

بحران اعتماد
در بازار سرمایه

فرصت امروز: بازار سرمایه برای دومین بار در سال ۹۹ وارد مرحله نزولی شد. یک بار در میانه مردادماه و به دلیل اختلاف نظر وزارت نفت و اقتصاد در عرضه...

«فرصت امروز» چالش‌های سهامداران در ادغام بانک‌های نظامی را بررسی می‌کند

پرده پنجم
ادغام بانکی

فرصت امروز: سرانجام پس از دو سال و نیم پروژه ادغام بانک‌های نظامی به ایستگاه پایانی رسید. در میانه‌های سال ۹۷ بود که رئیس‌جمهور در هشتاد و پنجمین مجمع بانک مرکزی از تصمیم دولت برای ادغام بانک‌های وابسته به نیروهای مسلح خبر داد و با اینکه قرار بود طبق تصمیم شورای پول و اعتبار پنج بانک انصار، قوامین...

بیشترین منبع درآمدی خانواده‌های ایرانی از درآمدهای متفرقه نظیر بورس و سود بانکی است

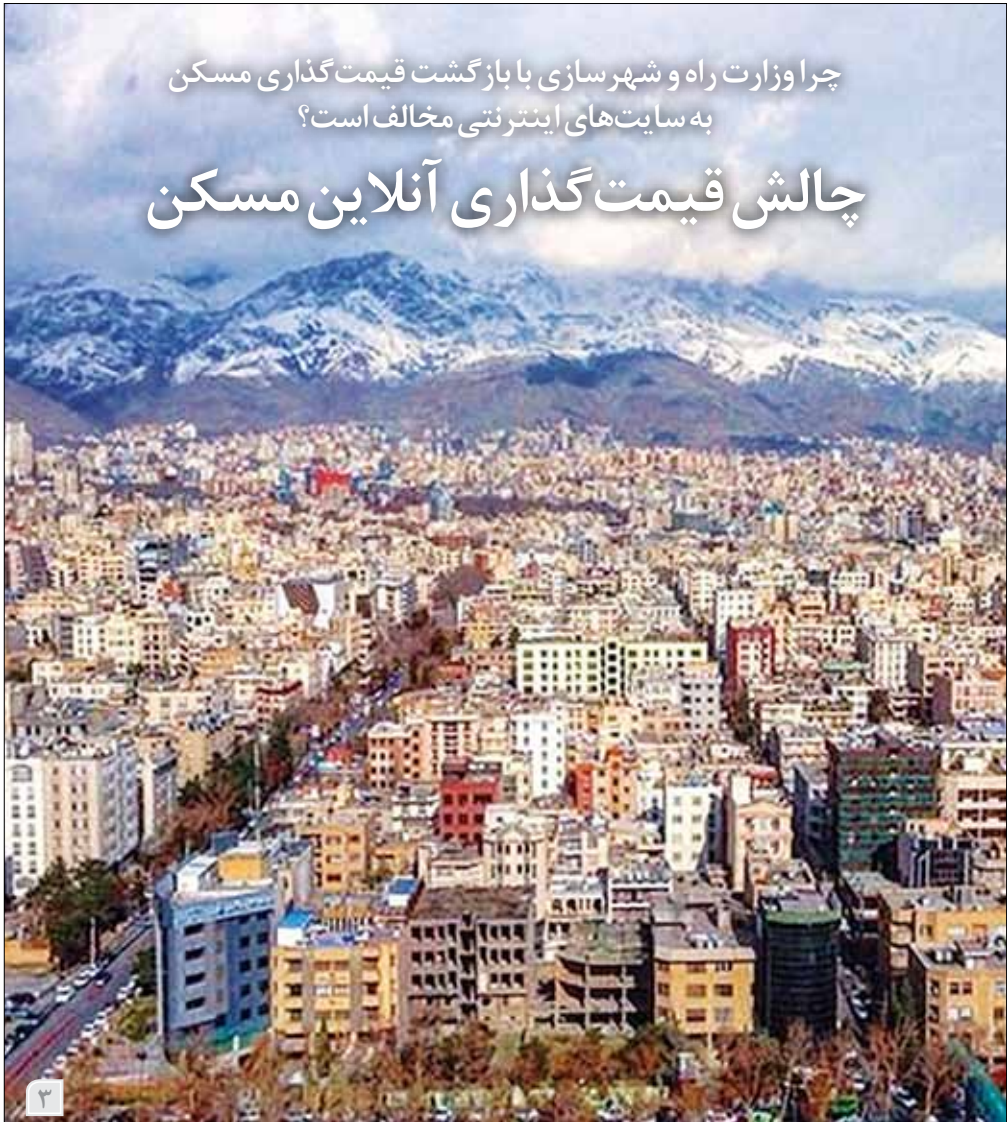
جغرافیای درآمدی استان‌ها

مدیریت و کسب‌وکار



جف بزوس در کتاب جدیدش
از اهمیت برنامه‌ریزی
۳ ساله می‌گوید

- استراتژی پیسی برای بازاریابی در مسابقه سوپر بال
- سخنرانی موفق برای مدیران ارشد شرکت
- چگونه وضعیت بازاریابی‌مان را تغییر دهیم؟
- تکنیک‌های تبلیغات همه شمول
- رونمایی از لوگو و شعار جدید برند کیا
- نقش هوش مصنوعی در آینده بازاریابی



چرا وزارت راه و شهرسازی با بازگشت قیمت‌گذاری مسکن
به سایت‌های اینترنتی مخالف است؟

چالش قیمت‌گذاری آنلاین مسکن

کاربران ایرانی در مقابل سیاست واتس‌اپ چه تصمیمی می‌گیرند؟

خداحافظی طولانی با واتس‌اپ

اپل و گوگل در سراسر جهان ۷،۵ میلیون بار دانلود شده است که رشد ۴۲۰۰ درصدی نسبت به هفته پیش را نشان می‌دهد. سیگنال همچنین به دنبال رشد کم‌سابقه شمار کاربرانش در پی استخدام افراد بیشتری برای تقویت سرویس و حمایت از زیرساخت‌هایش است.

دوراهی انتخاب پیش روی کاربران ایرانی

در هفته گذشته نرم‌افزار سیگنال ۷،۵ میلیون دانلود را ثبت کرده است که ۴۲۰۰ درصد رشد را نسبت به دو هفته قبل نشان می‌دهد. روز دوشنبه سیگنال به نخستین اپ سرچ شده در گوگل و اپ استور تبدیل شد. همچنین بخش عمده‌ای از کاربران واتس‌اپ به تلگرام کوچ کردند و این پلتفرم در هفته گذشته ۹ میلیون کاربر جدید پیدا کرد که نسبت به عملکرد دو هفته پیش ۹۱ درصد بیشتر است.

اما هجوم کاربران به سیگنال، خالی از چالش نبود و این اپلیکیشن پیام‌رسان با ورود کاربران جدید که از خوش‌بینانه‌ترین پیش‌بینی‌هایش هم فراتر بود، با مشکلات فنی روبه‌رو شد. بنیاد سیگنال روز شنبه در توییتری در این باره نوشت: «ما سرورهای جدیدی را اضافه کرده‌ایم و ظرفیت اضافی را رکورد بالایی طی هفته گذشته بی‌وقفه اضافه شده است اما روز جمعه از خوش‌بینانه‌ترین پیش‌بینی ما فراتر رفت. میلیون‌ها میلیون کاربر جدید پیام ارسال می‌کنند که حریم خصوصی آن مهم است. از شکیبایی شما سپاسگزاریم.»

سیگنال اواخر روز شنبه نیز اعلام کرد که سرویس‌اش احیا شده و خطای فنی پیش آمده روی امنیت مکالمات در این اپلیکیشن تأثیری نداشته است. به گزارش «بلومبرگ»، افزایش یکباره کاربران جدید سیگنال در پی واکنش منفی کاربران به سیاست حریم خصوصی جدید واتس‌اپ صورت گرفته که روز جمعه اعلام کرد اجرایی کردن این تغییر را به تأخیر می‌اندازد. آمار شرکت تحلیل اپلیکیشن «سنسور تاور» نشان می‌دهد سرویس پیام‌رسان رمزگذاری شده سیگنال در پی اعلام تصمیم واتس‌اپ با رشد عظیمی در شمار کاربران روبه‌رو شده است. همانطور که اشاره شد، از ششم تا دهم ژانویه این برنامه از فروشگاه‌های برنامه

در اطلاعیه خود نوشت: «ما می‌خواهیم کاملاً شفاف عمل کنیم. این تغییر هیچ اثری بر حریم خصوصی شما، دوستان و خانواده‌تان نمی‌گذارد. این تغییرات شامل پیام‌های تجاری در واتس‌اپ و البته اختیاری است و شفافیت بیشتری در جمع‌آوری و استفاده از داده‌ها ایجاد می‌کند.»

در هفته گذشته نرم‌افزار سیگنال ۷،۵ میلیون دانلود را ثبت کرده است که ۴۲۰۰ درصد رشد را نسبت به دو هفته قبل نشان می‌دهد. روز دوشنبه سیگنال به نخستین اپ سرچ شده در گوگل و اپ استور تبدیل شد. همچنین بخش عمده‌ای از کاربران واتس‌اپ به تلگرام کوچ کردند و این پلتفرم در هفته گذشته ۹ میلیون کاربر جدید پیدا کرد که نسبت به عملکرد دو هفته پیش ۹۱ درصد بیشتر است.

اما هجوم کاربران به سیگنال، خالی از چالش نبود و این اپلیکیشن پیام‌رسان با ورود کاربران جدید که از خوش‌بینانه‌ترین پیش‌بینی‌هایش هم فراتر بود، با مشکلات فنی روبه‌رو شد. بنیاد سیگنال روز شنبه در توییتری در این باره نوشت: «ما سرورهای جدیدی را اضافه کرده‌ایم و ظرفیت اضافی را رکورد بالایی طی هفته گذشته بی‌وقفه اضافه شده است اما روز جمعه از خوش‌بینانه‌ترین پیش‌بینی ما فراتر رفت. میلیون‌ها میلیون کاربر جدید پیام ارسال می‌کنند که حریم خصوصی آن مهم است. از شکیبایی شما سپاسگزاریم.»

سیگنال اواخر روز شنبه نیز اعلام کرد که سرویس‌اش احیا شده و خطای فنی پیش آمده روی امنیت مکالمات در این اپلیکیشن تأثیری نداشته است. به گزارش «بلومبرگ»، افزایش یکباره کاربران جدید سیگنال در پی واکنش منفی کاربران به سیاست حریم خصوصی جدید واتس‌اپ صورت گرفته که روز جمعه اعلام کرد اجرایی کردن این تغییر را به تأخیر می‌اندازد. آمار شرکت تحلیل اپلیکیشن «سنسور تاور» نشان می‌دهد سرویس پیام‌رسان رمزگذاری شده سیگنال در پی اعلام تصمیم واتس‌اپ با رشد عظیمی در شمار کاربران روبه‌رو شده است. همانطور که اشاره شد، از ششم تا دهم ژانویه این برنامه از فروشگاه‌های برنامه

فرصت امروز: سیاست‌های تازه واتس‌اپ باعث از دست دادن کاربرانش شده است. پس از آنکه واتس‌اپ در یک ضرب‌الاجل زمانی اعلام کرد که کاربرانش تا هشتم فوریه فرصت دارند اطلاعات خود را با فیس‌بوک به اشتراک بگذارند و گرنه حذف می‌شوند، بسیاری از کاربران واتس‌اپ از این شبکه اجتماعی کوچ کردند و مقصد سیگنال و یا تلگرام را انتخاب کردند. حالا به نظر می‌رسد واتس‌اپ تازه متوجه عواقب اقدام خود شده و تصمیم گرفته به اشتراک گذاشتن اطلاعات کاربرانش با فیس‌بوک را به تأخیر بیندازد.

البته این مسئله برای کاربران ایرانی دشوارتر از دیگر کشورهاست و با توجه به فیلترینگ تلگرام و ضعف پیام‌رسان‌های داخلی، آنها بر سر دوراهی انتخاب قرار گرفته‌اند و باید بین حفظ داده‌های شخصی و حریم خصوصی خود و استفاده از واتس‌اپ، یک گزینه را انتخاب کنند. در همین حال، به نظر می‌رسد برخی از کاربران ایرانی با این نگاه که اطلاعات به‌خصوصی در واتس‌اپ ندارند و یا این توجیه که اگر اطلاعاتشان در خارج از مرزها مورد استفاده قرار گیرد آسیبی بهشان وارد نمی‌کند، با موج جهانی مهاجرت از واتس‌اپ همراه نشده‌اند، هرچند فیلترینگ پیام‌رسان‌های جایگزین هم در این بی‌تفاوتی بی‌تأثیر نبوده است.

وقتی سیگنال از هجوم کاربران کم می‌آورد

در چند روز گذشته موجی از کوچ کاربران داخلی و خارجی به پیام‌رسان سیگنال آغاز شد و حتی ایلان ماسک، مدیرعامل تسلا نیز در توییتر نوشت که از سیگنال استفاده می‌کند. به گزارش «بیزینس اینسایدر»، پس از چند روز هیاهو علیه این پیام‌رسان آمریکایی، واتس‌اپ اعلام کرده می‌خواهد اجرای قانون تازه را به تأخیر بیندازد تا سطح سردرگمی و اراغه اطلاعات غلط درباره این سیاست جدید کاهش پیدا کند. واتس‌اپ همچنین اعلام کرده اشتراک اطلاعات تنها برای کاربران تجاری انجام می‌شود و تاریخ اعمال سیاست تازه از ۸ فوریه امسال به ۱۵ مه ۲۰۲۱ تغییر کرده است. این شرکت از روز دوشنبه تلاش کرده نگرانی‌ها از اجرای قانون جدیدش را رفع کند. واتس‌اپ

از تک‌تک افراد گرفته شده، خارج از مرزها داده‌کاو می‌شود و از طریق آن اطلاعات جدیدی را به دست می‌آورند و براساس آن اطلاعات جدید، مهندسی فرهنگی کنند، بسیار شایع است. اطلاعات اپراتور شما را می‌گیرند، جنسیت شما، اینکه از کدام منطقه جغرافیایی متصل شدید، علایق شما، برای اینکه تبلیغات مورد پسند شما را ایجاد کنند و سبک زندگی شما را تغییر دهند.»

این حقوق‌دان فضای مجازی با اشاره به عدم پیگیری نقض حریم خصوصی توسط نهاد داخلی می‌افزاید: «اینکه تک‌تک افراد اگر برای‌شان اهمیت ندارد یک موضوع است، اینکه حریمی از یک جمعیت نقض می‌شود، بحث حاکمیتی است که در این حوزه به آن حاکمیت سایبری می‌گویند و باید به آن رسیدگی شود. شورای عالی فضای مجازی، بازویی دارد به نام مرکز ملی فضای مجازی که اساس‌نامه‌ای دارد و طبق آن، مسئول رصد و پایش و پیگیری نقض قوانین در داخل از کشور و خارج از کشور است. انفعال این نهاد حاکمیتی در این قضیه باید بررسی و آسیب‌شناسی شود.»

نعاکار ادامه می‌دهد: «آسیب دوم، نبود سازمان‌های مردم‌نهاد برای پیگیری این‌جور نقض‌هاست. در بسیاری از کشورها سازمان‌های مردم‌نهاد تشکیل می‌شوند که وظیفه‌شان صیانت از حقوق افراد در فضای سایبری آن کشور است. در شرایطی که یک پلتفرم داخلی مانند پلتفرم‌های حمل و نقل یا اپراتورهای همراه با بانک‌های کشور که اطلاعات‌شان تاکنون چند بار لو رفته، اگر حاکمیت ورود نکند یا مقطعی ورود کند و با جدیت پیگیر قضیه نباشد، آن سازمان مردم‌نهاد موظف است که از طریق صیانت از حقوق جمعی به محاکم قضایی ورود کند و این کار را انجام دهد.»

به گفته او، «چه شورای عالی فضای مجازی یا سازمان مردم‌نهاد ورود می‌کند به قضایا، چه دادستانی یا قوه قضائیه به عنوان مدعی‌العموم که می‌تواند ورود کند و موضوع را پیگیری کند. آنچه باید اتفاق بیفتد این است که مسائل برای قوای حاکمیتی بیشتر باز شود و خطرات جدی که از نقض حقوق پیش می‌آید برای‌شان بیشتر تبیین شود که جدی‌تر به این موارد ورود کنند.»

یافت. نتایج ایسپا همچنین نشان داد ۱۸ درصد مردم حداقل از یکی از پیام‌رسان‌های داخلی استفاده می‌کردند که پیام‌رسان سروش در صدر آنها قرار داشت. با توجه به فیلترینگ تلگرام و محدودیت‌های ایجادشده برای دسترسی به اپ سیگنال، به نظر می‌رسد تا تغییر نظر واتس‌اپ درباره سیاستها و موعدهای آن، شرایط برای کاربران ایرانی این پیام‌رسان از دیگر کشورها سخت‌تر است. با توجه به فیلترینگ تلگرام و ضعف پیام‌رسان‌های داخلی، کاربران ایرانی واتس‌اپ بر سر دوراهی قرار گرفته‌اند و باید بین حفظ داده‌های شخصی و حریم خصوصی خود و استفاده از واتس‌اپ، یک گزینه را انتخاب کنند. در همین حال، به نظر می‌رسد برخی از کاربران ایرانی با این نگاه که اطلاعات به‌خصوصی در واتس‌اپ ندارند و یا این توجیه که اگر اطلاعات‌شان در خارج از مرزها مورد استفاده قرار گیرد آسیبی بهشان وارد نمی‌کند، با موج جهانی مهاجرت از واتس‌اپ همراه نشده‌اند، هرچند فیلترینگ پیام‌رسان‌های جایگزین هم در این بی‌تفاوتی بی‌تأثیر نبوده است.

جمع‌آوری اطلاعات یک پیام‌رسان خطرناک است؟
در این میان، این سوال مطرح می‌شود که جمع‌آوری اطلاعات یک پیام‌رسان چه زمان خطرناک می‌شود؟ در پاسخ به این سوال، یک حقوق‌دان فضای مجازی معتقد است: «موضوع جمع‌آوری داده‌ها توسط یک پلتفرم خارجی زمانی بغرنج و خطرناک می‌شود که اطلاعات تک‌تک افراد یک جامعه را تشکیل دهد و دیتاماینینگ یا داده‌کاو بین اطلاعات خصوصی افراد، منجر به نقض حریم خصوصی جمعی شود.»

محمدجعفر نعاکار با اشاره به اصطلاح بهداشت حقوقی جوامع در حوزه حقوق فرهنگی به ایسنا می‌گوید: «ممکن است یک فرد خیلی اهمیت ندهد که اطلاعات شخصی یا حریم خصوصی‌اش توسط یک پلتفرم خارجی نقض شود، این حق را هم شاید بتوان به تک تک افراد داد، مسئله آنجا بغرنج و خطرناک می‌شود که اطلاعات تک‌تک افراد یک جامعه را تشکیل دهد و دیتاماینینگ یا داده‌کاو بین اطلاعات خصوصی افراد، منجر به نقض حریم خصوصی جمعی شود.»

به گفته وی، «اینکه اطلاعات یک جامعه و کشور، که



دریچه

مهمترین ریسک‌های اقتصاد ایران از نگاه بانک جهانی

از کرونا تا تحولات ژئوپولیتیکی

طبق پیش‌بینی بانک جهانی، دو ریسک اساسی که اقتصاد ایران در سال ۲۰۲۱ با آنها مواجه خواهد شد، کرونا و تغییرات ژئوپولیتیکی هستند. همچنین این نهاد بین‌المللی در برآوردهای خود اعلام کرده ایران می‌تواند در شرایطی خاص، بار دیگر بهبود اقتصادی پس از اجرا شدن دوباره برجام را تجربه کند.

بانک جهانی در گزارش چشم‌انداز اقتصادی جهان در سال ۲۰۲۱، رشد اقتصادی ایران در این سال را ۱٫۵ درصد پیش‌بینی کرده است. این پیش‌بینی در صورت تحقق می‌تواند پایانی بر سه سال پیاپی، رکود و کوچک شدن اقتصاد ایران باشد. با این حال، چشم‌انداز رشد اقتصادی ایران می‌تواند با کنترل نشدن کرونا و همچنین ادامه تحریم‌های آمریکا با نااطمینانی مواجه شود. براساس پیش‌بینی بانک جهانی، در صورتی که واکسن کرونا به صورت گسترده در کشور توزیع نشود، بار رشد اقتصادی ایران بر دوش بخش غیرنفتی قرار گرفته و بهبود اقتصادی در سال جاری میلادی، ضعیف خواهد بود.

به گزارش ایرناپلاس، در حقیقت آثار سه شوک تحریم، بحران بازار نفت و کرونا همچنان در اقتصاد ایران مشاهده می‌شود. تحریم‌ها از دو مسیر یعنی پایان معافیت صادرکنندگان نفت ایران از تحریم ثانویه آمریکا و نیز تحریم صنایع کلیدی مانند فلزات، فولاد و پتروشیمی به دنبال خروج آمریکا از برجام، موجب کاهش تولید ناخالص داخلی شد. همه‌گیری کرونا نیز بازار نفت جهانی را متأثر کرد و صادرات نفت کشور را تحت فشار مضاعف قرار داد.

بانک جهانی در گزارش پاییز خود درباره ایران گفته در صورتی که موج جدید کرونا به اتخاذ تصمیمات تعطیلی سخت‌گیرانه بینجامد یا واکسن قابل اعتمادی در سال ۱۴۰۰ توزیع نشود، چشم‌انداز اقتصادی ایران در معرض ریسک قابل توجهی خواهد بود.

اگر محدودیت‌های تجاری بیشتری اعمال شود و تقاضای چین و دیگر شرکای صادراتی اصلی در میان مدت به سطح قبلی برنگردد، تعادل اقتصادی خارجی می‌تواند بدتر هم بشود. از طرف دیگر در داخل نیز تکیه بیشتر بر انتشار اوراق قرضه و فروش دارایی‌ها در بازار سهام، خطر تسری مشکلات اقتصادی را افزایش داده و می‌تواند موجب واردشدن فشار هرچه بیشتر به بخش بانکی شود که در حال حاضر با مشکل کمبود سرمایه روبه‌رو است.

بهبود بیشتر در بازار نفت به عنوان یک فرصت و ریسک مطلوب برای اقتصاد ایران است. برداشته شدن تحریم‌های آمریکا می‌تواند اثرات مثبت قابل توجهی بر اقتصاد ایران، مشابه زمان تصویب برجام در سال ۱۳۹۴ داشته باشد. از آنجایی که اقتصاد در حال کار در سطحی پایین‌تر از میزان بالقوه خود قرار دارد، بهبود اقتصادی در سال‌های پیش رو می‌تواند با قوت بیشتری رخ دهد.

بهبود بیشتر در بازار نفت به عنوان فقر مانند توزیع یارانه نقدی را موجب کاهش فشار بر قشر ضعیف عنوان کرده، اما در مقابل به دلیل نبود هدفمندی کافی، درباره فشار مضاعف به تراز مالی دولت هشدار داده است. در واقع تورم بالا در اثر کاهش شدید ارزش پول ملی خانوارهای کم‌درآمد را به‌شدت تحت تأثیر قرار داده است.

از طرف دیگر با کاهش ارزش پول ملی، شاهد افزایش هرچه بیشتر قیمت کالاهای وارداتی و همچنین کالاهای تولید داخلی و به‌ویژه کالاهای داخلی قابل تجارت بودیم که در نهایت، فشار به مصرف‌کنندگان را افزایش داد. بخش بزرگی از تورم ناشی از افزایش قیمت مواد غذایی و همچنین اجاره مسکن است که در سبب مصرف خانوارهای کم‌درآمد سهم بالایی دارد بنابراین فشار تورمی به دهک‌های پایین درآمدی، بیشتر بوده است. در نتیجه با افزایش هزینه‌های زندگی، اثر توزیع یارانه نقدی کاهش یافته است. توزیع بسته جدید کمک‌های معیشتی و وام برای دهک‌های با درآمد کمتر و خانواده‌های بدون منبع درآمد دائمی، راحل دولت برای کاهش این اثر بوده است.

بانک جهانی، پایگاه داده رفاه ایرانیان را ابزاری حیاتی در اجرای طرح‌های آینده و راهبردهای حمایت اجتماعی می‌داند بنابراین انتظار می‌رود، شناسایی افراد برای توزیع کمک‌های معیشتی و همچنین سیاست‌گذاری‌های آتی در زمینه وضعیت رفاه و معیشت افراد جامعه براساس اطلاعات این سامانه انجام شود، با این حال اگر تورم بالا و به دنبال آن، کاهش ارزش یارانه نقدی توزیع شده ادامه پیدا کند، توزیع این یارانه‌ها برای حمایت از طبقه آسیب‌پذیر کافی نخواهد بود. پیشنهاد بانک جهانی برای یاباری این اقدامات و بهبود کلی اقتصاد، اجرای بسته‌ای از اقدامات اصلاحات عمیق‌تر اقتصادی برای رفع چالش‌های ساختاری اقتصاد با تمرکز بر استراتژی‌های هدفمندسازی یارانه‌ها و حمایت‌های اجتماعی است. به عقیده این نهاد بین‌المللی، رکود اقتصادی دنباله‌دار، کاهش سطح رفاه و فشار بر قشرهای آسیب‌پذیر، فوریت اجرای اصلاحات را برجسته‌تر می‌کند.

طبق گفته مرکز آمار ایران

۱٫۷ میلیون نفر از ۱۸ تا ۳۵ ساله‌ها بیکارند

از جمعیت بیش از ۲٫۴ میلیون نفری بیکار حدود ۱٫۷ میلیون نفر را افراد ۱۸ تا ۳۵ ساله تشکیل می‌دهند. جدیدترین گزارش مرکز آمار ایران از وضعیت اشتغال و بیکاری در پاییز امسال نشان می‌دهد که نرخ بیکاری در بین جمعیت ۱۵ ساله و بیشتر نسبت به مدت مشابه سال قبل با کاهش ۱٫۲ درصدی به ۹٫۴ درصد رسیده است، بر این اساس تعداد بیکاران بیش از ۲ میلیون و ۴۳۵ هزار نفر و شاغلان بالغ بر ۲۳ میلیون و ۴۱۳ هزار نفر گزارش شد. این در حالی است که بررسی وضعیت بیکاری بین گروه‌های سنی نشان می‌دهد که در بین افراد ۱۸ تا ۳۵ ساله نرخ بیکاری به ۱۶٫۵ درصد رسیده است که نسبت به سال گذشته ۱٫۲ درصد بیکاری برای یاباری این اقدامات و بهبود کلی اقتصاد، اجرای بسته‌ای از اقدامات اصلاحات عمیق‌تر اقتصادی برای رفع چالش‌های ساختاری اقتصاد با تمرکز بر استراتژی‌های هدفمندسازی یارانه‌ها و حمایت‌های اجتماعی است. به عقیده این نهاد بین‌المللی، رکود اقتصادی دنباله‌دار، کاهش سطح رفاه و فشار بر قشرهای آسیب‌پذیر، فوریت اجرای اصلاحات را برجسته‌تر می‌کند.

تلفن مستقیم: ۰۸۶۰۷۳۳۹۰

www.forsatnet.ir

بیشترین منبع درآمدی خانواده‌های ایرانی از درآمدهای متفرقه نظیر بورس و سود بانکی است

جغرافیای در آمدی استان‌ها



درصد و اردبیل با کسب ۳۰۱۸ درصد درآمدهای پولی خود از این منبع، کمتر از سایر استان‌ها در این بخش درآمد داشته‌اند. همچنین در بخش درآمدهای پولی حاصل از مشاغل آزاد کشاورزی به ترتیب خانوارهای شهری استان‌های زنجان با کسب ۷٫۷ درصد، گلستان با کسب ۸٫۶ درصد و همدان و خراسان شمالی با کسب ۱٫۴ درصد درآمدهای پولی خود از این منبع، بیشتر از سایر استان‌ها و خانوارهای شهری استان‌های البرز، تهران و سیستان و بلوچستان با کسب ۳۰ درصد، بوشهر با کسب ۶۰۰ درصد و خوزستان با کسب ۸۰۰ درصد درآمدهای پولی خود از این منبع، کمتر از سایر استان‌ها در این بخش درآمد داشته‌اند.

در بخش درآمدهای پولی حاصل از مشاغل آزاد غیرکشاورزی نیز خانوارهای شهری استان‌های مازندران، اردبیل و کردستان به ترتیب با کسب ۴۳۰ درصد، ۷۲۶ درصد و ۰۲۴ درصد درآمدهای پولی خود از این منبع، بیشتر از سایر استان‌ها و خانوارهای شهری استان‌های سمنان، کرمان و خراسان جنوبی به ترتیب با کسب ۰٫۹ درصد، ۱۰۱۰ درصد و ۰۰۱۲ درصد درآمدهای پولی خود از این منبع، کمتر از سایر استان‌ها در این بخش درآمد به دست آورده‌اند.

جابه‌جایی دهک‌های درآمدی با تحولات اقتصادی

همچنین در بخش درآمدهای متفرقه پولی (بدون احتساب یارانه و کمک هزینه) خانوارهای شهری استان‌های سمنان، گیلان و فارس به ترتیب با کسب ۹۴۳ درصد، ۱۰۴۳ درصد و ۸۰۳۷ درصد درآمدهای پولی خود از این منبع، بیشتر از سایر استان‌ها و خانوارهای شهری استان‌های هرمزگان، آذربایجان غربی و کردستان به ترتیب با کسب ۱۰۱۹ درصد، ۰۰۲۲ درصد و ۴۰۲۳ درصد درآمدهای پولی خود از این منبع، کمتر از سایر استان‌ها در این بخش درآمد داشته‌اند.

در بخش درآمدهای حاصل از یارانه نیز خانوارهای شهری استان‌های سیستان و بلوچستان، کرمان و لرستان به ترتیب با کسب ۴۰۷ درصد، ۲۶ درصد و ۰۶ درصد درآمدهای پولی خود از این منبع، بیشتر از سایر استان‌ها و خانوارهای شهری استان‌های تهران، البرز و مازندران به ترتیب با کسب ۵۰۲ درصد، ۳۰۳ درصد و ۶۰۳ درصد درآمدهای پولی خود از این منبع، کمتر از سایر استان‌ها در این بخش درآمد کسب کرده‌اند. در بخش درآمدهای حاصل از کمک هزینه هم خانوارهای شهری استان‌های همدان، قم و خراسان شمالی به ترتیب با کسب ۰۰۷ درصد، ۶۰۶ درصد و ۵۰۶ درصد درآمدهای پولی خود از این منبع، بیشتر از سایر استان‌ها و خانوارهای شهری استان‌های یزد، تهران و خوزستان به ترتیب با کسب ۱۰۱ درصد، ۵۰۱ درصد، ۶۰۱ درصد درآمدهای پولی خود از این منبع، کمتر از سایر استان‌ها در این بخش درآمد کسب کرده‌اند.

بررسی‌ها نشان می‌دهد که در سال گذشته در چهار دهک اول درآمدی، بیشترین درآمد پولی سالانه خانوار شهری از محل حقوق‌گیری بخش خصوصی و تعاونی بوده است، اما از دهک پنجم به بعد، بیشترین درآمد پولی یک خانوار شهری حاصل درآمدهای متفرقه بدون احتساب یارانه و کمک هزینه از جمله حقوق بازنشستگی، اجاره بهای مسکن شخصی، درآمدهای بورسی، سپرده بانکی، ارث و مواردی از این دست بوده است. با توجه به یافته‌های این گزارش می‌توان به اهمیت معاملات بورس، سود حاصل از سپرده‌های بانکی و درآمد حاصل از اجاره بهای مسکن در زندگی افراد در دهک‌های مختلف درآمدی پی برد و به این نتیجه رسید که با حذف هر یک از این منابع درآمدی از زندگی افراد، دهک‌های درآمدی تا چه حد جابه‌جا خواهند شد.

گفت که بیشترین افزایش درآمد متعلق به بخش درآمدهای متفرقه بوده که باید آن را ناشی از افزایش اجاره بهای مسکن و تحولات بازار بورس در سال گذشته دانست.

در سال گذشته همچنین ۱۳۰۸ درصد درآمدهای پولی یک خانوار شهری از محل حقوق‌گیری عمومی، ۲۵۰۳ درصد از حقوق‌گیری خصوصی و تعاونی، ۱۰۹ درصد از مشاغل آزاد کشاورزی، ۱۹۸ درصد از مشاغل آزاد غیرکشاورزی، ۳۲٫۵ درصد از درآمدهای متفرقه پولی بدون احتساب یارانه و کمک هزینه، ۴۰۱ درصد درآمدهای پولی از یارانه دولتی و ۲۰۷ درصد از کمک هزینه به دست آمده است؛ به عبارت دیگر، بیشترین متوسط درآمد پولی سالانه یک خانوار شهری از درآمدهای متفرقه و پس از آن از حقوق‌گیری خصوصی و تعاونی بوده است.

این در حالی است که در سال ۱۳۹۷ در یک خانوار شهری در سطح کشور، ۱۴۰۲ درصد درآمدهای پولی از درآمد حقوق‌گیری عمومی، ۲۵۰۱ درصد از حقوق‌گیری خصوصی و تعاونی، ۱۰۹ درصد از مشاغل آزاد کشاورزی، ۲۰۵ درصد از مشاغل آزاد غیرکشاورزی، ۳۰۰۸ درصد از درآمدهای پولی متفرقه، ۵ درصد از یارانه دولتی و ۲۰۵ درصد از کمک هزینه به دست آمده است، از این جهت می‌توان گفت که طی هر دو سال ۹۷ و ۹۸، بیشترین میزان درآمد پولی از منابع درآمد متفرقه و پس از آن از طریق حقوق‌گیری خصوصی و تعاونی تأمین شده است.

