

## سرمقاله

## سیاست‌های کلی نظام در زمینه بانکداری

**علی‌نظافتیان**  
دبیر کمیسیون حقوقی کانون بانکها

ساده‌ترین پرسش درخصوص بانکداری فعلی ایران این است که آیا بانکداری نیازمند تعیین سیاست‌های کلی نظام است؟ در پاسخ بدین سوال بایستی به این نکته توجه داشت که بند یکم اصل ۱۱۰ قانون اساسی، «تعیین سیاست‌های کلی نظام جمهوری اسلامی ایران پس از مشورت با مجمع تشخیص مصلحت نظام» را از جمله اختیارات و وظایف رهبری برشمرده است. به این ترتیب، با توجه به مصوبات مجمع تشخیص مصلحت نظام، به نظر می‌رسد همانند سایر عرصه‌های اقتصادی و اداری، نظام بانکی کشور نیز نیازمند سیاست‌گذاری مناسب در کلیات امور است تا قوای سه‌گانه، تدابیر قانونی و سیاست‌های اجرایی و قضایی خویش را براساس اصول سیاست‌های کلی نظام که توسط مقام معظم رهبری ابلاغ می‌شود، برنامه‌ریزی و اجرا کنند به عنوان مثال، در جایی که «گسترش مالکیت در سطح عموم مردم به منظور تأمین عدالت اجتماعی» ازجمله الزامات سیاست‌های کلی نظام در اصل ۴۴ قانون اساسی تعیین شده است، نمی‌توان از طریق لایحه و طرح قانونی برای حضور فعال بخش تعاونی و بخش خصوصی در عرصه بانکداری، انواع و اقسام موانع قانونی ایجاد کرد...

**ادامه در همین صفحه**

### ادامه از همین صفحه

...با یا اصلاح ساختار بانک مرکزی، تقویت و گسترش تصدیگری دولت در عرصه بانکداری را اولویت اصلی بانک مرکزی قرار داد و با بین بانکداری دولتی و خصوصی در زمینه بانکی نغوت گذاشت و عملاً دو سیستم بانکداری متفاوت یعنی بانکداری دولتی و بانکداری خصوصی در کشور ایجاد کرد.

بدون تردید، مهمترین قانون در زمینه اصول کلی بانکداری در جمهوری اسلامی ایران، اصل ۴۴ قانون اساسی است که مقرر داشته است: «نظام اقتصادی جمهوری اسلامی ایران بر پایه سه بخش دولتی، تعاونی و خصوصی و برنامه‌ریزی منظم و صحیح استوار است. بخش دولتی شامل کلیه صنایع بزرگ، صنایع مادر، بازرگانی خارجی، معادن بزرگ، بانکداری، بیمه، تأمین نیرو، سدها و شبکه‌های بزرگ آبرسانی، رادیو و تلویزیون، پست و تلگراف و تلفن، هواپیمایی، کشتیرانی، راه و راه آهن و مانند اینها است که به صورت مالکیت عمومی و در اختیار دولت است. بخش تعاونی شامل شرکت‌های و مؤسسات تعاونی تولید و توزیع است که در شهر و روستا بر طبق ضوابط اسلامی تشکیل می‌شود. بخش خصوصی شامل آن قسمت از کشاورزی، دامداری، صنعت، تجارت و خدمات می‌شود که مکمل فعالیت‌های اقتصادی دولتی و تعاونی است. مالکیت در این سه بخش تا جایی که با اصول دیگر این فصل مطابق باشد و از محدوده قوانین اسلام خارج نشود و موجب رشد و توسعه اقتصادی کشور گردد و مایه زیان جامعه نشود، مورد حمایت قانون جمهوری اسلامی است. تفصیل ضوابط و قلمرو و شرایط هر سه بخش را قانون معین می‌کند.»

پس از انقلاب و با تصویب قانون «ملی شدن بانک‌ها» در خردادماه ۱۳۵۸، بخش خصوصی تقریباً به مدت دو دهه از حضور در عرصه بانکداری محروم شد و بانک‌های دولتی به تنهایی سکاندار عرصه بدون

جمعی از مدیران بانکی و صاحب‌نظران پولی در نامه‌ای به رهبر معظم انقلاب در مورد تصویب طرح بانکداری در مجلس شورای اسلامی ابراز نگرانی کردند. ۱۰۳ نفر از روسای کل و اعضای هیأت عامل اسبق بانک مرکزی، مدیران عامل فعلی و اسبق بانک‌ها، مدیران کل، مدیران و مشاوران فعلی و اسبق بانک مرکزی، اعضای هیأت مدیره و هیأت عامل بانک‌ها در این نامه نسبت به تبعات ورود غیرکارشناسانه به مباحث مهم و تخصصی پولی و بانکی ابراز نگرانی کرده و نوشتند:

«اینجانبان با برخورداری از سال‌ها تجربه بانکداری بر خود فرض دیدیم که این موضوع بسیار مهم را به سمع و نظر حضرت‌عالی برسانیم... «طرح بانکداری جمهوری اسلامی ایران» که توسط مجلس شورای اسلامی تدوین شده، قرار است در صورت تکمیل فرآیند تصویب و قانونی شدن، جایگزین چهار قانون: «پولی و بانکی مصوب ۱۳۵۱»، «قانون اداره امور بانک‌ها مصوب ۱۳۵۸»، «قانون عملیات بانکی بدون بر مصوب ۱۳۶۲» و «قانون تأسیس بانک‌های غیردولتی مصوب ۱۳۷۹» گردد. به علاوه موضوعات جدیدی شامل: «تأسیس بانک توسعه جمهوری اسلامی ایران» به عنوان بانک مرکزی بانک‌های توسعه‌ای، «مؤسسات رهنبندی اعتباری»، «کانون مؤسسات اعتباری» و همچنین «صندوق ضمانت سپرده‌ها» را نیز

# فرصت امروز

برای کسب‌وکار آفرینی



۴

## سیاست‌های کلی نظام در زمینه بانکداری

\* تغییر نقش دولت از مالکیت و مدیریت مستقیم بنگاه به سیاست‌گذاری و هدایت و نظارت

\* توانمندسازی بخش‌های خصوصی و تعاونی در اقتصاد و حمایت

از آن جهت رقابت کالاها در بازارهای بین‌المللی

\* آماده‌سازی بنگاه‌های داخلی جهت مواجهه هوشمندانه با قواعد تجارت جهانی در یک فرآیند تدریجی و هدفمند

\* جهتگیری خصوصی‌سازی در راستای افزایش کارایی و رقابت‌پذیری و گسترش مالکیت عمومی و بنا بر پیشنهاد مجمع تشخیص مصلحت نظام، بند ج سیاست‌های کلی اصل ۴۴ قانون

اساسی جمهوری اسلامی ایران مطابق بند ۱ اصل ۱۱۰ ابلاغ می‌گردد. - واگذاری ۸۰ درصد از سهام بنگاه‌های دولتی مشمول صدر اصل ۴۴ به بخش‌های خصوصی شرکت‌های تعاونی سهامی عام و بنگاه‌های عمومی غیردولتی به شرح ذیل مجاز است:

\* بنگاه‌های دولتی که در زمینه معادن بزرگ، صنایع بزرگ و صنایع مادر (از جمله صنایع بزرگ پایین‌دستی نفت و گاز) فعال هستند به‌استثنای شرکت ملی نفت ایران و شرکت‌های استخراج و تولید نفت خام و گاز

\* بانک‌های دولتی به‌استثنای بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران، بانک سپه، بانک صنعت و معدن، بانک کشاورزی، بانک مسکن و بانک توسعه صادرات

\* شرکت‌های بیمه دولتی به‌استثنای بیمه مرکزی و بیمه ایران در این سیاست‌ها، جهتگیری نظام در عرصه بانکداری و سیاست‌گذاری آن مشخص است: محدودیت فعالیت تصدیگری دولت در عرصه بانکداری و فراهم‌سازی حضور بخش تعاونی و خصوصی در این عرصه به همین جهت، واگذاری سهام تعدادی از بانک‌های دولتی سابق، اقدامی بسیار پسندیده است، اما اصرار بر استمرار مدیریت

جمعی از مدیران بانکی به رهبر معظم انقلاب نامه نوشتند

### نگرانی درباره طرح بانکداری مجلس

مشکل دیگر اینکه طرح بانکداری مشحون از ایرادات متعدد ساختاری، محتوایی، مفهومی، حقوقی و حتی شکلی و اصطلاحات نامأنوس و غیرحرفه‌ای است که بیم آن می‌رود با ورود آثار آن به مراکز سیاست‌گذاری و مالا مسیرهای اجرایی نه تنها گرهی را از مشکلات موجود نگشاید، بلکه بر دامنه مشکلات فعلی نیز بیفزاید. لذا انگیزه نگارندگان از بیان آنها، جلوگیری از بحران‌هایی است که قطع به یقین در صورت تصویب نهایی این طرح گریبانگیر مراکز و دستگاه‌های گوناگون در حوزه‌های سیاست‌گذاری و همچنین حوزه‌های اجرایی و تقنینی کشور خواهد شد.

به قرار مسموع اخیراً با توجه به ایراداتی که اکثریت قریب به اتفاق کارشناسان مطرح کرده‌اند، نمایندگان پیشنهاددهنده در صددند تا مواد طرح مذکور را بخش‌بندی کرده و در بخش نخست، موارد مربوط به موضوع پول و بانکداری مرکزی را تحت عنوان «کتاب اول» ارائه نمایند که با توجه به ایرادات اساسی که در همین بخش وجود دارد، موجب به ریختگی در ساختار سازمانی و تصمیم‌سازی بانک مرکزی شده و سیاست‌گذاری پولی را در کشور با اختلال و بحران جدی روبه‌رو خواهد کرد.

در زمان حاضر که کشور در یک جنگ تمام عیار اقتصادی درگیر است و بخش پولی و اعتباری، بانک‌ها و بانک مرکزی آماج اصلی

روزانه بین ۳ تا ۵ هزار میلیارد تومان ررمراز در ایران معامله می‌شود

## سقوط آزادارزهای دیجیتالی

فرصت امروز: دو خبر منفی از تسلا و صرافی بایننس باعث سقوط سنگین قیمت رمزارزها شد. به فاصله چند ساعت پس از آنکه ایلان ماسک، مدیرعامل تسلا در تغییر موضعی عجیب اعلام کرد که قبول بیت‌کوین برای خرید محصولات این شرکت به دلیل نگرانی‌های زیست محیطی متوقف شده است، دفتر خدمات مالی داخلی آمریکا نیز از آغاز رسیدگی به تخلفات صرافی بایننس...

۳

پلتفرم‌های کار دیجیتال چطور بر معادلات اقتصادی تأثیر می‌گذارند؟

# فرصت‌ها و تهدیدهای اقتصاد پلتفرمی

فرصت امروز: پلتفرم‌های کار دیجیتال حالا به بخشی حیاتی از زندگی معاصر تبدیل شده‌اند و این امکان را به ما می‌دهند تا به تعداد بیشتری از خدمات آنلاین دسترسی داشته باشیم. آنها این کار را با اتصال مشتریان و مصرف‌کنندگان به افرادی که عهده‌دار انجام این وظایف هستند (Gig workers) انجام می‌دهند. پلتفرم‌های کار دیجیتال با آزادسازی نوآوری در مقیاس گسترده جهانی، فرصت‌های بی‌سابقه‌ای را برای کارکنان، مشاغل و جامعه ایجاد کرده است. با این حال، آنها تهدیدی جدی برای مشاغل مناسب و رقابت عادلانه ایجاد می‌کنند. گزارش اخیر سازمان جهانی کار نشان می‌دهد که پلتفرم‌های کار دیجیتال چگونه بر کارکنان و بنگاه‌های...

۲

## دلیل تمایل خودروسازان خارجی برای ورود به بازار خودرو ایران چیست؟

۵

## مدیریت و کسب‌وکار

## ۱۰ گام مدیریت کارآمد

به عنوان یک مدیر شما مسئول تمامی اتفاقات شرکت خواهید بود.اگرچه این پست، مهمترین سمت شرکت محسوب می‌شود، با این حال آمارها بیانگر آن است که بسیاری از افراد مدیریت کارآمدی ندارند. درواقع آنها اگرچه ممکن است تلاش زیادی را نیز انجام دهند، با این حال نتایج لازم را به دست نمی‌ورند که این امر به تمامی بخش‌های شرکت لطمه وارد می‌کند. تحت این شرایط سوال اصلی این است که چگونه می‌توان در دسته مدیران موثر قرار گرفت؟ این سوال زمینه تحقیقاتی شده است که در ادامه نتایج آن را بررسی خواهیم کرد. در شرایطی که گفته می‌شود لازم است تا قوانین مشخصی برای مدیریت کارمندان وجود داشته باشد، با این حال واقعیت این است که شما باید تلاش کنید تا کارمندان خود را درک نمایید. این موضوع برای تمامی افراد تیم شرکت باید صادق باشد. علت این امر نیز به این...

۸

خ- یک نفر مجتهد آشنا به مسائل مالی و پولی با معرفی شورای

عالی حوزه‌های علمیه

د- دانستان کل کشور با معاون وی

ذ- رئیس اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی ایران

ر- رئیس اتاق تعاون جمهوری اسلامی ایران

ز- نمایندگان کمیسیون‌های اقتصادی و برنامه‌و بودجه و محاسبات مجلس شورای اسلامی (هر کدام یک نفر) به عنوان ناظر با انتخاب مجلس

همان‌طور که می‌بینید، در این ترکیب، تخصص نمایندگان اشخاص حقوقی عضو شورای پول و اعتبار شرط نشده است. این موضوع می‌تواند در مباحث کارشناسی بانکی، شورای پول و اعتبار را با چالش‌های جدی مواجه کند و بخشی‌نگری در سیاست‌های بانکی را ترویج دهد، اما این موضوع، حذف شورای پول و اعتبار و محروم کردن بخش‌های خصوصی و تعاونی از حضور موثر در عرصه سیاست‌گذاری بانکی را توجیه نمی‌کند. به هر حال، در اصلاح قانونی نظام بانکی کشور و تجدیدنظر در ساختار و مأموریت‌های قانونی بانک مرکزی خواه از طریق لایحه و خواه از طریق طرح قانونی بنا به پیشنهاد نمایندگان محترم مجلس، توجه و رعایت سیاست‌های کلی نظام، امری ضروری است. براساس سیاست‌های ابلاغ شده مورد اشاره، دولتی‌سازی نظام بانکی و یا ایجاد انواع موانع برای جلوگیری از حضور و فعالیت بخش‌های خصوصی و تعاونی در عرصه بانکداری کشور، با سیاست‌های کلی نظام همخوان به نظر نمی‌رسد. به دلایل مذکور بررسی «طرح بانکداری جمهوری اسلامی ایران» از حیث میزان انطباق آن با سیاست‌های کلی نظام، ضروری است، اما سوال آن است که این بررسی توسط کدام نهاد و دستگاه مسئول صورت خواهد گرفت؟

دولت بر اینن بانک‌ها و خلق بانک‌های خصولتی هیچ توجیه قانونی و مدیریتی ندارد و کاملاً مغایر با اهداف خصوصی‌سازی و حقوق شرعی و قانونی سهامداران بانک‌های دولتی و خصوصی شده است و استمرار تصدیگری دولت در امور بانکی کشور را در پی داشته است. همچنین دولتی‌سازی کامل ساختار سیاست‌گذاری بانک مرکزی و تفویض اختیار کامل بانک مرکزی به هیأتی که همگی منصوب دولت هستند، چندان با اصول قانون اساسی و سیاست‌های کلی مورد اشاره منطبق به نظر نمی‌رسد.

گفتنی است اشکال اساسی که در ترکیب فعلی شورای پول و اعتبار

به عنوان عالی‌ترین مرجع سیاست‌گذار نظام بانکی کشور وجود دارد، عدم شرط متخصص بودن نمایندگان حقیقی سازمان‌ها و نهادهای عضو شورای پول و اعتبار و ناشنا بودن انسان با مباحث تخصصی بانکی است. در قانون احکام دائمی برنامه توسعه کشور، ترکیب اعضای شورای پول و اعتبار بدین شرح تعیین شده است:

الف- وزیر امور اقتصادی و دارایی یا معاون وی

ب- رئیس کل بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران

پ- قائم مقام یا یکی از معاونان بانک مرکزی با معرفی رئیس کل

ت- رئیس سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی کشور یا معاون وی

ث- وزیر صنعت، معدن و تجارت

ج- دو نفر از وزرا به انتخاب هیأت وزیران

چ- رئیس هیأت عامل صندوق توسعه ملی

ح- دو نفر کارشناس خبره و متخصص در حوزه‌های اقتصادی،

پولی، بانکی یا ۱۵ سال سابقه فعالیت علمی و اجرایی در زمینه پولی و بانکی به پیشنهاد رئیس کل بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران و تأیید رئیس‌جمهور به مدت دو سال که انتخاب مجدد آنها بلاامعان است

حملات تحریمی قرار دارند، زمان مناسبی برای تدوین و تصویب قانونی با این درجه از اهمیت که کلیه فعالیت‌ها و فضای اقتصادی کشور را در همه ابعاد تحت تأثیر قرار می‌دهد، نیست. بر این اساس پیشنهاد می‌شود با هدف رفع ایرادات موجود فقط اصلاحات موردنیازی که در حال حاضر می‌توانند منجر به رفع مشکلات جاری شود توسط دولت با محوریت بانک مرکزی احصا و پیشنهادات لازم بر آن اساس در لایحه قانونی جدید به مجلس پیشنهاد نماید.

با وجود اینکه بسیاری از مردم و طبقات مختلف جامعه از عملکرد

نظام پولی و بانکی کشور گلایه دارند، معذالک هنوز بررسی و تحقیق جامع و معتبری برای تعیین علل نارضایتی‌ها و سهم هر یک از عوامل

اجرا (مدیریت)، تحریم‌ها، سیاست‌گذاری‌ها و قوانین انجام نشده است. لذا با توجه به اینکه تا به حال در مورد کاستی‌ها و ایرادات موجود،

بررسی و مطالعه دقیقی انجام نشده است، تغییر و نسخ همه قوانین

بالادستی فعلی را آن هم از طریق طرح قانونی با پیشنهاد برخی از

نمایندگان مجلس به هیچ وجه به صلاح نمی‌دانیم...

در هر حال این طرح در هر دو شکل آن چه به صورت

یک مجموعه یا بخشش اول آن تحت عنوان «کتاب

اول» که مواد مربوط به بانک مرکزی را شامل می‌شود،

قطع به یقین منجر به نوسانات و اغتشاشات جدی در



حلقه مفقوده توسعه به روایت کمال اطهاری

## فیل توسعه در تاریکی

ماجرای توسعه در ایران بی‌شابهت به حکایت فیل در تاریکی مولانا نیست و سال‌هاست که همگان از لزوم توسعه و دلایل توسعه‌نیافتگی ایران سخن می‌گویند، اما هر یک از آنها تنها بخش کوچکی از مفهوم کلان و گسترده توسعه را دلیل توسعه‌نیافتگی ایران می‌بینند. در این میان، کمال اطهاری، تحلیلگر حوزه توسعه، توسعه‌نیافتگی ایران را در نبود مدل توسعه‌ای می‌داند و بر این باور است که اگر کشور الگوی توسعه نداشته باشد، همه دستاوردها به باد می‌رود و برای داشتن این الگو باید نخبان، روشن‌فکران و دولت با هم تفاهم کنند.

او با بیان اینکه ما باید الگوی توسعه و مدل توسعه سازگار با شرایط خود را طراحی کنیم؛ اتفاقی که در دوره مشروطه و در دوره دکتر مصدق افتاد، می‌گوید: روشن‌فکران مشروطه که دارای الگوی توسعه و دریند زمانه خود بودند، توانستند مدل توسعه شایسته و سازگار با موقعیت ایران را تدوین کنند و مردم را قانع کنند. بعد هم دکتر مصدق کار روشن‌فکران مشروطه را کامل کرد و در نیمه دوم ۱۳۴۰ سازوکار نهایی دیوان‌سالاری ایران تکمیل شد و همه اینها بسیار کارآمد بود. قوانین حکم بر آن، استقلال، سازمان برنامه، بیمه‌های اجتماعی، سازمان تأمین اجتماعی و وزارت رفاه در دستور کار قرار گرفت.

