



مردم چه نگاهی به انتخابات ریاست جمهوری دارند؟

بیم‌ها و امیدهای انتخابات ۱۴۰۰

۲۸ خردادماه ۱۴۰۰ سیزدهمین دوره انتخابات ریاست جمهوری ایران برگزار می‌شود. اگر چه به نظر می‌رسد برخی از افسار مردم از اثرگذاری تحولات سیاسی بر معیشت و وضعیت اقتصادی جامعه نوید هستند و به ناظران خاموش و منفعل فراز و فرودهای انتخاباتی تبدیل شده‌اند، اما نتایج نظرسنجی‌ها و گزارش‌های میدانی نشان می‌دهد که این‌گونه نیست و بخش‌های قابل توجهی از شهروندان ایرانی به تغییرات سیاسی بهار ۱۴۰۰ با خوش‌بینی نگاه می‌کنند. آنها امیدوارند که با تغییر دولت در بزنگاه سیزدهمین انتخابات ریاست جمهوری، گشایشی در اوضاع و احوال فردی و جمعی‌شان به وجود آید و سرنوشت تازه‌ای در اولین سال از قرن جدید شمسی برای جامعه ایرانی رقم خورد. در این زمینه، «ایسپا» در پیمایش ملی بهمن‌ماه ۱۳۹۹ با تعداد نمونه ۱۵۸۳ نفر و با جامعه آماری شهروندان ۱۸ سال به بالای سراسر کشور از پاسخگویان پرسیده است: فکر می‌کنید شرکت مردم در انتخابات چقدر می‌تواند در حل مشکلات فعلی کشور موثر باشد؟ در پاسخ به این سوال، ۲۸٫۶ درصد از شهروندان، مشارکت در انتخابات را «کاملاً مؤثر» و ۲۶٫۵ درصد «تأحدی مؤثر» دانسته‌اند. پرواضح است که امیدواران تمایل بیشتری به مشارکت در انتخابات دارند و بسیاری از آنان از هم‌اکنون تصمیم قطعی به شرکت در انتخابات گرفته‌اند. بر این اساس، از تمام کسانی که گفته‌اند در انتخابات سال ۱۴۰۰ شرکت می‌کنند، حدود ۸۵ درصدشان مشارکت مردم را کاملاً یا تا حدی در حل مشکلات کشور مؤثر می‌دانند.

بسیاری از ایرانیان گمان می‌کنند دولت صاحب جایگاه، امکانات و منابعی است که با به کار بستن درست آنها می‌توان از مشکلات امروز ایران کاست. آنها احساس می‌کنند با تغییر در قوه مجریه و به تبع آن تغییر در رویکردهای مدیریتی دولت، ممکن است اوضاع بهتر شود، اما ناگفته پیداست که امیدواری آنها محدود به تغییر نام‌ها و آدم‌ها در هیأت دولت نیست. ایرانیانی که به بهبود وضعیت کشور با تغییر دولت در سال ۱۴۰۰ امیدوارند، در انتظار چاره‌اندیشی‌های دولت جدیدند. آنها فکر می‌کنند با راه حل‌هایی متفاوت از رویه‌های جاری اداره کشور می‌توان چالش‌های اقتصادی و اجتماعی موجود را مدیریت کرد، اما ابهام اصلی در اینجااست: مردم چه راه حلی را ترجیح می‌دهند؟

راحل‌های موجود و ممکن برای مواجهه با چالش‌های دولت-ملت ایران در شرایط کنونی نامحدود نیست؛ کما اینکه در پیمایش «ایسپا» در بهمن‌ماه امسال از شهروندان پرسیده شد که از نگاه آنها، دولت آینده از میان گزینه‌های «آزادی»، «بهبود روابط با کشورهای خارجی»، «عدالت»، «حمایت از تولید داخلی» و «منبت در برابر تهاجم خارجی» بهتر است کدامیک را در اولویت کاری خود قرار دهد؟ هر یک از این گزینه‌ها بازنمای یکی از شیوه‌های محتمل اداره کشور است که دولت آینده می‌تواند در پیش گیرد. اولویت دادن به هر یک از این گزینه‌ها به معنای برگزیدن راه حلی متفاوت است که انتخاب آن پیامدهای مستقیم و غیرمستقیم متفاوتی بر سیاست و اقتصاد جامعه ایران به دنبال خواهد داشت. پاسخ مردم به این پرسش می‌تواند تا اندازه‌ای وضعیت حاکم بر افکار عمومی ایران را در قبال نوع مواجهه با چالش‌های موجود مشخص نماید.

طبق نتایج نظرسنجی «ایسپا»، ۳۱٫۲ درصد شهروندان در پاسخ به این سوال، گزینه «عدالت» را برگزیده‌اند. «حمایت از تولید داخلی» و همچنین «بهبود روابط با کشورهای خارجی» انتخاب ۲۰ درصد پاسخگویان بوده است. ۱۰٫۷ درصد از پاسخگویان نیز گزینه «منبت در برابر تهاجم خارجی» و ۳٫۵ درصد گزینه «آزادی» را انتخاب کرده‌اند. ۱۲٫۶ درصد پاسخگویان هم گفته‌اند که نمی‌دانند دولت باید کدامیک از این گزینه‌ها را در اولویت قرار دهد و ۲ درصد به این پرسش پاسخی نداده‌اند.

فاصله قابل توجه میان طرفداران گزینه «عدالت» در مقایسه با سایر گزینه‌ها نشان می‌دهد که جمع کثیری از مردم ایران انتظار دارند دولت آینده در اداره کشور، رویکردی عدالت‌محور را در پیش گیرد. حمایت از شهروندان در برابر فشارها و آسیب‌های اقتصادی و نیز بازنگری در سیاست‌های مربوط به توزیع و تخصیص منابع از جمله نخستین اقتضانات در پیش گرفتن این راه‌حل برای اداره کشور خواهد بود. عدالت قومیتی و جنسیتی و به طور کلی، تلاش برای تقلیل نابرابری میان گروه‌های مختلف از جمله بین گروه‌های وابسته به منابع دولتی با دیگران، از لوازم در پیش گرفتن این رویکرد است که می‌توان گفت اکثر شهروندان خواهان آن هستند.

از سوی دیگر، سهم برابری از پاسخگویان، طرفدار اولویت دادن به دو رویکرد در اداره کشورند؛ یعنی ۲۰ درصد پاسخگویان فکر می‌کنند دولت باید سیاست‌های مبتنی بر حمایت از تولید داخلی را در کانون برنامه‌های خود قرار دهد و ۲۰ درصد نیز معتقدند راهکار اصلی برای فائق آمدن بر مشکلات، بهبود روابط با کشورهای خارجی است. نتایج این نظرسنجی حاکی است، در بین گزینه‌های موجود، کسانی که معتقدند «آزادی» باید در اولویت کار دولت آینده قرار گیرد، به روشنی در اقلیت‌اند. اگر چه نتایج یافته‌های پژوهشی متعدد «ایسپا» بیانگر نگاه مثبت اکثریت ایرانیان به مقوله آزادی در عرصه‌های مختلف است، اما به نظر می‌رسد فشارهای اقتصادی و معیشتی باعث شده در شرایط کنونی سیاست‌ها و برنامه‌های مبتنی بر کاهش محدودیت و تقویت نظارت بر فعالیت فرهنگی، سیاسی و اقتصادی در انتظارات عموم مردم از دولت آینده، اولویت نخست و اصلی نداشته باشند.

آگاهی از این انتظارات می‌تواند پاریگر سیاستمدارانی باشد که می‌خواهند وارد عرصه انتخابات ۱۴۰۰ شوند، اما دستاورد مهتر، آشنایی با گوشه‌هایی از چهره حال حاضر افکار عمومی در ایران است؛ کما اینکه در طول دو دهه گذشته موعد برگزاری انتخابات همواره فرصتی برای مردم ایران فراهم کرده تا انتظارات و خواسته‌های خود را به نظام سیاسی منتقل کنند. به نظر می‌رسد دولت در این موقعیت، گوش شنواتری برای شنیدن صدای ملت دارد. برای آنکه بدانیم شنیدن این صدا چه اثری بر روند اداره امور کشور خواهد داشت، باید تا بزنگاه خردادماه ۱۴۰۰ منتظر بمانیم.

چرا افکار عمومی به گزارش‌های رسمی درباره کرونا بی‌اعتماد است؟

تحلیل‌های اجتماعی درباره کرونا



رفتارهای گروه‌های آسیب‌پذیر در مدیریت کرونا بسیار مهم است، زیرا گروهی معتقد به تئوری توطئه هستند و یا برخی افراد کمتر به دنبال کسب اطلاعات هستند. از این رو، در بسیاری از کشورها، تعداد مبتلایان به کرونا در بین گروه‌های آسیب‌پذیر بیشتر بوده است.»

موضوع سلامت برای مردم مهمتر است یا اقتصاد؟

دکتر آرش نصر اصفهانی نیز در وبینار «سمت و سوی افکار عمومی در دوران کرونا»، به نظرسنجی‌های انجام شده در سطح کشور اشاره کرد و گفت: «از اسفندماه ۹۸ تاکنون ۹ موج نظرسنجی با همکاری شهرداری تهران و مرکز افکارسنجی دانشجویان ایران (ایسپا) در شهر تهران و سه موج نظرسنجی ملی توسط پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات انجام شده است. اصلی‌ترین و پرتکرارترین سوال در این نظرسنجی‌ها، میزان نگرانی مردم از ابتلا به کرونا بوده است. در دو نقطه، اوج نگرانی مردم نسبت به کرونا دیده می‌شود که نقطه اول مربوط به ابتدای اردیبهشت ۹۹ و پس از پایان تعطیلات نوروز و رفع نسبی برخی محدودیت‌ها از سوی دولت و نقطه دوم آبان ماه ۹۹ و همزمان با افزایش شمار مبتلایان و آمار مرگ و میر است که نشان می‌دهد، میزان نگرانی مردم در ارتباط مستقیم با آمار مبتلایان و جان‌باختگان اعلام شده است.»

به گفته این پژوهشگر اجتماعی، «یکی دیگر از سوالات تکرار شده در نظرسنجی‌ها مربوط به عملکرد دولت و نهادهای عمومی در مدیریت کرونا بود. بیشترین میزان نارضایتی در اسفندماه پارسال دیده می‌شود که به تدریج و با فراگیر شدن کرونا در سطح جهان، از میزان نارضایتی از عملکرد دولت کاسته شده است.»

نصر اصفهانی با اشاره به اهمیت موضوع اعتماد به آمارها ادامه داد: «از دیگر سؤالاتی که در این نظرسنجی‌ها بارها پرسیده شد، میزان اعتماد به آمارهای رسمی اعلام شده بود. نتایج این نظرسنجی‌ها نشان می‌دهد بیشترین میزان بی‌اعتمادی مربوط به مقطع ابتدایی شیوع کرونا در اسفندماه ۹۸ است. در این بین، هر چه میزان نارضایتی از عملکرد دولت افزایش پیدا می‌کند، میزان بی‌اعتمادی به آمار رسمی نیز افزایش می‌یابد.»

او موضوع مهم سلامت یا اقتصاد را یکی از موضوعات مورد بحث در بسیاری از کشورها عنوان کرد و گفت: «تقریباً اگر دو ماه اخیر را استثناء در نظر بگیریم، می‌توان گفت که از دید افکار عمومی، بحث سلامت در اولویت قرار دارد و این موضوع را می‌توان در نظرسنجی‌های مختلف مشاهده کرد. مثلاً در فروردین‌ماه امسال حدود ۷۶ درصد پاسخگویان با وجود مشکلات اقتصادی همچنان موافق تعطیلی برای مقابله با کرونا بودند. البته حمایت افکار عمومی از اعمال محدودیت‌ها در آن مقطع زمانی (اسفند ۹۸) در شرایطی بود که هنوز این محدودیت‌ها به صورت رسمی و سراسری تصویب و اجرا نشده بود.»

به گفته وی، «اما نتایج نظرسنجی اخیر (آبان و آذر ۹۹) نشان می‌دهد که مشکلات اقتصادی از ۵۱ درصد سهم بیشتری از نگرانی‌های مردم را به خود اختصاص داده، یعنی با گذشت زمان و تغییر شرایط، نگرانی از کرونا (سلامت) جای خود را به نگرانی از مشکلات اقتصادی داده است. همچنین مهمترین منبع کسب اطلاعات مردم برای اخبار کرونایی، صداوسیما با ۶۵ درصد عنوان شده است، اما این منبع بودن الزاماً به معنای اعتماد به صداوسیما نیست.»

بر روی شقیقه خود می‌گذارند و ماشه را می‌چکانند.

حساب توپیتر «اسپوتنیک وی» همچنین یادآور شده که آژانس دارویی اروپا تاکنون در مورد هیچ واکسن کرونای دیگری چنین اظهاراتی را عنوان نکرده و همین مسئله اعتبار بررسی‌های این آژانس را زیر سوال می‌برد؛ در حالی که روند بررسی هر واکسن و دارویی باید فارغ از رویکردهای سیاسی باشد. آژانس دارویی اروپا از چهارم مارس بررسی کارایی، ایمنی و کیفیت واکسن روسی «اسپوتنیک وی» را با هدف ارزیابی انطباق آن با استانداردهای اتحادیه اروپا آغاز کرده است. با این حال برخی از کشورهای عضو اتحادیه اروپا از جمله مجارستان و اسلواکی به طور مستقل این واکسن را تایید کرده و تزریق آن را آغاز کرده‌اند. در همین حال، اتاق بازرگانی ایتالیا و روسیه روز سه‌شنبه اعلام کرد تولید واکسن «اسپوتنیک وی» از ژوئیه امسال در ایتالیا تولید خواهد شد. بدین ترتیب، ایتالیا اولین کشور اتحادیه اروپا خواهد بود که تولید واکسن روسی کرونا را که هنوز تحت بررسی آژانس دارویی اروپا قرار دارد، آغاز می‌کند.

اعمال‌شده‌تنظیم کنند.از اینجااهمیت توجه‌به‌افکار عمومی مشخص می‌شود؛ اینکه مردم درباره کرونا چه فکر می‌کنند؟ مشکلات آنها در این ایام چیست؟ چطور می‌توان رفتارهای اشتباه مردم را تصحیح کرد؟»

او با بیان اینکه «تمامی کشورها از کرونا ضربه اقتصادی خورده‌اند»، ادامه داد: «از زمان شیوع کرونا، نخستین فرضی که در افکار عمومی و به‌ویژه در بین سیاست‌گذاران مطرح شد، بحث تقابل بین اقتصاد و سلامت بود. تقریباً تمامی کشورها از کرونا ضربه اقتصادی خورده‌اند. شاید برخی فکر کنند که ضربه اقتصادی که ایران متحمل شد، به خاطر تحریم‌ها بیش از سایر کشورها بود، اما ضربه اقتصادی به کشورهای توسعه‌یافته نسبتاً بیشتر بود. موضوع مهم در این بین، تفاوت آمار مرگ و میر در کشورهای مختلف بود. برخی این تفاوت در آمار قربانیان را ناشی از اثربخشی برنامه‌های کنترلی در برخی کشورها مثل کره‌جنوبی و چین می‌دانستند. سپس این اجماع در بین سیاست‌گذاران شکل گرفت که برای کاهش آمار مرگ و میر باید پروتکل‌های بهداشتی نظیر استفاده اجباری از ماسک، پرهیز از تجمع طولانی در مکان‌های بسته و کاهش تماس‌های اجتماعی باید رعایت شوند.»

پیامدهای منفی توهم توطئه در ایران و آمریکا

به گفته سعیدی، «این برنامه‌ریزی‌ها کم و بیش در بسیاری از کشورها انجام شد، اما آنچه مورد غفلت قرار گرفت، نبود نگاه جامعه‌شناختی به مسئله کرونا و بی‌توجهی به این نکته بود که مردم باید رفتارهای خود را با این سیاست‌ها تنظیم کنند. از اینجا اهمیت توجه به افکار عمومی مشخص می‌شود؛ اینکه مردم درباره کرونا چه فکر می‌کنند؟ مشکلات آنها در این ایام چیست؟ چطور می‌توان رفتارهای اشتباه مردم را تصحیح کرد؟ خوشبختانه با وجود تمامی مشکلات، نظرسنجی‌هایی در این خصوص در ایران انجام شد.»

عضو هیأت علمی دانشگاه تهران سپس به پیامدهای منفی توهم توطئه اشاره کرد و گفت: «اینکه مردم اطلاعات را از طریق چه راهی (رسمی یا غیررسمی) به دست می‌آورند، مهم است. یکی از بحث‌هایی که در زمینه کرونا مطرح شد و به توزیع اطلاعات ضربه زده، توهم توطئه است که البته این موضوع کمتر در آمارهای ایران دیده شده و ریشه آن بیشتر در آمریکا مشاهده می‌شود. بحث توهم توطئه علاوه بر ضربه زدن به توزیع اطلاعات، به شدت بر رفتارهای مردم نیز تأثیر می‌گذارد. توهم توطئه می‌تواند پیامدهای منفی روی مدیریت کرونا نیز داشته باشد؛ به عنوان مثال، نتایج یک نظرسنجی در آمریکا نشان می‌دهد که تنها ۳۱ درصد مردم واقعیت کرونا را قبول کرده‌اند بنابراین در این شرایط، نظریات متضمان رد می‌شود و شرایطی پیش می‌آید که باید چراغ بردارید و به‌دنبال واقعیت بگردید!»

او با بیان اینکه «اگر این مسئله به درستی کنترل نشود، کشورها در مدیریت بهداشت و سلامت با چالش مواجه خواهند شد»، افزود: «افکار عمومی از این حیث اهمیت دارد و نحوه کنترل و اصلاح افکار پس از خروج از این بحران، قطعاً بر سیاست‌های آینده جامعه نیز تأثیر می‌گذارد. مسئله دیگر این است که جایگاه اجتماعی و اقتصادی افراد، تأثیر زیادی روی رفتارهای آنان دارد. بروز رفتارهای غیرعقلانی از سوی گروه‌های آسیب‌پذیر نشان‌دهنده لزوم اتخاذ سیاست‌های خاص است. اصلاح

واکسن اسپوتنیک چقدر شبیه «رولت روسی» است؟

یک سالگی کووید-۱۹

استفاده اضطراری از واکسن اسپوتنیک را شبیه دست زدن به قمار «رولت روسی» دانست، سازنده این واکسن روسی خواستار عذرخواهی او شده است. مرکز ملی تحقیقات علمی ویروس‌شناسی گامالیا در روسیه با انتشار متنی در حساب رسمی توپیتر واکسن «اسپوتنیک وی» با اشاره به تایید این واکسن از سوی ۴۶ کشور جهان، اعلام کرد که دیدگاه‌های منفی مطرح شده توسط آژانس دارویی اروپا در مورد واکسن «اسپوتنیک وی» شائبه‌هایی را در مورد وجود رویکرد سیاسی این آژانس در روند بررسی این واکسن ایجاد کرده است.

کریستا ویرتومر هوخه که پیشتر رئیس آژانس دارو و تجهیزات پزشکی اتریش بوده، در مصاحبه با شبکه تلویزیونی اوآراف (ORF) گفت که تایید فوری استفاده اضطراری از واکسن «اسپوتنیک وی» آن‌گونه که توسط مجارستان صورت گرفته بیشتر شبیه شرکت در قمار «رولت روسی» است. رولت روسی، نوعی قمار و شرط‌بندی است که طی آن، شرکت‌کنندگان یک گلوله را در هفت‌تیری خالی می‌گذارند و پس از چرخاندن چندین باره خشاب، لوله هفت‌تیر را

ایمان‌ولی‌پور
ایمیل: IvanKaramazof@yahoo.com

نزدیک به یک سال پیش، واقعیت دنیای ما ناگهان تغییر کرد. ویروسی کوچک و مهیب به سرعت تمام مرزهای جهان را درنوردید و دنیایی را که می‌شناختیم زیر و رو کرد. سلامت ناگهان در درجه اول اهمیت در تمامی کشورهای جهان قرار گرفت و خانه‌ها به سنگر شهروندان تبدیل شد. سپس با گذر از شوک اولیه کووید-۱۹– مسئله بازگشت به زندگی از طریق فضای مجازی مطرح شد؛ دانش‌آموزان، دانشجویان و کارمندان از طریق مانیتورها به کلاس‌های درس و محل‌های کار بازگشتند و حتی مشکلات سلامت نیز ترجیحاً ابتدا از راه دور بررسی شد. با شیوع کرونا همچنین بسیاری از غول‌های فناوری به طراحی اپلیکیشن‌های کاربردی برای شناسایی کرونا دست زدند و به موزات استقبال از این اپلیکیشن‌ها، بحث‌ها درباره نقض حریم خصوصی کاربران نیز بیشتر شد.

در همین حال، همه سمینارها و همایش‌ها چه در ایران و چه جهان به صورت remote و آنلاین برگزار شده و همه ما در این میان به امید آینده و به انتظار روزهای پساکرونا نشستیم و به تعبیر احمد شاملو، «همچنان دوره می‌کنیم شب را و روز را، هنوز را…» چشم انتظار روزهایی که سرانجام این‌ویروس لعنتی از زندگی‌مان بیرون رفته و ما بدون نگرانی از اپیدمی می‌توانیم دوباره زندگی عادی و پیشین خود را از سر بگیریم، با فراغ خاطر در خیابان قدم بزنیم، تفریح کنیم و آزادانه به سفر برویم.

در غیاب نگاه جامعه‌شناختی به مسئله کرونا

هرچند واکسیناسیون کرونا در اغلب کشورها آغاز شده و شمارش معکوس برای بازگشت به زندگی عادی کلید خورده است، اما سوال این است که کرونا تا آن روز چه بر سر دنیای ما خواهد آورد؟ چقدر مناسبات جهان ما را به هم خواهد ریخت و چگونه بین ما و دنیای ما قرار خواهد گرفت؟ در همین گام نخست، چند نکته قطعی به نظر می‌رسد: کرونا وضعیت بازارها را به هم زده، توانایی دولت‌های مختلف در مهار بیماری را به وضوح نشان داده و تاثیر بلندمدت و قطعی آن بر افق سیاسی و اقتصادی جهان هنوز به اندازه ابعاد خود این ویروس، مهیم و ناشناخته است.

در این بین، از روزی که کرونا به ایران رسید، ذهن‌های زیادی را در گیر خود کرد و بحث‌ها و چالش‌های زیادی برانگیخت؛ چه در باب چگونگی برخورد دولت با موج بیماری و چه در باب هستی‌شناسی بیماری و اثرات آن در زندگی و اجتماع. در این راستا، چندی پیش وبینار تخصصی «سمت و سوی افکار عمومی در دوران کرونا» به همت مرکز افکارسنجی دانشجویان ایران (ایسپا) و با حضور دکتر علی‌اصغر سعیدی، عضو هیأت علمی دانشگاه تهران و دکتر آرش نصر اصفهانی، جامعه‌شناس و پژوهشگر اجتماعی برگزار شد و بحران کرونا از دیدگاه جامعه‌شناختی تحلیل و بررسی شد.

در ابتدای این نشست مجازی، دکتر علی‌اصغر سعیدی به نبود نگاه جامعه‌شناختی به مسئله شیوع کرونا اشاره کرد و گفت: «از زمان همه‌گیری کووید-۱۹– آنچه مورد غفلت قرار گرفت، نبود نگاه جامعه‌شناختی به مسئله کرونا و بی‌توجهی به این نکته بود که مردم باید رفتارهای خود را با سیاست‌های



استارت‌آپ‌ها

۵ مشکل مشابه استارت‌آپ‌ها

موفقیت یک روی سکه است

مهمترین چالش استارت‌آپ‌ها چیست؟ «eu-startup» در یک گزارش، چند چالش مشترک استارت‌آپ‌ها که در جریان رشد خود با آن رو به رو می‌شوند را بررسی کرده و راه حل‌هایی برای کمک به گروه‌های استارت‌آپی پیشنهاد داده است.

✱ سرمایه ناکافی: سرمایه، کلید ادامه مسیر کسب و کارها و دوام آنهاست. بیشتر استارت‌آپ‌ها پس از زیان‌دهی، برای ادامه مسیر به دریافت سرمایه روی می‌آورند. جذب سرمایه برای استارت‌آپ از نظر میزان و زمان جذب آن، مسئله‌ای مهمم است. به همین دلیل، متأسفانه بارها دیدهایم استارت‌آپ‌ها به دلیل مدیریت مالی ضعیف ورشکست شده‌اند، اما راه حل چیست؟ استارت‌آپ‌ها باید گردش مالی و نرخ فرسایش آن را در نظر بگیرند. توجه به ورودی‌ها و خروجی‌ها در گزارش‌های مالی، تلاش برای کاهش هزینه‌ها تا جای ممکن و استفاده از خدمات حرفه‌ای با پرداخت پول کمتر از جمله این راه حل‌هاست. اگر استارت‌آپی به دانش تخصصی یا آموزش خاصی نیاز دارد به جای استخدام مشاور بهتر است از شبکه خود استفاده کند. امروز در اینترنت منابع رایگان بسیاری برای چگونگی راه‌اندازی استارت‌آپ وجود دارد که می‌تواند به استارت‌آپ‌ها برای مدیریت اوضاع مالی کمک کند.

✱ گروه نامناسب: در میان منابعی که به طور معمول دسترسی استارت‌آپ‌ها به آن محدود است، گروه خوب نقشی اساسی ایفا می‌کند. درواقع نخستین افرادی که در استارت‌آپ‌ها به کار گرفته می‌شوند، نقشی مهم در موفقیت آنها دارند. استخدام نکردن گزینه‌های درست، نه تنها برای سازمان بلکه برای دیگر کارکنان و فرهنگ سازمان هم چالش‌آفرین است. وجود گروه خوب برای رشد کسب و کار ضروری است. پیش از استخدام افراد، استارت‌آپ‌ها باید استراتژی‌های استخدام، نیازها و فرهنگ سازمانی خود را طراحی کنند. هرچند استارت‌آپ‌ها باید برای رقابت و مقیاس‌پذیر بودن سریع حرکت کنند اما نباید در مرحله استخدام کارکنان عجله کرد. باید بهترین گزینه‌ها را با توجه به محدودیت بودجه پیدا کنید. این گزینه‌ها قرار است گروه شما را بسازند. ✱ بی‌نظمی ناشی از رشد سریع: امتیاز استارت‌آپ‌ها رشد سریع آنهاست، اما این همه داستان نیست. رشد سریع استارت‌آپ‌ها با افزایش تعداد کارکنان همراه است. همانطور که گروه بزرگ می‌شود، چالش‌هایی مثل فقدان ارتباطات درست هم برای آن بزرگتر می‌شود. حفظ فرهنگ سازمانی و اصلاح فرآیندها در روند بزرگتر شدن گروه دشوار است. با رشد استارت‌آپ‌ها، همه چیز تغییر می‌کند. برنامه‌ها، اسناد و ... همه تغییر می‌کنند بنابراین مهم است که یک استارت‌آپ استراتژی خود را برای ارتباطات شفاف، همسو و باز در شرکت تعیین کند. برگزاری نشست‌های منظم برای انجام این کار اثربخش و کمک‌کننده‌است.

✱ فقدان مدیریت مناسب و ساختار: مدیریت و نظارت در استارت‌آپ‌ها و کسب و کارهای نوپا در مراحل اول کار نسبت به شرکت‌های عادی بسیار کمتر است. بعضی از استارت‌آپ‌ها از برنامه صرف نظر می‌کنند چراکه انتظار دارند برنامه‌ها تغییر کند. با این حال، فقدان مدیریت و ساختار کافی در استارت‌آپ‌ها یکی از چالش‌های آنهاست که با رشد کسب و کارهای نوپا، دامن آنها را می‌گیرد. از دست دادن فرصت‌ها و بهم ریختن پیوندهای بین کارکنان از پیامدهای فقدان مدیریت مناسب و ساختار دقیق در استارت‌آپ‌هاست. داشتن برنامه مشخص برای کسب و کار و استراتژی، برای رسیدن به هدف مشترک حیاتی است. توانمندی کارکنان برای گرفتن تصمیم‌های کلیدی به اهداف مجموعه وابسته است. هرچند بیشتر استارت‌آپ‌ها به افق کوتاه مدت فکر می‌کنند اما آنها باید نقشه کسب و کار و موضوعات را مشخص و بخش‌های مختلف را هماهنگ کنند. استارت‌آپ‌ها به آسانی از مسیر اصلی منحرف می‌شوند یا تمرکز خود را بر ماوریت و محصول خود از دست می‌دهند. بنابراین هدف‌گذاری مشخص به گروه کمک می‌کند در مسیر رسیدن به آنچه می‌خواهد، متمرکز باقی بمانند.

✱ بی‌توجهی و عدم مدیریت زمان: مشکلاتی که یک استارت‌آپ در یک روز با آن رو به رو می‌شود، بسیار بیشتر از زمان و منابعی است که در اختیار دارد. بعضی از شرکت‌های نوپا تلاش می‌کنند همه مشکلات را حل کنند. این، هرچند به ظاهر خوب است اما ممکن است توان گروه را برای فراهم کردن راه حل‌های ضعیف از بین ببرد. فدا کردن زمانی که باید به کاری معادلاتر اختصاص پیدا می‌کرد، از پیامدهای منفی چنین رویکردی است بنابراین گروه‌ها در استارت‌آپ‌ها باید مسائل را اولویت‌بندی کنند. آنها باید به جای درگیر شدن با هر مشکل کوچک و بزرگی، مشکلات را اولویت‌بندی کنند و براساس اهمیت بر آن تمرکز کنند.

طبق گزارش سازمان توسعه و همکاری اقتصادی

واکسن کرونا به داد اقتصاد جهانی رسید

اقتصاد جهان امسال به طور متوسط ۵٫۶ درصد رشد خواهد کرد که این رشد در سال بعدی به مثبت ۴ درصد کاهش پیدا خواهد کرد. سازمان توسعه و همکاری اقتصادی در گزارشی اعلام کرد: تاثیر شیوع ویروس کرونا بر روی بخش‌های مختلفی به ویژه در بازار کار کاملاً غیرقابل کتمان بوده و میلیون‌ها نفر در جهان به طور موقت یا دائم کار خود را از دست داده‌اند. در نتیجه این اتفاق درآمد افراد و در نتیجه قدرت خرید آنها کاهش پیدا کرده است.

در ماه‌های اخیر با توجه به آغاز واکسنیاسیون در بسیاری از کشورهای جهان، چشم‌انداز اقتصادی جهان به تدریج رو به بهبود رفته و دولت‌ها و بانک‌های مرکزی با حضور پررنگ خود و اجرایی کردن بسته‌های حمایتی مالی عظیم، جلوی ادامه‌شدن پیامدهای رکود ناشی از کرونا را تا حد زیادی گرفته‌اند.

به گفته سازمان توسعه و همکاری اقتصادی، در ماه‌های آینده پیشرفت در واکسنیاسیون تعیین خواهد کرد که اقتصاد جهانی به کدام سمت خواهد رفت اما چیزی که اکنون می‌توان گفت این است که آغاز واکسنیاسیون نقش کلیدی در احیای رشد اقتصادی جهان و کاهش تمایل خانوارها به پس‌اندازها و ورود سرمایه آنها به اقتصاد شده است. طبق پیش‌بینی این سازمان، اقتصاد جهان امسال به طور متوسط ۵٫۶ درصد رشد خواهد کرد که این رشد در سال بعدی به مثبت ۴ درصد کاهش پیدا خواهد کرد. طبق پیش‌بینی این سازمان، بیشترین رشد اقتصادی مربوط به هند با ۱۲٫۳ درصد خواهد بود و پس از این کشور نیز انتظار می‌رود چین با رشد ۷٫۸ درصدی و آمریکا با رشد ۶٫۵ درصدی امسال را به پایان برسانند.

