

نگاه

کشورها چگونه ذهنیت جهانی را شکل می‌دهند؟

برندینگ ایران

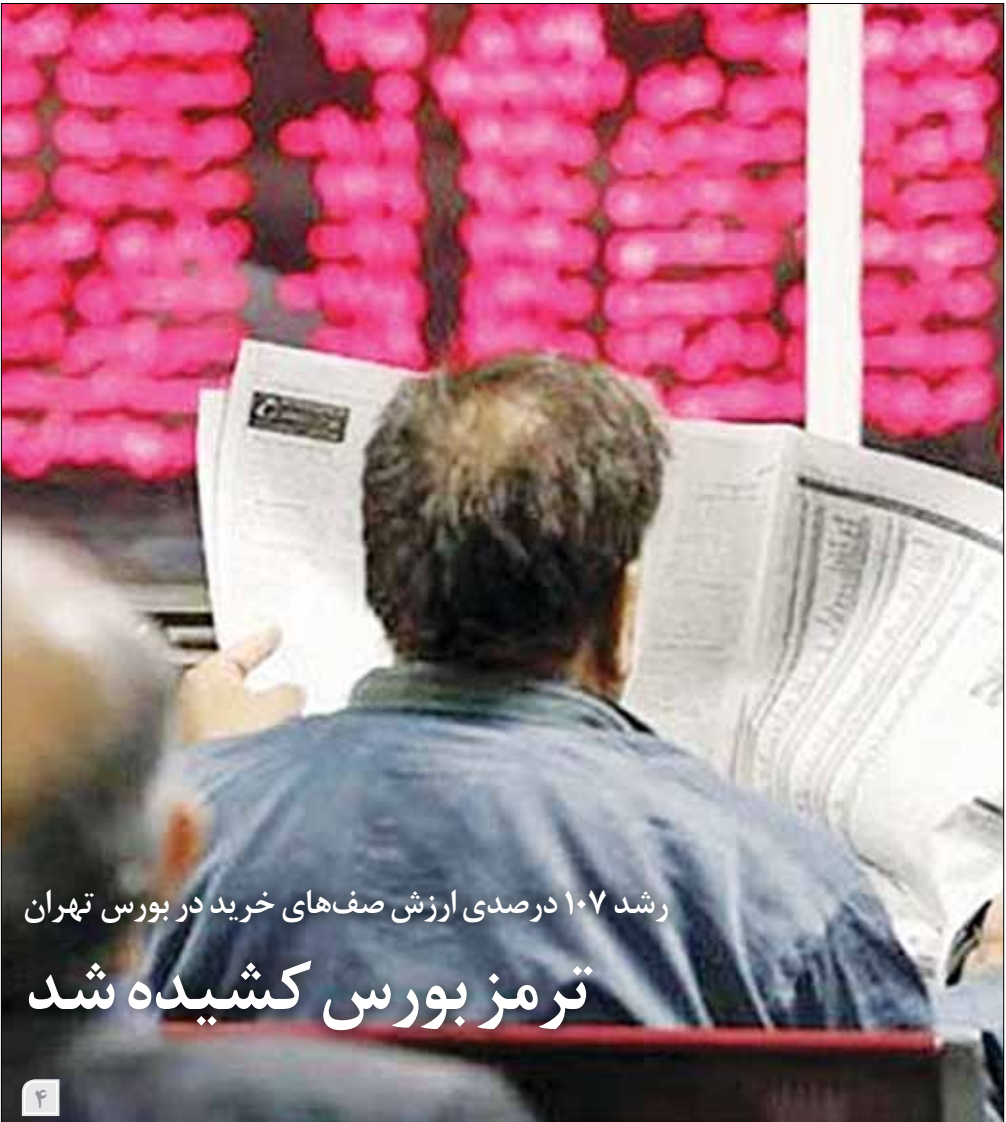
در اکسپوهای

بین‌المللی

بازوی پژوهشی اتاق بازرگانی ایران در گزارش تازه خود با عنوان «برندینگ ملت‌ها؛ مبانی نظریه‌ها، اهداف و استراتژی‌ها» از مسیر برندینگ ایران سخن گفته و با اشاره به رویکردهای تجاری و فرهنگی کشورها در اکسپو ۲۰۲۰ دوی، راهکارهایی برای بهبود برنامه تجاری و فرهنگی ایران در این رویداد ارائه داده است. طبق ارزیابی مرکز پژوهش‌های اتاق ایران، در دنیایی که به‌شدت به هم مرتبط شده و به طور روزافزون پیچیده‌تر می‌شود، نه تنها شرکت‌ها بلکه کشورها نیز در سطوح مختلف با هم وارد رقابت‌های گسترده شده‌اند؛ از یکسو این رقابت را می‌توان در مناسبات بین‌الملل بین آمریکا به عنوان تنها ابرقدرت دنیا و سایر قدرتهای بزرگ جهانی نظیر چین و روسیه و اتحادیه اروپا بر سر مسائل بسیار گسترده‌ای از جمله اقتصادی، سیاسی، نظامی و ژئوپلیتیک مشاهده کرد. این مسئله چنان اهمیت دارد که برخی تحلیلگران روابط بین‌الملل نیز…

فرصت امروز

برای کسب‌وکار آفرینی



رشد ۱۰۷ درصدی ارزش صف‌های خرید در بورس تهران

ترمز بورس کشیده شد

بانک پاسارگاد بار دیگر صاحب تندیس زرین جایزه ملی مدیریت مالی ایران شد

مدیریت مالی در اقی ۲۰۲۵

بانکداری، به‌حمله سایبری بزرگ چندین سال قبل از مبدأ کشورهای چین، هند و ایالات متحده علیه سامانه‌های بانک پاسارگاد اشاره کرد و گفت: با توجه به استقرار زیرساخت‌های ابری و به‌رور به بانک، در برابر این حملات که تا ۲۳۰۰برابر پهنای باند، اطلاعات ساختگی را بر شبکه تحمیل کرده بود مقاومت صورت گرفت و درنهایت این تهاجم دفع شد. مدیرعامل بانک پاسارگاد سپس درخصوص تحول دیجیتال در صنعت بانکداری گفت که تا سال ۲۰۳۰، تعدادی از فناوری‌های نوظهور با هم ترکیب می‌شوند تا رابطه بانک و مشتری را بازتعریف کنند. در این راستا انتظار می‌رود که همه افراد و همه اشیا به هم متصل شوند و هوش مصنوعی برای گسترش شخصی‌سازی خدمات به کار رود. همچنین از‌زهای دیجیتال از بازارهای نوظهور به بازارهای اصلی منتقل و محصولات و خدمات در یک پلتفرم بزرگ یا یک آپرنامه ادغام خواهند شد. به علاوه، پرداخت بهای محصولات و خدمات به یک فرآیند خودکار تبدیل خواهد شد و امنیت سایبری توسط هوش مصنوعی برای محافظت از داده‌ها تأمین می‌شود.

رئیس انجمن مدیریت مالی ایران، برخی از چالش‌های بانک‌ها در عصر دیجیتال را برشمرد و افزود: از آنجا که بانک‌ها در پذیرش تغییر مردم هستند، سبک‌سازها و فرآیندهای موروثی (قدیمی) در اکثر بانک‌ها در سراسر جهان ثابت باقی مانده‌اند؛ لذا شکی نیست که چسبندگی به سامانه‌های قدیمی در عملیات روزانه بانک‌ها به تدریج مشکل‌ساز خواهد شد. همچنین در حال حاضر شرکت‌های فین‌تک

آینده دنیای فناوری از نگاه «کوتومیس‌ت»

جاه‌طلبی غول‌های فناوری ادامه دارد

در ابزارهای تجاری، برای آمازون در تجارت الکترونیک و برای متا در رسانه‌های اجتماعی خلاصه می‌شد. پاندمی کرونا تقاضا را در صنعت فناوری افزایش داد و این تقاضا به دنبال نیاز به رایشان ابری، باعث شد روند بازار از شرکت‌های قدیمی و بزرگ به سمت استارت‌آپ‌ها و شرکت‌های نوظهور و نه چندان بزرگ معطوف شود. ایل و آلفابت حالا بزرگ‌تر از دو شرکت «US Steel» و «Standard Oil» هستند؛ دو شرکت بزرگی که در دهه ۱۹۰۰ انحصار بازار را در دست داشتند و سود آنها تقریباً به اندازه تولید ناخالص داخلی این کشور بود. با این وجود، عملکرد گذشته نمی‌تواند نشانه‌ای از نتایج آینده باشد و حالا همه این شرکت‌ها سعی دارند برای آنچه در آینده قرار است اتفاق بیفتد، آماده شوند. مشکل اینجاست که کسی نمی‌داند چه اتفاقی خواهد افتاد. با این حال ممکن است دستگاه‌های فیزیکی جدیدی به بازار بیایند که موبایل‌های هوشمند را (به عنوان ابزارهای اصلی و محبوب افراد برای دسترسی به اطلاعات و خدمات) از اعتبار انداخته و جایگزین آنها شوند. بنابراین هر شرکتی که چنین دستگاه‌هایی را تولید کند، کنترل دسترسی به کاربران را در اختیار خواهد داشت. این موضوع، دلیل برنامه‌ریزی ایل برای تولید هدست‌های واقعیت مجازی برای رقابت با اوکولوس متا و هولولنز مایکروسافت را توجیه می‌کند. آلفابت، ایل و آمازون هم ریسک‌های بزرگ و گران‌قیمتی در حوزه خودروهای خودران کرده‌اند. این در حالی است که برخی شرکت‌ها هزینه‌های قابل توجهی برای طراحی تراشه‌های اختصاصی کرده و رویکردهای تازه‌ای مانند رایانش کوانتومی را دنبال می‌کنند تا قدرت پردازشی لازم برای ورود هر دستگاه جدیدی به بازار را به دست بیاورند. اولویت‌های دیگر شرکت‌های «MAAMA» به

الکترونیک، کشاورزی دقیق و اقتصاد الگوریتمی نهادینه شده باشد و سطح بهره‌وری در عایت خود قرار گیرد.