به گفته اطهاری، در آن دوره رانت‌جویی متکثر نبود و واحد بود و خیلی‌ها می‌دانستند که به دربار سیاح می‌دهند و مجبور نبودند به جناح‌های مختلف سیاح بدهند و البته جناحی وجود نداشت. وقتی انقلاب شد یک «نه بزرگ به امپریالیسم» عنوان شد اما متأسفانه الگو و برنامه توسعه‌ای وجود نداشت.

این پژوهشگر توسعه ادامه می‌دهد: بلوک انقلابی در اوایل انقلاب تشکیل می‌شود، در دولتی که ایجاد می‌کند هر کس سازی متفاوت می‌زند؛ مثلاً یکی می‌گوید سازمان برنامه را منحل کنید یا می‌گویند موتور توسعه ما تجارت است، دیگری می‌گوید کشاورزی و آن یکی از صنعت دفاع می‌کند و تاکنون که ۴۰ سال از انقلاب می‌گذرد به این مدل دست نیافتیم و افزون بر این رانت‌جویی هم متکثر می‌شود.

او درباره دلیل این مسئله می‌گوید: در اقتصاد و جامعه مدنی ضعیف رانت‌جویی متکثر، ضد توسعه است. در جامعه مدنی قبلی رانت‌جویی متکثر نبود و یک نوع رقابت نایض حاکم بود، اما اگر مدل یا دولت توسعه‌بخش مقتدر وجود داشته باشد دولت اقتدارش را به جامعه مدنی اعمال می‌کند و این اقتدار باعث می‌شود دولت به شیوه توسعه‌ای عمل کند؛ دولت در ایران مدل توسعه‌ای ندارد و البته توان وحدت‌بخشی هم ندارد اما می‌خواهد عدالت برقرار بکند.

اطهاری به ویژگی‌های دولت‌های توسعه اشاره می‌کند و می‌افزاید: مهم‌ترین ویژگی این دولت‌ها این است که اگر دولت هم بخواهد رانت بگیرد، باید با صادرات باشد، به‌این ترتیب این دولت پاداش رانتی خودش را از قدرت اقتصادی در جهان می‌گیرد، اما متأسفانه ما مشکل دیگری که با آن مواجه هستیم اینکه دولت انزوای طلب است. دولتی که انزواجوست، سهم خود را از انحصار می‌گیرد و به‌این ترتیب تمام توان جامعه را تخلیه می‌کند.

او در گفت‌وگو با پایگاه خبری اتاق ایران، ادامه می‌دهد: رانت ضد سرمایه‌داری است و این ویژگی انزواجویی همان نفوذالیسمی است که وارلشتاین می‌گوید. به‌این ترتیب که بوروکراسی به یک بوروکراسی ضد عدالت تبدیل می‌شود و ضد طبقه متوسط است. این بوروکراسی نمی‌تواند برای توسعه کاری انجام دهد چون هم عقلانیت و به اعتقاد وی، دولت، نهاد‌های مدنی و روشنفکران جامعه باید یک الگوی توسعه قانع‌کننده را به جامعه عرضه کنند؛ باید دولت توسعه‌بخش ایجاد شود. او شرط ایجاد دولت توسعه‌بخش را داشتن یک برنامه توسعه می‌داند که در درجه اول روشن‌فکران، نخبان و گرداننده‌های اصلی اقتصاد و سیاست نسبت به آن توافق داشته باشند و تنها این جریان است که به گفته اطهاری می‌تواند راه توسعه را در ایران طی کند. البته در ایران از زمان مشروطه، روشنفکران یک الگوی توسعه دارند و بدنه بوروکراسی را هم ساخته‌اند، اما باید فقط عقلانیت به ساختار تصمیم‌گیری بازگردد.

او در تبیین این موضوع ادامه می‌دهد: برای توسعه باید الگوی توسعه داشت. تمام کشورهای مرکزی و سرمایه‌داری که در رأس هرم توسعه بشری قرار داشتند، به‌ویژه در سه دهه آخر قرن بیستم، یک شیوه انتظام‌بخش را جایگزین یک شیوه انتظام دیگر کردند و این اتفاق بعد از بحران رکود تومی دهه ۷۰ رخ داد. این کشورها توانستند الگوی دولت توسعه‌بخش خود را کامل و بادقت تعریف کنند. در این الگو عدالت یا رفاه اجتماعی رابطه هم‌افزایی با رشد اقتصادی و اقتصاد دانش‌بنیان جهانی شده پیدا می‌کند. چیزی که هنوز هم ما از آن غفلت داریم، اطهاری می‌گوید: حرف‌های انزوائی و کلی زدن از توسعه خیلی نمی‌توانند به ما کمک کند؛ حتی دموکراسی به آن معنا که گفته می‌شود، پیش‌شرط توسعه نیست، شما اگر الگوی توسعه نداشته باشید، دستاوردهای تان به باد می‌رود. این الگوی توسعه هم نمی‌تواند ساده و منزوی باشد. الگوی عدالت‌خواهانه نمی‌تواند پشت پرده آهنین یا پرده خیزران باشد. باید با تعامل و عقل جمعی و تفاهم این الگو طراحی چیزی که کمتر نشان‌های از آن دیده می‌شود.

این پژوهشگر توسعه با بیان اینکه اگر از جنبه اقتصاد سیاسی هم به موضوع نگاه کنیم، اصول الگوی توسعه رابطه هم‌افزا در درون اقتصاد بین راهبرد جایگزینی واردات با توسعه صادرات است، می‌افزاید: شما اگر به سمت انزوا تمایل پیدا کنید، نمی‌توانید در این مسیر موفق باشید و به یک الگوی‌پذیری شاید تنها چیزی باشد که از دولت‌ها باید انتظار داشت. دولت، نهاد‌های مدنی و روشنفکران ایرانی رویکرد ناقصی به توسعه دارند؛ راه پیمودن توسعه در داشتن الگوی توسعه و دولت انتظام‌بخش است.

او در پایان، شرط ایجاد دولت توسعه‌بخش را داشتن یک برنامه توسعه می‌داند و می‌گوید: در درجه اول روشنفکران، نخبان و گرداننده‌های اصلی اقتصاد و سیاست بایستی نسبت به این برنامه توسعه توافق داشته باشند و این جریان است که می‌تواند راه توسعه را هموار کند؛ همه این موارد چون زنجیره‌ای به هم وصل هستند و یکی بدون دیگری ممکن نیست و اصلاً مفهوم مدل همان به‌هم‌پیوستگی است. از طرفی باید به این نکته توجه شود که طراحی مدل و الگو برای توسعه به هر استراتژی‌ای که می‌خواهند تدوین شود مقدم است؛ با الگوی خوب استراتژی منسجم آماده می‌شود نه برعکس و این همان حلقه مفقوده است.



فرصت امروز: پلتفرم‌های کار دیجیتال حالا به بخشی حیاتی از زندگی معاصر تبدیل شده‌اند و این امکان را به ما می‌دهند تا به تعداد بیشتری از خدمات آنلاین دسترسی داشته باشیم. آنها این کار را با اتصال مشتریان و مصرف‌کنندگان به افرادی که عهده‌دار انجام این وظایف هستند (Gig workers) انجام می‌دهند. پلتفرم‌های کار دیجیتال با آزادسازی نوآوری در مقیاس گسترده جهانی، فرصت‌های بی‌سابقه‌ای را برای کارکنان، مشاغل و جامعه ایجاد کرده است. با این حال، آنها تهدیدی جدی برای مشاغل مناسب و رقابت عادلانه ایجاد می‌کنند. گزارش اخیر سازمان جهانی کار نشان می‌دهد که پلتفرم‌های کار دیجیتال چگونه بر کارکنان و نگاه‌های اقتصادی جهان تأثیر می‌گذارد و چرا نیاز فوری به نظارتی منسجم بر اقتصاد پلتفرمی وجود دارد.

بر اساس گزارش سازمان جهانی کار، در سال‌های اخیر، فناوری‌های دیجیتال در بخش‌های مختلف اقتصاد نفوذ کرده‌اند و پایه‌های سنتی بازار کار را تا حد زیادی متزلزل کرده‌اند. انقلاب فناوری اطلاعات و اینترنت موجی از فرآیندها و محصولات جدید به راه انداخته و باعث رقابت و رشد به‌رودری شده است. این امر منجر به ظهور سیستم‌های عامل کسب و کار دیجیتال و راهی جدید برای سازماندهی کسب و کار شده است. از سال ۲۰۱۰، تعداد پلتفرم‌های کار دیجیتال در سطح جهان پنج برابر افزایش یافته که باعث تسهیل کسب و کارهای آنلاین شده و با کارکنان را مستقیماً درگیر ارائه خدمات تحویل کالا کرده است.

پلتفرم‌ها چابک هستند و کار را به روشی کاملاً متفاوت از مشاغل سنتی سازمان انجام می‌دهند. آنها مشاغل و مشتریان را به کارکنان متصل می‌کنند و فرآیندهای کاری را با پیامدهای عمده‌ای برای آینده کار تغییر می‌دهند. اما ویژگی‌های متمایز پلتفرم‌های کار دیجیتال چیست؟ اثرات شبکه، اهمیت داده‌ها، مدیریت الگوریتمی، استراتژی دارایی سبک، منابع مالی سرمایه‌گذاری مخاطره‌پذیر، استراتژی‌های قیمت‌گذاری و قوانین حاکمیت سیستم عامل، هفت ویژگی پلتفرم‌های کار دیجیتال هستند. اثرات شبکه یعنی اینکه موفقیت پلتفرم‌ها به تأثیر شبکه بستگی دارد؛ یعنی جذب تعداد کافی کاربر از هر طرف (مانند مشتری و کارکنان) برای تسهیل فعالیت‌ها و امکان رشد. اهمیت داده‌ها یعنی ایجاد ارزش از طریق جمع‌آوری و درآمدزایی از داده‌ها احتمالاً بزرگترین تغییر در تجارت پلتفرم‌هاست. مدیریت الگوریتمی یعنی پلتفرم‌ها از الگوریتم‌هایی برای انطباق کارکنان با مشتری و مصرف‌کننده استفاده می‌کنند. رتبه‌بندی، بررسی مشتری یا مصرف‌کننده، سطح مهارت کارکنان و لغو یا پذیرش کار، برخی از عناصر اصلی این تطبیق الگوریتمی است.

همچنین استراتژی دارایی سبک یعنی پلتفرم‌ها تمایل زیادی به سرمایه‌گذاری در دارایی‌های سرمایه‌ای، کارخانه، انبارها یا کارکنان ندارند. در عوض، آنها در زیرساخت‌های ابری سرمایه‌گذاری می‌کنند و به مهارت‌ها، ایده‌ها و دارایی‌های فیزیکی کاربران‌شان (مشتریان و کارکنان) بستگی دارند. این کار، امکان گسترش سریع به روشی مقرون به صرفه را فراهم می‌کند. منابع مالی سرمایه‌گذاری مخاطره‌پذیر یعنی پلتفرم‌ها تأمین برای ارائه پارانه و پاداش سخاوتمندانه برای جذب کاربران هنگام ورود به بازارهای جدید استفاده می‌کنند که این کار به آنها اجازه می‌دهد تا به سرعت گسترش یابند، اما هنگامی که تعداد کافی کاربر داشته باشند، پاره‌ها را کاهش می‌دهند و حتی ممکن است پورسانت‌های دریافتی از رانندگان را افزایش دهند.

از سوی دیگر، استراتژی‌های قیمت‌گذاری یعنی پلتفرم‌ها از روش‌های گوناگونی (مانند انواع هزینه‌ها و اشتراک‌ها) برای جذب و افزایش کاربران و افزایش جلوه‌های شبکه استفاده می‌کنند و نهایتاً قوانین حاکمیت سیستم عامل یعنی کارکنان، مشتریان و مشاغل برای دسترسی به پلتفرم باید شرایط خدمات آن را بپذیرند. این توافق‌نامه‌ها به طور یکجانبه توسط پلتفرم تعیین می‌شوند و جنبه‌هایی مانند بندهای انحصار‌پذیری، پذیرش/رد کار، غیرفعال کردن حساب‌ها، حل اختلاف و استفاده از داده‌ها را شامل می‌شوند. این کار، پلتفرم‌ها را قادر می‌سازد تا کنترل قابل توجهی بر کارکنان داشته باشند و می‌توانند توانایی مشتریان و مشاغل را در تعامل با کارکنان شکل دهند.

**فرصت‌ها و تهدیدها در بازار مشاغل سنتی**  
ظهور پلتفرم‌های کار دیجیتال، فرصت‌ها و چالش‌هایی را برای مشاغل سنتی ایجاد کرده است. در این راستا، سازمان جهانی کار با نمایندگان ۸۵ شغل در بخش‌های گوناگون گفت‌وگو کرده و نظر آنها را در مورد چگونگی تغییر پلتفرم‌های کار دیجیتال و به چالش کشیدن مشاغل سنتی جویا شده است. فرصت‌های پلتفرم‌های کار دیجیتال بدان معناست که پلتفرم‌ها به کسب و کارهای سنتی روش‌های جدیدی برای برون‌سپاری انواع کارها، خدمات و فعالیت‌های خرده‌فروشی ارائه می‌دهند که عملکرد سازمانی آنها را بهبود می‌بخشد. مشاغل از پلتفرم‌های مبتنی بر وب آنلاین برای سه هدف گسترده استفاده می‌کنند: استخدام، کاهش هزینه‌ها و بهبود کارایی و دسترسی به دانش برای نوآوری.

اما در عین حال پلتفرم‌ها تهدیدهای عمده‌ای برای مشاغل سنتی به وجود می‌آورند. بسیاری از استراتژی‌های پلتفرم‌ها، رقابت برای سایر بنگاه‌ها به ویژه بنگاه‌های کوچک و متوسط (SME) را بسیار دشوار می‌کند. این موارد شامل استفاده از داده‌ها و الگوریتم‌ها برای تعیین قیمت‌گذاری، پیش‌بینی تقاضا و عرضه، ترجیحات مصرف‌کننده‌های هدف و ارائه خدمات با هزینه کم یا صفر است. مزایایی که پلتفرم‌ها آن بهره‌مند هستند، می‌تواند منجر به رقابت ناعادلانه شود، مشکلی که به دلیل عدم وجود چارچوب‌های نظارتی مناسب ایجاد می‌شود. تنظیم مقررات برای اطمینان از وجود شرایط برابر، در جایی که قوانین مشابهی هم برای مشاغل سنتی و هم برای پلتفرم‌ها اعمال می‌شود، به ویژه در مورد امنیت اجتماعی، شرایط کار و حل اختلاف، ضروری است.

پلتفرم‌های کار دیجیتال چطور بر معادلات اقتصادی تأثیر می‌گذارد؟

# فرصت‌ها و تهدیدهای اقتصاد پلتفرمی

اصلی، مستقیماً استخدام شده توسط پلتفرم‌ها و کارکنانی که کارشان از طریق این پلتفرم‌ها با واسطه انجام می‌شود و به عنوان «Gig» شناخته می‌شوند. سازمان جهانی کار با نظرسنجی از ۱۲ هزار پاسخ‌دهنده، اولین تصویر مهم و اساسی از کارکنان پلتفرم‌های کار دیجیتال را در چندین بخش و کشور تهیه کرده است. تحقیقات نشان می‌دهد که این کارکنان به طور معمول کمتر از ۳۵ سال سن دارند، مرد هستند و در مناطق شهری یا حومه زندگی می‌کنند. بیش از ۶۰ درصد آنها دارای تحصیلات عالی بوده و در سیستم‌های عامل تحت وب آنلاین مشغول به کار هستند.

برخلاف انتظار، بیش از ۲۰ درصد رانندگان تاکسی مبتنی بر برنامه و کارکنان بخش تحویل کالا نیز شرایطی مشابه دارند. نتیجه این تحقیقات می‌تواند زمینه‌های اشتغال مانند کمبود فرصت‌های شغلی محلی که با سطح مهارت کارکنان مطابقت دارد را نشان دهد.

پلتفرم‌های کار دیجیتال در **تنگنای کرونا** کار با پلتفرم‌ها همچنین منبع اصلی درآمد بیشتر کارکنان در تاکسی‌های مبتنی بر برنامه (۸۴ درصد)، خدمات تحویل مبتنی بر برنامه (۹۰ درصد) و برای حدود یکسوم کارکنان در پلتفرم‌های آنلاین تحت وب است. اما آیا شغل به اندازه کافی برای همه وجود دارد؟ بیشتر کارکنان پلتفرم‌های آنلاین تحت وب (۸۶ درصد) و پلتفرم‌های تحویل (۶۹ درصد) تمایل به کار بیشتر را ابراز کرده‌اند. با این حال، پلتفرم‌ها به دلیل تقاضای بالا به کار و در مقابل کمبود شغل، قادر به پذیرش کارکنان مازاد نیستند. علاوه بر این، بسیاری از کارکنان به ویژه در کشورهای در حال توسعه، به دلیل محدودیت‌های اعمال شده توسط پلتفرم یا مشتری، از دسترسی به کار و مشاغل پردرآمد محروم هستند. این شرایط، تأثیرات منفی جدی بر استقلال کارکنان، دسترسی به کار و دستمزد آنها دارد.

اما همانند همه اجزای اقتصاد جهانی، پاندمی کرونا، پلتفرم‌های کار دیجیتال را درگیر کرده و ریسک مرتبط با کارکنان پلتفرم‌ها را برجسته کرده است. پوشش ضعیف حمایت اجتماعی به وضوح کارکنان پلتفرم‌ها را در همه‌گیری تحت تأثیر قرار داده است. در ترتیبات کاری مبتنی بر وظیفه، بسیاری از افراد استطاعت مالی لازم برای قرنطینه کردن خودشان بدون دریافت مزایای مرخصی استعلاجی را دارا نیستند. هفت نفر از هر ۱۰ نفر کارکن، امکان دریافت جبران دستمزد و یا بیمه مربوط به ابتلا به بیماری را در حالی که تست کووید آنها مثبت شده را ندارند و این امر خطراتی را هم برای خودشان و هم برای دیگران به دنبال دارد.

مطابق بررسی‌های صورت گرفته در آگوست سال ۲۰۲۰، در کشورهای شیلی، هند، کنیا و مکزیک، از ۲۴۸ فرد مشغول به کار در سیستم تاکسی‌های مبتنی بر app، سیستم تاکسی سنتی و خدمات تحویل، ۳۲ درصد به دلیل ضرورت اقتصادی علی‌رغم نگرانی‌های شدید ناشی از ابتلا به کرونا در محل کارشان، در طول بحران کووید ۱۹- به صورت تمام وقت کار می‌کردند. بحران کرونا درآمد ۹ نفر از ۱۰ راننده تاکسی و هفت نفر از ۱۰ کارگر تحویل کالا را در کشورهای مورد بررسی کاهش داد و به طور کلی وضعیت کارکنان پلتفرم‌ها طی این بحران بدتر شده است.