رقم

دستمزد سال آینده کارگران امروز مشخص می‌شود؟

زور آزمایی دستمزدها و هزینه‌ها



هم داشته‌اند، اما همیشه نمایندگان دولت با توجه به رشد زیاد تورم در کشور زیر بار آن نمی‌روند. در حال حاضر اگر در کمیته دستمزد بخواهند طبق قانون تصمیم بگیرند باید برای افزایش حقوق سال آینده کارگران مدل‌های زیر در نظر گرفته شود:

✱ تورم ۳۰ تا ۳۵ درصدی: طبق آمارهای رسمی بانک مرکزی و مرکز آمار ایران، میانگین تورم سال گذشته حدود ۳۰ تا ۳۵ درصد بوده است و حالا طبق ماده ۴۱ قانون کار برای رشد حقوق سال آینده کارگران حداقل باید این عدد معیار قرار بگیرد که طبق آن به حداقل حقوق کارگران حدود ۸۰۰ تا ۹۰۰ هزار تومان افزایش پیدا خواهد کرد. رشد ۳۰ تا ۳۵ درصدی، عددی است که در روزهای گذشته از سوی برخی از نمایندگان مجلس هم مطرح شده است، ولی نمایندگان کارگران این میزان را کافی نمی‌دانند. ✱ تورم نقطه به نقطه ۴۸٫۲ درصدی: طبق گزارش مرکز آمار ایران، تورم نقطه به نقطه در بهمن‌ماه امسال به ۴۸٫۲ درصد رسید و کارگران معتقدند که این میزان تورم باید ملاک قرار بگیرد که واقع‌بینانه‌تر است. اگر این میزان تورم در نظر گرفته نشود باید به حداقل حقوق کارگران بین یک میلیون و ۴۰۰ هزار تومان تا یک میلیون و ۵۰۰ هزار تومان افزوده شود. ✱ سبد معیشت: حدود یک ماه پیش نمایندگان کارگران، کارفرمایان و دولت بعد از ماه‌ها بحث و بررسی در نهایت رقم هزینه سبد معیشت کارگران در ماه را ۶ میلیون و ۸۹۵ هزار تومان در نظر گرفتند؛ عددی که با حداقل حقوق سال جاری که ۲ میلیون و ۸۰۰ هزار تومان است، حدود ۴ میلیون تومان فاصله دارد و حالا نمایندگان کارگران می‌گویند حداقل حقوق آنها باید طبق سبد معیشت تعیین شود. البته نمایندگان کارفرمایان و دولت با این میزان رشد حقوق موافق نیستند.

سال گذشته سبد معیشت کارگران ۴ میلیون و ۹۴۰ هزار تومان تعیین شده بود و براساس آن و با توجه به سطح تورم نهایتاً در جلسه تعیین حداقل حقوق کارگران، میزان حداقل حقوق ۲ میلیون و ۸۰۰ هزار تومان برای سال جاری در نظر گرفته شد. اتفاقی که با اعتراض کارگران همراه شد و در نهایت باعث شد تا نمایندگان کارگران صورت جلسه نهایی را امضا نکنند و تنها نمایندگان کارگران و کارفرمایان آن را امضا کردند. در این بین، بخشی از کارگران و اعضای تشکل‌های کارگری می‌گویند با توجه به اینکه رشد تورم در کشور در سال‌های گذشته بسیار زیاد بوده است باید دو

فرصت امروز؛ سه‌شنبه گذشته دویست و نود و ششمین نشست شورای عالی کار با دستور کار تعیین دستمزد ۱۴۰۰ و با حضور نمایندگان کارگری، کارفرمایی و دولت بدون نتیجه به پایان رسید و در فاصله کمتر از یک هفته تا پایان سال ۹۹ هنوز مشخص نیست که میزان دستمزد سال آینده کارگران چقدر است.
آنطور که از محتوای جلسه سه ساعته روز سه‌شنبه گزارش شده، نمایندگان کارگران و کارفرمایان درصدهای پیشنهادی خود را برای رقم دستمزد سال ۱۴۰۰ مطرح کردند، اما به دلیل فاصله زیاد درصدهای پیشنهادی گروه کارگری و کارفرمایی، جلسه تعیین دستمزد بدون نتیجه پایان یافت. با این‌همه گفته می‌شود در صورت حسن تفاهم و نزدیک‌تر شدن دیدگاه‌های طرفین به یکدیگر، امروز شنبه به احتمال بسیار زیاد نشست نهایی تعیین دستمزد خواهد بود و رقم دستمزد ۱۴۰۰ مشخص خواهد شد.

در این میان، کمیته دستمزد در آخرین نشست خود هزینه ماهانه سبد معیشت خانوارهای کارگری، فارغ از هزینه‌های درمان و اجاره‌بها و تنها در بخش خوراکی‌ها را ۶ میلیون و ۸۹۵ هزار تومان اعلام کرد؛ این در حالی است که این رقم در سال گذشته ۴میلیون و ۹۶۰ هزار تومان اعلام شده بود و بر همین اساس، نمایندگان کارگری در تلاش هستند تا این اختلاف هزینه را در تعیین دستمزد سال آینده جبران کنند.

مجادله کارگران و کارفرمایان ادامه دارد

در حالی که کمتر از هفت روز به پایان سال باقی مانده است، سوال کلیدی کارگران این است که چقدر سال آینده به حداقل حقوق آنها اضافه خواهد شد؟ همچون سال‌های گذشته امسال هم تعیین رقم حقوق و دستمزد کارگران به روزهای پایانی سال کشیده شده و جلسه کمیته تعیین دستمزد با حضور نمایندگان کارگران، کارفرمایان و دولت قرار است امروز جلسه نهایی را برگزار کند. در این میان، پرسش مهم این است که چه معیاری ملاک افزایش حقوق سال آینده کارگران قرار خواهد گرفت؟ این در حالی است که کارگران نگرانند دولت باتوجه به افزایش حقوق ۲۵ درصدی دستمزد کارگران بخواهد این عدد را معیار قرار دهد.

طبق ماده ۴۱ قانون کار، معیار اصلی افزایش حقوق کارگران باید میزان تورم و هزینه سبد معیشت کارگران باشد؛ موضوعی که نمایندگان کارگران هم در کمیته تعیین دستمزد بر آن پافشاری دارند و در سال‌های گذشته

افزایش قیمت نفت ایران برای چهارمین ماه متوالی

واردات نفت چین از ایران رکورد زد

چهارمین ماه متوالی افزایش پیدا کرد و به ۶۰ دلار و ۶۶ سنت در هر بشکه رسید که در مقایسه با قیمت ۵۴ دلار و ۳۸ سنت در ژانویه، شش دلار و ۲۸ سنت معادل ۱۱٫۵ درصد افزایش داشت. میانگین قیمت نفت سنگین ایران از ابتدای سال ۲۰۲۱ تاکنون ۵۷ دلار و ۵۲ سنت در مقایسه با ۵۷ دلار و ۹۷ سنت در مدت مشابه سال ۲۰۲۰ بوده است.

ارزش سبد نفتی اوپک در فوریه نیز به ۶۱ دلار و پنج سنت در هر بشکه رسید و در مقایسه با ۵۴ دلار و ۳۸ سنت در ژانویه، شش دلار و ۶۷ سنت معادل ۱۲٫۳ درصد رشد نشان داد. همسو با افزایش قیمت‌های پایه مرتبط و قیمت‌های فروش رسمی به خصوص به آسیا، ارزش سبد نفتی اوپک در فوریه برای چهارمین ماه متوالی رشد کرد و به بالاترین حد از ژانویه سال ۲۰۲۰ رسید. میانگین ارزش سبد نفتی اوپک از ابتدای سال ۲۰۲۱ تاکنون ۵۷ دلار و ۷۲ سنت در هر بشکه در مقایسه با ۶۰ دلار و ۶۴ سنت در مدت مشابه سال ۲۰۲۰ بوده است که دو دلار و ۸۳ سنت معادل ۴٫۷ درصد کاهش نشان می‌دهد.

طبق گزارش منابع ژانویه، تولید نفت اوپک متشکل از ۱۳ کشور در فوریه به ۲۴٫۸۵ میلیون بشکه در روز رسید که ۰٫۶۵ میلیون بشکه در روز در مقایسه با ژانویه کاهش داشت. تولید نفت در نیجریه، عراق، ایران، ونزوئلا و لیبی افزایش پیدا کرد و در عربستان سعودی و آنگولا کاهش داشت. تولید نفت ایران ۳۵ هزار بشکه در روز افزایش داشت و به ۲٫۱۲۰ میلیون بشکه در روز رسید.

اوپک همچنین در جدیدترین گزارش ماهانه خود پیش‌بینی کرده که تقاضا برای نفت در نیمه دوم سال ۲۰۲۱ بهبود پیدا خواهد کرد. به اعتقاد اوپک، تقاضا برای نفت در سال ۲۰۲۱ به میزان ۵۸٫۹ میلیون بشکه در روز

در حالی که کشورهای دیگر منتظر معافیت رفع تحریم‌های نفتی آمریکا برای ازسرگیری واردات نفت ایران هستند، چین نفت بیشتری از ایران خریداری می‌کند. در این باره «بلومبرگ» به نقل از معامله‌گران و تحلیلگران نوشت: صادرات نفت ایران به استان شاندونگ که مرکز یک چهارم از ظرفیت پالایش چین است، ماه میلادی جاری به حدی افزایش پیدا کرد که باعث ترافیک در بنادر و پر شدن مخازن نفت شد.

کوین رایت، تحلیلگر شرکت کپلر در سنگاپور در این زمینه می‌گوید: واردات نفت چین از ایران در مارس به ۸۵۶ هزار بشکه در روز خواهد رسید که بیشترین میزان در دو سال گذشته است و رشد ۱۲۹ درصدی نسبت به واردات فوریه خواهد داشت. این آمارها صادرات از طریق انتقال میان دو کشتی در خاورمیانه یا در آب‌های سنگاپور، مالزی و اندونزی را هم به حساب آورده است. این در حالی است که اکثر پالایشگاه‌ها و بازرگانان به دلیل هراس از مجازات آمریکا که شامل قطع دسترسی به سیستم بانکی آمریکا و مصادره محموله‌ها خواهد بود، قادر به خرید نفت ایران نیستند. به گفته معامله‌گران، محموله‌های نفت ایرانی به دلیل تحریم‌ها ارزان‌تر هستند و در چین قیمت آنها معمولاً سه تا پنج دلار در هر بشکه پایین قیمت نفت برنت است. این قیمت جذاب باعث شده است که شرکت‌های چینی هم‌زمان با صعود قیمت‌های جهانی، به افزایش خرید نفت ایران اقدام کنند.

در همین حال، نفت سنگین ایران برای چهارمین ماه متوالی گران شد. جدیدترین گزارش ماهانه اوپک نشان می‌دهد که قیمت نفت سنگین ایران در ماه میلادی گذشته شش دلار و ۲۸ سنت معادل ۱۱٫۵ درصد در مقایسه با ژانویه افزایش داشت. قیمت نفت سنگین ایران در فوریه برای

بانک نامه

شعبه بانک پاسارگاد در چابهار افتتاح شد

بانک پاسارگاد با افتتاح شعبه «چابهار»، شبکه بانکی خود را برای ارائه خدمات بهتر به مشتریان گسترش داد. به گزارش روابطعمومی بانک پاسارگاد، در راستای گسترش شبکه بانکی و رفاه حال مشتریان، شعبه «چابهار» این بانک افتتاح شد و در حال ارائه انواع خدمات بانکی اعم از ربایی و ارزی به مراجعه‌کنندگان گرمی است. با افتتاح این شعبه، تعداد شعبه‌های بانک پاسارگاد در سراسر کشور به ۳۴۰ شعبه رسید.
گفتنی است شعبه «چابهار» در منطقه آزاد چابهار، بخش بانک‌ها، معبر ماقبل آخر خیابان وحدت، ساختمان B۶، طبقه همکف، واحد ۱ واقع شده است.

همتی به ادعای وزیر امور خارجه آمریکا پاسخ داد

تامین ارز واردات بدون نیاز به منابع مسدودی

رئیس کل بانک مرکزی در واکنش به ادعاهای وزیر خارجه آمریکا، گفت «بانک مرکزی برنامه خود را برای تامین نیازهای ارزی کشور، بدون توجه به منابع مسدودشده خود در کره جنوبی و سایر کشورها تنظیم کرده است.»
عبدالنصر همتی شامگاه پنجشنبه در یادداشتی اینستاگرامی نوشت: «امروز در خبرها آمده بود که وزیر خارجه آمریکا گفته است تاایران به توافق هستهای بازنکرده، منابع ایران در کره را آزاد نمی‌کنیم، در این خصوص چند نکته قابل ذکر است: از اول هم مشخص بود دولت کره اراده مستقلی برای حل مشکل منابع ارزی ایران ندارد. درخواست مذاکره از طرف سفیر کره و توافق برای پرداخت منابع ایران هم توسط خود کراهای انجام شد و من در جلسه از اینکه اجازه لازم را از آمریکایی‌ها گرفتن یا نه از ایشان سئوال کردم. بانک مرکزی، برنامه خود را برای تامین نیازهای ارزی کشور، بدون توجه به منابع مسدودشده خود در کره جنوبی و سایر کشورها تنظیم کرده است. لذا تامین ارز کالاهای اساسی، دارو و تجهیزات پزشکی توسط منابع درجریان بانک مرکزی و تامین ارز سایر کالاهای ضروری و نیز مواد اولیه واحدهای تولیدی از طریق منابع صادرات غیرنفتی در سامانه نیما و نیز واردات در مقابل صادرات به صورت روان در جریان است. از اول سال تاکنون بانک مرکزی ۱۰ میلیارد دلار ارز ترجیحی برای کالاهای اساسی، نهاده‌های کشاورزی و دارو و تجهیزات پزشکی تامین کرده است و ۲۴ میلیارد دلار ارز صادرات (غیر نفت خام) نیز از روش‌های مختلف در خدمت واردات کشور قرار گرفته است. از اول بهمن ماه تاکنون ۳۳ میلیارد دلار صرفا در سامانه نیما تامین ارز شده است و این علاوه بر تامین ارز خود بانک مرکزی و رقم قابل توجه واردات در مقابل صادرات در این مدت بوده است. فقط در روز گذشته عرضه در نیما شش برابر معاملات بود. میانگین نرخ معاملات دیروز نیز ۲۲۵۰۰ تومان برای هر دلار بود.»

دلیل خلیق نصف نقدینگی اقتصاد ایران در دوره همتی

رشد نقدینگی به دلیل مشکلات ساختاری است

بانک مرکزی به انتقادات نسبت به افزایش قابل ملاحظه نقدینگی در دوران ریاست عبدالنصر همتی واکنش نشان داد. آخرین آمار منتشرشده از سوی بانک مرکزی نشان می‌دهد که حجم نقدینگی در بهمن ماه به بیش از ۳۳۰۰ هزار میلیارد تومان رسیده و رشدی ۳۹.۱ درصدی نسبت به سال گذشته و ۲.۹ درصدی نسبت به ماه گذشته داشته است. بررسی‌ها نشان می‌دهد که میزان رشد نقدینگی بیشترین رقم در شش سال اخیر را در بهمن ماه امسال از آن خود کرد و خبر از رشد تورم در ماههای آینده را می‌دهد.

سکوت مجمع تشخیص مصلحت نظام به سال ۱۴۰۰ رسید

فرجام مبهم FATF



تصمیم آنها، عدم مراودات بانکی با کشورمان باشد. این موضوعی است که کارشناسان بسیاری بر آن تأکید داشته‌اند.

وقتی لغو تحریم‌ها بدون FATF کم‌اثر است

مهدی پازوکی، کارشناس اقتصادی عدم تصویب لایح را «خودتحریمی» می‌داند و معتقد است اقتصاد در گرو سیاست به ویژه سیاست خارجی است و اگر مجموعه حکومت تعامل با جامعه جهانی را در دستور کار خود قرار دهد قطعاً این اتفاق می‌تواند به نفع کشور باشد بنابراین عدم پذیرش FATF یک نوع خودتحریمی محسوب می‌شود، در صورتی که کشور ما قربانی تروریسم است. در نتیجه ما هرچه که به سمت تعامل با جامعه جهانی قدم برداریم به نفع منافع ملی قدم برداشته‌ایم.

یوسف کاووسی، کارشناس مسائل بانکی و مدیرکل اسبق بازرسی بانک مرکزی نیز معتقد است که FATF مسئله‌ای اقتصادی و نه سیاسی است. به گفته کاووسی، اگر از نظر فنی به موضوع FATF نگاه کنیم، می‌بینیم مسئله FATF سیاسی نیست بلکه قواعد، چارچوب و مقرراتی است که برای بانکداری مدرن تعریف شده که اساس آن سازوکاری برای بانکداری نوین بوده و هدف آن مشخص کردن منشأ و مبدأ پول است.

همچنین برخی از کارشناسان و فعالان اقتصادی نیز می‌گویند حتی با رفع تحریم‌ها نیز بدون FATF نمی‌توان به روابط بانکی بین‌المللی امیدوار بود. علی قنبری، اقتصاددان و مدرس دانشگاه معتقد است: حتی در یک سناریوی بدبینانه، در صورت عدم بازگشت آمریکا به برجام نیز پیوستن به FATF خواهد توانست بخشی از مسائل مطرح شده را حل کند؛ زیرا نقل‌وانتقال‌های پولی بانک مرکزی، بحث دیگری است و با پیوستن به FATF می‌توان مسائل اقتصادی به‌وجود آمده ناشی از عدم تعیین تکلیف لایح را حل کند.

این موضوعی است که فعالان اقتصادی نیز بر آن تأکید می‌کنند. عباس آرگون، نایب رئیس کمیسیون بازار پول و سرمایه اتاق تهران گفته: ما باید زیرساخت‌ها و قواعد دنیا را بپذیریم. در حال حاضر یکی از محدودیت‌های تجار و بازرگانان، نقل و انتقال پول است و حتی اگر تحریم‌ها هم برداشته شود و موضوع پیوستن به FATF همچنان بلاتکلیف بماند برای ادامه کار با دنیا مشکل خواهیم داشت زیرا طرف‌های خارجی باید بانک‌های ما را به رسمیت بشناسند و بتوانند روابط کارگزاری را با ما برقرار کنند بنابراین اگر ما استانداردهای FATF را نپذیریم و در فهرست سیاه باقی بمانیم این کار انجام نخواهد شد.

فریال مستوفی، عضو هیأت نمایندگان اتاق تهران و ایران نیز تأثیر پیوستن به FATF بر اقتصاد کشور را مهمتر از لغو تحریم‌ها دانسته و می‌گوید: حتی در صورتی که تحریم‌های اقتصادی آمریکا علیه ایران لغو نشود، به‌دلیل عدم پذیرش دو لایحه CFT یا پالرمو نخواهیم توانست با دیگر کشورها وارد مبادلات مالی شویم.

را از پیش پای رونق صنعت، خدمات و تجارت حذف می‌کند، اما حتی در بدبینانه‌ترین حالت و با ادامه تحریم‌های غیرقانونی آمریکا هم لزوم حمایت از اقتصاد مقاومتی و بی‌اثر کردن تحریم‌ها، همان‌گونه که رهبر معظم انقلاب به آن تأکید کرده‌اند، دلیل منطقی دیگری برای تصویب این لایح و کاستن از موانعی است که می‌تواند به صادرات و واردات دشوار کشور تحت تحریم‌ها کمک کند.

اما با وجود تلاش دولت برای به سرانجام رساندن تصویب لایح FATF، موانع در این زمینه ادامه دارد و تعیین تکلیف دو لایحه باقیمانده در مجمع تشخیص مصلحت نظام به سال ۱۴۰۰ موکول شد. FATF کارگروهی است که در سال ۱۹۸۹ تشکیل شده و با تدوین استانداردهایی در زمینه پیشگیری از جرایم مالی مانند پولشویی و تأمین مالی تروریسم فعالیت می‌کند. چهار لایحه «اصلاح قانون مبارزه با تأمین مالی تروریسم»، «اصلاح قانون مبارزه با پولشویی»، «الحاق ایران به کنوانسیون جرایم سازمان‌یافته فرا ملی» یا پالرمو و «الحاق دولت جمهوری اسلامی ایران به کنوانسیون بین‌المللی مقابله با تأمین مالی تروریسم» یا CFT، لویایحی هستند که در صورت تصویب در کشور، پایبندی ایران به استانداردهای FATF را نشان می‌دهند.

در این میان، دو لایحه «اصلاح قانون مبارزه با تأمین مالی تروریسم»، «اصلاح قانون مبارزه با پولشویی» در ایران به تصویب رسیده، اما دو لایحه پالرمو و CFT همچنان در انتظار تعیین تکلیف در مجمع تشخیص مصلحت نظام به‌سر می‌برند. این دو لایحه در مجلس شورای اسلامی به تصویب رسیدند، اما شورای نگهبان قانون اساسی آنها را رد کرد و تصمیم‌گیری درباره این دو لایحه به مجمع تشخیص مصلحت نظام سپرده شد.

با این حال، مجمع تشخیص مصلحت نظام، بررسی این دو لایحه را مسکوت گذاشت تا جایی که فرصت قانونی آن به پایان رسید و در عمل از دستور کار مجمع خارج شد. با این حال، دولت با درخواست از رهبر معظم انقلاب، توانست برای بررسی این لایح در مجمع، زمان بخرد و اکنون بار دیگر این مجمع تشخیص مصلحت نظام است که تعیین‌کننده آینده حضور ایران در عرصه بین‌المللی است.

براساس این گزارش، کشورهای زیادی نیستند که استانداردهای مالی و بانکی بین‌المللی را نپذیرفته باشند. تنها دو کشور ایران و کره شمالی هستند که این استانداردها را نپذیرفته‌اند. قرار گرفتن در کنار تنها کشوری که انزوا را برگزیده است، مسائل زیادی را برای ایران به‌وجود آورده و در آخرین مورد، به تهدیدی برای سلامت مردم تبدیل شد تا جایی که برای تأمین اقلام بهداشتی موردنیاز برای مقابله با کرونا نیز با محدودیت‌هایی مواجه شدیم. قرار گرفتن در فهرست سیاه FATF همچنین موجب شده ریسک ارتباط با بانک‌های ایرانی برای سایر کشورها آتقدر بالا باشد که

تداوم روند آهسته و آرام کاهش قیمت ارز از ابتدای اسفندماه، با وجود خبرهای منفی سیاسی و دیپلماتیک که در روزهای گذشته منتشر شد، نشان می‌دهد تمهیدات بازارساز برای مدیریت بازار موفق بوده است. این شرایط امیدها را برای کاهش قیمت ارز تقویت کرده است. به گزارش ایرنا، تداوم بی‌تفاوتی بازار ارز به تحولات سیاسی در سومین هفته از ماه اسفند هم ادامه داشت و این مسئله موجب شد در ادامه روند کاهش سیسار آramی که از ابتدای این ماه آغاز شده بود، قیمت دلار به کانال ۲۴ هزار تومانی و بهای یورو را نیز به کانال ۲۹ هزار تومانی کاهش پیدا کند.

معاملات ارز بازار آزاد در روز ابتدایی هفته‌ای که گذشت در همان محدوده قیمتی پنجشنبه پیشین کار خود را آغاز کرد و دلار با قیمت ۲۵ هزار و ۱۰۰ تومان و یورو نیز در قیمت ۳۰ هزار و ۱۰۰ تومان معامله شدند، اما تنها ساعاتی بعد از شروع کار بازار، هر دو ارز عمده بین‌المللی سدهای کانال‌های خود را شکسته و به کانال پایین‌تر سقوط کردند. با وجود این کاهش قابل توجه در روز ابتدایی هفته، در روزهای یکشنبه تا چهارشنبه نوسانات دلار و یورو روند مشخصی نداشت و دلار در محدوده ۲۴ هزار و ۵۰۰ تومان تا ۲۴ هزار و ۹۰۰ تومان افت و خیز نشان داد و یورو نیز در محدوده ۲۹ هزار تومان تا ۲۹ هزار و ۶۰۰ تومان این نوسانات را تجربه کرد.

روند قیمت‌گذاری ارز در صرافی‌های بانکی هم در هفته‌ای که گذشت مسیر مشخصی را طی نکرد و به استثنای روز یکشنبه که برای ساعاتی قیمت فروش دلار به کانال ۲۳ هزار تومان و یورو نیز به کانال ۲۸ هزار تومان ورود پیدا کردند. در سایر روزهای هفته فروش دلار در محدوده ۲۴ هزار و ۲۰۰ تومان تا ۲۴ هزار و ۶۰۰ تومان نوسان داشت. این محدوده برای یورو از ۲۹ هزار و ۲۵۰ تومان تا ۲۹ هزار و ۶۰۰ تومان ثبت شد.

به اعتقاد تحلیلگران بازار ارز، تحولات این هفته بازار، مشابه هفته پیشین نشان‌دهنده تداوم قرار گرفتن این بازار در حالت موسوم به استراحت

تحولات بازار ارز در هفته‌ای که گذشت

آرامش دلار در کانال ۲۴ هزار تومانی

است. به همین دلیل در این هفته نیز شاهد بودیم که تحولات سیاسی و خبرهای منفی در سطح بین‌الملل سرانجام نتوانست انرژی لازم برای بازگشت دلار به کانال ۲۵ هزار تومان را فراهم سازد. برآوردهای فعالان بازار ارز حکایت از آن دارد که بازار ارز در روزهای پایانی سال همچنان روند کاهشی را تجربه خواهد کرد. این کارشناسان معتقدند حتی ممکن است این روند کاهشی تا حدی ادامه پیدا کند که بهای دلار کانال ۲۲ هزار تومانی را هم تجربه کند. البته نسبت به پایدار ماندن قیمت دلار در این محدوده باید در انتظار اخبار سیاسی، به خصوص در موضوع احیای برجام و پیوستن ایران به FATF در روزهای ابتدایی سال ۱۴۰۰ ماند.

یادداشت رئیس کل بانک مرکزی در این هفته یکی از مهمترین شاخصه‌هایی است که کارشناسان بازار را به تداوم کاهش قیمت ارز امیدوار کرده است. نشانه دیگر، خبر گشاده‌دستی بانک مرکزی در تخصیص دلار با قیمت ۴۲۰۰ است. بانک مرکزی در این هفته اعلام کرد به جای ۸ میلیارد دلار توافق شده برای تخصیص ارز به کالاهای اساسی برمبنای دلار ۴۲۰۰ این بانک ۱۰ میلیارد دلار تخصیص داده است. یعنی ۲ میلیارد دلار بیش از آنچه در ابتدا توافق شده بود. تخصیص این رقم در شرایط کنونی یک دلیل دارد منابع ارزی و تصور سیاست‌گذار از آینده متفاوت از ابتدای سال است که تخصیص ارز توافقی شده در ابتدای سال ۲۵ درصد افزوده است.

با توجه به این واقعیات به نظر می‌رسد دولت و بانک مرکزی مطابق با وعده‌هایی که در گذشته اعلام کرده‌اند، مصمم هستند تا همچنان روند نزولی را در بازار حفظ کنند. به همین دلیل در شرایطی که در این هفته محدوداد ظریف، وزیر امور خارجه، نسبت به کارشکنی مسئولان دولت آمریکا در روند آزادسازی ارزهای بلوکه شده ایران در بانک‌های کره جنوبی اعتراض شدیدی را مطرح کرد، اما بازار ارز آرامش خود را تداوم بخشد و روند کاهشی خود را ادامه داد.

خبرخوان



عامل رشد مثبت اقتصادی در پاییز از زبان همتی

رئیس کل بانک مرکزی گفت «توجه به تداوم تحریم حداکثری علیه ایران و شیوع کرونا، که موجب رکود و رشد منفی شدید در بسیاری از کشورها شده است، رشد مثبت اقتصادی در سه ماهه سوم امسال مهم و حاصل اجرای اقتصاد مقاومتی و نماد جهش تولید در شرایط تحریم است.»

عبدالناصر همتی عصر جمعه در تازه‌ترین یادداشت اینستاگرامی خود نوشت: «براساس گزارش اداره حساب‌های اقتصادی بانک مرکزی رشد اقتصادی کشور، که از فصل دوم سال جاری مثبت شده بود، در سه ماهه سوم سال نیز مثبت بوده است. رشد ۳.۹ درصد با نفت و ۲.۹ درصد بدون نفت در سه ماهه سوم سال ثبت شده است بنابراین اقتصاد در دو فصل متوالی دوم و سوم سال ۱۳۹۹ رشد مثبت داشت. امروز با اطمینان می‌توان از گذر اقتصاد ایران از دوره سخت تحریم و رکود ناشی از آن و ورود به دوره رشد مجدد اقتصادی خبر داد.

با توجه به تداوم تحریم حداکثری علیه ایران و شیوع کرونا، که موجب رکود و رشد منفی شدید در بسیاری کشورها شده است، رشد حاصله مهم و حاصل اجرای اقتصاد مقاومتی و نماد جهش تولید در شرایط تحریم است. جزییات رشد بخش‌های مختلف اقتصادی کشور اوایل هفته پیش رو اعلام خواهد شد. این اتفاق خوب نتیجه مقاومت مردم، قدرت انعطاف اقتصاد ایران در مقابل شوک‌های وارده به آن است و امیدوارم فصل‌های آینده نیز رشد اقتصاد تداوم پیدا کند.»

برای قوه قضائیه ارسال شد

۴۰۰ پرونده تخلف در بازار سرمایه

جلسات مشترک بورس با قوه قضائیه آغاز شده و براساس صورتهای آن، بورس بالغ بر ۴۰۰ پرونده تخلف دستکاری در بازار سرمایه را ارسال کرده که احتمال افزایش شکایات‌ها به ۲۰۰۰ پرونده هم وجود دارد.

به گزارش مهر، جلسات مشترک بورس با قوه‌قضائیه آغاز شده و براساس صورتهای آن، بورس بالغ بر ۴۰۰ پرونده تخلف دستکاری در بازار سرمایه را ارسال کرده که احتمال افزایش شکایات‌ها به ۲۰۰۰ پرونده هم وجود دارد. بر این اساس در نامه‌ای که معاونت حقوقی دادگستری تهران به رئیس کل دادگستری تهران درخصوص جلسه برگزار شده با معاونت حقوقی بورس ارسال کرده، اعلام شده که بیش از ۲۰۰ پرونده کیفری در محاکم دادگستری استان تهران از طرف سازمان بورس با موضوع فعالیت بدون اخذ مجوز و دستکاری در بازار سرمایه از طریق اغوای اشخاص با ایجاد کانال تلگرام به ثبت رسیده است. همچنین در این نامه از آماده شدن بیش از ۲۰۰ پرونده دیگر جهت طرح شکایت و ثبت در محاکم با عناوین مذکور نیز خبر داده شده و البته احتمال داده شده است که افزایش شکایات تا ۲۰۰۰ پرونده هم صورت گیرد. در مصوباتی که در این جلسه حاصل شده، معاون حقوقی دادگستری استان تهران اعلام کرده که نظر به اینکه تاکنون سازمان بورس نسبت به ساماندهی، مدیریت مشارکتی و بهرهمندی از ظرفیت‌های فعالان کاتال‌های بورسی اقدام نتیجه‌بخشی انجام نداده است طرف شش ماه برنامه عملیاتی و قابلیت اجرای خود را در ساماندهی بومی‌سازی و تحقق مدیریت مشارکتی کاتال‌های بورسی به انجام رساند.

