فنی و حرفه‌ای آذربایجان شرقی:

۱۶ هزار نفر آموزش‌های مهارتی را در بخش دولتی فرا گرفتند



مدیریت مهارت آموزی و مشاوره شغلی ارائه می‌گردد. وکلالتی افزود: از مجموع آموزش‌های ارائه‌شده، مراکز ثابت شهری با ارائه ۷ هزار و ۶۵ نفر دوره، سنتر استر شهری یک هزار و ۲۳۶ روستاها

آذربایجان شرقی - فلاح: مدیرکل آموزش فنی و حرفه‌ای استان آذربایجان شرقی از ارائه ۱۶ هزار و ۲۷۹ نفر دوره آموزش‌های مهارتی در بخش دولتی در ۹۹ ساله سال ۹۹ در استان خبر داد.

رضا اختیار وکلالتی با اعلام این خبر اظهار کرد: آموزش‌های فنی و حرفه‌ای در حوزه‌های، خدمات، صنعت، فرهنگ و هنر و کشاورزی توسط بخش دولتی به صورت مجازی و با بهره‌گیری از توانمندی‌های سازمان در حوزه دولت الکترونیک (سسامانه مهارت آموزی سازمان آموزش فنی و حرفه‌ای کشور به آدرس eskil.ir) و همچنین با استفاده از فناوری‌های نوین آموزشی و پیام‌رسان‌های داخلی، ارائه می‌شوند. وی خاطر نشان کرد: در ۹ ماهه سال ۹۹ خدمات آموزشی در پادگان‌ها، کارگاه‌های ثابت شهری و سنتر، کارگاه‌های آموزشی در زندان‌ها، صنایع، عشایر، کارگاه‌های مهارت آموزی در محیط کار واقعی و مرکز

تاکید یک مقام مسوول در دادگستری آذربایجان شرقی؛

شهروندان، خدمات تعمیر و سرویس آسانسور را از شرکت‌های معتبر دریافت کنند



به تمامی افراد و اعضا اتحادیه پس از آموزش و احراز صلاحیت، کارت شناسایی برای تردد به منازل جهت سرویس‌کاری صادر نموده و در

راستای آگاه‌سازی و اطلاع‌رسانی به مالکین آسانسور به طریق مقتضی از سبب‌های اتحادیه از جمله تهیه و توزیع بروشور و تراکت‌های تبلیغاتی اطلاع‌رسانی شود. همچنین شرکت‌های بیمه از صدور بیمه‌نامه برای شرکت‌های غیرمجاز آسانسور که فاقد پروانه هستند خودداری کرده و مالکین آسانسور، لباس‌های متجانس‌شکل برای شرکت‌ها و سرویس‌کاران تعریف کنند. از طرفی به جهت ضرورت اطلاع‌رسانی و آگاه‌سازی مردم و گسترش فرهنگ قانون‌مداری مقرر شد تا صلاحیت‌های مرکز استان نیز در برنامه‌های برپیننده استان در ساعات مختلف شبانه‌روز نسبت به دعوت از کارشناسان امر اقدام کند.

کرمی: حمایت از شرکتهای خلاق به پشتوانه قانونی نیاز دارد



دبیر ستاد فرهنگ‌سازی اقتصاد دانش‌بنیان و توسعه صنایع نرم و خلاق در برنامه طلوع از نمایندگان مجلس درخواست کرد تا پشتوانه قانونی مورد نیاز شرکتهای خلاق را ایجاد کنند. پرویز کرمی، دبیر ستاد فرهنگ‌سازی اقتصاد دانش‌بنیان و توسعه صنایع نرم و خلاق در برنامه طلوع که به صورت زنده از شبکه چهار صدا و سیما پخش شد، ضمن توضیح در مورد چگونگی شکل‌گیری زیست‌بوم صنایع نرم و خلاق، گفت: معاونت علمی و فناوری ریاست‌جمهوری در بازه زمانی ۸ ساله اخیر در تلاش بوده است که یک اکوسیستم فناوری و نوآوری را در کشور توسعه بخشد که بازیگران مختلفی اعم از شتاب‌دهنده‌ها، مراکز نوآوری، پارک‌های علم و فناوری، صندوق‌های سرمایه‌گذاری جسورانه، استارت‌آپ‌ها، شرکتهای دانش‌بنیان، فعالان فنآور و خلاق در آن ایفای نقش می‌کنند. مشاور معاون علمی و فناوری رئیس‌جمهوری در ادامه با اشاره به تصویب قانون حمایت از شرکتهای دانش‌بنیان در سال ۱۳۸۹ گفت: این قانون نقش موثری در به وجود آمدن و گسترش، شرکتهای دانش‌بنیان داشت و یک کارگروه نیز براساس این قانون تاسیس شده است و محصولات یا خدمات دانش‌بنیان را برابر قوانین، ارزیابی و شناسایی می‌کند. به گفته وی، در بازه زمانی ۸ ساله اخیر که معاونت علمی و فناوری ریاست‌جمهوری، مجری اجرای این قانون بوده است، با نوع متفاوتی از محصولات، خدمات و شرکتهای مواجه شده است. این شرکتهای هرچند نتوانسته‌اند که شرایط لازم برای قرار گرفتن در دایره شرکتهای دانش‌بنیان را اخذ کنند، اما فعالیت، محصولات و خدمات آنها از ویژگی‌های شاخصی چون نوآوری و به‌کارگیری فناوری برخوردار است. رئیس مرکز ارتباطات و اطلاع‌رسانی معاونت علمی و فناوری ریاست‌جمهوری در ادامه گفت: با توجه به اهمیت این حوزه معاونت علمی و فناوری ریاست‌جمهوری به صورت داوطلبانه برنامه‌ای با نام حمایت از شرکتهای خلاق و نوآور تحت عنوان توسعه زیست‌بوم صنایع نرم و خلاق را شکل داد.

کرمی همچنین بیان کرد: براساس این برنامه معاونت بیش از ۵۰ درصد از خدمات، حمایت‌ها و تسهیلاتی را که به شرکتهای دانش‌بنیان تعلق می‌گیرد، به شرکتهای خلاق نیز تخصیص داده است. هرچند به دلیل تاکید قانون، برخی از موارد و بسته‌های حمایتی، قطعاً و قهراً، تنها به شرکتهای دانش‌بنیان تعلق می‌گیرد و شامل حال شرکتهای خلاق، نمی‌شود.