با تصویب دولت حق مسکن کارگران ۴۵۰ هزار تومان شد **مسکن در مسیر تخلیه حباب**  
در بازارهای ارز، طلا و مسکن ایجاد کرده است؛ به طوری که برخلاف ماه‌های اردیبهشت سال‌های گذشته خبری از افزایش قیمت نیست. این روزها انتظارات تورمی در بازار ملک جای خود را به برآوردهای کاهشنی داده و به همین دلیل تعداد فروشنده‌ها افزایش یافته است. عمده تحلیل‌ها بر این است که در سال جاری قیمت مسکن معقول خواهد شد و حتی اگر کاهش پیدا نکنند، رشد نخواهد داشت. بررسی‌ها داده‌های یک سامانه ملکی نیز نشان می‌دهد که در شهر تهران قیمت‌های پیشنهادی مسکن نسبت به هفته قبل ۲،۵ درصد کاهش یافته است. مشاوران املاک دلایل مختلفی برای کوتاه آمدن مالکان از نرخ‌های قبلی بیان می‌کنند که قوی‌ترین مولفه به کاهش نرخ ارز مربوط می‌شود. البته هنوز نرخ‌های کاذبی در برخی فایل‌های نوساز به چشم می‌خورد اما وضعیت کلی بازار آرام است. درخصوص معاملات نیز با وجود آنکه هنوز آماری از اردیبهشت ماه ارائه نشده مشاهدات میدانی از افزایش نسبی خرید و فروش‌ها حکایت دارد.

در این باره، ابوالحسن میرعمادی کارشناس بازار مسکن با بیان اینکه سال ۱۴۰۰ قیمت مسکن متعادل می‌شود، می‌گوید: به جز مناطق شمالی پایتخت که تکلیف‌شان مشخص است سال جاری در مناطق میانی و جنوبی، سال تعدیل قیمت مسکن خواهد بود؛ زیرا قیمت‌ها حباب‌گونه افزایش یافته و برای اینکه بازار به حدی از منطق برسد باید

چهارشنبه گذشته وزیر کار از تصویب افزایش حق مسکن کارگران در هیأت وزیران خبر داد و به این ترتیب، مبلغ کمک هزینه مسکن کارگران در سال ۱۴۰۰ به ۴۵۰ هزار تومان رسید. در روزهای پایانی اسفندماه بود که شورای عالی کار در دویست و نود و هفتمین نشست خود با تصویب افزایش کمک هزینه مسکن کارگران موافقت کرد و مبلغ آن را از ۳۰۰ هزار تومان به ۴۵۰ هزار تومان افزایش داد. وزارت کار نیز این پیشنهاد را با قید فوریت برای تصویب به هیأت دولت برد و حالا انتظار که محمد شریعتمداری خبر داده، پیشنهاد افزایش حق مسکن کارگران به تصویب هیأت وزیران رسیده و از فروردین ۱۴۰۰ در فیش حقوقی کارگران لحاظ خواهد شد. حق مسکن تنها آیتم بسته

مزدی کارگران است که برای اجرا باید به تصویب هیأت وزیران برسد. پیش از این مبلغ کمک هزینه مسکن کارگران ۳۰۰ هزار تومان بود که با تصویب هیأت وزیران به ۴۵۰ هزار تومان افزایش یافت. اما این روزها در بازار مسکن قیمت‌ها دو تا سه درصد (نسبت به هفته قبل) کاهش یافته و به تعبیر کارشناسان، بازار مسکن در مسیر تخلیه حباب قرار گرفته است. در واقع، همزمانی چند عامل در دومین ماه از سال ۱۴۰۰ باعث ایجاد روند نزولی در بازار مسکن شده است؛ کاهش انتظارات تورمی، افت قیمت ارز، مالیات خانه‌های خالی، امیدواری به احیای برجام و نزدیک شدن به انتخابات ریاست جمهوری، جو باثباتی



## بانک نامه

ذخیره دلار در پایین‌ترین سطح ۲۵ ساله ایستاد

## سراشیمی دلار

گزارش صندوق بین‌المللی پول نشان می‌دهد سهم دلار ذخیره‌شده توسط بانک‌های مرکزی جهان در پایان سال ۲۰۲۰ میلادی به ۵۹ درصد از کل ذخایر ارزی آنها رسیده که کمترین مقدار در ۲۵ سال اخیر است. به گزارش مجله خبری کیتکو، صندوق بین‌المللی پول (IMF) اعلام کرد: جایگاه دلار به عنوان ارز ذخیره جهانی در حال افول است و بانک‌های مرکزی جهان در حال کاستن از میزان ذخایر دلاری خود هستند. این نهاد بین‌المللی در گزارش جدید خود اعلام کرد: سهم دلار ذخیره شده توسط بانک‌های مرکزی جهان از ذخایر آنها در سه ماهه پایانی ۲۰۲۰ به ۵۹ درصد افت کرده است که این پایین‌ترین سطح آن در ۲۵ سال گذشته است. داده‌های صندوق بین‌المللی پول نشان می‌دهد: از زمان معرفی یورو در ۱۹۹۹ سهم دلار در ارزش‌های ذخیره جهان ۱۲ درصد سقوط کرده است. در سه ماهه چهارم سهم یورو به ۲۰ درصد افزایش یافته و سهم دلار استرالیا، دلار کانادا و یوان چین به ۹ درصد افزایش یافته است. در صورتی که این روند ادامه داشته باشد کنار گذاشتن دلار بازار ارز و اوراق قرضه را متحول خواهد کرد.

## دارایی بانک مرکزی ایران در لوکزامبورگ به آمریکا منتقل نشد

طبق اعلام بانک مرکزی، با پیگیری‌های صورت گرفته، قوه قضائیه لوکزامبورگ نیز مانند ایتالیا و فرانسه، مانع انتقال دارایی‌های بانک مرکزی ایران به آمریکا شدند. به گزارش بانک مرکزی، این نهاد در اطلاعیه‌ای اعلام کرد: براساس گزارش شعبه لاهه مرکز امور حقوقی بین‌المللی ریاست جمهوری، دادگاه لوکزامبورگ بر لازم‌الاجرا نبودهن قوانین داخلی آمریکا برای دادگاه‌های لوکزامبورگ و ضرورت شناسایی آرای صادره از محاکم آمریکایی توسط دادگاه‌های لوکزامبورگ در پرونده اموال بانک مرکزی نزد موسسه کلیر استریم، صحه گذارد. بر مبنای تغییرات اخیر قانونگذاری در ایالات متحده دادگاه‌های آمریکایی می‌توانند مستقیماً دستور انتقال برخی از دارایی‌ها که به طور مستقیم یا غیرمستقیم به نهادهای ایرانی (از جمله بانک مرکزی ایران) تعلق دارند، صرف نظر از محل وقوع آنها- به ایالات متحده منتقل شود. براساس این قانون، حاکمیت ملی سایر کشورها، به طور صریح و آشکار نادیده انگاشته شده است. اما بانک مرکزی با اقدامی به‌موقع، از دادگاه بخش لوکزامبورگ درخواست کرد تا دستور ممنوعیت انتقال دارایی‌های خود صرفاً براساس تصمیم ایالات متحده و توسط موسسه بانکی کلیر استریم را صادر کند. دادگاه لوکزامبورگ نیز ضمن موافقت با این درخواست و صدور دستور منع انتقال، در تصمیم خود تأیید می‌کند که هرگونه حکم دادگاه خارجی قبل از اجرا در قلمرو ملی این کشور، باید توسط دادگاه‌های لوکزامبورگ به رسمیت شناخته شده و قابل اجرا اعلام شود. یادآور می‌شود، تصمیم اخیر لوکزامبورگ صریحاً مانع از آن می‌شود که موسسه کلیر استریم به اختیار خود از تصمیم ایالات متحده پیروی کرده و بدون صدور قبلی دستور نهایی شناسایی و اجرای این تصمیم در لوکزامبورگ نسبت به انتقال دارایی‌های بانک مرکزی ایران به ایالات متحده اقدام کند. در صورت تخلف از این تصمیم، موسسه کلیر استریم محکوم به پرداخت جریمه‌ای سنگین خواهد شد. ذکر این نکته ضروری است که این پرونده با همکاری معاونت حقوقی و امور مجلس بانک مرکزی و تحت نظارت و مدیریت مرکز امور حقوقی بین‌المللی معاونت حقوقی ریاست جمهوری در جریان است و این اقدامات تاکنون موجب شده این بخش از دارایی‌های بانک مرکزی در مقابل ادعاهای واهی خواهان‌های متعدد دعاوی به اصطلاح ضدزوریستی مطروحه در آمریکا دایکته شود.

در سال گذشته

## چند درصد از متقاضیان تسهیلات گرفتند؟

سال گذشته حدود ۳۲ درصد از کل ثبت نام‌کنندگان دریافت تسهیلات رونق تولید و حدود ۴۲ درصد از ثبت نام‌کنندگان تسهیلات برنامه تولید و اشتغال (تبصره ۱۸) موفق به دریافت آن شده‌اند. براساس این آمار در سال گذشته بیش از ۱۶ هزار و ۶۸۹ میلیارد تومان تسهیلات برای تأمین مالی بنگاه‌های تولیدی کوچک، متوسط و طرح‌های نیمه تمام با پیشرفت بالای ۶۰ درصد، در راستای اقتصاد مقاومتی به ۵۰۴۲ واحد و بیش از ۸۱۵۲ میلیارد تومان تسهیلات برنامه تولید و اشتغال (تبصره ۱۸) به ۱۲۳۲ واحد در استان‌های مختلف پرداخت شده است.

در این مدت ۱۵ هزار و ۱۸۲ مورد ثبت نام برای استفاده از تسهیلات رونق تولید انجام شده که ۹۶۹۰ مورد برای دریافت بیش از ۴۲ هزار و ۴۷۱ میلیارد تومان تسهیلات به بانک‌ها معرفی شدند و در نهایت ۵۰۴۲ فقره تسهیلات به ارزش بیش از ۱۶ هزار و ۶۸۹ میلیارد تومان پرداخت شده است؛ یعنی حدود ۳۲.۱ درصد از کل ثبت نام‌کنندگان موفق به دریافت این تسهیلات شدند.

همچنین سال گذشته ۲۸۶۴ مورد ثبت نام برای استفاده از تسهیلات برنامه تولید و اشتغال انجام شده که ۱۲۴۷ مورد برای دریافت تسهیلات ۱۰ هزار و ۵۰۱ میلیارد تومانی به بانک معرفی شده‌اند. در نهایت ۱۲۳۲ مورد پرداخت تسهیلات به ارزش ۸۱۵۲ میلیارد تومان صورت گرفته است؛ یعنی حدود ۴۲ درصد از کل ثبت نام‌کنندگان موفق به دریافت این تسهیلات شدند.

هنوز جزئیات آمارهای سال گذشته منتشر نشده، اما بررسی آمارهای قبلی نشان می‌دهد که در ۹ ماهه ابتدای امسال، بیشترین پرداختی تسهیلات رونق تولید مربوط به استان البرز با مبلغ بیش از ۱۲۹۹ میلیارد تومان، سمنان با مبلغ ۱۲۹۷ میلیارد تومان و گلستان با مبلغ نزدیک به ۶۹۴ میلیارد تومان بوده است. بیشترین تسهیلات تولید و اشتغال نیز به تهران، یزد و اصفهان پرداخت شده؛ به‌طوری که مبلغ پرداختی به این استان‌ها به ترتیب ۶۶۹ میلیارد تومان، ۴۷۹ میلیارد تومان و ۴۵۵ میلیارد تومان بوده است.

همچنین در ۹ ماهه ابتدای امسال استان‌های کم‌پرخوردار، دریافت‌کننده کمترین تسهیلات رونق تولید بودند، به طوری که استان‌های کهگیلویه و بویراحمد و سیستان و بلوچستان با وجود داشتن یک، ۱۸ و ۲ ثبت نام در بخش تسهیلات رونق تولید، هیچ مبلغی دریافت نکردند. استان ایلام نیز کمترین تسهیلات رونق تولید، معادل ۲۱۷ میلیون تومان را به خود اختصاص داده است. در زمینه تسهیلات تولید و اشتغال نیز در ۹ ماهه ابتدای امسال استان‌های کهگیلویه و بویراحمد، خوزستان و کردستان با دریافت ۳۲، ۲۹، ۴۶ و ۴۶ میلیارد تومان کمترین تسهیلات تولید و اشتغال را دریافت کرده‌اند.

لازم به یادآوری است که تسهیلات تبصره ۱۸ قانون بودجه با بهره ۱۴ درصد پرداخت می‌شود که متقاضیان می‌توانند با ثبت نام در سامانه بهین‌یاب از این ظرفیت در راستای تأمین سرمایه در گردش، نوسازی و بازسازی و یا تکمیل واحدهای تولیدی بالای ۶۰ درصد پیشرفت فیزیکی استفاده کنند.



روزانه بین ۳ تا ۵ هزار میلیارد تومان رمزارز در ایران معامله می‌شود

## سقوط آزاد ارزهای دیجیتال

قواعد و زیرساخت‌های لازم برای مبادله رمزارزها فراهم نشود، به اعتقاد کارشناسان، خطری بزرگ در انتظار خریداران ارزهای دیجیتال خواهد بود. اگرچه در ایران برای استخراج رمزارز قوانینی در نظر گرفته شده، اما در حوزه معاملات و خریدوفروش رمزارزها هنوز تمهیدی قانونی اندیشیده نشده و این امر می‌تواند ریسکی بزرگ ایجاد کند.

در حال حاضر بخش گسترده‌ای از معاملات رمزارزها از سوی سایت‌هایی انجام می‌شود که نه رسمیت دارند و نه مجوز دریافت کرده‌اند. حال آنکه مردم از یکسو سرمایه خود را در اختیار این سایت‌ها قرار می‌دهند و از سوی دیگر رمزارز خود را نیز برای فروش به آنها می‌دهند. رقمی که طبق برآوردها در حدود ۳ تا ۵ هزار میلیارد تومان در روز بالغ می‌شود. آنطور که محمدرضا پورابراهیمی رئیس کمیسیون اقتصادی مجلس هفته قبل در ارتباط تصویری با بخش خبری ۲۱ شبکه یک سیما توضیح داد، در حال حاضر بین ۳ تا ۵ هزار میلیارد تومان رمزارز به صورت روزانه در سایت‌های اینترنتی مبادله می‌شود.

اما اگر در این بین، این سایت‌های اینترنتی ناگهان از دسترس خارج شوند، عملاً سرمایه شهروندان به باد می‌رود بنابراین در چنین شرایطی به نظر می‌رسد بانک مرکزی باید صرافی‌های مجازی را در این حوزه معرفی و به مردم آموزش‌های لازم را ارائه کند. اگر چنین کاری انجام نشود، خطر تکرار تجربه موسسات غیرمجاز مالی وجود دارد و این موضوع فشار جدیدی بر اقبال مختلف جامعه وارد می‌کند.

در واقع، هر چند مخاطرات بخش مبادله ارزهای دیجیتال زیاد است، به موازات آن، نظارت‌ها در این بخش تقریباً هیچ است. کما اینکه به اعتقاد عباس آنگون نایب رئیس کمیسیون بازار پول و سرمایه اتاق تهران، هم‌اکنون کنترلی روی فرآیند خرید و فروش ارزهای دیجیتال وجود ندارد و افرادی بدون هویت مشخصی و تنها از طریق یک سایت، سرمایه مردم را دریافت می‌کنند. از این رو به نظر می‌رسد که ریسک این معامله با وجود شرایط تحریم، نامحدود بوده و احتمال اینکه سرمایه‌ها در معرض نابودی قرار گیرد، بسیار است؛ چراکه ممکن است، با اعمال تحریم بر این سایت‌ها، سرمایه‌گذاران دیگر نتوانند به کیف پول الکترونیکی خود دسترسی داشته باشند. در چنین شرایطی بانک مرکزی باید صرافی‌های مجاز را به مردم معرفی کند و پیش از آنکه موضوع مبادله ارزهای دیجیتال به سرنویست موسسات مالی غیرمجاز و از دست رفتن سرمایه مردم دچار شود، سیاست صیحه‌یی بر این بخش اعمال شود و ریسک‌های آن کاهش یابد.

## هنوز در مرحله انکار رمزارزها به سر می‌بریم

همچنین شهاب جوانمردی، مدیرعامل فنانب و نایب رئیس کمیسیون

فرصت امروز: دو خبر منفی از تسلا و صرافی بایننس باعث سقوط سنگین قیمت رمزارزها شد. به فاصله چند ساعت پس از آنکه ایلان ماسک، مدیرعامل تسلا در تغییر موضعی عجیب اعلام کرد که قبول بیت‌کوین برای خرید محصولات این شرکت به دلیل نگرانی‌های زیست محیطی متوقف شده است، دفتر خدمات مالی داخلی آمریکا نیز از آغاز رسیدگی به تخلفات صرافی بایننس (بزرگ‌ترین صرافی ارزهای دیجیتال جهان) به اتهام پولشویی و تخلفات مالیاتی گسترده خبر داد و برآیند این دو اتفاق باعث سقوط آزاد ارزش ارزهای دیجیتالی در ۲۴ ساعت گذشته شد. ورود جمعی و هیجان‌زده به بازار رمزارزها در ایران نیز مشهود است و پس از آنکه بسیاری از سرمایه‌گذاران خرد در بازار سرمایه دچار ضرر و زیان شدند، به سمت بازار ارزهای دیجیتال شتافتند و این در حالی است که کارشناسان بارها از پیچیدگی و ریسک زیاد بازار ارزهای دیجیتال سخن گفته و به خریداران رمزارزها هشدار داده‌اند. به گفته محمدرضا پورابراهیمی رئیس کمیسیون اقتصادی مجلس، در حال حاضر بین ۳ تا ۵ هزار میلیارد تومان رمزارز در ایران به صورت روزانه معامله می‌شود و این مهم نشان می‌دهد که ضابطه‌مند کردن بازار ارزهای دیجیتالی چقدر حیاتی و ضروری است. این در حالی است که به اعتقاد شهاب جوانمردی مدیرعامل فنانب، مبادله رمزارزها نیازمند ساماندهی است اما سیاست‌گذار هنوز در مرحله انکار به سر می‌برد.

## خطر بزرگ در انتظار خریداران رمزارزها

هر چند که ارزهای دیجیتالی کماکان در حال ثبت رکوردهای جدیدی هستند، اما کم نیستند کسانی که با رمزارزها مخالفند و جزو منتقدان سرسخت آنها به شمار می‌آیند. به اعتقاد آنها، رمزارزها دارای هیچ ارزش ذاتی نیستند و سقوط آزاد قیمت رمزارزها کاملاً محتمل است. از همین رو به سرمایه‌گذاران توصیه می‌کنند که اگر می‌خواهند جایی سرمایه‌گذاری کنند که شاید تمام سرمایه‌شان نابود شود سراغ رمزارزها بروند.

هر چند صحبت از ارزهای دیجیتال در چند سال گذشته مطرح شده و شهروندان در بسیاری از کشورها به سمت خرید و فروش رمزارزها رفته‌اند، اما به طور دقیق از بعد از بحران کرونا بود که (با توجه به محدودیت‌هایی که در حوزه‌های مختلف اقتصادی به وجود آمد) توجه به ارزهای دیجیتال افزایش یافت. تحت تأثیر همین افزایش تقاضا هم بود که بیت‌کوین به عنوان محبوب‌ترین رمزارز از قیمت چند هزار دلار در مدتی کوتاه به بیش از ۶۰ هزار دلار رسید و برخی دیگر از رمزارزها نیز جذاب شدند.

در ایران نیز مبادله رمزارزها نیازمند ساماندهی است و با این حال هنوز اقدام عاجلی در این زمینه صورت نگرفته است. کما اینکه اگر

۲ کارشناس اقتصادی پاسخ دادند

## چرا دلار ارزان می‌شود اما کالا نه؟

تلاطم‌های قیمتی، افزود: در ثبات قیمتی، افرادی که درآمد ثابت دارند، حقوق‌بگیر یا کارمند به شمار می‌روند، امکان برنامه‌ریزی برای درآمد خود را خواهند داشت اما وقتی اوضاع برهم می‌ریزد و قیمت‌ها با سرعت بالایی جابه‌جا می‌شوند، کارگران روزمزد و افرادی که درآمد ثابت دارند بیشترین آسیب را می‌بینند.

به گفته حریری، تورم عملاً مالیاتی است که از فقرا گرفته می‌شود و افراد ثروتمند هر چند با فشار مواجه می‌شوند، اما در عین حال با توجه به اینکه دارایی غیرمنقول‌شان رشد می‌کند، هزینه کمتری را در این زمینه نسبت به کم‌درآمدها متحمل می‌شوند.