همچنین تاکید شده نظر به ظرفیت گسترده تشکیلات سازمان بورس همچون شورای عالی بورس، معاونت‌های ناظر، اداره رسیدگی به شکایات و حمایت‌های حقوقی، مدیریت پیگیری تخلفات، مرکز عدالت ترمیمی، اداره پیشگیری از تخلفات و جرایم و ارتقای سلامت بازار سرمایه و نظر به سیاست قضازدایی و جلوگیری از گسترش و تفکر سزاگرایی و لزوم اجرای اندیشه‌های غیرکیفری، سازمان بورس دعاوی مطرح نشده در دستکات قضا را با ساز و کار غیرکیفری در ساختار تشکیلاتی خود حل و فصل و در موارد استثناء از فصل ششم قانون بازار اوراق بهادار مصوب ۱۳۹۴ (جرایم و مجازات‌ها) استفاده نماید. براساس توافقات صورت گرفته میان بورس و دادگستری تهران، قرار بر این است که پرونده‌های مطروحه در دادگستری در راستای بند الف ماده ۲۸ قانون احکام دائمی برنامه‌های توسعه مصوب ۱۰ بهمن ماه ۱۳۹۵ دال بر تکلیف قوه قضائیه در جایگزین کردن ضمانت اجرای غیرکیفری مؤثر و روزآمد از قبیل انتظامی، انضباطی، مدنی، ترمیمی و نیز با توجه به لزوم صیانت و حفظ اصحاب قلم و جلوگیری از سابقه محکومیت کیفری، سازمان بورس و اوراق بهادار، ساز و کارهای قانونی همچون اعمال ماده ۲۹ قانون مجازات اسلامی از باب گذشت شاکي در پرونده‌های با قابلیت گذشت و نیز ماده ۸۰ قانون آیین دادرسی کیفری از باب قرار بایگانی پرونده و یا ماده ۸۱ قانون مذکور از باب تعلیق تعقیب و نیز استرداد شکایات درخواست تا وفق موازین قانونی تصمیمات شایسته اتخاذ گردد.



فراپورس نیز نزولی بودند و به ترتیب با ۳۳ واحد و ۷۹ واحد کاهش در رقم‌های ۴۳۰ هزار و ۹۲۴ و ۱۶ هزار و ۹۰۵ واحد ایستادند.

سپس در روز یکشنبه شاخص کل بورس و فراپورس مثبت شدند، اما شاخص کل با معیار هم وزن منفی ماند. در این روز شاخص کل بورس با ۵۸۶۰ واحد افزایش به رقم یک میلیون و ۱۷۵ هزار واحد و شاخص کل فراپورس با ۴۰ واحد افزایش به رقم ۱۶ هزار و ۹۴۵ واحد رسیدند، درحالی که شاخص کل با معیار هم وزن با ۹۲ واحد نزول تا رقم ۴۳۰ هزار و ۸۵۱ واحد کاهش یافت و عقب رفت.

در روز دوشنبه نیز هر سه شاخص صعودی بودند و شاخص کل بورس با ۲۴ هزار و ۳۴۴ واحد افزایش به رقم یک میلیون و ۱۹۹ هزار واحد، شاخص کل با معیار هم وزن با ۱۱۸۹ واحد افزایش به رقم ۴۳۲ هزار و ۴۷ واحد و شاخص کل فراپورس نیز با ۱۴۰ واحد افزایش به رقم ۱۷ هزار و ۸۶ واحد رسیدند.

این روند صعودی در روز سه‌شنبه هم ادامه داشت و باعث شد که شاخص کل بورس به کانال یک میلیون و ۲۰۰ هزار واحد بازگردد. در این روز شاخص کل بورس با ۱۰ هزار و ۲۷۳ واحد افزایش در رقم یک میلیون و ۲۱۰ هزار واحد ایستاد. شاخص کل با معیار هم وزن نیز ۲۹۲ واحد افزایش یافت و رقم ۴۳۱ هزار و ۳۴۳ واحد را ثبت کرد. شاخص فراپورس هم در این روز با ۳۲ واحد افزایش رقم ۱۷ هزار و ۱۱۹ واحد را ثبت کرد، اما در روز چهارشنبه چراغ قرمز بازار سرمایه دوباره روشن شد و شاخص کل بورس با ۳۳۶۴ واحد کاهش، رقم یک میلیون و ۲۰۶ واحد را ثبت کرد. شاخص کل با معیار هم وزن نیز با ۵۳۹ واحد نزول تا رقم ۴۳۱ هزار و ۸۰۸ واحد عقبگرد کرد و شاخص کل فراپورس هم ۳۷ واحد کاهش یافت و در رقم ۱۷ هزار و ۸۱ واحد ایستاد.

ثبت کرد، ۲۵ گروه از ۳۸ صنعت بورسی با افت میانگین قیمت سهام زیرمجموعه خود مواجه شدند. در معاملات این هفته بیشترین افت قیمت به گروه خرده‌فروشی با تک نماد «افق» تحمیل شد. این گروه در هفته منتهی به ۲۰ اسفندماه با کاهش ۴.۵ درصدی مواجه شد. پس از آن، لاستیک و پلاستیک بود که زیانی به میزان ۲.۵ درصد به سهامداران خود تحمیل کرد. مخابراتی‌ها نیز در هفته‌ای که گذشت کاهش ۲.۷ درصدی را ثبت کردند تا در میان صنایع با بیشترین افت هفتگی قرار بگیرند.

اما پس از دو هفته کمرمق بالاخره هفته گذشته تا حدودی شاهد بهبود ارزش معاملات خرد سهام بودیم. به این ترتیب، در مجموع هفته سوم اسفندماه شاهد دادوستد ۱۹ هزار و ۶۱۵ میلیارد تومانی سهام بودیم که نسبت به هفته ماقبل آن رشد ۴۳ درصدی را ثبت کرد. در این میان، بیشترین ارزش دادوستدها از آن زیرمجموعه‌های گروه فراورده‌های نفتی با جابه‌جایی ۳ هزار و ۲۶۳ میلیارد تومانی شد. پس از آن، دارویی‌ها شاهد معامله یک هزار و ۹۰۹ میلیارد تومانی بودند. سه گروه فلزات اساسی، بانک و خودرو و ساخت قطعات نیز دیگر گروه‌هایی بودند که بیشترین ارزش معاملات را در اختیار گرفتند. در مجموع حدود ۶۰ درصد ارزش دادوستدهای هفتگی بورس تهران با معاملات این پنج گروه مذکور اختصاص پیدا کرد.

عملکرد بورس در هفته‌ای که گذشت

عملکرد بازار سرمایه در هفته گذشته بار دیگر نشان داد که این بازار همچنان روندی پرنوسان دارد؛ کما اینکه نماگر بازار سرمایه برای چندمین مرتبه در طول هفته‌های گذشته بار دیگر کانال یک میلیون و ۲۰۰ هزار واحد را در این هفته پس گرفت. هرچند که عمر چراغ سبز بورس در طول این هفته فقط سه روز بود و روند حرکت شاخص کل در چهارشنبه دوباره نزولی شد. اینگونه بود که بورس تهران سومین هفته اسفندماه را با چراغ قرمز آغاز کرد و با چراغ قرمز نیز به پایان برد، به طوری که شاخص کل بورس در روز شنبه با ۸۱۷۳ واحد کاهش در رقم یک میلیون و ۱۶۹ هزار واحد ایستاد. در این روز شاخص کل با معیار هم وزن و شاخص کل

فرصت امروز: بورس تهران در حالی پس از دو هفته افت متوالی سرانجام سومین هفته اسفندماه را با رشد به پایان رساند که در اولین و آخرین روز هفته قرمزپوش بود. به این ترتیب، بورس تهران هفته گذشته را با چراغ قرمز آغاز کرد و با چراغ قرمز به پایان برد و تنها در سه روز میانی هفته سبزپوش بود. شاخص کل بورس در این هفته بار دیگر کانال یک میلیون و ۲۰۰ هزار واحد را فتح کرد و با رشد ۲.۴ درصدی به عملکرد هفتگی خود پایان داد. همچنین شاخص هم‌وزن که نشانی از اثرگذاری یکسان نمادها دارد، در این هفته به افزایش ۰.۱۳ درصدی بسنده کرد.

از ۳۸ گروه فعال بورسی نیز تنها ۱۳ صنعت شاهد رشد میانگین قیمت سهام زیرمجموعه خود بودند. در این میان، گروه منسوجات با تک نماد «نرینو» صدرنشین شد و معاملات سومین هفته اسفندماه را با رشد بیش از ۱۷ درصدی به پایان رساند. نماد معاملاتی شرکت ایران مریوس سه روز از پنج روز کاری هفته گذشته را با صف خرید به پایان رساند، اما در دو روز پایانی هفته به صف فروش رفت اما برآیند معاملات هفتگی این تک سهم گروه منسوجات، رشد ۱۷.۱ درصدی شاخص صنعت این گروه بود.

برندگان و بازندگان هفته سوم اسفندماه

دومین گروه مثبت بورس در هفته‌ای که گذشت، گروه استخراج نفت و گاز بود. این گروه با تک سهم «حفاری» در هفته گذشته رشد ۱۳.۵ درصدی را ثبت کرد. نماد معاملاتی شرکت حفاری شمال در میانه هفته گذشته بعد از افزایش سرمایه ۷۵درصدی از محل سود انباشته دوباره بازگشایی شد. در فرایند کشف قیمت حفاری رشد ۵ درصدی را تجربه کرد، اما در ادامه بازار اقبال به این نماد بیشتر شد و شاهد تشکیل صف خریدی سنگین برای آن در محدوده ۱۱ درصد مثبت بودیم. همچنین گروه‌های بزرگ کامودیتی‌محور نیز هفته گذشته در میان صنایع سبزپوش بورس تهران قرار گرفتند. در این خصوص می‌توان به رشد ۸.۹ درصدی پالایشی‌ها، افزایش ۵.۱ درصدی میانگین قیمت سهام پتروشیمی، افزایش قیمت ۴.۴ درصدی معدنی‌ها و رشد ۳ درصدی گروه فلزات اساسی اشاره کرد.

در سوی مقابل و در هفته‌ای که شاخص کل رشد ۲.۴ درصدی را

ابلاغیه

موضوع آگهی:

ابلاغ رأی آقای سید محسن موسوی مسعودآبادی، کدملی ۵۴۵۸۹۶۰۳۷۸، متولد ۱۳۵۶، فرزند سیدحسن، صادره از تهران به شماره رأی ۹۹/۱۱۹/۱۴۲۶/م مورخ ۹۹/۰۹/۳۰

مرجع رسیدگی کننده:

شعبه دو هیأت بدوی رسیدگی به تخلفات اداری کارمندان شهرداری تهران

نظر به پرونده شما به اتهام ۱- نقض قوانین و مقررات مربوط. منطبق بر (بند۲)، ۲- کم کاری و سهل انگاری در انجام وظایف محمول شده ، منطبق بر (بند۴) ، ماده ۸ قانون رسیدگی به تخلفات اداری؛ در خصوص تخلفات صورت پذیرفته در ملک موسوم به پالادیوم با شماره پرونده ۰۵۸۶۶۷، (مجمع تجاری اصلی پالادیوم) و پرونده به شماره ۰۳۴۲۷۷ (پارکینگ طبقاتی مجتمع پالادیوم) گزارش ارسالی از سوی سازمان بازرسی شهرداری تهران به شماره ۹۸/۱۱۱۳۳/۲۶۵/م مورخ ۱۳۹۸/۱۱/۱۲ در این هیأت رسیدگی گردید و شما محکوم به رأی **توبیخ کتبی با درج در پرونده استخدایم** گردیده اید. این رأی قطعی می‌باشد و محکوم علیه در صورت اعتراض می تواند حداکثر ظرف سه ماه از تاریخ ابلاغ به دیوان عدالت اداری شکایت نماید .

م.الف: ۴۲۵۲

در محل‌های عبور جاده از مناطق مسکونی هر لحظه امکان ورود عابران پیاده یا کودکان به سطح جاده وجود دارد، با سرعت کم برانید

آگهی مزایده عمومی (تجدید)

شانه آگهی ۱۱۸۳۸

نوبت دوم



وزارت راه و شهرسازی
اداره کل راهداری و حمل و نقل
جاده‌ای استان اردبیل

اداره کل راهداری و حمل و نقل جاده‌ای استان اردبیل در نظر دارد نگهداری و بهره‌برداری از موارد ذکر شده ذیل را طبق اسناد و شرایط واگذار نماید. لذا کلیه متقاضیان می‌توانند جهت کسب اطلاعات بیشتر و دریافت اسناد مزایده از تاریخ انتشار آگهی به سامانه ستاد ایران به آدرس www.setadiran.ir مراجعه و پیشنهاد قیمت خود را در سامانه مذکور بارگذاری نمایند.

ردیف	موضوع مزایده	محل مورد مزایده	مبلغ اجاره ماهیانه (قیمت پایه) ریال	متراژ محل مورد مزایده(مترمربع)	نوع متقاضی
۱	نگهداری و بهره برداری از پارکینگ تیرپارک بیله سوار	تیرپارک بیله‌سوار	۵/۰۰۰/۰۰۰	۶/۵ هکتار	افراد حقوقی
۲	یک باب غرفه (دفترکار) جهت ارائه خدمات حمل و نقلی	سالن تجاری پایانه مرزی بیله سوار	۷/۸۰۰/۰۰۰	۳	شرکت‌های حمل و نقل بین‌المللی UIC یا نمایندگان آنها

م‌الف ۱۹



سازمان تعاون روستایی اعلام کرد

برنامه وزارت جهاد برای کاهش قیمت میوه

سازمان مرکزی تعاون روستایی از عرضه مستقیم میوه و صیفی جات با هدف کاهش قیمت آنها طی ایام نوروز ۱۴۰۰ خبر داد.

به گزارش خبرگزاری مهر به نقل از سازمان مرکزی تعاون روستایی، پیرو فرمایشات اخیر مقام معظم رهبری مبنی بر عرضه مستقیم میوه برای تعدیل قیمت‌ها به نفع مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان سازمان مرکزی تعاون روستایی ایران به منظور رفاه حال هم‌میهنان در نظر دارد با هماهنگی ستاد تنظیم بازار کشور و استانداران و شهرداران محترم، از طریق تولیدکنندگان و تشکل‌های انسان اقدام به عرضه مستقیم میوه و صیفی جات در سطح کلانشهرها به ویژه تهران بزرگ کند. لذا کلیه مدیران و مسئولین شهرک‌های مسکونی متقاضی می‌توانند برای استقرار عرضه‌کنندگان در شهرک‌های تحت مدیریت خود در تهران با شماره تلفن ۰۲۱ - ۸۸۹۰۱۰۱۱ و در استان‌ها با مدیریت تعاون روستایی استان مربوطه تماس بگیرند. همچنین نهادهای دولتی و غیردولتی نیز می‌توانند به منظور تهیه میوه برای پرسنل خود با شماره فوق تماس بگیرند.

برداشت گندم از نیمه اول فروردین در کشور

رئیس بنیاد ملی گندمکاران کشور گفت در جلسه هفته آتی شورای قیمت‌گذاری امیدواریم نرخ خرید تضمینی گندم اعلام شود. عطاله هاشمی، رئیس بنیاد ملی گندمکاران کشور در گفت‌وگو با خبرنگار صنعت، تجارت و کشاورزی گروه اقتصادی باشگاه خبرنگاران جوان، با اشاره به اینکه قیمت‌گذاری گندم به هفته آینده موکول شد، اظهار کرد: گرچه قرار بود دوشنبه هر هفته جلسه شورای قیمت‌گذاری تشکیل شود، اما این هفته جلسه برگزار نشد، در حالی که قرار بود در ارتباط با موضوع قیمت گندم بحث شود. او افزود: تاکنون شورای قیمت‌گذاری نرخ چغندرقت، دانه‌های روغنی و چای را اعلام کرده است. هاشمی ادامه داد: با توجه به آغاز فصل برداشت گندم از نیمه اول فروردین هرچه سریع‌تر قیمت‌گذاری این محصول استراتژیک باید انجام شود. رئیس بنیاد ملی گندمکاران با تاکید بر اصلاح قیمت خرید تضمینی گندم در هفته آینده بیان کرد: با وجود آنکه تاخیر در اعلام نرخ خرید تضمینی به نفع دلالتان است، امیدواریم در جلسه آتی شورای قیمت‌گذاری نرخ خرید گندم اعلام شود، در غیر این صورت با ورود دلالتان، گندم تولیدی از چرخه مصرف انسانی خارج می‌شود. هاشمی ادامه داد: با برآورد هزینه‌های تولید از نقاط مختلف کشور و احتساب سود معقول، بنیاد ملی گندمکاران نرخ ۵ هزار و ۳۰۰ تومان را برای خرید تضمینی هر کیلو گندم پیشنهاد داده است و باید منتظر ماند که چه نرخی در شورا به تصویب می‌رسد. رئیس بنیاد ملی گندمکاران در پایان با اشاره به اینکه نیازی به واردات گندم نداریم، تصریح کرد: با توجه به سطح زیر کشت و شرایط مطلوب مزارع پیش‌بینی می‌شود که تولید گندم به حدود ۱۴ میلیون تن برسد که طی سال‌های قبل به علت نرخ پایین گندم و امتناع کشاورز از عرضه به مراکز دولتی و هدررفت گندم در سایر بخش‌ها، دولت اقدام به واردات می‌کرد که با اصلاح نرخ منطقه‌ای، مشکلی در تامین نداریم.

جدیدترین قیمت مرغ، گوشت و میوه**در میادین**

تازه‌ترین قیمت مرغ، تخم مرغ، گوشت و میوه در میادین میوه و تره بار اعلام شد. به گزارش ایسنا، براساس نرخنامه سازمان میادین میوه و تره بار قیمت هر کیلو ران تازه گوساله در میادین میوه و تره بار ۱۲۱ هزار تومان، سردست تازه گوساله هر کیلو ۱۱۹ هزار تومان، گوشت مخلوط با لخم گوساله هر کیلو ۱۱۰ هزار تومان، گوشت چرخ‌کرده مخلوط ۹۸ هزار تومان، ران تازه گوسفندی ۱۴۴ هزار و ۵۰۰ تومان، سردست تازه گوسفندی هر کیلو گرم ۱۲۴ هزار و ۱۰۰ تومان، کف دست تازه گوسفندی هر کیلو ۱۴۳ هزار و ۴۰۰ تومان، شقه گوسفندی هر کیلو ۱۱۹ هزار و ۸۰۰ تومان، شقه بوقلمون ۳۶ هزار و ۵۰۰ تومان، مرغ تازه تنظیم بازار هر کیلو ۲۰ هزار و ۴۰۰ تومان، مرغ منجمد تنظیم بازار ۱۵ هزار و ۵۰۰ تومان، تخم مرغ تنظیم بازار ۱۶ هزار و ۹۰۰ تومان، تخم مرغ تازه بسته‌بندی یک شانه ۳۰ عددی به وزن یک کیلو و ۹۰۰ گرم ۳۵ هزار و ۷۰۰ تومان، ماهی قزل‌آلای رنگین کمان ۴۸ هزار و ۵۰۰ تومان و ماهی قزل‌آلای گوشت نارنجی ۵۳ هزار تومان است. براساس این گزارش شکر بسته‌بندی یک کیلوگرمی ۸۷۰۰ تومان، قند حبه و شکسته هر کیلوگرم ۹۵۰۰ تومان، انواع برنج ایرانی دُم سیاه، طارم و هاشمی ۳۲ هزار و ۵۰۰ تومان، انواع برنج خارجی تنظیم بازار هر کیلوگرم از ۱۲ هزار و ۱۹۰ هزار تومان است. همچنین قیمت هر کیلو سیب قرمز ۸۹۰۰ تومان، سیب زرد ۱۱ هزار و ۲۰۰ تومان، پرتقال تامسون جنوب ۱۴ هزار و ۵۰۰ تومان، پرتقال تامسون شمال ۱۱ هزار و ۸۰۰ تومان، نارنگی رسمی و محلی ۱۳ هزار تومان، نارنگی تانجیل ۱۰ هزار و ۹۰۰ تومان، لیموشیرین ۱۳ هزار و ۹۰۰ تومان، کیوی ۱۴ هزار و ۱۰۰ تومان، خیار رسمی و روبال ۷۸۰۰ تومان، گوجه فرنگی ۳۹۰۰ تومان، بادمجان ۵۵۰۰ تومان، سیب زمینی ۳۹۵۰ تومان، پیاز قرمز ۵۲۰۰ تومان، پیاز سفید ۳۱۰۰ تومان و سبزی‌های برگی ۶۹۰۰ تومان است.

پیاده‌سازی سیستم مدیریت ایمنی در فرودگاه‌های بین‌المللی تا پایان ۱۴۰۱

سیستم مدیریت ایمنی تا پایان سال ۱۴۰۱ مطابق برنامه زمان‌بندی به طور کامل در فرودگاه‌های بین‌المللی و حوزه ناوبری هوایی پیاده‌سازی می‌شود. به گزارش ایرنا از پایگاه خبری وزارت راه و شهرسازی، نوزدهمین جلسه شورای عالی ایمنی شرکت با حضور رئیس هیأت مدیره و مدیرعامل شرکت فرودگاه‌ها و ناوبری هوایی ایران و اعضای شورای عالی ایمنی برگزار شد. در ابتدای این نشست برخی از مسائل ایمنی شرکت فرودگاه‌ها و ممیزی‌های صورت گرفته از فرودگاه‌های بین‌المللی مطرح و درخصوص آنها تبادل نظر شد. در این نشست همچنین برنامه زمان بودی پیاده‌سازی سیستم مدیریت ایمنی در فرودگاه‌های بین‌المللی و حوزه ناوبری هوایی مطرح و مقرر شد تا پایان سال ۱۴۰۱ این سیستم به طور کامل با این برنامه پیاده‌سازی شود.



در این مدت ۶ هزار و ۴۰۰ واحد جدید به بهره‌برداری رسیده که به لحاظ تعدادی ۷درصد رشد داشته است.

۵۲ درصد رشد در صدور پروانه صنفی

زرندی همچنین یادآور شد: در این بازه زمانی صدور پروانه صنفی ۵۲ درصد رشد داشته است. همچنین تعداد ۵۸۸ هزار مجوز صنفی و بالغ بر ۳۰ هزار نماد الکترونیکی صادر شده است.

رشد ۵ درصدی بازرسی واحدهای صنفی

وی در پایان به افزایش بازرسی از واحدهای صنفی اشاره کرد و گفت: در ۱۱ ماه امسال بیش از ۳ میلیون بازرسی و کنترل واحدهای صنفی انجام شد که نسبت به مدت مشابه سال گذشته ۵ درصد افزایش یافته است.

ماه در بخش خودرو سواری ۸۳۰ هزار دستگاه، فولاد خام ۲۶ میلیون تن، سیمان ۶۳ میلیون تن و شمش آلومینیوم ۳۹۴ هزار تن در ۱۱ ماه امسال تولید شد. زرندی ادامه داد: در این مدت چرم، الکتروموتور، سموم دفع آفات نباتی آلومینیا، ظروف چینی با کاهش تولید مواجه بوده‌اند.

تصویب ۱۲۵ طرح در هیأت سرمایه‌گذاری خارجی

وی در بخش دیگر صحبت‌های خود از تصویب ۱۳۵ طرح صنعتی، معدنی و تجاری در هیأت سرمایه‌گذاری خارجی خبر داد و تصریح کرد: در مقایسه با مدت مشابه سال گذشته، شاهد رشد ۶۴ درصدی رشد در تعداد این طرح‌ها هستیم.

بهره‌برداري از ۴۰۰ واحد جديد

معاون طرح و برنامه وزارت صنعت، معدن و تجارت ادامه داد: همچنین

معاون طرح و برنامه وزارت صنعت، معدن و تجارت با تاکید بر روند رو به رشد بخش تولید در ۱۱ ماهه امسال گفت در این مدت از ۳۸ کالای اصلی و منتخب صنعتی و معدنی، ۲۵ کالا رشد تولید داشته است.

به گزارش ایرنا از روابط عمومی وزارت صنعت، معدن و تجارت، «سعید زرندي» با اشاره به رشد تولید در بسیاری از صنایع اصلی در حوزه صنعتی و معدنی افزود: در ۱۱ ماهه سال جاری، لوازم خانگی با ۳۸ درصد رشد، شمش آلومینیوم ۵۴ درصد، انواع خودرو سواری ۱۸ درصد، فولاد ۷ درصد و سیمان بیش از ۱۲ درصد رشد را شاهد بوده‌اند.

توليد بیش از ۴ میلیون دستگاه در بخش لوازم خانگی

معاون طرح و برنامه وزارت صمت میزان تولید در صنعت لوازم خانگی را بیش از ۴ میلیون دستگاه عنوان کرد و افزود: از ابتدای سال تا پایان بهمن

سخت‌گوی صنعت برق:

استفاده از برق خانگی برای استخراج رمزارز مجاز نیست

این کسب و کار جدید همانند سایر کسب و کارها اقدام به تعیین تعرفه برق برای آنها کرد تا فعالان به‌صورت قانونی و بدون نگرانی از تامین برق به فعالیت ادامه دهند.

معاون برنامه‌ریزی اقتصادی شرکت توانیر افزود: رفتار صنعت برق با فعالان استخراج رمزارز همانند سایر فعالیت‌ها است و فقط در صورتی با آنان برخورد می‌شود که به صورت غیرمجاز بخواهند از برق سوءاستفاده کنند.

به گفته وی، برخورد با استفاده‌کنندگان غیرمجاز از برق فقط محدود به استخراج‌کنندگان ارز مجازی نیست و براساس مصوبه‌های دولت و قانون، همه انشعاب‌های غیرمجاز جمع‌آوری شده و با هر نوع استفاده غیرمجاز از برق بجد برخورد می‌شود.

به گزارش ایرنا، پیشتر مدیرعامل شرکت تولید، انتقال و توزیع نیروی برق ایران گفت: استخراج‌کنندگان رمزارزها برای برخورداری از برق مطمئن باید نسبت به اخذ مجوزهای قانونی اقدام کنند.

بهره‌برداری از ۵۸۰۰ واحد صنعتی در سخت‌ترین شرایط

استان‌ها برای توسعه ساخت داخل تصریح کرد: خوشبختانه علاوه بر بهبود شاخص‌های صنعتی طبق گزارش مرکز ساخت داخل وزارت صمت شاهد تحقق حدود ۳میلیارد دلار داخلی‌سازی توسط واحدهای تولیدی در سراسر کشور بوده‌ایم.

صادقی نیارکی تکمیل ظرفیت‌های نیمه‌تمام و احیای واحدهای تولیدی را کد را یکی دیگر از برنامه‌های وزارت صمت توصیف کرد و گفت: قرار بود در سال جاری یک هزار و ۵۰۰ واحد تعطیل به چرخه تولید بازگردند که تاکنون بالغ بر یک هزار و ۴۰۰ واحد به مدار تولید بازگشته‌اند.

وی با اشاره به اینکه صدور پروانه بهره‌برداری صنعتی در ۱۰ ماه گذشته از سال جاری ۷.۸ درصد رشد داشته و بالغ بر ۵ هزار و ۸۰۰ واحد صنعتی به بهره‌برداری رسیده است، ادامه داد: این واحدها بالغ بر ۱۰۷ هزار اشتغال مستقیم ایجاد کرده است.

رشد ۲۰۰درصدی سرمایه‌گذاری صنعتی

صادقی نیارکی حجم سرمایه‌گذاری صنعتی ۱۰ ماه گذشته از سال جاری در مقایسه با سال گذشته را دارای رشد ۳۰۰ درصد رشد دانست و افزود: مجموع حجم سرمایه‌گذاری سال جاری بالغ بر ۱۷۰ هزار میلیارد تومان بوده که بالغ بر ۷ هزار و ۵۰۰ میلیارد تومان آن که طرح‌های بزرگ به بهره‌برداری رسیده است مربوط به استان زنجان است.

صادقی نیارکی با بیان اینکه جواز تاسیس صنعتی به معنای تمایل به سرمایه‌گذاری در بخش تولید است، گفت: امسال بالغ بر ۳۱ هزار فقره جواز تاسیس صادر شده است.

معاون برنامه‌ریزی اقتصادی شرکت توانیر اظهار داشت: شهروندان اگر در همسایگی خود از وجود افرادی که برای استخراج رمزارز از برق خانگی استفاده می‌کنند آگاهی یابند، این موضوع را گزارش دهند تا با متخلفان برخورد شود.

به گفته وی، استفاده‌کنندگان غیرمجاز برق برای استخراج رمزارز ظرفیتی معادل ۹۰ مگاوات هستند.

رجبی مشهیدی ادامه داد: تاکنون حدود ۳۰ مگاوات از این ظرفیت شناسایی شده که مصرفی معادل کل مصرف شهر رامسر است.

سخت‌گوی صنعت برق افزود: برق برای کسانی که به صورت قانونی و با کسب اجازه اقدام به استخراج رمزارز کنند، تامین شده و مورد حمایت خواهند بود.

وی گفت: کسانی هم که به صورت غیرقانونی از شبکه برق استفاده کنند، شناسایی شده و به مراجع قضایی معرفی خواهند شد.

رجبی‌مشهیدی خاطرنشان کرد: وزارت نیرو و شرکت توانیر با توسعه

جهش ۲۰زنجیره صنعتی از بین ۲۸ محصول

معاون امور صنایع وزارت صمت در ادامه با اشاره به جهش ۲۰زنجیره صنعتی از بین ۲۸ محصول افزود: در صنعت لوازم خانگی دو برند چندملیتی کشور را ترک کرده‌اند، اما به رغم شرایط سختی که برای صنعت رقم خورده، میزان تولید لوازم خانگی داخلی در سال جاری ۱۵ درصد نسبت به سال ۱۳۹۶ که تحریم‌ها وجود نداشت و ۴۰ درصد نسبت به سال گذشته رشد داشته است.

صادقی نیارکی با اشاره به روند افزایشی تولید، دغدغه اصلی صنعتگران را در کشور، تامین مواد اولیه برشمرد و گفت: علی رغم برخی محدودیت‌ها در این زمینه پیگیری‌های لازم برای تامین مواد اولیه موردنیاز صنایع انجام خواهیم داد تا جهش تولید تداوم یابد.

افزایش خوداتکایی و توسعه ساخت داخل**راهبرد ایجابی وزارت صمت**

معاون امور صنایع وزیر صنعت، معدن و تجارت افزایش خوداتکایی و توسعه ساخت داخل را راهبرد ایجابی وزارت صمت برشمرد و گفت: نهضت ساخت داخل، پروژه‌ای بود که از سال گذشته آغاز شد و هدف‌گذاری شده است ظرف سه سال ۱۰ میلیارد دلار از واردات کشور، تبدیل به ساخت کالای داخل شود. وی با اشاره به هدف گذاری ۳میلیارد و ۲۰۰میلیون دلاری در سطح

تبدیل پارکینگ شرکت‌های خدمات پس‌ازفروش به انبار خودروهای خارجی

دبیر انجمن واردکنندگان خودرو گفت پس از گذشت ۱۱ ماه خودروهای زیادی در پارکینگ مجموعه‌های فروش خدمات یدکی دپو شده‌اند و معطل قطعه هستند.

مهدی دادفر با حضور در یک برنامه رادیویی با اشاره به نامه‌نگاری‌هایی که با وزارت صمت و سازمان حمایت صورت گرفته، اظهار کرد: با محدود کردن تخصیص ارز و ثبت‌سفارش قطعات یدکی خودرو، در آینده نزدیک تمام خودروها با مشکل روبه‌رو می‌شوند. وی افزود: امروز پس از گذشت ۱۱ ماه خودروهای زیادی در پارکینگ مجموعه‌های فروش خدمات یدکی دپو شده‌اند و معطل قطعه هستند.