رئیس انجمن مدیریت مالی ایران درخصوص مدیریت مالی در عصر دیجیتال عنوان داشت که در آینده نزدیک فناوری‌های حاصل از انقلاب صنعتی چهارم مدیریت مالی را بهتر، سریع‌تر و کم‌هزینه‌تر می‌کنند و بر این اساس نسل مدیران مالی نیز تغییر کرده و هرچه در‌ترس تطبیق مدیران مالی با این تغییرات انجام شود، پرهزینه‌تر خواهد بود. به گفته قاسمی، مهندسی داده فعالیت بسیار پیچیده‌ای است که توانسته‌ایم در دانشگاه خاتم مجوز ارائه این رشته را در مقطع کارشناسی ارشد با مهاجرت معکوس نخبگان کشور کسب کنیم. این علوم در کنار سایر علوم و فناوری‌های دیجیتال نظیر فناوری فضای ابری، تلفن‌های هوشمند، داده‌های بزرگ، هوش مصنوعی و… طرف چند سال آینده مدیریت مالی سنتی را دگرگون خواهند کرد.

او با استناد به گزارش موسسه دیلویت توضیح داد: مدیریت مالی تا سال ۲۰۲۵ در هشت حوزه مرکز فرماندهی مالی، نقش امور مالی، چرخه‌های مالی، ارائه خدمات سلف‌سرویس، مدل عملیاتی، برنامه‌ریزی منابع سازمانی، داده‌ها و سرمایه انسانی و محل کار دستخوش تغییرهای اساسی خواهند شد و در اقی ۲۰۲۵ نقش امور مالی از بودجه‌بندی و گزارش دهی به برنامه‌ریزی بر مبنای سناریو، پیش‌بینی پیشرفته و تصویرسازی بهتر آینده تغییر می‌کند.

دکتر قاسمی در ادامه با ذکر مثالی از کاربرد این فناوری‌ها در صنعت

می‌خواهند فرصت بزرگ بعدی را پیدا کنند و تحلیل «کوتومیس‌ت» از این معاملات، حق ثبت اختراعات، تجدید نیرو و دیگر معیارها، نشان می‌دهد که سرمایه این شرکت‌ها دارد به سمت همه‌چیز جاری می‌شود؛ از خودروهای بدون راننده گرفته تا رایانش کوانتومی. این تحول نشان از ترسی دارد که ناشی از زایل شدن اعتبار قلمروهای پرسود دهه ۲۰۱۰ است و البته این واقعیت که غول‌های فناوری به سرعت به سمت قلمروهای یکدیگر حرکت می‌کنند؛ تا جایی که سهم فروش آنها از سال ۲۰۱۵ تا حالا با رشد بیش از دو برابری تا ۴۰ درصد رسیده است. با این اوصاف همه این شرکت‌ها به دنبال به چنگ آوردن قلمروی جدید هستند.

آنها همچنین گوشه چشمی به تاریخ فناوری دارند که بر از شرکت‌هایی است که زمانی حاکمیت بازار را در اختیار داشتند و سپس به پایین کشیده شدند، اما نه به دست رگولاتورها و نهادهای قانون‌گذار بلکه به خاطر از دست دادن فرصت بزرگ بعدی. شرکت تولیدکننده تراشه‌های نیمه‌رسانای «Fairchild Semiconductor» که در دهه ۱۹۵۰ بازار را در دست داشت حالا تنها در کتاب‌ها حضور دارد. شرکت «IBM» در سال ۱۹۸۳ پرسودترین شرکت آمریکا بود، اما هشت سال بعد و به دنبال حرکت اشتباه و ناشیانه‌اش از مین‌فریم‌ها به سمت کامپیوترهای شخصی، زیانده شد. شرکت نوکیا که زمانی به نظر می‌رسید در حوزه ابزارهای موبایل شکست‌ناپذیر است، در ورود به بازار موبایل‌های هوشمند نعل کرد و از روند مقبول بازار عقب ماند. پنج شرکت بزرگ فناوری آمریکا یا «MAAMA»، تمام سال‌های دهه ۲۰۱۰ را به تقویت جایگاه غالب خود در بازار گذراندند؛ جایگاهی که برای مایکروسافت

تعداد و مبلغ چک‌های برگشتی در پایان پاییز کم شد

جغرافیای استانی چک‌های برگشتی

فرصت امروز: آمارهای بانک مرکزی درباره میزان چک‌های برگشتی در نهمین ماه ۱۴۰۰ نشان می‌دهد که در این ماه بیش از ۵۴۴ هزار فقره چک برگشت خورده که از نظر تعداد ۱۳.۶ درصد و از نظر مبلغ ۱۶.۳ درصد کاهش داشته است. براساس جدیدترین آمار بانک مرکزی، بیش از ۶ میلیون و ۵۰۰ هزار فقره چک به ارزش حدود ۲۵۸۳ هزار میلیارد ریال در آذرماه امسال در سراسر…

حضور در سازمان شانگهای چه فرصت‌های اقتصادی در اختیار ایران قرار می‌دهد؟

۵ مانع در مسیر شانگهای

فرصت امروز: در سال ۱۹۹۶ میلادی به ابتکار دو کشور چین و روسیه «گروه شانگهای ۵» شامل پنج کشور همسایه روسیه، چین، قزاقستان، قرقیزستان و تاجیکستان برای رفع اختلافات مرزی، تقویت اعتماد متقابل و ایجاد حسن همجواری شکل گرفت. همزمان با ورود ازبکستان به عنوان اولین عضو غیرهمجوار به این گروه، سازمان همکاری‌های شانگهای رسماً تشکیل شد. این سازمان در سال ۲۰۰۴ درخواست عضویت ناظر مغولستان و در سال ۲۰۰۵ درخواست عضویت ناظر ایران، هند و پاکستان و سپس افغانستان و بلاروس را پذیرفت. در سال ۲۰۱۵ این سازمان…

۲

با اوج‌گیری دوباره تورم، سفره مردم کوچک‌تر می‌شود

ماشین چاپ پول با سوخت جدید

۲

مدیریت و کسب‌وکار

راهکارهای بازار یابی بهینه در شبکه‌های اجتماعی

بازاریابی در شبکه‌های اجتماعی امر تازه‌ای نیست. بسیاری از برندها به طور مداوم برای تاثیر گذاری بر روی مخاطب هدف بر روی پلتفرم‌های محبوب و مورد علاقه مشتریان‌شان سرمایه‌گذاری می‌کنند. در این میان کمتر برندی به اهمیت بازاریابی در این فضا آگاهی ندارد، اما اغلب اوقات نتیجه‌بخشی بازاریابی در شبکه‌های اجتماعی با انتظار بازاریاب‌ها هماهنگ نیست. یکی از دلایل اصلی این امر سطح بالای رقابت در شبکه‌های اجتماعی است. این امر شناسن برندها برای تاثیر گذاری بر روی مخاطب هدف‌شان را به طور قابل ملاحظه‌ای کاهش داده است. با این حساب شما برای جلب نظر مشتریان‌تان باید از پس رقبای متعددی در بازار بر بیایید، در غیر این صورت شاید حتی توانایی جلب نظر یک مشتری را نیز پیدا نکنید. امروزه بسیاری از برندهای بزرگ به جای بازاریابی بدون برنامه در شبکه‌های اجتماعی در تلاش برای بهینه‌سازی عملکردشان در این پلتفرم‌ها هستند. این امر به تغییرات کوچکی…

۸

در سراسر جهان به عنوان یک ظرفیت قوی، جایگزین مناسبی برای ارائه خدمات زنجیره ارزش بانکی هستند و رقابت شدید برای ایجاد تجربه‌های جدید برای مشتریان، بانک‌ها را به ارزیابی مجدد راهبردهای‌شان وادار کرده است.

به گفته وی، امروزه در کنار بانک‌های دیجیتالی دارای مجوز عملیات بانکداری و ابتکار‌های دیجیتالی بانک‌های سنتی، با پلتفرم‌های دیجیتالی فاقد مجوز بانکداری نیز روبه‌رو هستیم که خدمات را با هزینه‌ای بسیار کمتر از بانک‌های سنتی در اختیار متقاضیان می‌گذارند؛ لذا حرکت هرچه سریع‌تر بانک‌ها و مؤسسات مالی رسمی در رقابت با این‌گونه نئونبانک‌ها بیش از هر زمان دیگری لازم است و تحولات اخیر بازارهای رمزارز و تأثیرات آن روی خدمات مالی و بانکی مؤید این مطلب است.

دکتر قاسمی در پایان سخنانش، رویکرد توسعه خدمات سرزمین هوشمند یاد را به عنوان پیشران تحول دیجیتال گروه پاسارگاد در این راستا توصیف و پیش‌بینی کرد که این رویکرد با ایجاد زیست‌بوم یکپارچه خلق ارزش دیجیتالی برای مشتریان و ارائه خدمات دیجیتال مبتنی بر سید مصرف خانوار منجر به ایجاد ۱۰۰هزار شغل

مستقیم و غیرمستقیم نیز منتهی خواهد شد. مستقیم از جمله این رویداد نیز دکت سیدشمس‌الدین حسینی، عضو شورای پول و اعتبار و رئیس کمیسیون جهش تولید مجلس شورای اسلامی و دکتر هسادی قوامی، معاون امور حقوقی و

مجلس وزارت اقتصاد به ایراد سخنرانی پرداختند. همچنین در پایان مراسم از نمایندگان شرکت‌های برگزیده با اهدای تندیس و تقدیرنامه تجلیل شد. گفتنی است مراسم اهدای جایزه ملی مدیریت مالی ایران به سازمان‌های موفق کشور از سال ۱۳۸۹ توسط دبیرخانه این رویداد به صورت مستمر برگزار شده و بانک پاسارگاد در ۱۲ دوره از این رویداد همواره موفق به کسب بالاترین سطح جایزه این رویداد شده است. طراحی مدل جایزه ملی مدیریت مالی ایران توسط اساتید و متخصصان خیره براساس مدل‌های مطرح و روز دنیا صورت گرفته است. در مدل ارزیابی این جایزه، بررسی عملکرد حوزه مالی و اقتصادی سازمان‌ها و شرکت‌ها با استفاده از معیارها و شاخص‌های تخصصی مالی و حسابداری در کنار معیارهای تخصصی حوزه فعالیت هر یک از شرکت‌ها انجام می‌پذیرد.