کرمی ضمن توضیح ویژگی‌های زیست‌بوم نرم و خلاق گفت: شرکتهایی که اساس کار آنها بر خلاقیت و نوآوری استوار است، حتی اگر فناوری‌های

پیچیده نقشی در عرضه محصولات و خدمات آنها نداشته باشد، از سوی معاونت علمی و فناوری ریاست‌جمهوری به عنوان «شرکتهای خلاق» شناخته می‌شوند. البته بسیاری از شرکتهای خلاق مانند شرکتهای فعال در حوزه انیمیشن و بازی‌های رایانه‌ای ممکن است از فناوری‌های روز دنیا استفاده کنند، اما ممکن است این فناوری انحصاری، پیچیده و مختص کشور ما نباشد اما در صورت ایران ساخت شدن آن، بر همین اساس این گونه شرکتهای دایره شرکتهای خلاق قرار می‌گیرند.

حمایت از شرکتهای خلاق

دبیر ستاد فرهنگ‌سازی اقتصاد دانش‌بنیان و توسعه صنایع نرم و خلاق، ضمن آنکه، صنایع نرم و فرهنگی کشور را نیازمند توجه ویژه خواند، گفت: عمده فعالیت‌های فرهنگی و هنری در کشور ما فردمحور هستند و برای آنکه این فعالیت‌های فرهنگی و نوآورانه، ماهیتی تیمی و براساس یک زنجیره و شرکتی پیدا کنند، پیش‌شرط شناسایی این فعالیت‌ها را به عنوان طرح خلاق، قرار گرفتن آنها در قالب یک شرکت و شخصیت حقوقی قرار داده‌ایم. در حال حاضر ۳ نوع حمایت عمده به شرکتهای خلاق ارائه می‌شود.

مشاور معاون علمی و فناوری رئیس‌جمهوری، افزود: حمایت مالی و ارائه تسهیلات از جمله این حمایت‌ها است که از طریق صندوق‌های پژوهش و فناوری در اختیار شرکتهای خلاق قرار می‌گیرد و خوشبختانه اخیراً صندوق پژوهش و فناوری تخصصی صنایع نرم و خلاق نیز با حمایت معاونت علمی تاسیس شده است.

وی به بخش دیگری از خدمات اشاره کرد و گفت: تسهیلات توانمندسازی، بخش دوم و اصلی حمایت‌ها را در بر می‌گیرد که شامل مواردی مانند مشاوره، حمایت بازار، معرفی، آموزش، منتورینگ و کمک به تیم‌سازی است. دبیر ستاد فرهنگ‌سازی اقتصاد دانش‌بنیان و توسعه صنایع نرم و خلاق اقدام دیگر گرفته برای صنایع خلاق را ایجاد خوشه‌های تخصصی در سراسر کشور دانست و افزود: در حال حاضر مصوب شده است که در همه استان‌های کشور حداقل یک خانه خلاق تاسیس شود، اما قرار نیست همه این خانه‌های خلاق، در همه حوزه‌های مربوط به صنایع نرم و خلاق فعال باشند و همه رشته‌ها را پوشش دهند، بلکه باید براساس مزیت‌ها و داشته‌های استانی و محلی خود یک یا چند حوزه خاص و دارای ظرفیت را برای فعالیت انتخاب کنند و تخصصی در آن حوزه فعالیت کنند.

خلق زنجیره تولید در صنایع نرم و خلاق کرمی در توضیح مسائل مرتبط با حفظ مالکیت معنوی تولیدات هنری

و خلاقانه در زیست‌بوم نرم و خلاق کشور گفت: مسئله مالکیت فکری در خود اکوسیستم نوآوری کشور نیز یک مسئله نسبتاً نوظهور و جدید محسوب می‌شود. به همین دلیل باید حتماً ارزیاب محصول و خریدار با مسائل و قوانین مرتبط با مالکیت معنوی آشنا شوند و در این زمینه هنوز هم با چالش‌هایی مواجه هستیم. با این همه، هر دو قوه مقننه و قضائیه در ارتباط با مسائل قانونی حوزه مالکیت معنوی به سمت رفع چالش‌گام برداشته‌اند.

وی افزود: به عنوان مثال سینما یکی از رشته‌های اصلی صنایع نرم و خلاق است، این صنعت در آمریکا و اروپا، مشترکاً نزدیک به ۱۰۰ میلیارد دلار گردش مالی دارد و توانسته است نزدیک به ۳ میلیون شغل ایجاد کند. دلیل این حجم از گردش مالی، ایجاد یک زنجیره پویا و اکوسیستم توانمند است که در آن هر فرد و شرکت، بخشی از کار را برعهده گرفته است و یک زنجیره به هم پیوسته را تشکیل داده‌اند.

نقصی در حوزه سینما

به گفته کرمی، در کشور ما اما به جای این زنجیره مدرن و پیوسته، شرکتهای دفاتر سنتی وجود دارند که به اصطلاح دفاتر سینمایی محسوب می‌شوند. سینما یک صنعت است و نیازمند یک زنجیره کامل از بازیگران مختلف است. برای مثال در اکثر کشورهای توسعه‌یافته در حوزه سینما تعداد قابل توجهی شتاب‌دهنده سینمایی تاسیس شده است و متأسفانه در کشور ما شتاب‌دهنده تخصصی در این حوزه تاسیس نشده است و این یک نقص بزرگ محسوب می‌شود.

مشاور معاون علمی و فناوری رئیس‌جمهوری، ضمن بررسی رشته‌های مختلف، موجود در صنایع نرم و خلاق گفت: سینما یک مثال است و این نقیصی در دیگر حوزه‌ها مانند، موسیقی، مد و لباس و یا چاپ و نشر نیز وجود دارد. همه اینها در ذیل صنایع نرم و فرهنگی تعریف می‌شوند و زنجیره‌ها به هم پیوسته و کاملی برای ارتقای آنها شکل نگرفته است. ۲۷۰۰ میلیارد دلار گردش مالی جهانی صنایع نرم و خلاق است و از این مقدار تنها ۱۰۰ میلیون دلار نصیب ایران شده است.

توجه به ظرفیت‌های عظیم فرهنگی ایران

دبیر ستاد فرهنگ‌سازی اقتصاد دانش‌بنیان و توسعه صنایع نرم و خلاق ضمن ناچیز خواندن این مقدار گردش مالی در حوزه صنایع نرم و خلاق برای کشور گفت: با توجه به پیشینه فرهنگی و تاریخی و تمدنی کشور ما اگر از جنوبی‌ترین نقطه در شرق کشور مانند بندر گوادر و چابهار، تا شمالی‌ترین نقطه در غرب کشور مانند ماکو، بیله‌سوار و جلفا جای جای کشور را جست‌وجو کنیم، با حجم عظیمی از ظرفیت‌ها و داشته‌ها و

تولیدات در حوزه صنایع نرم و خلاق مواجه خواهیم شد که نیازمند بالفعل و دیده شدن هستند. صنعت فرش یک مثال بسیار خوب در این زمینه است که با وجود آنکه این صنعت و نام فرش در جهان به اذعان همه تاریخ‌شناسان و شرق‌شناسان با نام ایران شناخته می‌شود، اما کار چندانی برای ایجاد تحول و نفوذ فناوری به این صنعت سنتی در کشور انجام نگرفته است و ماشین‌آلات آن نیز اغلب از طریق واردات تامین می‌شود.