همچنین سیدمرتضی افقه در رابطه با کاهش نرخ ارز و آثار آن بر اقتصاد ایران به ایرنا، گفت: کاهش نرخ ارز به معنای تقویت پول ملی است و همان‌طور که می‌دانیم رابطه معکوس بین ارزش پول ملی و نرخ ارز وجود دارد، اما اینکه کاهش نرخ ارز برای اقتصاد کشور مفید است یا خیر می‌تواند محل سؤال باشد. ارزیابی من این است که کاهش نرخ ارز برای اقتصاد کشور مفید است، اما باید درباره مقدار و چگونگی آن جزئیاتی را بررسی کرد. به گفته عضو هیأت علمی دانشگاه چمران، کاهش طولانی‌مدت نرخ ارز در صورتی که بتواند علامت مثبتی به تولیدکننده و واردکننده بدهد تا قیمت سایر کالاها کاهش پیدا کند، می‌تواند برای اقتصاد مفید باشد. با این حال به نظر می‌رسد این کاهش با توجه به اینکه تحت تأثیر عوامل روانی ایجاد شده و با توجه به اینکه هنوز گشایش‌های تجاری در عمل رخ نداده، نتواند بیش از این ادامه پیدا کند.

این اقتصاددان در پاسخ به این پرسش که کاهش نرخ ارز می‌تواند قیمت کالاها را کاهش دهد یا خیر گفت: درباره اینکه قیمت ارز چگونه بر کالاها داخلی اثرگذار است دو رویکرد وجود دارد. طرفداران اقتصاد

بازار آزاد معتقدند قیمت ارز معلول تورم است، در حالی که دیدگاه مقابل می‌گوید قیمت ارز علت تورم است. افقه ادامه داد: ارز از دو جنبه می‌تواند علت تورم باشد؛ نخست اینکه بخش عمده واردات ما کالاها سرمایه‌های است که در ساخت کالاهای دیگر به کار می‌رود بنابراین قیمت کالاهای داخلی با افزایش نرخ ارز افزایش پیدا می‌کند. دیگر اینکه مصرفی زیادی داریم که در داخل تولید نمی‌شوند و نیاز به واردات آنها داریم بنابراین با افزایش نرخ ارز، قیمت این کالاها نیز افزایش پیدا می‌کند. بر این اساس نرخ ارز می‌تواند به عنوان عامل تورم در نظر گرفته شود. در مجموع می‌توان گفت رابطه علیت بین نرخ ارز و تورم، دو طرفه است. بنابراین در صورتی که کاهش نرخ ارز طولانی‌مدت باشد و به تولیدکننده و مصرف‌کننده علامت‌دهی کند، خواهد توانست موجب کاهش قیمت‌ها شود. این اقتصاددان همچنین در پاسخ به این پرسش که چرا عموماً پس از کاهش نرخ ارز، قیمت‌ها کاهش نمی‌یابد یا کاهش قیمت‌ها با نسبت به کاهش نرخ ارز کمتر است، به موضوع چسبندگی قیمت‌ها اشاره کرد و گفت: چسبندگی که به دنبال کاهش نرخ ارز در کاهش قیمت کالاها ایجاد می‌شود به‌دلیل اطمينانی نسبت به استمرار کاهش نرخ ارز است. اگر حداقل در بازه زمانی شش ماهه ادامه داشته باشد یا نرخ ارز در چنین بازه زمانی پائین باشد، آنگاه سایر قیمت‌ها نیز می‌توانند با قیمت ارز تطبیق پیدا کنند، با این حال در حدود سه سال گذشته که اقتصاد ایران تجربه افزایش شدید نرخ ارز را پشت سر گذاشت، بسیاری از ساختارها و متغیرهای اقتصادی مانند قیمت کالاها و هزینه دستمزد خود را با نرخ ارز بالای ۲۰ هزار تومان تطبیق داده‌اند بنابراین به نظر نمی‌رسد که به لحاظ ساختاری اقتصاد کشور این ظرفیت را داشته باشد که کاهش شدیدی در نرخ ارز را تجربه کند.



نگاه



عضو سابق شورای عالی بورس مطرح کرد

**بازگشت اعتماد به بورس با بسته ۷+۳**

عضو سابق شورای عالی بورس می‌گوید در صورت اجرای مصوبات سران قوا اعتماد به بازار باز می‌گردد و به دلیل ورود نقدینگی به بازار می‌توان معاملات خوبی را در این بازار شاهد باشیم. ماشالله عظیمی به اصلی‌ترین عوامل تاثیرگذار در شتاب افت شاخص بورس در ماه‌های گذشته اشاره کرد و به ایرنا گفت: اصلی‌ترین دلایلی که باعث شد تا بازار برای مدتی طولانی در مدار نزولی قرار گیرد کاهش اعتماد و ترس سهامداران از ورود سرمایه‌های ششان به این بازار بود که این امر منجر به ایجاد چنین روند بی‌سابقه‌ای در معاملات بازار سهام شد. گاهی ممکن است به دنبال برخی تصمیمات، مشکلاتی رخ دهد که سبب شتاب در روند نزولی بازار می‌شود، که باعث خواهد شد به سختی بتوان روند بازار را به حالت طبیعی بازگرداند و وضعیت معاملات را بهبود بخشید.

عظیمی با بیان اینکه سهامداران همیشه در انتظار روشن شدن وضعیت متغیرهای بیرونی هستند، افزود: تعیین نتیجه برجام یکی از پارامترهای تاثیرگذار بر روند بازار است. در کنار مسائل بیرونی تاثیرگذار بر معاملات بورس، انتشار خبرهای رسمی مبنی بر واریز حتمی منابع مالی از صندوق توسعه ملی به صندوق تثبیت بازار سرمایه می‌تواند به شدت روند بازار را تغییر دهد و بر معاملات این بازار تاثیرگذار باشد. مسئولان بهتر است تا قبل از اجرایی شدن تصمیمات اتخاذشده، خبری را در بازار منعکس نکنند زیرا این موضوع منجر به افزایش انتظارات سهامداران می‌شود که در صورت عدم اجرایی آن زمینه ترس و نگرانی آنها در بازار فراهم می‌شود بنابراین بهتر است بعد از اجرایی شدن تصمیمات اتخاذشده خبر آن در بازار منتشر شود.

او با اشاره به آینده‌های روشن در انتظار بورس با تصمیمات سران اقتصادی دولت ادامه داد: با توجه به تصویب برخی از مفاد پیشنهادات ۳+۷ توسط سران اقتصادی دولت می‌توان شاهد روزهای خوبی در بازار باشیم زیرا یکی از مسائل کاهش ریسک در بازار انجام برخی از اقدامات توسعه‌ای در بازار است که این موضوع می‌تواند میزان اطمینان بخشی در بازار را افزایش دهد. عضو سابق شورای عالی بورس به تغییر دامنه نوسان بورس و تاثیر آن بر معاملات بازار اشاره کرد و افزود: از همان ابتدا اعلام شده بود که دامنه نوسان بورس به صورت موقت تغییر می‌کند و نامتقارن می‌شود، به هیچ عنوان قرار نبود این اقدام سازمان بورس دائمی شده و برای همیشه دامنه نوسان بورس نامتقارن در بازار حاکم باشد.

به گفته وی، معاملات بورس با دامنه نوسان نامتقارن به سختی انجام می‌شود و نقدشوندگی برخی از سهام با ایهام همراه بود. اگر در کنار این اقدامات، تصمیمات دیگر اتخاذ شود روند معاملات بازار بسیار بهتر می‌شود و در آن زمان دیگر نگرانی چندانی بازار را تهدید نمی‌کند. با این حال، در صورت اجرای مصوبات سران قوا اعتمادها به بازار باز می‌گردد و به دلیل ورود نقدینگی به بازار می‌توان معاملات خوبی را در این بازار شاهد باشیم. او به اقدامات تاثیرگذار در بهبود روند معاملات بورس اشاره کرد و گفت: بازارگردان‌ها به معنای واقعی باید به وظایف خود عمل کنند، حقوقی‌ها باید کنترل شوند تا در شرایطی که بازار نیاز دارد به صورت یکطرفه به سود شرکت و نهاد مالی فکر نکنند بلکه در این موقعیت، کلیت بازار را در نظر بگیرند.

وی به عملکرد حقوقی‌ها در بازار اشاره کرد و ادامه داد: حقوقی‌ها بازار را فقط به نفع خود می‌بینند در حالی که باید این بازار را به عنوان بازاری بهم پیوسته در نظر گرفت تا بتوان از طریق تصمیمات اتخاذشده، کلیت بازار را بهبود بخشید، اکنون حقوقی‌ها، بازار سهام را بازاری بهم پیوسته نمی‌بینند و اهداف هماهنگی را با یکدیگر دنبال نمی‌کنند.

عظیمی با بیان اینکه سهامداران برای سرمایه‌گذاری در بورس تصور باشند، قیمت سهام در بازار ارتزان از قیمت‌های کنونی نمی‌شود، گفت: با توجه به شرایط حاکم در اقتصاد کشور روند فعلی بازار تعجب‌آور است زیرا هیچ خطری بازار را تهدید نمی‌کند و شاخص نباید چنین روندی را داشته باشد.

عضو سابق شورای عالی بورس با تاکید بر اینکه بازار در شرایط فعلی، بازاری عمیق است و دیگر مانند گذشته نیست که بتوانیم بگوییم سهامداران هوشیار نیستند، افزود: این نشان می‌دهد مردم دیگر با تکیه بر اخبار نامعتبر منتشرشده در فضای مجازی اقدام به سرمایه‌گذاری در هر سهمی نمی‌کنند و از این به بعد بیشتر از نظر متخصصان برای سرمایه‌گذاری استفاده می‌کنند.

گفتنی است روز سه‌شنبه (۲۱ اردیبهشت ماه) معاون اقتصادی رئیس جمهور، تصمیمات جلسه ستاد هماهنگی اقتصادی دولت را ابلاغ کرد که براساس آن مصوبات مربوط به ۳ بند نخست بسته حمایتی از بازار سهام در ستاد اقتصادی دولت به تصویب رسید. براساس این ابلاغیه، بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران، ظرف مدت سه هفته نسبت به فروش تدریجی ۲۰۰ میلیون دلار از منابع ارزی حساب صندوق توسعه ملی اقدام و منابع حاصل را به صندوق تثبیت بازار سرمایه واریز کند. همچنین مقرر شده است که به منظور حمایت از تأمین مالی نگاهاهای اقتصادی از طریق بازار سرمایه، بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران به فوریت، نسبت به لغو بخشنامه‌ها و مصوبات ممنوعیت اعطای تسهیلات برای خرید سهام به شرکت‌های سرمایه‌گذاری، هلدینگ و کارگزاری‌ها اقدام کند. بر این اساس، سرمایه‌گذاری در خرید سهام شرکت‌های پذیرفته‌شده در بازار سرمایه جزو مصادیق سرمایه‌گذاری قابل قبول برای اعطای اقامت پنج ساله به اتباع خارجی است.

دامنه نوسان نامتقارن باعث خروج ۲۴ هزار میلیاردی از بورس در ۳ ماه گذشته شد

# روی خوش بورس به دامنه نوسان متقارن



شاهد خروج پول بوده است. میزان پول ورودی در روزهایی که بازار شاهد ورود پول بوده است حدود ۱۶۷۰ میلیارد تومان بوده است. در این مدت بازار سرمایه شاهد خروج بیش از ۲۵۷ هزار میلیارد تومان پول سهامداران حقیقی بوده است. البته در مجموع ورود و خروج پول در این مدت باید گفت ۲۴ هزار میلیارد تومان از بازار سرمایه خارج شده است. این اعداد و ارقام نشان می‌دهد سهامداران خرد از هر فرصتی برای خروج از بورس استفاده کرده‌اند.

نکته قابل توجه دیگر اینکه میزان معاملات در سه ماه گذشته و از زمان اجرای تصمیم سازمان بورس مبنی بر تغییر دامنه نوسان، ارزش معاملات روزانه به شدت کاهش یافته است. این کاهش را می‌توان در تفاوت زیاد میان آخرین قیمت معاملات و قیمت پایانی نمادها نیز به وضوح مشاهده کرد. پرنشدن حجم مینا یکی از دلایل عدم تخلیه فشار فروش در این مدت بوده است. به نظر می‌رسد مدیریت جدید بورس که در اولین تصمیمات خود دامنه نوسان متقارن را به عنوان حل‌کننده مشکل بورس می‌دانست، امروز به اشتباه خود پی برده است. البته اصرار بیش از حد رئیس سازمان بورس در خصوص دامنه نوسان نامتقارن را می‌توان به نوعی کنترل‌کننده شاخص دانست. کنترل کردن شاخص و نوسان دادن آن پیرامون شاخص کل یک میلیون و ۲۰۰ هزار واحدی به مدت چند ماه می‌توانست بسیاری از انتقادات به سازمان بورس و دولت را کم کند.

اما همین تصمیم اشتباه سازمان بورس در هفته‌های گذشته مسبب تشکیک جمعیت‌های اعتراضی به روند بورس بوده است. این نوع تصمیم‌گیری به همراه عدم حمایت دولتی که همه را به بورس فراخوانده بود از بازار سرمایه، تنها اعتماد از دست رفته را به وضعیت بدتری می‌کشاند. در صورتی که اطلاعات بازار نشان می‌دهد، حدود ۸۰ درصد نمادهای بازار قفل در صف فروش بوده‌اند. در این مدت به صورت روزانه کمتر از ۱۰ نماد وجود داشته است که صف خرید برای آن تشکیل شده است. حال باید منتظر ماند و دید، اعتراف سازمان بورس به تصمیم اشتباهش درخصوص تغییر دامنه نوسان می‌تواند بازار را از فشار فروش تخلیه کند و یا سهامداران خرد همچنان به دنبال خروج از بازار هستند.

و علاوه بر دامنه نوسان، حجم مینا نیز تغییراتی می‌کند. در این راستا، حداقل ارزش مینا در حجم مینا در تمامی نمادهای معاملاتی بورس اوراق بهادار تهران در ۱۵ میلیارد ریال تغییر خواهد یافت. این دو تصمیم باعث می‌شود اصلاح قیمتی سهام‌ها سریع‌تر صورت بگیرد و چنانچه سهام‌ها بخواهند در آینده رشد کنند، با مبالغ کمتری از معامله رشد کنند و قیمت پایانی بخورند و این موضوع به افزایش نقدشوندگی بازار کمک می‌کند. البته توجه به این نکته ضروری است که این تصمیم هم مانند سایر تصمیم‌ها مسکن بازار بوده و همچنان راه حل به تعادل رسیدن بورس، تزریق منابع جدید است.

از سوی دیگر، هرچند تصمیم سازمان بورس برای بازگشت دامنه نوسان مثبت پنج و منفی پنج، بازخورد مثبتی در بین سهامداران داشت، اما وجهه این سازمان در بین مخاطبان خرد آسیب دید و همچنین باعث خروج ۲۵ هزار میلیارد تومان از بورس در سه ماه گذشته شد. به گزارش فارس، حدود سه ماه از تغییر دامنه نوسان از حالت متقارن مثبت پنج تا منفی پنج به حالت نامتقارن مثبت شش تا منفی دو می‌گذرد و در این مدت بسیاری از سهامداران، کارشناسان و فعالان بازار سرمایه این تغییر را یک تصمیم اشتباه از سوی سازمان بورس می‌دانستند، هرچند بعضی منابع معتقد بودند این تصمیم با حمایت وزارت اقتصاد گرفته شده است.

حالا پس از هفته‌ها رکود در بازار سرمایه، سازمان بورس یک بازگشت به عقب را تجربه کرده و همانطور که اشاره شد، نکته مهم، خسارت جبران‌ناپذیر به بسیاری از سهامداران خرد و البته کاهش اعتبار سازمان بورس به عنوان متولی بازار سرمایه در کشور بوده است.

کارشناسان اقتصادی در همان زمان تصویب این دامنه نامتقارن نوسان هشدار داده بودند که این شیوه مدیریت بازار سرمایه راه به جایی نخواهد برد و حالا تجربه ثابت کرد رکود حاصل از این تصمیم در ماه‌های گذشته نتیجه‌ای جز زیان سهامداران خرد نداشته است.

براساس این گزارش، ۲۵ بهمن تا آخرین روز کاری پیش از بازگشت به دامنه نوسان قبلی، تنها در چهار روز سهامداران خرد ورود پول به بازار سرمایه را داشته‌اند. بازار سرمایه در این مدت در تمام روزهای اجرایی شدن این طرح

فرصت امروز: از امروز شنبه ۲۵ اردیبهشت دامنه نوسان بورس به صورت متقارن و به مثبت و منفی پنج تغییر می‌کند. هرچند بورس تهران تحت تاثیر این تغییر بورسی در سه روز پایانی هفته گذشته سبزپوش شد و این سبزپوشی را می‌توان روی خوش بازار به دامنه نوسان متقارن تعبیر کرد. البته تصمیم تازه سازمان بورس مبنی بر بازگشت دامنه نوسان متقارن مثبت و منفی پنج را می‌توان مهر تاییدی بر اشتباه قبلی این سازمان نیز دانست که حدود سه ماه بورس تهران را یکدست قرمزپوش کرد و خاصیت نقدشوندگی را از بورس گرفت.

شورای عالی بورس سرانجام پس از فراز و نشیب‌های بسیار مجددا تصمیم گرفت دامنه نوسان را متقارن و مثبت و منفی پنج کند. این در حالی است که دامنه نوسان از ۲۵ بهمن سال گذشته به مثبت شش و منفی دو و از ابتدای اردیبهشت به منفی سه افزایش پیدا کرده بود و انتقادات زیادی را برانگیخته بود، زیرا هر چند محدود کردن دامنه منفی در روزهایی که بازار سرمایه چراغ قرمز جلو می‌رود، از کاهش ارزش سهام‌های بنیادی جلوگیری می‌کرد اما باعث شده بود نقدشوندگی بازار زیر سوال برود. برای مثال، سهمی ۱۵۰۰ تومانی قیمت دارد، اما عده‌ای اعتقاد دارند که این سهم ۱۳۰۰ تومانی می‌آورد بنابراین باید قیمت سهم کاهش یابد تا خریدار پیدا کند، اما محدود کردن دامنه منفی باعث می‌شد سهم روی قیمت ۱۴۰۰ تومانی ثابت بماند. در این شرایط نه فروشنده می‌تواند سهم را با قیمت پایین‌تر بفروشد (حتی اگر اعتقاد داشته باشد سهم با قیمت پایین‌تر می‌آرد) و نه خریدار با قیمت ۱۴۰۰ سهم را می‌خرد. این فرآیند باعث کاهش نقدشوندگی بازار می‌شود.

این در حالی بود که بسیاری از صاحب‌نظران بر این باور بودند که بازار سرمایه تحت تاثیر ایهامات موجود در شرایط اقتصادی و سیاسی کشور از جمله قیمت دلار، وضعیت مذاکره با آمریکا، انتخابات ریاست جمهوری و... است و به همین دلیل نمی‌توان گفت دامنه نوسان نامتقارن تصمیم ۱۰۰ درصد نادرستی به شمار می‌آید.

تغییر دامنه نوسان البته تنها تغییر پیش‌روی هفته پایانی اردیبهشت نیست

بورس در ۳ روز پایانی هفته گذشته مثبت شد

## ۲ نیمه متفاوت بورس

به گزارش سنا، دامنه نوسان که در سه ماه گذشته نامتقارن شده بود، از امروز ۲۵ اردیبهشت ماه به حالت گذشته بازمی‌گردد. مهمتر از آن سیاست‌گذار سیگنالی مبنی بر افزایش تدریجی این محدودیت ارسال کرد و همزمان حجم مینا را کاهش داد و سبب شد بارقه‌هایی از امید در بازار سهام نمایان شود. صندوق‌های قابل معامله نیز که در دوره رکود مورد توجه سرمایه‌گذاران قرار گرفته بودند، در پایان هفته گذشته شاهد خروج نقدینگی پارک شده بودند. به نظر می‌رسد سرمایه‌گذاران آماده بازگشت به گردونه معاملات سهام هستند. با این حال ارزش معاملات خرد سهام نتوانست افزایشی شود و همچنان رکود در معاملات بورس نمایان است.