جایزه ملی مدیریت مالی ایران در سه بخش تندیس، تقدیرنامه و گواهینامه به شرکت‌های حائز رتبه تعلق می‌گیرد و تندیس آن با توجه به اینکه در اقتصاد، نماد گاو نشان‌دهنده رونق بازارهای سرمایه است، به‌شکل شاخ گاو طراحی شده است. همچنین به جز بانک پاسارگاد، شرکت‌های پارس آریان، گسترش انرژی پاسارگاد، بیمه پاسارگاد، شرکت پرداخت الکترونیک پاسارگاد، ارزش آفرینان پاسارگاد و برخی شرکت‌های هلدینگ فناپ و میدکو، از مجموعه گروه پاسارگاد نیز موفق به دریافت تندیس یا تقدیرنامه این رویداد شدند.

مثال، بازی «Fortnite» که توسط شرکت «Epic Games» ساخته شده، بیش از ۳۰۰ میلیون بازیکن در سراسر دنیا دارد، در حالی که تعداد گیرهای «Roblox» به ۲۷ میلیون نفر می‌رسد که هر ماه ۳ میلیارد ساعت روی این پلتفرم وقت می‌گذرانند. شرکت خرید اکتیویژن توسط مایکروسافت هم سهم این شرکت بزرگ از بازار گیمینگ را تنها به حدود ۱۰ تا ۱۵ درصد رسانده است که به سختی می‌تواند حوزه‌ای انحصاری برای آن ایجاد کند. در حوزه خودروهای خودران، شرکت‌های بزرگ فناوری با شرکت‌هایی مانند تسلا، جنرال موتورز و فولکس واگن رقابت می‌کنند؛ حال آنکه رقبای تازه با سرعتی غیرقابل پیش‌بینی از حوزه‌های دیگری سر درمی‌آورند، مثل تیک تاک که در حوزه رسانه‌های اجتماعی ظهور کرده است. علاوه بر اینها، فرصتی بیرون از این حوزه‌ها وجود دارد که ظاهراً کمتر مستعد آن است که تحت سلطه پلتفرم‌های متمرکز قرار گیرد. فناوری یادگیری عمیق که شکل رایجی از هوش مصنوعی امروزی است، وابستگی زیادی به حجم عظیم داده‌ها دارد، اما ممکن است اشکال آینده هوش مصنوعی چنین وابستگی نداشته باشند. همچنین خدمات بلاک‌چین غیرمتمرکز وجود دارند که متعلق به کاربران هستند و توسط آنها راهاندازی می‌شوند که به‌طور کلی به عنوان «Web۳» شناخته می‌شوند. در حال حاضر این خدمات رابط کاربری پیچیده‌ای دارند، انرژی زیادی مصرف می‌کنند و همیشه انقدرها که به نظر می‌رسد غیرمتمرکز نیستند. با این حال در یک حوزه یعنی امر مالی غیرمتمرکز یا «DeFi»، پیشرفت‌های سریعی در حال شکل گرفتن است.

نگاه

کشورها چگونه ذهنیت جهانی را شکل می‌دهند؟

برندینگ ایران در اکسپوهای بین‌المللی

بازوی پژوهشی اتاق بازرگانی ایران در گزارش تازه خود با عنوان «برندینگ ملت‌ها؛ مبانی نظریه‌ها، اهداف و استراتژی‌ها» از مسیر برندینگ ایران در اکسپوهای بین‌المللی سخن گفته و با اشاره به رویکردهای تجاری و فرهنگی کشورها در اکسپو ۲۰۲۰ دویی، راهکارهایی برای بهبود برنامه تجاری و فرهنگی ایران در این رویداد ارائه داده است. طبق ارزیابی مرکز پژوهش‌های اتاق ایران، در دنیایی که به‌شدت به هم مرتبط شده و به طور روزافزون پیچیده‌تر می‌شود، نه تنها شرکت‌ها بلکه کشورها نیز در سطوح مختلف با هم وارد رقابت‌های گسترده شده‌اند؛ از یکسو این رقابت را می‌توان در مناسبات بین‌الملل بین آمریکا به عنوان تنها ابرقدرت دنیا و سایر قدرت‌های بزرگ جهانی نظیر چین و روسیه و اتحادیه اروپا بر سر مسائل بسیار گسترده‌ای از جمله اقتصادی، سیاسی، نظامی و ژئوپلیتیک مشاهده کرد. این مسئله چنان اهمیت دارد که برخی تحلیلگران روابط بین‌الملل نیز معتقدند آمریکا به عنوان تنها ابرقدرت دنیا به‌واسطه هژمونی که دارد می‌تواند با اعمال فشار، تحریم‌هایی را حتی بر سایر قدرت‌های جهانی نظیر روسیه و چین وضع کند. از سوی دیگر، جهان شاهد رقابت گسترده قدرت‌های منطقه‌ای در حوزه‌های متعدد در بسیاری از نقاط دنیاست.

در اروپا رقابت بین اتحادیه اروپا با محوریت آلمان، فرانسه و بریتانیا از یکسو و روسیه در شرق اروپا از سوی دیگر بر سر مسائل مختلف سال‌هاست محل مناقشات متعدد شده است. در قاره آسیا نیز از جنوب شرق آسیا و رقابت‌های همه جانبه چین و هند و پاکستان گرفته تا در غرب آسیا و رقابت منطقه‌ای بین ایران، ترکیه و عربستان که تنش‌های سیاسی، اقتصادی، نظامی و امنیتی گسترده‌ای را به وجود آورده است، همه و همه تنها نمونه‌هایی آشنا از این چنین درگیری‌هایی در سال‌های اخیر هستند.

در نتیجه این رقابت‌ها، اختلافات و مناقشات با اهداف مشخص اقتصادی، تجاری، سیاسی، نظامی و امنیتی شکل می‌گیرند. در نگاه کلی‌تر به دلیل درگیر شدن بسیاری از این کشورها در مناقشه‌ای خاص، افکار عمومی جهان درک و ذهنیت منفی از آنها پیدا می‌کنند و نیاز به همکاری‌ها، ائتلاف‌ها، پیمان‌ها و توافق‌های چندجانبه مطرح می‌شود. تمرکز روی همکاری‌ها در کنار به‌کارگیری مفهوم برندینگ ملت یا برندینگ ملی، متداول‌ترین روشی است که کشورها به‌کار می‌گیرند تا ذهنیت افکار عمومی را نسبت به خود تغییر دهند. در حقیقت، ایجاد تمایز از طریق برندینگ ملت به دولت-ملت‌ها کمک می‌کند تا با بهبود شهرت خودشان در میان سایر ملت‌ها، نفوذ خود را نیز در سطح بین‌الملل به میزان چشمگیری افزایش دهند. اگر تصویر یک کشور در برابر افکار عمومی همچنان مثبت است آن را تقویت کنند، اگر تصویر در حال شکلی‌گیری است هرچه سریع‌تر جلوی آن را بگیرند و اگر تصویر منفی از آن کشور از گذشته‌ها وجود داشته است آن را کمرنگ کنند.

همکاری‌ها و رقابت‌های گسترده‌ای نیز در سراسر جهان شکل گرفته است. یکی از مهمترین جنبه‌های آن، همکاری‌های اقتصادی است که باعث شده کشورها همواره به‌دنبال ایجاد تصویری قدرتمند و مثبت از خود باشند. به‌طور کلی، برندینگ ملت‌ها از بسیاری جهات شبیه به برندینگ کالاها و خدمات است، چراکه کشورها نیز در یک محیط رقابتی در تلاش هستند تا سرمایه‌گذاری خارجی، کسب‌وکارها و شرکای تجاری بین‌المللی و گردشگران خارجی را به خود جذب کنند و یا مهمتر از آن، در تلاش هستند تا قدرت سیاسی و نفوذ خود را افزایش دهند. در نتیجه، فارغ از سطح توسعه‌یافتگی و پیشرفته بودن کشورها، داشتن برندینگ ملت قدرتمند و مثبت برای آنها بسیار مهم شده است. هرچند برخلاف برندینگ شرکتی که برای کالاها و خدمات به کار می‌رود و ذی‌نفعان کمتری دارد، برندینگ ملت فرآیند بسیار پیچیده‌تری دارد که نه تنها زمان بیشتری به درازا می‌کشد، بلکه ذی‌نفعان بسیار بیشتری را درگیر خود می‌کند که همگی باید مشارکت فعال و عزمی جدی داشته باشند تا یک کشور به اهداف برندینگ ملت خودش دست یابد. در مجموع، هدف از برندینگ ایجاد تصویری مثبت و خوشایند از برند و همچنین بهبود عملکرد مالی یک محصول، یک مکان و یا یک کشور و ملت است. هدف از برندینگ یک محصول، افزایش فروش و درآمد شرکت است و به موازات آن در نگاه جامع‌تر، هدف از برندینگ یک ملت، ایجاد تصویری مثبت برای جذب گردشگران خارجی، افزایش صادرات و تشویق به سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی در آن کشور است.