شکاف درآمدی در تهران و سیستان و بلوچستان

نتایج این گزارش همچنین نشان می‌دهد که در سال گذشته استان تهران با ۵۲۸۶۶۰ هزار ریال بیشترین و استان سیستان و بلوچستان با ۲۶۷۲۶۱ هزار ریال کمترین متوسط درآمد پولی سالانه یک خانوار شهری را به خود اختصاص داده‌اند. به عبارت دیگر، متوسط درآمد پولی سالانه یک خانوار شهری در استان تهران نزدیک به ۲ برابر متوسط درآمد پولی سالانه یک خانوار شهری در استان سیستان و بلوچستان است.

همچنین در استان‌های بوشهر، چهارمحال و بختیاری، قزوین، قم، هرمزگان و یزد بیشترین درآمد پولی یک خانوار شهری از حقوق‌گیری بخش خصوصی و تعاونی است. در استان‌های سیستان و بلوچستان و کهگیلویه و بویراحمد سهم درآمد پولی از حقوق‌گیری عمومی بیشتر از سایر منابع پولی درآمد و در استان‌های آذربایجان غربی و اردبیل درآمد از مشاغل آزاد غیرکشاورزی بیشتر از سایر منابع پولی درآمد بوده است. در استان کردستان نیز بیشترین درآمد پولی از مشاغل آزاد کشاورزی است. در سایر استان‌ها هم سهم درآمدهای متفرقه پولی از سهم سایر منابع پولی درآمد، بیشتر است.

از سوی دیگر، در بخش درآمدهای پولی حاصل از حقوق‌گیری عمومی، خانوارهای شهری استان‌های کهگیلویه و بویراحمد، سیستان و بلوچستان و هرمزگان به ترتیب با کسب ۱۰۲۰ درصد، ۱۰۲۴ درصد درآمدهای پولی خود از این منبع، بیشتر از سایر استان‌ها و خانوارهای شهری استان‌های مازندران، قزوین و گیلان به ترتیب با کسب ۹۶ درصد، ۳۰۸ درصد و ۸۰۸ درصد درآمدهای پولی خود از این منبع، کمتر از سایر استان‌ها در این بخش درآمد داشته‌اند.

در بخش درآمدهای پولی حاصل از حقوق‌گیری خصوصی و تعاونی نیز خانوارهای شهری استان‌های قزوین، بوشهر و هرمزگان به ترتیب با کسب ۲۰۲۴ درصد، ۶۰۳۲ درصد و ۴۰۲۲ درصد درآمدهای پولی خود از این منبع، بیشتر از سایر استان‌ها و خانوارهای شهری استان‌های کرمانشاه و کهگیلویه و بویراحمد با کسب ۶۰۱۵ درصد، گیلان با کسب ۵۰۱۷

مدیران دولتی ر کورددار حقوق و مزایا در سال گذشته بوده‌اند

زور آزمایی در آمد و هزینه

امسال به خصوص در فاصله خرداد تا تیرماه، هزینه خانوارهای کشوری افزایش بیشتری به خصوص در زیرمجموعه خوراکی‌ها داشته باشد. طی این ۳ سال درآمد خانوارهای شهری و روستایی به ترتیب افزایشی ۴۷٫۴ و ۴۷ درصدی داشته است. با وجود اینکه افزایش درآمد برای خانوار شهری طی سال‌های ۹۷ تا ۹۸ حدود ۲۴درصد بوده اما میانگین افزایش هزینه در بخش‌های مسکن و خوراکی بیشتر از افزایش در درآمدها بوده؛ به گونه‌ای که سهم این دو گروه کالایی ۵۸ درصد در سبد مصرفی خانوارها گزارش شده است.

طی سال‌های ۹۷ تا ۹۸ همچنین متوسط درآمد خانوار شهری ۲۴ درصد افزایش داشته که سهم درآمد گروه‌های شغلی «قانونگذاران و مقامات عالی‌رتبه و مدیران» بیشتر از میانگین درآمد کل خانوارهای شهری است. براساس آخرین گزارش وزارت کار از متوسط درآمد یک خانوار شهری برحسب گروه شغلی سرپرست خانوار، درآمد این گروه از سرپرست‌ان خانوار در سال گذشته دو برابر میانگین درآمد سالانه یک خانوار شهری و حدود ۱۰۵میلیون تومان گزارش شده است. مدیران دولتی و قانونگذاران در سال ۹۳ حدود ۴۸ میلیون و ۵۰۰ هزار تومان درآمد داشتند؛ این امر نشان می‌دهد که طی سال‌های

ایمان ولی‌پور
ایمیل: IvanKaramazof@yahoo.com

بیشترین درآمد پولی یک خانوار شهری در سال گذشته از محل درآمدهای متفرقه مثل بورس و سود بانکی و پس از آن از حقوق‌گیری خصوصی و تعاونی بوده است. براساس آنچه مرکز آمار و اطلاعات راهبردی وزارت کار از جغرافیای درآمد و هزینه خانوارها در سال گذشته گزارش داده است، متوسط درآمد اظهارشده سالانه یک خانوار شهری در سال ۱۳۹۸ بیش از ۵۴ میلیون تومان بوده که ۲۴ درصد نسبت به سال ۱۳۹۷ رشد داشته است. منابع درآمدی خانوار شهری در سال گذشته نیز نشان می‌دهد ۳۲٫۵درصد درآمد سالانه از مشاغل حقوق‌گیری، ۱۶۰۱ درصد از مشاغل آزاد کشاورزی و غیرکشاورزی و ۵۱٫۴ درصد درآمدها از محل درآمدهای متفرقه تأمین شده است. این اعداد و ارقام گویای این مطلب است که در سال گذشته درآمدزایی از مشاغل مزد و حقوق‌گیری به میزان ۲۱٫۲درصد بیشتر شده و همچنین درآمد از مشاغل آزاد کشاورزی و غیرکشاورزی به اندازه ۱۷٫۸ درصد و درآمد متفرقه به اندازه ۲۸۸ درصد در سطح شهری نسبت به سال قبل از آن افزایش داشته است. به عبارت بهتر، بیشترین افزایش درآمد متعلق به بخش درآمدهای متفرقه بوده که باید آن را ناشی از افزایش اجاره بهای مسکن و تحولات بازار سرمایه در سال گذشته دانست.

منابع درآمدی خانواده‌های شهری در سال گذشته

توزیع برابر ثروت باعث بروز مشکلات و چالش‌های زیادی در حوزه‌های مختلف کشور می‌شود. به همین دلیل، یکی از وظایف اقتصادی دولت، توزیع مناسب درآمد است، به طوری که توزیع مجدد درآمدها را به گونه‌ای تنظیم کند که موجب تعدیل درآمد فقرا و ثروتمندان و کاهش فاصله طبقاتی درآمد بین گروه‌های مختلف جامعه شود بنابراین اتخاذ سیاست‌های مالی مناسب در کاهش نابرابری در جامعه اثرگذار است. در این راستا، مرکز آمار و اطلاعات راهبردی وزارت کار در جدیدترین گزارش خود با استناد به طرح آمارگیری هزینه و درآمد خانوار مرکز آمار ایران، به بررسی متوسط درآمد پولی یک خانوار شهری با توجه به منابع مختلف درآمدی پرداخته و مشخص کرده که در سطح کشور و استان مشخصا درآمد پولی سالانه یک خانوار شهری از کدام منبع درآمدی بیشتر بوده است.

یافته‌های این گزارش نشان می‌دهد که در سال گذشته بیشترین متوسط درآمد پولی یک خانوار شهری از محل درآمدهای متفرقه مثل بورس و سود بانکی و پس از آن از حقوق‌گیری خصوصی و تعاونی بوده است. همچنین متوسط درآمد اظهارشده سالانه یک خانوار شهری در سال ۱۳۹۸ بیش از ۵۴ میلیون تومان بوده که ۲۴٫۴ درصد نسبت به سال ۱۳۹۷ رشد داشته است. بررسی منابع تأمین درآمد یک خانوار شهری نیز نشان می‌دهد که در سال گذشته ۳۲٫۵ درصد درآمد سالانه، از مشاغل حقوق‌گیری به دست آمده است، همچنین ۱۶۰۱ درصد درآمدهای سالانه یک خانوار شهری از مشاغل آزاد کشاورزی و غیرکشاورزی و ۵۱٫۴ درصد درآمدها از محل درآمدهای متفرقه تأمین شده است. این اطلاعات گویای آن است که در سال ۱۳۹۸ نسبت به سال قبل از آن، درآمد از مشاغل مزد و حقوق‌گیری به میزان ۲۱٫۲ درصد، درآمد از مشاغل آزاد کشاورزی و غیرکشاورزی ۱۷٫۸ درصد و درآمد متفرقه به میزان ۲۸۸ درصد در سطح شهری افزایش داشته است. یعنی می‌توان

گزارش‌های آماری نشان می‌دهد میانگین درآمد خانوار شهری در سال گذشته ۵۴ میلیون و ۱۰۰ هزار تومان بوده و آنها به طور میانگین ۴۷ میلیون و ۴۳۷ هزار تومان نیز هزینه داشته‌اند. در سال ۹۸ درآمد روستاییان نیز حدود ۲۹ میلیون و ۷۰۲ هزار تومان بوده که از این میزان ۲۶ میلیون و ۱۰۰ هزار تومان آن هزینه شده است. با وجود آنکه درآمد خانوارهای شهری و روستایی در سال ۹۸ نسبت به سال ۹۷ به ترتیب ۲۰٫۶ و ۲۷٫۴درصد افزایش داشته اما کارشناسان معتقدند تضعیف قدرت خرید و جهش تورم به خصوص پس از بازگشت تحریم‌ها آنقدر شدید بوده که افزایش هزینه‌ها تأثیر چندانی بر سبد مصرفی و معیشتی افراد نداشته و عملا قدرت خرید خانواده‌ها افت کرده است. طبق گزارش‌های مرکز آمار، بین سال‌های ۹۶ تا ۹۸ رشد هزینه‌های سالانه خانوارهای شهری حدود ۴۴ درصد افزایش داشته و از ۳۲ ملیسون و ۹۵۲ هزار تومان به ۴۷ میلیون و ۴۳۷ هزار تومان رسیده است. در این مدت رشد هزینه خانوار روستایی شدیدتر و حدود ۴۸ درصد گزارش شده است؛ هزینه خانوار روستایی از ۱۷ میلیون و ۶۳۷ هزار تومان به ۲۶ میلیون و ۱۰۰ هزار تومان رسید. برآورد می‌شود با وجود افزایش شدید قیمت‌ها به خصوص گروه خوراکی در نیمه اول

انرژی

سهم استخراج رمزارزها از مصرف برق کشور چقدر است؟

برخورد با ماینرهای غیرمجاز

در حالی که دولت از برخورد جدی با استفاده‌کنندگان غیرمجاز برق برای استخراج بیت‌کوین خبر داده، سخنگوی صنعت برق نیز از پرداخت جایزه ۲۰ میلیون تومانی برای معرفی مزارع بیت‌کوین غیرمجاز سخن گفته است. سوال این است که سهم دستگاه‌های مجوزدار استخراج رمزارزها از جمله بیت‌کوین و ماینرهای غیرمجاز در خاموشی‌های اخیر چقدر است؟ آیا انطور که شایعه شده، ماینرهای چینی در حال بلعیدن برق ایران هستند و به همین خاطر خاموشی اتفاق افتاده است؟

پاسخ این سؤال را در ارقام مصرف برق کشور می‌توان یافت. مصرف برق کشور در فصل زمستان معمولا کمتر از توان تولید آن است. با نگاهی به آمار شرکت مدیریت شبکه برق ایران، سال گذشته در ۲۳ دی ماه پیک (اوج مصرف برق) برابر با ۳۶ هزار و ۱۳۱ مگاوات بود و امسال در ۲۳ دی ماه (یعنی روزی که خاموشی‌های پراکنده اتفاق افتاد) مصرف برابر با ۴۱ هزار و ۴۵۷ مگاوات بود. تقریباً میانگین ۲۳ روز ابتدای دی ماه دو سال ۱۳۹۸ و ۱۳۹۹ نیز نزدیک به همین ارقام است. این نشان می‌دهد که رشد مصرف امسال نسبت به مدت مشابه سال گذشته ۵ هزار مگاوات است، اما با توجه به توان تولید ۵۹ هزار مگاواتی صنعت برق هنوز فاصله معناداری میان توان تولید و مصرف ۲۳ دی ماه وجود دارد و به همین خاطر خاموشی‌ها ناشی از ناتوانی صنعت برق در تولید نبود، اما درخصوص ماینرها و استخراج ارزهای دیجیتال، ۳۱۰ مگاوات از این مصرف ۴۱ هزار مگاواتی را مزرعه یا «فارم»های مجاز و شناسایی شده به خود اختصاص می‌دهند که به گفته شرکت توانیر، اگر شرکتي خارجي مانند چيني‌ها با فعالان ايراني جوينت شده باشند و در ايران فعاليت کنند، جزو اين ۳۱۰ مگاوات (۲۴ مرکز استخراج رمزارز) هستند و از آنجایی که تعرفه برق همه مشترکین استخراج رمزارز با میانگین قیمت برق صادراتی محاسبه می‌شود، مانند این است که به آن کشور در حال صادرات برق باشیم.

البته مسئله استفاده‌کنندگان غیرمجاز نیز در این خصوص مطرح است؛ مزارعی که هنوز شناسایی نشده‌اند و دولت باجدیت دنبال شناسایی آنهاست و از مردم نیز در این زمینه کمک خواسته است؛ در قبال این کمک نیز حاضر است پاداش ۲۰میلیون تومانی به معرفی استخراج‌کنندگان غیرمجاز رمزارز بپردازد. این درحالی است که رئیس کارگروه استخراج انجمن بلاک‌چین ایران از احتمال فعالیت ۵۰۰ هزار دستگاه استخراج رمزارز در کشور سخن می‌گوید.

محمدرضا شرفی با اشاره به استخراج رمزارز با انرژی کمتر و بازدهی بیشتر به ایرنا گفت: برخورد دستگاه‌ها با استخراج رمزارز خیلی سخت‌تر و محدودتر از صنایع دیگر است؛ محدودیت‌هایی که خلاف قانون است اما هنوز نتوانسته‌اند از آنها عبور کنند.

به گفته او، با قوانین دست و پاگیری که در این حوزه وضع شده، معدود اشخاصی می‌توانند در حوزه استخراج رمزارز فعالیت کنند و همه مردم در حال حاضر راهی برای ورود به این فعالیت ندارند؛ فعالیتی که با صرف انرژی کمتر نسبت به صنایع دیگر، پربازده‌تر است.

او با این توضیحات افزود: طبق مصوبه تیرماه سال گذشته هیأت دولت، استخراج رمزارز به عنوان یک فعالیت تولیدی صنعتی به رسمیت شناخته شد اما دستورالعمل وزارت صمت برای فعالیت استخراج رمزارز در کشور بسیار عجیب است و فعالیت مجموعه‌ها را به طور عملی به شهرک‌های صنعتی که زیر نظر شرکت شهرک‌های صنعتی فعالیت می‌کنند، محدود کرده است که این شرکت هم اجازه برای فعالیت نمی‌دهد. به واسطه این اتفاق بسیاری از سرمایه‌های کشور بدون استفاده مانده‌اند. ورود به این صنعت نیاز به سرمایه‌گذاری مجدد و ائتلاف منابع دارد که این موضوع کاملاً مغایر با اصول جهت تولید است. برای برداشته شدن این موانع، نامه‌نگاری‌هایی انجام دادیم اما هنوز چاره‌ای برای آن اندیشیده نشده است. به اعتقاد شرفی، در این زمان خاص است که می‌توان از دستگاه‌هایی که وارد شده در مسیر قانونی استفاده کرد. اگر مسیر قانونی وجود نداشته باشد، مردم ناچار دستگاه‌های قاچاق خود را به زیرزمین‌ها می‌برند و فرصتی که می‌تواند به نفع کشور باشد که حدود همین سادگی از دست رفته و تبدیل به تهدید می‌شود. علاوه بر این وزارت صمت محدودیتی برای انشعاباتی که اکنون بدون استفاده مانده، در نظر گرفته است. در حالی که می‌توان با تغییر تعرفه از این انشعابات برای استخراج رمزارز استفاده کرد اما با محدودکردن این امکان، حداقل توان انشعاب را ۲۵۰ کیلووات در نظر گرفته‌اند.

او در توضیح اینکه چرا تخصیص حداقل ۲۵۰ کیلووات می‌تواند مشکل‌آفرین باشد، گفت: در این توان صرفاً می‌توان از ترانسفورماتور زمینی استفاده کرد که قیمت آن ۲.۵ برابر ترانس هوایی است و این تفاوت قیمت به فلالان این صنعت تحمیل شده است.

شرفی با بیان اینکه ما در کشور، صنعتی نداریم که برای تولید آن میزان «حداقی» در نظر گرفته شده باشد، خاطرنشان کرد: اگر می‌خواهیم از افراد دعوت کنیم که به صورت شفاف کار کنند، باید موارد این چنینی در آن لحاظ شود. اگر فعالیت شفاف شود، سهم کشور از این فعالیت اقتصادی قابل وصول است، اما زمانی که موانع ایجاد می‌شود و افراد نمی‌توانند قانونی کار کنند، ممکن است به سمت مسیرهای نادرست بروند.

شرفی فعالیت غیرمجاز، استفاده از برق به شیوه نادرست و پایین‌تر از تعرفه، واردات دستگاه‌های قاچاق و شفاف نبودن فعالیت ماینینگ در جامعه را مسیرهای نادرستی می‌داند که افراد ممکن است در آن قدم بگذارند.

او درباره مصوبه خوداظهاری دستگاه‌های ماینینگ نیز گفت: تقریباً از حدود ۲۵ روز قبل خوداظهاری دستگاه‌های ماینینگ آغاز شده است. به واسطه این سایت، فقط دستگاه‌های ثبت شده در این صنعت به رسمیت شناخته می‌شوند و درواقع می‌توان گفت دستگاه‌های استخراج رمزارز در حال «رجیستر شدن» است. اما زمانی این کار می‌تواند تاثیر خوبی داشته باشد که موانعی که وزارت صمت سر راه استخراج رمزارز گذاشته است، حذف شود و فعالیت در این صنعت شفاف شود.

رئیس کارگروه استخراج انجمن بلاک‌چین ایران درباره تعداد دستگاه‌های ماینینگ موجود در ایران با بیان اینکه آمار رسمی در این خصوص وجود ندارد، افزود: برآوردی که حدود دو سال قبل انجام شده، نشان می‌دهد ۵۰۰ هزار دستگاه در ایران موجود بوده، البته اکنون و با گذشت این مدت، قطعاً تعدادی از این دستگاه‌ها از رده خارج شده‌اند. به گفته وی، در تمامی صنایع معمولاً طول عمر خطوط تولید بین ۱۰ تا ۲۰ سال است اما عمر حداکثری دستگاه‌های استخراج رمزارز ۲ سال است. همچنین ۹۰ درصد استخراج‌کنندگان رمزارز در مناطق آزاد و ویژه در حال کار کردن هستند که ورود به آن مکان‌ها کار هر کسی نیست، ۱۰ درصد مابقی نیز در سرزمین اصلی مشغول فعالیت هستند. در حالی که بسیاری از مناطق ویژه و آزاد از نظر اقلیمی مناطق مساعدی برای این کار نیستند.

چالش قیمت‌گذاری آنلاین مسکن



مخالقان بازگشت قیمت به آگهی‌های اینترنتی است و علت آن را مذاکرات مدیران سایت‌های اینترنتی با برخی اعضای هیأت رئیسه کمیسیون عمران مجلس و پادرمیانی چند نماینده مجلس با دادستانی برای امکان درج قیمت عنوان کرده است. به اعتقاد او، حذف روش‌سمند و همیشگی قیمت‌گذاری در این پلتفرم‌ها تاثیرات مثبتی در بازار مسکن به‌جا خواهد گذاشت و موجب شفافیت و تقارن اطلاعات می‌شود.

به نظر می‌رسد با توجه به بازگشت آramش به بازار مسکن در ماه‌های آبان و آذر که تورم بخش مسکن ثابت یا منفی بود و همچنین پیشبینی ادامه روند کاهش متوسط قیمت مسکن در تهران در پایان دی ماه، اقدام

برخی وبسایت‌های انتشار آگهی‌های املاک مبنی بر درج قیمت‌های ساختگی، به تشنج احتمالی در بازار مسکن دامن بزند. به عنوان مثال در یکی از وب سایت‌های مشهور انتشار آگهی املاک، قیمت واحد مسکونی ۳۰ سال ساخت در خیابان پیروزی تهران متری ۱۰۰ میلیون تومان فایل کرده است. این در حالی است که براساس گزارش بانک مرکزی از بازار مسکن پایتخت در آذرماه، متوسط قیمت مسکن در منطقه ۱۳ تهران، متری حدوداً ۲۹ میلیون تومان است.

همانطور که اشاره شد، برخی از کارشناسان نیز با این موضوع مخالفند و بازگشت قیمت‌گذاری مسکن به سایت‌های اینترنتی را عامل برهم خورنده آرامش بازار مسکن می‌دانند؛ از جمله یک کارشناس بازار مسکن با بیان اینکه «درج قیمت‌های کاذب در سایت‌ها می‌تواند در بازار اختلال ایجاد کند»، می‌گوید: «با حذف قیمت‌ها به‌سه عنوان یکی از عوامل برهم زنده کنترل بازار مسکن، قیمت‌ها در یک فرآیند منطقی قرار گرفته بود و بازگشت نرخ‌ها می‌تواند این نظم را بر هم بزند.»

آگهی‌های تقلبی باعث تشنج بازار مسکن می‌شود

سعید محمدباقر با اشاره به اینکه «درج قیمت در آگهی‌ها تنها عامل رشد قیمت‌ها در بازار مسکن نیست اما می‌تواند به عنوان یک عامل اختلال‌زا و رکودزا عمل کند»، به ایسنا گفت: «قبل از اردیبهشت امسال که هر کس بنا به تشخیص خود اقدام به نرخ‌گذاری در سایت‌ها می‌کرد حباب در بازار مسکن ایجاد شد و حالا که در حال تخلیه شدن است، بازگشت مجدد قیمت‌ها می‌تواند این بازار را در حالت طبیعی خارج کند.»

به گفته وی، «اگر نرخ‌ها به آگهی‌های سایت‌ها برنی‌گشت طی ماه‌های

فرصت امروز: پس از آنکه از پلتفرم‌های خرید و فروش آنلاین به‌عنوان متهمان اصلی نوسان قیمت‌ها در بازارهای خودرو و مسکن نام برده شد، در اواخر اردیبهشت ماه امسال و به دستور دادستانی امکان درج قیمت از سایت‌های اینترنتی حذف شد. سپس با گذشت حدود ۸ ماه از این اتفاق و در میانه دی ماه بار دیگر امکان درج قیمت در آگهی‌های سایت‌های اینترنتی فراهم شد و ممنوعیت درج قیمت‌ها با دستور دادستانی تهران لغو گردید. در این بین، وزارت راه و شهرسازی با بازگشت قیمت‌گذاری مسکن به پلتفرم‌های خرید و فروش آنلاین مخالف است و آن را عاملی برای برهم زدن آرامش قیمتی بازار مسکن می‌داند.

البته جدا از دولتمردان، برخی کارشناسان نیز از این پلتفرم‌های خرید و فروش آنلاین به عنوان متهم اصلی نوسان قیمت‌ها در بازار مسکن نام می‌برند. در این بازار موجران، مستاجران، فروشندگان و خریداران به‌دنبال داده‌ها هستند. اگرچه در سال‌های اخیر پلتفرم‌های آنلاین به کمک مخاطبان این بازار آمده‌اند و اطلاعات را راحت‌تر در اختیار فعالان بازار مسکن قرار می‌دهند، اما بررسی فعالیت‌های این پلتفرم‌ها نشان می‌دهد همچنان بازیگران سنتی این بازار مهمترین سهم را در گردش اطلاعات دارند و بیشتر مشاوران املاک علاوه بر شیوه قدیمی، فایل‌های خود را در این بسترها نیز بارگذاری می‌کنند.

از آگهی‌های تقلبی تا قیمت‌های ساختگی مسکن

حال با بازگشت قیمت‌گذاری به این سایت‌ها و پلتفرم‌ها بار دیگر این موضوع به دغدغه وزارت راه و شهرسازی تبدیل شده است. ابتدا در روز هجدهم دی ماه بود که امکان درج قیمت در سایت‌های فروش خودرو و سپس در بیست و دوم دی ماه امکان قیمت‌گذاری در آگهی‌های مسکن فراهم شد. در این بین، وزیر راه و شهرسازی گفته که شدیداً مخالف بازگشت قیمت‌ها به سایت‌ها و پلتفرم‌های مجازی است و حتماً ازسرگیری ممنوعیت درج قیمت در آگهی‌های مسکن را پیگیری خواهد کرد. محمد اسلامی همچنین از ارسال نامه وزارت راه و شهرسازی به دادستانی برای منع مجدد قیمت‌ها خبر داده است. او معتقد است که قیمت‌سازی ایلکیشن‌ها و وب‌سایت‌های آگهی املاک، التهاب‌آفرین است و به نوسان قیمت‌ها دامن می‌زند.

همچنین مصطفی قلی خسروی، رئیس اتحادیه مشاوران املاک نیز از

روی لغو تحریم نفت ایران به این زودی حساب نکنید

گمانه‌زنی بلومبرگ از پایان تحریم نفتی ایران

با اعمال تحریم‌های بسیار بیشتر و ایران با افزایش غنی‌سازی اورانیوم به ۲۰ درصد.

«بلومبرگ» ادامه داد: ساده‌ترین راه بازگشت، این است که هر دو طرف گام های خود را بردارند و مانند چهار سال پیش به توافق بازگردند، قبل از اینکه به دنبال رفع سایر نگرانی‌ها باشند. اگر آمریکا، کاهش تحریم‌ها را به پایان دادن حمایت ایران از حزب الله، حماس و حوثی‌های یمن مشروط کند، دشوار است که ببینیم دو طرف چگونه در نهایت بر اختلافات‌شان فاق می‌آیند. اگر تحریم‌ها علیه صادرات نفت ایران برداشته شود، جمهوری اسلامی ایران می‌تواند سطح تولید قبلی خود که نزدیک به ۴ میلیون بشکه در روز بود را نسبتاً سریع از سر بگیرد، همانطور که این کار را زمان لغو تحریم‌ها در سال ۲۰۱۶ انجام داد اما نباید به این زودی‌ها بر روی این اتفاق حساب کرد، چرا که مجلس ایران ماه گذشته به پایان دادن بازرسی‌های بین‌المللی از سایت های هسته‌ای این کشور در صورتی که آمریکا تحریم‌های اصلی بر بخش نفت و بانکداری ایران را لغو نکند، رأی داد.

براساس این گزارش، انتخابات ریاست جمهوری ایران در ۱۸ ژوئن (۲۸ خرداد ۱۴۰۰) برگزار خواهد شد و حسن روحانی، رئیس جمهور ایران که انتخاب شدن خود را به توافق هسته‌ای گره زده بود، با رئیس جمهور

«بلومبرگ» در یک گمانه‌زنی نفتی نوشت: زمانی که جو بایدن، رئیس جمهور آمریکا شود، مسائل بسیاری برای حل و فصل دارد، اما ایجاد روابط با ایران که شامل لغو تحریم‌های صادرات نفت این کشور است، در اولویت‌های آخر وی قرار دارد.

براساس آنچه «فارس» از گزارش «بلومبرگ» منتشر کرده است، مسیر رفع تحریم‌های نفتی ایران مسیری طولانی است که دام‌هایی بر سر راه آن وجود دارد. زمانی که جو بایدن در این هفته، چهل و ششمین رئیس جمهور آمریکا شود، مسائل فشرده بسیاری برای حل و فصل خواهد داشت و احتمالاً موضوع ایران به زودی حل نخواهد شد.

به نوشته «بلومبرگ»، رئیس جمهور منتخب آمریکا پنهان نکرده است، تمایل دارد تا توافق نامه‌های بین‌المللی نظیر به توافق‌نامه پاریس و برنامه جامع اقدام مشترک یا همان توافق هسته‌ای ایران بازگردد، اما ایجاد روابط با ایران که شامل برداشته شدن تحریم‌های صادرات نفت این کشور است، در اولویت‌های آخر وی قرار دارد و زمان بیشتری خواهد برد. در زمان مذاکرات سال ۲۰۱۵، مخالفت‌های شدیدی در رابطه با توافق هسته ایران هم از سوی جمهوری‌خواهان و هم از سوی دموکرات‌ها در آمریکا وجود داشت که مانع تصویب آن در سنا شد. این مخالفت‌ها همچنان وجود دارد و اکنون هم آمریکا و هم ایران شرایط توافقی را نقض کرده‌اند: آمریکا

بانک نامه

دلار به ۲۲ هزار تومان و سکه به ۱۰ میلیون تومان رسید

عقبگرد قیمتی در بازار ارز و سکه

روز یکشنبه هرچند تعطیل رسمی بود، اما صرافی‌های بانکی در این روز قیمت دلار را برای فروش به مردم ۲۲ هزار و ۹۵۰ تومان اعلام کردند که نسبت به روز شنبه کاهش ۵۰۰ تومانی دارد. نرخ خرید دلار در این صرافی‌ها نیز ۲۲ هزار و ۳۵۰ تومان قیمت خورد. قیمت فروش یورو نیز در صرافی‌های بانکی ۲۷ هزار و ۸۰۰ تومان و نرخ خرید آن ۲۷ هزار و ۲۰۰ تومان اعلام شد.

روند کاهش‌ی قیمت‌ها در بازار سکه و طلا نیز به موازات بازار ارز رقم خورد و قیمت هر گرم طلای ۱۸ عیار با ۵۵ هزار و ۶۰۰ تومان کاهش به ۹۹۲ هزار و ۴۰۰ تومان رسید. هر مثقال طلا به عنوان مبنای قیمت‌گذاری بازار در میانه روز یکشنبه ۴ میلیون و ۳۰۲ هزار تومانی داشت. هر گرم طلای ۲۴ عیار نیز یک میلیون و ۳۲۴ هزار و ۲۰۰ تومان عرضه شد. همچنین هر سکه امامی در بازار ۱۰ میلیون و ۲۶۸ هزار تومان، هر سکه تمام بهار آزادی ۱۰ میلیون و ۹۷ هزار و ۹۰۰ تومان، نیم سکه ۵ میلیون و ۵۵۵ هزار تومان، ربع سکه ۳ میلیون و ۵۵۰ هزار تومان و سکه گرمی نیز ۲ میلیون و ۱۰۰ هزار تومان فروخته شد. حباب سکه امامی هم‌اکنون برابر با ۵۷۱هزارتومان، حباب سکه بهار آزادی ۳۹۸هزار تومان، حباب نیم سکه ۶۹۹هزار تومان، حباب ربع سکه یک میلیون و ۱۲۲ هزار تومان و حباب سکه گرمی نیز ۹۰۳ هزار تومان است.

در این میان، رئیس کل بانک مرکزی روز جمعه در یادداشتی اینستاگرامی به تلاش‌ها برای جلوگیری از سقوط ارزش پولی ملی در جنگ اقتصادی اشاره کرد و نوشت: «بانک مرکزی در طول دو سال و نیم گذشته تلاش کرده است با برنامه و تدبیر، تحریم‌های دولت آمریکا را خنثی و درحدتوان از سقوط بیش از حد ارزش پول ملی جلوگیری و دشمن را از رسیدن به هدف فروپاشی اقتصادی، مایوس و ناموفق بسازد. بانک مرکزی تمام توان خود را برای ایجاد تعادل در بازار ارز و تقویت ارزش پول ملی به کار می‌گیرد.» آنچه کارشناسان آن را به «سینگنال همتی به بازار ارز» تعبیر کردند.

معاون بانک مرکزی خبر داد

قطع ۱۲۰ هزار پایانه فروشگاه‌ی فاقد پرونده مالیاتی

معاون فناوری‌های نوین بانک مرکزی از قطع ۱۲۰ هزار پایانه فروشگاه‌ی فاقد پرونده مالیاتی خبر داد و با اشاره به اتمام مراحل عملیاتی‌سازی ماده ۱۱ قانون پایانه‌های فروشگاه‌ی و سامانه مژدیان تا قبل از پایان امسال گفت تا تاریخ ۲۵ دی امسال، ۱۲۰ هزار پایانه فروشگاه‌ی که پرونده مالیاتی ندارند یا پرونده ناقص دارند یا دارندند پایانه فوت شده است، قطع شد.

مهران مجرمیان به همکاری بانک مرکزی و سازمان امور مالیاتی درخصوص قانون پایانه‌های فروشگاه‌ی و سامانه مژدیان اشاره و اظهار کرد: درخصوص اجرای ماده ۱۱ این قانون، مقرر شد از ۲۲ دی امسال دستگاه کارخوان یا درگاه پرداخت جدیدی بدون ایجاد پرونده مالیاتی فعال نشود. در این زمینه هماهنگی لازم با سازمان امور مالیاتی صورت گرفته و مقرر شده است که از اوایل بهمن ماه امسال، ایجاد پرونده جدید مالیاتی به صورت خودکار انجام شود.

به گفته معاون فناوری‌های نوین بانک مرکزی، درخصوص ۳ میلیون و ۸۰۰ هزار ابزار پذیرش که پرونده مالیاتی نداشته‌اند هماهنگی لازم با سازمان امور مالیاتی صورت گرفته و پرونده مالیاتی این افراد به صورت خودکار ایجاد خواهد شد.