در این میان ناگهی به عملکرد صنایع بورسی حکایت از رشد میانگین قیمت‌ها در ۱۰ گروه در مقابل افت شاخص ۲۸ صنعت بورس تهران داشت. بیشترین رشد قیمتی هفته‌ها از آن گروه فلزات اساسی به میزان ۵.۳ درصد شد. پس از آن نیز دیگر گروه‌های کالایی شامل فراورده‌های نفتی، کالاهای فلزی و محصولات شیمیایی در زمره صنایع مثبت بورس تهران در هفته منتهی به ۲۲ اردیبهشت ماه قرار گرفتند. صعود قیمت نفت و فلزات در بازار جهانی هفته گذشته نیز ادامه یافت و خود محرک برای رشد قیمت سهام کامپوزیتی محور شد. این هفته مس از ۱۰ هزار دلار بر هر تن عبور کرده؛ رشدی

هفته‌ای که گذشت، برای بازارهای مالی، هفته متفاوتی بود و بورس تهران هفته گذشته را با بازدهی مثبت یک درصدی پشت سر گذاشت. شاخص کل بورس اوراق بهادار تهران در پایان معاملات هفته‌ای که گذشت (چهارشنبه، ۲۲ اردیبهشت ماه) با ۱۱ هزار واحد افزایش به عدد یک میلیون و ۱۸۳ هزار واحد رسید که در مقایسه با پایان هفته قبل آن حدود یک درصد رشد داشت. هرچند بازار سرمایه هفته گذشته را با چراغ قرمز آغاز کرد و شاخص کل با ۴ هزار و ۷۵۹ واحد نزول تا رقم یک میلیون و ۱۶۷ هزار واحد کاهش یافت و سپس در روز یکشنبه نیز با افت ۱۵ هزار و ۵۹۰ واحدی در رقم یک میلیون و ۱۵۱ هزار واحد ایستاد، اما ورق بورس در روز دوشنبه برگشت و شاخص کل بورس در این روز با ۵ هزار و ۵۷۲ واحد افزایش به رقم یک میلیون و ۱۵۷ هزار واحد رسید. همچنین در روز سه‌شنبه شاخص کل بورس با ۲۱ هزار و ۹۳۴ واحد افزایش به رقم یک میلیون و ۱۷۹ هزار واحد رسید.

در روز چهارشنبه نیز شاخص کل بورس روندی پرنوسان را پشت سر گذاشت به طوری که در ساعات ابتدایی معاملات با روندی صعودی تا یک میلیون و ۱۹۰ هزار واحد افزایش یافت، اما در ساعات میانی و پایانی معاملات روندی نزولی به خود گرفت و در مجموع با ۴ هزار و ۴۵۰ واحد افزایش به رقم یک میلیون و ۱۸۳ هزار واحد رسید.

شناسه آگهی: ۱۱۲۱۳۲۷

## آگهی



به استناد رونوشت سند شماره ۱۸۸۴۲۱ مورخ ۹۹/۰۳/۱۸ به شماره شناسه سند ۱۳۹۹۱۱۴۵۶۳۹۲۰۰۰۰۲۲ دفتر اسناد رسمی شماره ۳۴ آبادان، شرکت شناوران زیبا به شماره ثبت ۸۳۵ خرمشهر تمامی شش دانگ یدک کش خدماتی ایلیا ۱۱۰ به شماره ثبت موقت ۲۹۶ خ بندر خرمشهر را به شرکت تعاونی زمرد ساحل بوشهر گروه چهار هزار و صد و شصت و چهار به شماره ثبت ۹۱۵۳ بندر بوشهر انتقال قطعی داده است.

مراتب به موجب ماده ۳ قانون اصلاح قانون دریایی ایران آگهی می‌گردد.

م.الف: ۱۲۵

شناسه آگهی: ۱۱۲۱۳۲۵

## آگهی



به استناد رونوشت سند شماره ۱۷۴۶۱ مورخ ۹۹/۰۲/۱۷ به شماره شناسه سند ۱۳۹۹۱۱۴۵۶۱۹۷۰۰۰۰۰۱ دفتر اسناد رسمی شماره ۹۳۷ تهران، آقای علی طالبی ساری فرزند حسین به شماره شناسنامه ۰۰۲۳۸۶۲۸۶۶ صادره از تهران تمامی شش دانگ شناور مسافری به نام شانددیز ونوس به شماره ثبت موقت ۱/۰۲۳۷ بندر خرمشهر را به شرکت توسعه بازرگانی بین‌المللی آیدا منطقه آزاد چابهار به شماره ثبت ۲۴۳۱ منطقه آزاد چابهار انتقال قطعی داده است.

مراتب به موجب ماده ۳ قانون اصلاح قانون دریایی ایران آگهی می‌گردد.

م.الف: ۱۲۴



## دلیل تمایل خودروسازان خارجی برای ورود به بازار خودرو ایران چیست؟



### ایران محصولات خود را در افغانستان می‌کارد؟

در شرایطی که بسیاری از کشورهای توسعه‌یافته با توجه به امکان دسترسی به مواد اولیه، نیروی کار ارزان یا دیگر ظرفیت‌ها، تولید محصولات خود را به کشورهایی دیگر انتقال داده‌اند، حالا رئیس اتاق بازرگانی مشترک ایران و افغانستان می‌گوید که ایران می‌تواند بخشی از محصولات کشاورزی یا دامداری خود را به افغانستان انتقال داده و ضمن استفاده از امکانات این کشور، نوع جدیدی از همکاری را با این همسایه شرقی کلید بزند.

به گزارش ایسنا، با وجود آنکه ایران از نظر ظرفیت تولید محصولات کشاورزی و دامداری یکی از برترین کشورهای منطقه به شمار می‌رود و صادرات این محصولات بخش مهمی از سبد تجارت خارجی سالانه ایران را تشکیل می‌دهد اما همچنان نیاز به واردات برخی محصولات به خصوص در حوزه دامپروری باعث شده که کشور در ماههایی از سال بخشی از نیاز خود را از خارج خریداری کند. در سال‌های گذشته پس از چین به عنوان اصلی‌ترین شریک تجاری ایران، عراق و سپس افغانستان به عنوان شرکای اصلی تجاری کشور توانسته‌اند نام خود را ثبت کنند. البته این آمار بیشتر در بخش صادرات است و میزان بسیار محدودی واردات محصول از این کشورها به ایران به ثبت می‌رسد.

در شرایطی که بسیاری از کشورهای توسعه‌یافته با توجه به امکان دسترسی به مواد اولیه، نیروی کار ارزان یا دیگر ظرفیت‌ها، تولید محصولات خود را به کشورهایی دیگر انتقال داده‌اند، حالا رئیس اتاق بازرگانی مشترک ایران و افغانستان از این می‌گوید که ایران می‌تواند بخشی از محصولات کشاورزی یا دامداری خود را به افغانستان انتقال داده و ضمن استفاده از امکانات این کشور، نوع جدیدی از همکاری را با این همسایه شرقی کلید بزند.

حسین سلیمی به سایت اتاق تهران گفته که افغانستان کشور غنی نبوده و حجم واردات آن حدود ۷ تا ۸ میلیارد دلار برآورد شده است و ایران هنوز بالاترین ضریب صادرات به این کشور را داراست. اگرچه ۲۷ میلیارد دلار صادرات رقم قابل توجهی محسوب نمی‌شود، اما نکته حائز اهمیت آن است که ۴۶ درصد واردات این کشور در دست ایران است.

سلیمی با بیان اینکه «در جلسات مختلفی به مسئولان توصیه کرده‌ایم که مرزها را برای تسهیل واردات افغانستان از ایران مجهز کنند» توضیح داد: این اقدامات برای آن است که همین حد صادرات حفظ شود و کاهش نیابد، اما اگر هدف آن است که صادرات ایران به این کشور افزایش یابد، راهکار آن این است که ایران کمک کند، درآمد مردم افغانستان افزایش پیدا کند تا در این کشور تقاضا ایجاد شود. یکی از روش‌ها برای تحقق این هدف، کشت فراسرزمینی ایران در افغانستان است. در حال حاضر گوشت موردنیاز کشور از کشورهای نظیر استرالیا تامین می‌شود. در حالی که افغانستان هم‌میز ایران بوده و از آب فراوان و کارگر ارزان برخوردار است بنابراین علاوه بر دامداری، محصولات کشاورزی موردنیاز کشور را نیز می‌توان در این کشور پرورش داد. در این صورت قدرت خرید مردم افغانستان نیز افزایش یافته و متقاضی واردات بیشتری خواهند شد.

رئیس اتاق مشترک ایران و افغانستان با بیان اینکه «این طرح را با نمایندگان مجلس نیز مطرح کرده‌ایم» ادامه داد: در حالی که کارخانجات قند در مشهد با ۲۰ درصد ظرفیت فعالیت می‌کنند. در حالی که اگر چغندر قند موردنیاز این کارخانجات در افغانستان تولید شود و در اختیار این کارخانجات قرار گیرد، علاوه بر افزایش ظرفیت این کارخانه‌ها و افزایش درآمد کشاورزان افغانستانی، شکر تولیدشده به سایر کشورها از جمله افغانستان نیز صادر می‌شود. در واقع می‌توان با وجود مسئله کم‌آبی در ایران، کشت چغندر قند را انتقال بذر و ماشین‌آلات به این کشور افزایش داده و صادرات شکر از ایران را رونق بخشید. این راهکار در مورد سایر محصولات نیز قابل پیگیری خواهد بود.

می‌ماند بنابراین در صورت همکاری مجدد با شرکای خارجی باید مانند چین، کره و ژاپن سازندگان خارجی را وادار کنیم که ما را وارد فاز طراحی و تحقیق و توسعه کنند سپس با سرمایه‌گذاری در بخش طراحی در راستای داخلی‌سازی و تحقیق و توسعه صنعت خودرو کشور گام برداریم. عضو هیأت مدیره انجمن همگن قطعه‌سازان استان تهران درباره راهکار پیشنهادی دبیر انجمن خودروسازان مبنی بر جریمه خودروسازان خارجی در قبال عدم پایبندی به تعهدات‌شان اذعان داشت: خودروسازان ایرانی به لحاظ نیاز بازار خودرو ایران به طرف خارجی خود مجبور به مصالحه هستند، اما اگر بتوانیم خارجی‌ها را ملزم به پرداخت جریمه در قبال عدم تعهد به وظایف‌شان در قراردادهای همکاری راهکار بسیار خوبی است، اما به جای جریمه مالی باید از جریمه تکنولوژیکی و در زمینه طراحی و تحقیق و توسعه استفاده کنیم. به عبارت دیگر آنها را ملزم کنیم در صورتی می‌توانند در کشور ما فعالیت کنند که با سرمایه‌گذاری در بازار ایران در بخش طراحی به ما کمک کنند.

داخلی‌سازی می‌کنیم اما با فعالیت مجدد خودروسازان خارجی در بازار ایران نیازهای این صنعت را فراموش می‌کنیم و در نهایت خودروسازان ایرانی با معرفی محصول از سوی شرکت‌های خارجی، اقدام به مونتاژ و خرید قطعات سی کی دی از این شرکت‌ها می‌کنند. عضو هیأت مدیره انجمن همگن قطعه‌سازان استان تهران ادامه داد: متأسفانه ما اصل قضیه را فراموش کرده‌ایم که باید روزی طرح خودرو و شویم و با امکانات، توان و سرمایه انسانی خود خودروسازان خارجی را ملزم کنیم که ما را وارد فاز طراحی و تحقیق و توسعه کنند و نهایتاً به گونه‌ای عمل کنیم که خودرو صد درصد ایرانی طراحی و تولید کنیم. رزمخواه اظهار داشت: بنده بر این عقیده‌ام که با لغو تحریم‌های صنعت خودرو اتفاق جدیدی نخواهد افتاد و مجدداً با ورود برندهای خارجی خودروسازان مشغول مونتاژ می‌شوند و چون ورود آنها به فاز داخلی‌سازی زمانبر خواهد بود، پس از گذشت زمان روابط سیاسی مجدداً محدود شده و شرکت‌های خارجی از ایران می‌روند و صنعت خودرو کشور با تکلیف

عضو هیأت مدیره انجمن همگن قطعه‌سازان استان تهران از دلیل تمایل خودروسازان خارجی برای ورود به بازار خودرو ایران سخن گفت. محسن رزمخواه در گفت‌وگو با خبرنگار خبرخودرو، عنوان کرد: عمده‌ترین دلیل جذابیت بازار خودرو ایران سبب بازار است زیرا ایران دارای بزرگترین بازار خودرو در میان کشورهای منطقه است. همچنین ثروت و قدرت خرید بالای کشور ما جذابیت بازار خودرو ایران را بیشتر کرده است. از طرف دیگر خودروسازان ایرانی از سطح دانش فنی بالاتری نسبت به کشورهای همجوار خود برخوردار هستند و کشورهای همجوار به ویژه افغانستان و عراق نیز از طرفداران خودرو ایرانی هستند بنابراین موارد فوق از جمله عواملی هستند که بازار خودرو ایران را برای شرکای خارجی جذاب کرده است.

وی در پاسخ به این سوال که خودروسازان در صورت همکاری مجدد با شرکای خارجی چه الزاماتی را باید مدنظر قرار دهند، گفت: متأسفانه بارها شاهد بوده‌ایم که به محض خروج خودروسازان خارجی اقدام به

## باید برای دلالت و واسطه‌گران بازار خودرو مالیات سنگینی در نظر گرفت

این افراد با دلالتی مانع از هدایت نقدینگی به سمت تولید می‌شوند. نماینده مردم کرمانشاه در مجلس شورای اسلامی عنوان کرد: طرح مجلس با محوریت این دو موضوع در حال کارشناسی است و پس از تصمیمات نهایی در اولین فرصت به صحن علنی مجلس ارجاع داده خواهد شد. حسینی کیا در پاسخ به این سوال که موضع کمیسیون صنایع در حوزه قیمت‌گذاری خودرو چیست، گفت: نظر کمیسیون بر عرضه خودرو در بورس کالا است و قیمت‌گذاری با تعیین حداقل و حداکثر قیمت و عرضه آن فقط از طریق بورس کالا انجام می‌شود و بدین ترتیب می‌توان قیمت خودرو را مدیریت و کنترل کرد.

عضو کمیسیون صنایع و معادن مجلس شورای اسلامی درخصوصی ورود شورای رقابت در تعیین قیمت پایه خودرو در بورس کالا اذعان داشت: با توجه به عدم ثبات بورس در شرایط فعلی چاره‌ای جز ورود شورای رقابت در تعیین قیمت پایه نیست اما به تدریج با ثبات وضعیت بورس شورای رقابت نقش خود را در قیمت‌گذاری از دست خواهد داد.

عضو کمیسیون صنایع و معادن مجلس شورای اسلامی گفت طرح ساماندهی صنعت خودرو با محوریت افزایش کیفی خودروهای تولید داخل و نظارت بر بازار خودرو توسط اعضای کمیسیون صنایع دنبال می‌شود.

سید جواد حسینی کیا در گفت‌وگو با خبرنگار خبرخودرو، بیان کرد: طرح ساماندهی صنعت خودرو در دستور کار کمیسیون صنایع مجلس قرار گرفته است که یکی از موضوعات مورد بررسی افزایش کیفیت خودرو است. اعضای کمیسیون صنایع بر این عقیده هستند که با ستاره‌دار کردن خودروهای می‌توان بین خودروسازان از لحاظ کیفی رقابت ایجاد کرد. هر خودرویی که بتواند رضایت مشتریان را جلب کند ستاره بیشتری دریافت می‌کند و در واقع آن ستاره معیار معافیت‌های مالیاتی و... قرار بگیرد و از طرف دیگر خودروهایی که ستاره کمتری دریافت کنند خط تولید آنها متوقف خواهد شد. وی ادامه داد: نکته بعدی در طرح مجلس نظارت بر بازار خودرو است. ابتدا باید نقدینگی از حوزه دلالتی خودرو به سمت تولید و اشتغال سوق پیدا کند و باید برای دلالت و واسطه‌گران بازار خودرو مالیات سنگینی در نظر گرفت زیرا

## آگهی مناقصه عمومی

یک مرحله‌ای بشماره ۱-۲-۱۴۰۰



شرکت مخابرات ایران - مدیریت منطقه کردستان در نظر دارد کابل هوایی ۴ گر و ۸ گر مورد نیاز خود را از طریق مناقصه عمومی یک مرحله‌ای از شرکتهای داخلی واجد شرایط و ذیصلاح حقوقی به شرح ذیل خریداری نماید.

متقاضیان شرکت در مناقصه میتوانند به آدرس: استان کردستان - شهر سنندج - خیابان جام جم ساختمان ستادی مدیریت مخابرات منطقه کردستان مراجعه و با تسلیم رسید بانکی به مبلغ ۲۰۰/۰۰۰ ریال واریزی به حساب شماره ۰۱۰۶۱۱۲۹۳۶۰۰۰ سیبا نزد بانک ملی شعبه مرکزی سنندج در وجه شرکت مخابرات ایران - مخابرات منطقه کردستان، اسناد مناقصه را دریافت نموده، و با توجه به مفاد آن پیشنهاد قیمت خود را تنظیم و ارائه نمایند.

۱- آدرس محل تحویل پاکتها: سنندج - خیابان جام جم - ساختمان مرکزی مدیریت منطقه کردستان - طبقه سوم - واحد دبیرخانه.

۲- سپرده شرکت در مناقصه: ۴۲۳/۰۰۰/۰۰۰ ریال

۳- تاریخ فروش اسناد: از تاریخ ۱۴۰۰/۰۲/۲۵ لغایت ۱۴۰۰/۰۳/۰۱

۴- آخرین تاریخ ارسال پاکتهای پیشنهادی: ۱۴۰۰/۰۳/۰۸

۵- تاریخ بازگشایی پاکتهای الف و ب و ج: ۱۴۰۰/۰۳/۰۹

ضمناً اسناد مناقصه در وب سایتهای اینترنتی WWW.TCI.IR می‌باشد.

در صورت تهیه اسناد از طریق وب سایت مذکور، ارائه فیش واریز هزینه فروش اسناد الزامی و بایستی به ضمیمه اسناد مناقصه ارائه گردد. جهت کسب اطلاعات بیشتر با شماره تلفن‌های ۳۳۶۱۲۳۱۹ با کد ۰۸۷ تماس حاصل نمایند. هزینه آگهی به عهده برنده مناقصه می‌باشد.

## آگهی فراخوان مناقصه عمومی دو مرحله‌ای

شماره ۱۴۰۰/۲۰ - ۱۴۰۰/۲۱



شرکت توزیع نیروی برق استان همدان در نظر دارد اعلام به شرح جدول ذیل را از طریق مناقصه عمومی دو مرحله‌ای - از فروشندگان - تولید کنندگان و پیمانکاران شرایط و از طریق فروش اسناد مناقصه خریداری نماید لذا از کلیه تولیدکنندگان، فروشندگان و واحدین شرایط دعوت به عمل می‌آید طی مدت ۵ روز از تاریخ انتشار آگهی به مراجعه به سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) به نشانی اینترنتی WWW.setadiran.ir، نسبت به واریز مبلغ ۴۰۰۰۰۰۰ ریال به حساب سپهرشماره ۰۷-۵۶۸۲۷۹۲۲ نزد بانک صادرات شعبه همدان بنام شرکت توزیع نیروی برق استان همدان و خرید اسناد مناقصه اقدام نمایند.