البته ایجاد چنین تصویر مثبت و البته واقعی به هیچ وجه از طریق کمپین‌های تبلیغاتی و تلاش‌های رسانه‌ای ایجاد نخواهد شد و چنین اقداماتی حتی در کوتاه‌مدت هم به شکست منتهی می‌شوند. تنها راهکارهای اساسی و بلندمدت هستند که به ایجاد تصویر مثبت از یک ملت نزد افکار عمومی داخلی و خارجی منجر خواهند شد، آن هم تنها در صورتی که به‌طور دقیق تبیین و به‌صورت مطلوب پیاده‌سازی شوند. از همین رو باید اقدامات اساسی در بسیاری از حوزه‌ها صورت بگیرد تا نتایج آن در برندینگ ملت‌ها ظهور یابد. مسائل امروز ایران فراتر از مباحث کلی برندینگ ملت از جمله جذب سرمایه‌گذاری خارجی، توسعه صادرات، جذب نخبگان و استعدادها و نیروی متخصص خارجی به کشور، توسعه گردشگری و … است. ایران امروزه با مشکلات عدیده و بسیار جدی از جمله خروج سرمایه‌های اقتصادی، موج جدید خروج نخبگان، افراد متخصص و فرار مغزها، ناکارآمدی‌های آشکار در شیوه حکمرانی، کاهش صادرات، تخریب روزافزون محیط زیست، نبود فضای امید در جامعه و عدم اطمینان جدی افکار مختلف نسبت به آینده رویه‌روست. در نتیجه در شرایط فعلی هیچ پروژه برندینگ ملت موقفی شکل نخواهد گرفت، مگر در سایه تغییرات و اقدامات سازنده و پیشرفت‌های اساسی در همه این موارد، به گونه‌ای که برندینگ ملت در درجه اول برای شهروندان یک کشور قابل باور باشد و در درجه دوم در ارتباط با محیط خارج و سایر ملت‌ها و نزد افکار عمومی جهان به نتایج مورد نظر برسد. خوشبختانه در صورت ایجاد عزم جدی، هرچند دیر ولی این امر امکان‌پذیر است. نباید فراموش کنیم که بسیاری از کشورهای بزرگ دنیا و حتی پیشرفته صنعتی امروزی نیز چنین شرایطی را در گذشته تجربه کرده‌اند ولی از آن عبور کرده و اکنون برند ملت آنها جزو سرآمدترین‌ها در جهان است. آلمان پس از دو جنگ جهانی اول و دوم، ایتالیا، بریتانیا، ژاپن، کره جنوبی و روسیه پس از فروپاشی شوروی سابق هر کدام در روزگاری نه چندان دور برند ملت‌شان دچار آسیب‌های شدیدی شده بود.

فرصت امروز: در سال ۱۹۹۶ میلادی به ابتکار دو کشور چین و روسیه

«گروه شانگهای ۵» شامل پنج کشور همسایه روسیه، چین، قزاقستان، قرقیزستان و تاجیکستان برای رفع اختلافات مرزی، تقویت اعتماد متقابل و ایجاد حسن همجواری شکل گرفت. همزمان با ورود ازبکستان به عنوان اولین عضو غیرهمجوار به این گروه، سازمان همکاری‌های شانگهای رسماً تشکیل شد. این سازمان در سال ۲۰۰۴ درخواست عضویت ناظر مغولستان و در سال ۲۰۰۵ درخواست عضویت ناظر ایران، هند و پاکستان و سپس افغانستان و بلاروس را پذیرفت. در سال ۲۰۱۵ این سازمان با عضویت هندوستان و پاکستان موافقت کرد و این دو کشور در کمتر از دو سال همه شرایط لازم برای عضویت کامل این سازمان را پذیرفته و در سال ۲۰۱۷ به عضویت کامل این سازمان درآمدند. در پایان اجلاس بیست و یکم نیز که شهرپورماه امسال در شهر دوشنبه تاجیکستان برگزار شد، با عضویت ایران به اتفاق آراء رسماً موافقت شد.

حضور ایران در یک سازمان منطقه‌ای با مأموریت اصلی تأمین امنیت، برخورداری از ۲۰ درصد جمعیت و بیش از یک چهارم تولید ناخالص داخلی جهان در کنار قدرت‌های اقتصادی نظیر چین و روسیه، اهمیت آن را در ابعاد منطقه‌ای و بین‌المللی دوچندان می‌کند، اما دستیابی به منافع اقتصادی سازمان شانگهای، مستلزم شرایط آینده اقتصاد ایران و نحوه تعامل با اعضای آن است. بررسی‌ها نشان می‌دهد پنج مانع در مسیر همگرایی اقتصادی سازمان همکاری شانگهای وجود دارد. بازوی پژوهشی وزارت صمت در یک گزارش تحلیلی، این موانع را برشمرده است.

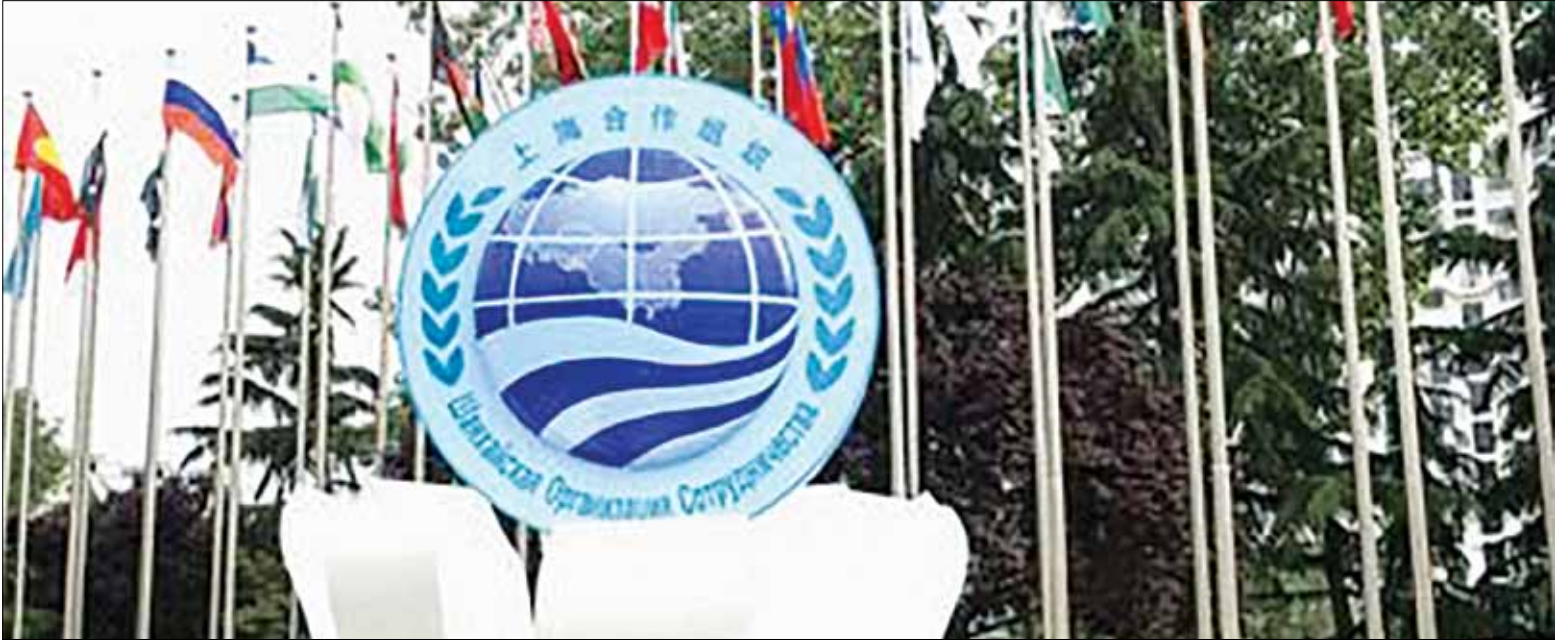
فرصت‌ها و چالش‌های سازمان شانگهای

موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی در گزارش تازه خود، «ابعاد اقتصادی و تجاری سازمان همکاری شانگهای و فرصت‌های پیش روی ایران» را بررسی کرده و بر لزوم شکل‌گیری چشم‌اندازی واقع‌گرایانه نسبت این ظرفیت‌ها از سوی سیاست‌گذاران تاکید می‌کند. به اعتقاد بازوی پژوهشی وزارت صمت، باید اولویت اهداف سیاسی-امنیتی در این سازمان نسبت به ساختارهای اقتصادی حداقلی در آن موردتوجه قرار گیرد. به‌علاوه باید شرایط اقتصادی حاکم بر این سازمان به واسطه شکاف درآمدی عمیق در درآمد سرانه اعضای سازمان همکاری شانگهای نیز در نظر گرفته شود. به اعتقاد تحلیلگران این موسسه، با نگاه به فرصت‌های اقتصادی پیش‌روی ایران باید اهمیت دو حوزه ترانزیتی و مالی موردتوجه قرار گیرد. در این راستا، برخورداری از ظرفیت موافقت‌نامه‌های دوجانبه، درک اهمیت عملیاتی «پنکارتات اقتصادی»، کسب منافع حداکثری از «کنسرسیوم بین‌بانکی»، ضرورت پررنگ کردن نقش کشور در کریدورها و تحقق فرصت‌های لجستیکی در پیشبرد برنامه‌های اقتصادی ایران در همکاری شانگهای از اهمیت بالایی برخوردار است. همچنین موضوع دیگر این است که تحقق عضویت کامل ایران در سازمان همکاری شانگهای در گروی عدم‌بازگشت تحریم‌های شورای امنیت سازمان ملل متحد است،

اقتصاد امروز

حضور در سازمان شانگهای چه فرصت‌های اقتصادی در اختیار ایران قرار می‌دهد؟

۵ مانع در مسیر شانگهای



بنابراین ضروری است تا مذاکره‌کنندگان تیم هسته‌ای به عواقب بازگشت تحریم‌های شورای امنیت توجه ویژه‌ای داشته باشند. براساس آمارها، در سال ۲۰۱۹ اندازه اقتصاد ۱۲عضو سازمان همکاری شانگهای، ۲۰۱ تریلیون دلار بود. این رقم معادل ۲۲.۹ درصد از اقتصاد جهانی است. در این بین، چین با ۷۰.۶ درصد از اندازه اقتصاد این سازمان، جایگاه مسلط در آن را دارد. هند با سهم ۱۵.۲ درصد، روسیه با سهم ۸.۵ درصد، ایران با سهم ۲.۶ درصد، پاکستان با سهم ۱.۳ درصد و قزاقستان با سهم ۰.۹ درصد از اندازه اقتصاد سازمان، رتبه دوم تا ششم را دارند. وضعیت شش کشور دیگر عضو نیز از بعد اقتصادی کمتر از یک درصد است. همچنین بالاترین و پایین‌ترین درآمد سرانه با ۱۱۶۶۲ دلار از آن روسیه و ۳۹۸ دلار از آن تاجیکستان بوده است.