کرمی گفت: در حال حاضر با توجه به چالش‌ها و برخی کمبودهای احصاشده در قانون حمایت از شرکتهای دانش‌بنیان، عزیزان نماینده که قبلاً در مسئولیت قرار داشتند، بعد از ورود به مجلس خواستند که یکی از اولین کارهای‌شان، رفع این چالش‌ها و برطرف ساختن موانع از طریق قانون‌گذاری و اصلاح قوانین موجود باشد.

به گفته وی، علی‌رغم این تلاش قابل تحسین، باید از جایگاه دبیری ستاد فرهنگ‌سازی اقتصاد دانش‌بنیان و توسعه صنایع نرم و خلاق، بگویم که متأسفانه به نظر می‌رسد که نقش و نیازهای صنایع نرم و خلاق، در این قانون دیده نشده است. باید به این مهم هم توجه داشت که قوانین معمولاً برای بازه‌های زمانی طولانی چندین ساله نوشته می‌شود و نه فقط برای زمان حال، در صورتی که نقش صنایع نرم و خلاق در این قانون جدید دیده نشود، بسیاری از استان‌های کشور که ظرفیت‌های نرم و خلاق در آنها پررنگ‌تر از بسترهای فناوری است، دیده نخواهند شد و اقتصادهای پویای محلی در آنها شکل نخواهد گرفت.

دبیر ستاد فرهنگ‌سازی اقتصاد دانش‌بنیان و توسعه صنایع نرم و خلاق ضمن توضیح نیازهای قانونی برای حمایت از شرکتهای خلاق و زیست‌بوم نرم و خلاق کشور گفت: قانون حمایت از شرکتهای دانش‌بنیان در قالب یک طرح در مجلس مطرح شده است و یک لایحه نیست که ما از طریق دولت، نظرات‌مان را در آن بگنجانیم. بر این اساس از نمایندگان محترم مردم در مجلس شورای اسلامی درخواست داریم تا خواسته‌های شرکتهای خلاق و کلیه فعالان صنایع نرم و خلاق را مدنظر قرار دهند و حمایت قانونی لازم را از طریق ابزار قانون‌گذاری در اختیار آنها قرار دهند. وی همچنین بیان کرد: خواهش ما این است که کلمه شرکتهای خلاق در این قانون در کنار شرکتهای دانش‌بنیان اضافه شود. شرکتهای خلاق مانند شرکتهای دانش‌بنیان از قدرت رسانه‌ای بالایی برخوردار نیستند و خواسته‌های آنها پژواک کافی را در جامعه ندارد. معاونت علمی و فناوری ریاست‌جمهوری آماده است تا با ارائه مستندات، خواسته‌های این شرکتهای و فعالان خلاق را با نمایندگان محترم مجلس در میان بگذارد تا حمایت‌های مورد نیاز این شرکتهای نیز از پشتوانه قانونی برخوردار شود.

۱۱ نکته برای حل هر گونه اختلاف در محل کار



ایجاد اختلافات بین کارمندان در محل کار امری بسیار طبیعی و شایع است. این گونه اختلافها نشان می‌دهد کارمندان قادر به بیان نظرات خود و بحث در مورد آن هستند. بنابراین در هر سازمانی مدیران باید بدانند چگونه این اختلافات را حل کنند. با یوکن همراه باشید تا در این مقاله ۱۱ نکته برای کمک به حل مناقشات در محل کار را با شما به اشتراک بگذاریم.

رهبری افرادی که میل، رویا و بینش مشابهی دارند، بسیار دشوار است. ایجاد تغییر و تحول در افرادی که به شدت سنتی هستند و راه تفکر ثابتی دارند حتی از آن چالش‌برانگیزتر است. در نتیجه، به دلیل تفاوت در نظرات و سبک‌های ارتباطی، بحث در بازار رخ می‌دهد. با این حال، تمام اختلاف‌های محل کار بد نیستند.

اختلاف‌های سالم خوب هستند. عدم وجود مناقشات نشان‌دهنده این است که تفکر انتقادی و تلاش برای اعلام نظر خود در سازمان از بین رفته است. این یک پرچم عظیم قرمز بوده که نشان می‌دهد هر تفکر و یا رفتاری به شدت توسط کسی که از هر نوع انتقاد نفرت دارند محدود می‌شود.

اما زمانی که اوضاع در مسیر درست پیش نمی‌رود ولی هیچ کس گوش شنوا ندارند چه؟ چگونه به مسیر بازمی‌گردید؟ روابط تضعیف‌شده را تقویت می‌کنید و اختلافات را قبل از اینکه در کل سازمان به فاجعه تبدیل شوند حل می‌کنید؟ در اینجا ۱۱ راهنمایی در مورد چگونگی حل تقریباً هر گونه اختلاف در محل کار را به شما معرفی می‌کنیم:

۱. برای هر قطعنامه نتیجه‌ای شناسایی کنید

اولین چیزی که هنگام ورود به جلسه حل و فصل منازعه باید تعیین کنید این است: چیزی که می‌خواهید به دست بیاورید را مشخص کنید. برخلاف بسیاری از روابط، تمام قطعنامه‌های مربوط به تعارض در محل کار با بغل، دست دادن و سلفی گرفتن پایان نمی‌یابند. با این توضیح، رویکرد شما با توجه به نتایجی که می‌خواهید به دست آورید و با نوع شخصیت‌تان متفاوت است. روش‌های مختلفی برای حل اختلاف وجود دارد. آنها عبارتند از:

- مشارکتی: در رویکرد مشارکتی، هر دو طرف سعی در خراب کردن یکدیگر ندارند. در عوض، آنها با یکدیگر همکاری می‌کنند تا بهترین شیوه را و حل را برای حل مشکلات خود، بیابند.

- اجتنابی: با استفاده از این رویکرد هر نوع نجوا، ناله، نظرات و هر چیزی که توهین‌آمیز است را نادیده می‌گیرید. اگرچه رویکرد اجتنابی توصیه نمی‌شود، اما در زمانی که ریسک بالایی وجود ندارد و روابط بین هر دو طرف رو به نابودی نیست، بهترین گزینه محسوب می‌شود.