وی ادامه داد: ما نامه‌نگاری کردیم که اگر خودرویی چهار روز در پارکینگ بماند، باید مبلغی به مالک ارائه شود. این در شرایطی است که هیچ ارز و ثبت‌سفارشی به همکاران واردکننده تعلق نمی‌گیرد و از دیگر سو ادعا می‌شود که اگر خودرو تعمیر نشود، جریمه می‌شود. دادفر چنین رویه‌ای را مصداق بی‌منطقی خواند و افزود: هیچ پاسخی به مکاتبات ندادند و در اصل اهمیتی نمی‌دهند. دبیر انجمن واردکنندگان خودرو تصریح کرد: تنها چیزی که هم اینک در کشور اهمیتی ندارد، تجارت است و این مطلبی است که باید صراحتا به آن بپذیریم. ثبت‌سفارش‌ها اگر از هم اینک صورت گیرد، سال دیگر در شهربور شاید ارز به آن تعلق گیرد.

همچنین هادی سرهنگی، عضو هیأت‌مدیره انجمن خدمات پس از فروش خودرو در رابطه با معضلات فروش قطعات خودروهای خارجی اظهار کرد: در این حوزه مشکلات جدی وجود دارد که در دو دسته کلی کمبود و بال بودن قیمت طبقه‌بندی می‌شود. وی کالاه را هم به دسته‌های پرمصرف، متوسط مصرف و کم‌مصرف طبقه‌بندی کرد و افزود: قطعات به راحتی تامین نمی‌شود و سیکل تامین یک ماهه، به چند ماه رسیده است. سرهنگی با اعلام اینکه کل مجموعه‌های خدمات پس از فروش در پروسه‌های مختلف قرار گرفته‌اند و چندین ماه زمان برای بستن یک قطعه روی یک خودرو زمان صرف می‌شود، ادامه داد: این مسئله کل مجموعه‌ها را دچار مشکل کرده است. وی در بخشی دیگر از مصاحبه با رادیو گفت‌وگو، اعلام کرد که ثبت‌سفارش‌ها در زمان‌هایی اتفاق افتاده که همه موضوعات در شرایط نرمال قرار داشته و وضعیت تخصیص ارز در کشور مناسب بود. سرهنگی با اعلام اینکه قوانین هم اینک نیازمند بازنگری هستند، ادامه داد: حتی در زمان‌های گذشته هم به این قوانین نقد داشتیم. به‌عنوان مثال شرکت‌های خدمات پس از فروش را مجبور کردند که گارانتی ارائه دهند.

آغاز صدور فاکتور فروش خودروی شاهین با مدل ۱۴۰۰

سایپا براساس نظام جدید کیفیت محصول خود، خودروی شاهین را با گارانتی سه ساله یا ۶۰ هزار کیلومتر پیمایش تحویل مشتریان خواهد داد.

به گزارش خبرگزاری تسنیم، سید جواد سلیمانی، مدیرعامل سایپا، ضمن اعلام این خبر افزود: گروه خودروسازی سایپا در تامین قطعات و فرایندهای تولید خود، شیوه‌های نوینی را در دستور کار قرار داده، به گونه‌ای که براساس نظام جدید کیفیت محصول سایپا و برای رضایتمندی بیشتر مشتریان، فراتر از الزامات قانونی، این محصول را به مدت سه سال یا ۶۰ هزار کیلومتر پیمایش، گارانتی خواهد کرد.

سلیمانی همچنین از آغاز صدور فاکتور فروش «شاهین» هم‌زمان با عید سعید مبعث خبر داد و گفت: با توجه به هماهنگی‌های انجام شده این محصول با مدل ۱۴۰۰ شماره‌گذاری و تحویل خریداران و مشتریان محترم خواهد شد.

نحوه محاسبه مالیات خودروهای میلیاردی

معاون سازمان مالیاتی با اشاره به تحقق ۱۰۰ درصدی درآمدهای مالیاتی سال جاری گفت دریافت مالیات از خانه و خودروهای لوکس معطل تصویب آیین‌نامه در دولت است.

به گزارش فارس، محمود علیزاده در مورد وضعیت تحقق درآمدهای مالیاتی اظهار کرد: براساس آمارها درآمدهای ۱۲ ماهه مالیاتی ۱۰۰ درصد رقم مصوب را محقق شده و بیش از آن خواهد بود.

معاون فنی و حقوقی سازمان امور مالیاتی در مورد آیین‌نامه اجرایی اخذ مالیات از خانه‌های لوکس و خودروهای لوکس طبق قانون بودجه سال ۹۹ تصریح کرد: آیین‌نامه این موضوع خردامه‌ها سال ۹۹ در کمیسیون اقتصادی دولت تصویب شد اما هنوز از دولت بیرون نیامده است.

وی در پاسخ به این سوال که اگر مصوب شود آیا امکان شناسایی و اخذ مالیات از این موضوعات را دارید؟ گفت: برمبنای ماده ۴۲ قانون مالیات ارزش افزوده هر سال سازمان امور مالیاتی ارزش هر خودرو را به جزییات و سال ساخت اعلام می‌کند. یک ضریب همگین می‌دهیم و به ارزش روز ماشین می‌رسیم. علیزاده در پاسخ به این سوال که گفته می‌شود ۳۰۰ هزار خودروی وارداتی بالای یک میلیارد تومان داریم که می‌توان از آنها ۸ تا ۱۰ هزار میلیارد تومان درآمد کسب کرد، گفت: نمی‌دانیم باید قیمت هر خودرو تعیین و ارزش‌گذاری شود و براساس آن برآورد ارائه داد.

معاون سازمان مالیاتی در مورد قانون مالیات بر خانه‌های خالی اظهار کرد: تدوین آیین‌نامه اصلاحی ماده ۵۴ قانون مالیات‌های مستقیم برعهده وزارت راه و شهرسازی با همکاری وزارت اقتصاد است. البته هنوز از همکاری نخواستند در مجلس، نمایندگان از آنها پرسیدند که گفته شد در حال انجام کارهایی هستیم که هر موقع نیاز شود از سازمان مالیاتی دعوت می‌کنیم، با این حال سازمان مالیاتی تمهیدات خود را در این راستا پیش برده است.

بازار خودرو در آستانه تغییر وضعیت



این محدوده‌ها به نسبت چشمگیری کاسته شده و مالکان خودروهای بعضا صفرکیلومتر خود برای فروش اقدام کرده‌اند.

نکته جالب توجه در این محدوده، عرضه خودروهای صفرکیلومتر سال‌های ۹۸ و ۹۹ است که با توجه به تحویل برخی خودروهای تولید ۱۴۰۰، ارزش‌شان در روزهای آینده کمتر می‌شود و سود کمتری نصیب مالکان آنها خواهد شد. وفور این دست خودروها در بازار نشان از آن دارد که بخش عمده‌ای از خریداران نه با هدف استفاده از خودرو بلکه به قصد سرمایه‌گذاری نسبت به خرید آن اقدام کرده‌اند. نزدیک شدن به زمان عرضه و تحویل خودروهای مدل ۱۴۰۰ می‌تواند سبب ریزش قیمت خودروهای مدل ۹۸ و ۹۹ در بازار شود؛ البته هم‌اکنون پیش لرزه‌های این مسئله در بازار قابل مشاهده است.

با توجه به رکود عمیق بازار خودرو، به نظر نمی‌رسد به زودی رونقی در این بازار اتفاق بیفتد و براساس شرایط موجود می‌توان پیش‌بینی کرد با توجه به افت مدل، اخذ مالیات از خودروهای میلیاردی، وارد نشدن خودروهای خارجی، نوسانات نرخ ارز و ... گشایشی در شرایط بازار ایجاد نخواهد شد. به دین ترتیب انتظار می‌رود اگر اتفاق خاص سیاسی و اقتصادی رخ ندهد، رکود بازار خودرو حتی تا نیمه دوم سال ۱۴۰۰ به طول انجامد. هرچند برگزاری انتخاب سال آینده ریاست جمهوری و همچنین شروع به کار دولت سیزدهم می‌تواند سراغز تکانه‌های قیمتی در بازار خودرو شود.

را برای رشد دوباره قیمت یا پیشگیری از کاهش بیشتر قیمت‌ها در بازار مهیا نماید. در حالی که تنها یک هفته تا پایان سال باقی ۹۹ مانده، بازار خودرو روزهای آرامی را پشت سر می‌گذارد و فعالان بازار می‌گویند اکنون به‌جز مشتریان واقعی کسی برای خرید به بازار مراجعه نمی‌کند. در این شرایط خودروسازان نیز عرضه را زیاد و حتی فروش قسطی را هم آغاز کرده‌اند. این اقدام می‌تواند سرآغازی برای تغییر مسیر بازار خودرو در ماه‌های آتی باشد.

با وجود ازدحام خودروهای عرضه‌شده در نقاط مختلف تهران، تقریبا کمتر معاملهای انجام می‌شود

گزارش‌های میدانی نشان می‌دهد حتی هوای بارانی جمعه ۲۲ اسفند نیز سبب نشده تا فروشندگان از عرضه خودرو دست بکشند بلکه در مرکز خرید و فروش خودرو در چیتگر تعداد فراوانی خودرو در سایت‌های مختلف این مرکز برای فروش عرضه شده است.

این شرایط در محدوده خیابان احسان در شرق تهران که معمولا جمعه‌ها میزبان فروشندگان خودروست نیز مشاهده می‌شود به طوری که افراد فراوانی خودروهای خود در این محدوده برای فروش گذاشته شده‌اند. این در حالی است که با وجود ازدحام خودروهای عرضه شده در نقاط مختلف تهران، تقریبا کمتر معاملهای انجام می‌شود و فقط معدود خریداران و مصرف‌کنندگان واقعی دست به خرید می‌زنند.

بررسی طیف فروشندگان در بازار نشان می‌دهد از تعداد دلان نیز در

بهترین راه حل؛ آزادسازی قیمت خودرو در قبال افزایش تولید است

عنوان کرد: در ماه آذر و دی که قیمت دلار در حال کاهش بود و بازار خودرو وضعیت خوبی داشت زمان مناسبی برای اجرای طرح مجلس و دولت بود، اما در حال حاضر علی رغم اینکه بنده به آزادسازی قیمت خودرو اعتقاد دارم با توجه به افزایش قیمت دلار و صعود موقتی قیمت‌ها در شب عید آزادسازی قیمت خودرو موجب تنش در بازار خودرو و سایر بازارهای موازی خواهد شد. از سوی دیگر سقوط بازار سرمایه موجب جذب سرمایه‌های آماده در بازار خودرو شده و شرایط را بحرانی‌تر خواهد کرد.

وی ادامه داد: نکته دیگر اینکه قانون‌گذاری در مجلس برای یک بازه زمانی بلندمدت است در حالی طرح تحول مجلس تنها برای شرایط بحرانی و موقت فعلی کارساز است و در هیچ جای دنیا خودرو کالایی نیست که برای همیشه در بورس عرضه شود لذا از این منظر این سوال مطرح است که آیا عرضه خودرو در بورس یک قانون است و اگر بله تا چه زمانی ضمانت اجرایی خواهد داشت؟

این کارشناس صنعت خودرو افزود: همچنین نحوه اجرای طرح مجلس ایراد دارد و اگر قیمت خودرو در بورس افزایش یافت باید معامله را ابطال کنیم که این موضوع قواعد بورس را برهم خواهد زد. ضمن اینکه مجلس اخیرا طرح تحقیق و تفحص از بورس را تصویب کرده است و اگر هدف از عرضه خودرو در بورس شفافیت قیمت‌ها است در شرایطی که مجلس به بورس مشکوک لذا بهتر است قیمت‌گذاری را تحت نظارت مسئولان به خود خودروسازان محول کنیم. وی اظهار داشت: در یک جمع‌بندی می‌توان گفت آزادسازی در قبال برنامه‌های توسعه و جهشی بهترین روش ممکن است که باید زودتر انجام می‌شد، اما متاسفانه هر روز به تأخیر می‌افتد و بعید به نظر می‌رسد آزادسازی قیمت‌ها پیش از سال جدید و یا حتی پیش از انتخابات ریاست جمهوری اجرایی شود.

این کارشناس صنعت خودرو در پاسخ به این سوال که تسهیلات بانک مرکزی و اوراق گام تا چه حد در کاهش مشکلات صنعت

عضو هیأت علمی دانشکده مهندسی خودرو دانشگاه علم و صنعت ایران ضمن مقایسه طرح‌های پیشنهادی مجلس و دولت برای حل تعدادات صنعت خودرو، آزادسازی قیمت در قبال افزایش تولید را بهترین روش قیمت‌گذاری در یک نظام اقتصادی عنوان کرد.

به گزارش خبر خودرو، امیرحسین کاکایی اظهار داشت: بهترین روش قیمت‌گذاری و مرسوم در دنیا آزادسازی قیمت خودرو است به این معنا که قیمت‌گذاری توسط هیأت مدیره خودروسازان و براساس نیاز بازار صورت بگیرد. البته کشف قیمت خودرو در بورس نیز از قیمت‌گذاری فعلی و دستوری بهتر است.

وی در ادامه به مقایسه روش‌های مختلف قیمت‌گذاری پرداخت و گفت: در حال حاضر سه روش قیمت‌گذاری دستوری، کشف قیمت در بورس و آزادسازی قیمت‌ها مطرح است، اما تنها توجه به مقوله ارزش‌گذاری اثرگذار نیست بلکه باید به مجموعه بسته اجرایی این طرح‌ها توجه کرد. به عنوان مثال عرضه خودرو در بورس موجب آزادسازی قیمت می‌شود اما طبق این طرح مابه‌التفاوت قیمت از مسیری غیرمستقیم به قطعه‌ساز و خودروساز داده می‌شود که فایده‌ای برای صنعت خودرو نخواهد داشت.

عضو هیأت علمی دانشکده مهندسی خودرو دانشگاه علم و صنعت ایران افزود: هدف دولت از قیمت‌گذاری دستوری حمایت از مردم است، اما عملا نه تنها حمایتی صورت نگرفته بلکه فضا برای سوداگران باز شده است. از طرف دیگر اگر خودروساز مجوز افزایش قیمت را دریافت کند، اما میزان تولید را افزایش ندهد رضایت مردم جلب نخواهد شد بنابراین نکته کلیدی این است که بسته جهش تولید دولت این مزیت را دارد که در کنار آزادسازی قیمت خودرو برای افزایش تولید و کیفیت و ... نیز برنامه‌ریزی کرده است.

کاکایی با تأکید بر اینکه زمان اجرای هر طرح دارای اهمیت زیادی است و اکنون زمان مناسبی برای آزادسازی قیمت خودرو نیست،

رئیس اتحادیه دوچرخه و موتورسیکلت‌فروشان هشدار داد

کمبود قطعات موتورسیکلت‌های نسل جدید در بازار جدی است

روبه‌چلوست. در کنار همکاری با برندهای معتبر جهانی به جای اتکا به چینی‌ها و همچنین افزایش عمق داخلی‌سازی می‌توان مسیر این صنعت را هموارتر کرد.»

وی بر سیاست‌های کلان در وزارت صمت برمبنای افزایش داخلی‌سازی موتورسیکلت‌های تولیدشده در کارخانه‌ها تأکید و تصریح کرد به هر میزان نسبت داخلی‌سازی محصولات بیشتر شود، هزینه‌های واردات قطعات خارجی نیز برای آن محصول و کارخانه کاهش خواهد یافت.

گودرزی هدف از کاهش هزینه‌های واردات برای این شرکت‌ها را تشویق تولیدکنندگان برای داخلی‌سازی محصولات دانست و گفت: «شرکت‌هایی که اقدامات کمتری برای داخلی‌سازی قطعات انجام دهند در آینده امکان رقابت با موتورسیکلت‌سازان پویا را نخواهند داشت.»

موتورسیکلت‌های طرح «کلیک» را داخلی‌سازی می‌کنیم دکتر مجید رضایی یکی از سهامداران ارشد شرکت یکتازسیکلت کویر از برنامه این شرکت برای داخلی‌سازی قطعات موتورسیکلت‌های طرح کلیک خبر داد و گفت: «خوشبختانه این مدل موتورسیکلت

«قطعه‌سازان و تولیدکنندگان موتورسیکلت دغدغه بیشتری برای تامین قطعات یدکی موتورسیکلت‌های جدید در بازار داشته باشند.» این صحبت‌های محمد خادم‌منصوری، رئیس اتحادیه فروشندگان موتورسیکلت و دوچرخه تهران است که در نشست خبری مشترک خود با مسئولان وزارت صمت و شرکت کویرموتور مطرح کرد. به گزارش ایسنا، وی در جمع خبرنگاران با تأکید بر اینکه در حال حاضر مشکلی برای خرید قطعات موتورسیکلت‌های Cdi وجود ندارد، گفت: «اما تامین قطعات یدکی محصولات جدید به سختی انجام می‌شود.»

وی با اشاره به اینکه برای تامین قطعات موتورسیکلت‌های جدید در بخش خدمات پس از فروش نیازمند همکاری تولیدکنندگانی همچون شرکت یکتازسیکلت‌کویر هستیم، ادامه داد: «در حال حاضر صنعت موتور شخصیت واقعی خود را پیدا کرده است.»

در ادامه عزیزاله گودرزی، معاون فتر صنایع خودرو و موتورسیکلت نیرو محرکه در وزارت صنت، معدن و تجارت به نیاز به ایجاد تنوع در بازار موتورسیکلت اشاره کرد و افزود: «تاسیس نمایشگاه‌های فروش موتورسیکلت و تشویق مردم برای استفاده صحیح از آن حرکتی



فعالان حوزه اینترنت اشیا با کاربردهای آن آشنا می‌شوند تا این فناوری توسعه یابد

رویدادی بین‌المللی با هدف گسترش مفهوم اینترنت اشیا برگزار می‌شود تا فعالان این عرصه با کاربردهای آن در پایداری شهرهای هوشمند آشنا شوند. این رویداد با عنوان «توسعه راهکارهای اینترنت اشیا، کلان داده و بلاک‌چین در شهرهای پایدار هوشمند» برگزار می‌شود. آشنایی فعالان و علاقه‌مندان به این حوزه با نقش اینترنت اشیا در پیاده‌سازی و مدیریت شهرهای پایدار هوشمند و توسعه این فناوری کاربردی هدف اصلی از برگزاری این رویداد است.

ستاد توسعه فناوری‌های اقتصاد دیجیتال و هوشمندسازی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری یکی از حامیان برگزاری این رویداد آنلاین و بین‌المللی است که توسط آکادمی اینترنت اشیا برگزار می‌شود.

دریچه

پلی از دانش به صنعت

آزمایشگاهی مرغوب و استاندارد می‌تواند این هدف را محقق کند. اما نکته مهم در این موضوع، بحث شبکه‌سازی تجهیزات آزمایشگاهی و پژوهش‌های علمی است. اینکه فضایی برای فعالان این عرصه فراهم شود تا آنها بتوانند در تعامل با یکدیگر، خدماتی یکپارچه و مطلوب به مشتریان ارائه کنند. شبکه آزمایشگاهی فناوری‌های راهبردی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری نیز همین وظیفه را به عهده گرفته است. وجود بستری که خدمات آزمایشگاهی موردنیاز بخش‌های مختلف از دانش گرفته تا صنعت به صورت یکپارچه و براساس نیاز ارائه شود، گامی اثربخش در ارتقای سلامت جامعه، کیفیت تولیدات و توسعه پژوهش‌های کارآمد است. مجموعه فناور ما نیز که یکی از ارائه‌دهندگان خدمات آزمایشگاهی در حوزه کنترل کیفیت مواد غذایی و محصولات آرایشی و بهداشتی است با عضویت در این شبکه، تلاش می‌کند هم کیفیت خدمات خود را ارتقا دهد و هم در تبادل و تعامل با دیگر مجموعه‌های فناور، نقشی موثر در افزایش کیفیت محصولات غذایی و آرایشی و بهداشتی داشته باشد. تلاش می‌کنیم با کمک آزمایشگاههایی با تجهیزات پیشرفته و پرسنل دانش‌آموخته و متخصص، طیف گسترده‌ای از خدمات آزمایشگاهی شامل میکروپزشی، سم‌شناسی، کنترل محصولات تراریخته، شناسایی سموم و عناصر آلاینده باقی مانده در فرآورده‌های کود، آفت‌کش‌ها و همچنین بسته‌بندی محصولات را ارائه کنیم. همچنین با استفاده از تجهیزات پیشرفته حوزه میکروپزشی، شناسایی عناصر بیماری‌زا و میکروارگانیسم‌ها را در کمترین زمان ممکن انجام می‌دهیم.

سازمان امور مالیاتی:

اینفلوئنسرها هم مشمول قانون پایانه‌های فروشگاهی می‌شوند

قانون پایانه‌های فروشگاهی به زودی اجرایی خواهد شد و اینفلوئنسرها نیز موظف هستند که اظهارنامه مالیاتی پر کنند و مانند سایر پایانه‌ها در این طرح حضور داشته باشند. معاون حقوقی و فنی مالیاتی سازمان امور مالیاتی تاکید کرد که کلیه فعالان اقتصادی با اجرایی شدن قانون پایانه‌های فروشگاهی، باید این پایانه‌ها را در بنگاه‌ها برای صدور صورت حساب‌های الکترونیکی پیاده کنند. او تاکید کرده که افراد دارای ۵۰۰ هزار دنبال کننده در شبکه‌های مجازی نیز جزو فعالان اقتصادی به شمار می‌روند و موظف به انجام این کار هستند وگرنه با مشکلات قانونی روبه‌رو خواهند شد.

به گزارش دیجیاتو «محمود علیزاده» معاون حقوقی و فنی مالیاتی سازمان امور مالیاتی کشور، در نشست خبری ارائه عملکرد، برنامه‌ها و پروژه‌های وزارت اقتصاد در حوزه فناوری اطلاعات تاکید کرد کلیه فعالان اقتصادی با اجرایی‌شدن قانون پایانه‌های فروشگاهی، باید پایانه‌های مذکور را در بنگاه‌ها برای صدور صورت حساب‌های الکترونیکی پیاده کنند. به گفته علیزاده این اطلاعات باید در یک حافظه جمع‌آوری و به سامانه مودیان سازمان مالیاتی منتقل شود؛ «حضور سازمان مالیاتی صرفاً محدود به دستگاه حافظه مالیاتی است و صورت حساب‌های الکترونیکی صادر شده توسط بنگاه‌ها به سازمان ارائه می‌شود.» علیزاده تاکید دارد با اجرای این قانون جدید، محاسبات مالیات ارزش افزوده طبق دیتا و اطلاعات صورت‌های فروش الکترونیکی مبنای محاسبه قرار می‌گیرد. این صحبت بدان معناست که زین‌پس فرآیندهای مالیاتی بدون دخالت عامل انسانی پیاده خواهد شد: «این قانون جدید نیازمند حمایت همه‌جانبه است تا بر این اساس بتوانیم به درستی قانون پایانه‌ها را پیاده و اجرا کنیم» او تاکید کرد که نیاز به دستگاه جدیدی نیست تا سامانه‌های فروشگاهی وارد این طرح بشوند: «هر دستگاهی مثل ابزارهای پوز که قابلیت اتصال به دیوایس حافظه سامانه مالیاتی را دارا باشد یک نوع حافظه مالیاتی است. هدف اصلی قانون صدور صورت‌حساب‌های الکترونیکی است و برای بخش اصناف و تک کالاهایی این شرایط فراهم است که صرفاً از ابزار پرداخت استفاده کنند.» او در پاسخ به دیجیاتو مبنی بر چگونگی التزام این قانون به

قانون پایانه‌های فروشگاهی به زودی اجرایی خواهد شد و اینفلوئنسرها نیز موظف هستند که اظهارنامه مالیاتی پر کنند و مانند سایر پایانه‌ها در این طرح حضور داشته باشند. معاون حقوقی و فنی مالیاتی سازمان امور مالیاتی تاکید کرد که کلیه فعالان اقتصادی با اجرایی شدن قانون پایانه‌های فروشگاهی، باید این پایانه‌ها را در بنگاه‌ها برای صدور صورت حساب‌های الکترونیکی پیاده کنند. او تاکید کرده که افراد دارای ۵۰۰ هزار دنبال کننده در شبکه‌های مجازی نیز جزو فعالان اقتصادی به شمار می‌روند و موظف به انجام این کار هستند وگرنه با مشکلات قانونی روبه‌رو خواهند شد.

به گزارش دیجیاتو «محمود علیزاده» معاون حقوقی و فنی مالیاتی سازمان امور مالیاتی کشور، در نشست خبری ارائه عملکرد، برنامه‌ها و پروژه‌های وزارت اقتصاد در حوزه فناوری اطلاعات تاکید کرد کلیه فعالان اقتصادی با اجرایی‌شدن قانون پایانه‌های فروشگاهی، باید پایانه‌های مذکور را در بنگاه‌ها برای صدور صورت حساب‌های الکترونیکی پیاده کنند. به گفته علیزاده این اطلاعات باید در یک حافظه جمع‌آوری و به سامانه مودیان سازمان مالیاتی منتقل شود؛ «حضور سازمان مالیاتی صرفاً محدود به دستگاه حافظه مالیاتی است و صورت حساب‌های الکترونیکی صادر شده توسط بنگاه‌ها به سازمان ارائه می‌شود.» علیزاده تاکید دارد با اجرای این قانون جدید، محاسبات مالیات ارزش افزوده طبق دیتا و اطلاعات صورت‌های فروش الکترونیکی مبنای محاسبه قرار می‌گیرد. این صحبت بدان معناست که زین‌پس فرآیندهای مالیاتی بدون دخالت عامل انسانی پیاده خواهد شد: «این قانون جدید نیازمند حمایت همه‌جانبه است تا بر این اساس بتوانیم به درستی قانون پایانه‌ها را پیاده و اجرا کنیم» او تاکید کرد که نیاز به دستگاه جدیدی نیست تا سامانه‌های فروشگاهی وارد این طرح بشوند: «هر دستگاهی مثل ابزارهای پوز که قابلیت اتصال به دیوایس حافظه سامانه مالیاتی را دارا باشد یک نوع حافظه مالیاتی است. هدف اصلی قانون صدور صورت‌حساب‌های الکترونیکی است و برای بخش اصناف و تک کالاهایی این شرایط فراهم است که صرفاً از ابزار پرداخت استفاده کنند.» او در پاسخ به دیجیاتو مبنی بر چگونگی التزام این قانون به

فناوری‌های نوین به کمک آمد

معرفی جاذبه‌های گردشگری ایران

را برای یک مرمت‌کار، مستندنگاری می‌کنیم. این فعال حوزه صنایع نرم و خلاق همچنین افزود: ما با حضور در یک موزه، یک شیء موزه‌ای را با استفاده از فناوری‌های نوین به صورت سه‌بعدی، تصویرسازی می‌کنیم.

بدین ترتیب، مخاطب می‌تواند تجربه بصری بسیار باکیفیت‌تری از بازدید مجازی داشته باشد. تولید محتوا از ذخایر فرهنگی کشور، براساس ذخایر مردم و نمایش آن در شبکه‌های اجتماعی و فضای مجازی، یک ضرورت است که برای شناساندن بهتر میراث فرهنگی بازارشمان به جهانیان باید به آن اهتمام داشته باشیم.

یاری ضمن توضیح جزئیات فنی کارهای انجام گرفته توسط این مجموعه خلاق، بیان کرد: این شرکت همچنین یک پلتفرم با نام آرکلبوم تدوین کرده است که در آن دو نوع محتوای رایگان و بهادار، عرضه می‌شود، علاقه‌مندان میراث فرهنگی می‌توانند تصاویر بسیار باکیفیت و پیکسلی آثار باستانی را به صورت رایگان مشاهده کنند و متخصصان نیز برای دریافت محتوای تخصصی‌تر، مبلغی را پرداخت می‌کنند.



یک شرکت خلاق با استفاده از فناوری‌های نوین توانسته است، جلوه‌های هنر و معماری کهن ایرانی را به جهانیان معرفی کند.

محمد یاری، مدیرعامل شرکت خلاق پایدار میراث آرکا گفت: به صورت ساده، فعالیت این شرکت بر روی معرفی میراث فرهنگی و جاذبه‌های گردشگری ایران با استفاده از فناوری‌های نوین متمرکز است. میراث فرهنگی در مقابل بلایای طبیعی و خطاهای انسانی می‌تواند آسیب‌پذیر باشد، به همین دلیل، این شرکت با استفاده از فناوری‌های نوینی چون فتوگرامتری، پهپاد فتوگرامتری، اسکن لیزر، عکاسی گیگاپیکسلی، واقعیت مجازی، واقعیت افزوده و پرینت سه‌بعدی در تلاش است تا میراث این مرز و بوم را به میراثی پایدار تبدیل کند و در راستای توسعه پژوهش در حوزه مطالعات ایران قدم بردارد.

مدیرعامل شرکت خلاق پایدار میراث آرکا،

در ادامه گفت: این شرکت خدمات بسیار متنوعی ارائه می‌دهد، مثلاً در صورتی که یک باستان‌شناس قصد کاوش در یک محدوده خاص را داشته باشد، ما آن منطقه را برای وی نقشه‌نگاری می‌کنیم یا یک گنبد قدیمی

کسب و کار



مخترع نوار کاست در

و اوتنز می‌خواست راهکاری برای پخش مو حلقه‌به‌حلقه باشند و راحت‌تر بتوان به آن ابتدا نمونه اولیه محصول نهایی را از چوب س نمونه اولیه برای پیشبرد بهتر پروژه استفاده اوتنز تلاش کرد فیلیپس را نیز متقاعد کند به دیگر تولیدکنندگان بدهد. فیلیپس در ر رونمایی کرد و پس از آن، اتفاقات جالبی در آنجا به پایان نرسید و در ادامه، به فیلیپ کمک کرد.

لو اوتنز، مخترع نوار کاست، در ۹۴ سالگی دار فانی را وداع گفت. در کارنامه اوتنز سابقه همکاری با فیلیپس و سونی دیده می‌شود. اهمیت نوارهای کاست در صنعت موسیقی انکارناپذیر است.

به گزارش زومیت، طبق گزارشی انگجت به‌نقل از خبرگزاری هلندی NRC Handelsblad، لو اوتنز (Lou Ottens)، مهندس سابق فیلیپس و سازنده نخستین نوار کاست جمع‌وجور دنیا، ۶ مارس ۲۰۲۱ (۱۶ اسفند ۱۳۹۹) در ۹۴ سالگی دار وفانی را وداع گفت.

اوتنز کار روی نوار کاست را در اوایل دهه ۱۹۶۰ آغاز کرد. به‌نوشته NPR، در آن دوران نوارهای حلقه‌به‌حلقه (Reel-To-Reel Tape) بسیار مرسوم بودند

بازار داخلی ورق‌های پوشش‌دار رونق گرفت و زنگ‌زدگی قطعات فولادی کاهش یافت



است آهن موجود در فولاد در معرض خوردگی گالوانیکی قرار گیرد. نصرالله ایزدپناه، مدیرعامل شرکت صنایع هفت الماس درباره محصولات تولیدی شرکت، گفت: سال ۷۵ فعالیت خود را در حوزه تولید انواع ورق

گالوانیزه و سایر مقاطع فولادی آغاز کردیم. این ورق‌ها مشربترین زبادی از صنایع مختلف دارد. به گفته وی، این ورق‌ها در صنایعی چون ساختمان، لوازم خانگی، کامپیوترها و لوازم الکترونیکی، خودروسازی، برشکاری، برق و وسایل گرمایشی و سرمایشی کاربرد دارند. ورق‌های تولیدشده در مجموعه ما منطبق با استانداردهای بین‌المللی طراحی و ساخته می‌شوند.

این فعال فناور درباره مزایای استفاده از این ورق‌ها در صنایع، گفت: عمر مفید این ورق‌ها در محیط‌هایی که میزان خوردگی و زنگ‌زدگی بالا باشد حدود ۲۰ تا ۳۰ سال است در صورتی که ورق‌های معمولی عمر کوتاهی دارند. همچنین فلزهایی که از پوشش‌های گالوانیزه استفاده می‌کنند به علت استفاده از ساختارهای ویژه از مقاومت بالایی در برابر زنگ‌زدگی و خوردگی و اصطکاک از خود نشان می‌دهند.