بررسی دامنه درآمد سرانه اعضای سازمان همکاری شانگهای حاکی از تعمیق شکاف درآمدی طی دو دهه اخیر است. با توجه به ادبیات تجارت بین‌المللی در خصوص امکان تشدید نابرابری و ناهمگونی درآمد سرانه در صورت همگرایی بین کشورهایی که از حیث توسعه‌یافتگی متفاوتند، تفاوت سطح توسعه‌یافتگی اقتصادی بین اعضای شانگهای قابل توجه و تأمل است. ارزیابی شاخص‌های کلیدی اقتصادی و تجاری اعضا در حوزه تجارت کالا و خدمات و جریان سرمایه‌گذاری خارجی بیانگر تحولات توسعه‌ای قابل توجه با محوریت چین و هند است، اما اوضاع ایران به‌ویژه از لحاظ شاخص‌هایی مانند رشد اقتصادی، تورم و جریان سرمایه‌گذاری خارجی چندان مناسب ارزیابی نمی‌شود؛ درحالی‌که اعضای سازمان طی دو دهه اخیر اصلاحات اساسی و رو به بهبودی را در سیاست تجاری با هدف تسهیل در تجارت تجربه کرده‌اند.

موانع همگرایی اقتصادی شانگهای

در این میان، پنج مانع عمده در مسیر همگرایی اقتصادی و تجاری در سازمان همکاری شانگهای قرار دارد. اولین چالش، ساختار و وضعیت متفاوت اقتصادی و تجاری اعضای سازمان شانگهای است. چشمانداز اصلی اقتصادی این سازمان در این زمینه هماهنگی دو پروژه بزرگ اقتصادی جاده‌بریشم جدید و اتحادیه اقتصادی اوراسیا دیده می‌شود. چین به عنوان آغازگر اصلی توسعه روابط اقتصادی در سازمان شانگهای، بیشترین علاقه‌مندی را در استفاده از سازوکارهای سازمان جهت تحقق منافع اقتصادی خود بروز داده است. منافع روسیه در زمینه توسعه اقتصادی نیز مستلزم تشدید تلاش‌ها برای اجرای پروژه‌های مشترک اقتصادی با کشورهای سازمان شانگهای است که با توجه به گسترش عضویت جدید در این سازمان اهمیت ویژه‌ای دارد. سازمان شانگهای متشکل از دولت-ملت‌هایی با رشد اقتصادی و آمار تجاری بسیار متفاوت است.

مانع دوم، فراهم‌نبودن زمینه همکاری نهادی میان اعضای سازمان شانگهای است. همکاری در کشورهای سازمان شانگهای به‌ویژه بین جمهوری‌های آسیای مرکزی، در مجموع پایه نهادی نسبتاً ضعیفی دارد

با اوج‌گیری دوباره تورم، سفره مردم کوچک‌تر می‌شود

ماشین چاپ پول با سوخت جدید

رشد نقدینگی در پایان آذرماه ۱۴۰۰ نسبت به پایان سال ۱۳۹۹ معادل ۲۴.۹درصد و در ۱۲ ماه منتهی به آذرماه معادل ۲۸.۷درصد برآورد شده است. گزارش بانک مرکزی نشان می‌دهد رشد پایه پولی در ۱۲ ماه منتهی به آذر امسال به ۳۷.۶درصد رسیده، پایه پولی در پایان آذر امسال نسبت به پایان سال ۱۳۹۹، رشدی معادل ۲۲.۲درصد داشته که در مقایسه با دوره مشابه سال قبل به میزان ۷.۷عواحد درصد افزایش نشان می‌دهد. دلیل اصلی روند صعودی پایه پولی در آذرماه رشد خالص سایر اقلام دارایی‌ها و بدهی‌های بانک مرکزی و مطالبات بانک مرکزی از بانک‌ها بوده است. بانک مرکزی می‌گوید: بررسی تورم ماهانه به تفکیک کالا و خدمت نشان می‌دهد برخلاف چند ماه اخیر، اقلام کالایی در این ماه سهم عمده از تورم ماهانه را به خود اختصاص داده‌اند؛ به‌گونه‌ای که کالاهای بادوام که نوسان قیمت آنها همبستگی بالایی با نوسان بازار ارز دارد، تورم ماهانه به نسبت بالایی را در آذرماه ثبت کرده‌اند.

اما روند نزولی تورم در ماه‌های گذشته در حالی متوقف و دوباره صعودی شده است که به اعتقاد کارشناسان بودجه تدوین شده از سوی دولت برای سال آینده هم بودجه‌ای تورم‌زا است زیرا هم با کسری رو به وراست و هم بیش از سال جاری دولت روی فروش نفت و درآمدهای نفتی حساب باز کرده که این موضوع می‌تواند به تورم دامن بزند. به نظر می‌رسد اگر دولت و مجلس فکری اساسی برای کسری بودجه دولت نکنند در ماه‌ها و سال آینده تورم باز هم اوج خواهد گرفت و سفره مردم کوچک و کوچک‌تر خواهد شد. براساس این گزارش، با برگشت روند رو به رشد تورم در ماه گذشته، افزایش هزینه خانوارها به طور متوسط تا ۳۵.۹ درصد ثبت شده

و در مرحله شکل‌گیری است. کشورها اهداف و علایق متفاوتی دارند، اما نزدیکی جغرافیایی باعث می‌شود تا روی کارهای مشترک تمرکز کنند. سرعت و مقیاس همکاری اقتصادی و سیاسی در این منطقه، به تمایل کشورها برای همکاری در پروژه‌های قراردادی منطقه‌ای، انجام اصلاحات مناسب برای معرفی اشکال و روش‌های مقررات اقتصادی اتخاذ شده و همچنین اراده سیاسی دولت‌ها بستگی دارد. تجزیه و تحلیل دقیق تاریخچه سازمان شانگهای نشان می‌دهد که اگرچه این سازمان برای چین و روسیه مهم است، اما دو عضو بزرگ موسس در مورد هدف و دامنه دقتی سازمان با هم تفاوت دارند. سومین چالش به اختلاف‌نظر چین و روسیه در سطوح پیگیری اهداف اقتصادی در سازمان برمی‌گردد. چین با توجه به اهدافش در این منطقه معتقد است که اولویت‌های سازمان شانگهای در زمینه فعالیت‌های ضدتورریستی و اقتصادی باید به طور مساوی توزیع شود و به مرور زمان مولفه اقتصادی جایگاه غالب در فعالیت‌های این سازمان را به خود اختصاص دهد، اما روسیه علاقه‌مند به حفظ فعالیت سنتی سازمان شانگهای در زمینه مبارزه با «سه‌شر» یعنی تروریسم، افراط‌گرایی و جدایی‌طلبی است. روسیه تمایل دارد که این اهداف را بدون ترس غیرمنطقی از هژمونی اقتصادی چین در آسیای مرکزی پیگیری کند و بر همین اساس پیشنهادهای پکن برای تشدید همکاری اقتصادی در سازمان شانگهای را مهار می‌کند. چهارمین مانع، پیگیری پروژه‌های اقتصادی دوجانبه از نسوی پیشنهادهای مالی دانست، اما جلسات کارگروه‌های متعدد در پروژه‌های اقتصادی چندجانبه اجرا شده در چارچوب سازمان شانگهای کافی نیست. این پروژه‌ها، داده‌هایی را در مورد همکاری‌های دوجانبه ارائه می‌دهد که خارج از چارچوب سازمان همکاری شانگهای اجرا می‌شود. آخرین چالش، فقدان زیرساخت‌های مالی است. با اینکه یکی از مهمترین نهادهای اقتصادی سازمان همکاری شانگهای را می‌توان در حوزه ساختارهای مالی دانست، اما جلسات کارگروه‌های متعدد در سازمان هنوز منجر به ایجاد ساختارهای نظام‌ساز برای بانک توسعه شانگهای و حساب ویژه لازم برای تحقق پروژه‌های آن نشده است. در ابتدا ایده ایجاد بانک سازمان همکاری شانگهای با این هدف که منابع مالی سازمان همکاری شانگهای را بهینه کند، متعلق به چین بود. به اعتقاد پکن، این بانک جدید سازمان همکاری شانگهای، بانک سرمایه‌گذاری زیرساختی آسیا و بانک توسعه جدید بریکس مکمل یکدیگر هستند. طرف چینی پیشنهاد تشکیل سرمایه مجاز این بانک را مبتنی بر کمک‌های متناسب کشورهای عضو داد. اندازه مشارکت در سرمایه اصلی بانک را اندازه اقتصاد کشورها تعیین می‌کرد، اما روسیه به دلیل ترس از تقویت بیشتر سلطه چین در حوزه مالی و سرمایه‌گذاری سازمان، پیشنهاد کرد که ساختار مالی جدیدی ایجاد نشود بلکه از ابزارهای موجود تا حد امکان به شکل کارآمدی استفاده شود.

بانک‌نامه

دلار در صرافی‌ها ۲۵ هزار و ۸۰۰ تومان شد

کاهش ۷۰ هزار تومانی سکه

قیمت سکه در دومین روز بهمن‌ماه در بازار تهران، با ۷۰ هزار تومان کاهش قیمت نسبت به پایان هفته گذشته به ۱۲ میلیون و ۱۵۰ هزار تومان رسید. بدین ترتیب ارزش هر قطعه سکه تمام بهار آزادی طرح جدید با ۷۰ هزار تومان کاهش به ۱۲ میلیون و ۱۵۰ هزار تومان و سکه تمام بهار آزادی طرح قدیم به قیمت ۱۱ میلیون و ۹۵۰ هزار تومان معامله شد، همچنین نیم‌سکه بهار آزادی ۶ میلیون و ۷۰۰ هزار تومان، ربع سکه ۳میلیون و ۸۰۰ هزار تومان و سکه یک گرمی ۲ میلیون و ۳۰۰ هزار تومان قیمت خورد. در بازار طلا نیز نرخ هر گرم طلای ۱۸ عیار به یک میلیون و ۲۱۲ هزار تومان رسید و قیمت هر مثقال طلا نیز ۵میلیون و ۲۵۲ هزار تومان شد. قیمت انس جهانی طلا هم با نرخ یک‌هزار و ۸۳۶ دلار و ۱۶ سنت معامله شد. همچنین نرخ دلار در صرافی‌های بانکی با ۲۳۹ تومان افزایش در روز شنبه با نرخ ۲۵ هزار و ۸۰۱ تومان معامله شد. قیمت فروش یورو نیز با کاهش ۷۵ تومانی نسبت به انتهای هفته گذشته به ۲۹ هزار و ۳۷۷ تومان رسید. قیمت خرید هر دلار ۲۵ هزار و ۵۴۶ تومان و نرخ خرید هر یورو نیز ۲۸ هزار و ۷۸۵ هزار تومان اعلام شد.