ردیف	شرح	تعداد	شماره مناقصه	آخرین مهلت تحویل پاکت	تاریخ جلسه بازگشایی پاکت		مبلغ ضمانت نامه (ریالی)	توضیحات
					الف و ب	ج		
۱	انواع لامپ پلنر سدمی	۳۳۰۰۰ عدد	۱۴۰۰/۲۰	۱۴۰۰/۰۳/۱۲	۱۴۰۰/۰۳/۱۳	۱۴۰۰/۰۳/۱۴	۱,۶۸۳,۳۸۰,۰۰۰	سایر اطلاعات و جزئیات در اسناد مناقصه مندرج است
۲	انواع لامپ LED	۱۹۰۰۰ عدد	۱۴۰۰/۲۱	۱۴ ساعت تا	۱۴ ساعت تا	۱۴ ساعت تا	۸۰۲,۰۰۰,۰۰۰	

توضیحات:  
 ۱- به پیشنهادها فاقد امضاء متروپ، معهودین و پیشنهاداتی که بعد از انقضاء مدت فراخوان و خارج ازسامانه ستادوامل خود مطلقاً ترتیب اثر داده نخواهد شد.  
 ۲- به پیشنهادها فاقد ضمانت نامه بانکی معین، ضمانت نامه محدودش کمتر از مبلغ مقررجک شخصی و شرکتهی و نظایر آن ترتیب اثر داده نخواهد شد.  
 ۳- اسناد در سایت ذیل قابل دسترسی می باشد، لذا جهت کسب اطلاعات بیشتر با تلفن ۰۸۱-۲۸۲۷۹۲۲۲ تماس حاصل فرمایید.  
 نشانی سایت سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) WWW.setadiran.ir  
 در صورت عدم ثبت نام و عضویت مناقصه گران فرسامانه ستاد، ضروری است مراحل ثبت نام و عضویت در سامانه مذکور انجام و نسبت به دریافت گواهی امضاء الکترونیکی از دفاتر منتخب اسناد رسمی اقدام گردد. بدینوسیله در صورت عدم اخذگواهی امضاء الکترونیکی، امکان ورودبه سامانه ستاد و شرکت در مناقصه فوق وجود نخواهد داشت.



چگونه اپ‌مان را مشهور کنیم؟

## بازاریابی برای اپ‌ها در دنیای دیجیتال



به قلم: ایوان ویدجیا  
کارشناس کسب و کار و مدیر سایت noobpreneur.com  
ترجمه: علی آل علی

امروزه طراحی اپ‌های موبایلی بدل به یکی از کسب و کارهای پولساز در دنیای دیجیتال شده است. درست به همین خاطر بسیاری از کسب و کارها در این زمینه شروع به فعالیت کرده‌اند. اگر شما هم در این زمینه وارد شده باشید، از درس‌های توسعه اپ آگاهی دارید. در دسر اصلی در این میان پس از طراحی اپ روی می‌دهد. شما برای توسعه اپ‌تان در میان کاربران به بازاریابی نیاز دارید. امروزه اپ‌های بسیار زیادی در دسترس کاربران قرار دارد بنابراین شما باید عملکرد بسیار متفاوتی برای جلب نظر کاربران داشته باشید. هدف اصلی در این مقاله آشنایی با برخی از تکنیک‌های بازاریابی برای توسعه محبوبیت اپ‌هاست. بنابراین اگر شما در زمینه طراحی اپ فعالیت دارید، این مقاله را از دست ندهید.

## ارزیابی مداوم عملکرد اپ

بازاریابی برای توسعه اپ‌های موبایلی همیشه نیازمند صرف هزینه و طراحی کمین نیست. کیفیت اپ شما مهمترین عامل برای توسعه‌اش محسوب می‌شود. بنابراین اگر اپ شما دارای کیفیت مناسبی نیست، باید به طور کامل نسبت به استراتژی‌تان تجدیدنظر نمایید.

یکی از راهکارهای ساده و تاثیرگذار برای بهبود کیفیت اپ‌ها ارزیابی مداوم-شان است. این امر اهمیت بسیار زیادی برای برندها دارد. اگر شما در این راستا عملکرد مناسبی نداشته باشید، کاربران همیشه از کیفیت اپ شما راضی خواهند بود. معنای دیگر این امر دانلود گسترده اپ شما از سوی کاربران و معرفی آن به دامنه هرچه بیشتری از افراد است.

امروزه مهمترین عامل تبلیغ و توسعه یک اپ رضایت کاربران است بنابراین اگر شما در زمینه بهبود کیفیت اپ‌تان عملکرد خوبی داشته باشید به طور خودکار شمار کاربران اپ‌تان افزایش خواهد یافت.

## تبلیغات در شبکه‌های اجتماعی

شبکه‌های اجتماعی دارای تاثیر بسیار زیادی بر روی کاربران است. درست به همین خاطر اغلب برندها سرمایه‌گذاری بسیار وسیعی برای موفقیت در شبکه‌های اجتماعی انجام می‌دهند. اگر برند شما در شبکه‌های اجتماعی مشهور باشد، به احتمال زیاد در میان مشتریان واقعی نیز محبوبیت زیادی دارد. خوشبختانه شبکه‌های اجتماعی از تبلیغات پولی برای کاربران پشتیبانی می‌کنند. بنابراین بسیاری از برندها برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف از این راهکار به خوبی استفاده می‌کنند. شاید در نگاه نخست صرف هزینه‌های فراوان برای تبلیغات در شبکه‌های اجتماعی بسیار بی‌جهت به نظر برسد، اما در بلندمدت طرفداران کسب و کار شما و به عبارت دیگر اپ‌تان را افزایش خواهد داد. شما در تبلیغات اپ‌تان در شبکه‌های اجتماعی باید از کاربران برای نصب اپ‌تان- دعوت به عمل بیاورید. در غیر این صورت هزینه‌های تبلیغاتی‌تان هیچ تاثیری بر روی مخاطب هدف بر جای نخواهد گذاشت. امروزه بسیاری از برندها علی‌رغم صرف هزینه‌های بالا در حوزه تبلیغات توانایی جلب نظر مخاطب هدف را ندارند. دلیل این امر عدم هدف‌گذاری بر روی تبلیغات‌شان است.

## برگزاری کنفرانس‌های خبری

کنفرانس‌های خبری بهترین فرصت برای بیان دقیق اطلاعات درباره اپ شماست. امروزه تمام برندها برای بیان نکات مختلف در رابطه با کسب و کارشان از کنفرانس‌های خبری استفاده می‌کنند. امروزه با توجه به شیوع ویروس کرونا کنفرانس‌های خبری برندها به صورت آنلاین برگزار می‌شود. شما حتی امکان برگزاری کنفرانس آنلاین در شبکه‌های اجتماعی را نیز دارید. به این ترتیب هزینه‌های‌تان برای برگزاری کنفرانس به طور قابل ملاحظه‌ای کاهش می‌یابد. شما در کنفرانس‌تان درباره اپ برند باید به نکات بسیار دقیقی اشاره نمایید. این امر شامل کارایی اپ‌تان و همچنین مزایای آن در مقایسه با دیگر نمونه‌های موجود در بازار است. فقط در این صورت شما شانس برای جلب نظر کاربران خواهید داشت.

## همکاری با اینفلوئنسرها

یکی از ساده‌ترین راهکارها برای توسعه اپ‌ها در میان کاربران همکاری با اینفلوئنسرهاست. این افراد به دلیل تاثیرگذاری بالا بر روی کاربران امکان جلب نظر دامنه وسیعی از مردم به اپ شما را دارند بنابراین همکاری با آنها باید در دستور کار شما قرار داشته باشد. مهمترین مسئله در ارتباط با اینفلوئنسرها پیدا کردن افراد درست برای کسب و کارتان است. در غیر این صورت تمام هزینه‌های شما در این حوزه بی‌فایده خواهد بود.

منبع: noobpreneur.com



## ۱۵ استراتژی افزایش آگاهی از برند



این امر که به مانند برندهای دیگر باشید، شناس ماندگاری و کسب موفقیت شما را کاهش خواهد داد. در واقع جهان خواهان موارد متفاوت است. به همین خاطر هم برندهای مختلف تلاش می‌کنند تا سبک مخصوص به خود را داشته باشند. شما نیز باید به دنبال انتقال مفاهیمی باشید که تاکنون به آنها توجه نشده و یا کمتر مورد استفاده قرار گرفته است. در این رابطه حتی طراحی لوگو، رنگ و شعار نیز می‌تواند کاملا در همین راستا باشد. به همین خاطر نیز توصیه می‌شود که برای ایجاد برند، عجولانه رفتار نکنید.

## ۱۳- پادکست تولید نماید

این امر کاملا طبیعی است که بسیاری از افراد توانایی تولید محتوای ویدئویی را نداشته باشند. با این حال برای پادکست، شما به امکانات به مراتب کمتری نیاز خواهید داشت. این امر در حالی است که آمارها بیانگر رشد فوق‌العاده محبوبیت آن است. در واقع امروزه گوش دادن به پادکست خصوصا در زمان‌های مرده، به یک ترند جهانی تبدیل شده است. در این راستا بسیاری از برندها شکل گرفته است که این اقدام را برای شما انجام می‌دهند.

## ۱۴- از تبلیغات کلیکی استفاده کنید

یکی از بخش‌های بسیار کاربردی اینترنت، امکان تبلیغات کلیکی است. بر این اساس شما تنها به ازای هر بار کلیک بر روی تبلیغ خود، مبلغی را به گوگل پرداخت خواهید کرد. این نکته را مورد توجه داشته باشید که در حال حاضر گوگل، محبوب‌ترین مرورگر جهان محسوب شده و این امر به معنای آن است که شما حتی شانس بازدید میلیونی را هم خواهید داشت.

## ۱۵- استفاده از اینفلوئنسرها

در نهایت توصیه می‌شود که با اینفلوئنسرهای شبکه‌های اجتماعی مختلف، همکاری داشته باشید. این افراد به علت آنکه مخاطبان زیادی را دارند، می‌توانند زمینه رشد سریع شما را مهیا کنند. با کمی اصلاح بودجه تبلیغاتی و حذف موارد کم‌بازده، بدون شک بودجه لازم برای فعالیت در این بخش را به دست خواهید آورد.

منبع: wordstream.com

## ۵- به جامعه محلی خود توجه ویژه‌ای داشته باشید

بالاترین شانس خرید را شما در منطقه فعالیت خود خواهید داشت. به همین خاطر بسیار مهم است که به این بخش توجه ویژه داشته باشید. در این راستا شما باید طرح‌هایی مخصوص را داشته باشید تا افراد به خوبی تفاوت خود را با مشتری‌های سایر مناطق حس نمایند. در این راستا شما می‌توانید انواع دوره‌های آموزشی، نشست‌ها و هر اقدام جذاب دیگر که به علت فاصله نزدیک، امکان به اجرا در آمدن آنها وجود دارد را در دستور کار خود قرار دهید.

## ۶- تبلیغ بر روی وسایل نقلیه

کاملا طبیعی است که تبلیغ بر روی اتوبوس‌ها، مترو و... پرهزینه باشد، با این حال با کمی خلاقیت شما می‌توانید از دوجرخه، ماشین شخصی، موتور و حتی اسکیت برای تبلیغ برند خود استفاده نمایید. در این زمینه اولویت کمک گرفتن از افراد تیم شرکت است. در این راستا می‌توانید قراردادهای ماهانه امضا نمایید تا افراد تبلیغ شما را در وسایل نقلیه خود قرار دهند. در این رابطه ممکن است تصور کنید که فضاهایی نظیر دیوار خانه‌ها، به مراتب بهتر است. با این حال دو نکته را باید مورد توجه قرار دهید. نخست آنکه کمتر کسی حاضر است که ظاهر خانه خود را با تبلیغات زشت نماید و به علت ثابت بودن، شانس دیده‌شدن شما محدود خواهد شد.

## ۷- اقدامی رایگان را انجام دهید

بدون شک هر فردی از اقدامی رایگان استقبال خواهد کرد. در این زمینه شما می‌توانید کیسه‌های خرید یا لوگوی برند خود را طراحی کنید و در نمایشگاه‌ها و هر فضای که افراد زیادی حضور دارند، قرار دهید. همچنین می‌توانید بسته‌های رایگان را به مناسبتهای مختلف، بخش نمایید. در این رابطه اگر با کمبود بودجه مواجه هستید، توصیه می‌شود که افراد سرشناس را مورد توجه قرار دهید. در واقع حتی یک استوری آنها، احتمال جذب چندین مشتری جدید را به همراه دارد.

## ۸- در شبکه‌های اجتماعی مسابقات و چالش‌های جذاب ایجاد نماید

یکی از بدترین استراتژی‌ها در شبکه‌های اجتماعی این است که افراد تنها بازدیدکننده اقدامات باشند. در این راستا شما می‌توانید با چالش‌ها و مسابقات جذاب، نه تنها شانس ترند شدن را داشته باشید، بلکه به خوبی مخاطبان و مشتریان را با برند خود درگیر نمایید. در نوع مسابقه، لازم است که به موضوعی توجه نمایید که با محصولات و کسب و کار شما ارتباط داشته باشد. برای مثال چالش عکس با محصول و رای دادن افراد، یکی از ساده‌ترین نمونه‌ها محسوب می‌شود.

## ۹- در شبکه‌های اجتماعی حضوری فعال داشته باشید

از اشتباهات رایج بسیاری از برندها این است که تنها در یک شبکه حضور دارند. این امر در حالی است که اگر حضور حداکثری را در دستور کار خود قرار دهید، شناس موفقیت بالایی را خواهید داشت. بدون شک مدیریت هر شبکه، به حداقل یک نفر نیاز خواهد داشت. به همین خاطر می‌توانید افرادی را پیدا کنید که حاضر به فعالیت و کسب درآمد از سود حاصل از فروش در شبکه انتخاب شده هستند. همچنین در کنار این اقدام می‌توانید تیمی حرفه‌ای در زمینه تولید محتوا را داشته باشید. تحت این شرایط شما باکیفیت‌ترین محتواها را برای هر شبکه در اختیار خواهید داشت و اقدامات با نظم بهتری جلو می‌رود. در این زمینه فراموش نکنید که هر شبکه، ویژگی‌های مخصوص به خود را داشته و به همین خاطر فعالیت یکسان، ابتدا نتیجه‌بخش نخواهد بود.

## ۱۰- از لینکدین غافل نشوید

با توجه به این امر که لینکدین شبکه اختصاصی کسب و کار محسوب می‌شود، حضور در آن اعتبار برند شما را افزایش خواهد داد. در لینکدین شما می‌توانید برندها و افراد مختلفی برای همکاری را نیز پیدا کنید. جدیدترین تحقیقات حامی از آن است که شرکت‌ها به آدرس صفحات شما در شبکه‌های اجتماعی بیشتر باشند، مخاطب شما را برندی قابل اعتمادتر تلقی خواهد کرد. این امر خصوصا برای کسب و کارهای اینترنتی بسیار مهم خواهد بود.

## ۱۱- داستانسرایی حرفه‌ای داشته باشید

داستانسرایی یکی از شیوه‌های جذاب محسوب می‌شود که ماندگاری بالایی در ذهن مخاطب نیز به همراه دارد، با این حال این اقدام نیاز به مهارت دارد. به همین خاطر توصیه می‌شود که حداقل یک دوره آنلاین را سپری کنید. همچنین توجه به اقدامات انجام شده از سوی سایر برندها نیز به افزایش شانس موفقیت شما منجر خواهد شد.

## ۱۲- شخصیت منحصر به فردی را برای برند خود ایجاد نماید

## به قلم: مگان مارس

کارشناس حوزه بازاریابی

مترجم: امیر آل علی

در بازار به شدت رقابتی حال حاضر، این موضوع بسیار مهم است که برند شما به خوبی شناسایی شود. این امر احتمال خرید و افزایش تعداد مشتریان را به مراتب بیشتر خواهد کرد. به همین خاطر نیز لازم است تا همواره به دنبال افزایش آن باشید. در این راستا استراتژی‌هایی را بررسی خواهیم کرد که شما را در رسیدن به این خواسته کمک خواهند کرد. در واقع شما باید به حدی شناخته شده باشید که در صورت احساس نیاز به محصول، نام برند شما یکی از گزینه‌های اصلی خرید محسوب شود. نکته مهمی که لازم است تا به آن توجه داشته باشید، اهمیت بستر اینترنت است. در واقع امروزه هیچ کسب و کاری بدون توجه به این بخش نمی‌تواند نتایج خوبی را به دست آورد. به همین خاطر هم طبیعی است که در بسیاری از این استراتژی‌ها، به این بستر توجه ویژه‌ای شده باشد.

## ۱- طرحی برای ایجاد وفاداری داشته باشید

هنگامی که جامعه هدف و یا مشتری بدانند که با انتخاب برند شما مزیت‌های متنوعی را به دست خواهند آورد، حتی به صورت طبیعی اقدام به تبلیغ شما خواهند کرد. یکی از مشکلات حال حاضر اکثر برندها، توجه تنها به مقوله مشتری‌سازی است. این امر در حالی است که باید برای حفظ آنها نیز برنامه‌ای داشته باشید. برای درک بهتر این موضوع توصیه می‌شود که نگاهی به تجربه برندهای موفق داشته باشید. برای مثال دراپ باکس به کاربران جدید خود، فضای رایگان محدودی را می‌دهد. این موضوع خصوصا در ابتدای کار، باعث شد تا سریعا محبوب شود. نکته جالب این است که هر کاربر، با اقداماتی نظیر معرفی برنامه به دوستان خود می‌تواند تا حداکثر ۱۶ گیگابایت حجم به دست آورد. به همین خاطر طرح وفاداری نه تنها برای حفظ مشتری، بلکه در زمینه مشتری‌سازی نیز بسیار مهم و کاربردی خواهد بود.

## ۲- استفاده از پست مهمان

به صورت خلاصه، پست مهمان به این موضوع اشاره دارد که از محتواهای تولیدشده سایر افراد استفاده نمایید. در این زمینه ممکن است افراد به صورت اختصاصی برای شما تولید محتوا نمایند و یا استراتژی بازنشر را پیاده‌سازی کنید. در هر دو صورت شما نتایج بسیار خوبی را به دست خواهید آورد. در این رابطه فراموش نکنید که بسیاری از مشتریان، تمایل به استفاده تولید محتوا در زمینه فعالیت شما دارند. به همین خاطر ضروری است تا به آنها نیز توجه داشته باشید. با این حال بالاترین حد نتایج از این اقدام را زمانی به دست خواهید آورد که از افراد سرشناس خصوصا در زمینه کاری خود استفاده نمایید. نکته دیگری که باید به آن توجه داشته باشید، کیفیت کار است که باید استانداردهایی را برای خود قائل شوید تا مطالب، ارزش مشاهده بالایی داشته باشند. در این راستا تنها به متن محدود نباشید. بنابر آمارهای منتشر شده، در حال حاضر ویدئوهای کوتاه، بالاترین حد محبوبیت را دارند.

## ۳- اینفوگرافی تولید نماید

از دیگر اقداماتی که لازم است تا مورد توجه قرار دهید، استفاده از اینفوگرافی است. در واقع این نوع محتوا، به علت استفاده همزمان از عکس و متن، جذابیت بسیار بالایی را دارد. همچنین این امکان را مهیا می‌کند که شما حجم بالایی از مطالب را به صورت کاملا خلاصه و قابل فهم، بیان نمایید. از نظر سئو نیز وجود اینفوگرافی، کاملا مفید خواهد بود، با این حال فراموش نکنید که شما تنها به تولید محدود نبوده و می‌توانید موارد مناسب را ترجمه هم نمایید.