- تطبیقی: با استفاده از این رویکرد، نیازهای حزب دیگر را در آن زمان مهم‌تر از نیازهای خود می‌بینید و تمایل به رسیدن به یک راه حل صلح‌آمیز دارید. همان‌طور که این رویکرد نشان می‌دهد، یک حزب تسلیم دیگری می‌شود.

- مصالحه: این رویکرد به این معنا است که هر دو طرف می‌توانند به یک نقطه متقابل برسند و مایل به همکاری با یکدیگر برای دستیابی به نتایج متقابل راضی‌کننده هستند. با این روش، بازنده‌ای وجود ندارد.

بنابراین، نتایج قطعنامه شما واقعاً بستگی به درجه اختلاف، نوع اختلاف و نتیجه مورد نظرتان دارد.

۲. قوانین تنظیم کنید

ادعای قدیمی که می‌گوید سال‌ها زمان برای ایجاد یک رابطه نیازمند است، اما فقط چندین لحظه برای از بین بردن آن کافی است حقیقت دارد. در نتیجه، قوانینی برای نحوه برخورد با حل منازعات وجود دارد. مهم نیست اختلاف چقدر جزئی باشد، باید قوانینی برای نحوه حل و فصل تنظیم کنید.

قوانین به معنای محدودیت نیستند. در عوض، آنها به شما کمک می‌کنند تا در چارچوب‌های مناسب حرکت کنید که اغلب منجر به نتایج مطلوب می‌شود. هنگام مدیریت اختلاف در میان همکاران، داشتن مجموعه‌ای از استانداردها که همه به آن پایبند هستند کمک می‌کند.

مزایای مثبت دیگر این است که قوانین یک حس امنیت و اطمینان از عدالت را فراهم می‌کنند، چیزی که در وهله اول، با اختلاف تناقض دارد. نمونه‌هایی از چنین قواعد (بسته به نوع اختلاف) عبارتند از: درخواست از کارکنان برای پایین آمدن از موقعیت‌های خود به طور موقت، محدود

کردن قدرت اعطاشده به کارکنان و اعمال طرفین به روند رسمی و خطی حل و فصل.

۳. در مهارت‌های ارتباطی و شنیداری خود سرمایه‌گذاری کنید
حل و فصل اختلاف فقط بستگی به توانایی شما برای شنیدن آنچه گفته شد ندارد، بلکه تفکیک تفاوت زبان بدن، آه کشیدن و حتی سکوت امری مهم است. چندین متغیر مانند زبان، زمینه‌های فرهنگی، قومیت، جنسیت و تفاوت‌های اقتصاد را به آن اضافه کنید و یک پرونده پیچیده از سوءتفاهم‌های بزرگ خواهید داشت.

این به این معنا است که، چیزی که برای یک کارمند متولد شده در ایالات متحده کاملاً معمولی تلقی می‌شود برای کارمند متولد و بزرگ شده در کشور دیگری می‌تواند کاملاً نامناسب باشد.

مهارت‌های ارتباطی و شنیداری خوب شما را قادر می‌سازد تا از هنرهای اجتماعی دور شوید. از الگوهایی که مهارت‌های تصمیم‌گیری شما را از بین می‌برند رهایی یابید. دیدگاه‌های مختلف را قبول کنید تا بتوانید راه حل‌هایی برای رفع مشکلات روابط پیدا کنید.

۴. جلسات رو در رو برگزار کنید

هر زمان که می‌توانید، برای حل اختلاف جلسه رو در رو برگزار کنید. بیان احساسات در ایمیل چالش‌برانگیز است، زیرا اثر ارتباط غیرکلامی در پشت صفحه نمایش کامپیوتر و تلفن همراه از بین می‌رود. در هنگام حل و فصل اختلافات، ما فقط صحبت نمی‌کنیم و امیدواریم که بهترین اتفاق بیفتد، زیرا قصدمان همین است. ما تمام جنبه‌های ارتباطات غیرکلامی را درگیر می‌کنیم.

در جلسات رو در رو ما از تمام جنبه‌های ارتباط غیرکلامی استفاده می‌کنیم. چیزهایی مانند تن صدا، محدوده صوتی، عبارات کوچک و زبان بدن می‌توانند بیش از یک عذرخواهی ساده در ایمیل ارتباط برقرار کند.

۵. از حملات شخصی اجتناب کنید

در حالی که ممکن است واکنش‌های شدید عاطفی پیش بیاید، مهم است که از حملات شخصی طی حل اختلافات خودداری شود. به جای استفاده از حملات شخصی، باید یک راه بهتر برای برقراری احساسات خود داشته باشید.

۶. دیگران را سرزنش نکنید

تقصیر را گردن دیگران انداختن یک روش مطمئن برای حل خراب کردن یک رابطه است. دیگران را برای مشکلات سرزنش کردن در ذات انسان است. با این حال، هدف حل مناقشات این است که تقصیر را گردن یک نفر نیندازیم و مسئولیت‌پذیر باشیم.

۷. واسطه خارجی استخدام کنید

گاهی اوقات اختلاف آنقدر شدید است که به نظر می‌رسد طرفین نمی‌توانند مشکل را بین خودشان حل کنند. در این مورد، باید یک واسطه خارجی استخدام شود. یک واسطه شخصی کسی است که در زمینه مدیریت اختلافات، مذاکره و آموزش تخصص دارد.

۸. نقطه مشترک پیدا کنید

پیدا کردن نقطه مشترک به معنا جست‌وجوی ایده‌ها، علایق و باورهایی است که بین طرفین یکسان بوده و از آنها می‌توان برای مذاکره استفاده کرد. این به نظر آسان می‌رسد، اما عملی کردنش در واقع چالش‌برانگیز است. اگر آسان بود، هیچ گزارشی از اختلاف بین مردم، شرکت‌ها و ملت‌ها وجود نداشت. با این حال، زمانی که همه چیز با شکست مواجه می‌شوند، پیدا کردن زمینه مشترک می‌تواند همان چیزی باشد که احزاب مخالف را به میز مذاکره می‌کشاند.

۹. فقط واقعیت‌ها را بیان کنید

وسوسه‌برانگیز است که رویدادهای روزها، ماه‌ها یا سال‌های گذشته را در تلاش برای سرزنش دیگران تغییر دهیم، اما این تنها باعث می‌شود همه چیز بدتر شود. هدف حل منازعات، تمرکز بر روی واقعیت‌ها است نه تفسیر شما از آن.

۱۰. موانع جلوگیری حل و فصل اختلافات را شناسایی کنید

با توجه به HR Daily Advisor، شناسایی موانع جلوگیری، به شما در حل مشکل کمک می‌کند. سازمان‌ها می‌توانند بهترین واسطه‌ها یا کارشناسان توسعه شخصی را استخدام کنند، اما تا زمانی که موانع پیشگیری تشخیص نداده و به آنها پاسخ داده نشود، تمام تلاش‌ها برای حل و فصل اختلافات شکست خواهند خورد.