اتریوم بر رقبا غلبه خواهد کرد؟

اتریوم (ETH) برای توسعه‌دهندگانی که اپلیکیشن و ارزهای رمزنگاری شده را می‌ساختند آخرین ابزار بلاک‌چین بود، اما رقبای دیگری نیز بودند که تا یک سال و نیم گذشته سرمایه‌گذاران به آنها توجه نمی‌کردند. به گزارش فوربس، اتریوم اولین متولد است اما زمانی که پلتفرم‌های دیگر ثابت کنند که به همان اندازه خوب یا حتی کمی بهتر هستند، این مزیت اولی بودن به سرعت از بین می‌رود. ودران ووکمن، بنیان‌گذار و مدیرعامل شرکت ریوتو می‌گوید: ما طرفدار بزرگ کاردانو (Cardano) ارائه‌دهنده رمز ارز آدا، (ADA) هستیم، کاردانو یک پلتفرم بلاک‌چین قرارداد هوشمند اثبات سهام است. ووکمن به دلیل برتری این بلاک‌چین عمدا در کارمزدهای بسیار ارزان‌تر، مقیاس‌پذیری بهتر و سرعت تراکنش و سرعت بالاتر نسبت به آنچه که در حال حاضر توسط بلاک‌چین ۱۰۰ اتریوم ارائه می‌شود به آن اعتقاد دارد. مالک ADA می‌گوید: عصر قراردادهای هوشمند به تازگی آغاز شده و بهترین روزها برای آدا و کاردانو هنوز در راه است.

همه بلاک‌چین‌ها به اصطلاح با «سه‌گانگی» مواجه هستند که در آن باید از بین سه موضوع، دو مورد را برای اولویت‌بندی انتخاب کنند: تمرکززدایی، امنیت و مقیاس‌پذیری (که منجر به هزینه می‌شود). اتریوم تمرکززدایی و امنیت را انتخاب کرده است که به قیمت مقیاس‌پذیری تمام شده و آن را گران‌تر و کندتر می‌کند. این موضوع در سال ۲۰۲۱ برای توسعه‌دهندگان زمانی آشکار شد که گس فنی برای استفاده از اتریوم افزایش یافت زیرا افراد بیشتری از بلاک‌چین آن استفاده کردند. این امر توسعه‌دهندگان و سرمایه‌گذاران را به سمت بلاک‌چین‌های رقیب (به اصطلاح راه‌حل‌های لایه یک) سوق داد. مشخص شده است که آینده بلاک‌چین چند زنجیره‌ای خواهد بود که در واقع خیر خوبی است.

طبق وبلاگ صنعتی، الکترونیک کپی‌تال، گزارش توسعه‌دهندگان نشان داد که پولکادات (DOT)، سولانا (SOL)، اولنچ (AVAX) و قبیله سریع‌تر از اتریوم در مقاطع مشابهی از تاریخ خود، جوامع توسعه‌دهندگان خود را افزایش می‌دهند. پولکادات پلتفرمی چند زنجیره‌ای که در حال ساخت چیزی است و برخی از آن به‌عنوان یک اینترنت بلاک‌چین یاد می‌کنند، به رتبه دوم محبوبیت تبدیل شده است. یویو روان، بنیان‌گذار پارالل فایننس معتقد است که با توجه به اینکه پولکادات اولین دور پروژه‌های خود ازجمله پارالل فایننس را در ۱۷ دسامبر سال گذشته اجرا کرد، پتانسیل آن برای پیشی گرفتن از اتریوم در تعداد کل توسعه‌دهندگان ممکن است. البته به این معنا نیست که توسعه‌دهندگان از اتریوم دست کشیده‌اند، اما قابل قبول است که بلاک‌چین‌های جدید را نیز امتحان کنند. از دیگر رقبا سولانا (Solana) است که به دلیل کارمزد تراکنش‌های پایین‌تر، برای معامله‌گران ارزهای دیجیتال با فرکانس بالا نیز به خوبی کار می‌کند. روان با استناد به شرکای خود ردیت و ان اف تی می‌گوید: پالیگان (MATIC) پتانسیل ایجاد رقابت برای اتریوم را دارد. می‌تواند مشارکت‌های بیشتری با سازمان‌هایی داشته باشد که پایگاه‌های کاربری بزرگی دارند. به خصوص آنهایی که بتوانند این کار را سریع‌تر از زمانی که اتریوم به نسخه ۲.۰ منتقل شود، انجام دهند.

توسعه‌دهنده کنی لی، یکی از بنیان‌گذاران شبکه ماتا می‌گوید: برخی از توسعه‌دهندگانی که شروع به ساخت براساس اتریوم کرده‌اند به‌دلیل گس فی، به دنبال گسترش به شبکه‌های دیگر هستند. ماتا در پولکادات و کوساما که ارتباط نزدیکی با هم دارند، ساخته شده است. گلوین وود، بنیان‌گذار پولکادات، کوساما را در سال ۲۰۱۹ ایجاد کرد. به گفته مدیرعامل کولونی لب و یکی از بنیان‌گذاران اگرو-آلفا، یک صندوق تأمین‌ی ارزهای دیجیتال مستقر در پاریس، اولنچ جایگزین دیگر اتریوم برای کولونی است. اولنچ یک بلاک‌چین اثبات سهام است که به دلیل سرعتش معروف شده است. اینها معروف‌ترین نام‌ها هستند. سایر توسعه‌دهندگان برای ساختن بلاک‌چین‌های سریع‌تر و مقرون‌به‌صرفه‌تر اقدام می‌کنند. بلاک‌چین و درایی‌های دیجیتال بسیاری از حوزه‌های سنتی مالی و سرمایه‌گذاری را متحول می‌کنند.

سقوط بیت کوین دلار را پایین می‌آورد؟

در حالی که سرمایه‌گذاران منتظر نشست هفته پیش روی فدرال رزرو برای شفافیت بیشتر در مورد چشم‌انداز افزایش نرخ هستند، دلار در روز جمعه همراه با بازدهی خزانه‌داری ایالات متحده کاهش یافت.
به گزارش رویترز، دلار با بازده خزانه‌داری ایالات متحده کاهش می‌یابد، اما همچنان به مدت یک هفته افزایشی است و بیت‌کوین سقوط می‌کند. پیش‌بینی‌های اخیر مبنی بر اینکه فدرال رزرو با سرعتی سریع‌تر از پیش‌بینی‌های گذشته سیاست‌های پولی را تشدید کند، باعث افزایش بازدهی دلار در اوایل این هفته شد. در این هفته شاخص دلار آمریکا بیشترین درصد افزایش هفتگی از اواسط دسامبر را داشت.
بازدهی خزانه‌داری ایالات متحده کاهش یافت زیرا افت بازار سهام نشان‌دهنده ریسک‌پذیری ضعیف بود. بازارها در سال جاری چهار افزایش نرخ را تجربه می‌کنند که از ماه مارس شروع می‌شود و انتظار می‌رود که فدرال رزرو در چند ماه آینده ترازنامه از ۸ تریلیون دلاری خود را کاهش دهد و نشست هفته آینده فدرال رزرو می‌تواند قانونی شدن آن را روشن کند.
بیت‌کوین در ارزهای دیجیتال نیز به پایین‌ترین سطح خود از ماه آگوست رسیده است، آخرین بار در ۶ درصد کاهش در حالی که اتریوم بیش از ۸ درصد کاهش داشت. دلار آخرین بار در برابر یسن ۰.۴ درصد کاهش یافت و یورو آخرین بار با ۰.۳ درصد افزایش در برابر دلار به ۱.۱۳۴۱ دلار رسید.
خرده‌فروشی در بریتانیا به داده‌های اقتصادی ضعیف‌تر اخیر افزوده است و پیوند در برابر دلار با ۰.۳ درصد کاهش به ۱.۳۵۵۳ دلار رسید.

جغرافیای استانی چک‌های برگشتی



مبلغ چک‌های وصولی را چک‌های عادی و ۴۵ درصد دیگر را چک‌های رم‌دار به خود اختصاص داده‌اند. همچنین در آذر در کل کشور حدود ۴۵۸ هزار فقره چک رم‌دار به ارزش حدود ۱۹۰ هزار و ۳۰۰ میلیارد مبلغ ۴.۳ درصد کاهش داشته است.

در مجموع، در آذرماه امسال بیشترین نسبت تعداد چک‌های وصولی به کل چک‌های مبادله‌ای به ترتیب به استان‌های گیلان با رقم ۹۳.۸ درصد، البرز با ۹۲.۵ درصد و یزد و ۹۲.۲ درصد اختصاص یافته است و استان‌های کهگیلویه و بویراحمد با ۸۵.۴ درصد، لرستان با ۸۷.۴ درصد و خراسان شمالی با ۸۷.۸ درصد پایین‌ترین نسبت تعداد چک‌های وصولی به کل چک‌های مبادله شده در استان را به خود اختصاص داده‌اند. همچنین بیشترین نسبت ارزش چک‌های وصولی به کل ارزش چک‌های مبادله‌ای به ترتیب به استان‌های گیلان با ۹۳.۲ درصد و هرمزگان با ۹۱ درصد اختصاص یافته است و استان‌های کهگیلویه و بلوچستان با ۸۴.۵ درصد کمترین نسبت ارزش چک‌های وصولی به کل ارزش چک‌های مبادله شده در استان را به خود اختصاص داده‌اند.

از سوی دیگر، بیشترین نسبت تعداد چک‌های برگشتی به کل چک‌های مبادله‌ای به ترتیب به استان‌های کهگیلویه و بویراحمد با ۱۴.۶ درصد، لرستان با ۱۲.۶ درصد و خراسان شمالی با ۱۲.۲ درصد اختصاص یافته است و استان‌های گیلان با ۶.۲ درصد، البرز با ۷.۵ درصد و یزد با ۷.۸ درصد پایین‌ترین نسبت تعداد چک‌های برگشتی به کل تعداد چک‌های مبادله شده در استان را به خود اختصاص داده‌اند. همچنین بیشترین نسبت ارزش چک‌های برگشتی به کل چک‌های مبادله شده به ترتیب به استان‌های کهگیلویه و بویراحمد با ۱۷.۳ درصد، خراسان جنوبی با ۱۶.۱ درصد و سیستان و بلوچستان با ۱۵.۵ درصد اختصاص یافته است و استان‌های گیلان با ۷.۸ درصد، البرز با ۸.۷ درصد و هرمزگان با ۹ درصد کمترین نسبت ارزش چک‌های برگشتی به کل ارزش چک‌های مبادله شده در استان را به خود اختصاص داده‌اند.