کاربرد زیاد ورق‌های گالوانیزه در صنایع مختلف، جمعی از فناوران کشور را به تولید این محصولات و رونق دادن بازار داخلی آن ترغیب کرد.

شرکت صنایع هفت الماس مجموعه‌ای دانش‌بنیان است که با اتکا به

توان متخصصان و فناوران داخلی، بازار واردات ورق‌های گالوانیزه را از رونق انداخت و امروز با تلاش این صنعتگران، بیش از ۱۵ درصد نیاز داخلی به ورق‌های گالوانیزه با محصولات ایران‌ساخت تامین می‌شود. البته محصولات این مجموعه فناور راهی بازارهای جهانی نیز شده است.

ورق‌های گالوانیزه به دلیل پوشش خاصی که دارند دچار زنگ‌زدگی نمی‌شوند. زنگ‌زدگی، اکسیداسیون و خوردگی این محصولات عواملی هستند که به تدریج فولاد را از بین می‌برند و باعث ایجاد خسارت می‌شوند، اما ورق‌های گالوانیزه به دلیل پوشش خاصی که دارند، دچار

زنگ‌زدگی نمی‌شوند. گالوانیزه کردن فولاد به دو طریق خوردگی فولاد را به تعویق می‌اندازد. اول اینکه با ایجاد یک لایه میانی مابین رطوبت هوا و فولاد از تشکیل اکسید و نهایتاً زنگ‌زدگی جلوگیری می‌کند. دوم، در مواردی ممکن



تدوین سند توسعه فناوری های آب و خشکسالی؛ اقدامات برای توسعه این صنعت یکپارچه می شود

سند توسعه فناوری های آب، خشکسالی، فرسایش و محیط زیست تدوین شد تا تصمیم گیری ها و اقدامات در این صنعت راهبردی و یکپارچه و منجسم شود. این سند که در چهار بخش «آب»، «خشکسالی»، «فرسایش» و «محیط زیست» تنظیم شده حاصل تلاش چندین ساله فرهیختگان، اساتید و کارشناسان بخش های مختلف دولتی و غیردولتی است و نقشی تاثیرگذار در توسعه اقتصادی، امنیت غذایی، حفظ محیط زیست و اشتغال زایی در کشور دارد. طبق آمارهای موجود جهانی ایران در میان کشورهای قرار دارد که سالانه نزدیک به ۸۰ درصد ذخیره آب در دسترس خود را مصرف می کنند. این یعنی ما با وضعیت «خیلی بحرانی» مواجه هستیم. به همین دلیل مدیران و فرهیختگان این حوزه به این صرافت افتادند که یک سند ملی برای بهینه سازی مصرف آب در کشور تدوین کنند. بر همین اساس نیز سند توسعه فناوری های آب، خشکسالی، فرسایش و محیط زیست تدوین شد.

یادداشت

دیجی کالا با «پیندو» وارد حوزه آگهی نیازمندی های آنلاین

و کالای دست دوم شد

دیوار با راه اندازی بخش دیوار فروشگاه ها وارد بازار فروش محصولات نو و ارسال آن به مشتریان شده بود که دیجی کالا با ایجاد قابلیت Ship By Seller (ارسال کالا توسط خود مشتری) در همین راستا قدم برداشت. حال دیجی کالا با پیندو به کلی وارد بازاری که این دو سایت و چند پلتفرم دیگر در آن حضور دارند شده است. مارکت سایت های درج آگهی یا به بیانی همان نیازمندی های آنلاین اخیرا شاهد احیای بازیگر قدیمی این حوزه یعنی «راهنمای هم شهری» هم شده و این بخش از روزنامه هم شهری حالا در اپلیکیشن روبیکا دوباره با سر و شکلی جدید راه اندازی شده است. همه این موارد نشان می دهد که این بازار تبدیل به بازاری داغ در آینده نزدیک خواهد شد. باید گفت در این میان گروه اسنپ نیز با راه اندازی «اسنپ شاپ» قصد دارد سال ها بعد از پایان فعالیت «امیلو» دوباره وارد بازار فروشگاه اینترنتی شود و بعید نیست که بخش فروش کالای دست دوم خود را نیز در آینده ای نه چندان دور راه اندازی کند. ورود دیجی کالا به بازار سایت های درج آگهی این پیام را در دل خود دارد که بازار خرید و فروش آنلاین کالای دست دوم در ایران به قدری بزرگ است که جای یک بازیگر جدید را دارد. در هر حال باید گفت این خبر به معنای رقابتی تر و جذاب تر شدن بازار تجارت الکترونیکی ایران در سال ۱۴۰۰ است. اپلیکیشن پیندو در حال حاضر در مرحله آزمایشی قرار دارد. این اپلیکیشن به زودی در اپ استورهای ایرانی برای کاربران اندروید و iOS نیز در دسترس قرار خواهد گرفت و در مرحله بعد نسخه تحت وب آن نیز منتشر خواهد شد.

تجهیزات آنالیز ایران ساخت به صنایع رسید تا دقت حسگرها و مبدل ها را افزایش دهد

نیازهای شان را تامین کنند. مدیرعامل شرکت توسعه حسگر سازان آسیا، از ساخت دستگاه جداسازی گازی با قابلیت های گوناگون گفت و بیان کرد: نخستین کاربرد این دستگاه، جداسازی گازی با انواع غشا است و به عنوان دومین کاربرد نیز در اندازه گیری توزیع اندازه حفره های لایه سطحی غشا مورد استفاده قرار می گیرد. با توجه به رشد صنایع و استفاده از جداسازی گازی، این تجهیز در بخش های مختلف صنعت نفت، پتروشیمی، صنایع گاز و ... کاربردهای فراوانی دارد. خدادادی، با اشاره به حرکت در مسیر بومی سازی و تولید حسگرهای ایران ساخت، افزود: در حال حاضر با رسیدن به مرحله تولید صنعتی و نیمه صنعتی به ساخت حسگرهای گازهای سمی، حسگرهای اکسیژن، حسگرهای الکترونیکی خودرو و حسگرهای مادون قرمز رسیدیم. این فعال فناوری با بیان اینکه تولید حسگرها از حوزه صنعتی به حوزه سلامت نیز راه یافته است، ادامه داد: بر همین اساس، روند فعالیت را از حسگرهای صنعتی توسعه دادیم؛ ساخت نمایشگرهای مسطح در ابعاد متوسط و کوچک، حسگرهای اندازه گیری قند خون، حسگرهای حرکت بدون تماس با استفاده از حسگرهای گرما و دیگر حسگرها در مراحل بعدی تولید قرار دارند. خدادادی، هدف اصلی فعالیت فناوران این شرکت را ورود توانمندی های دانشگاه ها به حوزه کسب و کارهای دانش بنیان گفت و ادامه داد: همکاری با آزمایشگاه های تحقیقاتی دانشگاه ها و به ویژه آزمایشگاه های نانوفناوری، حسگرها و تجهیزات الکترونیکی را به تولید می رساند. مدیرعامل شرکت دانش بنیان توسعه حسگر سازان آسیا با اشاره به تولید حسگرهای فشار خودرو بیان کرد: تمامی مراحل ساخت صنعتی این محصول انجام شده است و در کنار تولید صنعتی سنسورهای گاز مانند متان، گاز مونوکسید کربن و نیز حسگر اکسیژن در گام های بعدی قرار گرفته است.

بخش قابل توجهی از ظرفیت و دقت تجهیزات صنعتی به تجهیزات تست و آنالیزی بستگی دارد که ساخت شان نیازمند فناوری های پیشرفته است. این حسگرها که دامنه استفاده از آنها به حوزه های متنوعی از فناوری تعمیم یافته است، با تکیه به فناوری بومی و تخصص شرکت های دانش بنیان در داخل کشور ساخته می شود. عباسعلی خدادادی، مدیرعامل شرکت دانش بنیان توسعه حسگر سازان آسیا با اشاره به استفاده از توانمندی متخصصان و پژوهش ها در تولید تجهیزات آنالیز، افزود: تجهیزات مختلف آزمایشگاه های آنالیز مانند نانوسورد که برای شناسایی مواد نانوساختار استفاده می شود، در این شرکت دانش بنیان تولید شده است. وی با اشاره به توانمندی اندازه گیری سطح ویژه BET، جذب شیمیایی، دفع و احیای برنامهریزی شده دمایی برای تعیین مشخصات مواد نانو ساختار با استفاده از این دستگاه ادامه داد: این دستگاه یکی در تعیین مشخصات مواد نانوساختار از جمله نانوذرات فلزی، اکسید فلزی، سولفیدی، نانولوله ها، نانوالیاف، نانو جاذب ها کاربردهای فراوانی دارد.

ساخت تجهیزات تست و آنالیز

خدادادی، با اشاره به تولید دستگاه کاتانتست ایران ساخت، درباره کاربردهای این تجهیز فناوری، بیان کرد: دستگاه یکپارچه انجام تست حسگرهای گاز و فعالیت های کاتالیستی از توانمندی یکپارچه سازی دو دستگاه کاتانتست برای اندازه گیری عملکرد کاتالیست های ناهمگن و تست عملکرد حسگرهای نیمه هادی برای اندازه گیری حساسیت و انتخاب پذیری طراحی و ساخته شده است. وی از تامین نیاز آزمایشگاه های تحقیقاتی حسگرهای بر پایه نیمه هادی با کمک این محصول فناوری گفت و افزود: همچنین آزمایشگاه هایی که در زمینه ارزیابی، سنسور و توسعه کاتالیزورهای ناهمگن فعالیت می کنند با استفاده از این دستگاه می توانند

شرکت های خلاق در توسعه اقتصادی و فرهنگی نقشی تعیین کننده دارند

دانش بنیان، خلاق و استارت آپ های مستقر در پارک های علم و فناوری، شهرک های علمی و تحقیقاتی و مراکز دانشگاهی و شهری، برای پیمودن راه رشد تبدیل شدن به یک واحد اقتصادی مولد و فناور، نیازمند بسته های حمایتی ویژه خود هستند.

نقدی علی با برشمردن برخی از نیازمندی های این شرکت ها، ادامه داد: مجلس شورای اسلامی نیز به عنوان یکی از ارکان نظام و وظیفه ای که برعهده دارد، تلاش می کند تا با انجام کارشناسی های لازم بسترهای حمایتی را برای رشد هرچه بیشتر فعالان دانش بنیان و خلاق کشور فراهم کند.

وی همچنین گفت: در حال حاضر طرح جهش تولید محصولات دانش بنیان در مجلس در حال بررسی است و بی شک می توان نقش صنایع فرهنگی و شرکت های خلاق و جوانان نوآور را نیز در زیر چتر حمایتی این قانون قرار داد. معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری می تواند نیازهای احصاشده در این حوزه را برای تدوین یک قانون پخته تر به کمیسیون های مرتبط ارجاع دهد تا مورد واکاوی و بررسی قرار گیرد.

یک نماینده مجلس شورای اسلامی گفت فعالیت شرکت های خلاق نقشی تعیین کننده در توسعه اقتصادی و فرهنگی کشور دارند و باعث شکوفایی می شوند.

محمدتقی نقد علی، نماینده مردم حوزه انتخابیه خمینی شهر گفت: یکی از محوری ترین دلایل رشد و ترقی یک جامعه بر رشد علمی و فناوری در آن جامعه استوار است. عدم پیشرفت یک اجتماع انسانی و یک ملت در حوزه های فناوریانه و علوم مختلف، به سادگی موجب عقب افتادن آن کشور در زمینه های مختلف خواهد شد.

این عضو کمیسیون کشاورزی، آب، منابع طبیعی و محیط زیست، افزود: به توجه به لزوم توجه به بسترهای علمی و زیست بوم نوآوری در کشور، نظام و سیاست های کلان بالادستی توجه ویژه و دارای اولویتی به اکوسیستم دانش بنیان و صنایع نرم و خلاق کشور دارد.

عضو قوه مقننه جمهوری اسلامی ایران، ضمن تاکید بر اهمیت توجه مبتنی بر کارشناسی به حوزه های علمی و فناوری محور، گفت: شرکت های



۹۴ سالگی در گذشت

اهمیت نوارهای کاست در صنعت موسیقی انکارناپذیر است. اگر نوارهای کاست نبودند، میکس تیپ (Mixtape) و پلی لیست نداشتیم. نوارهای کاست به مردم امکان می دادند هنگام رفتن به جاهای مختلف، به موسیقی های خواننده های محبوب شان گوش دهند. از آن زمان تاکنون، مردم به همین شیوه از گوش دادن به موسیقی لذت می برند.

در سال های اخیر، چند بار افزایش محبوبیت نوارهای کاست را شاهد بودیم. آمار نشان می داد سال ۲۰۱۶ فروش نوارهای کاست رشد ۷۴ درصدی تجربه کرد. دو سال بعد به لطف موسیقی متن سریال Stranger Things و فیلم Guardians of the Galaxy، فروش این نوارها ۲۳ درصد دیگر افزایش یافت.

محصولات سلامت محور ایران ساخت به بازار شرق آفریقا رسید و شناسنامه کنیایی برای آنها صادر شد

سلامت مستقر در خانه نوآوری و فناوری ایران در کنیا است. این تلاش ها و همکاری ها ثبت قانونی محصولات ۴ شرکت دانش بنیان و خلاق صادراتی ایران در حوزه تجهیزات پزشکی را به همراه داشت. همچنین فرآیند ثبت

قانونی محصولات ۵ شرکت دیگر این حوزه در سامانه های تخصصی وزارت بهداشت کنیا در دست اقدام است و این کار تا پایان سال جاری میسر خواهد شد. براساس قوانین رسمی کشور کنیا، ورود هر کالای حوزه سلامت نیازمند ثبت قانونی و اخذ تاییدیه از سامانه تخصصی مربوطه است و پس از ثبت، امکان بازاریابی و فروش محصولات به بازار کنیا و به تبع آن شرق آفریقا مهیا خواهد بود. خانه نوآوری و فناوری ایران در کنیا، با سرمایه گذاری معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری در کنیا راه اندازی شده است و به عنوان نخستین پایگاه دائمی این معاونت، زیست بوم نوآوری ایران را

به آفریقا گسترش می دهد تا به عنوان پایگاهی برای خلق ایده های نوآورانه، تجاری سازی این ایده ها و بستر صادرات محصولات و خدمات دانش بنیان ایرانی به بازار شرق آفریقا نقش آفرینی کند.

محصولات صادراتی حوزه سلامت ایران ساخت در کنیا ثبت و شناسنامه دار شد. اتفاقی که رهاورد سفر معاون علمی و فناوری به این کشور است.

هتوز یک ماه از سفر سورنا ستاری، معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری و هیأت ۴۰ نفره شرکت های دانش بنیان و خلاق به کنیا نگذشته است که بازار شرق آفریقا به روی محصولات فناورانه ایرانی گشوده شد. در این سفر خانه نوآوری و صادرات فناوری ایران در کنیا گشایش یافت و محصولات ایران ساخت در آن به نمایش گذاشته شد. همچنین شرکت های دانش بنیان و خلاق ایرانی با مجموعه های فناور خود نشست های رودررو برگزار کردند. این اقدامات در نهایت منجر به توسعه بازار فناورانه ایران در شرق آفریقا شد. محصولات ارائه شده در خانه نوآوری و صادرات فناوری ایران، مورد توجه بازار و صنعتگران کشور کنیا قرار گرفت و برای نخستین بار محصولات صادراتی حوزه سلامت ایران در کنیا به ثبت رسید و شناسنامه کنیایی برای آنها صادر شد. این دستاورد، نتیجه همکاری مرکز تعاملات بین المللی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری و پیگیری های مستمر کارگزار تخصصی حوزه



بررسی توصیه‌های موسسه هاب اسپات برای برندسازی

راهنمای عملی برندسازی در سال ۲۰۲۱



ترجمه: علی آل علی

محصولات در بازار کسب و کار فقط کالاها و خدماتی مشخص نیستند. برندها با تولید محصولات در بازارهای مختلف در تلاش برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف و همچنین ارتقای جایگاهشان به عنوان یکی از برندهای محبوب در میان مشتریان هستند. کوکاکولا یا استارباکس فقط برندهایی فعال در زمینه نوشتیدنی نیستند، آنها دارای تاثیرگذاری بسیار بیشتری بر روی مخاطب هدف در بازارهای گوناگون هستند. این امر به خوبی اهمیت برندسازی برای کسب و کارها را نشان می‌دهد. بسیاری از برندها در طول زمان با تعامل با مشتریان در قالب تولید محصول موفق به جلب نظر آنها می‌شوند. امروزه اگر از طرفداران برند کوکاکولا در مورد دلایل علاقه‌شان به آن سوال کنیم، پاسخ‌های بسیار متنوعی دریافت خواهیم کرد. در این میان کیفیت بالای محصولات این برند همیشه پاسخ نخست نیست.

برندسازی یکی از فرآیندهای مهم در زمینه تعامل با مشتریان محسوب می‌شود. بسیاری از برندها با سطح کیفی یکسان محصولات به دلیل تفاوت در کیفیت برندسازی در عمل بازخوردهای متفاوتی از مشتریان دریافت می‌کنند. این امر نقش مهمی در تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف به همراه دارد.

بی‌تردید هر برندی به دنبال برندسازی و تعامل با مشتریان مانند کسب و کارهای بزرگ و موفق است. هیچ کسب و کار علاقه‌مند به بیرون ماندن از فرآیند توسعه در بازار نیست. رقابت گسترده در برخی از حوزه‌ها این امر را تشدید کرده است. مسئله مهم در این میان تلاش برای استفاده از توصیه‌های حرفه‌ای به منظور تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف و پیگیری فرآیند برندسازی به صورت درست است. متأسفانه برخی از کسب و کارها در این مسیر بر روی تجربه‌های قبلی یا توصیه‌های غیرمعتبر اتکا می‌کنند. این امر همیشه مشکلاتی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف به همراه خواهد داشت. هدف اصلی در این مقاله بررسی توصیه‌های کاربردی و عملی برای برندسازی در سال ۲۰۲۱ است. این امر با توجه به بحران کرونا در سراسر دنیا و ضرورت ایجاد تغییر در نحوه فعالیت کسب و کار مهم خواهد بود.

برند به چه معناست؟

وقتی از برندسازی صحبت می‌کنیم، باید درک درستی از برند داشته باشیم. بسیاری از کارشناس‌ها و کارآفرینان نسبت به این مفهوم مهم هیچ درک خاصی ندارند. همچنین در بسیاری از مقاله‌های کاربردی هیچ تعریف درستی از این مفهوم ارائه نمی‌شود. برند به ساده‌ترین معنا شامل مجموعه‌ای از نکات و المان‌هاست که یک سازمان را از سازمان دیگر متمایز می‌کند. هر برند به طور معمول دارای نام، لوگو، طراحی و شعار تبلیغاتی منحصر به فردی است. البته در این میان برخی از المان‌های جانبی دیگر نیز مد نظر قرار می‌گیرد، با این حال مهمترین اجزا به همین ترتیب است.

برندسازی به چه معناست؟

برندسازی به معنای فرآیند ایجاد و توسعه برند است. این فرآیند به طور معمول مطالعه، توسعه و اعمال تکنیک‌های مختلف برای بهبود وضعیت کسب و کار را شامل می‌شود. بسیاری از استارت‌آپ‌ها از همان ابتدا در تلاش برای تاثیرگذاری بر روی مشتریان و بازار اقدام به استفاده از برندسازی می‌کنند. این امر موجب موفقیت هرچه بیشتر کسب و کارها در بازار و تعامل با مخاطب هدف می‌شود.

گاهی اوقات تعامل با مشتریان در بازارها بسیار دشوار می‌شود. این امر به دلیل مشکلات فرآیند برندسازی در کسب و کارهای مختلف روی می‌دهد. با این حساب برندسازی به معنای تلاش برای جلب اعتماد و نظر مساعد

مشتریان نیز خواهد بود. این نکات برای بازاریابی و برندسازی در هر کسب و کاری ضروری خواهد بود.

آگاهی از مفهوم برندسازی به طور درست به آگاهی از برخی نکات و اصطلاحات مرتبط نیز بستگی دارد. برخی از مهمترین اصطلاحات در این میان به شرح ذیل است:

- آگاهی‌رسانی درباره برند به طور معمول با برندسازی به یک معنا انگاشته می‌شود، با این حال دارای تفاوت‌های مفهومی است. آگاهی‌رسانی به مشتریان درباره برند یکی از اهداف مشخص در فرآیند برندسازی محسوب می‌شود. اگر مشتریان نسبت به حضور یک برند در بازار کسب و کار اطلاعی نداشته باشند، موفقیت برندسازی و بازاریابی حاصل نخواهد شد.

- هویت برند یکی دیگر از مفاهیم مشابه در این حوزه است. هویت برند به هسته مرکزی ارزش‌های هر کسب و کار ارجاع می‌دهد. هر کسب و کار برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف نیاز به ارائه هویتی منحصر به فرد

دارد. این هویت کانون فعالیت برندسازی خواهد بود.

- مدیریت برند فرآیند حفظ یا توسعه جایگاه برند در بازار را شامل می‌شود. بسیاری از برندها پس از کسب موفقیت در حوزه برندسازی به طور کامل دست از کار می‌کشند. این امر مشکلات بسیار زیادی برای آنها به همراه خواهد داشت.

چگونه یک برند ایجاد کنیم؟

ایجاد برند شاید در نگاه نخست بسیار ساده باشد، اما باید همراه با مطالعه و دقت نظر فراوانی صورت گیرد. بسیاری از کسب و کارها در همان ماه‌های ابتدایی ورود به بازار با شکست مواجه می‌شوند. بدون تردید بحث‌های مالی و تولید محصولات بی‌کیفیت در این میان تاثیرگذار است، اما مهمترین دلیل در این میان ناتوانی کسب و کارها برای برندسازی است. در اینجا برخی از مهمترین مراحل برای ایجاد یک برند جذاب و تعاملی را مورد بررسی قرار خواهیم داد.

شناخت مخاطب هدف

برندسازی به معنای تلاش برای معرفی کسب و کار و جلب نظر مشتریان است. مهمترین مسئله در این میان درک درست از مشتریان برند است. بسیاری از کسب و کارها دارای شناخت و حتی تعریف مشخصی از مشتریان‌شان نیستند. این امر در بلندمدت مشکلات بسیار زیادی برای کسب و کارها به همراه خواهد داشت.

بسیاری از کسب و کارها در زمینه برندسازی تمام مشتریان یک بازار را مدنظر قرار می‌دهند. این امر یکی از بزرگترین اشتباهات در حوزه برندسازی محسوب می‌شود. هر برند دارای دامنه مشخصی از مخاطب هدف است. وظیفه تیم برندسازی تلاش برای شناسایی دامنه موردنظر و تلاش برای تاثیرگذاری بر روی آنهاست. اگر در این میان فرصت کافی برای مطالعه و پژوهش درباره بازار و مخاطب هدف را مدنظر قرار ندهیم، فرآیند برندسازی کسب و کارمان ناقص خواهد شد.

بسیاری از برندهای بزرگ پیش از ورود به یک بازار اقدام به شناسایی دقیق مخاطب هدف‌شان می‌کنند. این امر موجب نظم‌بخشی به تمام حوزه‌های شرکت می‌شود. فعالیت بازاریابی، تبلیغات، روابط عمومی و خدمات مشتریان بدون تعریف دقیق از مخاطب هدف پرهزینه و ناکافی خواهد بود بنابراین باید نکات مهم در این راستا را مدنظر قرار دهیم.

طراحی ماموریت برند

کسب و کارها برای هدفی ایجاد می‌شوند. اگر یک مشتری یا کارشناس برندسازی از شما در مورد دلیل تاسیس برندتان سوال کند، پاسخ شما چه خواهد بود؟ بسیاری از کارآفرینان دارای پاسخ مشخصی برای این پرسش نیستند. این امر امر بیانگر ضعف در زمینه توسعه کسب و کار است. هر برند باید دارای توانایی کافی برای توضیح دلیل ایجادش باشد. در غیر این صورت مهارت لازم برای جلب نظر مشتریان را نخواهد داشت. این امر اهمیتی محوری در کسب و کار یک برند ایفا می‌کند.

پیش از آنکه ماموریت برند را مشخص سازیم، باید به ارزش‌ها و اهداف مدنظرمان به خوبی فکر کنیم. این امر اهمیت بسیار زیادی دارد. اغلب اوقات برندها برای دستیابی به اهدافی خاص در بازار حضور پیدا می‌کنند. این امر ارتباط با ماموریت برند را به همراه خواهد داشت. به عنوان مثال، برند دیزنی یکی از کسب و کارهای موفق در زمینه بیان ماموریتش است. این برند در تلاش برای ایجاد اوقات خوش برای کودکان در سراسر دنیاست.

برخی از برندها به هنگام انتخاب ماموریت برای خود دست به کارهای عجیب و غریبی می‌زنند. این امر مشکلات بسیار زیادی برای برندها به همراه خواهد داشت. هرچه ماموریت یک برند ساده و واضح‌تر باشد، امکان تاثیرگذاری بیشتری بر روی مشتریان خواهد داشت بنابراین باید از بیان نکات بیش از اندازه پیچیده یا بلندپروازانه پرهیز نماییم.

تعریف ارزش‌ها، کیفیت‌ها و مزیت‌های برند

بدون تردید کسب و کارهای بسیار زیادی در دنیای کسب و کار وجود دارند. بر این اساس برند ما نیز در کنار میلیون‌ها برند دیگر در حال رقابت برای جلب نظر دامنه مشخصی از مشتریان خواهد بود. این امر نیاز به ایجاد تمایز میان برندگان را رقیبا را به همراه دارد. اگر یک کسب و کار در زمینه برندسازی به تعیین ارزش‌ها، کیفیت‌ها و مزیت‌های منحصر به فردی اقدام نکند، در بلندمدت به طور مداوم با دیگر رقبا اشتباه گرفته خواهد شد. این امر برای تمام برندها تجربه ناخوشایندی محسوب می‌شود بنابراین باید از تکرار آن پرهیز نماییم.

ارزش‌های هر برند به طور کلی تمام فعالیت‌هایش را جهت می‌دهد بنابراین تعیین ارزش‌ها باید با دقت نظر و به دور از عجله غیرضروری تدوین شود. ارزش‌هایی نظیر حفاظت از محیط زیست در حوزه تولید مواد غذایی یکی از مثال‌های مناسب برای انتخاب ارزش‌های جذاب است. یکی از نکات مهم در زمینه انتخاب ارزش برای برند مربوط به مسئله وفاداری به آن است. اگر یک برند پس از تعریف یک ارزش و انتخابش برای

کسب و کارش دیگر به آن توجه نداشته باشد، به شدت از سوی مشتریان با انتقاد مواجه خواهد شد بنابراین کسب و کارها باید به این نکته توجه لازم را نشان دهند. در غیر این صورت شناسی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف نخواهند داشت بنابراین در مرحله انتخاب ارزش‌ها باید نسبت به توانایی برندگان برای پایبندی به آنها نیز توجه نماییم. اگر این امر مورد غفلت واقع شود، در بلندمدت مشکلات بسیار زیادی برای برندها ایجاد خواهد شد.

ایجاد طرح‌های بصری برند

جلوه‌های بصری اهمیت بسیار زیادی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف دارد. امروزه مردم بیش از هر نکته‌ای برندها را با طرح‌های بصری‌شان به یاد می‌آورند بنابراین هر برند باید برنامه مشخصی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف با استفاده از طرح‌های بصری داشته باشد.

طراحی لوگو یکی از مهمترین بخش‌های مربوط به جلوه‌های بصری هر برند است. مشتریان در نخستین برخورد با هر برند به لوگوی آن توجه می‌کنند. امروزه بسیاری از مشتریان لوگوی برندهای مشهور را بدون نیاز به تأمل به یاد می‌آورند. این امر اهمیت بسیار زیادی برای برندها از نقطه نظر بازاریابی دارد. بنابراین کسب و کارها باید توجه لازم برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را نشان دهند.

لوگو تنها طرح بصری یک برند محسوب نمی‌شود. ایراد اصلی کار اغلب کسب و کارها طراحی لوگو و سپس فراموشی تمام نکات است. این امر مشکلات بسیار زیادی برای کسب و کارها به همراه دارد. تهرای مورد استفاده هر برند در حوزه بازاریابی و تبلیغات باید به طور مداوم مورد استفاده قرار گیرد بنابراین باید طیف رنگ مشخصی برای هر برند تعریف کرد. این امر به طور دقیق وظیفه تیم برندسازی خواهد بود.

یافتن داستان برند

امروزه اغلب برندها دارای داستانی مشخص برای بیان در حوزه کسب و کار هستند. این امر اهمیت بسیار زیادی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف به همراه دارد. اگر برخی از برندها در مسیر توسعه نسبت به مسئله داستان‌شان توجه نکنند، تاثیرگذاری محدودی بر روی مشتریان خواهند داشت.

اگر به برندهای بزرگ و موفق نگاه کنیم، تمام آنها دارای داستان مشخصی هستند. مسئله مهم در این میان طراحی داستان برند با توجه به مسیر پیش روی است. اگر داستان برند در همان ابتدای تاسیس کسب و کار طراحی شود، تاثیرگذاری بسیار بیشتری به همراه خواهد داشت. البته در این میان نقش تکمیل و اصلاح داستان برند در طول زمان نیز باید مدنظر قرار گیرد. متأسفانه برخی از برندها داستان‌شان را هرگز مورد ارزیابی و اصلاح قرار نمی‌دهند بنابراین مواجهه با مشکلاتی عمیق در زمینه تعامل با مشتریان امری طبیعی خواهد بود.

داستان برند باید ساختار مشخصی داشته باشد. داستان‌های جذاب به طور معمول دارای آغاز، میانه و پایان هستند. داستان یک برند باید مشتریان را با خود همراه سازد. داستان‌سرایی همیشه نکته مهمی برای تاثیرگذاری بر روی مشتریان محسوب می‌شود بنابراین باید آن را مدنظر قرار داد. در غیر این صورت شناسی برای تاثیرگذاری بر روی مشتریان و تعامل بلندمدت با آنها نخواهیم داشت.

نمایش برند با مشتریان

پس از سلاماندهی کارهایی که در بخش‌های پیش مورد بررسی قرار گرفت، باید از برندگان به طور رسمی رونمایی کنیم. این امر دارای اهمیت بسیار زیادی است. برخی از کسب و کارها به طور مداوم مشکلاتی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف دارند. این امر اغلب اوقات ناشی از عدم نمایش درست برندگان برای مخاطب هدف است. برخی از برندها دارای مهارت بالایی در این امر هستند. مهمترین نکته در این میان استفاده از تمام ابزارهای در دسترس برندگان است.

نخستین گام برای معرفی یک برند به مشتریان ایجاد سایت رسمی برای آن است. این نکته اهمیت بسیار زیادی دارد. برندهای بدون سایت رسمی اغلب اوقات مورد توجه مشتریان قرار نمی‌گیرد بنابراین اطمینان از کارکرد درست سایت رسمی ضروری خواهد بود. ارائه برخی از اطلاعات مهم به مخاطب هدف اهمیت بالایی برای تعامل با مشتریان خواهد داشت. اگر این نکته مدنظر برندها قرار نگیرد، مشتریان به سرعت از آنها عبور خواهند کرد. امروزه رقابت بسیار فشرده‌ای در حوزه کسب و کار وجود دارد بنابراین برندها در صورت بی‌توجهی به این نکات با مشکلات بسیار زیادی مواجه می‌شوند.