## ۴- متن معرفی داشته باشید

از دیگر اقدامات ضروری این است که متنی جذاب را در اختیار داشته باشید تا برای جامعه هدف خود ارسال نمایید، با این حال متن کافی نبوده و شما باید تجربه استفاده از محصول را نیز مهیا سازید. برای مثال یک هدیه، می‌تواند اقدامی کاملا هوشمندانه باشد. این امر باعث خواهد شد تا افراد مجبور به ارسال اطلاعات خود شوند که در زمینه برنامه‌ریزی‌های آینده، بسیار کاربردی خواهد بود. در این رابطه الیکیشن‌ها یک نمونه بسار خوب محسوب می‌شود. در واقع اکثر آنها به این صورت است که شما به صورت رایگان به برخی از امکانات دسترسی خواهید داشت و برای نسخه کامل آن، باید هزینه‌ها را پرداخت نمایید. این امر باعث خواهد شد تا تردیدهایی افراد برای خرید، به حداقل برسد. با کمی خلاقیت در هر کسب و کاری می‌توان مشابه این طرح را به اجرا درآورد.



## اخبار

مدیرکل راهداری و حمل و نقل جاده ای همدان:

## افزایش نرخ حمل کالا بر اساس شاخص جدید تن کیلومتر

**همدان - خبرنگار فرصت امروز:** مدیرکل راهداری و حمل و نقل جاده ای همدان با اشاره به افزایش ۳۱ درصدی نرخ حمل کالا گفت: این افزایش موضوعی کشوری است که بر اساس تن کیلومتر انجام می شود.

به گزارش روابط عمومی اداره کل راهداری و حمل و نقل جاده ای استان همدان، صفر صادقی راد اظهار داشت: تعیین نرخ حمل بر اساس تن کیلومتر مطابق مصوبه شماره ۲۰۹ شورای عالی هماهنگی ترابری کشور انجام شده و آخرین به روزرسانی شاخص نرخ حمل بر اساس تن کیلومتر مبلغ ۱۲۱۶ ریال به ازای هر تن تعیین و از طرف مدیرکل دفتر حمل و نقل کالای کشور و با همراهی



تشکل های صنعتی شرکتها و رانندگان به تمامی استانها ابلاغ شده است.

وی افزود: این روند از تاریخ نهم اردیبهشت سال جاری اجرائی شده و به شکل متمرکز و ستادی در سامانه مدیریت کنترل بارنامه استان ها اعمال شد صادقی راد ادامه داد: این افزایش بر اساس درخواست های تشکل های صنعتی رانندگان و با در نظر گرفتن افزایش هزینه های موثر در نگهداری و فعالیت ناوگان انجام شده و همه واحدهای تولیدی استان ملزم به رعایت نرخ های تعیین شده هستند. مدیرکل راهداری استان همدان یادآور شد: در ۱۰ روز گذشته سال جاری بر اساس آمار و اطلاعات موجود در سامانه کنترل بارنامه بیش از ۳۰ هزار تن انواع سیمان و کلینکر داخلی و صادراتی حمل شده است که متأسفانه عدم تعامل مدیریت کارخانه سیمان دربارگیری محصولات و اعلام بار خارج از ظرفیت واقعی بارگیری و دخالت در امور حمل و نقل و اعمال سلیقه و عدم رعایت حقوق رانندگان و ... مشکلات عدیده ای را برای این بخش ایجاد کرده که بیش از ۵۰۰ نفر راننده و انجمن های صنفی از این موضوع ناراضی هستند. صادقی راد اضافه کرد: به همین منظور با توجه به تعامل این اداره کل و شرکتها و رانندگان زحمتکش انتظار می رفت مدیریت کارخانه سیمان با ارائه اطلاعات صحیح، زحمت و تلاش های این بخش را به درستی بیان می کرد.

مدیرکل راهداری و حمل و نقل جاده ای استان همدان تأکید کرد: هم اکنون نرخ حمل هر تن چغندر از امیدا شهرستان شوش به استان همدان با مسافت ۵۵۴ کیلومتر ۱۲۵ هزار تومان برای هر تن بوده این در حالی است که نرخ حمل کلینکر از امیدا شرکت سیمان همگمان به بندر امام خمینی (ره) با مسافت ۶۹۸ کیلومتر ۲۷۴ هزار تومان است.

این مسئول بیان داشت: این تفاوت قیمت و نرخ بالاتر حمل کالا در مسافت های یکسان که بیش از دو برابر مبلغ پیشنهادی شرکت سیمان است، موجب شده که حمل کلینکر با کندی مواجه شود اما حمل سیمان که از کالاهای اساسی است بدون وقفه انجام گرفته و شرکت سیمان باید قیمت کلینکر حمل را واقعی کند.

صادقی راد تصریح کرد: بر اعلام مدیران سیمان همگمان در دو سال گذشته به ویژه سال ۱۳۹۸ یکی از درخشان ترین سالهای فروش سیمان بوده که این موفقیت جز با همراهی و مساعدت مجموعه حمل و نقل استان میسر نشده است. هم اکنون ۱۳ شرکت حمل و نقل سیمان در پایانه شاهنجرین و یک شرکت در پایانه سیمان اکیانان شهرستان رزن مشغول به فعالیت هستند.

## وضعیت سامانه ۲۰۱۰ در مخابرات منطقه گلستان بررسی شد

**گرگان - خبرنگار فرصت امروز:** با حضور مدیر مخابرات منطقه گلستان وضعیت سامانه ۲۰۱۰ بررسی شد. دکتر غلامعلی شهمرادی با تشکیل جلسه ای، وضعیت سامانه ۲۰۱۰ را با حضور مدیران و روسا و کارشناسان مرتبط بررسی کرد. مدیر مخابرات منطقه گلستان با تأکید بر اینکه ارتباط بین مشتریان و مخابرات از طریق درگاههای مختلف برقرار است گفت: آگاهی از نیاز مشتریان و همچنین مشکلات مخابراتی آنها در راستای ارائه خدمات مطلوب و جلب رضایت مصرف کنندگان ضرورت دارد و به همین دلیل راه اندازی درگاهها و کیفیت پاسخگویی، ابزاری موثر مفید در این راستا است. وی با تأکید بر افزایش ارتقاء سطح رسیدگی به مشکلات مخابراتی مشتریان در سامانه به حاضرین در جلسه افزود: تسریع و کاهش زمان رفع خرابی ها بسیار مهم بوده و نباید از این مسئله غافل شد. مدیر مخابرات منطقه گلستان با ارائه راهکارهای موثر در راستای اجرای صحیح فرآیند رفع خرابی و رسیدگی به مشکلات ثبت شده در سامانه های ۲۰۱۰ دستور تشکیل گروههای کاری منسجم در این رابطه را صادر و ارائه گزارش روزانه را خواستار شد. لازم به یاد آوریت سامانه پاسخگویی ۲۰۱۰ یا مرکز تماس منمکز ویژه مشتریان تجاری شرکت مخابرات ایران به صورت ۲۴ ساعته و حتی در روزهای تعطیل، پاسخگویی خدمات مورد نیاز مشتریان است. این شبکه قابلیت دارد تا امکان انتخاب زبان فارسی یا انگلیسی، ارائه اطلاعات صورتحساب، اطلاع در خصوص محصول ها و سرویس ها، تغییر سرویس فعلی، ارتباط با پشتیبانی فنی و اطلاع از وضعیت مکاتبه ها را در اختیار مشترکان قرار دهد.



## تجلیل از اداره کل نوسازی مدارس گیلان بعنوان استان پیشرو در اجرای طرح تحول آجر به آجر و پوشش ملی «من مادرم، بچه های ایران فرزند من»

**رشت - خبرنگار فرصت امروز:** به گزارش روابط عمومی به نقل از پایگاه اطلاع رسانی سازمان نوسازی، توسعه و تجهیز مدارس کشور، در جلسه شورای معاونین و مدیران سازمان نوسازی مدارس کشور از استان های پیشرو در اجرای طرح تحولی آجر به آجر و پوشش ملی «من مادرم، بچه های ایران فرزند من» تقدیر شد.

فاطمه مهاجرانی معاون برنامه ریزی و توسعه مشارکت های سازمان نوسازی، توسعه و تجهیز مدارس کشور گفت: نتایج ارزیابی اجرای برنامه های پوشش ملی «من مادرم، بچه های ایران فرزند من»، براساس شاخص های تعریف شده در

ترویج و معرفی طرح و میزان جذب مشارکت های مردمی در تحقق اهداف پوشش صورت گرفت که از مدیران کل استان های خوزستان، گیلان، خراسان جنوبی و کرمانشاه که به ترتیب حائز رتبه های اول تا چهارم شدند تقدیر به عمل آمد.

مهاجرانی تأکید کرد: طرح ملی آجر به آجر، فارغ از میزان تمهیدات مالی، نشر فرهنگ کار خیر، ترویج ایده جمع سپاری و آشنایی بیشتر آحاد جامعه با موضوع مدرسه سازی را در نظر دارد که ایجاد شبکه داوطلبان مدرسه ساز و حفظ و توسعه شبکه خیرین مدرسه ساز از دیگر اهداف طرح ملی آجر به آجر است.

معاون برنامه ریزی و توسعه مشارکت های سازمان نوسازی مدارس کشور افزود: این طرح نیکوکارانه با همراهی جامعه خیرین مدرسه ساز کشور از سال گذشته کلید خورد، که در حال حاضر در قالب پوشش «آجرهای مهربانی» همزمان با ماه مبارک رمضان در حال اجراست. پیش تر نیز پوشش های «پهر را با محرم آغاز کنیم» و «من مادرم، بچه های ایران فرزند من» اجرا شد که در مجموع بیش از یک میلیون نفر در قالب این پوشش ها، باغبان بر هشت میلیارد تومان به امر مقدس مدرسه سازی کمک کرده اند. هموطنان عزیز و نیکوکار می توانند به منظور شرکت در طرح آجر به آجر، با مراجعه به سامانه <https://ajorbajor.ir> و سایت "مهر مدرسه" <https://mehremadrese.ir> و انتخاب استان مورد نظر با هر میزان آورده حتی به اندازه یک آجر در امر حسنه مدرسه سازی مشارکت داشته باشند.



در نیروگاه شهید رجایی قزوین محقق شد:

## بازگشت ۲۵۰ مگاوات به شبکه تولید برق

**قزوین - خبرنگار فرصت امروز:** واحد شماره ۲ بخاری نیروگاه شهید رجایی پس از انجام تعمیرات بازدید دوره ای، دوباره به شبکه سراسری تولید برق پیوست.

به گزارش روابط عمومی شرکت مدیریت تولید برق شهید رجایی، حبیب شریفی سرپرست مدیریت نیروگاه بخار در تشریح خبر بازگشت دوباره واحد شماره ۲ بخاری به مدار تولید برق گفت: این واحد با توان نامی ۲۵۰ مگاوات که به منظور انجام تعمیرات بازدید دوره ای و برای کسب آمادگی تولید برق پایدار از مدار تولید، خارج شده بود، پس از انجام فعالیت های پیش بینی شده تعمیراتی، دوباره به شبکه سراسری تولید برق پیوست.

شریفی در خصوص فعالیت های این دوره از تعمیرات بیان داشت: بازدید از فن ها، پمپ ها و الکتروموتور های ۶۶ کیلوولت، بازدید از مشعل ها، بازدید و تست و الوالهای بای پاس، بازدید دوره ای از فیلترها، رفع نشتی از دلتاهای برج خنک کننده، بازدیدهای دوره ای بر روی لوله های فشار بالا، همچنین بازدید از زنتاور و سیستم تحریک از فعالیت های بود که از سوی متخصصان این نیروگاه با موفقیت به پایان رسید.

شریفی افزود: انجام تست رله های حفاظتی ترانس ژنراتور و بازدید و سرویس بریکر های سوئیچگیر ۶۶ کیلو ولت به همراه بازدید و سرویس بریکر های ۴۰۰ ولت و تست رله های حفاظتی بریکر های ۴۰۰ ولت و انجام انواع تست های الکتریکی به همراه بازدید و تست تجهیزات ابزار دقیق از مهم ترین اقداماتی بود که در این دوره از تعمیرات از سوی متخصصان نیروگاه به پایان رسید.

## برگزاری جلسه ستاد دانشگاهی مدیریت و کنترل بیماری کرونا دانشگاه علوم پزشکی مازندران

**ساری - دهقان:** به گزارش خبرنگار مازندران، در جلسه ستاد دانشگاهی مدیریت و کنترل بیماری کرونا که در دانشگاه علوم پزشکی مازندران برگزار شد، گزارشی از آخرین وضعیت و اقدامات صورت گرفته در زمینه بیماری کرونا و وضعیت اجرای واکنش های گروه های هدف در سطح استان ارائه شد و سپس مسئولین کار گروه های مختلف این ستاد گزارشی از آخرین برنامه ها و اقدامات انجام شده در کنترل بیماری کرونا را در سطح مراکز درمانی و بهداشتی استان در روزهای اخیر ارائه دادند.



**آذربایجان شرقی - ماهان فلاح:** دبیر کمیسیون هماهنگی بانکهای آذربایجان شرقی گفت: در سال گذشته ۲۵۴ هزار میلیارد ریال تسهیلات در بخش های مختلف اقتصادی پرداخت شده که نسبت به سال ۱۳۹۸ شمس ۱۱۳ درصد رشد داشت.

به گزارش خبرنگار ما در تبریز، عادل غلامی با اعلام این خبر اظهار کرد: ۹۶ درصد مصوبات بانکی ستاد تسهیل استان در راستای حمایت از واحدهای تولیدی عملیاتی شده است.

وی به داده های بانک مرکزی تا پایان دی ماه سال گذشته و اینکه کل منابع استان در بانک های دولتی، نیمه دولتی و خصوصی بیش از ۹۸۴ میلیارد ریال بوده است، اشاره کرد و افزود: از این مقدار سهم بانک های دولتی و نیمه دولتی ۷۱ درصد و سهم بانک های خصوصی ۲۹ درصد بود.

وی اضافه کرد: کل تسهیلات پرداخت شده در سال گذشته بیش از ۵۳۶ هزار میلیارد ریال بوده که سهم بانک های دولتی و نیمه دولتی ۹۳ درصد و سهم بانک های خصوصی هفت درصد بوده است.

وی با اشاره به عملکرد بانک های دولتی تا پایان اسفند، گفت: ۷۳۴ هزار میلیارد ریال جمع منابع، ۵۴۲ هزار میلیارد ریال کل تسهیلات ۲۹ هزار میلیارد ریال مجموع مطالبات استان بوده که منابع استان نسبت به سال گذشته ۵۱ درصد و تسهیلات ۴۹ درصد رشد داشته است. این مقام مسوول بانکی ادامه داد: نسبت مصارف به منابع بانک های دولتی بدون کسر سپرده قانونی ۷۴ درصد، نسبت مصارف به منابع بانک های دولتی با کسر سپرده قانونی بانک مرکزی ۸۴ درصد و نسبت مطالبات غیر جاری به مصارف (تسهیلات) نیز ۵،۴ درصد بوده است.



وی اظهار کرد: در سال گذشته ۲۵۴ هزار میلیارد ریال تسهیلات در بخش های مختلف اقتصادی پرداخت شده که نسبت به سال ۱۳۹۸ شمس ۱۱۳ درصد رشد داشت.

دبیر کمیسیون هماهنگی بانکهای آذربایجان شرقی گفت: از مجموع تسهیلات پرداخت شده سهم بخش صنعت و معدن ۴۲ درصد، بازرگانی ۱۶ درصد، کشاورزی ۱۴ درصد، مسکن و ساختمان ۵ درصد و خدمات ۲۲ درصد بوده است.

وی با اشاره به اینکه ۷۰ درصد تسهیلات حمایت از کسب و کارهای آسیب دیده از کرونا پرداخت شده، ادامه داد: ۴۹ هزار نفر برای تسهیلات قرض الحسنه ازدواج ثبت نام کرده بودند که به ۹۰ درصد ثبت نام شدگان تسهیلات پرداخت شد. وی با اشاره به عملکرد بانک های دولتی در اعطای تسهیلات تکلیفی تا پایان بهمن ماه پارسال، افزود: ۸۵ درصد تسهیلات مسکن خانواده

بر اساس اعلام مرکز تحقیقات صداوسیما؛

## محافل حرم حضرت معصومه (س) پر مخاطب ترین برنامه های معارفی صداوسیما شد

مخاطب به خود در رتبه نخست شبکه های رسانه ملی در این زمینه نیز قرار گرفته است.

همینطور حدود ۲۶ درصد مردم برنامه های مناجات خوانی شبکه های مختلف سیما را دنبال کرده اند که شبکه یک سیما با پوشش مناجات خوانی حرم مطهر بانوی کرامت که توسط مهدی سلحشور اجرا شد مخاطب بیشتری نسبت به سایر برنامه های مناجات خوانی صدا و سیما داشته است.

گفتنی است با عنایت حضرت معصومه سلام الله علیها و لطف نگاه مخاطبان این برای دومین سال پیاپی است که هر سه برنامه تولید شده در حرم مطهر حضرت معصومه سلام الله علیها رتبه نخست برنامه های ترتیل خوانی، مناجات خوانی و سخنرانی مذهبی را به خود اختصاص می دهد. مراسم ترتیل خوانی حرم مطهر بانوی کرامت از سال ۱۳۷۰ هر ساله با حضور پرشور زائران و مجاوران حضرت معصومه سلام الله علیها برگزار شده و از زمان شیوع ویروس کرونا بدون حضور مردم و به صورت رسانه ای برگزار می شود که همچنان مخاطبان خود را حفظ کرده است.



های سیما ایستاده است.

همچنین بیش از ۲۵ درصد مردم در ماه مبارک رمضان ۱۴۰۰ پای سخنرانی های مذهبی سیما از شبکه های مختلف نشستند و در این میان شبکه سه که سخنرانی حجت الاسلام والمسلمین ناصر رفیعی در حرم مطهر بانوی کرامت را منعکس کرده است با اختصاص ۱۰۴ درصد

مدیرعامل شرکت برق منطقه ای خوزستان گفت:

## تداوم رشد نگران کننده مصرف برق در خوزستان

**اهواز - شبنم قجوانند:** مدیرعامل شرکت برق منطقه ای خوزستان گفت: تداوم روند افزایشی مصرف برق در استان نگران کننده است و شبکه برق خیلی زودتر از سال های قبل وارد برپاری شده است. محمود دشت بزرگ اظهار کرد: در دو روز گذشته رشد ۳۷ و ۲۳ درصدی در پیک مصرف برق نسبت به مدت مشابه سال های قبل اتفاق افتاده که هشدار این از سال متفاوتی که در پیش داریم.

وی با اشاره به افزایش دما نسبت به سال قبل، افزود: مصرف شش هزار و ۴۲۶ مگاوات در ساعت های اوج نشان می دهد که شبکه برق خیلی زود وارد برپاری شده که این خود منجر به آسیب به شبکه و حادثه های



**رشت - خبرنگار فرصت امروز:** شهردار رشت ترویج و تبلیغ معروقات را بستر ساز کارآمدی نظام اداری و ارتقاء عملکرد آن دانست و گفت: ترویج فرهنگ شهروندی مصداق امر به معروف است.

به گزارش واحد خبر مدیریت ارتباطات و امور بین الملل شهرداری رشت، سید محمد احمدی شهردار رشت در جلسه شورای امر به معروف و نهی از منکر شهرداری اظهار داشت: تبلیغ و ترویج معروقات به کارآمدی نظام اداری و ارتقاء عملکرد آن کمک شایان توجهی می کند.

شهردار رشت در این جلسه برگزاری جلسات ستادی شورای امر به

معروف و نهی از منکر را مورد اشاره قرار داد و با بیان اینکه جلسات استانی این شورا به ریاست آیتالله فلاحتی نماینده ولی فقیه در استان گیلان برگزار می شود عنوان کرد: در جلسات شورای امر به معروف و نهی از منکر نقشه راه و سیاستگذاری های لازم در این مسیر تدوین و هدفگذاری می شود.