طبق اعلام بانک مرکزی، او با بیان اینکه پرونده ماده ۱۱ قانون پایانه‌های فروشگاه‌ی و سامانه مژدیان با اجرای کامل آن تا قبل از پایان امسال بسته خواهد شد، گفت: همچنین هشدارهای لازم به سایر صاحبان ابزار پذیرش که اطلاعات آنها به هر دلیلی نقض دارد، ارائه شده است تا در اسرع وقت نسبت به تکمیل پرونده خود اقدام کنند، در غیر این صورت ابزار پذیرش آنها غیرفعال خواهد شد.

توصیه کارشناسی برای ورود به بازار رمزارزها

یک کارشناس رمزارزها توصیه کرد که برای ورود به این بازار حتما درباره انواع رمزارزها مطالعه و سپس معامله کنید زیرا، نوسانات در این بازار بسیار شدید است و ممکن است در طول چند روز معادل ۵۰ درصد افت یا رشد کند. علیرضا شامخی با بیان اینکه در حال حاضر روند بازار رمزارزها سریع پیش می‌رود، به ایسا گفت: از این رو نمی‌توان چشم‌انداز بلندمدت این بازار را با قطعیت پیش‌بینی کرد و نیاز است تا به صورت روزانه و هفتگی بازار را تحلیل کرد، اما در این زمینه دو نکته حائز اهمیت است. اول اینکه دوران رونق بازار با سرعت تندی سیری شد، معمولا در زمانی که بازار با سرعت زیادی عمل می‌کند، انتظار داریم که طول دوره استراحت یا اصلاح بازار طولانی باشد.

به اعتقاد وی، نکته دوم این است که عامل اصلی رشد بازار رمزارزها در ماه‌های اخیر، ورود پول‌های هوشمند شرکت‌های اروپایی و آمریکایی است. در صورتی که در آینده نزدیک، پول‌های شرکت‌های روسی و چینی هم وارد این بازار شوند، دوره جدیدی از صعود بیت کوین خواهیم داشت. این کارشناس رمزارزها در پاسخ به اینکه آیا نقدینگی از بازار سهام به سمت بازار رمزارزها حرکت کرده است؟ گفت: ممکن است به دلیل رشدهای نجومی هفته‌های اخیر بازار رمزارزها، این اتفاق افتاده باشد اما این موضوع به معنای خروج ارز از کشور نیست زیرا، در داخل کشور امکان تولید بیت کوین داریم. همچنین، انتقال پول از بورس به بازار بیت کوین تأثیری بر قیمت آن نمی‌گذارد زیرا، بازار رمزارزها بینالمللی است و حجم بازار سهام ایران در مقایسه با آن بسیار کوچک است و از این رو بازار سهام ایران اثری بر آن نمی‌گذارد. شامخی درباره اینکه مردم وارد این بازار شوند یا خیر؟ بیان کرد: به کسانی که قصد ورود به این بازار را دارند توصیه می‌کنم که درباره تمام رمزارزها مطالعه و سپس معامله کنند زیرا، نوسانات در این بازار بسیار شدید است و ممکن است در طول چند روز معادل ۵۰ درصد افت یا رشد کند. کسانی که وارد این بازار می‌شوند بایستی تحمل این نوسانات را در خود ایجاد کنند چرا که بازار همیشه صعودی نخواهد بود.



فرصت امروز: سرانجام پس از دو سال و نیم پروژه ادغام بانک‌های نظامی به ایستگاه پایانی رسید. در میانه‌های سال ۹۷ بود که رئیس‌جمهور در هشتاد و پنجمین مجمع بانک مرکزی از تصمیم دولت برای ادغام بانک‌های وابسته به نیروهای مسلح خبر داد و با اینکه قرار بود طبق تصمیم شورای پول و اعتبار پنج بانک انصار، قوامین، حکمت ایرانیان، مهر اقتصاد و موسسه اعتباری کوثر حداکثر ظرف مدت ۴ ماه در بانک سپه ادغام شوند، اما این ادغام بانکی پس از گذشت بیشتر از دو سال در ابتدای زمستان امسال با اعلام رئیس کل بانک مرکزی به پایان رسید و قدیمی‌ترین بانک ایرانی به بزرگترین بانک ایرانی تبدیل شد. عبدالناصر همتی در اولین روز دی ماه در یادداشتی اینستاگرامی از تعیین تکلیف آخرین بانک نظامی یعنی بانک انصار خبر داد و به این ترتیب، پنجمین مرحله از ادغام بانک‌های نظامی به سرانجام رسید. به گفته همتی، «قبلا اعلام کرده بودم که تا پایان آذرماه پروژه عظیم ادغام بانک‌های انصار، مهراقتصاد، حکمت، قوامین و موسسه اعتباری کوثر در بانک سپه نهایی خواهد شد. صبح امروز (۳۰ آذر ۹۹) با برگزاری مجمع بانک انصار، آخرین بانک نیز در بانک سپه ادغام شد.» ادغام بانک‌های وابسته به نیروهای مسلح، جدیدترین تجربه ادغام در نظام بانکی کشور است که البته چالش‌هایی را برای سهامداران این بانک‌های ادغامی ایجاد کرده است. در گزارش پیشین به بررسی حقوق قانونی مشتریان و کارکنان در ادغام بانک‌های نظامی پرداختیم. حال در گزارش حاضر، نقش سهامداران در این ادغام بانکی مشکافی می‌شود.

«ادغام» چیست و چه تفاوتی با «اتحلال» دارد؟

«ادغام» به درآمیختن چیزی در چیزی و یا در هم کردن آن گفته می‌شود. در زبان‌شناسی نیز به ترکیب کردن دو حرف هم‌مخرج و به‌صورت مشدد درآوردن آن (مثال: ادغام «دال» و «تا» در واژه «بدتر» و تبدیل آن به «بتر») «ادغام» می‌گویند. همچنین «از دیدگاه حقوقی ادغام نوعی تلفیق و درهم آمیختگی دو یا چند واحد موجود در یک واحد است که به موجب آن واحد ادغام‌پذیر، سهام، منافع یا دارایی واحد ادغام شده را قانونا به دست می‌آورد.» به طور کلی، «ادغام» محصول توافق دو یا چند شرکت است بنابراین اساس «ادغام» بر توافق سهامداران دو یا چند واحد شکل می‌گیرد و محقق می‌شود که نتیجه آن، انتقال مسالمت‌آمیز و توافقی حقوق، اموال و دارایی‌ها و همچنین تعهدات واحد ادغام‌شونده در واحد ادغام‌پذیر است. پس «ادغام» به معنای «اتحلال» شرکت ادغام شده نیست و حتی در بعضی انواع ادغام‌ها شخصیت حقوقی واحد ادغام‌شده همچنان پابرجاست بنابراین مبنای حقوقی «ادغام»، توافق دو یا چند شرکت و سهامداران آن برای گسترش فعالیت و کسب سود بیشتر است، اما «ادغام» برخلاف «اتحلال» هیچ‌گاه موجب سلب حقوق قانونی سهامداران واحد ادغام شده و یا تبدیل وضعیت سهامدار واحد ادغام شده به طلبکار نیست و بعد از انجام «ادغام» کلیه حقوق و تعهدات موسسه ادغام شده (از جمله حقوق صاحبان سهام) به شرکت ادغام‌پذیر منتقل می‌شود. یعنی همان‌گونه که شرکت ادغام‌پذیر کلیه اموال و املاک و دارایی‌های شرکت ادغام شده را صاحب می‌شود بایستی پاسخگوی تعهدات آن در برابر مردم و سهامداران نیز باشد. بر این اساس، سهامداران واحدهای ادغام‌شده هر یک به نسبت سهام خود در شرکت ادغام‌پذیر سهیم و شریک خواهند شد، درحالی‌که در مقوله «اتحلال» کل شخصیت حقوقی شرکت یا موسسه منحل شده از بین می‌رود و تسویه مطالبات صورت می‌گیرد و اموال باقیمانده آن پس از پرداخت و تسویه بدهی احتمالی آن بین شرکا یا سهامدارانش به نسبت سهام تقسیم می‌شود، همچنین در فرآیند ملی‌شدن نیز کل سهام شرکت‌های ملی شده به تملک دولت درمی‌آید و جز دولت دیگر کسی سهامدار نیست و لذا در پدیده ملی شدن، سهامداران واحدهای ملی شده تبدیل به طلبکاران آن می‌شوند.

بانک‌های نظامی چگونه با هم ادغام شدند؟

موضوع ادغام بانک‌ها در کشورمان تازگی ندارد. در خردادماه ۱۳۵۸ بود که «شورای انقلاب» کلیه بانک‌ها را «ملی» اعلام کرد و مالکیت خصوصی سهام بانک‌ها به طور کلی منتهی شد و کل سهام بانک‌های ملی شده در اختیار دولت قرار گرفت. چند ماه بعد به پیشنهاد دولت لایحه «تحوه اداره امور بانک‌ها» به تصویب «شورای انقلاب» رسید و به استناد این قانون، نهادهی بنام «مجمع عمومی بانک‌ها» جایگزین «مجمع عمومی سهامداران» کلیه بانک‌های ملی شده شد. تولد بانک‌های جدید صنعت و معدن، کشاورزی، مسکن، ملت، تجارت و صادرات براساس مصوبه «مجمع عمومی بانک‌ها» از نتایج ادغام

پروپانک

«فرصت امروز» چالش‌های سهامداران در ادغام بانک‌های نظامی را بررسی می‌کند

پرده پنجم ادغام بانکی



شده به بانک سپه منتقل می‌شود. نتیجه حقوقی این مطلب، مالکیت مشاعی سهامداران بانک‌های ادغام شده در اموال و دارایی‌های موسسه ادغام‌پذیر به نسبت ارزش روز سهام‌شان خواهد بود. بدین ترتیب، با توجه به توضیحات گفته شده، تنها مرجع ذی‌صلاح برای ایفای تعهد بانک‌های ادغامی در مقابل سهامداران‌شان، بانک سپه است، نه مجمع عمومی به طور فوق‌العاده بانک‌ها و موسسات اعتباری ادغام شده و نه «شرکت خدمات آینده‌نگر» به عنوان سهامدار اکثریت سهام بانک‌های ادغام شده. همچنین از نظر حقوقی، اعتراضی که به نحوه ارزیابی سهام بانک‌ها و موسسات ادغامی صورت گرفته، موجه به نظر می‌رسد، زیرا این سهام توسط واحد ادغام‌پذیر یعنی بانک سپه براساس تأثیری که انتقال دارایی‌ها و املاک و اموال بانک‌ها و موسسات ادغام شده در تراز مالی و دارایی‌های بانک سپه داشته ارزیابی نشده‌اند، بلکه این سهام صرفا توسط هیأت مدیره منتخب سهامدار اکثریت (یعنی «شرکت خدمات تأمین آینده‌نگر») مورد پذیرش و تصویب مجمع عمومی فوق‌العاده بانک انصار قرار گرفته است. در حالی‌که تنها مرجع صالح برای ایفای تعهدات بانک‌ها و موسسات ادغامی و شرایط آن، مجمع عمومی بانک سپه است.

در این راستا، ایراد حقوقی که بر مصوبه مجمع عمومی فوق‌العاده مورخ ۳۰ آذر ۱۳۹۹ بانک انصار وارد به نظر می‌رسد، آن است که به جای مجمع عمومی بانک سپه، مجمع عمومی بانک انصار یا به عبارتی صاحبان فعلی ۸۸،۲۷ درصد صاحبان سهام بانک انصار ارزیابی موردنظر خود را تصویب و قبول کرده‌اند و در مورد تسویه حساب با سهامداران حقیقی و حقوقی باقیمانده بانک نیز اتخاذ تصمیم کرده‌اند. در حالی‌که براساس توضیحات ارائه شده اتخاذ تصمیم در این مورد در صلاحیت مجمع عمومی بانک سپه است و نه مجمع عمومی فوق‌العاده که در اختیار سهامدار اکثریت بوده است. افزون بر آن، تحت هیچ شرایطی سهامدار اکثریت نمی‌تواند در مورد حقوق سهامداران اقلیت تصمیم بگیرد و سهام آنان را تبدیل به طلب سهامدار سابق نماید.

ایربانک نظامی با ۵۰هزار کارمند و ۴۸۰۰ شبحه

فارغ از این مباحث حقوقی، نکته اخلاقی موضوع آن است که اگر سهام بانک‌های ادغامی بیش از ارزش واقعی ارزیابی شوند قطعا متضرر بیت‌المال است، زیرا دولت ناچار خواهد بود به میزان ارزش‌گذاری غیرواقعی بهای سهام را به سهامداران پرداخت کند و اگر سهام کمتر از ارزش واقعی ارزیابی شوند، حقوق شرعی و قانونی سهامداران منتهی به تضییع حقوق سهامداران شده و دولت شرعا مدیون سهامداران حقیقی یا حقوقی خواهد شد که قطعا این امر مورد رضایت مسئولین محترم بانک مرکزی و بانک سپه نیست. بدین لحاظ، سهامداران بانک‌ها و موسسات اعتباری ادغام شده حق دارند که از نحوه و فرآیند ارزش‌گذاری سهام خود در بانک‌ها و موسسات ادغامی، مبنای محاسباتی و جزئیات آن به خوبی مطلع باشند تا اطمینان خاطر پیدا کنند که سهام آنان برمبنای صحیح قانونی ارزیابی و بهای واقعی سهام خود را دریافت خواهند کرد. تردیدی نیست که ادغام بانک‌های انصار، قوامین، حکمت ایرانیان، مهر اقتصاد و موسسه اعتباری کوثر در بانک سپه، برنامه دولت و سیاست راهبردی بانک مرکزی است و تصمیمی متکی به مصوبه مجمع عمومی صاحبان سهام بانک‌های ادغامی و حاصل برنامه‌ریزی و تلاش چند ساله بانک مرکزی و سایر مراجع ذی‌صلاح قانونی بوده است بنابراین باید امید داشت که این سیاست منتهی به چابک‌سازی شبکه بانکی کشور و بهره‌مندی بیشتر مردم از خدمات و تسهیلات بانکی شود، اما دست‌انورد این ادغام نیز تشکیل یک بانک دولتی بسیار بزرگ است که بنا به گفته معاون نظارتی بانک مرکزی، «نیروهای انسانی بانک سپه حدود ۱۵هزار نفر بودند که با اضافه شدن کارکنان ۵ بانک ادغامی این تعداد مجموعا به حدود ۵۵هزار نفر رسید. تعداد شعب ۵ بانک ادغامی و بانک سپه حدود ۴۸۰۰ مورد بود که مقرر شد قبل از ادغام هر کدام از این بانک‌ها ۱۰درصد شعب خود را کاهش دهند.» در نهایت باید گفت، با توجه به فرآیند این ادغام بانکی، برنامه‌ریزی برای تأمین هزینه‌های جاری و پرسنلی یک بانک با چنین حجم پرسنلی و تشکیلاتی مسلما برای دولت فعلی و آتی کاری بس پرهزینه و طاقت‌فرساست. بدین لحاظ در ارزیابی عملکردها بایستی به مشکلاتی که بانک مرکزی و بانک سپه در تحقق کامل فرآیند ادغام در پیش دارند، توجه کرد، هرچند در انجام این مأموریت خطیر و چالش‌برانگیز، رعایت حقوق مردم و حق‌الناس ضروری است. پس باید امیدوار بود که در پروسه نهایی ادغام، حقوق قانونی و شرعی مردم، کارکنان و سهامداران بانک‌های ادغام شده به نحو احسن پاس داشته شود.

اخبار

عرضه قارچ سمی در بازار واقعیت ندارد

قیمت هر کیلو قارچ بسته‌بندی ۵۵ هزار تومان

رئیس انجمن پرورش‌دهندگان قارچ گفت عرضه قارچ‌های سمی به بازار صحت ندارد و این خبر مربوط به سال ۹۷ است. مهدی رجبی، رئیس انجمن پرورش‌دهندگان قارچ خوراکی در گفت و گو با باشگاه خبرنگاران جوان، از افزایش تولید قارچ خبر داد و گفت: روزانه ۴۳ تا ۴۵ تن قارچ فله تولید می‌شود که میزان تولید با احتساب قارچ بسته‌ای به ۸۰ تن می‌رسد، این میزان بیانگر رشد ۱۰ تا ۱۵درصدی تولید است. وی افزود: با توجه به آنکه صادرات قارچ به طور غیررسمی در حال انجام است، اما با این وجود کمبودی در عرضه وجود ندارد. رجبی از ثبات قیمت قارچ در بازار خبر داد و گفت: قیمت کنونی هر کیلو قارچ فله ۲۷ هزار تومان و قارچ بسته‌بندی ۵۵ هزار تومان است. رئیس انجمن پرورش‌دهندگان قارچ ادامه داد: قارچ در برخی نقاط به دلیل سوءاستفاده عوامل توزیع با نرخ‌های بالاتری عرضه می‌شود که این قیمت‌ها مورد تایید نیست. این مقام مسئول در پایان عرضه قارچ سمی به بازار را تکذیب کرد و گفت: خبر عرضه قارچ‌های سمی مربوط به سال ۹۷ است و وزارت جهاد و انجمن این موضوع را رد کرده است چرا که با نصب بنر در رویشگاه‌های جنگلی اطلاع‌رسانی لازم به افراد شده است.

بیش از ۷۵درصد بازار سیگار در اختیار

برندهای خارجی

مدیرعامل شرکت دخانیات ایران با اشاره به اینکه براساس قانون تجارت خارجی، شرکت‌های خارجی حداکثر می‌توانند ۳۵ درصد سهم بازار را داشته باشند، اظهار کرد این در حالی است که در حال حاضر براساس آمار مرکز برنامه‌ریزی و نظارت بر دخانیات، فقط دو شرکت اصلی خارجی تولید سیگار در کشور ۶۵ تا ۷۰ درصد بازار مصرف را در اختیار دارند. سیلوش افضلی در گفت‌وگو با ایسنا، با بیان اینکه تحقیق و تفحص از صنعت دخانیات حق نمایندگان است و درست است که استفاده نشود، تصریح کرد: نکته‌ای که در این میان پنهان مانده این است که در طرح تحقیق و تفحص فقط شرکت دخانیات مورد توجه قرار گرفته نه کل صنعت. این در حالی است که از سال ۱۳۹۱ پس از اجرای خصوصی‌سازی و انتزاع وظایف حاکمیتی و واگذاری آن به وزارت صنعت، شرکت دخانیات بخش کوچکی از صنعت دخانیات ایران است؛ به‌طوری‌که از گردش مالی ۴۰ هزار میلیارد تومانی صنعت دخانیات تنها ۱۰۰۰ میلیارد تومان، یعنی کمتر از ۱۰ درصد از آن مربوط به شرکت دخانیات است. وی با بیان اینکه لازم است مسئله سهم پایین شرکت دخانیات ایران از بازار هم مورد تحقیق و تفحص قرار گیرد، گفت: در حال حاضر وضعیت تولید و سهم از بازار شرکت دخانیات ایران نسبت به دهه ۸۰ خوب نیست که باید دلیل آن مشخص شود. این در حالی است که قدمت صنعت دخانیات به نزدیک ۱۰۰ سال می‌رسد، گستردگی زیادی در سطح کشور دارد و معنای واقعی زنجیره صنعت از جمله کشاورزی، عمل‌آوری و تولید خرمن تا تولید سیگار و فروش در این شرکت ایجاد شده است. همچنین باید وضعیت دقیق ۳۹ هزار میلیارد تومان گردش مالی، یعنی بیش از ۹۰ درصد از گردش مالی صنعت در شرکت‌های چندملیتی مشخص شود. مدیرعامل شرکت دخانیات ایران با اشاره به صدور مجوزهایی در حوزه صنعت دخانیات از سال ۱۳۹۱ و رفع انحصار از این صنعت، تصریح کرد: در حال حاضر ۷۰ تا ۸۰ درصد بازار سیگار در اختیار برندهای خارجی و نهایتاً ۱۴ درصد از بازار دخانیات در اختیار شرکت دخانیات ایران است که البته این رقم در سال گذشته ۷ درصد بوده است. البته با توجه به اینکه محصولات شرکت دخانیات ایران در کلاس C و D و در نتیجه ارزان‌ است به لحاظ ریالی سهمی کمتر از ۱۰ درصد بازار دخانیات را به خود اختصاص داده است.

چگونه شرکت‌های چندملیتی، گوی رقابت را از دست تولیدکنندگان سیگار ربوندند؟

افضلی همچنین با بیان اینکه وضعیت امروز شرکت دخانیات ایران نتیجه سیاست‌گذاری‌های یک دهه اخیر است که نیاز به تحقیق و تفحص دارد، گفت: در دهه ۸۰ عمده محصولات خارجی از طریق قاچاق وارد کشور می‌شد، بنابراین در سطح کلان طرحی تحت عنوان مبارزه اقتصادی با قاچاق آغاز شد که براساس آن در یک بازه زمانی سه‌ساله حدود ۸۵ درصد بازار دخانیات به مدیریت دولت در آمد و هم‌زمان با برندهای داخلی حمایت شد، به‌طوری‌که قرار بود شرکت‌های خارجی برای بخشی از بازار سیگار تولید کند که امکان تولید آن در داخل وجود نداشت. همچنین شرکت‌های خارجی حق نداشتند به‌طور مستقیم در ایران کارخانه تأسیس کنند و یا کارخانه‌های شرکت‌های ایرانی را خریداری نمایند، بلکه قرار بود ذیل شرکت دخانیات به‌عنوان شرکت ملی با استفاده از نیروی انسانی و انتقال تکنولوژی فعالیت کنند و همچنین بابت تولید هر پاکت سیگار در ایران به شرکت دخانیات ایران که به‌عنوان یک شرکت زیرمجموعه وزارت صنایع که نماینده دولت بود حق تولید پرداخت کنند.

رفع تعلیق از کارت بازرگانی ۷۰۰ صادرکننده بعد از عمل به تعهدات ارزی

رئیس کل سازمان توسعه تجارت ایران گفت کارت‌بازرگانی ۷۰۰صادرکننده که به تعهدات ارزی بعد از سال ۹۸ خود عمل کردند، رفع تعلیق شد. به گزارش باشگاه خبرنگاران جوان به نقل از صدا و سیما، حمید زادیوم با بیان اینکه کارت بازرگانی هیچ یک از صادرکنندگان تولیدی تعلیق نشده، افزود: کارت بازرگانی حدود ۲ هزار صادرکننده غیرتولیدی که کمتر از ۳۰ درصد، ایفای تعهد ارزی برای بعد از سال ۹۸ نداشتند تعلیق شد که از این میزان حدود ۷۰۰ نفر ایفای تعهد کردند و در نتیجه آن، کارت بازرگانی آنها از تعلیق خارج شد. وی بیان کرد: این دسته از صادرکنندگان، تعهد ارزی خود را با واردات در مقابل صادرات رفع کردند یعنی با ارز حاصل از صادرات، از فهرست هزارگانه مشخص شده اقدام به واردات کردند که از این ۱۰۰۰ قلم بیش از ۶۰۰ قلم مربوط به مواد اولیه کارخانجات و بقیه مربوط به مواد موردنیاز حوزه جهاد کشاورزی بوده است.

زادیوم گفت: از ۲۰۰۰ کارت بازرگانی تعلیق شده، همچنان ۱۳۰۰ صاحب کارت بازرگانی، به تعهد ارزی بعد از سال ۹۸ خود عمل نکردند که تا زمان رفع تعهد ارزی، کارت بازرگانی آنان همچنان تعلیق خواهد بود. وی با اشاره به آسیب‌شناسی صورت گرفته درخصوص فرآیند صدور و تمدید کارت‌های بازرگانی و مشکلات پیش رو، گفت: با اصلاحات انجام شده با همکاری اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی ایران، مشکلات موجود به حداقل رسیده و انتظار می‌رود با تمهیدات در نظر گرفته شده فرآیند صدور و تمدید کارت‌های بازرگانی با دقت بیشتری انجام شود.

معاون کل وزیر بهداشت گفت با منع سفر به کشورهای خارجی که ویروس‌های جهش‌یافته در آنها مشاهده شده است از ورود ویروس کرونا به کشور جلوگیری شد.

به گزارش باشگاه خبرنگاران جوان، ایرج حریرچی گفت: نکته مهم این است همان‌طوری که در هر کشور دیگر یک ویروس می‌تواند تغییر یابد، همین مسئله هم می‌تواند در کشورمان رخ داده و تغییر جدیدی در آن ایجاد شود به همین دلیل می‌تواند همین تغییر‌پذیری، میزان بیماری‌زایی و سرایت‌پذیری آن را افزایش دهد.

این مسئول ادامه داد: به همین دلیل اصول سه‌گانه «شفافا» یعنی شست‌وشوی دست‌ها، فاصله‌گذاری اجتماعی، فیزیکی، اجتناب از تردها

و استفاده از ماسک باید بیش از گذشته مورد توجه قرار گیرد. حریرچی افزود: همه ویروس‌های جهش‌یافته فقط یک راه مقابله دارند و آن هم همان استفاده از اصول سه‌گانه «شفافا» همچنین تزریق واکسن در زمان مناسب است.

معاون کل وزیر بهداشت با اشاره به اقدامات انجام شده درخصوص مهار ویروس‌های نوظهور و جهش‌یافته گفت: با اعمال محدودیت و منع سفر به کشورهای انگلستان، آفریقای جنوبی، برزیل و ژاپن که ویروس‌های جهش یافته در آنها مشاهده شده است از ورود ویروس جدید به کشور جلوگیری شد.

این مسئول ادامه داد: خوشبختانه شیوع ویروس کرونا در سطح کشور

معمای کمبود روغن در فروشگاه‌ها

پای واردات روغن مایع و جامد به کشور باز می‌شود؟

روغن خام، دانه‌های روغنی طی ماه‌های اخیر، دلایل گرانی و کمبود کالا و برنامه‌های انجمن روغن نباتی برای ۲ ماه باقی مانده سال باخبر شویم: کاهش ۱۵ درصدی تولید روغن در سایه مشکلات تخصیص ارز امیر هوشنگ بیرشک، دبیر انجمن صنفی روغن نباتی در گفت و گو با خبرنگار صنعت، تجارت و کشاورزی باشگاه خبرنگاران جوان، از بهبود نسبی توزیع روغن خبر داد و گفت: بنابر آمار روزانه ۴ تا ۴ هزار تن روغن در فروشگاه و مغازه‌ها عرضه می‌شود که به مرور این میزان افزایش می‌یابد.

وی افزود: در ۲ ماه پایانی سال با افزایش تقاضا از سوی قنادی‌ها و سایر صنایع در نظر داریم که میزان عرضه روزانه روغن را به ۴ هزار و ۵۰۰ تن برسانیم که این میزان جوابگوی نیاز بازار خواهد بود. بیرشک کاهش واردات و گرانی حلب را علت اصلی التهابات اخیر بازار روغن اعلام کرد و گفت: کاهش ۳۹ درصدی واردات روغن خام نسبت به مدت مشابه سال قبل ناشی از مشکلات تخصیص و انتقال ارز، تولید روغن را تحت تأثیر خود قرار داد.

دبیر انجمن صنفی روغن نباتی ادامه داد: با توجه به کمک شرکت بازرگانی دولتی مبنی بر توزیع روغن خام از ذخایر استراتژیک، در ۹ ماهه امسال نسبت به مدت مشابه سال قبل ۱۵درصد تولید روغن کاهش یافت.

تخصیص ارز و گرانی حلب زمینه را برای التهاب موقت بازار روغن فراهم کرد که با تلاش مسئولان ذی ربط تا حدودی بازار به آرامش رسیده است. انجمن روغن نباتی طی تفاهم‌نامه‌ای با شرکت بازرگانی دولتی در نظر دارد که عرضه در ماه‌های پایانی سال را افزایش دهد تا با ازدیاد تقاضا از سوی قنادی‌ها و سایر صنایع، کمبودی در بازار ایجاد نشود. بررسی‌ها از سطح بازار نشان می‌دهد که قفسه‌های مغازه‌ها و فروشگاه‌ها از روغن مایع مملو است، اما روغن حلب همچنان با کمبودهایی مواجه است به طوری که هفته‌ای یک بار در فروشگاه‌ها روغن حلب ۵ کیلویی با نرخ ۶۱ هزار و ۵۰۰ تومان به طور محدود توزیع می‌شود که اختلاف آن با بازار سیاه به ۲ برابر هم می‌رسد. دبیر کل بنگداران مواد غذایی، واردات روغن مایع و حلب بسته‌بندی از دیگر کشورها را راهکار تعادل قیمت و کاهش عطش بازار می‌داند.

ماجرا تنها به اینجا ختم نمی‌شود چراکه کارشناس فروش برخی برندهای روغن همچنان عرضه روغن ۱۷ کیلویی حلب با نرخ ۴۰۰ هزار کمالی سروسستانی با ملزم به خرید چند کالای دیگر می‌داند، در حالی که بارها اعلام شده این امر خلاف قانون است، گویا نظارتی بر فروش نیست که علاوه بر فروش چندبرابر قیمت مصوب، دیگر کالاها را هم در کنار روغن عرضه می‌کنند.

حال به سراغ مسئولان ذی ربط می‌رویم تا از آخرین وضعیت واردات

سیر صعودی قیمت مرغ در بازار

نرخ مرغ به ۲۴ هزار تومان رسید

۵۰۰ تا ۹ هزار تومان و دان آماده را ۸ هزار و ۵۰۰ تا ۱۲ هزار تومان اعلام کرد.

وی با بیان اینکه سامانه بازارگاه ۴ کیلو نهاده به ازای هر قطعه مرغ در اختیار مرگذار می‌گذارد، گفت: با وجود آنکه تأمین نهاده از طریق سامانه جوابگوی تنها ۴۰ روز نیاز مرگذار است، بنابراین این میزان جوابگوی تولید مرغ سایز است که کشتارگاه رغبتی به خرید آن ندارد و مرگذار هم‌چاره‌ای جز نگهداری مرغ خود برای مدت زمان طولانی در سالن ندارد.

کمالی سروسستانی قیمت واقعی هر کیلو مرغ زنده حدود ۱۶ هزار تومان و مرغ گرم ۲۰ هزار و ۴۰۰ تا ۲۰ هزار و ۵۰۰ تومان اعلام کرد. وی از انحصار در واردات نهاده‌های دامی خبر داد و گفت: واردات ذرت و کنجاله سویا توسط ۱۰ تا ۱۲ نفر صورت می‌گیرد که با این وجود این افراد بازار را در دست خود گرفته‌اند، هرچند پشتیبانی امور دام نقشش پرنرنگی در واردات دارد که این امر به تنظیم بازار کمک می‌کند.

اخبار

لزوم تعریف ساز و کاری مناسب برای توزیع مواد اولیه موردنیاز قطعه‌سازان

عضو کمیسیون صنایع و معادن مجلس شورای اسلامی ضمن تشریح مشکلات قطعه‌سازان در تامین مواد اولیه از حمایت قانونی مجلس در راستای رفع موانع پیش روی قطعه‌سازان خبر داد: علیرضا سلیمی در گفت‌وگو با خبرنگار خبرخودرو، بیان کرد: مواد اولیه قطعه‌سازان از دو مسیر تولید داخل و واردات تامین می‌شود. بخش اعظمی از مواد اولیه موردنیاز قطعه‌سازان مانند فولاد از منابع داخلی تامین می‌شود. میزان تولید فولاد در سال ۳۰،۹۹ میلیون تن بوده است در حالی که نیاز داخل حداکثر بین ۱۲ تا ۱۵ میلیون تن است و با تولید مازاد فولاد مواجه هستیم بنابراین در توزیع مواد اولیه‌ای مانند فولاد مشکلاتی وجود دارد و متاسفانه سامانه‌ای برای توزیع مواد اولیه قطعه‌سازان تعریف نشده و در بورس کالا نیز ساز و کار مناسبی برای عرضه مواد اولیه وجود ندارد و واسطه‌گران قیمت نهایی مواد اولیه را با اختلاف معناداری به قطعه‌سازان و تولیدکنندگان اعلام می‌کنند. در نهایت این موضوع منشأ افزایش قیمت تولید قطعه برای قطعه‌سازان شده است.

وی انحصار در واردات مواد اولیه را از دیگر معضلات قطعه‌سازان دانست و گفت: براساس گزارش‌های واصل شده ۲۰ درصد مواد اولیه موردنیاز قطعه سازان از خارج تامین می‌شود. متاسفانه برای واردات مواد اولیه مافیایی شکل گرفته و موجب ایجاد انحصار در حوزه واردات مواد اولیه شده است. در واقع این مافیا با عدم ترخیص مواد اولیه بازار را دچار شوک قیمتی می‌کنند.

نماینده مردم محلات در مجلس شورای اسلامی خاطرنشان کرد: علی‌رغم اینکه برخی قطعات تولید داخل دارای کیفیت بالاتری نسبت به قطعات وارداتی هستند اما شرکت‌های واردکننده با این تفکر که اگر بازار داخل بتواند قطعه باکیفیت تولید کند حاشیه سود آنها به شدت زیر سوال می رود و یا به دلیل ارتباطات گسترده‌ای که با تولیدکنندگان خودرو دارند اقدام به واردات بی‌رویه قطعات می‌کنند و در نهایت محصول نهایی قطعه‌ساز روی دستش باقی مانده و نمی‌تواند به تعهدات خود پایبند باشد و به مرور زمان تولید برای آنها صرفه اقتصادی نداشته و ورشکسته می‌شوند.