تعداد و مبلغ چک‌های برگشتی در پایان پاییز کم شد

چک با ارزش معادل ۱۳۱ هزار و ۸۰۰ میلیارد تومان مبادله شده که بیانگر صدرنشینی استان تهران در مبادله چک در سطح کشور است. چک‌های وصول شده در تهران حدود ۱.۹ میلیون فقره به ارزش حدود ۱۲۱ هزار میلیارد تومان و چک‌های برگشتی بیش از ۱۴۸ هزار فقره به ارزش حدود ۱۰ هزار و ۹۰۰ میلیارد تومان گزارش شده است. البته نسبت چک‌های برگشتی به مبادله‌ای از ۹.۴ درصد در آذرماه سال گذشته به ۸.۳ درصد در آذرماه سال جاری رسیده که ۱.۱ درصد کاهش داشته است. از سوی دیگر، ارزش چک‌های مبادله شده در آذرماه امسال نسبت به مدت مشابه سال قبل تقریباً ۴۰ درصد با افزایش مواجه شده و از کل تعداد و مبلغ چک‌های مبادله شده ۹۱.۷ درصد و ۹۰.۱ درصد وصولی و ۸.۳ درصد و ۹.۹ درصد برگشت داده شده است.

علاوه بر این، در آذرماه امسال حدود ۵۲۵ هزار فقره چک به ارزش بیش از ۲۴ هزار و ۴۰۰ میلیارد تومان به دلایل کسری یا فقدان موجودی برگشت خورده است که در واقع از نظر تعداد ۹۶.۴ درصد و از نظر ارزش نیز ۹۵.۹ درصد از کل چک‌های برگشتی به دلایل کسری یا فقدان موجودی بوده است. از سوی دیگر، در استان تهران بیش از ۱۴۱ هزار فقره چک به ارزش بالغ بر ۱۰ هزار و ۳۰۰ میلیارد تومان به دلایل کسری یا فقدان موجودی برگشت داده شده که در استان تهران از نظر تعداد ۹۵.۴ درصد و از نظر مبلغ نیز ۹۵.۲ درصد چک‌های برگشتی به دلایل کسری یا فقدان موجودی بوده است.

آمار چک‌های برگشتی کمتر شد

همچنین در آخرین ماه فصل پاییز در سراسر کشور بیش از ۶.۴ میلیون فقره وصول شده که از این تعداد بالغ بر ۵.۹ میلیون فقره عادی و حدود ۰.۵ میلیون فقره رم‌دار بوده است؛ بنابراین در کل کشور ۹۲.۹ درصد از کل چک‌های وصولی را چک‌های عادی و ۷.۱ درصد را چک‌های رم‌دار تشکیل می‌دهند. از نظر مبلغی نیز از ۴۲۳ هزار میلیارد تومان چک‌های وصولی در کل کشور، بالغ بر ۳۲۲ هزار و ۷۰۰ میلیارد تومان برای چک‌های عادی و حدود ۱۹۰ هزار و ۳۰۰ میلیارد تومان خاص چک‌های رم‌دار بوده است. بر این اساس، در کل کشور ۵۵ درصد از کل

رئیس هیأت عامل صندوق توسعه ملی خبر داد

تزریق مرحله‌ای ۱۲ هزار میلیارد به بورس

گیرد. در عین حال که خرید سهام به صورت مشاع با صندوق تثبیت بازار هم سهام بخرمی اما هنوز نهایی نشده است.
وی با اشاره به اهمیت تامین منابع صندوق توسعه ملی یادآور شد که در حال حاضر منابع صندوق از درآمد ارزی نفت تامین می‌شود، در حالی که معتقدم می‌توان حتی کالا را به عنوان بخشی از منابع برای صندوق ثبت کرد تا دیگر نیازی به تبدیل ارز به ریال نباشد.

رئیس هیأت عامل صندوق توسعه ملی سپس به دریافت‌کنندگان وام‌های ارزی هشدار داد و گفت: در صندوق توسعه ملی ایران، نقش تسهیلات پرنرنگ‌تر از سرمایه‌گذاری بوده و عملاً سرمایه‌گذاری انجام نشده است. همین‌جا باید به دریافت‌کنندگان تسهیلات ارزی این پیام را بدهم که تصور نکنند هیأت عامل کوتاه آمده و می‌توانند تسهیلات را به ریال بازپرداخت کرده و با براساس ارز ۴۲۰۰ تومانی پس بدهند، محال است این اجازه را بدهیم.
غضنفری همچنین اشاره‌ای به استمهال وام‌های ارزی داشت و یادآور شد که در این سال‌ها به دلیل شرایط تحریمی و مشکلاتی که در تامین ارز و تجهیزات وجود داشته است، برخی تسهیلات‌گیرندگان امکان ورود به موقع تجهیزات و تولید را نداشته‌اند که در همین جریان درخواست استمهال وام داشته‌اند و صندوق نیز با بررسی شرایط موافقت کرده است. به گفته وی، برای ۲۰۰ طرح ارزی حدود ۴۰۰ بار استمهال انجام شده است.

به گزارش ایسنا، این مقام مسئول در صندوق توسعه ملی سپس به توزیع منابع صندوق اشاره کرد و گفت: از منابع ارزی صندوق حدود ۴۰ درصد در اختیار بخش خصوصی و نهادهای غیردولتی قرار داشته است. او نقدی هم به جریان برداشت‌های دولت‌ها از منابع صندوق توسعه ملی داشت و با اشاره به اینکه طبق اساسنامه صندوق، هیأت عامل نباید منابعی در اختیار دولت قرار دهد یادآور شد: ولی طی سال‌های اخیر با توجه به شرایطی که وجود داشته، با مجوز یا تصمیم هیأت امنای صندوق

فرصت امروز: آمارهای بانک مرکزی درباره میزان چک‌های برگشتی در نهمین ماه ۱۴۰۰ نشان می‌دهد که در این ماه بیش از ۵۴۴ هزار فقره چک برگشت خورده که از نظر تعداد ۱۳.۶ درصد و از نظر مبلغ ۱۶.۳ درصد کاهش داشته است. براساس جدیدترین آمار بانک مرکزی، بیش از ۶ میلیون و ۵۰۰ هزار فقره چک به ارزش حدود ۲۵۸۳ هزار میلیارد ریال در آذرماه امسال در سراسر کشور مبادله شد که نسبت به ماه قبل از نظر تعداد ۷.۵ درصد کاهش و از نظر مبلغ ۳.۱ درصد افزایش را نشان می‌دهد. در آخرین ماه پاییز همچنین در استان تهران بیش از ۲۰۰ میلیون فقره چک به ارزش بالغ بر ۱۳۱۸ هزار میلیارد ریال مبادله شد. جغرافیای استانی چک‌های بانکی نشان می‌دهد که در آذرماه سال جاری ۴۹.۲ درصد از تعداد چک‌های مبادله‌ای کل کشور در سه استان تهران، اصفهان و خراسان رضوی مبادله شده است که به ترتیب با ۳۰.۹ درصد، ۱۰.۷ درصد و ۷.۶ درصد بیشترین سهم را در مقایسه با سایر استان‌ها داشته‌اند. در آذرماه همچنین ۶۳.۱ درصد از ارزش چک‌های مبادله‌ای کل کشور نیز در سه استان تهران با رقم ۵۱.۱ درصد، اصفهان با رقم ۶.۷ درصد و خراسان رضوی با رقم ۵.۳ درصد مبادله شده است که بیشترین سهم را در مقایسه با سایر استان‌ها دارا بوده‌اند.

جریان مبادلات چک در پایان پاییز

حدود ۶ میلیون فقره چک به ارزش حدود ۲۳۲۸ هزار میلیارد ریال در آذرماه امسال در کل کشور وصول شد که نسبت به آبان ماه از نظر تعداد ۶.۹ درصد کاهش و از نظر مبلغ ۵.۸ درصد افزایش نشان می‌دهد. از کل تعداد و مبلغ چک‌های مبادله‌شده در آذرماه به ترتیب ۹۱.۷ درصد و ۹۰.۱ درصد وصول شده است. این در حالی است که درصد تعداد و مبلغ چک‌های وصول شده در آبان ماه امسال به ترتیب معادل ۹۱.۱ درصد و ۸۷.۸ درصد و در آذرماه پارسال به ترتیب ۹۰.۶ درصد و ۸۷.۵ درصد بوده است.

گزارش تازه بانک مرکزی از جریان مبادلات چک در پایان پاییز همچنین نشان می‌دهد که در آذرماه بیش از ۵۴۴ هزار فقره چک برگشت خورده که از نظر تعداد ۱۳.۶ درصد و از نظر مبلغ ۱۶.۳ درصد کاهش داشته است. همچنین در این مدت در استان تهران بیش از ۲ میلیون فقره

رئیس هیأت عامل صندوق توسعه ملی از تزریق مرحله‌ای ۱۲ هزار میلیارد به بورس خبر داد و گفت که حدود ۱۲ هزار میلیارد تومان از منابع صندوق به بورس تزریق خواهد شد که تاکنون ۲.۷ هزار میلیارد تومان پرداخت شده است.

مهدی غضنفری روز گذشته در نشست خبری به بیان گزارشی از عملکرد ۱۰ ساله صندوق توسعه ملی پرداخت و با بیان اینکه در مجموع پیش‌بینی شده ۵۱۰ میلیون دلار از منابع ارزی صندوق توسعه ملی در اختیار صندوق تثبیت بازار قرار گیرد که حدود ۱۲ هزار میلیارد تومان خواهد بود، گفت: تاکنون حدود ۲.۷ هزار میلیارد تومان در سه قسط به صندوق تثبیت بازار پرداخت شده است که در قسط اول ۱۰۰۰ میلیارد تومان، در قسط دوم ۵۰۰ میلیون دلار به ریال تبدیل شد که حدود ۱۰۰۰ میلیارد تومان بود و در قسط سوم که در روزهای گذشته دستور آن را به بانک مرکزی داده‌ایم، ۶۵۰ میلیارد تومان دیگر پرداخت خواهد شد. به گفته وی، از ربالی که در نتیجه بازپرداخت تسهیلات صندوق توسعه ملی در بانک‌ها برمی‌گردد، به صورت اقساط ۶۵۰ میلیارد تومانی هر بار در اختیار بورس قرار خواهد گرفت تا سقف حدود ۱۲ هزار میلیارد تومان پر شود.