شهردار رشت کارآمد بودن نظام اداری را از جمله اهدافی که شهرداری به دنبال تحقق آن است اعلام کرد و با بیان اینکه بسترهای لازم برای این کار باید فراهم شود تصریح کرد: نظام اداری ناکارآمد موجب بدبینی مردم به نظام می شود بنابراین اصلاح ساختارها و تلاش برای کارآمدی بیشتر می تواند نتایج در خور توجهی را به دنبال داشته باشد. احمدی با بیان اینکه باید در مسیر ترویج و تبلیغ معروقات در نظام اداری تلاش شود کارآمدسازی نظام اداری را راهکاری مهم برای ایجاد همه گونه

مدیرکل امور اجتماعی و فرهنگی استانداری:

## تدوین سند جامع پیشگیری از خشونت در آذربایجان شرقی

علوم پزشکی تبریز، اداره کل بهزیستی و با استفاده از ظرفیت مردمی در جهت کاهش این آسیب ها اقداماتی انجام شد که نشان می دهد برای پاسخ گویی و مواجهه منطقی با دو موضوع خودکشی و خشونت گام های موثری برداشته ایم و مسیر طی شده و مجموعه اقدامات نتیجه بخش بوده است. وی در رابطه با موضوع طلاق نیز گفت: در بحث طلاق وضعیت مان چندان خوب نیست و حتما لازم است تا تمامی دستگاه های متولی این بخش با عزم بیشتر و نقشه راه عملیاتی تر تلاش کنند چرا که مقوله ای طلاق می تواند مسائل دیگری را ایجاد کند.

شکوهری در پایان گفت: موضوع اعتیاد برخلاف سطح کشور که به عنوان اولویت اول مسائل اجتماعی مطرح است، در استان ما این طور نیست و ما به دلایل مختلف به خصوص اقدامات دستگاه های ذی صلاح و فرهنگ عمیق مردم، چندان درگیر این مسئله نیستیم و اعتیاد اولویت اول ما در حوزه مسائل اجتماعی نیست، بطوری که رتبه ای ما در حوزه اعتیاد در سطح کشور ۲۸ به بعد است.



می دهد که اقدامات درستی در این راستا انجام شده است.

مدیرکل امور اجتماعی و فرهنگی استانداری آذربایجان شرقی خاطر نشان کرد: در رابطه با بحث خودکشی و خشونت با حضور دانشگاه





## ۹ تکنیک افزایش فروش اینترنتی

به قلم: چندان آندیا  
نویسنده حوزه بازاریابی  
مترجم: امیر آل‌علی

اینترنت در حال حاضر مهمترین بستر فروش محسوب می‌شود. به همین خاطر طبیعی است که توجه ویژه‌ای را به آن داشته باشیم. در این راستا اگرچه تمامی برندها در تلاش برای افزایش فروش خود هستند، با این حال آمارها حاکی از آن است که درصد بالایی از آنها در این زمینه عملا موفق ظاهر نمی‌شوند. تحت این شرایط سوال اصلی این است که چه عواملی باعث این اتفاق می‌شود؟ با تحلیل اقدامات انجام شده از سوی برندهای موفق، ۹ تکنیک برای افزایش فروش اینترنتی انتخاب شده است که در ادامه آنها را بررسی خواهیم کرد.

### ۱- شخصیت مشتری‌ها را بشناسید

شما باید سعی کنید که نه تنها در رابطه با مشتریان، بلکه درباره مخاطبان و جامعه هدف هم اطلاعات خوبی را به دست آورید. این امر باعث خواهد شد تا بتوانید آم‌ن‌ها را در گروه‌های انواع تیپ‌های شخصیتی قرار دهید. درواقع اولین گام در زمینه فروش این است که مشتری‌های خود را به خوبی دسته‌بندی نمایید. پس از این اقدام لازم است تا اطلاعاتی نظیر انگیزه و یا موانع خرید در کنار علایق آنها را پیدا کنید. با این اقدام می‌توانید برنامه‌ریزی‌های لازم برای تحت تاثیر قرار دادن هر فردی را داشته باشید. درواقع تصور این امر که مشتری خود به جود می‌آید، حتی می‌تواند کسب و کار شما را نابود کند. برای سهولت کار در این بخش، توصیه می‌شود که از نرم‌افزار آنالیز گوگل استفاده کنید.

### ۲- فروشگاه خود را بهینه‌سازی نمایید

یکی از مشکلات برندها این است که فروشگاه مناسبی را در اختیار ندارد که عمده مشکل آن در رابطه با سئو است. در این رابطه حتی اگر بهترین محصول را هم در اختیار داشته باشید، تا زمانی که دیده نشوید، عملا نتیجه‌ای را به دست نخواهید آورد. به همین خاطر توصیه می‌شود که از فردی حرفه‌ای در این زمینه استفاده نمایید تا شاهد تغییرات بسیار مثبتی باشید. این امر اگرچه ممکن است هزینه‌بر باشد، بسا این حال فراموش نکنید که اگر روش‌های بازاریابی و هزینه‌های بی‌مورد و کم تاثیر را کنار بگذارید، بدون شک بودجه لازم برای آن را به دست خواهید آورد.

### ۳- در شبکه‌های اجتماعی حضوری فعال داشته باشید

اشتباه بزرگ بسیاری از برندها در رابطه با شبکه‌های اجتماعی این است که بیش از حد بر روی فروش تمرکز دارند. این امر در حالی است که شما در ابتدا باید اعتمادسازی و احساس نیاز لازم را ایجاد کرده باشید. به همین خاطر توصیه می‌شود که بر روی تولید محتوا به جای تبلیغات مستقیم زمان بگذارید. همچنین فراموش نکنید که شبکه‌های اجتماعی، بستری برای تعامل است. به همین خاطر ایدا نباید شرایطی را مهیا سازید که مخاطب، صرفا بازدیدکننده باشد. به صورت کلی به هر میزان که بهتر بتوانید مخاطب خود را درگیر نمایید، بدون شک نتایج بهتری را هم به دست خواهید آورد.

### ۴- همه چیز را ساده نمایید

بدون شک هر فردی تمایل دارد که با موارد ساده مواجه شود. در این رابطه شما خصوصا مراحل خرید را باید کاملا ساده نمایید. در این رابطه تنوع در شیوه‌های پرداخت، کمک خواهد کرد تا شانس جذب حداکثری را پیدا کنید. ارسال رایگان نیز از جمله مواردی است که جزو انتظارات محسوب می‌شود. به همین خاطر لازم است تا به این موضوع نیز فکر نمایید. درواقع برخی از برندها محصولاتی تولید می‌کنند که حاشیه سود آنها به قدری بالا است که امکان پیاده‌سازی این طرح کاملا مهیا است، با این حال برای برندهای دیگر که چنین وضعیتی را ندارند، توصیه می‌شود که سقف خرید تعیین نمایید. این امر خود باعث خواهد شد تا افراد تمایل به خرید بیشتر پیدا کنند. یکی از نکاتی که باید مورد توجه قرار دهید، مسئله محیط زیست است که به تندی جهانی تبدیل شده است. شما باید بر روی این موضوع به خوبی کار نمایید. برای مثال یک روز در هفته را به تحویل بسته‌ها با دوچرخه اختصاص دهید. این موارد باعث خواهد شد تا دلایلی فراتر از خود محصول، برای انتخاب شما به وجود آید.

### ۵- از معجزه عکس غافل نشوید

برای یک برند در عصر حاضر درست به مانند خودکشی است که از عکس‌هایی با کیفیت پایین استفاده نماید. در این زمینه شما حتی نباید به عکس‌های با کیفیت و حرفه‌ای نیز محدود باشید. درواقع امروزه تکنولوژی‌هایی نظیر AR، با سرعت در حال گسترش است که باید هرچه سریع‌تر به آن توجه نمایید. این امر باعث خواهد شد تا تجربه مشاهده محصول، به واقعیت نزدیک‌تر شود.

### ۶- تعداد مشخص نمایید

اعداد همواره دارای تاثیر زیادی هستند. در این رابطه توصیه می‌شود که تعداد هر یک از محصولات در انبار را مشخص نمایید. این امر باعث خواهد شد تا حس اضطرار در مخاطب شکل گیرد. همچنین در موارد متعددی مشاهده شده است که به یکباره موجودی انبار به صفر می‌رسد و مخاطب تصور می‌کند که همواره محصول در انبار وجود دارد و ممکن است این عدم آگاهی باعث شود تا به فکر انتخاب برند دیگری بیفتد. این امر در حالی است که اگر تعداد مشخص باشد، قبل از تمام شدن، می‌تواند سفارش خود را نهایی کند. به صورت کلی به هر میزان که از اعداد بیشتر استفاده کنید، قابل اعتمادتر خواهید بود. در این زمینه شما حتی در تولید محتوای خود نظیر اینفوگرافی‌ها، می‌توانید این مورد را به خوبی رعایت نمایید.

### ۷- قابلیت اشتراک‌گذاری را جدی بگیرید

یکی از روش‌های مهم بازاریابی این است که مشتری خود اقدام به معرفی شما نماید. این امر زمانی امکانپذیر خواهد بود که امکان اشتراک‌گذاری محصولات وجود داشته باشد. همچنین لازم است تا داستان‌سرایی برای هر یک از محصولات را رعایت نمایید. این موضوع باعث خواهد شد تا آمادگی ذهنی لازم برای پذیرش برند شما و تمایل به خرید، شکل گیرد.

### ۸- از بازاریابی ایمیلی غافل نشوید

برخلاف تصورات، بازاریابی ایمیلی با نتایج فوق‌العاده‌ای همراه است. از این بخش شما باید به عنوان یادآوری و اطلاع‌رسانی استفاده کنید. دو نکته طلایی در این رابطه وجود دارد. نخست آنکه به فواصل ارسال پیام‌ها توجه داشته باشید و متن را تا حد امکان کوتاه نگه دارید.

### ۹- بررسی محصول را از نگاه مشتری داشته باشید

بسیاری از برندها محصولات خود را در معرض نقد و بررسی قرار نمی‌دهند. این امر در حالی است که چنین اقدامی، بسیاری از تردیدهای مخاطبان را از بین خواهد برد. با این حال ویدئویی که شما به عنوان عضوی از شرکت در آن حضور داشته باشید، ممکن است با تعریف‌های بی‌جا همراه شود. به همین خاطر توصیه می‌شود که به صورت تصادفی، از مخاطبان و مشتریان خود بخواهید که جلوی دوربین بروند و محصول را مورد بررسی قرار دهند. در این رابطه استفاده از اینفلوئنسرها و افراد مطرح حوزه کاری شما نیز اقدامی مناسب ولی پرهزینه خواهد بود.

منبع: [cyberclick.net](http://cyberclick.net)



## مسیر موفقیت

## ۱۰ گام مدیریت کارآمد

بدون شک هیچ فردی تمایل ندارد که با عصبانیت رفتاری را شاهد باشد. در حین کار این امر طبیعی است که شما از اقدام و یا رفتاری عصبانی شوید، با این حال این امر نباید باعث شود که شما با خشم و فریاد با کارمندی خود صحبت کنید. در بهترین حالت، کارمند شما دو روز با پایین‌ترین راندمان کاری به کار خود ادامه خواهد داد که بدون شک اوضاع را بدتر خواهد کرد. در این راستا شما باید چند تکنیک برای کنترل خشم خود داشته باشید و برای انتقاد، از کارمند بخواهید که به دفتر بیاید. این موضوع را نیز فراموش نکنید که در یک اتفاق، عملا نمی‌توان یک نفر را مقصر دانست. به همین خاطر قبل از بیان صحبت کارمند خود، قضاوتی را نداشته باشید.

### ۸- به کارمندان خود اعتماد داشته باشید

یکی از ویژگی‌های رایج کارمندان این است که به اقدامات افراد نظارت بیش از حدی را دارند. این امر در حالی است که بهترین‌های حوزه مدیریت، اعتماد را در دستور کار خود قرار می‌دهند. در این زمینه توصیه می‌شود که برای استخدام الگوهای حتی سختگیرانه‌ای را داشته باشید. پس از آن، کارمند را در نحوه انجام اقدامات آزاد بگذارید. درواقع شما تنها باید نتایج را پیگیری کنید و در نحوه انجام آن، کارمند را آزاد بگذارید. همچنین این موضوع را اعلام کنید که برای کمک گرفتن، همواره می‌توانند بر روی شما حساب نمایند. درواقع شما باید در تلاش برای ساده کردن اقدامات کارمندان خود از طریق شناسایی سریع مشکلات باشید. این نکته را هرگز فراموش نکنید، به هر میزانی که به کارمندان خود اعتماد نمایید، آنها نیز این اقدام را انجام خواهند داد.

### ۹- با کارمندان خود صحبت نمایید

درواقع به صورت مداوم لازم است تا شما با کارمندان خود مکالمه داشته باشید. در این زمینه فراموش نکنید که برای آنه این اقدام بیش از حد زمان بر نشود، زمان‌های مشخصی را برای هر کارمند اختصاص دهید و یا جلسات گروهی منظمی را داشته باشید. این نکته را فراموش نکنید که در شرکت زمانی جو سالم برقرار خواهد شد که تمامی کارمندان آژادانه بتوانند نظرات خود را مطرح کنند.

### ۱۰- حریم شخصی را رعایت نمایید

هر کارمند به حریم شخصی نیاز دارد. برای مثال تماس گرفتن با آنها در زمان خارج از ساعت اداری، یکی از مصادیق سزاده آن محسوب می‌شود. همچنین صحبت کردن درباره عملکرد یک کارمند برای فردی دیگر نیز از جمله این موارد محسوب می‌شود. در این راستا حتی اگر کارمندی با جریحه‌مخواب شده، تنها خود او باید باخبر باشد. در نهایت فراموش نکنید که برای مدیریت کارآمد، نقطه پایانی وجود نداشتن و شما می‌توانید در این زمینه موارد بیشتری را هم مورد توجه قرار دهید.

منبع: [epiclaunch.com](http://epiclaunch.com)

### به قلم: تیم نویسندگان سایت epiclaunch

مترجم: امیر آل‌علی

به عنوان یک مدیر شما مسئول تمامی اتفاقات شرکت خواهید بود. اگرچه این پست، مهمترین سمت شرکت محسوب می‌شود، با این حال آمارها بیانگر آن است که بسیاری از افراد مدیریت کارآمدی ندارند. درواقع آنها اگرچه ممکن است تلاش زیادی را نیز انجام دهند، با این حال نتایج لازم را به دست نمی‌ورند که این امر به تمامی بخش‌های شرکت لطمه وارد می‌کند. تحت این شرایط سوال اصلی این است که چگونه می‌توان در دسته مدیران موثر قرار گرفت؟ این سوال زمینه تحقیقاتی شده است که در ادامه نتایج آن را بررسی خواهیم کرد.

### ۱- کارمندان خود را درک کنید

در شرایطی که گفته می‌شود لازم است تا قوانین مشخصی برای مدیریت کارمندان وجود داشته باشد، با این حال واقعیت این است که شما باید تلاش کنید تا کارمندان خود را درک نمایید. این موضوع برای تمامی افراد تیم شرکت باید صادق باشد. علت این امر نیز به این خاطر است که شما با افرادی متفاوت مواجه هستید که هر کدام شرایط و توانایی‌های خاص خود و رفتارهای به خصوصی را دارند. در این راستا نکته دیگری که لازم است تا به آن توجه نمایید، برای این امر که درک بالاتری را پیدا کنید، لازم است که ارتباط خود با تیم شرکت را بهبود بخشید که خود دارای نتایج فوق‌العاده‌ای خواهد بود. این نکته را همواره به خاطر داشته باشید که بیشترین انتظار از یک مدیر، حمایت کردن به جای انتقاد است.

### ۲- اشتباهات و انتقادات را بپذیرید

آیا در شرکت تمامی کارمندان می‌توانند به راحتی از شما انتقاد کنند و در برابر شکست‌ها خود را مقصر اول می‌دانند؟ اگر جواب به هر یک از این دو سوال منفی است، بدون شک در وضعیت بدی از نظر مدیریتی قرار دارید. نکته‌ای که باید به آن توجه داشته باشید این است که به عنوان مدیر باید حتی اشتباهات شخصی خود را نیز بپذیرید. در این رابطه تنها قبول کردن کافی نبوده و لازم است تا بازبینی‌های لازم جهت پیدا کردن دلایل را داشته باشید. سعی کنید که دیگر مشابه آن رخ ندهد. درواقع پیدا کردن دلایل، از دیگر وظایف یک مدیر محسوب می‌شود. با این حال این امر به معنای آن نیست که شما باید همه کارها را به تنهایی انجام دهید. درواقع می‌توانید در هر زمینه‌ای با سایر افراد تیم شرکت، همکاری داشته باشید. با این حال در این رابطه فراموش نکنید که نباید اقدامات جدید، موجب نارضایتی کارمندان شود.

### ۳- انتظارات شفافی را داشته باشید

اگرچه به نظر می‌رسد که وظیفه کارمندان در شرکت‌ها مشخص است، با این حال واقعیت این است که بسیاری

از اقدامات دیگر نیز به آنها اضافه می‌شود. این امر بدون شک نارضایتی کارمندان را به همراه خواهد داشت. از یک کارمند ناراضی نیز نمی‌توان انتظار بهترین عملکرد و بروز خلاقیت را داشته باشیم. در این رابطه حتی استخدام جدید هم به علت عدم تغییر سیاست، نتیجه‌ای را دربر نخواهد داشت. در این راستا همواره یک سطح استاندارد توقع را داشته باشید و حالت ایده آل را نیز مشخص نمایید که در صورت رعایت آن، امتیازهای ویژه‌ای در نظر گرفته شده است. درواقع کارمندان شرکت باید از همان روز اول بدانند که شما دقیقا چه انتظاراتی را دارید.

### ۴- منصفانه رفتار کنید

اگرچه ممکن است که افرادی در شرکت وجود داشته باشند که بنا به هر دلیلی بیشتر از آنها خوش‌تان می‌آید، با این حال این امر نباید باعث شود که رفتارهای ناعادلانه‌ای را داشته باشید. در این رابطه لازم است تا برای هر امتیاز جدید، دلایل قانع‌کننده داشته باشید. درواقع اگر یک مدیر بتواند واکنش‌های احساسی خود را کنترل کند، از بسیاری از مشکلات دور خواهد ماند. در این زمینه توصیه می‌شود که برای هر رفتار و تصمیمی درباره کارمندان خود، یک روز تاخیر داشته باشید. این امر باعث می‌شود تا فرصت برای فکر کردن به مسئله و تمامی جوانب آن، وجود داشته باشد.

### ۵- اشتیاق خود را نشان دهید

شما به عنوان بزرگترین الگوی شرکت به حساب می‌آیید. به همین خاطر هم رفتارهای شما، به صورت مستقیم توسط سایر افراد تقلید خواهد شد. در این راستا توصیه می‌شود که اشتیاق خود را به کاری که انجام می‌دهید، نشان دهید. برای مثال پرانرژی بودن، یکی از مصادیق ساده این امر محسوب می‌شود. همچنین قبل از اجرای هر پروژه، اعتماد و تمایل خود را به آن نشان دهید تا این روحیه به سایر افراد تیم نیز منتقل شود. این امر درست به مانند یک مربی است که با انرژی در حال توضیح دادن تاکتیک خود است.

### ۶- انجام اقدامات ساده را کسر شأن ندانید

بسیاری از مدیران تصور می‌کنند که انجام کارهای ساده باعث کاهش اعتبار آنها خواهد شد. این امر در حالی است که شما باید حداقل یک بار اقدام تمامی افراد تیم شرکت را انجام دهید تا به درک درستی از مشکلات و سختی‌های آن دست پیدا کنید. همچنین در برخی از شرایط نظیر اوضاع بحرانی، نیاز است که شما در اقدامات کارمندان کمک نمایید. به همین خاطر از همین امروز این روحیه را در خود تقویت نمایید که شما عضوی از تیم شرکت محسوب می‌شوید و در صورت نیاز، ابتدا نیاز از کمک کردن و انجام حتی ساده‌ترین اقدامات واهمه داشته باشید. درواقع تا زمانی که نگران کنیف شدن لباس خود هستید، مدیری لایق نخواهید بود.

### ۷- عصبانیت خود را کنترل نمایید