عضو کمیسیون صنایع و معادن مجلس شورای اسلامی عدم شفافیت مالی میان قطعه‌سازان و خودروسازان را از دیگر مشکلات قطعه‌سازان برشمرد و اظهار داشت: متاسفانه میان قطعه‌سازان و خودروسازان روابط مالی غیرشفاف و مبهمی در عمل به وجود آمده که قطعه‌ساز را در تامین مواد اولیه و فروش قطعه به خودروساز با مشکل مواجه کرده است. به این معنا که برخی قطعه‌سازان نمی‌توانند مطالبات خود را به موقع از خودروسازان دریافت کنند و گاها پرداخت بدهی قطعه‌سازان تا ۳ سال نیز به طول انجامیده است. این در حالی است که قطعه‌ساز باید تعهدات خود را نقد بپردازد اما دریافت‌های آنان با تاخیر و دوندگی زیادی همراه خواهد بود.

و ورشکسته می‌شوند.

الزام پیک‌های موتوری به ارائه گواهی معاینه فنی در گرو اصلاح زیرساخت‌ها است

رئیس اتحادیه پیک موتوری و حمل و نقل بار سبک شهری عدم الزام پیک‌های موتوری به دریافت گواهی معاینه فنی را ناشی از مشکلات زیرساختی خواند.

داوود محمدی در گفت‌وگو با خبرنگار خبرخودرو، با بیان اینکه در شرکت‌های خدمات پیک موتوری هیچ گونه قانون و الزامی برای ارائه برگه معاینه فنی توسط پیک‌های موتوری وجود ندارد، عنوان کرد: بیش از ۵۰۰ هزار دستگاه موتورسیکلت در سطح شهر تهران تردد می‌کنند که هیچ یک از آنها از استانداردهای لازم برخوردار نیستند و موتورسیکلت‌هایی با فرآیند تولید منسوخ شده به بازار تزریق کردیم بدون آنکه الزامی برای نوآوری در آنها ایجاد کنیم و متاسفانه به دلیل مشکلات و کمبودهای موجود در کشور راقابتی وجود نداشته و هرچه ناهای شده به فروش رفته است. حتی طرحی که در زمان آقای احمدی‌نژاد مبنی بر تولید موتورسیکلت‌های برقی ارائه شد نیز به دلیل شرایط سخت تعیین شده رد شد.

وی ادامه داد: علی‌رغم اینکه کلانته‌شهرهایی مانند تهران باید توسط دستگاه های نظارتی و ارگان‌های ذی‌ربط خود نظارت شوند اما بنده به عنوان رئیس اتحادیه این صنف طرحی را در این زمینه پیشنهاد کردم مبنی بر اینکه موتورسیکلت‌هایی که به عنوان پیک موتوری به اتحادیه مراجعه می‌کنند را به پلیس اماکن معرفی کنیم و با دریافت تاییدیه اماکن که شامل مواردی چون آزمایش عدم اعتیاد و عدم سوءپیشینه و ... می‌شود، سلامت جسمی راکبان و همچنین سلامت وسیله نقلیه آنها را تضمین کنیم.

رئیس اتحادیه پیک موتوری و حمل و نقل بار سبک شهری اظهار داشت: تنها الزام معاینه فنی برای موتورسیکلت‌سواران از جمله پیک‌های موتوری کارساز نیست زیرا با وضعیت موتورسیکلت‌های تولید شده در کشور ما هیچ یک از آنها موفق به دریافت گواهی معاینه فنی نمی‌شوند و فقط با ازدحام در مراکز معاینه فنی مواجه خواهیم شد. این موضوع درخصوص وانت بارها نیز مصداق دارد و مواردی وجود داشته که وانت صفری را که از شرکت دریافت کردیم برای آزمایش به معاینه فنی فرستادیم اما موفق به پاس کردن آزمون‌های معاینه فنی نشده است. در صورتی که یک خودرو خارجی که ۸ سال از تولید آن گذشته موفق به دریافت گواهی معاینه فنی برتر می‌شود.

محمدی الزام پیک‌های موتوری به ارائه گواهی معاینه فنی را در گرو اصلاح زیرساخت‌ها دانست و بیان کرد: متاسفانه فرآیندهای زیرساختی ما استاندارد نیست و چون مشکلات ما از زیرساخت‌ها نشأت می‌گیرد قطعا اصلاح موارد دیگر نتیجه مطلوبی دربر نخواهد داشت، اما اگر اقدامات زیربنایی به درستی صورت بگیرد الزام پیک‌های موتوری به دریافت گواهی معاینه فنی طرح بسیار خوبی است و قطعا سهم عمده‌ای در عدم آلودگی هوا شهر تهران خواهد داشت.

ترخیص بنز تا بی‌اموهای دیپوشده در گمرک قوت گرفت



ملی استاندارد ایران، حجم موتور بیشتر از ۲۵۰۰ سی سی، مستعمل بودن یا عمر بیشتر از یک سال هستند.» از سویی سازمان اموال تملیکی اعلام کرده است «سازمان ملی استاندارد مدارکی می‌خواهد که با توجه به شرایط موجود امکان ارائه آن وجود ندارد و بعضا دو سال پیگیر دریافت تایید استاندارد برای برخی خودروها بوده‌اند و اکنون ۱۴۰۰ خودروی خارجی با استاندارد یورو (۵) فقط به دلیل عدم مجوز سازمان استاندارد بلا تکلیف مانده و امکان تعیین تکلیف یا ترخیص یا فروش آنها وجود ندارد.» به هر حال حواشی خودروهای مانده در گمرک تا جایی پیش رفت و ماجرای استاندارد آنها مطرح بود که چندی پیش سازمان ملی استاندارد طی مکاتبه‌ای با معاون اول رئیس جمهور اعلام کرد «اگر شرایط فراهم شود و دستگاه‌های مربوطه ورود کنند آماده همکاری است.»

دستگاه‌ها آمار بدهند

اطلاعات دریافتی ایسنا نشان می‌دهد در روزهای گذشته طی جلسه‌ای با حضور نمایندگان دستگاه‌های مربوطه از جمله وزارت صنعت، معدن

اختلاف قیمت کارخانه‌ای خودرو و بازار کاهش یافت

آنها نداشته چراکه هم‌اکنون تنها خریداران بازار، مصرف‌کنندگان واقعی هستند و دلای در بازار وجود ندارد.

موتمنی با اشاره به افزایش تولید در شرکت‌های خودروسازی اظهار می‌کند: افزایش میزان تولید و همچنین عرضه آن تاثیر مطلوبی بر بازار به جای گذاشته و شاهد کاهش اختلاف قیمت بین کارخانه و حاشیه بازار هستیم بنابراین باید وضعیت تولید را مناسب دانست. رئیس اتحادیه نمایشگاه‌داران خودرو تهران با اشاره به برنامه‌ریزی خودروسازان با هدف افزایش تولید نیز می‌افزاید: با افزایش تولید و عرضه قیمت‌ها کاهش یافته و تعادل میان عرضه و تقاضا برقرار شده و در نهایت قیمت بازار به قیمت کارخانه نزدیک خواهد شد.

وی در ادامه با تاکید بر حفظ روند کاهشی قیمت‌ها در بازار خودرو می‌گوید: پس از کاهش ۳۰ درصدی قیمت‌ها در آبان ماه، بازار خودرو به دلیل تصمیم گیری‌های جدید از یک سو و رشد دوباره و مقطعی قیمت دلار از سوی دیگر شاهد رشد قیمت بود که نشان داد از تصمیم‌گیری‌ها و اظهارات مسئولان به شدت متأثر خواهد شد.

موتمنی با اشاره به روند کاهشی قیمت دلار در چند روز اخیر نیز می‌افزاید: این کاهش قیمت‌ها بازار خودرو را نیز آرام کرده و قیمت‌ها با شیب ملایمی در حال کاهش هستند و در صورت تداوم روند نزولی

بازار خودرو این روزها در حالی به ساحل آرامش رسیده که با سقوط قیمت دلار در بازار انتظار می‌رود در ماه‌های پایانی سال شاهد ریزش دوباره قیمت‌ها در بازار خودرو باشیم این در حالی است که برنامه تولید خودروسازان با هدف افزایش تولید و عرضه نیز وارد فاز اجرایی شده و پیش‌بینی می‌شود این افزایش عرضه قیمت‌ها را در بازار کنترل کند. به گزارش پدال نیز به نقل از خودروکار، پس از توقف قیمت‌ها در بازار خودرو این روزها آرامش بازار حرف اول را می‌زند و فعالان این بازار نبود مستثری را تنها نقطه ضعف فعلی بازار خودرو عنوان می‌کنند و معتقدند که با افزایش تولید انجام شده، قیمت بازار و کارخانه کاهش یافته و در صورت تداوم افزایش عرضه، قیمت‌ها به پایین‌ترین میزان اختلاف خواهد رسید. سعید موتمنی، رئیس اتحادیه نمایشگاه‌داران خودرو تهران درخصوص آخرین وضعیت بازار خودرو می‌گوید: با رسیدن قیمت‌ها به حد تعادل بازار به آرامش رسیده و با ادامه شرایط فعلی و کاهش نرخ دلار افزایش دوباره قیمت خودرو دور از ذهن به نظر می‌رسد.

وی چالشش فعلی بازار خودرو را نبود خریدار و فروشنده می‌داند و می‌افزاید: کاهش تعداد معاملات بازار خودرو را وارد رکود کرده و حتی بازگشت قیمت‌ها به سایت‌های خرید و فروش نیز تاثیری در افزایش

دخالت دولت سرکوب مالی صنعت خودرو و قطعه را رقم زده است

دولتی نیستند، گفت: نظارت با دخالت متفاوت است و حق نظارت دولت بر قیمت‌گذاری و فرآیند تولید و توزیع محفوظ است، اما در حال حاضر دولت بدون اینکه حقی داشته باشد، انتصاب مدیران خودروسازی را در اختیار خود گرفته است. ذکرپایی درخصوص چالش‌های ناشی از مدیریت دولتی خودروسازی‌ها گفت: در این شرایط با خودروسازی مواجه هستیم که در عین حال که دولتی نیست، اما دولت به دلیل مشکلات کشوری و دولتی، وظیفه بنگاهداری را عهده‌دار می‌شود و در این مسیر، خودروسازان ناچار هستند که در راستای سیاست‌های مشترک با دولت و همسو با آن پیش بروند که در عمل دشوار بوده و موجب بروز تناقض می‌شود. وی صراحتا اعلام کرد که دولت یا وزیر صنعت مدیران اصلی خودروسازان بزرگ کشور هستند و افزود: البته اکنون حرکت‌هایی در جهت تعدیل وضعیت صورت گرفته اما در مجموع با توجه به سیاست‌گذاری‌های دولتی، قیمت‌گذاری خودرو از سوی دولت انجام می‌شود.

عضو هیأت مدیره خانه صنعت، معدن و تجارت ایران اذعان داشت: در حال حاضر کلیه نهاده‌های تولید، افزایش قیمت شدیدی را تجربه کرده‌اند و با توجه به اینکه بخش اعظم این نهاده‌ها، نظیر

قیمت دلار حدود ۳۰ درصد دیگر از قیمت خودروهای بازار کاسته خواهد شد چراکه این بازار ارتباط مستقیمی با قیمت ارز دارد.

رئیس اتحادیه نمایشگاه‌داران خودرو تهران درخصوص پیش‌بینی خود از بازار خودرو تا پایان سال نیز تصریح می‌کند: پیش‌بینی می‌شود بازار خودرو با نوسان چند درصدی همراه باشد بنابراین وضعیت قیمت‌ها در بازار خودرو به همین منوال ادامه خواهد داشت مگر آنکه قیمت ارز سقوط بیشتری داشته باشد که در این شرایط شاهد ریزش قیمت‌ها در بازار خودرو خواهیم بود.

نگاهی به جدول قیمت‌ها در بازار خودرو نشان می‌دهد که هم اکنون قیمت هر دستگاه سمند LIX ۱۸۳میلیون تومان، پژو ۴۰۵ جی ال ایکس ۱۸۵ میلیون تومان پژو پارس ۲۱۰ میلیون تومان، پژو ۲۰۶ تیپ دو ۱۹۳ میلیون تومان و پژو تیپ ۵ نیز به ۲۵۷ میلیون تومان رسیده است. پژو ۲۰۷ اتوماتیک نیز ۳۹۰ میلیون تومان خرید و فروش می‌شود و رانا ال ایکس به ۲۰۰ میلیون تومان رسیده است. دنا۱ معمولی نیز ۲۶۰ میلیون تومان خرید و فروش می‌شود و سایپا ۱۱۱ نیز ۱۲۸ میلیون تومانی شده ضمن آنکه پراید سایپا ۱۳۱ نیز به ۱۰۹ میلیون تومان رسیده که نشان می‌دهد باز هم قیمت این خودرو به کانال ۱۰۰ میلیون تومان وارد شده است.

پتروشیمی‌ها و فولاد مبارکه، دولتی هستند، اقدام به افزایش قیمت سه برابری کرده اما قیمت خودروسازی را ثابت نگه می‌دارند. ذکرپایی در ادامه گفت: از طرف دیگر، قطعه‌سازان که کلیه نهاده‌های تولید را با افزایش قیمت شدید تامین می‌کنند، توسط خودروسازی که به نحوی از انحای سیاست‌های دولتی بر آن اعمال می‌گردد، سرکوب می‌شوند بدین معنا که بدون اعمال افزایش قیمت مناسب و زیر قیمت تمام شده، باید به خودروساز قطعه بدهند که در نتیجه مشکلات ناشی از کاهش نقدینگی و توقف خطوط تولید گریبانگیر قطعه‌سازان می‌شود.

وی در پایان درخصوص تاثیر مدیریت دولتی بر قراردادهای قطعه‌سازان با خودروسازان خاطرنشان کرد: این قراردادها به طور تقریبی، یک طرفه تنظیم شده‌اند، بدین معنا که قطعه‌ساز براساس این قراردادها ناچار از تامین نقدینگی و تولید قطعه و در نهایت عرضه آن به خودروساز است و خودروساز نیز قیمت قطعه را براساس شرایط مالی خود و با قیمت دلخواه و در زمان دلخواه، پرداخت می‌کند و قطعه‌ساز را از لحاظ نقدینگی و قیمت تحت فشار قرار می‌دهد که بعضا موجب توقف تولید خواهد شد.

عضو هیأت مدیره انجمن تخصصی صنایع همگن نیرومحرکه و قطعه‌سازان خودرو کشور گفت صنعت خودرو و قطعه متعلق به بخش خصوصی هستند اما دولت خواستار همسویی این دو صنعت با سیاست‌گذاری‌های دولتی است که در عمل موجب بروز تناقضاتی شده است.

محمدعلی ذکرپایی در گفت‌وگو با خبرنگار خبرخودرو، درخصوص تاثیر مدیریت دولتی خودروسازی‌ها بر صنعت قطعه‌سازی به عنوان بخش خصوصی اظهار داشت: صنعت قطعه‌سازی متعلق به بخش خصوصی است و صنعت خودروی کشور نیز دولتی نیست و صرفا حدود ۱۵ درصد از سهام آن، متعلق به دولت است اما متاسفانه دولت حتی در بخش‌هایی که سهامی ندارد، اعمال مدیریت می‌کند.

وی با اشاره به دخالت دولت بیش از سهام متعلقه در امور مدیریتی خودروسازان افزود: مدیران خودروسازی‌ها و سیاست‌گذاری‌ها از سوی دولت تعیین می‌شود و بخش خصوصی و سایر سهامداران برای دولت محلی از اعراب ندارند.

عضو هیأت مدیره انجمن تخصصی صنایع همگن نیرومحرکه و قطعه‌سازان خودرو کشور با تاکید بر اینکه خودروسازی‌های کشور

توسعه هوش مصنوعی با فعالیت ۲۲۵ دانش بنیان شتاب گرفت

۲۲۵ شرکت دانش بنیان در تلاش هستند تا با نوآوری‌ها و خلاقیت‌های فناوران خود، هوش مصنوعی را در کشور توسعه دهند. ستاد توسعه فناوری‌های اقتصاد دیجیتال و هوشمندسازی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری یکی از نهادهایی است که برای کاربردی کردن فناوری هوش مصنوعی تلاش می‌کند. این کار را هم با استفاده از توان دانشی و تخصصی شرکت‌های دانش بنیان، خلاق و فناور انجام می‌دهد. بر همین اساس هم تاکنون ۲۲۵ شرکت دانش بنیان در این حوزه شکل گرفته است؛ شرکت‌هایی که با استفاده از فناوری‌های نوین سعی می‌کنند این حوزه کاربردی و راهبردی را توسعه دهند.



دریچه



درک تحرک مکانی در جابه جایی‌های بین‌المللی

سعیده سعیدی
پژوهشگر حوزه مهاجرت

مهاجرت فرصت ارزشمندی برای پراکنش و گسترش ایده‌ها، اطلاعات و آشنایی با سبک‌های متنوع زیستن فراهم می‌آورد که بر ذهنیت افراد اثرات درازمدتی می‌گذارد.

در ادبیات نوین مهاجرت از «چرخه تحرک مکانی» یاد می‌شود که حرکت جمعیت‌های انسانی را یک فرآیند چندوجهی دانسته که می‌توان آن را در سه بعد مورد تحلیل قرار داد. غالب پژوهش‌های صورت گرفته با تمرکز صرف بر نخستین بعد این چرخه «برون کوچی» به اثرات منفی مهاجرت‌های بین‌المللی معطوف بوده و بر تأثیرات مخرب خروج متخصصان و تحصیلکردگان از کشور تأکید داشته‌اند. از این منظر مهاجرت نیروی انسانی تعادل جمعیتی را به هم می‌زند و باعث می‌شود تا توسعه پایدار برای کشورهای جنوب امری دست نیافتنی قلمداد شود.

مهاجرت بین‌المللی به یک فرصت تبدیل می‌شود

در سال‌های اخیر چرخش مفهومی گسترده‌ای در ادبیات مهاجرت‌های بین‌المللی صورت پذیرفته است که در نتیجه آن به جای داشتن نگاه بدبینانه و تقلیل گرایانه به مقوله برون کوچی متخصصان، بر تغییر رویکرد سیاست‌گذاران در جهت بهره‌مندی هرچه بیشتر از دانش و سرمایه مهاجران در راستای منافع ملی و بهبود وضعیت کشور مبدأ تأکید شده و مهاجران به عنوان مشارکت‌کنندگان در توسعه زادگاهی معرفی شده‌اند.

در حقیقت کشورهای مهاجرفرست، با تأکید بر نقش «چرخش مغزها» Brain circulation در توسعه سرزمین مادری و با اتخاذ سیاست‌های مطلوب در حوزه گردش بین‌المللی متخصصان و بسط زیرساخت‌های پژوهش و نوآوری به جذب استعدادهای برتر در راستای نقش‌آفرینی آنها در توسعه کشور مبادرت می‌ورزند. مهمترین پیش شرط بهره‌مندی جمهوری اسلامی ایران از سرمایه انسانی دیاسپورا شناخت مختصات، ویژگی‌ها و روایت‌های مستور مهاجران ایرانی است. به نظر می‌رسد فهم مختصات دیاسپورای ایرانی نه تنها به افزایش بهره‌مندی از سرمایه انسانی مهاجران از طریق روابط فراملی گرایانه می‌انجامد بلکه بسترساز بازگشت به عنوان یکی از استراتژی‌های این افراد در ارتباط با کشور مبدأ خواهد بود. جمعیت‌های دیاسپوریک به عنوان گروه‌هایی ره‌اشده در جایی بین مرزهای بین‌المللی و فرهنگ‌های مهاجرتی قرار گرفته‌اند و در صدد بازخوش دوباره فضا در اشکال جدید هستند. زمان مهاجرت، دلایل مهاجرت، مرزبندی‌های قومیتی، سیاسی، مذهبی، شغلی و اقامتی ایرانیان به شکل‌گیری دیاسپورایی چهل تکه منجر شده که در مصرف فرهنگی مهاجران هم نمود یافته و به ضعف هویت دیاسپوریک و تعاملات درون دیاسپورا منجر شده است. بی‌شک ارتباط پویا، دوطرفه و سازنده دیاسپورای ایرانی با کشور مبدأ به انتقال معانی فرهنگی به نسل بعد و مدیریت بهتر روابط درون نهاد خانواده کمک شایانی خواهد کرد. شکل‌گیری و تقویت این تعامل دوجانبه با گسترش روابط فراملی گرایانه مهاجران با کشور مبدأ به انتقال سرمایه انسانی در جهت توسعه زادگاهی در حوزه‌های آموزشی، بهداشتی، فرهنگی و اجتماعی منجر خواهد شد. این جمعیت مهاجر متخصص و تحصیلکرده با ایجاد سازمان‌ها و انجمن‌های قومی به تقویت هویت جمعی به ویژه در میان نسل دوم و سوم خود در کشور مقصد می‌پردازند. همچنین تشکیل انجمن‌های زادگاهی در کشورهای مختلف به عنوان استراتژی مهاجران در جهت حفظ فرهنگ ملی و زبان مادری خود است و زنان مهاجر ایرانی نیز با ایجاد و تقویت تشکلهای جمعی در اقصی

نقاط جهان به حفظ فرهنگ ایرانی به ویژه در میان نسل دوم و سوم مهاجران کمک شایانی می‌کنند. به رسمیت شناختن نقش تأثیرگذار مهاجران ایرانی در دیاسپورا نه تنها به توسعه پایدار در کشور مبدأ می‌انجامد بلکه به تأثیرگذاری مستقیم و غیرمستقیم این اجتماعات به نفع سیاست خارجی کشور مبدأ نیز خواهد انجامید که به آن «دیپلماسی دیاسپور» می‌گویند.

استفاده از نخبگان و سرمایه‌های انسانی

استفاده بهینه از انباشت سرمایه‌های علمی و اقتصادی دیاسپورای مهاجران ایرانی نقش بسیار مهمی در توسعه پایدار در کشور مبدأ دارد چرا که بسیاری از مهاجران ایرانی پیوندهای خود را با سرزمین مادری به صورت حقیقی و مجازی از طریق مسافرت‌های متعدد به ایران و سفر اقوام‌شان به خارج از کشور و همین‌طور از طریق موج گسترده‌ای از ادبیات و فعالیت‌های فرهنگی، علمی، رسانه‌ای و ... حفظ کرده‌اند. سفرهای دیداری رفت و برگشتی (کوتاه مدت) و مهاجرت بازگشتی(درازمدت) نوعی جریان‌یابی سرمایه از کشور مقصد به سمت کشور فرستنده است که یک فعالیت فراملی گرایانه قلمداد شده و سفر به کشور مبدأ به معنای بخشی از فرآیند خودشناسی است.

نخبگان و متخصصان به عنوان ثروت ملی هر سرزمین تأثیر مهمی در فرآیند توسعه دارند. سیاست جذب و مشارکت متخصصان به عنوان یکی از شاخص‌های اصلی سرمایه فکری به ارتباط مفهومی مهاجرت و توسعه زادگاهی به دو شیوه مهاجرت بازگشتی مهاجران و همچنین بسیج نیروهای خارج از کشور و همکاری آنها از راه دور در فعالیت‌های توسعه کشور روی می‌دهد.

ضرورت چرخش در مهاجرت

در روش دوم هدف، سرمایه‌گذاری بر مهاجرانی است که اگرچه احتمال ضعیفی در بازگشت به سرزمین مادری دارند اما ممکن است به دلیل وابستگی‌های فرهنگی، خانوادگی و اقتصادی به توسعه کشور علاقه‌مند باشند که به شیوه برقراری ارتباطاتی است که از طریق آن مهاجران بتوانند به طور موثر و با بدون حضور فیزیکی در توسعه کشورشان مشارکت کنند. بحث وجوه ارسالی غیرمادی که اولین بار توسط لویث ارائه شد کاربرد زیادی در ارتباط با دیاسپورای ایرانی دارد و به معنای انتقال ابعاد فرهنگی، اجتماعی، ارزشی، ایده‌ها، دانش و مهارت‌های مهاجران به جامعه مبدأ بوده که لزوماً به بازگشت فیزیکی نیازی ندارد و با گسترش فناوری‌های نوین به سهولت انجام می‌شود که از آن می‌توان به فراملی‌گرایی میکروالکترونیک یاد کرد. دسترسی به دانش تولید شده مهاجران، همچنین شبکه‌های اجتماعی مرتبط با حرفه مهاجران می‌تواند به رشد و توسعه علمی کشور کمک شایانی کند. براساس تحقیقات صورت گرفته نرخ ماندگاری مهاجران با سطح تحصیلات دکترا و بالاتر در کشور مقصد بیش از تمایل آنها به بازگشت به کشور مبدأ می‌باشد. این نرخ ماندگاری با توجه به شرایط سیاسی و اجتماعی کشور مبدأ در نوسان است و هر اندازه بی‌ثباتی سیاسی در کشور بیشتر شود نرخ ماندگاری متخصصان در کشورهای مقصد به صورت معناداری افزایش می‌یابد. اگرچه سیاست تشویق بازگشت مهاجران به کشور فرصت‌های زیادی را در امر توسعه کشور ایجاد می‌کند اما به نظر می‌رسد با داشتن نگاه واقع بینانه این سیاست در کوتاه مدت قابلیت دستیابی پایینی دارد؛ در نتیجه تمرکز بر سیاست‌های مشارکت متخصصان در توسعه زادگاهی می‌تواند به عنوان استراتژی مناسب و عقلانی در راستای منافع ملی ایران مورد توجه قرار گیرد. اگرچه این یک حقیقت روشن است که خروج نیروهای آموزش دیده و ماهر به خروج سرمایه، مهارت و دانش می‌انجامد، اما با اتخاذ تدابیر صحیح و بلندمدت می‌توان با تسهیل بازگشت متخصصان و یا تدوین راه‌های ارتباط دوسویه با مهاجران از سرمایه‌های فرهنگی و اقتصادی مهاجران در توسعه کشور بهره‌مند شد.



جف بزوس در کتاب جدیدش از ا

جف بزوس که در هفته‌های اخیر برای صدرنشینی در لیست ثروتمندترین فرد جهان با ایلان ماسک رقابت داشت، در کتاب جدید خود به اهمیت برنامه‌ریزی سه ساله و همچنین تصمیمات روزانه کم اشاره کرده است. به گزارش دیجیاتو، در کتاب جدید بزوس که **Invent & Wander: The Collected Writings of Jeff Bezos** نام دارد، نوشته شده مدیرعامل آمازون به همراه پرسنل ارشدش همیشه در آینده کار می‌کنند. بزوس در این کتاب نوشته: «زمانی که گزارش مالی سه ماهه خوبی داریم، در کنفرانس با وال استریت، مردم به خاطر این سه ماهه به من تبریک می‌گویند و من تشکر می‌کنم، اما به چیزی که واقعاً فکر می‌کنم این است که این عملکرد سه سال پیش برنامه‌ریزی شده بود.» برای مثال در حال حاضر، جف بزوس و تیمش در

حال کار روی برنامه‌هایی هستند که در گزارش این کتاب نوشته شده که برای سه سال دی «زمانی که در حال مدیریت یک کمپانی با آمازون هستید، باید چنین کاری را انجام دهید. رویکرد تفکر بلندمدت، به کسب و کارها در سرمایه‌گذاری و انرژی صرف کنند، کمک می‌روز تصمیمات کمی می‌گیرد: «به عنوان یک مدیر اجرایی ارشد، واقعاً هر تجهیز خدمات را ارائه دهیم. همچنین از تعداد کمی تصمیم باکیفیت حقوق دریافت

خدمات فناورانه کیفیت و کارایی تجهیزات پزشکی داخلی را افزایش داد

یک مجموعه فناور آزمایشگاهی با استفاده از تجهیزات پیشرفته، تجهیزات پزشکی ایران‌ساخت و وارداتی را کیفیت‌سنجی می‌کند. نوشین محمدزاده، مدیر مجموعه فناور کیفیت گستر سبزر از آزمایش و سنجش کیفیت در زمینه آزمون، مشاوره، آموزش تجهیزات پزشکی و آزمایشگاهی گفت فعالان فناور این مجموعه آزمایشگاهی در حوزه‌های بیوالکترونیک، بیومکانیک، شرایط محیطی و IP به شرکت‌های دانش بنیان و پژوهشگران حوزه آزمون تجهیزات پزشکی و آزمایشگاهی براساس استانداردهای درخواستی ارائه می‌کنند. محمدزاده، به خدمات آزمایشگاهی ارائه شده توسط فعالان آزمایشگاه کیفیت گستر سبزر اشاره کرد و افزود: در این مجموعه، خدمات فنی و مهندسی، خدمات آزمون تجهیزات پزشکی، خدمات آزمون تجهیزات آزمایشگاهی، خدمات آزمون خودرو آمبولانس ارائه می‌شود. همچنین شرکت‌های دانش بنیان و مجموعه‌های فناور، از خدمات



تخصصی در این حوزه بهره‌مند می‌شوند. این فعال فناور، درباره خدمات آزمایشگاهی ارائه شده در آزمایشگاه بیوالکترونیک کیفیت گستر سبزر بیان کرد: با در اختیار داشتن توانمندی تست براساس استانداردهای عمومی و اختصاصی مربوط به هر تجهیز، تلاش کردیم در مسیر افزایش کیفیت تجهیزات پزشکی و ایجاد بستر صادرات آنها به کشورهای دیگر گام برداریم. تجهیزات الکتریکی پزشکی و آزمایشگاه بیومکانیک اشاره کرد و افزود: این توانمندی وجود دارد که در زمینه تست تجهیزات مکانیکی پزشکی براساس استانداردهای اختصاصی مربوط به تجهیزات این آزمایشگاه در دوره‌های آموزشی برگزار شده برای مدیران کنترل کیفیت تولیدکنندگان تجهیزات پزشکی و آزمایشگاهی برای ارتقای دانش شرکت‌کنندگان در این آموزش‌ها استفاده می‌شود.

تخصصی در این حوزه بهره‌مند می‌شوند. این فعال فناور، درباره خدمات آزمایشگاهی ارائه شده در آزمایشگاه بیوالکترونیک کیفیت گستر سبزر بیان کرد: با در اختیار داشتن توانمندی تست براساس استانداردهای عمومی و اختصاصی مربوط به هر تجهیز، تلاش کردیم در مسیر افزایش کیفیت تجهیزات پزشکی و ایجاد بستر صادرات آنها به کشورهای دیگر گام برداریم. تجهیزات الکتریکی پزشکی و آزمایشگاه بیومکانیک اشاره کرد و افزود: این توانمندی وجود دارد که در زمینه تست تجهیزات مکانیکی پزشکی براساس استانداردهای اختصاصی مربوط به تجهیزات این آزمایشگاه در دوره‌های آموزشی برگزار شده برای مدیران کنترل کیفیت تولیدکنندگان تجهیزات پزشکی و آزمایشگاهی برای ارتقای دانش شرکت‌کنندگان در این آموزش‌ها استفاده می‌شود.

کارگاه‌های آموزشی ویژه صنایع نرم و خلاق بر گزار می‌شود

برنامه‌ریزی شده است. وینار مدیریت کسب و کارهای فناورانه از جمله این کارگاه‌ها برخط است که ۳۰ دی ماه در همدان برگزار می‌شود. همچنین

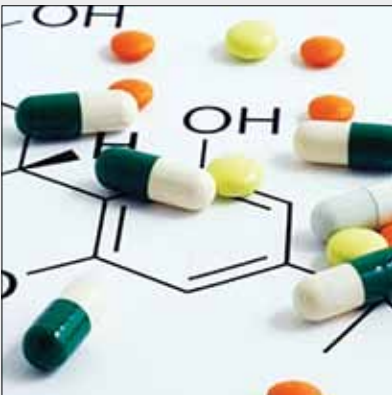
ایجاد و مدیریت برند در کسب و کارهای نوپا و در حال رشد نام وینار دیگری است که در قزوین برگزار می‌شود. تاریخ برگزاری این وینار نیز ۳۰ دی ماه ۱۳۹۹ است. مدیریت هوشمند استراتژیک با نگرش ۳۶۰ درجه، نام یکی دیگر از این وینارها است که میزبان فعالان خلاق آذربایجان شرقی خواهد بود. این رویداد برای ۱ بهمن ماه برنامه‌ریزی شده است. وینار نگاه جامع به برندسازی نیز در ۱ بهمن ماه در اصفهان برگزار می‌شود. نکات کاربردی و کلیدی در طراحی وبسایت، در استان البرز، آنالیز و تحلیل رقبا؛ روش‌ها و تکنیک‌ها در استان مرکزی و ندوین طرح کسب و کار و چشمانداز آن در یزد نیز نام برخی دیگر از این دوره‌های آموزشی است. علاقه‌مندان می‌توانند برای کسب اطلاعات بیشتر و حضور در این وینارها به آدرس اینترنتی bizservices.ir مراجعه کنند.

دوره‌های آموزشی، وینار و همایش‌های گوناگونی در شهرهای مختلف با حمایت ستاد فرهنگ‌سازی اقتصاد دانش بنیان و توسعه صنایع نرم و خلاق بر گزار می‌شود.

توانمندسازی شرکت‌ها و استارت‌آپ‌های خلاق از مسیر ایجاد تحول و دگرگون‌سازی آموزش از جمله اهداف بنیادی این ستاد محسوب می‌شود. با توجه به پراکندگی بالای شرکت‌ها و فعالان خلاق در سراسر استان‌ها و مناطق کشور ستاد فرهنگ‌سازی اقتصاد دانش بنیان و توسعه صنایع نرم و خلاق و دبیرخانه برنامه توسعه زیست‌بوم شرکت‌های خلاق وابسته به این ستاد تلاش می‌کنند تا در راستای عدالت آموزشی از وینارها و دوره‌های آموزشی قابل اجرا در شهرستان‌های مختلف حمایت کنند.