درست همان‌طور که شما نمی‌توانید بدون تشخیص بیماری دارو تجویز کنید، بدون شناسایی موانعی که موجب حل اختلاف می‌شود نمی‌توانید مشکل را حل کنید.

۱۱. یک سیاست مدیریت حل اختلاف ایجاد کنید

هر گونه درگیری نباید به موضوعی جدی تبدیل شود، اما برای حفظ فضای احترام و درک متقابل در محل کار، نیاز به مستندسازی رفتاری قابل قبول است و مراحل هنگام درگیری‌های بین فردی باید طی شود. سیاست مدیریت اختلافات مانند یک قانونس دریایی است که به شما کمک می‌کند تا اختلاف نظر در سطوح و مقادیر مختلف را هدایت کنید

آگهی فقدان سند مالکیت

نظر به اینکه آقای هوشنگ شیروانی احدی از ورث مرحوم خدیجه خاتم زنجانی به شماره ملی ۱۳۴۹۰۰۹۹۲۲ طی درخواست ورثه شماره ۰۷۲۳۰۰۲۰۰۲۲۱/۱۳۹۹۲۱۷۳۰۰۲۰۰۲۰۰۲۲۱ مورخه ۱۳۹۹/۰۹/۲۰ با ارائه ۲ برگ استشهادیه و سایر مدارک لازم اعلام نموده که سند مالکیت یک دانگ از شش‌دانگ بلاک نیش ۰ فرعی از ۱۳۵۶ اصلی عرصه یک قطعه زمین مزروعی این واقع در هرآباد بخش ۷ خلخال در دفتر الکترونیکی به نام خاتم خدیجه زنجانی ثبت سند مالکیت به شماره چاپی ۷۰۷۹۹۱۸/۰۹۲۰۵ صادر و تسلیم شده است به عتد حاجیباقی مقفود شده است لذا مراتب در اجرای ماده ۱۲۰ این نامه قانون ثبت در یک نوبت آگهی می‌شود تا هر کس نسبت به پلاک مزبور معامله ای انجام داده یا مدعی وجود سند مالکیت نزد خود می‌باشد باید تا ده روز بعد از انتشار آگهی به این اداره مراجعه و اعتراض خود را ضمن ارائه اصل سند مالکیت یا سند معامله تسلیم نماید و اگر طرف مهلت مقرر اعتراضی نرسد و یا در صورت اعتراض اصل سند مالکیت یا سند معامله از که نشود بعد از طی تشریفات قانونی سند مالکیت لغتی به نام مالک صادر و تسلیم خواهد شد.

تاریخ انتشار: روز شنبه ۹۹۱۰۰۶
رئیس اداره ثبت اسناد و املاک شهرستان خلخال - حسن اسلامی کجیمی

رای هیئت

در اجرای قانون الحاق موادی به قانون ساماندهی و حمایت از تولید و عرضه مسکن واقع در شهر فردیس به شرح جدول ذیل بنام متقاضیان سند مالکیت صادر و تسلیم خواهد شد لذا مراتب در اجرای ماده ۱۰ این نامه اجرایی قانون الحاق موادی به قانون ساماندهی جهت اطلاع و اعلان به مالکین و افراد ذوالحقوق آگهی می‌گردد تشخیص که نسبت به اصل ملک مورد تقاضا اعتراض دارند از تاریخ انتشار آگهی ظرف مدت ۲۰ روز اعتراض خود را بصورت کتبی به اداره ثبت اسناد و املاک شهرستان شهریار تسلیم نمایند و ظرف مدت ۱ ماه از تاریخ تسلیم اعتراض به مرجع ثبتی دادخواست خود را به مراجع ذی صلاح قضایی تقدیم . گواهی آن را به اداره ثبت اسناد و املاک شهریار تسلیم نمایند در غیر این صورت اداره ثبت اسناد و املاک شهریار وفق مقررات نسبت به صدور سند مالکیت اقدام خواهد نمود.

نام	نام خانوادگی	نام پدر	مساحت	شماره قطعه	شماره رای	پلاک اصلی	مالکیت
۱	شهبوز	قنبر علی	۱۱۸/۹۹	۴۸۸۷	۲۱۵۹	۶۹	احمد نظریه
۲	اصغر	سلیمانی	۱۷۷/۵۵	۱۴۱۹	۲۱۵۸	۶۷	عباسعلی پوریاقرانی
۳	کاوه	تعمیمی	۳۵/۶۹	۵۷۴۶	۲۱۴۹	۷۳	جعفرنظریه
۴	کاوه	تعمیمی	۳۴۹/۱۳	۵۷۴۷	۲۱۵۰	۷۳	جعفر نظریه
۵	مرتضی	یادگاری	۱۶۸/۸۲	۳۲۸۹	۲۱۴۰	۶۷	حسین نوذری
۶	محسن	طریقی شریف پور	۱۶۸/۸۲	۳۲۸۹	۲۱۴۰	۶۷	حسین نوذری

بشیر تعمیر زاده - رئیس اداره ثبت اسناد و املاک شهریار (۸۵۹۶)

و هیچ یک از سازمان‌ها نباید بدون آن باشند.

کلام آخر

کاملاً طبیعی است که سازمان‌ها اختلافاتی را تجربه کنند. اختلاف سالم الهام‌بخش رشد و نوآوری می‌شود. کلید حل این اختلافات شناخت تحول از روابط سالم و مناسب و دنبال کردن مراحلی برای بازگرداندن تعادل به روابط موجود است.

منبع: Lifehack

آگهی فقدان پرونده ثبتی

طبق گزارش بایگان دو جلد پرونده ثبتی به شماره پلاک ثبتی ۱۰۸۲ - ۱۰۸۳ / ۵۱ واقع در رخی آباد که سند مالکیت آن در دفتر ۱۲۵ صفحه ۲۸۴ - ۲۸۸ شماره ثبت ۱۲۴۰۲۷ - ۱۲۶۰۲۹ بنام ابراهیم علی محمد حسینی و حسین پویان بالمناسفه ثبت و سند مالکیت صادر و تسلیم گردیده است مفقود شده است. یک نوبت آگهی می‌شود تا چنانچه پرونده ثبتی پلاک فوق الذکر نزد شخصی یا شخصانی وجود دارد ظرف مدت ۱۰ روز از تاریخ انتشار به اداره ثبت اسناد و املاک شهریار تحول نمکند در غیر اینصورت کلیه محتویات پرونده فاقد هر گونه اعتبار قانونی است و نسبت به تشکیل پرونده ثبتی براساس معاملات انجام شده در دفتر اسناد رسمی و دفاتر املاک اقدام خواهد شد.