پس از طراحی سایت رسمی برای برند باید به دنبال ایجاد اکانت در شبکه‌های اجتماعی هم بود. برخی از برندها برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف نسبت به حضور در تمام شبکه‌های اجتماعی اقدام می‌کنند. ایسن امر تاثیرگذاری مورد انتظار را به همراه ندارد بنابراین باید به دنبال انتخاب برخی از پلتفرم‌های محبوب در میان کاربران بود. این امر دشواری

زیادی به همراه ندارد. فقط باید نحوه تعامل با مخاطب هدف را به خوبی مدنظر قرار دهیم. شبکه‌های اجتماعی در دوران کرونا مهمترین ابزار ارتباط میان کاربران در سراسر دنیا محسوب می‌شود. برندها نیز باید از محبوبیت شبکه‌های اجتماعی برای معرفی کسب و کار و همچنین تعامل با مخاطب هدف استفاده نمایند.

بسته‌بندی محصولات نقش مهمی در معرفی برند دارد. بسیاری از برندها در زمینه بسته‌بندی محصولات توجه لازم را نشان نمی‌دهند. نتیجه این امر معرفی نامناسب برند و همچنین ناتوانی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف خواهد بود. بسته‌بندی جذاب برای محصولات دارای اهمیت بسیار زیادی است. این امر موجب نگاه هرچه بهتر مشتریان به یک برند خواهد شد بنابراین باید آن را در تمام مراحل توسعه برند مدنظر قرار دهیم.

بخش پایانی برای معرفی برند به مخاطب هدف مربوط به فعالیت تبلیغاتی است. امروزه در صورت عدم نمایش محتوای تبلیغاتی برای مخاطب هدف امکان تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف فراهم نخواهد شد. این امر اهمیت بسیار زیادی برای بهبود وضعیت برند دارد. مشتریان در صورت مواجهه با دو برند دارای محصولات یکسان براساس تفاوت موجود در بسته‌بندی‌شان اقدام به انتخاب خواهند کرد. این امر به معنای ضرورت استفاده از نکات کاربردی در زمینه بسته‌بندی محصولات خواهد بود. اغلب اوقات الگوبرداری از برندهای بزرگ به اندازه کافی برای یافتن ایده‌های جذاب در زمینه بسته‌بندی کافی است با این حال در بلندمدت باید نسبت به طراحی بسته‌بندی به طور منحصر به فرد برای برندگان نیز اقدام نماییم. در غیر این صورت مشتریان از بسته‌بندی محصولاتمان خسته خواهند شد.

توصیه‌های برندسازی برای کسب و کارهای کوچک

برندسازی در زمینه کسب و کارهای کوچک دارای برخی از تفاوت‌های اساسی با شیوه رایج است بنابراین باید با چنین تفاوت‌هایی به طور کاربردی آشنا شویم. هدف اصلی در بخش‌های پیش رو بررسی برخی از مهمترین توصیه‌ها برای برندسازی در کسب و کارهای کوچک است.

رفقار با برندگان به مثابه یک شخص

یکی از بهترین راهکارها برای طراحی برند در کسب و کارهای کوچک نگاه به برند به مثابه یک شخص است. اگر شما قصد ارسال یک نماینده از برنداتن به سمیناری مهم را داشته باشید، چه نکاتی را مدنظر قرار خواهید داد؟ برند در واقع نماینده کسب و کار در میان مشتریان به طور کلی بازار است. این امر اهمیت بسیار زیادی را نمایش می‌دهد. با این حساب اگر کسب و کارهای کوچک نسبت به طراحی برندگان به درستی توجه نداشته باشند، از همان ابتدا با مشکلات اساسی مواجه خواهند شد.

بسیاری از کسب و کارهای کوچک پس از انتخاب ویژگی مشخصی برای برندگان بارها و بارها آن را مورد تجدیدنظر قرار می‌دهند. اگر پیش از تایید و رونمایی از برندگان آن را در معرض نمایش برخی از کارشناس‌ها قرار دهیم، نتیجه فرآیند بازاریابی بسیار بهتر خواهد شد بنابراین استفاده از نظرات دیگران در فرآیند برندسازی ضروری است. استفاده از برخی همکاران و مشتریان برگزیده ایده جذابی خواهد بود.

توجه به مداوم در برندسازی

برندسازی یک بار برای همیشه روی نمی‌دهد. کسب و کارها باید به طور مداوم نسبت به آپدیت برندگان توجه نشان دهند. درست مانند هر بخشی در شرکت، برند نیز به مرور زمان نیاز به آپدیت خواهد داشت. در غیر این صورت جذابیتش برای مشتریان از بین می‌رود. بسیاری از برندها برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف در پایان هر سال اقدام به ارزیابی انتقادی از جلوه برندگان می‌کنند. این امر نقش مهمی برای بهبود وضعیت برند به همراه دارد، با این حال اگر در بازه‌های زمانی کوتاه‌تر از آن نیز با مشکلاتی در زمینه وضعیت برندگان مواجه شدید، تلاش برای بهبودش ایده مناسبی خواهد بود.

استفاده از کارشناس‌های حرفه‌ای

برندسازی درست مانند بازاریابی و تبلیغات یک عرصه حرفه‌ای است. اگر کسب و کار شما دارای توانایی لازم برای ارتقای برندش نیست، باید نسبت به استفاده از کمک دیگران اقدام نمایید. در غیر این صورت از رقبای‌تان جا خواهید ماند. خوشبختانه امروزه موسسه‌های بسیار زیادی در زمینه ارائه خدمات برندسازی فعالیت دارند بنابراین انتخاب یکی از موسسه‌های مورد نظر و استفاده از خدمات‌شان برای برندسازی هرچه بهتر امری ضروری خواهد بود.

امروزه برندسازی یکی از مهمترین نکات برای موفقیت هر کسب و کاری محسوب می‌شود. اگر کارآفرینان با استفاده از تکنیک‌ها و توصیه‌های عملی در این حوزه فعالیت نمایند، شانس بسیار بالاتری برای موفقیت بلندمدت خواهند داشت. استفاده از نکات مورد بحث در این مقاله برای شروع فرآیند برندسازی به شیوه درست مناسب خواهد بود.

منبع: هاب اسپات

بازاریابی ویدئویی با ایده‌های مورد علاقه مشتریان



به قلم: کلنسی کلارک مدیر ارشد موسسه Design Crowd و کارشناس بازاریابی
ترجمه: علی آل علی

ایده‌ها مهمترین دارایی هر شرکت محسوب می‌شود. هر کسب و کار براساس ایده‌های بازاریابی در دسترس‌اش امکان تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را پیدا می‌کند. امروزه اغلب بازاریاب‌ها به فرمت ویدئو به عنوان یکی از ابزارهای مناسب برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف توجه می‌کنند. این امر به خوبی بیانگر اهمیت شبکه‌های اجتماعی و فرمت ویدئو برای بازاریابی و تعامل با مخاطب هدف است. بازاریابی براساس طراحی ویدئوهای جذاب همیشه به افزایش شهرت کسب و کار کمک می‌کند. برخی از برندها در این میان از ایده‌های نوآورانه‌ای استفاده می‌کنند، با این حال سایر کسب و کارها به طور مداوم درگیر مشکلاتی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف هستند. بدون تردید کسب و کارهای کوچک توانایی ایده‌پردازی در زمینه بازاریابی ویدئویی درست مانند سایر کسب و کارها را ندارند بنابراین استفاده از توصیه‌های حرفه‌ای و معتبر در این میان امر مهمی محسوب می‌شود. خوشبختانه امروزه توصیه‌های بسیار زیادی در زمینه الگوهای بازاریابی ویدئویی در دسترس برندها قرار دارد. مسئله مهم در این میان انتخاب از بین ایده‌های متفاوت برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف است. این امر موضوع اصلی مقاله کنونی است. در ادامه برخی از ایده‌های برتر برای طراحی ویدئوهای بازاریابی و تاثیرگذاری بر روی مشتریان را مورد توجه قرار خواهیم داد.

ویدئوهای لایو

امروزه ویدئوهای لایو دارای شهرت بسیار زیادی در میان کاربران شبکه‌های اجتماعی است. مزیت اصلی ویدئوهای لایو امکان جلب نظر کاربران به دلیل ماهیت زنده‌اش است. برخی از کسب و کارها در این میان از همپان‌های ویژه‌ای برای افزایش جذابیت لایویشان استفاده می‌کنند. این امر اهمیت بسیار زیادی برای افزایش جذابیت فرآیند بازاریابی دارد. اگر مشتریان برندتان به یک چهره مشخص در حوزه مرتبط با کسب و کارتان علاقه دارند، همکاری با وی نتیجه بسیار مثبتی بر روی فرآیند کلی بازاریابی برندتان خواهد داشت. این امر باید به طور مشخص مدنظر برندهای حوزه ورزش و هنر قرار گیرد. بدون تردید همکاری با سلبریتی‌های غیرمرتبط با حوزه کسب و کارمان ایده نادرستی نیست، اما در صورت وجود ارتباط میان حوزه کاری‌مان با تخصص سلبریتی‌های موردنظر میزان تاثیرگذاری‌مان بیش از هر زمان دیگری افزایش خواهد یافت.

اغلب برندها دست‌کم در یک شبکه اجتماعی دارای اکانت رسمی هستند. بنابراین باید نسبت به استفاده از ظرفیت‌های شبکه‌های اجتماعی برای انتشار ویدئوهای لایو اقدام نمایند. مسئله اساسی در این میان اطلاع‌رسانی در مورد زمان برگزاری ویدئوی لایو است. اگر این امر مدنظر مدیران برند قرار نداشته باشد، زمان برگزاری ویدئو با فقدان حضور کاربران مواجه خواهیم بود. این امر به معنای هدررفتن بودجه و زمان برند خواهد بود. همچنین در صورت حضور همپان‌های مهم در لایو برند اعتبار کسب و کارمان نیز زیر سوال می‌رود.

نمایش داده‌ها و اطلاعات کاربردی

شاید نمایش داده‌ها و اطلاعات کاربردی بیشتر مخصوص جلسات بازاریابی برندها باشد بنابراین صحبت از این الگو در مقاله کنونی بیش از اندازه عجیب به نظر می‌رسد. نکته مهم در این میان علاقه کاربران برای اطلاع از تازه‌ترین تغییرات بازار و همچنین دستاوردهای نوین در عرصه کسب و کار است بنابراین بازاریاب‌ها امکان طراحی ویدئوهای آموزشی یا اطلاع‌رسانی برای تعامل با مخاطب هدف را دارند.

توجه به دغدغه‌های مشتریان مهمترین نکته برای طراحی ویدئوهای جذاب است. بسیاری از برندها در این میان توجه لازم برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را نشان نمی‌دهند. این امر در بلندمدت مشکلات بسیار زیادی برای کسب و کارها به همراه خواهد داشت. مهمترین مشکل در این میان توانایی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف و همچنین ریزش شدید مشتریان برند است.

ویدئوهای دارای داده‌ها و اطلاعات مهم باید در قالبی زیبا در دسترس کاربران قرار گیرد. این امر اهمیت بسیار زیادی برای انتقال صحیح پیام اصلی برند دارد. گاهی اوقات بازاریاب‌ها در انتقال مفاهیم از ادبیات بسیار پیچیده‌ای استفاده می‌کنند. این امر نتایج به شدت نامناسبی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف دارد. هرچه محتوای ویدئویی برندمان

ساده و صریح‌تر باشد، توجه بیشتری از سوی مخاطب هدف جلب خواهد کرد بنابراین باید این نکته را به هنگام بازاریابی و طراحی ویدئوهای مختلف مدنظر قرار دهیم.

نمایش پشت صحنه کسب و کار

هر برند در طول روز کارهای بسیار زیادی را ساماندهی می‌کند. برخی از کسب و کارها برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف از الگوهای متفاوتی استفاده می‌کنند. یکی از الگوهای مناسب در این میان نمایش پشت صحنه کسب و کار است. شاید این امر در نگاه نخست همراه با تردیدهای زیادی باشد، اما در مقیاسی جهانی از سوی بسیاری از برندها مورد استفاده قرار می‌گیرد. اغلب ما کنجکاوی‌های بسیار زیادی در مورد نحوه فعالیت برندهای مختلف داریم. اگر کسب و کارها به این کنجکاوی پاسخ درستی بدهند، امکان تعامل با مشتریان به شدت افزایش خواهد یافت بنابراین باید نسبت به این نکته توجه ویژه‌ای نشان دهیم.

برخی از برندها برای نمایش پشت صحنه کسب و کارشان به نکات جذاب توجه نشان نمی‌دهند. این امر به معنای نمایش دقیق و بدون برجسته‌سازی بخش‌های هیجان‌انگیز فعالیت برند است. بدون تردید چنین ویدئوهایی دارای جذابیت بسیار اندکی برای مخاطب هدف خواهد بود. این امر مشکلات زیادی پیش روی برندها قرار می‌دهد. هر کسب و کار دارای بخش‌های مناسبی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف است. نکته اساسی در این میان یافتن بخش‌های مورد نظر و نمایش آنها به عنوان پشت صحنه کسب و کار است. اگر این نکته به خوبی مدنظر برندها قرار نداشته باشد، در بلندمدت برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب چالش‌های زیادی پیش خواهد آمد.

اگر محتوای ویدئویی مربوط به پشت صحنه کسب و کارمان برای مخاطب هدف دارای جذابیت‌های لازم نیست، باید نسبت به تجدیدنظر در ساختار کلی طراحی کمپین بازاریابی‌مان اقدام نماییم. این امر شامل ارزیابی دوباره سلیقه مشتریان و تلاش برای طراحی ویدئوهایی مطابق با سلیقه آنهاست. در غیر این صورت شناسی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف نخواهیم داشت.

اعطای هدیه به مشتریان

جلب توجه کاربران در شبکه‌های اجتماعی به برند اهمیت بالایی دارد. امروزه شمار بالایی از برندها در شبکه‌های اجتماعی فعالیت دارند، اما همه‌شان به یک اندازه مورد توجه مشتریان نیستند. این امر به دلیل تفاوت در شیوه‌های بازاریابی و تعامل با مخاطب هدف است. اعطای هدیه به مشتریان یکی از راهکارهای قدیمی و همچنان تاثیرگذار برای جلب نظر مشتریان محسوب می‌شود. برخی از برندها در زمینه تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف از این الگو استفاده می‌کنند. بازگشتی ویدئوهایی از نحوه آماده‌سازی هدیه‌ها و همچنین فرآیند تحویل‌شان به مشتریان ایده بسیار جذابی خواهد بود. امروزه اغلب برندها برای اعطای هدیه به مشتریان‌شان انواع بازی‌های آنلاین و همچنین برنامه‌های مشخص را طراحی می‌کنند. این امر کمک شایانی به برندها برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف خواهد کرد. همچنین هزینه‌های اعطای هدیه به مشتریان را نیز به شدت کاهش می‌دهد.

امروزه تمام برندها دارای محدودیت‌هایی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف هستند. این امر مشکلات بسیار زیادی برای تعامل با مخاطب هدف پیش می‌کشد. دغدغه بودجه در دسترس برند همیشه برای کسب و کارها مهم است. بنابراین باید نسبت به این نکته توجه لازم را نشان دهیم. در غیر این صورت کسب و کارمان مشکلات بسیار زیادی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف و همچنین مدیریت مالی پیدا خواهد کرد.

برخی از کسب و کارها در زمینه انتخاب هدیه‌های مناسب برای اعطا به مشتریان محدودیت‌های بودجه‌شان را مد نظر قرار نمی‌دهند. این امر مشکلات زیادی به همراه خواهد داشت. مهمترین چالش در این میان کمبود بودجه و منابع مالی در میانه کمپین است. وقتی یک کمپین بازاریابی نیمه کاره رها شود، تاثیرگذاری منفی بر روی مشتریان به همراه خواهد داشت بنابراین باید نسبت به این نکته به بهترین شکل ممکن توجه نشان دهیم. در غیر این صورت شناسی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف نخواهیم داشت.

ویدئوهای «قبل و بعد»

بدون تردید اغلب ما ویدئوها و تصاویر مربوط به قبل و بعد از یک فرآیند را دیده‌ایم. این امر شامل تصاویر مربوط به پیش و پس از تعمیر یک خانه یا اتومبیل می‌شود. مهمترین مسئله در این میان برجسته‌سازی

تفاوت‌های میان دو نمونه است. تهیه ویدئو در این میان ایده مناسبی است. دلیل این امر امکان نمایش نحوه ایجاد تغییر در محصول موردنظر است. بسیاری از برندها برای جلب نظر مخاطب هدف از این شیوه استفاده می‌کنند. به عنوان مثال، برخی از برندها در زمینه تعمیر انواع خودرو از این شیوه سود می‌برند. این امر شامل نمایش وضعیت اولیه یک خودرو و سپس نمایش نحوه اعمال تغییرات بر روی آن می‌شود. در نهایت نیز تصویر قبل و پس از تعمیر خودروی موردنظر به نمایش گذاشته می‌شود. اگر کسب و کار شما به دنبال تهیه چنین ویدئوهایی است، باید به نکات بسیار زیادی توجه نشان دهید. این امر شاید تلاش برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف براساس نمایش وضعیت‌های اغراق شده است. در مورد مثال تعمیر خودرو باید یک اتومبیل کاملاً خراب را به نمایش بگذارید. وقتی یک برند توانایی تعمیر یک اتومبیل کاملاً از کار افتاده را داشته باشد، مشتریان ارزیابی مهمی از آن خواهند داشت. این به معنای توانایی برند موردنظر برای تعمیر تقریباً هر نوع خودرویی با هر ایرادی خواهد بود. این امر اهمیت بسیار زیادی برای مشتریان دارد.

بسیاری از برندها در زمینه تبلیغات در شبکه‌های اجتماعی از همین ایده استفاده می‌کنند. جذابیت‌های این ایده موجب تاثیرگذاری‌اش بر روی مخاطب هدف می‌شود بنابراین در صورت تمایل کسب و کارتان برای همکاری تبلیغاتی با مخاطب هدف باید این ایده را مدنظر قرار دهید.

پاسخ به پرسش‌های رایج

هر کسب و کار در حوزه فعالیتش با برخی پرسش‌های رایج مواجه است. این امر اهمیت بسیار زیادی برای کسب و کارها دارد. برخی از برندها برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف به دنبال پاسخگویی مداوم به پرسش‌های برترکار مشتریان هستند. این امر زمان بسیار زیادی از کسب و کارها می‌گیرد. ایده جایگزین در این میان تلاش برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف براساس شیوه‌ای متفاوت است. این امر شامل تلاش برای تهیه یک ویدئوی بازاریابی به منظور پاسخگویی به تمام پرسش‌های رایج مشتریان است. بدون تردید این امر زمان بسیار زیادی از برندمان را برای کارها دیگر صرفه‌جویی خواهد کرد.

برخی از برندها تمایل بسیار زیادی برای پاسخگویی شخصی به پرسش‌های تکراری مشتریان نشان می‌دهند. ایده اصلی چنین برندهایی تاثیرگذاری مستقیم بر روی مشتریان با استفاده از چنین ایده‌هایی است. مهمترین مسئله در این میان ناکارایی چنین ایده‌هایی است بنابراین باید تجدیدنظر اساسی در نحوه فعالیت برندها در این راستا داشته باشیم. وقتی یک برند به دنبال پاسخگویی مداوم به پرسش‌های مشتریان است، علاوه بر زمان زیاد، کیفیت پاسخگویی‌اش هم متفاوت خواهد بود. در این میان طراحی یک ویدئوی کوتاه برای پاسخگویی به شمار بالایی از پرسش‌های برترکار مشتریان ایده بسیار جالبی محسوب می‌شود.

انتشار محتوای کاربران

امروزه کسب و کارهای بزرگ و کوچک محتوای بسیار زیادی از سوی کاربران دریافت می‌کنند. محتوای تولیدی کاربران (User Generated Content) اهمیت بازاریابی بسیار زیادی برای برندها دارد. برخی از کسب و کارها برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف به دنبال استفاده از چنین ویدئوهایی هستند. مناسبانه اغلب برندها فقط به بازنشر جداگانه هر کدام از ویدئوهای موردنظر توجه نشان می‌دهند. بدون تردید این امر جذابیت زیادی دارد، اما در صورت دریافت ویدئوهای بسیار زیادی امکان بازگذاری همه آنها وجود نخواهد داشت.

راهکار جایگزین در این میان ترکیب تمام ویدئوهای دریافتی از سوی مخاطب هدف و تاثیرگذاری بر روی آنها به صورت یکجاست. شاید این امر زمان بسیار زیادی از برندها بگیرد، اما دست‌کم تمام ویدئوهای کاربران را بازنشر خواهیم کرد. این امر دارای اهمیت بسیار زیادی است. برخی از برندها نسبت به اهمیت این شیوه توجه لازم را نشان نمی‌دهند بنابراین ما چه با مشکلاتی در این راستا همیشه طبیعی خواهد بود. امروزه ترکیب ویدئوها و طراحی یک ویدئو ترکیبی کار دشواری نیست. بسیاری از نرم‌افزارهای ویرایش ویدئو این امکان را به برندها می‌دهند بنابراین هیچ بهانه‌ای پیش روی برندها برای بی‌توجهی به این نکته وجود نخواهد داشت.

پرسش و پاسخ ویدئویی

مشتریان همیشه پرسش‌های زیادی از برندها دارند. شاید این امر برای بسیاری از برندها عجیب به نظر برسد. دلیل این امر عدم تمایل برخی از مشتریان برای طرح پرسش‌های‌شان در هر موقعیتی است. برخی از برندها برای جلب نظر مخاطب هدف اقدام به طراحی ویدئوهای مخصوص پرسش

و پاسخ می‌کنند. بدون تردید این ایده امکان اجرا در قالب ویدئوهای لایو را نیز دارد بنابراین برندها در عمل گزینه‌های بسیار زیادی پیش روی خودشان خواهند داشت.

وقتی برندها ویدئوی زنده برای تعامل با مخاطب هدف طراحی می‌کنند، بدون تردید برخی از پرسش‌های مهم کاربران از قلم خواهد افتاد. این امر در مورد فراموشی برخی از پرسش‌ها از سوی کاربران و همچنین عدم آمادگی لازم از سوی برندها برای پاسخگویی به پرسش‌های تخصصی نیز مصداق دارد بنابراین یک ایده جایگزین در این میان اطلاع‌رسانی به کاربران و سپس دریافت پرسش‌های‌شان طی چند روز است. سپس امکان تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف فراهم خواهد شد. این امر اهمیت بسیار زیادی برای دقت نظر در پاسخگویی به پرسش‌ها و گردآوری تمام پرسش‌ها دارد.

تهیه یک ویدئو با حضور یکی از مدیران ارشد برند برای پاسخگویی به پرسش‌های مشتریان همیشه ایده جذابی خواهد بود. برخی از برندها در این مسیر مشکلات بسیار زیادی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف دارند. دلیل این امر ناتوانی مدیران برای اجرای درست برنامه در قالب ویدئو است. بهترین راهکار در این میان تمرین‌های چندباره مدیران ارشد برای پرهیز از اشتباهات رایج در این میان است. اگر این امر به طور دقیق مدنظر برندها قرار گیرد، نتیجه نهایی شامل ویدئوی بازاریابی بسیار تاثیرگذاری خواهد شد.

ویدئوهای آموزشی

ویدئوهای آموزشی همیشه در شبکه‌های اجتماعی دارای محبوبیت بسیار زیادی است. مشتریان اغلب اوقات به دنبال یادگیری نحوه کار با محصولات برندها هستند. این امر باید از سوی برندها به بهترین شکل ممکن مدنظر قرار گیرد، در غیر این صورت شناسی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف باقی نخواهد ماند.

امروزه برخی از استارت‌آپ‌ها به طور تخصصی در زمینه نقد و بررسی محصولات و همچنین آموزش شیوه‌های کار با آنها فعالیت دارند. این امر اهمیت بسیار زیادی برای برندها در زمینه بازاریابی و تعامل با مخاطب هدف خواهد داشت. بنابراین باید به بهترین شیوه ممکن مدنظر برندها قرار گیرد. همکاری با برخی از برندهای معتبر در این میان ایده بسیار جالبی خواهد بود. این امر شانس بالایی به برندها برای استفاده از تجربیات استارت‌آپ‌های تخصصی در این زمینه می‌دهد.

مهارت یک برند در زمینه طراحی ویدئوهای آموزشی موجب افزایش اعتبارش در میان مشتریان خواهد شد بنابراین باید بهترین ویدئوهای ممکن در این زمینه را طراحی نماییم. در غیر این صورت امکان تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف به شدت کاهش خواهد یافت.

به‌روز رسانی محتوای قدیمی

یکی از ایده‌های ساده و جذاب برای بازاریابی ویدئویی با هزینه بسیار اندک مربوط به آپدیت ویدئوهای قدیمی است. بسیاری از برندها به ویدئوهای قدیمی بازاریابی‌شان هیچ توجهی نشان نمی‌دهند. این امر به معنای افزایش حجم آرشیو ویدئوهای بازاریابی برند بدون هیچ گونه کاربرد ثانویه‌ای است.

اغلب ویدئوهای بازاریابی قدیمی در صورت به‌روز رسانی با استفاده از داده‌های جدید امکان تاثیرگذاری دوباره بر روی مخاطب هدف را به همراه خواهد داشت. بنابراین برندها باید به این نکته توجه ویژه‌ای نشان دهند. هرچه توانایی یک برند برای به‌روز رسانی ویدئوها با استفاده از داده‌های دقیق‌تر بیشتر باشد، تاثیرگذاری بسیار بهتری بر روی مخاطب هدف به همراه خواهد داشت.

برندهای بزرگ گاهی اوقات با به‌روز رسانی محتوای بازاریابی قدیمی‌شان نوعی نوستالژی را ترویج می‌کنند. این امر اهمیت بسیار زیادی برای برندها به همراه دارد. هرچه تعامل با مشتریان در قالب نزدیک‌تری صورت گیرد، در نهایت تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف ساده‌تر خواهد شد.

امروزه بازاریابی ویدئویی مهمترین ابزار در دسترس برندها محسوب می‌شود. کسب و کارها باید به خوبی از این ابزار برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف استفاده نمایند. در غیر این صورت شناسی برای رقابت در بازار کسب و کار نخواهند داشت. وقتی از فرمت ویدئو صحبت می‌کنیم، باید حوزه شبکه‌های اجتماعی را نیز مد نظر قرار دهیم بنابراین انتشار محتوای ویدئویی برند در شبکه‌های اجتماعی بهترین نکته در زمینه بازاریابی خواهد بود. استفاده از توصیه‌های مورد بحث در این مقاله شروع مناسبی برای مسیر بازاریابی ویدئویی برندها خواهد بود.

منبع: smallbusinessbonfire.com

اخبار

رییس اداره فرهنگ وارشاداسلامی شاهرود:

رسانه‌های شاهرود با فضاسازی مناسب به سلامت وار تقای امنیت انتخابات کمک کنند

شاهرود-حسین بابامحمدی؛ رییس اداره فرهنگ و ارشاد اسلامی شهرستان شاهرود گفت: رسانه ها با فضاسازی مناسب به ارتقای امنیت و سلامت انتخابات کمک کنند و همچنان در جهت گیری روشنگرانه برای انتخاب صحیح و درست از سوی مردم تلاش همدفند داشته باشند. رضا مهدیان در نشست هم اندیشی با خبرنگاران درباره انتخابات پیش رو ، با بیان اینکه رسانه ها در انتخابات نقش تعیین کننده دارند، گفت:نقش و تاثیر رسانه ها بر افزایش سطح آگاهی و تشویق به انتخاب اصلح بیشتر از گذشته در این دوران احساس می شود.وی تاکید کرد: نقش مهم رسانه ها به عنوان جزیی از ساختار سیاسی، اجتماعی و فرهنگی به عنوان مهمترین پل ارتباطی و تاثیرگذار بر افکار عمومی در انتخابات مهم و تعیین کننده است. وی همدلی، اتحاد و روشنگری را از عوامل مشارکت حداکثری در انتخابات برشمرد و تصریح کرد: نقش رسانه ها و فضای مجازی در روشنگری و هدایت افکار عمومی به ویژه اهمیت برخی موضوعات مانند انتخابات بر کسی پوشیده نیست.مهدیان ادامه داد: در جریان انتخابات براساس نقش ذاتی مطبوعات و رسانه که همانا روشنگری و مطالبه گری از نامزدها در چارچوب قانون است، در دستور کار قرار گیرد. رییس اداره فرهنگ و ارشاد اسلامی شاهرود افزود: در دوران کنونی نشریات و فضای مجازی بخش جدایی ناپذیری زندگی مردم شده اند و به عنوان یکی از منابع اطلاعاتی فراگیر و گسترده در دسترس همگان قرار دارند. وی به نقش رسانه ها در جریان انتخابات و شکل دهی افکار عمومی جامعه برای حضور و انتخابات اصلح اشاره کرد و گفت:وجود رسانه ها در هر جامعه یک مقوله تشریفاتی نیست بلکه در زمان های حساس آنان نقش پررنگی درشکل گیری و پیشبرد اهداف انقلاب اسلامی ایفا کرده اند. مهدیان انتخابات را یکی از مظهرهای مهم مردم سالاری دینی خواند و اظهار داشت: وظیفه رسانه ها قبل از رویدادهایی مانند انتخابات این است که برای حضور پرشور همراه با شعور و آگاهی مردم تلاش کنند. رییس اداره فرهنگ و ارشاد اسلامی شاهرود تصریح کرد: نشریات، خبر گزاری ها و رسانه های مکتوب از جمله شنیداری و دیداری در این شهرستان همواره با تمام ظرفیت کنار مردم و مسوولان حاضر بوده و برای پیشبرد اهداف نظام جمهوری اسلامی تلاش کرده اند.



با حضور میر منطقه ۹ عملیات انتقال گاز انجام شد :

آیین درختکاری در حریم اختصاصی خط لوله کیاسر – ساری

ساری – دهقان : هزار اصله نهال در حریم اختصاصی خط۲۲ اینچ کیاسر- ساری در روز درختکاری کاشته شد
به مناسبت روز درختکاری به عنوان نمونه بخشی از حریم اختصاصی خط لوله انتقال گاز آیین کیاسر به ساری درختکاری شد.این مراسم با حضور میر و اعضای هیات ریسه برگزار گردید.
مقدم بیکلریان در حاشیه این مراسم اظهار داشت: با توجه به این که در کمیته مسئولیت اجتماعی منطقه، طرح نوین کمربند سبز برای اولین بار مطرح گردید و مقرر شد ضمن تلاش و توجه به اهمیت فضای سبز در محیط زیست، در حاشیه حریم اختصاصی خطوط لوله انتقال گاز با نگرش به مشخص نمودن حد نهایی حریم اختصاصی، مانع تعرض مجاورین به حریم گردد.
در نتیجه به عنوان طرح پیشرو، ۱۰۰۰ اصله نهال از مناطق طبیعی استان مازندران تحویل و در حاشیه حریم اختصاصی خط لوله ۲۲ اینچ کیاسر – ساری کاشته شد.
بیکلریان با اشاره به مشکلات فراوان تجاوز به حریم با توجه به تراکم جمعیتی، اراضی کشاورزی، باغ ها و مزارع فراوان در استان های شمالی، مشخص نمودن مرز حریم اختصاصی را از دغدغه های مهم منطقه ۹ عریضات انتقال گاز برشمرد. ایشان در ادامه ضمن تشریح اهمیت بالای حفاظت از محیط زیست و اهمیت منطقه در توجه به این مهم، ابراز داشتند در طرح کمربند سبز، ضمن توجه به فرهنگ زیبای درختکاری، حد نهایی حریم اختصاصی خطوط انتقال گاز در گستره پر تراکم سطح منطقه مشخص خواهد شد.