بر این اساس در روزهای پیش‌رو، با حمایت و همکاری ویژه مرکز شرکت‌ها و موسسات دانش بنیان معاونت علمی و فناوری ریاست‌جمهوری کارگاه‌های آموزشی و وینارهای مختلفی در حوزه صنایع نرم و خلاق و دیگر حوزه‌ها





هر دارویی که کشور نیاز دارد با تلاش یک ساله محققان تامین می شود

به توان دانشی فناوریان کشور اعتماد کنید. آنها می توانند تک تک داروهای موردنیاز نظام بهداشت و درمان کشور را یک ساله تولید کنند. مصطفی قانعی، دبیر ستاد توسعه زیست فناوری معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری با اعلام این مطلب درباره توان تولید داروهای موردنیاز کشور توسط متخصصان، گفت: دارویی نیست که در مدت یک سال در کشور تولید نشود. این موضوع با ساخت داروی کرونا به اثبات رسیده است.

وی افزود: فناوریان کشور در حوزه ساخت و تولید انواع داروهای زیستی توانمندی بالایی دارند و این توان بالا در روزهای تحریم که واردات دارو به کشور ممنوع بود، ایران را از بروز بحران های دارویی و درمانی نجات داد.

یادداشت



سنجش مواد غذایی کیفیت تولیدات داخلی را افزایش داد

وارداتی و صادراتی گمرک بخشی از فعالیت های این آزمایشگاه به شمار می رود. این فعال فناوری، درباره خدمات آنالیز دستگاهی ایمن مجموعه توضیح داد: با هدف ارائه خدمات گسترده و دقیق تر، این آزمایشگاه با دستگاه های پیشرفته آزمایشگاهی HPLC و ICP مجهز شده است و در حال حاضر تنها دارنده این تجهیزات دانش بنیان در شرق کشور هستیم.

از انجام آزمون های میکروبی با بیماری دام، طیور و آبزیان
عدالت جمیلی، با بیان اینکه واحد آزمایشگاه میکروبی بر روی مکمل ها، خوراک دام و طیور و صنایع غذایی آزمایش انجام می دهد، ادامه داد: این فرآورده ها شامل کپک و مخمر، سالمونلا، استافیلوکوکوس اورئوس، اشرشیاکلی هستند. همچنین آزمون های میکروبی آب، نمونه های دامپزشکی، تضمین عملکرد محیط های کشت میکروبی، انجام آزمون های الایزا و آزمون NIC & MBC تنها بخشی از خدمات آزمایشگاه میکروبی آزمایشگاه پرتو آزمون جوانه خراسان است. وی با اشاره به فعالیت های آزمایشگاه تغذیه پرتو آزمون جوانه خراسان گفت: انجام آزمون های تخصصی بر روی خوراک و مکمل ها مانند پروتئین، چربی، فیبر، TVN، بخش از خدمات آزمایشگاه تغذیه است. این فعال فناوری، به مجموعه خدمات گوناگون آزمایشگاه سروالوژی اشاره کرد و ادامه داد: در حوزه طیور، آزمایش HI برای نیوکاسل، مایکوپلاسمازمیز (MG)، آنفلوآنزای پرندگان (AI)، آزمایش الایزا برای گامبرو، MG، MS، ART، ORT، برونشیت عفونی، مایکوتوکسین ها، لارنگوئراکینیت و کم خونی عفونی، آزمایش RSA برای مایکوپلاسما گالی سپتیوکوم (MG)، مایکوپلاسما سنویو و سالمونلا پروروم، آزمایش ELISA برای بیماری های یون، لوکوز، BVD-MD، جداسازی و آنتی بیوگرام باکتری های عامل ورم پستان در آزمایشگاه سروالوژی ارائه می شود.

۳ شرکتهای کنترل ترافیک را هوشمند کرد کدامند؟

infotainment محصول این شرکت دانش بنیان است. این سامانه در بستر Wi-Fi قابلیت پخش فیلم، موسیقی، کانال های تلویزیون، خبرهای برگزیده و هرگونه محتوای سازمانی را بر روی تلفن همراه، تبلت و بقیه تجهیزات دارای این فناوری را فراهم می کند. این سامانه علاوه بر فراهم کردن محیطی برای سرگرمی و اطلاع رسانی کاربران، بستر تبلیغات متنی و ویدئویی و برای شرکت های تبلیغاتی مهیا کرده است.

۲. کنترل اتوماسیون ناوگان های حمل و نقل جاده ای و درون شهری
شرکت افزار پرداز توسعه نیز شرکت دیگری است در این حوزه فناوریانه. این شرکت سال ۷۸ تاسیس شد و طراحی و تولید محصولات متنوعی را در زمینه الکترونیک، کامپیوتر در دستور کار خود قرار داده است. ازجمله محصولات تولیدی این شرکت می توان به سیستم های مبتنی بر AVL اشاره کرد. موقعیت یاب اتوماتیک وسیله نقلیه (AVL)، دستگاهی است که از سیستم موقعیت یابی جهانی (GPS) استفاده می کند تا شرکت ها یا سازمان ها بتوانند از طریق اینترنت، از راه دور مکان وسیله نقلیه موردنظر خود را ردیابی کنند. این وسایل ترکیبی از فناوری GPS، ارتباطات تلفن همراه، نقشه برداری خیابان و یک رابط کاربری بصری است. سیستم های مرتبط با مکان یابی و کنترل و اتوماسیون ناوگان های حمل و نقل جاده ای و درون شهری هم محصولات دیگر شرکت است. این مجموعه ابزارهایی هوشمند در حوزه تولید تابلوهای VMS و ترافیکی و سامانه های هوشمند اعلام نام ایستگاه طراحی و تولید کرده و بازار این حوزه فناوریانه را ارتقا داده است.

۳. بازی در زمین فناوری های هوشمند

شرکت توسعه ارتباطات هوشمند مینکر شاهرود نیز با اتکا به توان متخصصان داخلی به این حوزه ورود کرده است و نقش تاثیر گذاری در ارتقای فناوری های حوزه سخت افزارهای برق و الکترونیک، لیزر و فوتونیک داشته است. این شرکت هم با تولید محصولاتی در حوزه تابلوهای VMS و ترافیکی و سامانه های هوشمند تولید کرده است؛ محصولاتی فناوریانه که در اختیار نهادهای و مراکز متقاضی قرار دارد.

۳ دانش بنیان به حوزه تولید تابلوهای VMS و ترافیکی و سامانه های هوشمند اعلام نام ایستگاهها ورود کردند تا فناوری های کاربردی آن را بومی سازی کنند. امروز ترافیک جزئی جدایی ناپذیر از زندگی شهری است؛ گرهای کوری که کلافه کننده و ملال آورند و گاهی مسیری کوتاه را برای رانندگان و مسافران طولانی و کشار می کنند، اما بعضا این ترافیک های شهری به دلیل برخی ناهماهنگی ها و نبود علائم درست راهنمایی و رانندگی بروز می کنند؛ اتفاقی که تنها با استفاده از برخی تابلوها و علائم راهنمایی قابل رفع و رجوع هستند. مثلا تابلو پیام متغیر VMS که وسیله ای است برای کنترل ترافیک و نمایش پیام، یکی از این ابزارهای کاربردی در این حوزه است. این تابلوها و سامانه های هوشمند اعلام نام ایستگاه ها یکی از وسایلی است که با تلاش ۳ شرکت دانش بنیان طراحی و ساخته شده و در اختیار صنایع قرار گرفته است. این محصولات با حمایت ستاد توسعه فناوری های فضای و حمل و نقل پیشرفته معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری به بازار رسیده اند؛ ابزاری که برای کنترل ترافیک و تسهیل تردهای شهری تولید بومی شده اند. در ادامه این گزارش با محصولات دانش بنیان این شرکت ها بیشتر آشنا می شویم.

۱. طراحی سامانه بی سیم اطلاع رسانی

امیدان منظومه گسترش اطلاعات یکی از این شرکت ها است. شرکتی پیشرو در حوزه فناوری های نوین که قابلیت تولید محصولات یکپارچه در کلاس جهانی با کیفیت تضمین شده در زمینه شبیه سازی و سیستم های نمایش را دارد. متخصصان شرکت امگا با به کارگیری فناوری روز دنیا و ترکیب آن با دانش و توانمندی های بومی اقدام به تولید سیستم های نوآورانه نمایشی و سامانه های شبیه سازی در حوزه هایی همچون دفاع و امنیت، صنایع تولیدی و توریسم، حمل و نقل و ترافیک، کنترل و مانیتورینگ، تبلیغات و بازاریابی، رسانه و رادیو تلویزیون، معماری و هنر دیجیتال، بازی و سرگرمی، آموزش و پژوهش و ... کرده اند. سامانه بی سیم



اهمیت برنامه ریزی ۳ ساله می گوید

به گفته بزوس، تنها سه تصمیم خوب در یک روز کافی است و باید به اندازه تصمیماتی که من می گیریم، کیفیت بالایی داشته باشند. در حالی مدیرعامل آمازون به سه تصمیم مهم در روز اشاره کرده که در زمان راه اندازی این شرکت مجبور بود روزانه صدها تصمیم بگیرد و حتی بسته ها را برای ارسال به مشتریان آماده کند و به دفتر پست ببرد. سهام آمازون در سال ۱۹۹۷ به طور عمومی عرضه شد و تعداد کارکنان آن افزایش چشمگیری پیدا کرد و حالا در سطح جهان بیش از یک میلیون کارمند دارد. بزوس برای تصمیم گیری از فلسفه تصمیم گیری میلیاردر مشهور، «وارن بافت» الگوبرداری کرده. بافت به تنها سه تصمیم گیری در سال اشاره کرده که بزوس هم آن را باور دارد.

ش مالی ۲۰۲۴ شاهدش خواهیم بود. در بگر باید فکر کرد. مدیرعامل آمازون گفته: ش بازار بیش از یک تریلیون دلار مشابه هید.» بزوس در سال ۲۰۱۷ گفته بود که تمرکز روی برنامه ریزی و جایی که باید کند. بزوس به عنوان مدیرعامل، در طول برای چه کاری حقوق می گیرید؟ شما برای می کنید.»

دقت تشخیص آلودگی آب و غذا بالا رفت و سلامت جامعه ارتقا یافت

محققان کشور با حمایت ستاد توسعه فناوری های فوتونیک، لیزر، مواد پیشرفته و ساخت موفق به تولید دستگاهی برای تشخیص آلودگی آب و



را از نظر آلودگی به کمک این دستگاه بسنجند. کاربر دیگر این محصول پرورش دهندگان ماهی و فعالان حوزه شیلات هستند. وی همچنین بیان کرد: این افراد نیز می توانند به کمک این دستگاه از سلامت آب موجود در استخرهای پرورش ماهی، مطمئن شوند. این دستگاه به کمک یک نرم افزار نصب شده بر روی تلفن همراه کار می کند. این موضوع نقطه قوت این دستگاه است، زیرا دیگر نیازی به استفاده از دستگاه های بزرگ و حجیم قدیمی نیست و استفاده از آن نیز برعکس بسیاری از نمونه های قدیمی، دشوارتر نیست. احتسابی ضمن توضیح حمایت های انجام گرفته از سوی ستاد توسعه فناوری های فوتونیک، لیزر، مواد پیشرفته و ساخت، گفت: قیمت این دستگاه با نمونه های مشابه خارجی قابل قیاس نیست و بسیار کمتر است. این وسیله در لبه تجاری سازی قرار دارد و با کمک ستاد، امیدوار هستیم که بتوانیم آن را به تولید انبوه برسانیم و در داخل کشور عرضه کنیم.

غذا شدند. حمیده احتسابی، عضو هیأت علمی دانشگاه شهید بهشتی گفت: کار با این دستگاه قابل حمل و ارزان قیمت برای کاربر بسیار آسان است. این دستگاه می تواند آلودگی محصولات کشاورزی یا آب را با دقت بالایی نشان دهد. احتسابی افزود: در حال حاضر جامعه، نسبت به سلامت آب و مواد غذایی حساسیت بالایی دارد. مصرف کننده می تواند با این دستگاه به عنوان مثال از نبود نیترات در آب آشامیدنی اطمینان حاصل کند یا شیر مصرفی را از لحاظ آلودگی های آنتی بیوتیکی مورد پایش قرار دهد. این عضو هیأت علمی دانشگاه شهید بهشتی در ادامه ضمن توضیح در مورد تحقیقات انجام گرفته برای تولید این دستگاه گفت: از جمله دیگر مصرف کنندگان این دستگاه می توانند بازرسان و افرادی باشند که ارزیابی های محیطی انجام می دهند. این افراد می توانند چرخه تولید محصولات کشاورزی و دیگر مواد غذایی

صنایع با استریل کننده های ایران ساخت به جنگ میکروب ها و باکتری ها می رود

وی افزود: اتوکلاو اتیلن اکساید در ظرفیت های مختلف از ۷۵ تا ۳۰۰ هزار لیتر و دارای قابلیت استفاده از سیستم بخار مرکزی مجتمع و ارائه با مولد بخار برقی یا دارای هر دو قابلیت (دو منظوره) یکی از تولیدات مجموعه ما است. این اتوکلاو مصارف بیمارستانی، دارویی، آزمایشگاهی و صنعتی دارد و برای استریل اقلام یکبار مصرف و حساس به حرارت استفاده می شود.

به گفته عزیزی فرد، اتوکلاوهای بخار از نوع پیش خال برای مصارف بیمارستانی و دارویی، اتوکلاوهای بی خطر ساز زباله های عفونی بیمارستانی، دستگاه های استریل برای انواع ظروف در بسته دارویی و ویال های حساس به حرارت و ... هم از دیگر محصولات ما است. این فعال فناوری همچنین بیان کرد: اتوکلاو پری و کیوم و اتوکلاو دارویی پری و کیوم، دیگر محصولات دانش بنیان این شرکت است. همه تولیداتمان منطبق با استانداردهای بین المللی است و تاییده وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی و وزارت صمت را دارد.



دستگاه اتوکلاوهای کاربردی در صنایع مختلف توسط یکی از شرکت های دانش بنیان به تولید رسید تا بازار داخلی این محصولات داخلی داغ شود.

شرکت سازگر از سال ۷۱ در زمینه طراحی و ساخت اتوکلاوهای مدرن و پیشرفته بیمارستانی، پزشکی، صنعتی، آزمایشگاهی، فعالیت خود را آغاز کرد. این مجموعه فناوری توانست در مدت کوتاهی انواع این اتوکلاوها را تولید کند و در اختیار صنایع قرار دهد. محمدهلی بنوعریزری فرد، مدیرعامل این شرکت دانش بنیان درباره محصولات شرکت، گفت: دستگاه اتوکلاو یکی از مهمترین دستگاه ها و تجهیزات آزمایشگاهی است که با استفاده از حرارت بخار آب تحت فشار، برای استریل کردن به کار می رود. اتوکلاو صنعتی دستگاهی است برای از بین بردن و نابود کردن میکروب ها و باکتری ها. این دستگاه نوعی استریل کننده به حساب می آید که بیشترین کاربرد و استفاده را در مراکز بهداشتی و درمانی دارد.

بخش تبلیغات مایکروسافت بررسی می کند:

تکنیک‌های تبلیغات همه شمول



برندها خواهد بود.

اعتماد به نفس: مشتریان باید اساس اعتماد به نفس در تعامل با برند شما را داشته باشند. این امر در مورد برخی از برندها مانند نایک به خوبی قابل مشاهده است. مشتریان به هنگام تعامل با برند نایک یا خرید از آن به خوبی احساس اعتماد به نفس پیدا می کنند. همین امر نوعی مزیت رقابتی برای محصولات نایک در بازارهای مختلف ایجاد می کند.

استفاده از معیارهای همه شمولی

استفاده از مفهوم همه شمولی در عرصه بازاریابی و تبلیغات امر ساده‌ای نیست. برندها باید برخی از نکات مهم برای تاثیرگذاری بر روی مشتریان را در ذهن داشته باشند. به عنوان مثال، رفتار دوستانه با مشتریان در تمام سطوح امری ضروری خواهد بود. برخی از برندها به دلیل تلاش برای بازاریابی بدون توجه به سلیقه‌های متفاوت مشتریان به طور مداوم در این حوزه با مشکل مواجه می‌شوند. اگر برندها فاصله زیادی با مشتریان داشته باشند، در عمل شانسى برای تاثیرگذاری بر روی مشتریان موردنظر نخواهند یافت. این امر مشکلات بسیار زیادی پیش روی برندها قرار می‌دهد. همچنین بازاریابی و تعامل با مخاطب هدف را نیز بدل به امری دشوار خواهد کرد.

استفاده از معیارهای بازاریابی و تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف به صورت همه شمول مرتبط با طراحی یک فهرست کامل و دقیق نیست. همانطور که اغلب مردم در تعامل روزمره با هم از لحن صمیمانه و واژگان خودمانی استفاده می کنند، در حوزه تبلیغات نیز باید همین شیوه را مدنظر قرار داد. این امر موجب بهبود توانایی تاثیرگذاری کسب و کارها بر روی مخاطب هدف خواهد شد. امروزه برخی از برندها برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف از همین شیوه ساده استفاده می کنند. مشتریان در اغلب بازارها نسبت به برخی از رفتارها را سوى برندها واکنش منفی نشان می دهند. به عنوان مثال، رفتار بی‌روح، استفاده از عبارت‌های تخصصی و همچنین بی‌توجهی به ایجاد توازن در میان مشتریان دارای فرهنگ‌های مختلف همیشه کیفیت کمپین بازاریابی را کاهش خواهد داد. این امر همراه واکنش‌های منفی از سوى کاربران زمین و هزینه زیادی از برندها برای اثبات عمدی نبودن کیفیت پایین کمپین را به همراه خواهد داشت بنابراین استفاده از معیارهای مناسب مانند لحن صمیمانه، حمایت از مشتریان، نمایش دغدغه نسبت به نکات مهم برای مشتریان و همچنین اعتماد به محصولات اهمیت بالایی خواهد داشت.

استفاده از تصاویر همه شمول

کمپین‌های بازاریابی اغلب شامل تصاویر متعددی می‌شود. امروزه عرصه تبلیغات بدون محتوای بصری، عکس و ویدئو، قابل تصور نیست. یکی از نکات مهم در این راستا تلاش برای استفاده از المان‌های برابر از گروه‌های مختلف است. بر این اساس باید از ترکیب جنسیتی، نژادی و همچنین سلیقه‌ای مناسب در تصاویر تبلیغاتی برند استفاده کرد. اگر تصاویر تبلیغاتی یک برند فقط شامل مردان سفیدپوست اروپایی باشد، در زمینه جلب نظر مخاطب گسترده جهانی با مشکل مواجه خواهد شد. امروزه کسب و کارها باید برای تمام مشتریان برنامه مشخصی داشته باشند. در غیر این صورت مشکلات بسیار زیادی در زمینه بازاریابی و تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف پیش روی‌شان قرار می گیرد.

اگر تیم بازاریابی شما در زمینه استفاده درست از ترکیب المان‌های مختلف در تصاویر تبلیغاتی‌اش مهارت بالایی ندارد، همکاری با کارشناس‌های بخش‌های مختلف شرکت امری ضروری خواهد بود. این امر امکان تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف براساس شیوه‌های مناسب را به همراه خواهد داشت. گاهی اوقات افراد فاقد مهارت در حوزه بازاریابی بهترین ناظران بی‌طرف برای برندها هستند. بنابراین باید از مهارت این افراد برای تاثیرگذاری بهینه بر روی مخاطب هدف نهایت استفاده را برد.

یافتن نقاط ضعف در تبلیغات قبلی

هر برندی در زمینه تبلیغات با مشکلاتی مواجه است. برخی از برندها توانایی تاثیرگذاری مناسب برای مخاطب هدف را ندارند. برخی دیگر نیز به طور مداوم به گروهی خاص از مشتریان توجه بیشتری می کنند. اگر بهبود و بر روز رسانی مداوم کمپین‌های بازاریابی مدنظر بازاریاب‌ها قرار نداشته باشد، کیفیت محتوای بازاریابی به شدت کاهش خواهد یافت. این امر مشکلات بسیار زیادی پیش روی هر بازاریابی قرار می دهد.

ارزیابی انتقادی کمپین‌های تبلیغاتی قبلی یک برند کار ساده‌ای نیست. بسیاری از بازاریاب‌ها دارای چشم‌انداز متفاوت ضروری برای انتقاد از کمپین‌های‌شان نیستند. همین امر موجب تلقی بی‌عیب و نقص از کمپین موردنظر می‌شود. ارزیابی انتقادی محتوای تبلیغاتی باید با تقلید از برندهای موفق صورت گیرد. این امر شامل نمایش محتوای پیشین به برخی از طرفدارهای برند و درخواست بازخورد از آنها می‌شود. همچنین سایر کارمندان شرکت، فاقد تخصص در زمینه بازاریابی، در مورد محتوا نظرانی را مطرح می کنند. این امور نقش مهمی در بهبود توانایی کسب و کار‌ها برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف خواهد داشت. دریافت اطلاعات دقیق از مخاطب هدف همیشه اقدام مناسبی است. این امر بستگی به میزان تعامل صمیمانه میان برندها و مشتریان‌شان دارد بنابراین باید پیش از تلاش برای استفاده از این توصیه نسبت به رابطه مناسب میان برند و مخاطب هدف اطمینان حاصل کرد.

منبع: blog.hubspot.com

کارگاه برندینگ

استراتژی پیسی برای بازاریابی در مسابقه سوپربال
به قلم: رابرت ویلیامز کارشناس بازاریابی و تبلیغات ترجمه: علی آل علی

برند پیسی اخیرا از کمپین بازاریابی‌اش برای مسابقه سوپربال رونمایی کرده است. بسیاری از برندها برای بازاریابی در این مسابقه مهم به هم رقابت می کنند. پیسی نیز در این میان هر سال برنامه‌های جذابی برای مخاطب هدف دارد. امسال این برند به مناسبت دهمین سالگرد آغاز اسپانسریش از مسابقه سوپربال برنامه ویژه‌ای را ترتیب داده است. بر این اساس امسال خبری از نمایش کمپین تبلیغاتی در اطراف زمین مسابقه نیست. در عوض پیسی تبلیغ کوتاهی برای نمایش در یکی از زمان‌های استراحت بازی را ترتیب داده است.

استودیوهای ورزشی همیشه در زمان استراحت اصلی بازی سوپربال مشغول تحلیل و ارزیابی عملکرد هر یک از تیم‌ها هستند. پیسی در این میان تمایل به ارائه تجربه‌ای جذاب از مشاهده پشت صحنه آمادگی تیم‌ها در طول وقت استراحت دارد. همچنین برای شبیه‌سازی هرچه واقعی‌تر از بازی در شرایط حضور تعداد اندکی از هواداران در استادیوم اقدام به استفاده از فناوری واقعیت افزوده کرده است. با این حساب کاربران امکان مشاهده صحنه‌های مختلف بازی در قالبی جذاب و مانند درون استادیوم را خواهند داشت. همچنین فیلترهای پیسی در شبکه‌های اجتماعی نیز امکان ثبت تصاویر سلفی از سوی کاربران با پس‌زمینه ورزشگاه محل برگزاری مسابقه را فراهم می کند.

منبع: marketingdive.com

رونمایی منحصر به فرد فورد از خودروی جدیدش
به قلم: پیتر آدامز کارشناس بازاریابی و تبلیغات ترجمه: علی آل علی

شرکت فورد یکی از محبوب‌ترین برندهای بازار ایالات متحده و جهان محسوب می‌شود. خودروی برونکو این برند در سراسر دنیا طرفدارهای پر و پا قرصی دارد. اکنون این برند در تلاش برای رونمایی از سری جدید خودروهای برونکو از المان های خلاقانه و نوآورانه‌ای استفاده کرده است. مفهوم «بهترین تمام دوران‌ها» یکی از عبارت‌های رایج برای اشاره به پدیده‌های عجیب در میان مردم است. این امر موجب تاکید فورد بر روی این مفهوم در کمپین تازه‌اش شده است. قرابت معنایی میان عبارت GOAT (مخفف عبارت بهترین تمام دوران) با واژه بز در زبان انگلیسی محور اصلی ویدئوی بازاریابی فورد را شکل داده است.

داستان‌سرایی فورد برای کمپین تازه‌اش به طور کاملا منحصر به فردی صورت گرفته است. بازاریاب‌های این برند از بز به عنوان حیوانی سرسخت در محیط‌های کوهستانی برای معرفی سری جدید برونکو استفاده کرده‌اند. این امر موجب جلب نظر دامنه وسیعی از کاربران به ویدئوی موردنظر شده است. نمونه فورد به خوبی امکان موفقیت بازاریابی در صورت سرمایه‌گذاری خلاقانه بر روی مفهومی رایج را نشان می‌دهد.

منبع: marketingdive.com

رونمایی از لوگو و شعار جدید برند کیا



لوگوی جدید کیا به شکل یک سری حروف به هم پیوسته حالتی شبیه به یک امضای دستی دارد. این لوگوی جدید در راستای اجرای استراتژی پلن اس برند طراحی و در سال ۲۰۲۰ از آن رونمایی شد. به گزارش ام بی ای نیز به گفته این خودروساز کره‌ای، لوگوی جدید نمایانگر آرزوهای شرکت مبنی بر قرار گرفتن در مقام رهبری در آینده است. شعار جدید برند این است: «حرکت و جنبشی که الهام‌بخش می‌شود.»

براساس پلن اس، این خودروساز بزرگ بر روی خودروهای الکتریکی و خدمات مختلف در حوزه حمل و نقل به طور سفارشی برای افراد مختلف در بازارهای محلی مختلف تمرکز می کند. در قالب عملکرد شرکت، کیا در گینس یک رکورد جهانی در زمینه «جندین آتش‌بازی همزمان توسط چند عدد پهپاد» را ثبت کرد. برای انجام صدها آتش‌بازی به طور همزمان در یک لحظه از ۳۰۳ پیروردون استفاده شد.

به قلم: ام جی دیپالما کارشناس بازاریابی و تبلیغات ترجمه: علی آل علی
--

تبلیغات ابزار مهمی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف محسوب می‌شود. بسیاری از برندها برای تاثیرگذاری بر روی مشتریان اقدام به طراحی کمپین‌های مختلف با محوریت موضوعات گوناگون می کنند. مفهوم تبلیغات همه شمول شاید برای بسیاری از بازاریاب‌ها و طراح‌های تبلیغاتی تازه باشد، اما در طول همین مدت زمان اندک بدل به ترندی مهم شده است. براساس گزارش ویلار تخصصی مایکروسافت در زمینه بازاریابی و تبلیغات، ۶۴ درصد از مردم واکنش بسیار بهتری از محتوای تبلیغاتی برندها در صورت پوشش تنوع سلیقه، نژاد و رفتارهای مردم نشان می دهند. این امر نوعی واقع گرایی در عرصه بازاریابی را شامل می‌شود.

بسیاری از برندهای بزرگ در دهه‌های گذشته بر روی نمایش جلوه‌ای حرفه‌ای از کسب و کار و ترسیم الگوی بی‌نهایت مطلوب از مشتریان تمرکز داشته‌اند. این امر با استفاده از انواع بازیگران و مدل‌های اروپایی رواج پیدا کرد. اکنون برندها و بازاریاب‌ها باید به دنبال استفاده از بازیگران و مدل‌هایی به منظور بازنمایی تنوع فرهنگی در سراسر جهان و بازارهای مدنظرشان باشند. در غیر این صورت امکان تاثیرگذاری مناسب بر روی مخاطب هدف از بین خواهد رفت.

بسیاری از برندها در طول یک دهه اخیر با ریزش شدید مشتریان مواجه شده‌اند. این امر همراه با کاهش انگیزه کاربران برای مشاهده محتوای تبلیغاتی چنین برندهایی یک بحران اساسی را نمایش می‌دهد. راهکار مناسب برای غلبه بر چنین مشکلاتی تلاش برای نمایش جلوه‌ای واقع‌گرایانه‌تر از زندگی در تبلیغات برند است.

بسیاری از برندها تا مدت‌ها از مدل‌های سیاه‌پوست در زمینه بازاریابی و تبلیغات استفاده نمی‌کردند. این امر شکایت بسیاری از گروه‌ها و سازمان‌های مخالف تبعیض‌نژادی را به همراه داشته است. امروزه نمایش تنوع نژادی و فرهنگی در عرصه تبلیغات دارای اهمیت بسیار زیادی شده است بنابراین دیگر امکان بازگشت به چند دهه قبل برای بازاریابی و تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف وجود نخواهد داشت.

هزینه‌های عری تبلیغات به طور قابل ملاحظه‌ای رو به رشد است. برخی از برندهای بزرگ در این میان سرمایه‌گذاری‌های هتکفتی بر روی عرصه بازاریابی و تبلیغات انجام می‌دهند. نکته مهم در این میان تلاش برای سرمایه‌گذاری درست در حوزه تبلیغات به منظور رقابت با سایر برندهاست. این امر شاید در نگاه نخست بسیار ساده به نظر برسد، اما به دلیل پیش‌فرض‌های کارآفرینان در زمینه بازاریابی و تبلیغات بدل به چالشی اساسی می‌شود.

بسیاری از بازاریاب‌ها برای طراحی کمپین اقدام به استفاده از مدل‌ها و سبک زندگی اروپایی می‌کنند. این امر موجب عدم سازگاری محتوای موردنظر با سلیقه مردم سایر نقاط جهان و همچنین مهاجران ساکن در اروپا می‌شود. اگر این نکته مهم مدنظر بازاریاب‌ها برای به روز رسانی مناسب کمپین‌های‌شان قرار نداشته باشد، فرآیند تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف به شدت سخت خواهد شد.

برخی از برندها در طول سال‌های اخیر به دلیل بی‌توجهی نسبت به مسئله همه شمولی در تبلیغات با واکنش‌های منفی مشتریان مواجه شده‌اند. این امر موجب ناتوانی برندها برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف شده است. استفاده از تکنیک‌های برتر در این راستا اهمیت بسیار زیادی دارد. برند مایکروسافت به عنوان یکی از شرکت‌های موفق در زمینه بازاریابی همیشه عملکرد مناسبی در زمینه نمایش تنوع قومی و فرهنگی در تبلیغاتش داشته است. این امر موجب توجه بسیاری از برندها به مسئله فعالیت بازاریابی و تبلیغات همه شمول شده است. هدف اصلی در ادامه مقاله کنونی بررسی این موضوع با استفاده از توصیه‌های بخش بازاریابی و تبلیغات مایکروسافت است. در ادامه این موضوع را در قالب چند نکته مهم مورد بررسی قرار خواهیم داد.

نمایش تنوع انسانی در تبلیغات

انسان‌ها در کشورها و مناطق مختلفی زندگی می‌کنند. بدون تردید هر منطقه دارای فرهنگ و رسوم خاص خودش است. این امر بازاریابی برای مشتریان هر بازار را دشوار می‌سازد. برندها باید آشنایی مناسبی با وضعیت بازارها داشته باشند. در غیر این صورت امکان استفاده از المان‌هایی واحد برای مناطق جغرافیایی مختلف فراهم می‌شود. نتیجه این امر واکنش منفی اغلب مشتریان به کمپین‌های بازاریابی برند خواهد بود.

یکی از راهکارهای مناسب برای جلب نظر دامنه وسیعی‌ای از مشتریان در بازارها و مناطق مختلف تلاش برای نمایش تنوع انسانی در محتوای تبلیغاتی است. این امر به سادگی امکان پیاده‌سازی دارد. برخی از برندها برای نمایش این امر اقدام به همکاری با بازیگرانی از قومیت‌های مختلف می‌کنند. امروزه حضور گروهی از افراد با تنوع قومی و نژادی در کمپین‌های بازاریابی رواج یافته است. این امر با هدف تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف به منظور تبلیغات همه شمول صورت می گیرد. بدون تردید استفاده از تنوع انسانی در حوزه بازاریابی و تبلیغات فقط مربوط به مسائل ظاهری افراد حاضر در ویدئوهای بازاریابی نیست. برخی از برندها برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف اقدام به اکتفا به برخی از نکات ساده می‌کنند. اگر یک برند نتوانای استفاده از نشانه‌های مربوط به فرهنگ‌های بومی بازار مورد نظرش را داشته باشد، تاثیرگذاری محتوای موردنظر به طور قابل ملاحظه‌ای افزایش خواهد یافت. این نکته دارای

ایستگاه بازاریابی

نقش هوش مصنوعی در آینده بازاریابی

هوش مصنوعی (AI) به بخش جدایی‌ناپذیر زندگی ما تبدیل شده است. وابستگی ما به AI نه تنها در دنیای تجاری و حرفه‌ای بلکه در زندگی عادی روزمره به تدریج در حال افزایش است. یکی از نمونه‌های آن گوشی هوشمند است که باعث شده AI تبدیل به همراه ما شود. هوش مصنوعی یعنی هوش ماشین به همراهی مغز انسان. ماشین‌ها با AI قادر به انجام کارهایی هستند که شامل هوش مشابه انسان می‌شود از جمله در تصمیم‌گیری، درک بصری، شناسایی گفتار، استدلال، برنامه‌ریزی و یادگیری. دقت ماشین‌های مبتنی بر AI قطعی و بی‌چون و چراست.

حوزه بازاریابی تا حد زیادی تحت تاثیر AI قرار گرفته. بازاریابی شامل برنامه‌ریزی، تصمیم‌گیری زیاد، کنار آمدن با ناپایداری و اجرای درست است. ثابت شده که AI بهترین سیستم حامی تصمیم‌گیری است زیرا باعث می‌شود تصمیم‌گیرنده بهتر ورودی موردنیاز رسیدن به نتیجه را به دست آورد، پیش‌بینی را ارائه کند، داده و روند را آنالیز کند، اطلاعات به روز ارائه دهد، بار اطلاعاتی را کاهش دهد و ...