بشیر تعمیر زاده
رئیس اداره ثبت اسناد و املاک شهریار (۸۵۹۵)

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

آگهی موضوع ماده ۳ قانون ۱۲ ماده ۱۲ این نامه تعیین و تکلیف وضعیت ثبتی ارانی و ساختمانهای فاقد سند رسمی بربرای شماره ۰۹۲۴۱/۳۰۰۱۸۶۰۳۰۱۸۶۰۳۰۱۸۶۰۳۰ مورخ ۱۳۹۹/۰۷/۲۳ هیات موضوع قانون تعیین و تکلیف وضعیت ثبتی ارانی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ملک ناحیه ۴ رشت، تصرفات مالکانه بااعراض آقای محسن مختاری لاکه فرزند محمد به شماره شناسنامه ۳۳۹۶۷ صفره از رشت در قریه کوچ در شش‌دانگ یک قطعه زمین مشتمل بر ساختمان به مساحت ۷۱۴.۲۶ متر مربع پلاک فرعی ۱۷۷ از اصلی ۸۵ مغزوز مجزی از پلاک ۱ از اصلی ۸۵ واقع در بخش چهار رشت خربناری از ملک رسمی آقای نصراله خوش قامت محرز گردیده است لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می‌شود در صورتی که اشخاصی نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند، می‌توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دو ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید طرف محنت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند، بدین است در صورت نقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.

تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۳۹۹/۰۹/۱۹
تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۳۹۹/۱۰/۰۴
رئیس اداره ثبت اسناد و املاک ناحیه دو رشت - حسن اسلامی کجیمی

آگهی مزایده ی خودرو سواری برپاید ۱۳۲

به موجب پرونده اجرائی کلاسه ۹۹۰۰۴۴۴ یک دستگاه خودرو برپاید ۱۳۲ مدل ۱۳۹۵ به شماره انتظامی ۴۴۸ می ۱۴ ایران ۲۸ متعلق به آقای مصطفی قاسمی بدهکار پرونده اجرائی مذکور که طبق نظر کارشناس رسمی به مبلغ هشتصد میلیون ریال ارزیابی شده از ساعت ۹ الی ۱۲ مورخ بیست و دوم دی ماه هزار و سیصد و نود و نه واقع در ورایمن - گل تپه - شهرک مدرس - خیابان امامزاده طاهر - پارکینگ پارسپاس از طریق مزایده به فروش می‌رسد. مزایده از مبلغ ارزیابی طبق گزارش کارشناس رسمی به مبلغ هشتصد میلیون ریال شروع و به بالاترین قیمت پیشنهادی تقدا فروخته می‌شود و کلیه هزینه‌های قانونی به عهده برنده مزایده است و نیم عشر و حق مزایده نقدا وصول خواهد شد. ضمناً چنانچه روز مزایده تعطیل رسمی اعلام گردد، مزایده روز اداری بعد از تعطیلی در محل ساعت و مکان مقرر برگزار خواهد شد. لازم به ذکر است پرداخت بدهی‌های مربوطه در صورتی که مورد مزایده دارای آنها باشد و نیز بدهی‌های مالیاتی و غیره تا تاریخ مزایده اتم از اینکه رقم قطعی آن معلوم شده یا نشده باشد به عهده برنده مزایده است و نیز در صورت وجود مزایده، وجوه پرداختی بابت هزینه‌های فوق از محل مزایده برنده مزایده مسترد خواهد شد. ضمناً چنانچه روز مزایده تعطیل رسمی گردد مزایده روز اداری بعد از تعطیلی در همان ساعت و مکان مقرر برگزار خواهد شد و از بیمه خودرو مورد مزایده اعلامی در دست نمی‌باشد.

توصیف اجمالی خودرو طبق گزارش کارشناس رسمی: شماره انتظامی ۴۴۸ می ۱۴ ایران ۲۸ نوع سواری برپاید ۱۳۲ رنگ سفید روغنی - شماره شناس ۱۱۹۰۰۴۸ و شماره موتور ۵۵۲۲۰۸۵ چهار چرخ دو محور و چهار سیلندر و نوع سوخت بنزین و ظرفیت آن چهار نفر، وضعیت ظاهری و فنی خودرو: اطلاق و بدنه توضیح دارد فاشنور و صندوق و صندوقی و تودوزی در حد مدل و موتور و گیربکس و دیفرانسیل آماده بکار و در حد مدل تارها دارای اج مناسب و خودرو مذکور از قسمتهای بدنه شامل درب موتور - سینی جلو - گلگیرهای جلو و عقب است و چپ - دریاهای جلو و عقب راست - درب صندوق - شکستگی شیشه جلو - آتل بازسازی و رنگ آمیزی دارد فلش سیر جلو و عقب آتار تصادف دارد رز درب عقب چپ آتار تصادف دارد لازم به ذکر است جهت شرکت در مزایده به دلیل سیستم بانک مرکزی جهت تأیید وجوه واریزی میزان ده درصد مبلغ پایه مورد مزایده موارد ذیل رعایت می‌گردد: ۱ - پرداخت از طریق POS در ۴۸ ساعت اداری قبل از شروع مزایده لازم به ۲ - پرداخت از طریق سیستم بانکی ۷۲ ساعت اداری قبل از شروع مزایده لازم به ذکر است در صورت برنده نشدن استرداد وجوه از ده ماه بعد قابل اجرا خواهد بود.

تاریخ انتشار: ۱۳۹۹/۱۰/۰۶
رئیس اداره ثبت اسناد و املاک ورایمن - محمد رحمن‌پور



آیا امکان کسب درآمد از گیم وجود دارد؟

ایده‌های کار آفرینی برای گیمرها

<div><div> </div><div><div>به قلم: سارا آبیّد کارشناس صنعت گیم</div></div></div>
ترجمه:علی آل‌علی

کسب درآمد از بازی‌های رایانه‌ای برای بسیاری از مردم جای سوال دارد. اغلب مردم بازی‌های رایانه‌ای را ایزاری برای سرگرمی قلمداد می‌کنند. بدون تردید این امر شانس هرگونه کسب درآمدی را نادیده می‌گیرد. فعالیت شمار بالایی از گیمرها در سراسر دنیا خلاف باور عمومی در زمینه امکان کسب درآمد از این حوزه را ثابت می‌کند. امروزه برخی از گیمرهای بزرگ برای همکاری با برندهای بازی‌سازی و همچنین انتشار محتوای مربوط به گیم درآمدهای چند میلیون دلاری کسب می‌کنند.