مجاورین به حریم گردد.
در نتیجه به عنوان طرح پیشرو، ۱۰۰۰ اصله نهال از مناطق طبیعی استان مازندران تحویل و در حاشیه حریم اختصاصی خط لوله ۲۲ اینچ کیاسر – ساری کاشته شد.
بیکلریان با اشاره به مشکلات فراوان تجاوز به حریم با توجه به تراکم جمعیتی، اراضی کشاورزی، باغ ها و مزارع فراوان در استان های شمالی، مشخص نمودن مرز حریم اختصاصی را از دغدغه های مهم منطقه ۹ عریضات انتقال گاز برشمرد. ایشان در ادامه ضمن تشریح اهمیت بالای حفاظت از محیط زیست و اهمیت منطقه در توجه به این مهم، ابراز داشتند در طرح کمربند سبز، ضمن توجه به فرهنگ زیبای درختکاری، حد نهایی حریم اختصاصی خطوط انتقال گاز در گستره پر تراکم سطح منطقه مشخص خواهد شد.

مدیرعامل شرکت توزیع نیروی برق هرمزگان خبر داد:

جمع آوری ۱۴۱ دستگاه غیرمجاز تولید ارز دیجیتال در بندرعباس

بندرعباس – خبرنگار فرصت امروز: مدیرعامل شرکت توزیع نیروی برق هرمزگان گفت: در یک ماه گذشته ۱۴۱ دستگاه غیرمجاز تولید ارز دیجیتال در بندرعباس شناسایی و جمع آوری شد. مهندس هاجر عبدی افزود:این دستگاهها در سه نقطه شهرستان بندرعباس شناسایی شدند که بصورت غیرمجاز از برق خانگی برای فعالیت استفاده می کردند. به گفته وی، دستگاههای استخراج ارز دیجیتال از وسایل بر مصرف برق هستند که استفاده از برق غیرمجاز باعث هدر رفتن انرژی و افزایش تلفات برق در شبکه توزیع برق می شود. واگذاری انشعاب برق برای تولید ارز دیجیتال منوط به اخذ مجوز از سازمان صنعت، معدن و تجارت است اما برخی سودجویان برای کسب سود بیشتر و استفاده از برق ارزان، در منازل و اراضی کشاورزی اقدام به تولید ارز دیجیتال می کنند. عبدی اضافه کرد: دستگاههای تولید ارز دیجیتال نیاز به مصرف بالای برق دارد و استفاده از آنها نیاز به دریافت انشعابهای خاص دارد به همین خاطر نیز برخی افراد برای سود بیشتر از برق خانگی استفاده می کنند. در صورت شناسایی علاوه بر جمع آوری این دستگاهها، متخلفان نیز به مراجع قانونی معرفی می شوند. وی در ادامه با اشاره به انعقاد تفاهم نامه شرکت توزیع نیروی برق با نیروی انتظامی گفت: این شرکت با همکاری نیروی انتظامی امسال چندین مرکز غیرمجاز در شهرستانهای استان شناسایی کرده است که با توجه به افزایش استفاده از دستگاههای تولید ارز دیجیتال، رصد و شناسایی مراکز غیرمجاز به شدت پیگیری می شود.



اخذ مجوز از سازمان صنعت، معدن و تجارت است اما برخی سودجویان برای کسب سود بیشتر و استفاده از برق ارزان، در منازل و اراضی کشاورزی اقدام به تولید ارز دیجیتال می کنند. عبدی اضافه کرد: دستگاههای تولید ارز دیجیتال نیاز به مصرف بالای برق دارد و استفاده از آنها نیاز به دریافت انشعابهای خاص دارد به همین خاطر نیز برخی افراد برای سود بیشتر از برق خانگی استفاده می کنند. در صورت شناسایی علاوه بر جمع آوری این دستگاهها، متخلفان نیز به مراجع قانونی معرفی می شوند. وی در ادامه با اشاره به انعقاد تفاهم نامه شرکت توزیع نیروی برق با نیروی انتظامی گفت: این شرکت با همکاری نیروی انتظامی امسال چندین مرکز غیرمجاز در شهرستانهای استان شناسایی کرده است که با توجه به افزایش استفاده از دستگاههای تولید ارز دیجیتال، رصد و شناسایی مراکز غیرمجاز به شدت پیگیری می شود.

آیین تودیع و معارفه فرمانده پایگاه شهید سلطانی منطقه گلستان بر گزار شد

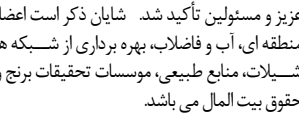
گرگان – خبرنگار فرصت امروز: مراسم تودیع و معارفه فرمانده پایگاه مقاومت بسیج شهید سلطانی شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی منطقه گلستان برگزار شد.این مراسم با حضور فرمانده حوزه بسیج شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی، فرمانده حوزه بسیج ادارات کل استان گلستان، مدیر منطقه، معاونین و روسای واحدهای در سالن جلسات منطقه برگزار شد.در این مراسم مدیر شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی منطقه گلستان ضمن تبریک ایام ولادت با سعادت امام جواد(ع) و امیرالمومنین حضرت علی(ع) و خوش آمد گویی به مدعوین، گفت:بسیج مولود انقلاب اسلامی و چشم روشنی ملت و امت است.عبیسی افتخاری افزود: بسیج مایه عظمت و افتخار ماست و ما باید راه نجات کشور را با نگاه بسیجی به مسایل داخلی و خارجی انقلاب اسلامی و دفاع مقدس ارزیابی نماییم چرا که ضامن بقای این انقلاب و دستاوردهای نظام مقدس جمهوری اسلامی، بسیج که نهادهی از بطن جامعه است می باشد.فرمانده حوزه بسیج شرکت ملی پخش فرآوردهای نفتی کشور نیز با اشاره به نقش بسیج و روحیه بسیجی کارکنان در دوران دفاع مقدس و پس از آن در زمان تحریم های اقتصادی، کارکنان شرکت نفت را سربازان خط مقدم دفاع و خدمت به کشور نامید که هم در زمان جنگ و هم در زمان بازسازی کشور و همچنین دوران تحریم با کار و فعالیت جهادی، کمک بسیار موثری به اقتصاد کشور نمودند.دادو عربعلی ضمن تقدیر از خدمات محمد علی مشکور و آرزوی موفقیت برای عبیسی افتخاری، مواردی از نقش شرکت نفت و ایثارگری های کارکنان این شرکت در زمان پیروزی انقلاب اسلامی و دوران دفاع مقدس را بیان کرد.در ادامه سرهنگ تناور، فرمانده حوزه بسیج ادارات کل استان گلستان اظهار داشت: تفکر بسیجی ضامن برون رفت از تمام تهدیدها و مشکلات است و هرکجا که بسیج وارد میدان شد، به جهت استفاده از نیروهای جوان و توانمند و تلاشگر، موفق شدیم. در پایان این مراسم حکم انتصاب عبیسی افتخاری به عنوان فرمانده بسیج پایگاه شهید سلطانی منطقه گلستان به وی اعطا شد و با اهدای لوح هایی از سوی فرمانده حوزه بسیج شرکت ملی پخش و سازمان بسیج کارمندان استان، از خدمات محمد علی مشکور قدردانی گردید.

چهارمین جلسه کمیته منابع و مصارف آب استان گیلان برگزار شد

رشت – خبرنگار فرصت امروز: به گزارش روابط عمومی شرکت آب منطقه ای گیلان: در این کمیته، بیانال سال ای جاری تاکنون، وضعیت حجم ذخایر سد های مخزنی، وضعیت بارش های جوی در حوضه های ابریز داخلی و سد سفید رود، تجهیز اراضی و میزان سطح شخم زمستانه، موانع و مشکلات آبیاری و برنامه ریزی جهت رفع آن توسط اعضاء حاضر در جلسه مورد بحث و بررسی قرار گرفت.

در پایان آبیگری بموقع آیندنها، تجهیز و تعمیر ایستگاههای پمپاژ،

لازمیرو اینها نیازمند به لایروبی و همچنین همیاری و مشارکت کشاورزان عزیز و مسئولین تأکید شد .
شایان ذکر است اعضاء کمیته منابع و مصارف آب استان متشکل از نمایندگان ای شرکت های آب منطقه ای، آب و فاضلاب، بهره برداری از شبکه های آبیاری، توزیع برق، ادارات کل هواشناسی، محیط زیست، مدیریت بحران، شیلات، منابع طبیعی، موسسات تحقیقات برج و ماهیان خاویاری، سازمانهای برنامه و بودجه، جهاد کشاورزی و شورای حفظ حقوق بیت المال می باشد.



آذربایجان شرقی – ماهان فلاح: استاندار آذربایجان شرقی

گفت: در دولت دوازدهم به طور متوسط هر سال ۱۱ هزار میلیارد تومان طرح عمرانی در استان افتتاح شده است.

محمدرضا پورمحمدی با بیان اینکه امروز در آذربایجان شرقی، پوشش آموزشی یعنی سطح سواد به بیش از ۹۷ درصد رسیده است، ادامه داد: در واقع جاماندگان از تحصیل بسیار کم شده و حتی در دور افتاده ترین نقاط آموزش و تربیت نیروی انسانی در اولویت قرار گرفته است. پورمحمدی اظهار کرد: اکنون پوشش بیمه ای ۱۰۰ درصد اتفاق افتاده و حتی در دورافتاده ترین نقاط آذربایجان شرقی دسترسی به خانه بهداشت، مرکز سلامت، درمانگاه و بیمارستان به نحوه شایسته ای وجود دارد. وی گفت: در دولت تدبیر و امید طرح تحول نظام سلامت، اجرا و به زیرساخت های بهداشتی توجه ویژه شد، به گونه ای که با تسیوع بیماری کووید ۱۹ در کشور از لحاظ زیرساختی در حوزه بهداشت و درمان دچار مشکل نشدیم و تمام بیماران خدمات مورد نیاز درمانی را دریافت کردند. استاندار آذربایجان شرقی با بیان اینکه دنیای امروز، دنیای فناوری اطلاعات و ارتباطات است، خاطرنشان کرد: روستاهای ما در گذشته از نعمت مخابرات محروم بودند اکنون پوشش مخابراتی و اینترنت در بیش از ۹۰ درصد روستاها تحقق یافته است. پورمحمدی افزود: پیش از انقلاب تعداد معدودی دانشگاه با حدود ۱۵۰ هزار نفر جمعیت دانشجویی در کشور وجود داشت، ولی اکنون ۴ میلیون جمعیت دانشجویی در کشور داریم که از این تعداد حدود ۲۰۰ هزار نفر در ۱۵۶ دانشگاه و با شعبه دانشگاهی در آذربایجان شرقی مشغول به تحصیل هستند. وی ادامه داد: در حوزه پژوهش قبل از انقلاب چند مقاله در سال با همراهی اساتید هندی و پاکستانی چاپ می شد، ولی اکنون ایران در تولیدات علمی رتبه اول منطقه را به خود اختصاص داده و دانشگاه های ما به خصوص دانشگاه تبریز جز دانشگاه های بر تر دنیا هستند. استاندار آذربایجان شرقی گفت: در سال های پس از انقلاب به خصوص در دولت تدبیر و امید، اهتمام جدی به بحث فناوری و ایجاد مراکز رشد و پارک های علم و فناوری معطوف شده، به طوری که اکنون حدود ۲۴۰ شرکت فناوری با ۱۷ شرکنی که دانش بنیان بوده و محصولات شان تجاری شده، در استان فعال هستند که محصولات شان در سطح بین المللی عرضه می شود. استاندار آذربایجان شرقی با اشاره به تلاش شبانه روزی دولت برای عمران و آبادانی کشور افزود: در دهه فجر امسال ۳ هزار و ۶۹۵ پروژه عمرانی، خدماتی و اقتصادی با چهار هزار و ۶۲۵ میلیارد تومان اعتبار ریالی و ۳۰ میلیون و ۹۷۱ هزار یورو و ۲۰۰ هزار دلار اعتبار ارزی در آذربایجان شرقی به بهره برداری رسید. پورمحمدی با اشاره به افتتاح سدهای مختلف در دولت تدبیر و امید در استان، اظهار کرد: سدهای خداآفرین و قیزقلعه سی در اردیبهشت سه سال آینده با حضور روسای جمهوری ایران و آذربایجان به بهره برداری خواهد رسید. وی با اشاره به اقدامات انجام شده در ۲ سال گذشته در حوزه انرژی آذربایجان شرقی ، ادامه داد:



نیروگاه بادی آق کندی در میانه و فاز اول نیروگاه سیکل ترکیبی هریس به بهره برداری رسیده و فاز دوم نیروگاه هریس نیز به زودی به اتمام می رسد، ضمن اینکه عملیات اجرایی نیروگاه سهند آغاز شده است. استاندار آذربایجان شرقی با بیان اینکه حدود ۶۰ درصد آب تبریز از زربنه رود تامین می شود، گفت: خط انتقال قدیمی یک کانال بتنی بود که مرتبط دچار مشکل می شد و اکنون خط جایگزین با لوله های فولادی به طول ۱۰۰ کیلومتر اجرا شده است. وی اضافه کرد: یکی از پروژه های مهم استان در حوزه آب، انتقال آب آرس است که ۳۵ کیلومتر آن از محل اعتبارات آب های مرزی اجرا شده و پمپاژ آن تا هرزنلدات مرند انجام شده و قرارداد ۱۰۵ کیلومتر باقی مانده نیز به زودی منعقد خواهد شد. پورمحمدی افزود: در بخش فاضلاب نیز دمولار دوم تصفیه خانه تبریز در مراحل نهایی است و نصب برخی از تجهیزات باقی مانده که آن را تا پایان دولت به پایان می رسانیم، وی با اشاره به اقدامات انجام یافته در حوزه احیای دریاچه ارومیه نیز گفت: اصلی ترین پروژه ای که در این دولت انجام شد، بحث انتقال آب از رودخانه زاب می باشد که ۹۰ درصد پیشرفت فیزیکی دارد و تنها ۸۰ متر از طول این کانال باقی مانده که تا قبل از پایان دولت به بهره برداری خواهد رسید. استاندار آذربایجان شرقی با بیان اینکه صنعت، موتور محر که توسعه در جامعه است، گفت: در سال های گذشته با وجود شرایط ناشی از تحریم های ظالمانه، اقدامات خیلی اساسی و بنیادین در بخش صنعت استان صورت گرفته است. پورمحمدی ادامه داد: تراکتور سازی و صنایع پایه استان ما با فناوری دهه های ۴۰ و ۵۰ فعال بودند که در سال های گذشته چند خط تراکتور سازی بهینه سازی به روز شد و در صنایع دیگر نیز نوسازی و بهسازی انجام گرفت، ضمن اینکه بیش از ۶۰۰ واحد جدید در سال گذشته در بخش های مختلف در استان افتتاح شد. وی افزود: در صنعت شیرینی و شکلات و ۸۰ کشور صادرات داریم و تبریز به عنوان پایتخت شیرینی و شکلات کشور شناخته شده است. استاندار آذربایجان شرقی با بیان اینکه ۳۵ درصد قطعات خودروی کشور در این استان تولید می شود، گفت: اخیراً کنسر سیموی متشکل از شرکت های ایدم، چرخشگر، سیبا موتور و انجمن سازندگان ماشین، قطعه و مجموعه های صنعتی و خودرو آذربایجان شرقی ایجاد شد تا

افتتاح ۶۰۰ واحد تولیدی جدید در آذربایجان شرقیصادرات شیرینی و شکلات آذربایجان شرقی به ۸۰ کشور دنیا

کشنده ها و خودروهای تجاری با توجه به ظرفیت های موجود در داخل استان تامین شود. وی با بیان اینکه آذربایجان شرقی از نظر معادن بسیار غنی بوده و رتبه دوم کشوری را داراست، افزود: از این ظرفیت در گذشته کمتر استفاده شده، اما اکنون در بخش معدن اهتمام جدی وجود دارد و فاز دوم تغلیظ مجتمع مس سونگون عملیاتی شد و فاز سوم را شروع می کنیم و بحث ذوب و پالایش نیز در مرحله نهایی شدن است. پورمحمدی ادامه داد: معدن نفلین سینیت سرراب نیز بیش از ۵ میلیارد تن ذخایر مشکوفه دارد که سال گذشته عملیات اجرایی آن با دستور ریاست جمهوری شروع شد و اکنون در مرحله نهایی کردن قرار داد با قرارگاه خاتم الانبیا هستیم. وی اظهار کرد: مزایده ۳۵۰ معدن در استان انجام شده و در مرحله انتخاب سرمایه گذار هستیم. استاندار آذربایجان شرقی گفت: به جز معدن مس سونگون، معادن مس متعددی در سطح استان از جمله در شهرستان های اهر، هشترود و بستان آباد داریم. وی ادامه داد: تلاش می کنیم در کنار استخراج معادن شهرک های صنعتی مرتبط با آن معدن و در واقع صنایع پایین دستی هر کدام از معادن را ایجاد کنیم تا هم ایجاد اشتغال و درآمد کرده و هم از ارزش افزوده این منابع بهره مند شویم. پورمحمدی با اشاره به اینکه در بخش کشاورزی در حوزه کشت گلخانه ای، رتبه دوم کشور را به خود اختصاص داده ایم، اظهار کرد: در تولید محصولات باغی و گلخانه ای از لحاظ سطح زیر کشت و بازده محصول در واحد سطح افزایش بسیار خوبی داشته ایم. وی افزود: در بخش کشاورزی فقط وسعت زیر کشت را افزایش نداده ایم، بلکه علم، دانش و تکنولوژی را وارد این عرصه کرده ایم و با علم نوین، اصلاح بذر و شیوه های آبیاری نوین وارد گود شده ایم؛ به دلیل سرمایه گذاری های خوبی که صورت گرفته، اکنون در تولید مرغ، گوشت قرمز و تخم مرغ، مازاد تولید داریم. استاندار آذربایجان شرقی با اشاره به توجه دولت تدبیر و امید به توسعه راه های کشور، ادامه داد: راه آهن میانه- تبریز جز حقوق به تعویق افتاده مردم استان بود که سال گذشته با بستان آباد به بهره برداری رسید و تلاش می کنیم قبل از تیرماه سال آینده به ایستگاه خاوران تبریز برسد. وی اظهار کرد: در کشت پوک هزار و ۱۰۰ کیلومتر آزاد راه در حال اجراست که ۴۵۰ کیلومتر از آنها در آذربایجان شرقی ساخته می شود. پورمحمدی گفت: قطعه اول آزاد راه تبریز- بازرگان تا صوفیان پیشرفت خوبی دارد، تکمیل آزاد راه مراغه- هشترود در اولویت قرار دارد و ۹۰ درصد بزرگراه تبریز- اهر نیز به اتمام رسیده است. وی افزود: به دلیل تحریم های ظالمانه تامین مالی برای پروژه های عمرانی سخت شده و منابع درآمدی محدودی داریم، بنابراین سعی کردیم به جای شروع پروژه های جدید پروژه های قبلی را تکمیل کنیم. استاندار آذربایجان شرقی ادامه داد: آزاد راه تبریز- خواجه-ورزقان را ادامه خواهیم داد تا به مرز نورودز برسد؛ آزاد راه تبریز- اسپیران تا ورزقان جزو پروژه هایی است که پیشرفت خوبی داشت، ولی به دلیل محدودیت های منابع مالی با مشکل مواجه شده است.

اهدای هنر کارت به هنرمندان پیشکسوت استان قم

هنری و فرهنگی شدند و تلاوم این بیماری، برنامه‌های پیش‌بینی شده برای آینده را هم تعطیل کرد. در این راستا، صندوق اعتباری هنر به نمایندگی از وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی تلاش‌های فراوانی جهت جبران بخشی از این خسارت‌ها انجام داده است که یکی از این موارد اهدای هنر کارت به تمام هنرمندان عضو صندوق اعتباری هنر می‌باشد. در استان قم ۱۵۰۰ نفر عضو صندوق اعتباری هنر می‌باشند و تاکنون بیش از ۱۱۰۰ نفر هنر کارت ثبت‌نام نهمندانه و پخش قابل توجهی از هنر کارت‌ها تحویل شده و بقیه در حال توزیع شدن می‌باشد. در ادامه مراسم، به صورت نمادین و به نمایندگی از اصحاب فرهنگ و هنر استان قم، به ۴ نفر اعضای که دارای درجه ۱ هنر (معادل دکتری) می‌باشند به نام‌های حسن آهنگران، محمدحسین رازقی، ناصر طلوسی و ابوالفضل خزانی، هنر کارت اهدا گردید.



دارند، تقدیر و تشکر کرد. در ادامه سیدموسی حسینی کاشانی مدیرکل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان قم گفت: همزمان با شیوع کرونا، هنرمندان دچار خسارت‌های فراوانی در حوزه‌های مختلف

به همت شرکت بهره برداری نفت و گاز مسجدسلیمان

تلويزيون شهری مسجدسلیمان مجدداً راه اندازی شد

سسر کار خان صالحان و پرسنل امور فرهنگی هنری و با استفاده از منابع داخلی موفق به تعمیر و راه اندازی مجدد این دستگاه شدیم . امراله عالی پور شهنی افزود : با همکاری اداره تدارکات و امور کالا و اداره خدمات مهندسی توانستیم ضمن تهیه قطعات یدکی لازم قطعات معیوب را تعویض نماییم تا مجدداً این رسانه برای خدمت به شهروندان روشن و راه اندازی شود . وی اظهار داشت : با همکاری اداره روابط عمومی و اداره HSE پیام های بهداشتی و هشدار دهنده در خصوص رعایت موارد حفاظت بهداشت فردی در برابر ویروس کرونا – نقش آفرینی شرکت بهره برداری نفت و گاز مسجدسلیمان

رشت – خبرنگار فرصت امروز: با افزایش روزافزون تاسیسات و ایستگاه های گاز استان، لزوم نظارت هرحه بیشتر روز به روز افزایش می یابد و شرکت گاز استان گیلان با دارا بودن زیرساخت های لازم، پیششرو در اجرای پروژه های مانیتورینگ در سطح کشور می باشد.



مفاغ پیمان پشتیبانی از سامانه مانیتورینگ و تجهیزات اندازه گیری و نصب و بهره برداری از دو دستگاه کننتور التراسونیک در ایستگاه گاز نیروگاه سیکل ترکیبی به منظور اندازه گیری دقیق تر حجم گاز مصرفی را از دیگر اقدامات مهم واحد اندازه گیری عنوان نمود. رئیس واحد اندازه گیری و توزیع گاز گیلان درخصوص دریافت و پایش آمار فشار گاز ورودی به استان توضیح داد: اطلاعات فشار گاز ورودی در ایستگاه های CGS در چهار مقطع زمانی در طی یک شبانه روز و همچنین اطلاعات مصرف ایستگاه ها در ساعات پایانی شبانه روز در ادارات گازی که نقاط تحویل تحت نظارت آنها می باشند در سامانه



در راه خدمات مختلف حوزه ی مسئولیت های اجتماعی و همچنین برنامه های فرهنگی ورزشی صدا و سیما از این رسانه جهت آگاهی بخشی عمومی پخش می گردد. . وی خاطر نشان کرد : با این اقدام ۴۰۰ میلیون ریال بابت عدم پرداخت هزینه دستمزد شرکت ارایه کننده سرویس های تعمیراتی صرفه جویی شد .

شرکت گاز استان گیلان، پیشرو در اجرای پروژه های مانیتورینگ در سطح کشور است

بطور مرتب ثبت شده و تحت کنترل و پایش قرار می گیرد. وی ادامه داد: اطلاعات جمع بندی شده تحت عنوان گزارش مصرف و فشار روزانه به مدیرعامل و معاونین و رؤسا ارسال شده و در پایان ماه نیز حجم گاز دریافتی در نقاط تحویل، پایش، کنترل و محاسبه گردیده و به منطقه ۹ عملیات انتقال گاز ارائه می گردد. حیدری نژاد خاطرنشان ساخت: هم اکنون اطلاعات فشار و مصرف گاز نقاط تحویل به صورت آنلاین در سامانه پایش و کنترل شده و واحد اندازه گیری و توزیع گاز به صورت ۲۴ ساعته پاسخگوی مسئولین مربوطه در خصوص وضعیت فشار و مصرف گاز در نقاط تحویل می باشد. رئیس واحد اندازه گیری و توزیع گاز گیلان درخصوص نظارت بر طراحی شاخه ها و مسیرهای اندازه گیری جریان گاز به منظور حفظ تعادل حجم گاز در دریافت شده و حجم گاز تحویل شده به نقاط مصرف علاقه مند شد. وی گفت: این مهم اقدامات مهمی همچون طبقه بندی اطلاعات نقاط و شیرهای رنگ بین شهری، هماهنگی با حوزه بهره برداری به منظور کنترل شیرهای رنگ بین شهری، کنترل فشار ورودی و خروجی ایستگاه ها در سامانه های مختلف و همچنین پایش حجم گاز مصرفی و ظرفیت آنها صورت گرفته است.

۴ حقیقت ناگفته که برای داشتن کسب و کاری ماندگار باید بدانید



اگر علاقه‌مند به دنیای کسب و کار باشید و مطالب و اخبار مرتبط با آن را دنبال کنید، احتمالاً از زبان کارآفرین‌ها صحبت‌های زیادی درباره دشواری‌های پیش‌رو برای راه‌اندازی کسب و کار تازه شنیده‌اید. مسئله اینجاست که کمتر کارآفرینی راجع به چگونگی کسب موفقیت در بلندمدت و ماندگاری کسب و کار صحبت می‌کند و از تجربه‌هایش در این باره حرف می‌زند. به بیان بهتر، همان مراحل اولیه شروع کسب و کار جدید است که همه توجه‌ها را به خود جلب می‌کند، اما در این میان، کاری وجود دارد که به‌مراتب از آن دشوارتر است: این کار چیزی نیست جز ماندگار نگه داشتن کسب‌وکار در بلندمدت. این مطلب را به همین موضوع اختصاص داده‌ایم. در ادامه، شما را با چهار حقیقت ناگفته برای ایجاد کسب و کاری ماندگار آشنا خواهیم کرد.

همه ما کم‌وبیش با آمار و ارقام دلپره‌آور کسب و کارهای تازه‌ای که کارشان نهایت امر به شکست انجامید آشناییم؛ کسب و کارهایی که بعضاً حتی سال‌های پرتنش ابتدایی را دوام آوردند، اما متأسفانه در ادامه مسیر، روند موفقیت‌های‌شان به پایان رسید و دچار ورشکستگی شدند. اولین چیزی که باید در ذهن داشته باشیم این است که اجازه ندهیم آمار و ارقام این‌چنینی مردمان کند یا انگیزه را از ما سلب کند. شاید صحبت از این مسئله چشم‌پوشی کنیم که کلیشه‌ای شده باشد، اما نمی‌توانیم از این کارآفرینان موفق کمی کلیشه‌ای شده‌ایم، از استیو جابز گرفته تا کسانی مثل آریانا هافینگتن، در ابتدای کارشان موفق نشدند؛ باوجوداین ناامید نشدن و از تلاش بازایستادن.

اما رمز کار این کارآفرین‌های موفق چه بوده است و چگونه توانسته‌اند کسب و کارشان را ماندگار کنند؟ در ادامه به شما خواهیم گفت.

۱. راجع به وعده‌ها و قول‌هایی که می‌خواهید بدهید، خوب فکر کنید

کارآفرین‌های بسیاری هستند که از روی هیجان یا هر چیز دیگری، قول‌های زیادی به مشتری‌ها و مخاطبان‌شان می‌دهند، اما در ادامه مسیر، در عملی کردن این وعده و وعیدها ناتوان می‌مانند. هیچ‌وقت نباید تأثیر و قدرت کلمات و گفته‌های‌مان را دست‌کم بگیریم: کافی است دهان‌به‌دهان میان مخاطب‌های شما بگردد که فرضاً کیفیت محصولات‌تان آنقدر که ادعا می‌کنید خوب نیست یا مثلاً خدمات شما با انتظاراتی که در ابتدای امر به وجود آوردید همخوانی ندارد. در چنین شرایطی، دیگر دشوار است بتوان به آینده کسب و کار امیدوار بود.

قول‌ها و وعده و وعیدهای بی‌پایه‌و‌اساس فقط مشتری‌ها را کلافه یا ناامید نمی‌کند، بلکه باعث بی‌اعتمادی آنها هم می‌شود. رابطه کسب و کار با مشتری، مثل هر رابطه دیگری در زندگی، در درجه اول بر پایه اعتماد شکل می‌گیرد. اگر نتوانیم این اعتماد را در مشتری‌ها به وجود بیاوریم یا به هر دلیلی اعتمادشان را از دست بدهیم، ادامه کار دشوارتر از چیزی خواهد شد که در نگاه اول ممکن است به نظر برسد. پس خوب راجع به وعده‌ها و قول‌هایی که می‌خواهید بدهید، فکر کنید و تمامی جوانب امر را بسنجید و ببینید آیا توان عملی کردن‌شان را دارید یا خیر؟ بعد از آن با مشتری‌های‌تان در میان بگذارید.

۲. قدرتان کارکنان خوب و مستعد خود باشید

اگر واقعا می‌خواهید کسب و کار ماندگاری داشته باشید، یکی از اولویت‌های‌تان باید به خدمت گرفتن افراد مستعد و حفظ آنها باشد. کارکنانی خوب هستند که کسب و کار را ماندگار می‌کنند؛ در سوی

دیگر اگر کارکنان از صلاحیت کافی برخوردار نباشند، کسب و کارتان جز رؤیایی زودگذر چیز دیگری نخواهد بود.

کارکنان خوب می‌توانند از پس کارهای روزمره به بهترین نحو ممکن بر بیایند و به این صورت، زمان کافی در اختیار شما قرار می‌گیرد تا روی مسائل مهم‌تری نظیر چگونگی گسترش و رشد بیشتر و بهتر کسب و کار تمرکز کنید.

درست است که نرخ بیکاری بالا است، اما فراموش نکنید کسی که واقعا در کارش حرفی برای گفتن داشته باشد، به دریافت دستمزد کم رضایت نمی‌دهد و ترجیح می‌دهد بیکار بماند. وقتی چنین کارکنانی پیدا کردید، دستمزدی منصفانه برای‌شان در نظر بگیرید و به آنها نشان بدهید که قدرتان زحمات‌شان خواهد بود.

۳. رودرویی مشکلات و سختی‌ها بایستید و پا پس نکشید

کارآفرینی و راه‌اندازی کسب و کار تازه سخت و دشوار است. در این مسیر، مشکلات زیادی پیش‌روی‌تان قرار خواهد گرفت. درست در همان لحظه‌ای که فکر می‌کنید همه کارها طبق انتظار پیش می‌رود، ناگهان گرهی به کارتان می‌خورد. اگر می‌خواهید کسب و کار ماندگاری داشته باشید، نباید در مقابل این مسائل و مشکلات شانه خالی کنید و ناامید شوید.

در کسب و کار تازه گاهی کارها به‌قدری بهم می‌ریزد و شرایط بفرنج می‌شود که شاید دل‌تان بخواهد قید همه‌چیز را بزنید. در چنین مواقعی بهتر است کمی راجع به انگیزه‌تان از راه‌اندازی این کسب و کار در روزهای اول فکر کنید و به این شکل به خودتان دلگرمی بدهید. بعد از آن با تکیه بر توانایی‌ها و نقاط قوت کارکنان‌تان برای هر

مشکلی به‌طور جداگانه راه‌حلی پیدا کنید. مطمئن باشید که به‌مرور، روند کارها همانی خواهد شد که انتظارش را دارید.