هوش مصنوعی نقش مهمی در بازاریابی آینده دارد. چگونه؟ از طریق راه‌های زیر:

اتوماسیون بازاریابی

تنها مسئولیت و در اصل مسئولیت کلی بازاریابی، شناسایی مشتریان بالقوه به منظور تولید محصول درست در زمان و مکان درست است. اتوماسیون AI نظارت زمان حقیقی برای درک تقاضا دارد.

شرکت‌ها با استفاده از سیستم‌های الگوریتم داده‌کاوی می‌توانند به اطلاعات مرتبط دسترسی داشته باشند که در غیر این صورت ملال‌آور، زمانبر و البته در صورتی که به طور شخصی انجام شود، شامل هزینه بیشتر هستند. AI به سادگی ویژگی‌های اجتماعی-اقتصادی و اطلاعاتی در مورد سابقه خرید مشتری و تعامل اولیه با مشتری را فراهم می‌کند.

توزیع خودکار

توزیع محصولات در اصل وابسته به اطلاعات درست است. با AI به راحتی می‌توان جریان محصولات و تقاضای محصول را رهگیری کرد. بهترین نمونه خرید سیستم‌های کیوا از طریق آمازون است. ربات‌های کیوا سفارش می‌گیرند، موجودی محصولات را فراهم می‌کنند و همچنین می‌توانند بار سنگینی را راحت‌تر بلند کنند و در نتیجه بهره‌وری شرکت را افزایش دهند.

آنالیز شبکه‌های اجتماعی

رسانه اجتماعی برای بازاریاب‌ها حکم ورودی کلیدی را دارد. بازاریاب‌ها از داده‌های شبکه‌های اجتماعی برای درک روند و ذهنیت افراد استفاده می‌کنند. این به آنها کمک می‌کند رفتار مشتری را بشناسند که برای درک بازار و بخش‌های آن ضروری است. AI می‌تواند به سادگی و به طور موثر این کار را انجام دهد. شکوفا شدن فروشگاه‌های آنلاین بهترین نمونه حاکثر استفاده از نتایج به دست آمده بعد از آنالیز شبکه‌های اجتماعی است.



داده‌کاوی

داده‌کاوی یعنی کاوش داده از اعماق وب گسترده. داده‌کاوی نقش مهمی در شکل‌گیری استراتژی بازاریابی دارد. فقط تصور کنید انجام کار به صورت شخصی برای یک نفر چقدر زمانبر است. AI با سرعت نور این کار را انجام می‌دهد و با آنالیز رفتار، افکار، منش و احساسات مردم نسبت به نهاده‌ها، مسائل، رویدادها، ارزیابی، ویژگی‌ها و همینطور از طریق آنالیز عناوین گوناگون داده‌کاوی، شرایط را آنالیز می‌کند. موتورهای جست‌وجو بهترین نمونه AI برای انجام کار فوق هستند. چنین آنالیزی در تصمیم‌گیری پیچیده به بازاریاب‌ها کمک می‌کند.

اینترنت اشیا (IoT)

اینترنت اشیا آینده بازاریابی است. AI به شکل IoT برای شرکت‌ها نعمت بزرگی است. اینترنت اشیا یک وب عظیم است که افراد را به همدیگر، به اشیا و اشیا را به اشیا مرتبط می‌کند. به طور خلاصه، IoT یک شبکه بزرگ است که همه چیز را به هم مرتبط می‌کند و فرصت‌های بی‌نهایتی به بازاریاب‌ها برای گوش کردن و پاسخ دادن به رفتار مشتریان می‌دهد. IoT امکان مبادله داده‌های فروش را فراهم می‌کند، آنالیز هوشمندی روی مشتری انجام می‌دهد، محصولات با تاریخ انقضای آن را اعلام می‌کند و به بازاریاب‌ها اجازه می‌دهد با مشتریان به صورت مجازی در تماس باشند.

هدف هوش مصنوعی تغییر و شکل‌دهی آینده بازاریابی از طریق مزایای چند وجهی است که شامل کاهش هزینه نیز می‌شود.

منبع: successstory/ucan

ترندهای خلاقانه بازاریابی

چگونه در سال جدید وضعیت بازاریابی‌مان را تغییر دهیم؟



به قلم: خوزه آنجلو گالگوس کارشناس بازاریابی و تبلیغات

ترجمه: علی آل‌علی

سال ۲۰۲۰ همراه با ریسک‌ها و چالش‌های بسیار زیادی برای کسب و کارها بود. بسیاری از برندها در طول یک سال گذشته علاوه بر کاهش سرمایه‌گذاری‌شان بر روی حوزه کسب و کار به طور قابل ملاحظه‌ای میزان هزینه بازاریابی‌شان را نیز کاهش داده‌اند. اغلب کارآفرینان و بازاریاب‌ها هنوز آمادگی مواجهه با دوران پساکرونا را ندارند. اگرچه موج دوم کرونا در بسیاری از کشورها آغاز شد است، اما شرایط دیگر مانند ابتدای همه‌گیری کرونا نیست. هیچ کسب و کاری امکان تعطیلی مداوم فعالیت‌هایش را ندارد بنابراین باید دست‌کم در برخی از بازارها شروع به فعالیت نماید. این اقدام از سوی برخی از برندها دنبال شده است.

بازاریابی به عنوان مهمترین فعالیت برندها برای جلب نظر مخاطب هدف دارای اهمیت بسیار زیادی است. برخی از برندها به طور مداوم در این راستا با مشکلات متعدد مواجه هستند. دلیل این امر تلاش برای بازاریابی در شرایط کنونی براساس الگوها و پیشفرض‌های پیش از دوران کروناست. اکنون شرایط کسب و کار به طور کلی تغییر کرده است بنابراین کسب و کارها باید نسبت به بروز رسانی شیوه‌های بازاریابی‌شان اقدام نمایند. در ادامه برخی از مهمترین ترندهای بازاریابی در بازه زمانی کنونی را مورد بررسی قرار خواهیم داد. این امر به بازاریاب‌ها برای فعالیت بهینه و جلب نظر مخاطب هدف در شرایط کنونی کمک خواهد کرد.

۱. اهمیت یافتن لایو استریم و محتوای تولیدی اینفلوئنسرها

همکاری با اینفلوئنسرها امر تازه‌ای نیست. بسیاری از بازاریاب‌ها در تلاش برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف اقدام به همکاری با اینفلوئنسرها می‌کنند. همچنین در زمینه تولید محتوای بازاریابی نیز شمار گسترده‌ای از بازاریاب‌ها به دنبال استفاده از ویدئوهای لایو هستند. ویدئوهای لایو به دلیل فراهم‌سازی فضای تعاملی محبوبیت بسیار زیادی دارد. اغلب کاربران در ویدئوهای لایو برندهای مختلف اقدام به طرح پرسش‌های مختلف و همچنین تعامل قابل ملاحظه می‌کنند. این امر موجب تقویت انگیزه بازاریاب‌ها برای اجرای لایو استریم می‌شود. نمایش پشت صحنه کسب و کار همیشه ایده جذابی برای بازاریابی بوده است. یکی از گزینه‌های مناسب برای اجرای این ایده تهیه لایو استریم از خط تولید یا به طور کلی فرآیند فعالیت اعضای شرکت است. شاید این امر در ابتدا بسیار ساده به نظر برسد، اما در بلندمدت تاثیرگذاری بسیار مطلوبی بر روی مخاطب هدف در پی خواهد داشت.

اغلب مردم در طول یک سال اخیر بیشتر زمان‌شان در خانه سپری شده است. این امر به معنای زمان بیشتر برای جست‌وجو در فضای اینترنت است. اینفلوئنسرها در فضای وب و به طور مشخص شبکه‌های اجتماعی سر و صدای بسیار زیادی به پا کرده‌اند. دلیل این امر اعتماد بالای کاربران به آنها و جذابیت همکاری بازاریابی با برندهاست. این امر موجب تولید محتوای جذاب برای مخاطب هدف می‌شود. بسیاری از برندها در طول یک سال گذشته امکان بازاریابی حضوری و محیطی را از دست داده‌اند. این امر موجب تمرکز هرچه بیشتر بر روی بازاریابی دیجیتال و آنلاین شده است. همکاری با اینفلوئنسرها در این میان نقش مهمی برای موفقیت برندها ایفا می‌کند بنابراین کسب و کارها در طول سال جاری هرچه بیشتر به همکاری با اینفلوئنسرها گرایش پیدا خواهند کرد. این امر نوعی ترند عمومی برای سال جدید محسوب می‌شود. بنابراین بازاریاب‌ها باید هرچه بیشتر نسبت به استفاده دقیق از این ترند اقدام نمایند.

۲. ضرورت تعیین تعهدات دقیق تر

کسب و کارها همیشه در کنار مشتریان حضور دارند یا دست‌کم باید حضور داشته باشند. بسیاری از برندها در طول سال‌های اخیر اقدام به تعیین اهداف مشخص برای کمک به ارتقای زندگی مشتریان کرده‌اند. این امر موجب انتظارات بالای مشتریان از برندها شده است. وقوع بحران کرونا وقفه قابل ملاحظه‌ای در وضعیت بازاریابی برندها ایجاد کرده است. این امر موجب پدیدار شدن فاصله‌ای معنادار میان برندها و مخاطب هدف‌شان شده است. وظیفه اصلی هر برندی در شرایط موردنظر تلاش برای بهبود شرایط در کمترین زمان ممکن است.

برندها برای جلب نظر مخاطب هدف و ارتقای جایگاه‌شان در بازار اقدام به تعیین اهداف و تعهدات مختلف می‌کنند. اگر کسب و کار شما در طول یک سال گذشته تعهد مشخصی را برعهده نگرفته است، باید نسبت به وضعیت‌تان حساسیت نشان دهید. بسیاری از کسب و کارها در عمل در طول سال ۲۰۲۰ دامنه وسیعی از مشتریان را از دست داده‌اند. این امر مشکلات مالی بسیار مهمی برای آنها در ادامه سال جدید به همراه خواهد داشت.

تعامل مشتریان با برندها همیشه براساس چشم‌انداز آتی صورت می‌گیرد. وقتی مشتریان در تلاش برای خرید یک محصول هستند، به تعهدات و به طور کلی اهداف برند موردنظر توجه ویژه‌ای دارند. درست به همین خاطر برندهای بزرگ با تعهدات جذاب در زمینه جلب نظر مخاطب هدف عملکرد بسیار بهتری دارند.

اعلام تعهدات مختلف در حوزه کسب و کار باید همراه با واقع‌نگری باشد. برخی از برندها در ابتدای امر تعهدات بسیار بزرگی را اعلام می‌کنند. مهمترین مسئله در این میان ناتوانی اغلب کسب و کارها برای عمل به تعهدات‌شان است. نتیجه این امر ناامیدی مشتریان از برند موردنظر خواهد بود بنابراین در صورت ناتوانی برای عمل به یک تعهد نباید به سراغش رفت.

۳. استفاده وسیع‌تر از محتوای تولیدی کاربران

استفاده از محتوای تولیدی کاربران ایده تازه‌ای نیست. بسیاری از برندها در زمینه بازاریابی از محتوای تولیدی کاربران استفاده می‌کنند. دلیل این امر صرفه‌جویی در هزینه‌های بازاریابی و امکان جلب نظر مخاطب هدف برای تولید محتوای بیشتر پیرامون برندهاست. هرچه رابطه میان یک برند و مخاطب هدفش بهتر باشد، فرآیند بازاریابی براساس تولید محتوای بازاریابی جذاب بهبود خواهد یافت. امروزه برخی از برندها در عمل برای جلب نظر مخاطب هدف اقدام به تعیین هدیه و جایزه‌های مختلف برای تولید محتوا می‌کنند.

استفاده از محتوای تولیدی کاربران در طول یک سال گذشته اهمیت بسیار بیشتری پیدا کرده است. شاید این امر در ابتدا عجیب باشد، اما بازاریاب‌ها در طول یک سال اخیر به غیر از کرونا موضوع دیگری برای پرداختن نداشته‌اند. بنابراین کسب و کارها در عمل نیاز به دریافت راهنمایی و اطلاع دقیق از سلیقه مخاطب هدف دارند. اگر این امر مدنظر برندها قرار نگیرد، به سرعت مشکلات بازاریابی برندها افزایش خواهد یافت. امروزه برخی از کسب و کارها دارای انجمن‌های خاص برای مشتریان‌شان هستند. این انجمن‌ها فرآیند بازاریابی را به شدت ساده می‌کنند. تعامل بهینه با مشتریان در انجمن‌های مختلف موجب بهبود توانایی برند برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف می‌شود. اگر این نکته مدنظر برندها قرار گیرد، وضعیت بازاریابی‌شان به طور قابل توجهی بهبود خواهد یافت. ایراد اصلی برندها و بازاریاب‌ها ناآگاهی از توانایی‌ها و مزیت‌های‌شان است بنابراین در عمل بدون توجه به مزیت‌های موردنظر اقدام به بازاریابی می‌کنند.

استفاده از محتوای تولیدی کاربران امر پیچیده‌ای نیست. متأسفانه برخی از کاربران بدون هیچ‌گونه علت مشخصی اقدام به پیچیده ساختن این فرآیند می‌کنند. مهمترین مسئله در این میان توجه به رعایت سادگی و اختصار در زمینه بازنشر محتوای تولیدی کاربران است. همچنین قدردانی از کاربران برای تولید محتوا پیرامون برند را نیز باید مدنظر قرار دهیم. این نکات به طور قابل ملاحظه‌ای موجب بهبود وضعیت برند در حوزه بازاریابی و تعامل با مشتریان می‌شود.

۴. اهمیت روزافزون ثبات در عرصه بازاریابی

استفاده از شیوه‌های مختلف بازاریابی امر مطلوبی از نگاه کارشناسانه است. مهمترین مسئله در این میان عدم ثبات کسب و کارها در زمینه بازاریابی است. اغلب مشتریان تجربه مشاهده یک برند با سر و صدای زیاد در حوزه بازاریابی را دارند. این امر مشکلات بسیار زیادی از نقطه نظر بازاریابی به همراه خواهد داشت. عنصر ثبات در طول یک سال اخیر در عرصه بازاریابی گم شده است. این امر به دلیل مشکلات ناشی از کرونا بدل به امری رایج شده است با این حساب مشاهده فقدان ثبات و وقفه‌های طولانی در فعالیت بازاریابی برندها امر دور از ذهنی نیست.

کسب و کارها برای تعامل بهینه با مخاطب هدف باید در شرایط دشوار نسبت به حضور در کنار مشتریان اقدام نمایند. یکی از نکات مهم در این میان ضرورت عملکرد مناسب در حوزه بازاریابی در شرایط دشوار است. مشتریان هرگز برندهای موفق در شرایط دشوار را فراموش نخواهند کرد بنابراین باید نسبت به بهبود ثبات برند در عرصه بازاریابی اقدام کرد.

ایده‌های بازاریابی در شرایط کنونی به طور کامل با ایده‌های پیش از کرونا تفاوت دارد بنابراین باید در عمل به دنبال ایده‌های تازه برای یک کمپین بازاریابی جذاب کرد. بر این اساس مشتریان امکان خرید عینک‌های ضدبخار برای استفاده همزمان از ماسک را پیدا کرده‌اند. افراد عینکی در طول دوران کرونا شرایط بسیار دشواری را پشت سر گذاشته‌اند. اکنون وضعیت برای آنها به طور قابل ملاحظه‌ای متفاوت شده است. ایده‌های خلاقانه برای طراحی محصولات و بازاریابی درست چنین ویژگی را نیاز دارد. الگوبرداری از برندهای موفق در طول دوران کرونا یکی از ایده‌های مناسب برای بازاریابی محسوب می‌شود.

۵. تلاش برای جلب نظر دامنه خاص مشتریان

تاثیرگذاری بر روی تمام مشتریان بازار هرگز ایده جذابی نیست. بسیاری از برندها در طول دهه‌های متعددی با هدف جلب نظر تمام مشتریان در بازارهای مختلف اقدام به فعالیت بازاریابی کرده‌اند. چنین اقدامی اغلب اوقات با شکست‌های نامکاسب همراه شده است. هرچه دامنه مشتریان هدف یک برند محدودتر باشد، شانس بالاتری برای تاثیرگذاری بر روی

آنها وجود خواهد داشت. دلیل این امر تفاوت در سلیقه مشتریان است. مشتریان با سلیقه‌های مختلف به یک کمپین بازاریابی جلب نخواهند شد. بنابراین در عمل برندها و بازاریاب‌ها باید بر روی دامنه مشخصی از مشتریان سرمایه‌گذاری نمایند. در غیر این صورت مشکلات بسیار زیادی پیش روی آنها قرار خواهد گرفت. یکی از مشکلات رایج در این میان مربوط به مسئله بحران مالی است. وقتی برندها قصد بازاریابی و تاثیرگذاری بر روی دامنه وسیعی از مشتریان را دارند، هزینه‌های بازاریابی نیز به شدت افزایش خواهد یافت. نکته مهم در این میان عدم بازگشت سرمایه‌گذاری برندها در چنین حوزه‌ای است. بنابراین برندها در عمل با مشکلات بازاریابی بسیار گسترده‌ای مواجه می‌شوند. اگر کسب و کار شما پیش از دوران کرونا بر روی دامنه محدودی از مشتریان سرمایه‌گذاری می‌کرد، اکنون نیز باید همین استراتژی را در پیش بگیرید. برخی از بازاریاب‌ها به اشتباه برای جبران خسارت‌های ناشی از کرونا به سوی الگوی بازاریابی توده‌ای گرایش پیدا کرده‌اند. این امر هزینه‌های بازاریابی را به طور قابل ملاحظه‌ای افزایش می‌دهد. اگر یک برند در این میان به برنامه قبلی بازاریابی‌اش در زمینه تمرکز بر روی دامنه محدودی از مشتریان وفادار باقی بماند، نتیجه به مراتب بهتری در انتظارش خواهد بود.

۶. تقویت جست‌وجوی صوتی

مشتریان دیگر مانند گذشته به صورت متنی در موتورهای جست‌وجو نسبت به مشاهده محتوای مورد علاقه‌شان اقدام نمی‌کنند. وضعیت بازاریابی در حوزه‌های مختلف به طور قابل ملاحظه‌ای تغییر کرده است. دیگر خبری از جست‌وجوی متنی به طور گسترده نیست. توسعه دستیارهای صوتی و هوشمند نیاز کاربران برای تایپ کردن را کاهش داده است. اگر بازاریاب‌ها با این روند هماهنگی مناسبی پیدا نکنند، در کوتاه مدت با مشکل ریزش مخاطب هدف مواجه خواهند شد. بسیاری از بازاریاب‌ها باید به سرعت نسبت به بهبود وضعیت بازاریابی‌شان اقدام نمایند. این امر حوزه‌های بسیار زیادی را شامل می‌شود. شاید یکی از مهمترین حوزه‌های موردنظر در این بخش جست‌وجوی صوتی و تصویری باشد. گاهی اوقات کاربران تصاویر مشخصی از محصول دلخواه‌شان دارند. اگر در این میان نام محصول مشخص نباشد، جست‌وجوی تصویری بهترین گزینه خواهد بود. امروزه برخی از برندها برای ارائه خدمات بهتر به مشتریان‌شان از الگوی جست‌وجوی تصویری نیز پشتیبانی می‌کنند. گوگل به عنوان بزرگ‌ترین موتور جست‌وجو اقدام به پشتیبانی از جست‌وجوی تصویری برای مدت زمانی طولانی کرده است بنابراین بازاریاب‌ها امکان سرمایه‌گذاری در این حوزه بدون دغدغه‌های جانبی را خواهند داشت.

نیاز اصلی در زمینه توجه به جست‌وجوی صوتی و تصویری مربوط به تغییر نگاه به کلیدواژه‌هاست. وقتی کاربران به صورت متنی جست‌وجو می‌کردند، کلیدواژه‌ها نیز متنی بود. اکنون شرایط به طور کامل متفاوت شده است. این امر با استفاده از عبارات‌های خودمانی در جست‌وجوی صوتی به دنبال محتوای مورد نظرشان هستند بنابراین برندها باید کلیدواژه‌های صوتی را نیز مد نظر قرار دهند. شاید استفاده از چنین کلیدواژه‌ها دشوار باشد، اما با اندکی تمرین و الگوبرداری از برندهای بزرگ بدل به کاری ساده خواهد شد.

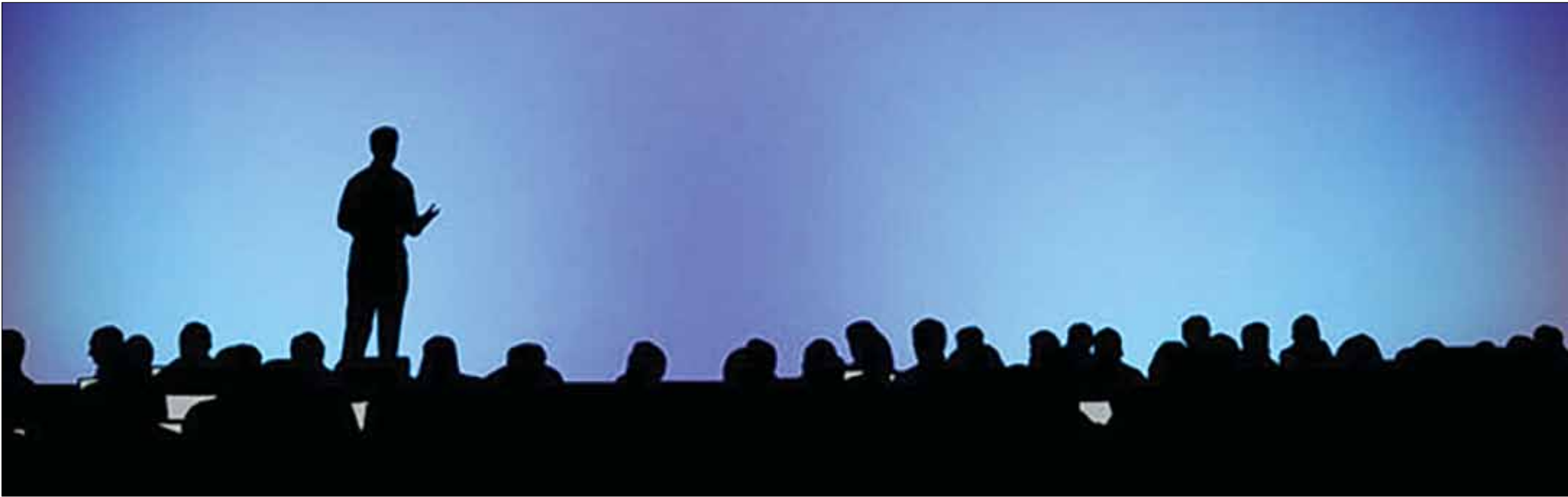
۷. تولید محتوایی با امکان خرید ساده

اغلب شبکه‌های اجتماعی از قابلیت خرید درون برنامه‌ای پشتیبانی می‌کنند. این امر توسعه مهمی در زمینه بازاریابی محسوب می‌شود. پیش از این برندها برای جلب نظر مخاطب هدف مجبور به درج لینک‌های جانبی بودند. این امر امروزه بسیار ساده‌تر شده است. بارگذاری مستقیم پست‌های فروش در شبکه‌های اجتماعی انگیزه کاربران برای خرید را نیز دوچندان کرده است بنابراین دیگر نیازی به نگارنی در مورد وضعیت خرید کاربران از برندها نیست.

وضعیت کنونی خرید آنلاین را بدل به گزینه‌ای جذاب کرده است. بسیاری از برندها در طول سال‌های اخیر به سوی بازاریابی و فروش آنلاین ترغیب شده‌اند. با وضعیت کنونی بازاریابی و فروش در شبکه‌های اجتماعی نیز نوعی ترند مهم محسوب می‌شود. اگر کسب و کارها در این حوزه سرمایه‌گذاری مناسبی انجام دهند، وضعیت‌شان حتی در دوران نامطلوب کرونا نیز دستخوش تغییر خواهد شد. بسیاری از بازاریاب‌ها با امید ایجاد تحول در عرصه کسب و کار وارد سال ۲۰۲۱ شده‌اند. نکته مهم در این میان ضرورت ایجاد تغییر از سوی برندهاست. هیچ عامل بیرونی وضعیت کسب و کارها را تغییر نخواهد داد بنابراین سازگاری با شرایط کنونی و تلاش برای استفاده از ترندهای مناسب مهمترین وظیفه برندها خواهد بود. حوزه بازاریابی پس از یک وقفه ۶ ماهه از ابتدای شیوع کرونا به آرامی در تلاش برای جلب نظر مخاطب هدف است. این فرآیند در سال ۲۰۲۱ باید شدت بیشتری به خود بگیرد. در غیر این صورت مشکلات مالی کسب و کارها به طور روزافزونی بیشتر خواهد شد. استفاده از توصیه‌های مورد بحث در این مقاله گام مهمی برای بهبود وضعیت بازاریابی در طول سال پیش روی خواهد بود.

منبع: socialmediatoday.com

سخنرانی موفق برای مدیران ارشد شرکت



به قلم: مار تینا بر توس کارشناس کسب و کار

ترجمه: علی آل علی

سخنرانی برای بسیاری از مردم کار دشواری است. این امر به دلیل ترس از حضور در مقابل جمعیت گسترده و همچنین تجربه‌های ناگوار قبلی روی می‌دهد. اگر شما هم تجربه نامطلوبی در زمینه سخنرانی داشته‌اید، باید نسبت به بهبود شرایط اقدام نمایید. امروزه در عرصه کسب و کار امکان فرار از سخنرانی در جمع‌های هرچند کوچک فراهم نیست. هر کارآفرین یا حتی کارمندی باید در مقابل مدیران ارشد نسبت به سخنرانی و بیان دیدگاه‌های بخش‌های مختلف شرکت در فرآیند تصمیم‌گیری از سوی کارآفرینان لحاظ نشود.

بدون شک سخنرانی امر ساده‌ای نیست. طراحی متن، تمرین و در نهایت حضور در میان دیگران شاید در همان ابتدا کار سختی باشد. امروزه سخنران‌های حرفه‌ای حتی بدون تمرین نیز توانایی بیان نکات مناسب و تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را دارند. من نخستین بار سخنرانی را در دوران دبیرستان به طور حرفه‌ای تجربه کردم. آن زمان نگرانی بسیار زیادی برای سخنرانی در برابر همکلاسی‌های خود داشتم. بسیاری از کارآفرینان در محیط کسب و کار نیز چنین شرایطی را دارند. هدف اصلی در ادامه مقاله کنونی بررسی برخی از نکات مهم برای سخنرانی موفق در محیط کاری است.

۱. شناخت مخاطب هدف

شناخت کلی از مخاطب هدف سخنرانی دارای اهمیت بالایی است. اگر یک فرد نسبت به شناسایی افراد حاضر در جلسه اقدام نکنند، در عمل مشکلات بسیار زیادی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف خواهد داشت. این امر شامل ناتوانی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف براساس سلیقه‌اش خواهد بود. شاید این امر اندکی شباهت به حوزه بازاریابی داشته باشد. نکته مهم اینکه سخنرانی جذاب در واقع نوعی بازاریابی برای پذیرش ایده‌مان از سوی مخاطب هدف است. مدیران ارشد یک شرکت برای پذیرش یک پیشنهاد از سوی بخشی از کارمندان باید دلایل کافی را مشاهده نمایند. سخنرانی در قالب حرفه‌ای کمک شایانی به تاثیرگذاری بر روی مدیران خواهد کرد.

یکی از مهمترین نکات در زمینه جلب نظر مدیران ارشد شرکت مربوط به آگاهی از نکات مورد توجه‌شان است. مدیران به طور معمول دارای نگرانی‌های بسیار بیشتری در مقایسه با کارمندان هستند بنابراین شاید اعضای یک تیم کوچک از شرکت امکان طراحی متن سخنرانی مطابق با انتظارات مدیران را نداشته باشند. این امر در بسیاری از موارد مشکلات زیادی برای کسب و کارها ایجاد می‌کند. بهترین راهکار در این میان قرار دادن خودمان در شرایط مدیران است. بی‌تردید این امر سختی‌های زیادی دارد، اما دست‌کم چشم‌انداز مدیریتی به ما خواهد داد بنابراین امکان تاثیرگذاری بر روی مدیران براساس سلیقه و نگرانی‌های‌شان فراهم خواهد شد. بررسی مشکلات کسب و کار و تلاش برای ارجاع به آنها در هنگام سخنرانی تاثیرگذاری بسیار زیادی دارد. هر جلسه مربوط به برند در راستای حل یکی از مشکلات صورت می‌گیرد بنابراین اعضای کسب و کارها باید انگیزه کافی برای شناسایی مشکلات نشان دهند. وقتی نوبت به سخنرانی شما می‌رسد، باید نسبت به مشکلات اساسی و چالش‌های پنهان برند صحبت نماید.

بی‌تردید یافتن مشکلات کسب و کار امر ساده‌ای نیست. اگر امکان یافتن مشکلات به‌ساده‌ترین شکل ممکن فراهم بود، دامنه وسیعی از کارآفرینان با مشکلات کاری مواجه نمی‌شدند. شاید در وهله نخست تاکید بر روی مشکلات اساسی شرکت امکان‌پذیر نباشد و بنابراین باید به دنبال راهکار جایگزین در این شرایط بود. توصیه اصلی در بخش کنونی شروع از مشکلات بخش خودمان است. این امر امکان جلب اعتماد تیم مدیریتی را فراهم می‌کند. مهمترین مسئله در این میان عدم اغراق در بیان مشکلات است. این امر موجب تردید مدیران نسبت به صحت ادعای سخنران‌ها می‌شود.

۲. ضرورت برنامه‌ریزی

سخنرانی در محیط کاری بدون برنامه‌ریزی امکان‌پذیر نیست. بسیاری از افراد پیش از سخنرانی دارای ایده‌های بسیار زیادی برای بیان هستند، اما به دلیل عدم یادداشت آنها یا دست‌کم برنامه‌ریزی برای بیان به ترتیب هر ایده به هنگام صحبت تمام آنها را فراموش می‌کنند. بدترین وضعیت در سخنرانی فراموشی نکات اساسی است. این امر موجب بروز مشکلات بسیار زیادی برای سخنران‌ها می‌شود. بسیاری از مدیران ارشد در صورت مشاهده سیگنال‌هایی مبنی بر فراموشی نکات از سوی سخنران به سرعت نسبت به قطع ارائه اقدام می‌کنند. دلیل این امر ارزشمندی زمان برای مدیران است بنابراین به هنگام سخنرانی باید تمام نکات را از پیش در ذهن داشته باشیم.

برنامه‌ریزی برای ارائه سخنرانی به معنای همراه داشتن یک برگه کامل

برای روخوانی نیست. بسیاری از کارآفرینان این نکته را مورد توجه قرار نمی‌دهند. به همین خاطر در عمل بسیاری از سخنرانی‌های مهم بدل به روخوانی از متن‌های آماده می‌شود. اگر قرار بر روخوانی از متن باشد، امکان ارسال متن موردنظر برای مدیران فراهم خواهد بود. سخنرانی باید همراه با نگاه مستقیم به مخاطب هدف صورت گیرد. در غیر این صورت تاثیرگذاری لازم را به همراه ندارد.

وقتی سخنران‌های حرفه‌ای در تلاش برای برنامه‌ریزی هستند، به عبارت‌های کامل و استاندارد از نظر دستور زبان توجهی ندارند. این امر موجب سهولت برنامه‌ریزی برای سخنرانی می‌شود. ویژگی اصلی یک برنامه مناسب امکان تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف و بیان دقیق هر نکته در جای مناسب است. این امر در صورت بی‌توجهی کارآفرینان مشکلات بسیار زیادی در زمینه ارائه نکات به همراه خواهد داشت.

اگر شما در زمینه برنامه‌ریزی برای ارائه سخنرانی گام‌های نخست را برداشته‌اید، یکی از توصیه‌های اساسی مربوط به تخمین زمان موردنیاز برای هر بخش از برنامه است. این امر امکان مدیریت بهینه زمان را فراهم خواهد کرد. اگر این نکته مهم مدنظر سخنران‌ها قرار نداشته باشد، فرآیند سخنرانی در عمل بیش از اندازه طول خواهد کشید. بسیاری از برندها در این شرایط با مشکلات بسیار وسیعی از نظر مدیریت ارائه‌های مختلف مواجه می‌شوند. اگر زمان در دسترس برای ارائه و سخنرانی شما ۱۵ دقیقه است، باید درست در همان زمان ارائه‌تان تمام شود. در غیر این صورت شاید دیگر فرصتی برای سخنرانی در جلسات آینده نداشته باشید.

۳. سازماندهی مطالب موردنظر

بیان دامنه وسیعی از مطالب به هنگام سخنرانی ایده جالبی نیست. شاید یک سخنران ۱۵ دقیقه مطالب بسیار زیادی را بیان کند، اما میزان تاثیرگذاری آنها به دلیل در هم بودن‌شان بسیار پایین باشد. مهمترین مسئله در این میان تلاش برای طبقه‌بندی نکات و سپس بیان‌شان به صورت تاثیرگذار است. نظم و سازماندهی مناسب مطالب دارای اهمیت بسیار زیادی است. این امر موجب بهبود وضعیت کسب و کارها، در جلسات مربوط به صنف‌های کاری می‌شود.

سازماندهی مطالب موردنظر هر سخنران باید براساس اولویت‌های مراسم صورت گیرد. جلسات کاری و دیگر رویدادهای مرتبط همیشه دارای یک عنوان اصلی است. این امر کمک شایانی به سخنران‌ها برای ایجاد ارتباط میان نکات مدنظرشان با دغدغه‌های مدیران ارشد خواهد کرد. مشکل برخی از سخنران‌ها تلاش برای بیان برخی از نکات فرعی به صورت گسترده است. این امر اغلب موجب پرداخت بیش از اندازه به جزئیات و ناتوانی از بیان نکات اساسی می‌شود.