بازی‌های رایانه‌ای ماهیت بسیار اعتیادآوری دارند. بسیاری از مردم به طور مداوم در انتظار برای معرفی عنوان‌های تازه بازی هستند. استودیوهای بازی‌سازی نیز همیشه با استفاده از فناوری‌های تازه در تلاش برای غافلگیر ساختن مشتریان‌شان هستند. کسب درآمد از طریق بازی کردن برای ساعت‌های طولانی در روز بیشتر شبیه به نوعی رویاست. در ادامه در تلاش برای بررسی امکان تبدیل رویای موردنظر به واقعیت خواهیم بود بنابراین به برخی از ایده‌های کارآفرینی برای گیمرها اشاره خواهیم کرد.

مرکز آموزش و تمرین گیم

برخی از افراد نسبت به انجام بازی‌های رایانه‌ای انگیزه بسیار زیادی دارند. همانطور که بازی‌هایی مانند فوتبال یا والیبال در دنیای واقعی نیاز به تمرین دارد، گیم‌های مختلف نیز بدون تمرین و افزایش مهارت نتیجه‌ای جز شکست برای گیمرها به همراه نخواهد داشت. اگر شما به عنوان یک گیمر حرفه‌ای دارای مهارت‌های بالایی هستید، استفاده از مهارت‌تان برای آموزش دیگران ایده مناسبی خواهد بود.

بدون تردید صحبت از مرکز آموزش و تمرین گیم برای بسیاری از افسراد عجیب خواهد بود. چنین مراکزی به رغم تمام انگاره‌های متفاوت مردم درباره عرصه گیم رونق بسیار زیادی دارد بنابراین یکی از ایده‌های مناسب برای ساماندهی کسب و کار شامل همین حوزه خواهد بود.

آموزش آنلاین گیم

اغلب افراد تجربه گیر کردن در برخی از مراحل بازی‌ها را دارند. این امر ناشی از طراحی بیش از اندازه دشوار برخی از مراحل و همچنین سطح مهارت‌های بازی پایین گیمرهاست. برخی از گیمرهای حرفه‌ای در تلاش برای راه اندازی کسب و کار در عمل امکان استفاده از مهارت‌های‌شان را دارند. این امر شامل راه اندازی یک کانال یوتیوب ساده برای راهنمایی دیگر گیمرها و افراد علاقه‌مند به بازی‌های رایانه‌ای به منظور طی مراحل به صورت ساده‌تر و همچنین افزایش مهارت‌های بازی‌شان است.

کمک به استودیوها برای توسعه بازی‌ها

توسعه بازی‌های رایانه‌ای نیازمند اطلاعات بسیار گسترده‌ای است. امروزه اغلب عنوان‌های مشهور بازی به صورت دنباله‌دار طراحی می‌شود. یکی از دغدغه‌های استودیوهای بازی‌سازی اطمینان از رفع نقاط ضعف عنوان‌های قبلی است. گیمرها امکان کمک به استودیوهای بازی‌سازی به منظور یافتن نقاط ضعف بازی‌های‌شان و همچنین بررسی اولیه عنوان‌های تازه را دارند. گاهی اوقات برخی از عنوان‌های بازی به دلیل انتشار بدون ارزیابی اولیه با شکست‌های بسیار زیادی مواجه می‌شوند. سرمایه‌گذاری هنگفت بر روی طراحی عنوان‌های بازی از سوی استودیوهای بزرگ موجب تلاش برای کاهش ریسک‌های احتمالی در این حوزه می‌شود. این سرمایه‌گذاری اغلب در قالب همکاری با گیمرهای برجسته صورت می‌گیرد. گیمرهای بزرگ و حرفه‌ای در زمینه انتشار محتوای ویدئویی پیرامون عنوان‌های جدید بازی مهارت بالایی دارند. استودیوهای بازی‌سازی نیز از همین ویدئوها برای یافتن گزینه‌های مناسب جهت همکاری سود می‌برند بنابراین در عمل همکاری با استودیوهای بازی‌سازی بزرگ بستگی به سطح توانایی هر گیمر برای ارزیابی دقیق گیم‌های مختلف دارد.

تاک شو پیرامون گیم

برنامه‌های تاک شو در میان سرگرمی‌های محبوب مردم دنیا قرار دارد. بسیاری از مهمان‌های چنین برنامه‌هایی شامل سلبریتی‌ها و افراد مشهور است. اگر شما در عرصه گیم به دنبال ایده‌ای برای کارآفرینی هستید، طراحی یک تاک شوی ویژه گیم جذابیت بالایی خواهد داشت. امروزه بسیاری از گیمرها نیاز به عضویت در انجمن‌های مشخص گیم را احساس می‌کنند. راه اندازی یک برنامه اختصاصی برای گیم توانایی جلب نظر دامنه وسیعی از مخاطب هدف را به همراه دارد. یکی از مزیت‌های راه اندازی تاک شو برای عرصه گیم سطح رقابت پایین در این حوزه است بنابراین امکان توسعه برنامه در مدت زمانی اندک فراهم خواهد شد. امروزه بسیاری از عرصه‌های برنامه‌سازی دارای رقابت بسیار فشرده‌ای است. این امر کار بازاریاب‌ها را به شدت دشوار می‌کند. اگر شما به عنوان یک گیمر در تلاش برای ورود به عرصه ساخت تاک شو هستید، باید پیش از شروع به کار اندکی از اصول بازاریابی را یاد بگیرید. این امر کمک قابل ملاحظه‌ای به شما برای توسعه سریع و بهینه برنامه‌تان خواهد کرد.

وقتی از برنامه تاک شو صحبت می‌کنیم، نیازی به تمرکز صرف بر روی فرمت ویدئو نیست. امروزه بسیاری از برنامه‌های تاک شو در قالب پادکست عرضه می‌شوند بنابراین در عمل نیازی به طراحی دکور برای شروع به کار نیز نخواهد بود. مهمترین مسئله دعوت از گیمرهای مشهور و دارای مهارت بالاست. این امر محبوبیت پادکست‌تان را در مدت زمانی اندک به طور قابل ملاحظه‌ای افزایش خواهد داد.

خدمات عرضه و کرایه گیم

شروع کسب و کار در صنعت گیم الزاما با گزینه‌های پرهزینه صورت نمی‌گیرد. امروزه بسیاری از مردم توان خرید گیم‌های گران را ندارند بنابراین عرضه چنین بازی‌هایی به صورت کرایه‌ای ایده جذابی خواهد بود. این امر به معنای کرایه یک بازی برای مدت زمانی مشخص از سوی کاربران است. چنین امری شاید در نگاه نخست عجیب به نظر برسد، اما برای کسب و کارها سودآوری قابل ملاحظه‌ای به همراه دارد.