اشتباه کردن جزء جدایی‌ناپذیر هر نوع کسب و کاری است، به‌ویژه در اوایل کار. به این اشتباه‌ها به چشم فرصتی برای کسب تجربه‌های جدید نگاه کنید و به‌عنوان کسی که وظیفه دشوار کارآفرینی را متحمل شده است، سعی کنید با برداشتن قدم‌های بهتر و لحاظ کردن تغییرات لازم در جهت بهبود کسب و کارتان تلاش کنید.

۴. همیشه با مشتری‌ها در ارتباط باشید

یکی از اشتباهاتی که بسیاری از کسب و کارها مرتکب آن می‌شوند این است که ارتباط با مشتری را صرفاً محدود به زمانی می‌کنند که در حال جذب آنها هستند. کافی است مشتری قرارداد را امضا کند یا محصول را خریداری کند؛ بعد از آن به‌کلی فراموشش می‌کنند و به سراغ جذب مشتری جدید می‌روند.

شما این اشتباه را نکنید و همیشه با مشتری‌ها در ارتباط باشید، حتی مشتری‌های سابق‌تان. گاه‌به‌گاه با ارسال پیام یا ایمیلی جویای نظر آنها شوید و از آنها بخواهید صادقانه بازخورد خود را مطرح کنند. هرچند گرفتن بازخورد صادقانه گاهی کار راحتی نیست (مثلاً اینکه از شخصی بپرسید چرا دیگر نمی‌خواهد مشتری کسب و کار شما باشد، اما به هر حال، به بهتر شدن وجهه کسب و کار شما و رابطه‌تان با مشتری‌های سابق کمک می‌کند. در این صورت، اگر بعدها کسی از او سراغ کسب و کاری قابل‌اعتماد را بگیرد، به‌احتمال زیاد از شرکت یا سازمان شما اسم خواهد برد.

منبع: inc/chetor

آگهی فقدان سند مالکیت

آقای حبیب اله لادن برابر تقاضای وارده شماره ۲۸۴۲۲-۹۹ مورخ ۱۳۹۹/۱۰/۱۴ با تسلیم استشهادیه مصدق ذیل شماره ۹۷۷۸ و ۹۷۷۹ مورخ ۱۳۹۹/۱۰/۱۴ دفترخانه اسناد رسمی شماره ۱۱۱۴ تهران با اعلام این که: سند مالکیت شش دانگ یک دستگاه آپارتمان قطعه اول تفکیکی واقع در سمت شمالی طبقه یک به مساحت ۸۸/۴۴ متر مربع تحت شماره ۱۵۴۶۴۳ فرعی از ۴۴۷۶ اصلی مفروزی از پلاک ۶۸۸۲ فرعی از اصلی مذکور واقع در بخش ۷ تهران بانضمام انباری قطعه یک تفکیکی ذیل ثبت ۴۳۵۷۸۸ صفحه ۲۳۵ دفتر ۲۷۲۳ املاک و تحت شماره چایی ۷۷۱۳۲۷ به نام حبیب اله لادن ثبت صادر و تسلیم گردیده است. که اصل سند مالکیت به علت جابجایی منزل مفقود گردیده است طی درخواست وارده فوق تقاضای صدور المثنی سند مالکیت پلاک مذکور را نموده است و در اجرای ماده ۱۲۰ آئین نامه اصلاحی قانون ثبت (مصوب ۸۰/۱/۸) مراتب در یک نوبت آگهی می شود تا چنانچه شخص یا اشخاص مدعی انجام معامله نسبت به ملک مرقوم یا وجود سند مالکیت نزد خود میباید ظرف مدت ۱۰ روز پس از انتشار این آگهی اعتراض خود را ضمن ارائه اصل سند مالکیت یا سند معامله به این منطقه واقع در خیابان پیروزی- خیابان نیروی هوایی- فلکه دوم- نبش ۳۲-۵ پلاک ۶۳۵ تسلیم و رسید اخذ نمایند بدیهی است در صورت انقضاء مهلت مقرر و عدم وصول اعتراض یا در صورت اعتراض اصل سند مالکیت یا سند معامله ارائه نشود طبق مقررات المثنی سند مالکیت صادر و تسلیم خواهد شد.

۱۸۰۲۱ م الف
فرج اله علیزاده - رئیس اداره ثبت اسناد و املاک پیروزی تهران

شناسه آگهی ۱۱۱۰۶۵۷

آگهی فقدان سند مالکیت

نظر به اینکه آقای اصغر طالبلو تقاضای سند مالکیت المثنی سه دانگ مشاع از شش دانگ یک قطعه زمین محصور به مساحت ۱۶۸۲ متر مربع به پلاک ثبتی ۱۰۸ فرعی از ۴۷۱۷ اصلی از مفروز و مجزی اصلی مذکور واقع در بخش ۷ تهران ذیل ثبت ۲۲۵۶۶۱ صفحه ۴۷۷ دفتر ۱۳۴۸ به شماره چایی ۵۶۳۷۹۹ به نام اصغر طالبلو صادر و تسلیم شده است سپس مالک با ارائه دو برگ استشهادیه که بامضاء شهود رسیده است و ذیل آن طی شماره ۲۰۱۶۲ توسط دفترخانه ۱۳۶۰ تهران گواهی امضاء گردید مدعی است که اصل سند مالکیت به علتی مفقود گردیده است و تقاضای صدور المثنی سند مالکیت ملک مذکور را نموده لذا مراتب بااستناد ماده ۱۲۰ آئین نامه قانون ثبت در یک نوبت آگهی می شود تا چنانچه کسی مدعی انجام معامله نسبت و یا در اختیار داشتن سند مالکیت نزد خود می باشد ظرف مدت ۱۰ روز از انتشار این آگهی به این منطقه مراجعه و اعتراض خود را ضمن ارائه اصل سند مالکیت اقدام نماید بدیهی است در این صورت پس از تنظیم صورت مجلس اصل سند مالکیت به ارائه کننده مسترد خواهد شد و صدور المثنی سند مالکیت منوط به ارائه دادنامه از مراجع ذیصلاح قضایی خواهد بود و پس از انقضای مدت مذکور و عدم هرگونه اعتراض این منطقه نسبت به صدور المثنی سند مالکیت اقدام خواهد نمود.

۱۸۰۱۸ م الف
غضنفری - رئیس ثبت خاوران

شناسه آگهی ۱۱۱۰۶۵۲

آگهی ابلاغ اجرائیه پرونده شماره بایگانی ۹۸۰۷۱۴۲

می باشد لذا طبق ماده ۱۸/۱۹ آئین نامه جرائی مفاد اسناد رسمی بشما ابلاغ می گردد از تاریخ انتشار این آگهی که تاریخ ابلاغ اجرائیه محسوب است فقط یک نوبت در روزنامه می گردد ظرف مدت بیست روز نسبت به پرداخت بدهی خود اقدام و در غیر این صورت بدون انتشار آگهی دیگری عملیات اجرائی طبق مقررات علیه شما تعقیب خواهد شد.

۱۸۰۲۰ م الف
مسئول اداره پنجم اجرای اسناد رسمی تهران - بابرام علی علینژاد

شناسه آگهی ۱۱۱۰۶۵۶

آگهی فقدان سند مالکیت

آقای اسد اسدکرمی مالک منافع دو دانگ و اشرف بابائی مالک منافع چهار دانگ مشاع از شش دانگ با تسلیم ۴ برگ استشهادیه تحت شماره ۳۶۸۶۹ و ۳۶۸۶۷ مورخ ۹۹/۱۱/۲۱ که توسط دفتر اسناد رسمی ۳۱۰ تهران گواهی شده است طی وارده شماره ۱۱۴۷۰۳۴۵۰۲ مورخ ۹۹/۱۱/۲۵ ضمن ارایه وکالتنامه شماره ۱۰۲۶۱۹ مورخ ۹۳/۱۰/۲۱ دفترخانه ۳۱۰ تهران به وکالت از ساناز اسدکرمی مدعی فقدان سند مالکیت شش دانگ یکدستگاه آپارتمان مسکونی واقع در طبقه دوم بمساحت ۱۰۹/۸۷ متر مربع قطعه سوم تفکیکی پلاک ثبتی ۱۱۰۰۹ فرعی از ۱۸۶۳ اصلی مفروز از پلاک ثبتی ۳۰۳۱ فرعی از اصلی مذکور واقع در بخش ده تهران ذیل ثبت ۱۳۳۲۲۶ و ۱۳۳۲۲۵ صفحات ۶۵ و ۶۸ دفتر ۷۴۵ بشماره چایی ۶۴۱۷۰۵ و ۶۴۱۷۰۶ سری ج سال ۹۱ بنام نامبردگان ثبت و صادر و تسلیم گردیده سپس طبق اسناد صلح شماره ۱۰۲۶۱۸ مورخ ۹۳/۱۰/۲۱ و ۱۰۴۲۱۷ مورخ ۹۴/۱۲/۱۹ دفترخانه ۳۱۰ تهران به ساناز اسدکرمی صلح عمری شده منافع مادام العمر متعلق به نامبردگان است. حال مالکان بعلت مفقودی سند مالکیت بعلت جابجایی و سهل انگاری درخواست صدور المثنی سند مالکیت نموده لذا مراتب بااستناد ماده ۱۲۰ آئین نامه قانون ثبت در یک نوبت آگهی می شود تا چنانچه کسی مدعی انجام معامله نسبت به ملک مرقوم غیر از اسناد فوق و یا وجود سند مالکیت مذکور نزد خود باشد از تاریخ نشر این آگهی ظرف مدت ۱۰ روز به این منطقه مراجعه و اعتراض خود را ضمن ارائه اصل سند مالکیت یا سند معامله تسلیم و رسید دریافت نمایند تا مورد رسیدگی قرار گیرد به اعتراض بدون ارایه اصل سند مالکیت ترتیب اثر داده نخواهد شد. پس از انقضای مهلت مزبور و نرسیدن واخواهی نسبت به صدور سند مالکیت المثنی طبق مقررات اقدام خواهد شد.

۱۸۰۲۴ م الف
رئیس اداره ثبت اسناد و املاک زیبادشت - جمشید مهر آسا

شناسه آگهی ۱۱۱۰۶۶۰

آگهی تسلیم سند مالکیت

سند مالکیت مشاعی پنج دانگ مشاع از شش دانگ یکبایخانه بمساحت یکصد و هفتاد و هفت متر و بیست و سه دسیمتر مربع بشماره ۱۲۰۱ فرعی از ۴۷۳۱ اصلی بخش ۶ ذیل ثبت ۱۳۲۹۰ صفحه ۳۶۲ دفتر ۱۲۳ به شمار چایی ۳۰۱۱۵۰ بنام محمدرضا احمر صادر و تسلیم گردیده است و نامبرده طبق گواهی حصر وراثت شماره ۱۰۳۷۰۱۰۳۷۱۱۰۷۰۳۰۹۹۷۹۵۰ مورخه ۱۳۹۵/۱۰/۲۵ شورای حل اختلاف منطقه ۱۶ تهران و گواهی واریز مالیات بر ارث شماره ۷۲۵۹۳ مورخه ۱۳۹۵/۱۲/۰۹ اداره دارائی فوت وراثت وی عبارتند از علیرضا احمری، محمد احمری مهین احمری و مریم احمری تعیین و معرفی شده اند خانم مهین احمر طی درخواستی از این اداره اعلام داشته اصل سند مالکیت در ید خانم مریم احمدی می باشد که به نامبرده طی شماره ۱۳۹۹/۱۰/۲۳ مورخه ۱۳۹۸۸۵۶۰۱۰۴۲۰۲۶۵۰۰ اطلاع گردید اصل سند مالکیت را تحویل اداره ثبت نماید که در موعد مقرر ارائه ننموده است لذا مراتب در اجرای تبصره ۳ آئین نامه اصلاحی قانون ثبت جهت اطلاع نامبردگان در یک نوبت آگهی و متذکر می گردد ظرف مدت ۱۰ روز از تاریخ انتشار آگهی اصل سند مالکیت موصوف را جهت رسیدگی و اخبار به این منطقه ارائه نماید در غیر اینصورت این اداره برابر مقررات نسبت به صدور سند مالکیت به نام متقاضی اقدام خواهد نمود.

۱۸۰۲۳ م الف
رئیس واحد ثبتی حوزه ثبت ملک مولودی تهران

شناسه آگهی ۱۱۱۰۶۵۹

آگهی ابلاغ اجرائیه پرونده کلاس ۹۹۰۳۱۱۸

مشخص نمی باشد لذا طبق ماده ۱۸ آئین نامه اجرای مفاد اسناد رسمی مفاد اجرائیه فقط یک مرتبه در یکی از روزنامه های کثیرالانتشار محلی آگهی می شود و چنانچه ظرف مدت بیست روز از تاریخ این آگهی که روز ابلاغ محسوب می گردد نسبت به پرداخت بدهی مورث خود اقدام ننمایند عملیات اجرائی جریان خواهد یافت. این آگهی پس از تأیید نهایی و ارسال آگهی در سایت آگهی های سازمان ثبت قرار خواهد گرفت و به منزله انتشار آگهی در روزنامه کثیرالانتشار محلی است.

۱۸۰۱۹ م الف
رئیس اداره پنجم اجرای اسناد رسمی تهران - علی نژاد

شناسه آگهی ۱۱۱۰۶۵۳

آگهی فقدان سند مالکیت

آقای ابوالقاسم چرخاب با وکالتنامه شماره ۱۷۱۴۹۵-۹۹/۱۲/۳ دفترخانه ۴۱۸ تهران از طرف محمود افتخاری با تسلیم دو برگ استشهادیه محلی مصدق که تحت شماره ۵۶۶۱۶ دفتر اسناد رسمی ۴۱۸ تهران و برگ تقاضای وارده ۳۸۷۳۳ مورخ ۹۹/۱۲/۵ مدعی فقدان سند مالکیت شش دانگ یک دستگاه آپارتمان به مساحت ۲۱۱/۷۷ متر مربع به شماره ۱۸۲ فرعی از ۶۴۵۲ - اصلی واقع در بخش ۲ تهران که در دفتر الکترونیکی ۵۹۱۰۴۳ سری الف سال ۹۶ بنام محمود افتخاری ثبت و سند صادر و تسلیم گردیده است این ملک برابر سند ۷۳۴۸-۹۲/۱۰/۲۴ و ۱۱۹۶۱-۹۶/۱۲/۲۷ دفترخانه ۱۱۴۳ در رهن است. سپس وی به علت جابجایی سند مالکیت خود را گم و درخواست صدور سند مالکیت المثنی نموده است. لذا مراتب بااستناد ماده ۱۲۰ آئین نامه قانون ثبت در یک نوبت آگهی می شود تا چنانچه کسی مدعی انجام معامله نسبت به ملک مرقوم غیر از اسناد فوق و یا وجود سند مالکیت مذکور نزد خود باشد از تاریخ نشر این آگهی ظرف مدت ۱۰ روز به این منطقه مراجعه و اعتراض خود را ضمن ارائه اصل سند مالکیت یا سند معامله تسلیم و رسید دریافت نمایند تا مورد رسیدگی قرار گیرد به اعتراض بدون ارایه اصل سند مالکیت ترتیب اثر داده نخواهد شد. پس از انقضای مهلت مزبور و نرسیدن واخواهی نسبت به صدور سند مالکیت المثنی طبق مقررات اقدام خواهد شد.

۱۸۰۲۸ م الف
شهیمیرزادی - رئیس ثبت اسناد و املاک نارمک

شناسه آگهی ۱۱۱۰۶۶۶

مفقودی

سند مالکیت و کارت خودرو هیوندای تراجت به شماره پلاک ۴۶ ایران ۱۹۳ س ۹۳ و شماره به مالکیت محمد رضا انصاری طالبی به شماره شناسنامه ۵۵۶۰ KMHHMG۸۱CP۷U۳۰ شاسی ۲۴۹۲ و شماره ملی ۴۳۲۲۸۷۹۹۴۲ مفقود گردیده و از درجه اعتبار ساقط است.

کیلان

رقابت آمازون و المارت و تحول دنیای خرده‌فروشی

به قلم: ماریا مونتروس کارشناس بازاریابی و کسب و کار / ترجمه: علی آل‌علی

آمازون و المارت نام‌های شناخته‌شده‌ای در زمینه خرده‌فروشی هستند. این دو برند در طول سال‌های اخیر با رقابت فشرده‌ای که با هم دارند، صنعت خرده‌فروشی را دستخوش تغییرات زیادی نموده‌اند. بسیاری از خرده‌فروشی‌ها و شرکت‌های بزرگ در طول یک سال اخیر با توجه به مشکلات ناشی از کرونا شروع به کاهش تعداد کارمندان و توقف روندهای توسعه کسب و کارشان کرده‌اند. وضعیت آمازون و المارت در این میان به طور کامل متفاوت است. این دو برند برنامه‌های تازه‌ای برای خدمت‌رسانی به مشتریان در دستور کار قرار داده‌اند. یکی از مهمترین طرح‌های آنها رونمایی از فروشگاه‌های بدون صندوق پرداخت در ایالات متحده و انگلستان است.

اگر علاقه‌مند به حوزه خرده‌فروشی باشید، به خوبی از سلطه المارت بر روی عرصه خرده‌فروشی حضوری اطلاع خواهید داشت. این برند در طول دهه‌های اخیر نظر بسیاری از مشتریان در بازار ایالات متحده را به خود جلب کرده است. آمازون از سوی دیگر بیشتر یک خرده‌فروشی آنلاین موفق است. این برند سلطه انکارناپذیری بر روی عرصه خرده‌فروشی آنلاین دارد. همین امر موجب رشد کسب و کارش حتی در شرایط کرونایی شده است. بدون تردید رقابت این دو برند در زمینه خرده‌فروشی جذابیت‌های زیادی دارد. المارت در طول یک سال اخیر با توجه به افزایش محدودیت‌های مربوط به کسب و کارهای حضوری بیش از هر زمان دیگری به سوی خرده‌فروشی آنلاین متمایل شده است. آمازون و المارت فقط خرده‌فروشی نیستند. این دو برند از همان ابتدای فعالیت‌شان در بازار هدف مشخصی برای فراتر رفتن از حدود خرده‌فروشی‌های ساده داشته‌اند. ارائه خدمات جانبی و مقایسه محصولات با استفاده از کارشناس‌های حرفه‌ای تنها بخشی از خدمات جانبی این دو برند محسوب می‌شود.

آرتور دانگ، استاد استراتژی اقتصادی در دانشگاه جرج تاون، در مورد وضعیت آمازون و المارت نکات جالبی را بیان می‌کند: «آمازون و المارت به خوبی دنیای خرده‌فروشی را متحول کرده‌اند. این دو برند با کیفیت برتر و خدمات منحصر به فردشان تاریخ خرده‌فروشی را تغییر داده‌اند. این دو غول در طول دهه‌های اخیر اعتماد بسیار زیادی از سوی مشتریان دریافت کرده‌اند. نکته جالب اینکه برخلاف بسیاری از برندها کمتر درگیر مشکلات مالی و همچنین شکایت‌های گسترده شده‌اند.»

آمازون و المارت به طور مداوم سرمایه‌گذاری‌های خارج از حوزه خرده‌فروشی داشته‌اند. این امر اهمیت بسیار زیادی در توسعه هر دو برند و افزایش نفوذشان در زندگی روزمره مشتریان داشته است. بر این اساس هر دو برند در تلاش برای ایجاد اکوسیستم اقتصادی منحصر به فرد به منظور جلب نظر شمار هرچه بیشتری از مشتریان هستند.

المارت در یکی از اقدامات جالبش از «مرکز سلامت المارت» رونمایی کرده است. این مرکز برای نخستین بار در سال ۲۰۱۹ در یکی از شعبه‌های ایالت جورجیا برند المارت راه‌اندازی شد. هدف اصلی از راه‌اندازی چنین مرکزی کمک به مشتریان دارای انواع بیماری به منظور حضور مطمئن در خرده‌فروشی این برند است. بی‌شک این پروژه با گسترش هرچه بیشتر به دنبال حضور موفق در عرصه خدمات بهداشت و سلامت خواهد بود بنابراین شاید در سال‌های پیش رو شاهد تاسیس بیمارستان‌های مجهز و مستقل المارت باشیم.

سرمایه‌گذاری‌های المارت فقط محدود به حوزه بهداشت و درمان نیست. براساس گزارش بلومبرگ، المارت در طول سال‌های اخیر همکاری نزدیکی با بانکدارهای محلی داشته است. این امر به معنای رویاپردازی المارت برای تاسیس یک بانک مستقل برای کسب و کارش است. این امر نقش مهمی در گسترش گردش مالی المارت خواهد داشت. با توجه به سطح بالای شهرت المارت در بازارهای ایالات متحده استقبال مردم از بانک اختصاصی این برند دور از ذهن نخواهد بود.

آمازون در سوی دیگر رقابت خرده‌فروشی جذابیت‌های بسیار زیادی برای مشتریان سراسر دنیا دارد. اکنون این برند تقریبا هر محصولی را به فروش می‌رساند. همین امر آمازون را بدل به یکی از محبوب‌ترین خرده‌فروشی‌ها کرده است. کارایی ایده خرده‌فروشی آنلاین با شیوع ویروس کرونا بیش از هر زمان دیگری مشخص گردید. امروزه آمازون علی‌رغم شرایط نامناسب کرونایی همچنان به رشد و توسعه‌اش ادامه می‌دهد.

سرمایه‌گذاری‌های آمازون در حوزه‌های خارج از خرده‌فروشی بیشتر شامل خدمات اشتراکی است. این برند در طول سال‌های اخیر بر روی تاسیس شبکه نمایش آنلاین اختصاصی سرمایه‌گذاری کرده است. تاسیس شرکت‌هایی در حوزه ارائه خدمات آنلاین به مشتریان، علی رغم هدف سوددهی بیشتر، در ارتباط با علاقه برای دسترسی به داده‌های دقیق در مورد کاربران به منظور بازاریابی هرچه بهتر نیز هست.

یکی از مهمترین ترندها در میان آمازون و المارت همزمان با شیوع کرونا مربوط به علاقه برای سرمایه‌گذاری در فضای خارج از خرده‌فروشی است. این امر با هدف تضمین سوددهی این دو برند حتی در صورت تعطیلی موقت عرصه خرده‌فروشی صورت می‌گیرد. امروزه خرده‌فروشی‌ها عرصه فعالیت‌شان را بیش از هر زمان دیگری هوشمندانه انتخاب می‌کنند. این امر اهمیت بسیار زیادی برای تأثیرگذاری بر روی مخاطب هدف و ادامه روند سریع رشدشان دارد.

شخصی‌سازی روند خرید از سوی آمازون و المارت از مدت‌ها قبل مدنظر قرار گرفته است. بر این اساس مشتریان به سادگی امکان یافتن محصولات مورد علاقه‌شان بدون نیاز به جست‌وجوی فراوان در فهرست‌های فروش این دو غول خرده‌فروشی را دارند.

آمازون به طور مشخصی روند رشد کسب و کارش را با سرعت در طی سال‌های اخیر طی کرده است. براساس گزارش سالانه آمازون در سال ۲۰۲۰ درآمد ۱۹۷٫۳۵ میلیارد دلاری برای این غول خرده‌فروشی ثبت شده است. این امر به معنای عدم تأثیرپذیری آمازون از رکود ناشی از بحران کروناست. نکته جالب در مورد المارت عدم تعدیل نیروی انسانی از سوی این برند در طول یک سال اخیر است. این امر با توجه به تعدیل نیروی کار از سوی بسیاری از برندهای بزرگ جالب به نظر می‌رسد. بر این اساس المارت با تکیه به نیروی انسانی از در تلاش برای عبور از بحران مالی کروناست.

طرح فروشگاه‌های بدون صندوق پرداخت در طول سال‌های اخیر مهمترین ایده آمازون و المارت بوده است. این امر همراه با ریسک‌های بسیار زیادی است. مهمترین ریسک در این میان فقدان تجربه کافی است. همچنین به دلیل تردیدها نسبت به این طرح شاید سوددهی‌اش در مراحل اولیه بسیار اندک باشد. با این حال به نظر آمازون و المارت ریسک‌های این حوزه را به طور کامل قبول کرده‌اند.

منبع: marketingdive.com

فرصت امروز

روزنامه‌مدیریتی -اقتصادی

| شنبه | ۲۳ اسفند ۱۳۹۹ | شماره ۱۷۴۵ | 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، پلاک۱۴۹

دفتر مرکزی: ۸۸۳۱۷۷۳۸

سازمان آگهی‌ها: ۸۸۳۲۰۹۶۰

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

WWW.FORSATNET.IR

INFO@FORSATNET.IR

تبلیغات خلاق



مسیر موفقیت

۳ استراتژی برای زندگی در لحظه و غلبه بر ترس‌های تان

توجه کنیم و سعی کنیم هوشیارانه آگاهی قلب خود را به دست آوریم. از خودتان بپرسید می‌خواهید چه چیزی به دنیا هدیه کنید و اینکه آیا انتظار همین رفتار را از دیگران هم دارید یا نه.

وقتی به قلب خود نگاهی می‌کنیم و سعی می‌کنیم در حال حاضر زندگی کنیم، می‌توانیم برای مشکلات خود، راه‌حل‌های خیلی بهتری پیدا کنیم و تصمیمات درست‌تری بگیریم. هرچه بیشتر این مسئله را از طریق آگاهی روزافزون خود تمرین کنیم، اتفاقات خوب بیشتری رخ خواهد داد. این‌گونه به جای تمرکز بر روی افکار اشتباه، بر روی واقعیت‌ها تمرکز می‌کنیم.

زمانی که بر روی قلب خود تمرکز می‌کنیم، حواس‌مان به حال حاضر جمع می‌شود، دیگر ناخودآگاه از چیزی نمی‌ترسیم و می‌توانیم به طور باورنکردنی انتخاب‌های درستی کنیم. ما می‌توانیم عشق را بر ترس، شفقت را بر قضاوت، بخشش را بر نفرت و لطف را بر محکومیت ارجحیت بدهیم. تمام تصمیمات ما برای خودمان و اطرافیان‌مان، به طرز واضحی بهتر و درست‌تر خواهد بود.

الان که دارید این مقاله را می‌خوانید و تنها بر روی این کلمات تمرکز کرده‌اید، همه چیز مرتب و خوب است، اما تا به فکر آینده می‌افتید (مثلا می‌گویید «چگونه می‌توانم شغل بهتری پیدا کنم؟» یا به گذشته فکر می‌کنید (مثلا می‌گویید «ای کاش دیشب فلان حرف را نمی‌زدم») و این‌گونه ترس و مشکلات‌تان دوباره از سر شروع می‌شوند. واقعیت این است که شما می‌توانید مشکلات زیادی به وجود آورید، اما اگر در حال حاضر بمانید، برای‌تان مشکلی پیش نمی‌آید.

پس از چیزهای ساده، از جمله اینکه زنده هستیم، دارید نفس می‌کشید و می‌توانید این کلمات را بخوانید، سیاس‌گزار باشید. انتخابی که باید بکنید این است که از زمان حال لذت ببرید. در این مکان و در این زمان، هیچ جایی برای ترس وجود ندارد.

منبع: PickTheBrain/ucan

۲. این‌قدر روی زمان تمرکز نکنید

«زون» (The Zone)، ذهنیتی است که ورزشکاران اغلب درباره‌اش صحبت می‌کنند. در ایین ذهنیت، زمان متوقف می‌شود. همه ما این حالت را تجربه کرده‌ایم؛ بدون اینکه بدانیم، ناخودآگاه زمان از دست‌مان در می‌رود، اما بیشتر مردم به این تجربه اعتماد ندارند. پس که در زمان حال زندگی نمی‌کنند، این تجربه برای‌شان جدید است. یا همه فکر می‌کنند تنها راه لذت بردن از زمان حال، انجام دادن کارهای خارق‌العاده، مثل بالا رفتن از یک کوه یا دوی ماراتون است. آنقدر کم در زمان حال زندگی می‌کنیم که تجربه لذت از زمان حال، برای‌مان ترسناک است.

اما این حالت، حقیقی‌ترین و درست‌ترین حالت شما است و ترس در آن جایی ندارد. سعی کنید تا جایی که ممکن است در این حالت بمانید. موانعی که جلوی این وضعیت را می‌گیرند، کنار بزنید. این روش‌ها را امتحان کنید: به اطراف خود با آرامش تمام نگاه کنید، به خط‌های دست‌تان نگاه کنید و... ببینید وقتی این کارها را می‌کنید، سر خود را چگونه حرکت می‌دهید. شاهد تک‌تک کارهای‌تان باشید. چه بخشی از شما شاهد این کارها است؟

۳. خودتان را در قلب خود محاصره کنید

تمرکز روی حال، ما را در مرکز قلب‌مان که مکان آگاهی‌های ماست، قرار می‌دهد: میدان الکترومغناطیسی که از قلب می‌آید، ۶۰ برابر بزرگ‌تر از آن چیزی است که از مغز نشأت می‌گیرد. کارل یونگ (Carl Jung)، بنیان‌گذار روانشناسی تحلیلی می‌گوید:

دید شما فقط وقتی واضح خواهد شد که قلب خود را بشناسید. هر که حواسش به بیرون باشد، فقط رویا می‌بیند و هر که به درون خودش نگاه کند، هشیار می‌شود.

قدردانی، کلیدی برای تمرکز بر روی قلب و حال حاضر است. با این کار، احساس هم‌ذات‌پنداری ما نسبت به خودمان و دیگران، بیشتر می‌شود و آن حس ترس، سرزنش و قضاوت را از بین می‌برد. ما به طور پیش‌فرض همیشه به دنبال مقصر هستیم بنابراین باید به افکار خود

معلمان روحانی به ما یاد داده‌اند که زندگی، در لحظه در جریان است و هیچ چیز به جز حال، وجود ندارد، دانشمندانی مانند آلبرت اینشتین (Albert Einstein) نیز آن را تایید کرده‌اند. ما فکر می‌کنیم زمان مثل یک خط است، اما فقط چون حال را درک نمی‌کنیم ذهن ما به طور مداوم از گذشته (خاطره‌ها) به آینده (انتظارات) می‌پرد.

هر دوی این حالت‌های ذهنی، مخصوصا آینده، زمینه پرورش ترس را مهیا می‌کنند؛ فکر اینکه چه اتفاقی ممکن است رخ دهد و چه چیزی ما را پایین بکشد، اما این سناریوها به ندرت اتفاق می‌افتند و فکر کردن به آنها، ترس را به جانمان می‌اندازد. کاری که ما باید انجام دهیم، این است که توجه خود را روی زمان حال متمرکز کنیم و ترس‌های خود را آرام کنیم. این سه استراتژی را برای زندگی در حال حاضر و گذشتن از ترس خود، تمرین کنید:

۱. خودتان شاهد افکار‌تان باشید

ما همیشه درگیر این هستیم که انرژی خود را صرف چه چیزهایی کنیم. وقتی افکارمان همین‌گونه تصادفی وارد مغزمان می‌شوند یا به آنها جهت می‌دهیم یا از آنها می‌گذریم، حتی وقتی که می‌خواهیم، مغز ما در حال تصمیم‌گیری است. زمانی که ما شاهد افکار خود باشیم، این افکار توان خود را از دست می‌دهند.

روحانیون همیشه ما را به این‌ کار که اصطلاحا به آن «حضور ذهن» می‌گویند، تشویق کرده‌اند. راهب بودایی، تیک نات هان (Thich Nhat Hanh) گفت:

ترس ما را بر گذشته و یا نگران آینده متمرکز می‌کند. اگر ما بتوانیم ترس خود را درک کنیم، می‌توانیم درک کنیم که در حال حاضر ما بسیار خوب هستیم.

به افکار خود توجه کنید. ببینید که چگونه هر فکر به فکر دیگر منجر می‌شود و این زنجیره ادامه پیدا می‌کند. کمی که دقت کنید، می‌بینید که افکار‌تان همیشه یا درباره گذشته است، یا درباره آینده.