اگر سخنران‌ها نسبت به توانایی‌شان برای اشاره گذرا به برخی از نکات اطمینان ندارند، باید انحراف از بحث را به عنوان یک مشکل اساسی مورد شناسایی قرار دهند بنابراین در سازماندهی بحث باید تا جای ممکن از این امر پرهیز کرد. در غیر این صورت شناسی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف باقی نخواهد ماند.

امروزه مطالعات مربوط به حافظه و استعداد یادگیری انسان کمک شایانی به سخنران‌های حرفه‌ای می‌کند. بر این اساس اغلب افراد به هنگام حفظ یک متن ابتدا و انتهایش را به خوبی در ذهن خواهند داشت. مشکل اساسی اغلب برای بیان بخش میانی مطلب روی می‌دهد. این امر به معنای ضرورت اختصاص زمان بیشتری برای یادگیری و حفظ نکات میانی در عرصه سخنرانی است. اگر این امر مدنظر بازاریاب‌ها و سخنران‌ها قرار نداشته باشد، با مشکلات بسیار زیادی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف مواجه خواهیم شد.

۴. اختصار را رعایت کنید

سخنرانی در فضای کاری باید همیشه مختصر صورت گیرد. تلاش برای بیان نکات متعدد همیشه با ناکامی همراه است. بسیاری از افراد در ابتدای سخنرانی تمایل به اشاره به نکات متعدد دارند، با ایسن حال هرچه به پایان زمان موردنظر نزدیک می‌شویم، عجله سخنران‌های تازه کار برای جمع‌بندی بحث بیشتر به چشم می‌خورد. این نکته دارای اهمیت بسیار زیادی از نظر تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف خواهد بود.

سخنرانی در قالب‌های کوتاه و مختصر همیشه به معنای تاثیرگذاری اندک بر روی مخاطب هدف نیست. بسیاری از برندها در عمل توانایی تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را در قالب پیام‌های بازاریابی کوتاه دارند. این امر در مورد سخنرانی نیز مصداق پیدا می‌کند. سخنرانی کوتاه اما همراه با نکات تاثیرگذاری موجب جلب نظر مدیران ارشد خواهد شد. این امر باید همیشه مدنظر سخنران‌های حرفه‌ای قرار گیرد. در غیر این صورت مشکلات بسیار زیادی از نظر تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف پیش خواهد آمد.

وقتی برنامه کلی سخنرانی تمام شد، باید یک بار نسبت به زمان تقریبی مورد نیاز برای بیان نکات فکر کرد. اگر نکات بسیار زیادی در برنامه سخنرانی‌تان دارید، باید نسبت به اصلاح‌اش اقدام نمایید. در غیر این

صورت زمان کافی برای بیان تمام نکات را نخواهید داشت. بسیاری از برندها در عرصه بازاریابی با همین مشکل مواجه هستند بنابراین در صورت تمایل برای بیان درست مطالب و مدیریت زمان به صورت کاربردی باید نکات اضافی را حذف کرد. بدون تردید این امر مشکلات بسیار زیادی برای کارآفرینان به همراه خواهد داشت.

برخی از سخنران‌ها تمایل به استفاده از داده‌ها و اطلاعات مختلف در فرآیند سخنرانی دارند. این امر در صورت بی‌توجهی نسبت به زمان در دسترس شاید تمام فرآیند سخنرانی را بی‌نظم سازد. اگر در خلال سخنرانی نیاز به اشاره به برخی از نکات اساسی دارید، باید آنها را در قالبی کوتاه و مختصر بیان نمایید. در غیر این صورت بحران زمان پیش روی‌تان خواهد بود.

۵. بررسی تجهیزات سخنرانی

امروزه اغلب سخنرانی‌ها به صورت آنلاین صورت می‌گیرد. بروز مشکلات فنی در زمینه سخنرانی‌های آنلاین امر رایجی است. اگرچه بخش فنی و همچنین سخنران‌ها امکان پرهیز از بروز برخی از مشکلات را دارند، اما در طول سخنرانی باید نسبت به بازخورد حضاران توجه نمایید. اگر بازخورد مخاطب پس از چند دقیقه به طور قابل ملاحظه‌ای تغییر کرد، طرح پرسش نسبت به کیفیت صدا یا حتی در دسترس بودن تصویر وبکم منطقی است. این امر موجب صرفه‌جویی در زمان در دسترس به منظور حل مشکلات فنی می‌شود. در غیر این صورت شاید چند دقیقه از وقت‌مان به دلیل مشکلات فنی از دست برود.

همیشه پیش از سخنرانی باید نسبت به کارکرد درست تجهیزات اطمینان حاصل کرد. این امر در مورد تجهیزات سخنرانی آنلاین و حضوری به یک صورت مصداق دارد. اغلب اوقات سخنران‌ها در نمونه‌های حضوری اقدام به استفاده از پاورپوینت می‌کنند. اگر در این میان سیستم نورپردازی و رایانه‌های بخش مشکل داشته باشد، کیفیت ارائه به شدت کاهش پیدا میکند.

۶. استفاده از محتوای بصری در سخنرانی

استفاده از محتوای بصری در فرآیند سخنرانی اهمیت بسیار زیادی دارد. برخی از سخنران‌ها در استفاده از المان‌های بصری دارای ضعف بسیار زیادی هستند. امروز مردم به محتوای بصری توجه بسیار بیشتری نسبت به متن یا صوت نشان می‌دهند. این امر یک اصل بازاریابی است بنابراین باید به بهترین شکل ممکن از آن در حوزه سخنرانی حرفه‌ای استفاده کرد. در غیر این صورت کسب و کار شناسی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف نخواهند داشت.

طراحی جلوه‌های بصری جذاب برای سخنرانی همیشه ایده مناسبی است. مهمترین مسئله در این میان ضرورت رعایت سادگی در طرح‌های بصری است. اگر طرح‌های موردنظر بسیار شلوغ باشد، شناس برند برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب به طور قابل ملاحظه‌ای کاهش پیدا خواهد کرد. این امر موجب بروز مشکلات بسیار زیادی از نقطه نظر بازاریابی و تاثیرگذاری بر روی حضاران خواهد شد.

امروزه سایت‌های بسیار زیادی تصاویر، آیکون و افکت‌های رایگان برای طراحی جلوه‌های بصری در دسترس قرار می‌دهند بنابراین استفاده از نمونه‌های ساده چنین سایت‌هایی بهترین گزینه خواهد بود. اغلب سخنران‌ها مهارت و زمان لازم برای طراحی تصاویر موردنیازشان به طور کامل را ندارند بنابراین باید در دام چنین ایده‌هایی افتاد.

۷. توجه به نتایج

مدیران در زمینه ارزیابی سخنرانی‌ها و پیشنهادهای کاری همیشه به نتیجه نهایی توجه دارند. این امر مشکلات بسیار زیادی پیش روی کارآفرینان قرار می‌دهد. سخنران‌های حرفه‌ای همیشه به نکات مهم و اساسی برای مخاطب هدف اشاره می‌کنند. این امر شاید در نگاه نخست بسیار ساده به نظر برسد، اما اغلب اوقات از دید سخنران‌های تازه کار پنهان می‌ماند. همین امر مشکلات بسیار زیادی به همراه خواهد داشت.

طرح پرسش‌هایی در مورد دغدغه‌های تیم مدیریتی همیشه نکته مهمی است. برخی از سخنران‌ها با استفاده از همین تکنیک امکان پرداختن به مشکلات اساسی و مهم را پیدا می‌کنند. شاید در ابتدا طراحی پرسش از سوی کارآفرینان بسیار سخت و همراه با مشکلات فراوان باشد، اما به مرور زمان توانایی آنها برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف بهبود خواهد یافت.

۸. نمایش اعتماد به نفس در سخنرانی

برخی از افراد به هنگام ارائه سخنرانی همیشه مشکل دارند. این امر شامل ناتوانی برای بیان درست نکات و همچنین استرس فراوان درست پس از شروع نخستین جمله است. مهمترین مسئله در این میان تلاش برای نمایش اعتماد به نفس در زمینه سخنرانی است. مدیران ارشد اغلب سابقه ارائه سخنرانی دارند. همین امر آنها را بدل به کارشناس‌هایی حرفه‌ای در این راستا می‌کند. اگر شما توانایی اختصاص زمان مناسب برای تمرین سخنرانی را نداشته باشید، بدون تردید در زمان ارائه با

نقدهای کوبنده مدیران ارشد مواجه خواهید شد. برخی از سخنران‌های تازه کار حتی توانایی پایان دادن به صحبت‌های‌شان در نخستین سخنرانی را ندارند. این امر اغلب موجب ناامیدی کامل آنها برای ارائه درست نکات خواهد شد. مهمترین مسئله در این میان بهبود توانایی کارآفرینان برای بیان هرچه بهتر نکات است. اگر این امر مدنظر برندها قرار نداشته باشد، به زودی با مشکلات بسیار اساسی مواجه خواهند شد.

امروزه راهکارهای بسیار زیادی برای سخنرانی مناسب وجود دارد. یکی از بهترین شیوه‌ها در این میان استفاده از زبان بدن است. وقتی سخنران‌ها از زبان بدن استفاده می‌کنند، میزان تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف به طور قابل ملاحظه‌ای افزایش می‌یابد. این امر حتی در مورد مدیران ارشد با سابقه ارائه سخنرانی نیز مصداق دارد بنابراین هرچه توانایی سخنران‌ها برای استفاده از زبان بدن بیشتر باشد، باید توجه نهایی به مسئله بهبود زندگی روزمره نیز تاثیر مناسبی خواهد داشت.

امروزه دوره‌های آموزشی بسیار زیادی در ارتباط با زبان بدن در دسترس قرار دارد. استفاده از این دوره‌های اغلب برای ارائه سخنرانی به طور حرفه‌ای کافی خواهد بود. همچنین بر روی شیوه ارتباط با دیگران در زندگی روزمره نیز تاثیر مناسبی دارد.

۹. گوش دادن به سخنرانی

سخنرانی‌های مهم باید از هر نظر ارزیابی شود. تهیه متن اولیه برای ارائه سخنرانی ایده جذابی خواهد بود، با این حال به تنهایی برای موفقیت و تاثیرگذاری بر روی مخاطب کافی نیست. امروزه سخنران‌ها حتی نیاز به گوش دادن به نمونه‌های اولیه سخنرانی‌شان را نیز دارند. این امر کمک شایانی به یافتن نقاط ضعف می‌کند.

مهمترین مسئله در زمینه گوش دادن چندباره به فایل صوتی سخنرانی پیش از ارائه نهایی مربوط به عدم تمایل افراد برای گوش دادن به صدای خودشان است. بدون تردید بسیاری از افراد گوش دادن به صدای خود را دشوار ارزیابی میکنند. این امر در صورت اندکی تمرین موجب عادت کردن به صدای خودمان می‌شود. این امر در صورت بی‌توجهی مداوم نیاز به استفاده از کمک دیگران برای گوش دادن به سخنرانی‌مان را ایجاد خواهد کرد. چنین امری نیازمند صرف هزینه مشخصی است بنابراین بهترین راهکار تلاش برای سازگاری با گوش دادن به صدای خودمان است.

۱۰. تله در تله پاورپوینت گیر نکنید

استفاده از پاورپوینت برای ارائه بهتر امری ضروری است. بسیاری از کارآفرینان پاورپوینت هرچه بهتر نکات اقدام به استفاده از پاورپوینت می‌کنند. شاید در نگاه نخست صحبت از تله پاورپوینت امری عجیب باشد. مهمترین مسئله در این میان اتکای بیش از اندازه سخنران‌ها به این ابزار است. بنابراین نقش خودشان در فرآیند سخنرانی به طور کامل گم می‌شود. امروزه بسیاری از افراد برای سخنرانی مناسب اقدام به نمایش برخی از نکات اساسی در قالب پاورپوینت می‌کنند. این امر اهمیت بسیار زیادی دارد. درج موضوعات اصلی و سپس بیان سایر بحث از سوی سخنران بهترین ایده در این میان خواهد بود. در غیر این صورت شناسی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف در فرآیند سخنرانی باقی نخواهد ماند.

یکی دیگر از نکات مهم در زمینه بیان سخنرانی‌ها مربوط به استفاده از قالب‌های پاورپوینت ساده است. اگر قالب‌های دارای طرح‌های گرافیکی بسیار زیادی باشد، تمرکز اصلی از محتوا به قالب منحرف خواهد شد. این امر موجب بروز حواس‌پرتی به طور مداوم خواهد شد. بدون شک هیچ سخنرانی تمایل به مشاهده حواس‌پرتی مخاطب هدفش ندارد بنابراین باید فکری اساسی برای استفاده از قالب‌های ساده در زمینه تهیه پاورپوینت نماییم.

۱۱. توجه به واکنش حضاران

واکنش حضاران در جلسه به صحبت‌های سخنران اصلی دارای اهمیت بسیار زیادی است. این امر مرتبط با توانایی تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف و همچنین تحلیل در لحظه بازخورد آنهاست. بسیاری از سخنران‌ها به این نکات مهم وجه لازم را ندارند بنابراین در عمل واکنش حضاران هیچ تاثیری بر روی کیفیت سخنرانی‌شان بر جای نخواهد گذاشت. این نکته یکی از مهمترین ایرادهای هر سخنرانی حرفه‌ای خواهد بود.

امروزه سخنرانی در مراسم‌ها و جلسات کاری مهمترین دغدغه هر کارآفرینی محسوب می‌شود. به ویژه اگر پای سخنرانی برای مدیران ارشد شرکت در میان باشد. مسئله اساسی در این میان تلاش برای بهبود توانایی‌های سخنرانی با استفاده از تکنیک‌های تاثیرگذار است. برخی از مهمترین مسائل در این زمینه در مقاله کنونی مورد بررسی قرار گرفت. استفاده درست از این نکات اهمیت بسیار زیادی در بهبود توانایی بیان مطالب از سوی سخنران‌ها و تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف خواهد داشت.

منبع: blog.hubspot.com



در ۹ ماهه سال جاری در بندرامیرآباد محقق شد:

رشد بیش از ۱۰۰ درصدی حمل ریلی کالا



ساری –دهقان :مدیر کل بنادر و دریانوردی امیرآباد با بیان اینکه در ۹ ماهه آغازین سال جاری میزان تخلیه و بارگیری کالا در بندرامیرآباد بیش از یک میلیون و ۸۵۰ هزار تن کالا بوده است اظهار داشت در این مدت ، حمل ریلی کالا با رشد چشمگیری در مقایسه با مدت مشابه سال قبل ، به بیش از ۶۱ هزار و ۲۰۰ تن افزایش یافت.
محمدهادی اصل سعیدی پور در گفتگو با واحد روابط عمومی اداره کل بنادر و دریانوردی امیرآباد با اعلام این خبر گفت از آغاز سال ۹۹ ، میزان تخلیه و بارگیری کالا یک میلیون و ۸۵۷ تن بوده ، که از این میزان بیش از یک میلیون و ۴۳۰ هزار تن تخلیه و بیش از ۴۲۶ هزار تن کالا از این بندر به کشورهای حوزه CIS صادر شده است.وی بندرامیرآباد را قطب مهم و یکی از حلقه های طلایی زنجیره تأمین کالاهای اساسی در کشور برشمرد و گفت در سال جاری یک میلیون و ۳۰۰ هزار تن کالاهای اساسی از قبیل گندم ، جو ، ذرت ، روغن خوراکی و ... در این بندر تخلیه و به بازار هدف ارسال شده است.
مدیرکل بندرامیرآباد در ادامه تبیین بخشی از عملکرد ۹ ماهه سال جاری این بندر به رشد بیش از ۱۰۰ درصدی حمل ریلی کالا اشاره کرد و از سیاست افزایش تنوع کالا ، با توجه به اتصال بندر به شبکه سراسری راه آهن ، بهره برداری از اسکله رو – رو ریلی در آینده نزدیک ، استفاده از ظرفیت بالقوه استان در تولید مرکبات و محصولات کشاورزی و صادرات آن به کشورهای حوزه دریای خزر خبر داد.
سعیدی پورهمچنین یکی از مزیت ها و جذابیت های بندرامیرآباد را که صاحبان کالا را به مراودات کالا و مناسبات اقتصادی از این بندر ترغیب می کند برخورداری از حمل و نقل چند وجهی و تجهیزات مدرن این بندر برشمرد و افزود رشد ۱۲۵ درصدی ترانزیت کالا در سال جاری در مقایسه آن با مدت مشابه سال قبل ، بیانگر این واقعیت می باشد.

شهرداری شاهرود با برنامه های ویژه به استقبال بهار ۱۴۰۰ می رود



شاهرود – حسین بابامحمدی: شهردارشاهرود درگفتگوبا خبرنگارگما گفت: شهرداری شاهرود دنظر داردبرای برنامه های پیش رو مخصوصا دهه مبارک فجر ومراسم برگزاری جشن پیروزی شکوهمند انقلاب اسلامی در۲۲بهمن وهمچنیناستقبال ازبهار ۱۴۰۰درخصوص ایجادنشاط اجتماعی وزیباسازی تلاش مضاعفی راداشته باشد.
مهندس حاجی محمدعلی درادامه بیان داشت: دراین راستا برنامه های مفصل و ویژه ای برای شهروندان عزیز شاهرودی تدوین و طراحی گردیده است.
مهندس حاجی محمدعلی شهردا شاهرود با اشاره به اینکه جلب رضایت مردم و تعامل برای حل مشکلات و خدمات به آحاد مردم از اولویت برنامه های مدیریت شهری است، گفت: ارتقاء سطح کمی و کیفی پاسخگویی،افزایش سطح روحی و روانی کارکنان، آموزش کارکنان، تعیین روشهای انجام کار و تسهیل در امر پاسخگویی و استفاده از روشهای منطقی و علمی در ارائه خدمات و پاسخگویی به مردم از شاخص های رضایتمندی مردم در مدیریت شهری شاهرود است.
شهردارشاهرود درادامه اظهارداشت:۱۶هزار درخت شمر در پروژه باغ راه شاهرود کاشته می شود واین درختان شامل خرما،سیب،قطر،طلا،گیلاس، انار،عناب،زیتون، شاتوت، توت سفید، گردو و... می باشد

صدور قبض رایگان برق برای ۹۱ هزار مشترک در هرمزگان



بندرعباس – خبرنگار فرصت امروز: از صدور قبض رایگان برای ۹۱ هزار مشترک در طرح برق امید خیر داد. مهندس هاجر عبدی گفت: طرح برق امید رایگان شدن قبض برق مشترکین کم مصرف از آبان ماه امسال آغاز شد و در نخستین دوره آن ۹۱ هزار مشترک که ۱۸۵ درصد مشترکین خانگی را شامل می شود مشمول طرح برق امید شده و صورتحساب آنها رایگان محاسبه می شود.
عبدی اظهار داشت: برق امید، برای اصلاح مصرف و حمایت از مشترکان خانگی کم‌مصرف طراحی و پیاده‌سازی شده است. در این طرح مشترکانی که از ابتدای فروردین تا پایان آذرماه مصرف برق ماهانه آنها کمتر از ۴۰۰ کیلووات باشد قبض آنها رایگان می شود. از ابتدای دی ماه نیز باتوجه به تغییر تعرفه برق در زمستان، مشترکانی که مصرف آنها کمتر از ۸۰ کیلووات باشند شامل این طرح می شود.
به گفته وی، استان هرمزگان هم اکنون دارای ۷۲۱ هزار مشترک است که ۵۸۸ هزار مشترک آن خانگی هستند در این طرح مشترکان به سه دسته کم مصرف، خوش مصرف و پرمصرف تفکیک می شوند که برای هر دسته از مشترکان الگوی مصرف تعیین شده است.
مدیرعامل شرکت توزیع برق بیان کرد: انتظار می رود با اصلاح میزان مصرف مشترکان خوش مصرف به تعداد مشترکان کم مصرف اضافه شده و با این وضعیت، میزان مصرف برق مشترکان خانگی کاهش یابد تا در مصرف انرژی صرفه جویی شود.

مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب گیلان :

۱۰۴ هزار خانوار مشمول تعرفه تشویقی وزارت نیرو می شوند



رشت – خبرنگار فرصت امروز: مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب گیلان گفت: با بررسی سوابق مشترکین خانگی ۱۰۴ هزار خانوار شهری و روستایی استان به دلیل رعایت الگوی مصرف، مشمول تعرفه تشویقی وزارت نیرو می شوند.
به گزارش دفتر روابط عمومی و آموزش همگانی شرکت آبفای گیلان، سید محسن حسینی امروز با اشاره به اینکه ۱۱ درصد مشترکین خانگی استان از طرح تشویقی «آب امید» برخوردار خواهند شد، افزود: از این میزان، سهم مشترکین حوزه شهری ۷ درصد و حوزه روستایی ۴ درصد خواهد بود. وی از اعمال تخفیف تشویقی برای مشترکان کم مصرف خبر داد و گفت: به همیاری بیشتر مردم علاوه بر کاهش هزینه‌های مربوط به تولید و انتقال آب، هزینه سبد خانوارها نیز مدیریت شده و رضایت بیشتری برای آنان فراهم می شود. در زمان حاضر گیلان دارای بیش از ۸۸۸ هزار مشترک آب شرب در حوزه خانگی است.

احداث خط لوله جدید انتقال نفت در شرکت نفت و گاز مسجدسلیمان



اهواز – شبنم قجواند: عملیات احداث و تعویض ۱۷۰۰۰ متر خط لوله انتقال نفت واحد بهره برداری لب سفید به اهواز توسط شرکت بهره برداری نفت و گاز مسجدسلیمان در حال انجام است.
مدیر مهندسی و ساختمان شرکت بهره برداری نفت و گاز مسجدسلیمان با اعلام این خبر افزود: این خط لوله با قطر ۱۲ اینچ عمدتا به صورت زیر زمینی بمنظور بهسازی نقاط فرسوده خط لوله نفت ارسالی از واحد بهره برداری لب سفید به اهواز در حال اجرا می باشد.
مهندس مهرداد آقابگی در ادامه گفت : این پروژه با نظر و درخواست مدیریت عملیات و بمنظور جلوگیری از هرگونه وقفه در امر تولید و کاهش مخاطرات زیست محیطی توسط این مدیریت تعریف و با هماهنگی اداره بازرسی فنی در حال اجرا می باشد. وی با عنوان اینکه این پروژه هم اینکه ۵۹ درصد پیشرفت فیزیکی دارد افزود : با جدیت همکاران تلاش می شود این پروژه تا نیمه ی نخست سال ۱۴۰۰ به اتمام رسیده و عملیاتی گردد.

بازدید مدیر عامل شرکت آب و فاضلاب استان بوشهر از روند احداث مخزن ذخیره ۱۰ هزار مترمکعبی آب در شبانکاره



بوشهر – خبرنگار فرصت امروز: اجرای مخزن ذخیره آب ۱۰ هزار متر مکعبی در شبانکاره اظهار داشت: این مخزن که در مسیر خط ابرسانی کوثر قرار دارد به ظرفیت ۱۰ هزار متر مکعب اجراء می‌شود که با تکمیل آن میزان آبدهی در شبکه ابرسانی بوشهر افزایش می‌یابد.
عبدالحمید حمزه‌پور اجرای پروژه بهسازی بستر و احداث مخزن ۱۰ هزار متر مکعبی شبانکاره را با هدف تکمیل فرآیند افزایش ظرفیت آب شهر بوشهر دانست و تصریح کرد:پروژه مذکور دارای ۲ بخش است که بخش نخست بهسازی بستر شامل اجرای ۹۱ شمع بتنی و ۵۶۶ عدد ستون شنی و به ارتفاع میانگین شش متر ،که این بخش صد در صد اجراء و انجام شده است. وی مبلغ اعتبار اختصاص یافته به این پروژه را ۲/۸ میلیارد تومان عنوان نمود. وی، بخش دوم این پروژه را شامل احداث مخزن ۱۰ هزار مکعبی بتنی دانست و گفت: اجرای این دو بخش در مجموع با مبلغ بالغ بر ۱۸۰ میلیارد ریال اجراء می شود.
مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب استان بوشهر با اشاره به اینکه پیشرفت فیزیکی پروژه حدود ۴۰ درصد است خاطر نشان کرد:پیش بینی می‌شود در صورت تأمین اعتبار بموقع حداکثر تا خرداد ماه سال آینده پروژه تکمیل و به بهره‌برداری برسد.

لایروبی دو حلقه چاه مجتمع ابرسانی سدیح

بندرعباس – خبرنگار فرصت امروز: مدیر امور آب و فاضلاب شهرستان جاسک از لایروبی چاه های تخریبی این شهرستان برای افزایش ظرفیت تولید خبر داد.
علی زارعی افزود: در این راستا دو حلقه چاه واقع در مجتمع سدیح که پس از سیل دی ماه سال ۹۸ کاملاً تخریب شده بود، لایروبی شد. وی افزود: این چاه ها تاکنون ۱۶ روستا و شهر لیرداف است که با وارد مدار شدن این دو چاه ظرفیت تأمین آب این روستاها افزایش یافته.
به گفته مدیر امور آب و فاضلاب شهرستان جاسک، در این راستا پس از لایروبی چاه تمامی تجهیزات آن نوسازی و مجدداً وارد مدار بهره برداری شد.
زارعی افزود: با تخریب این دو حلقه چاه، آب مناطق یاد شده از منابع جایگزین واقع در چاه های حاشیه رودخانه سدیح تأمین می شد.

جمشیدی دانا:

بهره مندی از شرکت های دانش بنیان اولویت نخست شرکت انتقال گاز ایران است



آذربایجان شرقی – فلاح:مدیرعامل شرکت انتقال گاز ایران از حمایت شرکت های داخلی برای دانش اندوزی و توانمندسازی در تعمیرات خطوط لوله انتقال گاز خبر داد.
مهدی جمشیدی دانا در جمع پیمانکاران پیگرانی هوشمند که در ساختمان شرکت انتقال گاز برگزار شد، با بیان اینکه سالیانه امکان پیمان سپاری ۵ هزار کیلومتر پیگرانی هوشمندن خطوط لوله فشار قوی گاز وجود دارد، گفت: استفاده از تجربه و دانش شرکت های بومی و دانش بنیان، اولویت نخست این شرکت است.
جمشیدی دانا افزود: این شرکت رتبه نخست در بین شرکت های نفتی و گازی از نظر کیفیت، سرعت و دقت در اجرای پیگرانی هوشمند را دارد و انجام یک هزار و صد کیلومتر پیگرانی هوشمند طی ۴ ماه در سال جاری نشان دهنده توان علمی و تخصصی کارشناسان مجموعه شرکت انتقال گاز است که می توان گفت در این زمینه رکورد تازه بین المللی ثبت شده است.
جمشیدی دانا در ادامه پیمانکاران را شرکت کنندار در سطح کشور عنوان کرد و گفت: شرکت انتقال گاز ایران به عنوان بهره بردار،

وجود دارد، بیان داشت: ۳۵ هزار کیلومتر قابلیت پیگرانی هوشمند

همزمان با سراسر کشور در توزیع برق گیلان صورت پذیرفت:

مانور تعمیرات و بهینه سازی با محوریت صیانت از حریم شبکه های توزیع برق



پیک زمستانی، اجرای طرح تعدیل معابر ۱۵ آبکپ، اعزام ۱۲ آبکپ از امور های استان جهت جمع آوری بنر ها و صدور اخطار

رشت– خبرنگار فرصت امروز: دکتر محمداسماعیل هنرمند

مدیرعامل شرکت توزیع برق گیلان جزییات اجرای مانور تعمیرات و بهینه سازی با محوریت صیانت از حریم شبکه های توزیع برق را ارائه کرد. وی در حاشیه مراسم آغاز این مانور که بصورت ویدئو کنفرانس با شرکت تاونیر برگزار شد اظهار داشت: محوریت اجرای این مانور تعدیل روشنایی معابر ، شناسایی و جمع آوری برق ها و رمز ارزهای غیر مجاز ، عملیات شاخه زنی و رفع حریم و جمع آوری بنرها است که در استان گیلان همزمان با سراسر کشور به همت ۸۰ آبکپ عملیاتی به اجرا درآمد. هنرمند گفت: در این مانور ۸۰ آبکپ اجرایی ، ۱۶۹ نفر از کارکنان اجرایی با ۶۸۸ نفر ساعت در ۲۰ امور توزیع برق استان به فعالیت و انجام امور محوله پرداختند.
مدیرعامل توزیع برق گیلان خاطرنشان کرد: اجرای عملیات شاخه زنی با ظرفیت ۱۴ آبکپ اعزام ۲۰ آبکپ برای شناسایی برق های غیر مجاز و رمز ارزهای در طرح کاهش

قم – خبرنگار فرصت امروز: شهردار قم بر تدوین یک نقشه

راهبردی برای اقدامات فرهنگی شهرداری قسم و برنامه محور شدن حرکت فرهنگی در این نهاد تاکید کرد.
به گزارش روابط عمومی شهرداری قم، دکتر سید مرتضی سقائیان نژاد در جلسه شورای سازمان فرهنگی هنری ورزشی شهرداری قم با اشاره به اینکه حرکت فرهنگی نیاز به پرداختن به ریشه مسائل دارد اظهار داشت: وقتی قرار است کار فرهنگی انجام دهیم، باید ابتدا بدانیم که چه اولویتهایی در شهر وجود دارد. وی به ضرورت تدوین طرح جامع فرهنگی برای شهرداری قم اشاره کرد و افزود: این طرح به مسأ می گوید که چه اولویتهایی باید در کار فرهنگی در نظر گرفته شود.
شهردار قم بر لزوم احصای نقاط ضعف و قوت عملکرد سازمان فرهنگی ورزشی شهرداری قم تاکید کرد و افزود: اگر این

رئیس بازرسی فنی پالایشگاه گاز ایلام:

پایداری تولید در سایه سلامت تجهیزات محقق می شود



ایلام – خبرنگار فرصت امروز: رئیس بازرسی فنی شرکت پالایش گاز ایلام با اشاره به اینکه پایداری تولید در سایه سلامت تجهیزات و ابزارآلات محقق می شود، گفت: این واحد فنی با استفاده از علم روز ، دانش و تخصص ، سلامت تجهیزات برای پایداری تولید را تضمین می کند.
به گزارش روابط عمومی ، " بهزاد پرچم پور" افزود: بازرسی فنی این واحد صنعتی برای اطمینان از صحت عملکرد تجهیزات در راستای تولید پایدار در سال جهش تولید با استفاده از نیروهای متخصص داخلی اقدامات قابل توجهی انجام داده که خروجی آن در تولیدات این شرکت، نمود عینی پیدا کرده است.
رئیس بازرسی فنی شرکت پالایش گاز ایلام با اشاره به اینکه در ۹ ماهه اول سال جاری بازرسی ، صدور دستورالعمل تعمیراتی و صدور گواهینامه برای ۴۳ تجهیز ثابت انجام شده است،تصریح کرد: بازرسی و صدور گواهینامه برای ۱۲۲ تجهیز بالابری و کمک بالابری به منظور جلوگیری از نصب تجهیزات غیر استاندارد انجام شده است. وی خاطر نشان کرد: بازرسی تست و کالیبراسیون ۷۱

مدیر کل پست استان آذربایجان شرقی خبر داد؛

ایجاد نخستین خانه موزه تمبر ایران در تبریز



تهیه و آماده سازی محتوای موزه ایجاد خواهد شد. پوربزرگ گفت: در راستای راهاندازی خانه موزه تمبر ایران، یک هزار و ۷۰۰ تمبر ملی و بین‌المللی برای به نمایش درآمن در این محل آماده شده

سرپرست معاونت شهر سازی و معماری شهرداری قزوین:

واحد درمانی جهاددانشگاهی قزوین بازدید شد

شهرسازی و معماری شهرداری قزوین با بیان خبر فوق افزود: این بازدید در راستای اجرای مبحث سوم مقررات ملی ساختمان و باهدف تأمین امکان استفاده بهینه و مطلوب معولان و کم توانان جسمی– حرکتی و سالمندان انجام شده است.
سرپرست معاونت شهرسازی درپایان تصریح کرد: به روز رسانی و کنترل دستورالعمل ها و قوانین

دارد که بر اساس دستورالعمل ها و اولویت بندی ها، هر خط لوله بین ۵ الی ۷ سال می بایست پیگرانی شود.
جمشیدی دانا وظیفه شرکت انتقال گاز ایران را انتقال و فشار افزائی گاز طبیعی از مبادی تولید به مبادی تعیین شده مصارف داخلی و پایانه های صادراتی عنوان کرد و گفت: سه هزار و ۸۰۰ کیلومتر پیگرانی هوشمند در اواخر سال جاری و اوایل سال ۱۴۰۰ پیمان سپاری خواهد شد. وی اظهار داشت: هدف ما جلوگیری از خروج ارز و سرمایه از کشور و توانمندسازی شرکت های داخلی است و امیدواریم روز به روز شاهد تاثیر گذاری بیشتر پیمانکاران و سازندگان داخلی در توسعه و آبادانی کشورمان باشیم. وی با اشاره به اینکه پیگرانی هوشمند، بازرسی فنی خطوط لوله است که نتیجه آن گزارش پیگرانی است، گفت: معیارهای ارزیابی مالی، تجربه و دانش و حسن سابقه از مهمترین ارزیابی و ملاک انتخاب پیمانکاران است. لازم به ذکر است در ادامه جلسه هر یک از پیمانکاران نقطه نظرات و پیشنهادها و چالش های خود را مطرح کردند.