فعالیت در زمینه کرایه گیم نیازمند انتخاب عنوان‌های محبوب بازی است. در غیر این صورت مشتریان از خدمات شما استقبال نخواهند کرد. همچنین امکان فروش مستقیم بازی‌های مختلف نیز وجود دارد. اگرچه برخی از گیمرها عنوان‌های بازی را به صورت آنلاین خریداری و دانلود می‌کنند، اما هنوز هم خرید حضوری جذابیت‌های خاص خود را دارد بنابراین با آزمایش شانس‌تان در این حوزه امکان درآمدزایی مناسبی خواهید داشت.

انتخاب برای شروع کسب و کار در صنعت گیم کار سختی نیست. مهمترین مسئله در این میان تلاش گیمرها برای یافتن نقاط قوت‌شان و سرمایه‌گذاری بر روی آنهاست. متأسفانه بسیاری از گیمرها از همان ابتدا قصد کسب سودهای چند میلیون دلاری را دارند. کارآفرینان باید ابتدا با سودهای اندک کارشان را شروع نمایند. همچنین نشاید در ماه‌های اولیه کار وضعیت مالی چندان جالبی پیش روی ما نباشد. حضور مداوم در این حوزه و تلاش برای توسعه ایده‌های تازه مهمترین مسئله در این میان خواهد بود.
منبع: smallbusinessbonfire.com

تبلیغات خلاق



مسیر موفقیت

۳ مزیت اصلی برندسازی شخصی

برندسازی شخصی در عصر دیجیتال

۲. کسب مزیت رقابتی

مزیت رقابتی برای فعالیت در بازارهای مختلف دارای اهمیت بالایی است. برخی از برندها به طور مداوم در تلاش برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف به برند شخصی مدیران‌شان ارجاع می‌دهند. این امر موجب تعامل بهتر با مخاطب هدف می‌شود.

اگر کسب و کارها به دنبال رقابت مناسب با دیگران هستند، باید از برند شخصی برای تاثیرگذاری هرچه بهتر سود ببرند. امروزه برخی از برندها به طور مداوم در تلاش برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف با رقبای سرسختی مواجه می‌شوند. استفاده از برند شخصی به عنوان مزیت رقابتی ایده جذابی خواهد بود.

۳.امکان همکاری با کارشناس‌های حرفه‌ای

برندهای شخصی اغلب اوقات فرصت‌های جالبی پیش روی کارآفرینان قرار می‌دهند. بسیاری از برندها در راستای تعامل با مخاطب هدف نیاز به همکاری با کارشناس‌های حرفه‌ای دارند. نکته مهم درخصوص چنین کارشناس‌هایی انتخاب برندهای طرف قرارداد از سوی خودشان است بنابراین ارسال درخواست همکاری به آنها بی‌فایده خواهد بود. برندهای شخصی امکان جلب نظر کارشناس‌های حرفه‌ای کسب و کار را افزایش می‌دهد. این امر ناشی از توانایی برندهای شخصی برای ایجاد تعامل با افراد حقیقی است.

منبع: entrepreneur.com

زمانی افزایش یافته است بنابراین مدیریت برند شخصی یکی از ضرورت‌های دوره کنونی کسب و کار محسوب می‌شود. وقتی از برندسازی شخصی صحبت می‌شود، بسیاری از افراد در عمل نسبت به فقدان آگاهی دقیق از این نکته اظهارنظر می‌کنند. من در این مقاله به کمک کریس دیاز، کارشناس برندسازی شخصی، در تلاش برای واکاوی برخی از مزیت‌های اصلی برندسازی شخصی هستیم. در این میان برخی از راهکارهای ایجاد برند شخصی را نیز مرور خواهیم کرد.

۱. جذب مشتریانی با تمایل به پرداخت بیشتر

تعامل با مشتریان دارای انگیزه بالا برای پرداخت هزینه بیشتر برای هر برندی رویایی است. بسیاری از کسب و کارها در این میان ایده‌های بسیار متنوعی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف دارند، با این حال تا زمانی که برند شخصی مدیرعامل یک برند ایجاد نشود، خبری از تاثیرگذاری مناسب نخواهد بود.

چرا مشتریان جلب برندهای بزرگ دارای برند شخصی پیرامون مدیران ارشدشان می‌شوند؟ این امر نوعی تاثیرگذاری روانشناختی را پیش می‌کشد. برندهای شخصی همیشه تاثیرگذاری بهتری بر روی مخاطب هدف به همراه دارد. دلیل این امر تعامل همراه با احساسات انسانی بیشتر در این موارد است. امروزه مشتریان تمایل بالاتری برای شناخت شخصی از برندها دارند. برندهای شخصی این نیاز را به خوبی پاسخ می‌دهند.

<div><div> </div><div><div>به قلم: کاریشما ماگو کارآفرین ومدیرعامل موسسه Facilius Inc</div></div></div>
ترجمه:علی آل‌علی

جف بزوس، ثروتمندترین مرد دنیا، نقل قول جالبی دارد: «برند شخصی شما نکته‌ای است که مردم وقتی در اتاق حضور ندارند، درباره‌اش بحث می‌کنند.» این امر به خوبی اهمیت برندسازی شخصی در دوره کنونی را نشان می‌دهد. بسیاری از افراد نسبت به برندسازی شخصی دیدگاه مناسبی ندارند بنابراین به طور مداوم در زمینه مدیریت برند شخصی‌شان زمان را هدر می‌دهند. برخی دیگر نیز انگیزه کافی برای ایجاد برند شخصی دارند، اما نسبت به شیوه‌های مناسب برای ساماندهی این نکته آگاهی لازم را ندارند.

برندسازی شخصی در بسیاری از حوزه‌ها دارای تاثیرگذاری قابل ملاحظه‌ای است. برخی از برندها نسبت به مدیریت عرصه کسب و کار براساس تقویت برند شخصی نگاه خوش‌بینانه‌ای دارند. این امر ناشی از تجربه موفق این افراد است. برند شخصی در زمینه بازاریابی، فروش و تعامل با مشتریان تاثیرگذاری بسیار بالایی دارد. برخی از کارآفرینان به طور مداوم در تلاش برای بهبود وضعیت برند اصلی‌شان اقدام به تقویت برند شخصی خود می‌کنند. شیوع ویروس کرونا تاثیر بسیار زیادی بر روی وضعیت کسب و کارها در مقیاسی جهانی داشته است. امروزه نیاز برندها به کمک برند شخصی کارآفرینان‌شان بیش از هر