به متجاوزین حرائم، اجزای اقدامات رفع کانون خطر آفرین در

سطح ۸ امور استان با ۱۰ آبکپ، اصلاح فلش و باز آرایي شبکه با ظرفیت ۹ آبکپ در قالب طرح تاب آوری فشار متوسط و اصلاح های فلش ضعیف، بخشی از اقدامات کارکنان خدوم و پرتلاش شرکت طی این مانور است.
هنرمند به طرح جهادی افزایش تاب آوری شبکه های فشار متوسط که از ابتدای سال در سطح استان در حال اجراست اشاره کرد و افزود: تا کنون ۲۷۸ مرحله از این طرح با فعالیت ۱۳۵۱ آبکپ اجرایی با اعتباری بیش از ۱۳۰ میلیارد ریال اجرا شده است و طی آن ۵۶۲ کیلومتر شبکه اصلاح و بهسازی شده است. وی تاکید کرد: در سال جاری براساس برنامه ریزی انجام شده ۱۰۰۰کیلومتر از شبکه های فرسوده استان گیلان باید به کابل خودنگهدار مجهز شوند که تا کنون با اعتباری معادل ۱۲۰ میلیارد تومان بیش از ۹۲۳ کیلومتر آن اجرایی شده است.

نقشه راهبردی اقدامات فرهنگی شهرداری قم تدوین شود

مسائل می‌توانیم بهتر رسیدگی کنیم و در کدام حوزه‌ها می‌توانیم اثرگذار باشیم. دکتر سقائیان نژاد پرهیز از موازی کاری را یکی از موضوعات بسیار مهم در حیطه کارهای فرهنگی دانست و عنوان کرد: در شهر مجموعه‌های بسیاری را فرهنگی انجام می‌دهند که نباید موازی کاری در این حیطه صورت بگیرد. وی به بودجه ۱۱ میلیارد تومانی سازمان فرهنگی ورزشی شهرداری قم اشاره کرد اما رقم واقعی هزینه‌ای که در شهر برای این موضوع صورت می‌گیرد را بسیار فراتر از این رقم دانست.
شهردار قم گفت: اعتبار فرهنگی را شهرداری قم تنها به بودجه‌های سازمان فرهنگی ورزشی محدود نمی‌شود بلکه وقتی یک پروژه با کاربری فرهنگی اجرا میکنیم شاید ظاهر کار عمرانی باشد اما در واقع این بودجه مصرف فرهنگی پیدا کرده و در این حیطه باید ثبت شود.

رئیس بازرسی فنی پالایشگاه گاز ایلام:

پایداری تولید در سایه سلامت تجهیزات محقق می شود

برای اطمینان از سالم بودن آنها زیر نظر بازرسان فنی انجام شده است.
پرچم پور افزود: انجام بیش از سه هزار و ۵۰۰ نقطه ضلعت سنجی از لوله ها و تجهیزات برای اطمینان از مناسب بودن ضلعت آنها، انجام تستهای غیر مخرب برای شناسایی عیوب همچون ۵۲ متر مربع تست فراصوتی ، تست نشت میدان مغناطیسی و غیره از دیگر اقدامات برای تولید پایدار بوده است.
وی اظهار داشت: تهیه و انعقاد ۴ مورد پیمان در زمینه خدمات کلی بازرسی فنی ،انجام تست نشت شا مغناطیسی، پایش خوردگی خطوط لوله و صلاحیت ادامه سرویس (FFS)، صدور دستورالعمل رنگ آمیزی برای ۲۰۰ متر مربع و نظارت بر صحت انجام آن و همچنین تعویض ۱۷ مورد کوین خوردگی و ۱۰۸ مورد بازرسی از سیستمهای حفاظت کاتدی برای اطمینان از صحت عملکرد آنها، از دیگر اقدامات در ۹ ماهه گذشته بوده است.
رئیس بازرسی فنی شرکت پالایش گاز ایلام خاطر نشان کرد: در مجموع در تمام حیطه های بازرسی فنی ۱۰۸ مورد دستورالعمل تعمیراتی صادر گردیده است.

و پس از آمادهمسازی این خانه تاریخی به نمایش در خواهد آمد.»
احمد حمزه‌زاده مدیر کل میراث فرهنگی آذربایجان شرقی نیز در این نشست با اعلام آمادگی برای تسهیل روند راهاندازی خانه موزه تمبر ایران، گفت: خانه‌وموزه‌ها مکان‌هایی هویت‌ساز، روزآمد و پویا در فضای شهری محسوب می‌شوند که دارای ظرفیتهای پژوهشی و آموزشی پیرامون موضوعات محوری هر موزه نیز هستند، لذا با ایجاد خانه موزه تمبر ایران فرصت آشنایی و پژوهشی با مجموعه تمبرها که سفری فرهنگی جوامع هستند، فراهم خواهد شد. وی اظهار کرد: اداره کل میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی آذربایجان شرقی آماده است تا در راستای راهاندازی خانه موزه تمبر ایران در مراحل تهیه محتوا، آمادهمسازی و ساماندهی خانه تاریخی مجتهدی‌ها با اداره کل پست استان اقدامات لازم را انجام دهد.

مربوط به ایمنی و حریق در ساختمان های بلند و ضوابط مناسب سازی، بازدهیهای دوره ای و مستمر از پروژه های در حال احداث و با آماده بهره برداری با انواع کاربری های مسکونی، تجاری، داری و یا آموزشی در دستور کار کمیته مشترک ایمنی و مناسب سازی فضاها و زیر ساخت های شهری شهرداری قزوین قرار دارد

روای بیت کوین در حال مرگ است چون ما از این رمزارز درست استفاده نمی کنیم



در روز ۲۲ مه سال ۲۰۱۰، یک توسعه‌دهنده به نام «لازلو هانیش» چیزی را خرید که به نظر گران‌قیمت‌ترین غذا در تاریخ بشریت به حساب می‌آید. او به یک نفر ۱۰ هزار بیت کوین داد تا دو پیتزا برای او تحویل گرفته و به دستش برساند. با توجه به اینکه بیت کوین امروز بیش از ۳۰ هزار دلار ارزش دارد، هزینه آن پیتزاها معادل ۳۰۰ میلیون دلار بوده است.

البته که این روزها هیچ کس برای چیزی بسیار دم‌دستی مانند پیتزا به فکر بذل و بخشش بیت کوین نمی‌افتد و همه نخست به این فکر می‌کنند که در آینده چه پول کلانی را از دست خواهند داد. در سال‌های بعد از ماجرای پیتزای هانیش، بیت کوین از یک آزمایش جالب در حوزه امور مالی تمرکز دایی شده، تبدیل به یکی از ارزشمندترین متعلقات جهان شد و رشد ۱۰ میلیون درصدی از سال ۲۰۱۰ و رشد ۲۲۰ درصدی از سال گذشته میلادی تاکنون را تجربه کرده است.

در تمام وب‌سایت‌های مالی جهان، یک سرمایه‌گذاران افسانه‌ای مانند پاول تودور-جونز، استنلی دراکمیلر و بیل میلر در تایید آن لب به سخن گشوده‌اند و شرکت‌هایی مانند Square و MicroStrategy هم بخش زیادی از پول سازمانی خود را صرف سرمایه‌گذاری روی بیت کوین کرده‌اند. علی‌رغم ناپایداری و خطرات فراوانش -همانطور که در کاهش ارزش ۲۵ درصدی طی هفته گذشته شاهد بودیم- بیت کوین به عنوان یک ارز پذیرفته شده و بسیاری آن را حتی رقیبی برای سایر منابع محدود طلا و الماس می‌دانند، اما در این مسیر یک اتفاقی افتاده است: وجود بیت کوین دیگر به همان دلیلی نیست که به خاطرش به وجود آمد.

بیت کوین هیچ‌وقت طراحی نشده بود که نوعی دارایی پرمخاطره به حساب آید. بیت کوین قرار بود یک ارز باشد، یک مدیوم جدید برای مبادله‌های مالی که مردم به صورت روزانه برای کسب‌وکارهای خود از آن استفاده می‌کنند. به همین خاطر است که به آن رمزارز می‌گوییم. وقتی بیت کوین در سال ۲۰۰۸ به جهان معرفی شد، خالق مرموزش که خود را «ساتوشی ناکاموتو» معرفی کرده توضیح داد که بیت کوین «نسخه‌ای همتا-به-همتا از پول الکترونیکی است که اجازه می‌دهد مبادلات مالی به صورت مستقیم میان دو شخص انجام شوند و نیازی به عبور پول از یک موسسه مالی نباشد.»

او گفت بیت کوین یک «سیستم پرداخت الکترونیک است که به جای اعتماد، بر اثبات رمزنگارانه اتکا دارد و به دو شخص اجازه می‌دهد که بدون

نیاز به یک شخص ثالث مورد اعتماد، با یکدیگر مبادله داشته باشند» و منظور از این شخص ثالث، یک بانک یا خدمات‌دهنده کارت‌های اعتباری است و این دقیقاً همان کاری بود که هانیش در آن روز از سال ۲۰۱۰ انجام داد: یک پرداخت الکترونیکی از سمت خودش به سمت شخصی دیگر، بدون اینکه یک شخص ثالث در تمام پروسه دخیل باشد. او شاید به صورت ناخواسته و ندانسته دست به تصمیمی احمقانه زده باشد، اما او داشت از بیت کوین به همان شکلی استفاده می‌کرد که این رمزارز برایش طراحی شده بود.

فراپوش کردنش اکنون آسان شده، اما وعده غایی بیت کوین در نخستین روزها این بود که با ارزی جدید مواجه خواهیم شد که پول‌های کاغذی مانند دلار (که توسط دولت‌ها چاپ و توزیع می‌شوند) را به چالش می‌کشد. بیت کوین یک پول غیرقابل ردیابی بود که به مردم اجازه می‌داد به شکلی ارزان و ناشناس، به امور مالی خود رسیدگی کنند. و از آنجایی که بیت کوین به گونه‌ای طراحی شده بود که مقادیر مشخصی از کوین داشته باشد (۲۱ میلیون کوین تا سال ۲۱۴۰ میلادی و نه بیشتر)، مردم می‌توانستند از آن استفاده کنند و نگران تورمی که ارزش‌اش را کاهش می‌دهد نباشند.

با نوعی فانتزی سایبرپانک مواجه بودیم که بسیاری را مجذوب خود کرده بود. در مدت زمانی نه‌چندان دور و طی سال ۲۰۱۸، جک دورسی، مدیرعامل توییتر و موسس Square گفت: «در نهایت جهان تنها یک ارز خواهد داشت. من شخصا باور دارم که آن ارز، بیت کوین است.» حتی امروز هم افراد زیادی را می‌باید که بر طبل انقلابی بودن احتمالات بیت کوین می‌کوبند و می‌گویند پشتیبانی امثال بی‌پل از ارزهای دیجیتال، نشان‌دهنده این است که در آینده نه‌چندان دور شاهد تغییراتی رادیکالی در سیستم‌های مالی جهان خواهیم بود.

اما حقیقت این است که بیت کوین هیچ‌وقت عملکردی مثل یک ارز رایج نداشت. تقریباً از همان ابتدا، درصد بسیار اندکی از مبادلات بیت کوین با هدف پرداخت پول در ازای محصولات و سرویس‌های مختلف صورت گرفته‌اند - و البته که بسیاری از همان مبادلات متعلق به محصولات و سرویس‌های غیرقانونی مانند مواد مخدر و قمار آنلاین بوده‌اند. عمده مبادلاتی که با بیت کوین انجام می‌شود، در اصل معاوضه است: مردم صرفاً بیت کوین را می‌خرند یا آن را می‌فروشند. برای مثال شرکت تحلیلی Chainalysis دریافت که طی چهار ماه نخست ۲۰۱۹، تنها ۱.۳ درصد از مبادلات بیت کوین در ازای خرید کالا صورت گرفته است.

و با بالا رفتن ارزش بیت کوین، این ترند گسترده و گسترده‌تر شده است. علی‌رغم تمام گمانه‌زنی‌های مثبتی که پیرامون بیت کوین به گوش می‌رسد، مجموع مبادلات نیز طی دو سال اخیر رشدی بسیار اندک داشته‌اند و رقم نهایی آنقدر در قیاس با مبادلات الکترونیکی بانک و مبادلات کارت‌های اعتباری کوچک است که اصلاً ارزش اشاره کردن هم ندارد. اکنون به صورت میانگین در هر روز -و با در نظرگیری معاوضه‌ها- حدوداً ۳۲۵ هزار مبادله بیت کوین داریم. همین رقم برای مبادلات روزانه با کارت‌های اعتباری، به میلیون می‌رسد.

برخی از دلایل شکست بیت کوین در تحقق وعده‌اش برای تبدیل شدن به یک ارز، به مشکلات عملی کارکرد آن باز می‌گردد و یکی از واضح‌ترین دلایل این حقیقت است که طراحی بیت کوین باعث می‌شود در پردازش مبادلات مالی بسیار کند باشد. برای مثال ویزا در هر ثانیه حدود ۶۰۰۰ هزار تراکنش مالی را پردازش می‌کند و ظرفیت لازم برای چند برابر مبادله بیشتر را نیز دارد. بیت کوین در هر ثانیه قادر به پردازش ۷ تراکنش است بنابراین تراکنش‌های بیت کوین زمان زیادی می‌برند تا تکمیل شوند و این یعنی اگر از بیت کوین در یک فروشگاه معمولی یا هنگام خرید آنلاین استفاده کنید، با در دسر مواجه خواهید شد.

کارمزد تراکنش‌های بیت کوین هم گاهی به شکلی غافلگیرکننده زیاد بوده است. در جریان آخرین رشد انفجاری بیت کوین طی سال ۲۰۱۷، کارمزدها به رقم حیرت‌انگیز ۵۵ دلار به ازای هر تراکنش رسید و اگرچه سپس شاهد کاهش این رقم بودیم، اما کماکان خرید هر چیزی با بیت کوین، ۶ دلار اضافه روی دست‌تان هزینه می‌گذارد. اگر مشغول سرمایه‌گذاری باشید این مشکل آنقدرها بزرگ نیست، اما همین مسئله به مانعی بزرگ برای خرید پیتزا با بیت کوین تبدیل می‌شود.

مشکل بنیادین‌تر بیت کوین به عنوان یک ارز نیز به همان چیزی مربوط می‌شود که مردم بیشترین تمایل را به صحبت درباره‌اش نشان می‌دهند - اینکه منابع بیت کوین کنترل شده و محدود هستند. به خاطر محدود بودن منابع، وقتی تقاضا برای بیت کوین افزایش می‌یابد (مثلاً بیایید فرض کنیم زمانی که مردم متقاعد شده‌اند با خرید بیت کوین می‌توانند خیلی سریع پولدار شوند)، ارزش آن هم افزایش خواهد یافت بنابراین اگر باور داشته باشید که بیت کوین‌تان قرار است حساسی محبوب شود، کاری احمقانه خواهد بود که از آن برای خرید پیتزا استفاده کنید.

کار منطقی این است که کوین‌های‌تان را نگه داشته و وقتی قیمت‌ها بالا رفت، آنها را بفروشید و از آنجایی که زندگی بدون خرج کردن بیت کوین

غیرممکن نیست، هیچ چیز شما را مجبور به دست کشیدن از احتکار بیت کوین‌های‌تان نمی‌کند. هرچه مردم بیت کوین‌های بیشتری پیش خود نگه دارند و به آن به چشم یک دارایی پرخطر نگاه کنند، کمتر قادر به استفاده از بیت کوین به عنوان ارز هستیم.

افزون بر این، بی‌ثباتی حیرت‌انگیز قیمت بیت کوین -که همانطور که طی هفته گذشته دیدیم، می‌تواند یک شبیه ۱۰ الی ۲۰ درصد کاهش یابد- باعث می‌شود کسب‌وکارها و اشخاص حقیقی حاضر به پذیرش بیت کوین در ازای محصولات و کالاهای واقعی نباشند. هیچ کس دلش نمی‌خواهد پولی دریافت کند که تا فردا ۱۰ درصد از ارزش‌اش کم شده است. البته که می‌تواند ۱۰ درصد ارزشمندتر باشد، اما اکثر کسب‌وکارها حاضر به قمار کردن روی چنین چیزی نیستند.

به عبارت دیگر، تغییر ماهیت بیت کوین از یک ارز عمومی به یک دارایی پرخطر از همان ابتدا در سیستم قابل مشاهده بوده است. این مسیری بود که بیت کوین همیشه طی می‌کرد. البته اکنون رمزارزهای دیگری نیز به جز بیت کوین داریم که با طراحی بهتر، عملکردی شبیه‌تر به ارزهای معمولی از خود به نمایش می‌گذارند، اما پارادوکس ماجرا این است که کمتر از بیت کوین به محبوبیت رسیده‌اند.

اگرچه بیت کوین به عنوان یک سیستم پرداخت و مدیومی برای مبادلات مالی طراحی شده بود، به شکلی اجتناب‌ناپذیر، اصلی‌ترین جاذبه‌اش چیزی بود که اقتصاددانان به آن «ذخیره ارزش» می‌گویند: یک‌چور جایگزین دیجیتالی برای طلای آنالوگ. درست مثل طلا، بیت کوین به همان اندازه‌ای ارزشمند است که مردم آن را ارزشمند می‌پندارند. شما آن را می‌خرید چون فکر می‌کنید یک نفر در آینده پول بیشتری بایش خواهد پرداخت و درست مثل طلا، ارزش آن توسط بانک مرکزی دچار تورم نمی‌شود.

این حقیقت که بیت کوین برخلاف سهام یا اوراق بهادار، ارزش درونی ندارد باعث نمی‌شود که در مسیر بی‌ارزش شدن کامل باشد. موضوع صرفاً از این قرار است که بیت کوین کاملاً از هدف و ماهیت ابتدایی خود دور شده. آنچه قرار بود زندگی مالی و روزمره مردم را دگرگون کند، حالا به راهی سریع برای ثروتمند شدن یا فقیر شدن تبدیل شده یا در سناریوهای آینده‌ال، مردم از بیت کوین برای محافظت از ثروت خود در برابر تورم استفاده می‌کنند. بیت کوین راهش را به عنوان یک «رمزارز» شروع کرد و آن را به عنوان یک «رمزدارایی» به پایان رساند.

منبع: digiato

موفقیت در استفاده تجاری از شبکه‌های اجتماعی با ۷ قانون طلایی

به قلم: نیل شافر کارشناس حوزه تولید محتوا / مترجم: امیر آل‌علی

در حال حاضر شبکه‌های اجتماعی در صدر توجهات افراد قرار دارد. درواقع این امر بسیار محتمل است که در طول روز تلویزیون مشاهده نکنید یا از خانه بیرون نروید که با مواردی نظیر بیلبوردهای تبلیغاتی مواجه شوید، با این حال آمارها حاکی از آن است که افراد حداقل یک ساعت از شبانه روز خود را به شبکه‌های اجتماعی اختصاص می‌دهند. این امر باعث خواهد شد تا در کنار از بین رفتن مرزها، شانس دیده شدن بسیار بالایی را داشته باشید، با این حال نباید تصور کنید که وجود پتانسیل خوب به معنای آن است که تنها با حضور فعال، می‌توان به موفقیت دست پیدا کرد. واقعیت این است که بسیاری از صفحات تجاری، دستاورد قابل توجهی نداشته و این امر باعث شده است تا در این مقاله به ۷ قانون موفقیت در استفاده تجاری از شبکه‌های اجتماعی بپردازیم.

۱-هر فعالیتی به بودجه نیاز دارد

رایگان بودن بستر شبکه‌های اجتماعی باعث شده است تا بسیاری از افراد از اهمیت اختصاص بودجه غافل شوند. درواقع نمی‌توان پرنری را متصور شد که یک فرد غیرحرفه‌ای به تنهایی بر روی آن فعالیت نماید. در این زمینه شما به تولید محتوا نیاز خواهید داشت که برای آن یک تیم مناسب را می‌خواهید. درواقع اگر محتواهای منحصر به فرد خود را نداشته باشید، دلیلی نیز جهت دنبال کردن شما وجود ندارد. در این زمینه کیفیت کار بسیار مهم بوده و بدترین اقدام این است که صرفا با گوشی تلفن همراه خود و بدون آگاهی از تکنیک‌های عکاسی و فیلم‌برداری، در این زمینه اقدام کنید. این نکته را هم به خاطر داشته باشید که در حال حاضر، مهمترین فعالیت بازاریابی تولید محتوا بوده و به همین خاطر توصیه می‌شود که سایر روش‌های پرهزینه که کارآمدی خود را از دست داده‌اند، کنار گذاشته و تمرکز اصلی خود را بر این بخش قر ار دهید. در نهایت فراموش نکنید که بودجه‌بندی یک مهارت بوده و تکنیک آن با توجه به حوزه کاری و شرایط برند شما تفاوت‌هایی را خواهد داشت. به همین خاطر کپی‌برداری در این رابطه ابدا کاربردی را ندارد.

۲-اهداف خود را بشناسید

هنگامی که نسبت به اهداف خود آگاه نباشید، این موضوع باعث خواهد شد تا قادر به همگام‌سازی اقدامات نباشید. در این راستا توصیه می‌شود که قبل از تعیین استراتژی و اقدامات، چندین هدف اصلی را شناسایی نمایید. در این راستا تک هدفی بودن، منجر به اتفاقات بسیار بد خواهد شد. برای تعیین اهداف، شناسایی درست نیازها، امری کاملا ضروری خواهد بود. در زمینه انتخاب اهداف، صرفا توجه به نیازهای خودتان کافی نبوده و لازم است تا نگاهی به وضعیت جامعه هدف داشته باشید. درواقع تعیین اهداف، قبل از هر اقدام عملی باید انجام گیرد.

۳-موارد کارآمد و بی‌نتیجه را بشناسید

این امر یک واقعیت است که تصور شما ممکن است با واقعیت موجود، تفاوت‌های بسیار زیادی را داشته باشد. در این راستا فراموش نکنید که روش مناسب سال گذشته ممکن است دیگر کاربردی نداشته باشد. به همین خاطر ضروری است تا فهرستی را ایجاد کنید که براساس آن بتوان موارد کاربردی و آنهایی را که دیگر نتیجه‌بخش نیستند، به خوبی بشناسید. در این راستا فراموش نکنید که این اقدام شما باید به صورت مداوم تکرار شود. این امر باعث خواهد شد تا همواره موارد بهتری را بیابید. در این راستا با تمرکز بر روی تغییرات برندهای برتر، می‌توان نسبت به الزامات جدید، در مدت کمتری به آگاهی دست پیدا کرد.

۴-رقبای خود را بشناسید

یکی دیگر از نکاتی که باید به آن توجه داشته باشید این است که رقبای خود در عرصه‌ای که فعالیت دارید را به خوبی زیر ذره بین قرار دهید. در این راستا حتی یک صفحه در شبکه اجتماعی موردنظر شما نباید فراموش شود. این موضوع نه تنها شما را به درک بهتری از شرایط می‌رساند، بلکه زمینه بسیاری از اتفاقات ناگوار را از بین خواهد برد. برای مثال ممکن است یکی از رقبای، مطلبی را منتشر کرده باشد که طعنه به شما بوده و در صورت عدم پاسخگویی سریع، اعتبار شما تا حد زیادی تخریب خواهد شد.

۵-از تناسب بخش‌های مختلف با اهداف خود اطمینان داشته باشید

تیمی که در شبکه موردنظر شما فعالیت دارد و سطح بودجه، باید متناسب با اهداف شما باشد. درواقع ضعف در هر یک از آنها باعث می‌شود تا با مشکلات بسیاری مواجه شده و به نتایج موردنظر دست پیدا نکنید. در کنار این موضوع فراموش نکنید که شما باید آینده‌نگری داشته باشید. برای مثال ممکن است برای سال آینده، شما به دو برابر کردن تیم مدیریت صفحه خود نیاز داشته باشید. بدون شک اگر از همین امروز برای آن برنامه‌ریزی نکنید، ممکن است با مواردی نظیر کسری بودجه مواجه شوید.

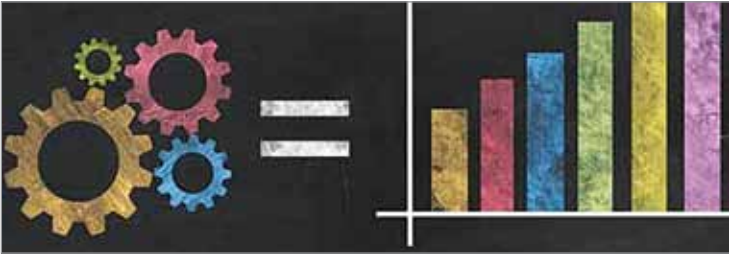
۶-تفاوت صفحات تجاری و شخصی را درک کنید

یکی از اشتباهات بسیار رایج این است که افراد ضرورت تفاوت صفحه تجاری و شخصی را درک نکرده‌اند. همین امر باعث می‌شود تا شانس رشد آنها بسیار محدود باشد. درواقع در یک صفحه شخصی، شما هر آن چیزی را که دوست دارید به اشتراک خواهید گذاشت، با این حال در صفحات تجاری، خواست مشتری مهمترین اصل محسوب می‌شود.

۷-ارتباط لازم را ایجاد کنید

در نهایت نکته‌ای که باید به آن توجه داشته باشید این است که تمامی بخش‌های کسب و کار شما باید با یکدیگر ارتباط داشته باشد. برای مثال صفحه شما در شبکه اجتماعی اینستاگرام باید معرف سایت، محل کار و کارمندان شما نیز باشد. بدون این ارتباطات، بدون شک نتایج شما نیز بسیار محدود خواهد بود. همچنین فراموش نکنید که شما باید تنوع بالایی را داشته و با افراد معتبر همکاری نمایید. در این راستا همکاری با بهترین افراد حوزه کاری شما در کنار تعامل با اینفلوئنسرها، وضعیت شما را در زمانی کم، به مراتب بهبود خواهد بخشید.

منبع: allbusiness.com



فرصت امروز

روزنامه‌مدیریتی -اقتصادی

دوشنبه | ۲۹ دی ۱۳۹۹ | شماره ۱۷۰۸ | صفحه ۱۶ |

صاحب امتیاز: موسسه مطبوعاتی فرصت سازان امروز

مدیر مسئول و سردبیر: محمدرضا قدیمی

چاپ: هنر سرزمین سبز

دفتر مرکزی: میدان هفت تیر، خیابان بهار شیراز، میدان بهار شیراز، پلاک ۱۴۹

دفتر مرکزی: ۸۸۳۱۷۷۳۸

سازمان آگهی‌ها: ۸۸۳۲۰۹۶۰

آیین نامه اخلاق حرفه ای روز نامه: WWW.FORSATNET.IR/REGULATIONS

WWW.FORSATNET.IR

INFO@FORSATNET.IR



۴ راه حل ساده برای اینکه کارهای تان را به تعویق نیندازید

۳. اهداف دقیق و سنجیده‌ای تعیین کنید

وقتی از آینده خود، تصویر واضحی نداشته باشید و برای خود هیچ هدف دقیقی مشخص نکرده باشید، بیش از پیش، امروز و فردا می‌کنید. چون نمی‌دانید باید چه کاری کنید و همین باعث سردرگمی شما می‌شود. برای غلبه به اهمال کاری، اهداف بلندپروازانه اما واقع‌گرایانه داشته باشید و روش‌های رسیدن به آن را تعیین کنید. هم به بلندمدت فکر کنید و هم اهداف کوتاه‌مدت ۹۰ روزه تعیین کنید. این‌گونه تمرکز و اعتماد به نفستان بیشتر می‌شود و همین به نوبه خود، توانایی شما را افزایش می‌دهد. در صورت نداشتن هدفی مشخص، به هیچ وجه نمی‌توانید کاری از پیش ببرید.

برای شروع، ۵ هدف واضح و قابل سنجش مشخص کنید و سعی کنید تا در ۹۰ روز آینده، به آن برسید.

۴. هدف اصلی خود را مشخص کنید

داشتن انگیزه و اعتماد به نفس، بسیار مهم است. وقتی نمی‌دانید قرار است برای چه کاری تلاش کنید یا بهتر است بگوییم؛ وقتی نمی‌دانید هدف‌تان چیست، با مشکل مواجه می‌شوید و شروع می‌کنید به بهانه‌جویی و پشت گوش انداختن کارهای‌تان.

تعامل احساسی و عاطفی، به شما انگیزه برداشتن قدم‌های بعدی برای اهداف‌تان را می‌دهد. وقتی جایی گیر کردید، از خودتان بپرسید «اصلا چرا می‌خواستم به این هدف برسم؟» و دوباره دلایل خودتان را مرور کنید.

انگیزه‌های اصلی شما هرچه که باشد، وقتی دیدید مسیرتان سخت شده و دیگر پیشرفتی نمی‌کنید، نگاهی به خودتان بیندازید و به خود یادآوری کنید که در وهله اول، برای چه می‌خواستید به این هدف برسید. مرور این دلایل به شما کمک خواهد کرد تا تعلل و بهانه‌جویی را کنار بگذارید و با انگیزه بیشتری ادامه بدهید.

حالا توانستید متوجه دلیل امروز و فردا کردن‌تان شوید؟
منبع: PickTheBrain/ucan

امروز انجام داده‌اید را با آنچه که برای رسیدن به هدف‌تان در آینده باید انجام دهید مقایسه کنید، ناامید می‌شوید. تمرکز زیاد روی ایده‌آل‌ها، جلوی پیشرفت‌تان را می‌گیرد. برای حل این مشکل، فقط کافی است که طرز فکر خود را تغییر دهید. به‌جای مقایسه وضعیت الان خود با آینده، میزان پیشرفت امروزتان را با روز اول مقایسه کنید. وقتی وضعیت خود را با گذشته مقایسه کنید، میزان پیشرفت‌تان را خواهید دید.

این روش می‌تواند دو دلی شما را برطرف کند و اعتماد به نفس‌تان را برای رسیدن به اهداف بزرگتر، بالا ببرد. این‌گونه به‌جای انتقاد از خودتان، با پیشرفتی که به‌دست آورده‌اید، احساس بهتری خواهید داشت.

۲. فکر نکنید که هیچ چیز خوب پیش نمی‌رود

کمالگرایی و داشتن یک ذهنیت مقایسه‌گر، شما را دو دل می‌کند. وقتی زمان زیادی را در شبکه‌های اجتماعی می‌گذرانید، در استوری‌ها و تصاویر دوستان و همسالان به نظر «موفق» خود غرق می‌شوید.

شاید دوستان، ارتباطات، پول و فالوورهای بیشتری نسبت به شما داشته باشند. ممکن است همسالان، دوستان و اینفلوئنسرها (influencers) در شبکه‌های اجتماعی بگویند کلی کار انجام می‌دهد و پول زیادی درمی‌آورند، که خب طبیعتا باعث می‌شود شرایط خودتان را با شرایط آنها مقایسه کنید و همین هم باعث شک و دودلی شما می‌شود.

افسرده می‌شوید و از خودتان می‌پرسید چرا برعکس آنها به جایگاه دلخواه‌تان نرسیده‌اید، اما شما از آنچه در پشت صحنه اتفاق می‌افتد، بی‌خبرید. شما از زندگی و شغل آنها اطلاعی ندارید، پس هیچ‌گاه خودتان را با دیگران مقایسه نکنید. اهداف خودتان را مشخص کرده و مسیر خودتان را طی کنید.

همه موفقیت‌های‌تان را جشن بگیرید و قدردان چیزهایی باشید که به دست آورده‌اید.

آیا گاهی اوقات احساس سردرگمی می‌کنید؟ نمی‌دانید چطور روی کارتان تمرکز کنید و از انجامش لذت ببرید؟ حتما سعی می‌کنید رو به جلو حرکت کنید ولی انگیزه‌ای برای شروع بزرگ‌ترین و مهمترین پروژه‌های خود ندارید. همین حس به تعویق انداختن کارها، به شما غلبه می‌کند و قبل از اینکه به خودتان بیایید، متوجه می‌شوید که کل روز، هیچ کاری انجام نداده‌اید.

شما هم قبلا تجربه‌اش کرده‌اید، نه؟

این اتفاق برای خیلی از افراد پیش آمده است. بعد از کار کردن با بسیاری از افراد شاغل، فهمیدم که سریع‌ترین روش برای غلبه به این عادت، به اصطلاح، تحتِ «کلاه ذهنیت» قرار گرفتن است.

از هر زاویه که به این قضیه نگاه کنید، می‌فهمید موانعی که هنگام انجام کارهای‌تان سر راه خود می‌بینید، در واقع به خاطر همین عادت «امروز فردا کردن» است.

در ادامه، ۴ راه حل مختصری که می‌توانید با انجامش به این عادت غلبه کنید، فهرست کرده‌ایم.

۱. برای خود، یک ایده‌آل غیرممکن و نشدنی نسازید
وقتی برای خود هدفی تعیین می‌کنیم، در خیالات‌مان برای خود ایده‌ای ایده‌آل می‌سازیم. بعد هم طبق همین خیالات، مراحل بعدی رسیدن به آن هدف را پشت هم می‌چینیم. در این حالت، دو مسئله پیش می‌آید. اغلب ایده‌آل‌های ما، با موقعیت کنونی ما بسیار تفاوت دارند و دور و دست‌نیافتنی هستند. این آینده‌نگری، در واقع بدون اینکه درباره آن خوب فکر شده باشد، شکل گرفته است. هیچ مقدمه‌ای برای آن وجود ندارد و به لازمه‌های رسیدن به این ایده‌آل، فکر نشده است. اینجاست که دچار مشکل می‌شویم و هی امروز و فردا می‌کنیم و حتی گاهی اوقات برای رسیدن به آن ایده‌آل، هیچ تلاشی نمی‌کنیم و اینجاست که ایده‌آل‌های‌مان روز به روز دورتر و دست‌نیافتنی‌تر می‌شوند.

بگذارید این‌گونه توضیح بدهم؛ وقتی مقدار کاری که