غضنفری این را هم گفت که صندوق توسعه ملی ۵۰۰۰ میلیارد تومان از وزارت اقتصاد طلب دارد که طی توافقی با وزیر اقتصاد قرار شد این مبلغ از سمت صندوق به صندوق تثبیت بازار تزریق شود که جزئی از ۱۲ هزار میلیارد تومان پیش‌بینی شده است.

او با اشاره به نحوه سرمایه‌گذاری این منابع صندوق در بورس توضیح داد: در جلسه اخیر هیأت امنای صندوق توسعه ملی، اجازه سرمایه‌گذاری و خرید سهام به این صندوق داده شده است، بنابراین با صندوق تثبیت بازار توافق کردیم که تمامی این ۱۲ هزار میلیارد تومان یا به صورت سرمایه‌گذاری یا سهام باشد و یا با نرخ ۱۱ درصد سپرده‌گذاری صورت

خبرنامه



کارگروه سهام عدالت تا پایان سال تشکیل می‌شود

قصد تلخ غیرمستقیم‌های سهام عدالت

مدتهاست که برای مضمولان سهام عدالت فرقی نمی‌کند که روش مستقیم را برای مدیریت سهام خود انتخاب کرده باشند یا غیرمستقیم، در هر صورت هردو گروه امکان فروش سهام خود را ندارند. مستقیم‌ها به دلیل شرایط بازار و غیرمستقیم‌ها به دلیل تعلیق شدن نماد شرک‌ها موضوعی که به گفته سخنگوی کانون شرک‌های سرمایه‌گذاری‌استانی سهام عدالت‌انتظار می‌رود تا پایان سال جاری تعیین تکلیف شود. به گزارش ایسنا، اردیبهشت سال گذشته که فرآیند آزادسازی سهام عدالت آغاز شد، از میان حدود ۴۹ میلیون نفر مشمول سهام عدالت، ۱۹ میلیون نفر روش مستقیم را برای مدیریت سهام خود انتخاب کردند و ۳۹ میلیون نفر نیز روش غیرمستقیم را برگزیدند تا سهامدار شرک‌های سرمایه‌گذاری استانی شوند.

گرچه در دولت قبل اقداماتی برای برگزاری مجامع این شرک‌ها صورت گرفت که همگی با شکست مواجه و پرونده این ماجرا بسته شد، اما غیرمستقیم‌های سهام عدالت هم مانند مستقیم سرنوشت خوشی نداشتند و نماد شرک‌ها یا در صف فروش قفل بود و یا تعلیق! در واقع مدت زمان زیادی است که امکان معامله این نمادها برای سهامداران وجود ندارد و مشخص نیست این نمادها چه زمانی بازگشایی شوند.

در این راستا، علی‌کبر حیدری سخنگوی کانون شرک‌های سرمایه‌گذاری

استانی سهام عدالت، یکی از دلایل عمده بسته شدن نمادهای شرک‌های سرمایه‌گذاری سهام عدالت را نبود بازارگردان می‌داند و می‌گوید عدم تعیین بازارگردانی و عدم برگزاری مجامع و افسشای صورتهای مالی شرک‌های سرمایه‌گذاری سهام عدالت از دلایل عمده تعلیق نماد شرک‌ها است. بر این اساس در یکی از جلسات اخیر شورای عالی بورس مصوبه‌ای تصویب و قرار شد بر مبنای آن کار گروه مشترکی برای تعیین تکلیف مسائل با اهمیت سهام عدالت تشکیل شود. به گفته وی، طبق مصوبه مذکور تا پایان سال کل مباحث مربوط به سهام عدالت از جمله نحوه فعالیت شرک‌های سرمایه‌گذاری استانی، برگزاری مجامع بررسی و تعیین تکلیف شود و امیدواریم تشکیل کارگروه مربوطه سریع‌تر صورت بگیرد تا با تشکیل این کارگروه ویژه تمام موارد مغایر قانون اصل ۴۴، قانون تجارت و فرمان هشت‌گانه مقام رهبری احصا و برای ابطال موارد مغایر قانون و اصلاح آیین‌نامه گزارش داده شود.

با رد پیشنهاد دولت در کمیسیون تلفیق مجلس

شرایط بازنشستگی تغییر نمی‌کند

پس از اینکه درخواست دولت برای افزایش سن بازنشستگی از ۶۰ سال به ۶۲ سال (در لایحه بودجه ۱۴۰۱) از سوی کمیسیون اجتماعی مجلس رد شد، حالا جرم زارع، سخنگوی کمیسیون تلفیق بودجه ۱۴۰۱ می‌گوید که این کمیسیون هم این موضوع را رد کرده و بدین ترتیب، افزایش سن بازنشستگی منتفی است و سنال آینده طبق قانون فعلی عمل خواهد شد. سخنگوی کمیسیون تلفیق بودجه همچنین از حذف بند «ب» تبصره ۲۰ لایحه بودجه مربوط به افزایش مدت خدمت به ۳۲ سال و بند مربوط به محاسبه حقوق بازنشستگی از متوسط حقوق دو سال به سه سال خبر داد. بنابراین باتوجه به مصوبات کمیسیون تلفیق عملا در سال آینده هیچ تغییری در شرایط بازنشستگی نسبت به سال جاری رخ نخواهد داد. افزایش سن و سابقه بازنشستگی که توسط دولت در لایحه بودجه ۱۴۰۱ گنجانده شده بود، در هفته‌های گذشته مورد اعتراض بسیاری از تشکل‌های کارگری و جمعیت زیادی از کارگران که مخصوص کارگران در آستانه بازنشستگی قرار گرفته بود. ولی اسدماغیلی، رئیس کمیسیون اجتماعی مجلس در این باره گفته: دلیل اصلی حذف افزایش دو ساله سن بازنشستگی این بوده که باذی‌نفعان این بحث مشورتی نشده. برای اینکه درآمد صندوق‌ها را پایدار کنیم راه حل آن افزودن دو سال به سن بازنشستگی در بودجه سنواتی نیست، چراکه این موضوع اولاً مغایر با برنامه ششم توسعه بوده و ثانیاً احکام دائمی را نمی‌توانیم در بودجه سنواتی بیاوریم. به گفته وی، افزایش سن بازنشستگی احکام قانونی است، از منظر قانونی، احکام دائمی را نمی‌توان در بودجه سنواتی آورد. افرادی که برای بازنشستگی خود برنامه‌ریزی کرده بودند ناگهان با چنین تصمیمی مواجه شدند. به طور مثال، مشاغل سخت و زیان‌آور مثل رانندگان کامیون پس از ۲۰ سال اشتغال، خسته می‌شوند. چگونه سن بازنشستگی این گروه شغلی را دو سال افزایش دهیم. پیش از این نیز علی دهقان کیا، رئیس کانون بازنشستگان کارگری تهران در مخالفت با پیشنهاد دولت در بودجه گفته بود: مدیریت سازمان تماماً دولتی است و دولت تصور می‌کند می‌تواند برای پارامترهای بیمه‌ای به تنهایی تصمیم بگیرد؛ این درحالی است که اگر پول خودمان یا همان مطالبات سازمان را بپردازند، نیازی به افزایش سن و سابقه بازنشستگی نیست؛ صندوق خود به خود به سمت پایداری می‌رود. کارشناس معتقدند همه معادلات روابط کار و تامین اجتماعی باید به صورت سه‌جانبه و با مشارکت موثر جامعه ذی‌نفعان یعنی کارگران و کارفرمایان و دولت به ثمر برسد؛ هر نوع اصلاحات یکجانبه مردود است. در طرف مقابل برخی از کارشناسان هم معتقدند اگر دولت به دلیل بحران‌های سازمان‌های بیمه‌گر با چالش جدی روبه‌روست به جای گنجاندن تغییرات بازنشستگی در لایحه بودجه باید در ساختار لایحه‌ای مجزا یا در قالب برنامه هفتم توسعه این تغییرات را پیشنهاد دهد.

کدام کالای ایرانی بیشترین مشتری را در هند دارد؟

اتاق بازرگانی تهران در جدیدترین گزارش خود به بررسی وضعیت تجاری ایران و هند در ۹ ماهه ابتدای سال ۱۴۰۰ پرداخته است. براساس آمارهای اتاق تهران، مجموع تجارت ایران و هند تا پایان آذرماه امسال به ۲.۴ میلیارد دلار رسیده که از این عدد ۱.۳۴ میلیارد دلار مربوط به صادرات ایران و ۱.۰۵ میلیارد دلار مربوط به واردات ایران از هند می‌شود. امسال میزان صادرات ایران به هند حدوداً ۲۴ درصد افزایش یافته و در مقابل ارزش واردات از این کشور حدوداً ۷۷ درصد کاهش پیدا کرده است. به این ترتیب تراز تجاری ایران در معامله با هند مثبت شده و به عدد ۲۹۶ میلیون دلار رسیده است.

از نظر وزنی، ایران حدوداً ۹۵۳ هزار تن کالا از هند وارد کرده است که نسبت به مدت مشابه سال قبل حدوداً ۴۷ درصد کاهش را نشان می‌دهد. همچنین در طول این مدت حدوداً ۵ میلیون تن کالای ایران به هند رفته که افزایش ۵درصدی را نشان می‌دهد. متوسط قیمت واردات از هند ۱۰۹۹ دلار در هر تن و متوسط صادرات ایران ۲۷۳ دلار در هر تن بوده است. در میان کالاهایی که ایران از هند وارد کرده، برنج با ۲۲۰ میلیون دلار صدرنشین است و پس از آن چای سیاه، اکسید آلومینیوم، موز، زغال سنگ و شکر تصفیه‌شده قرار دارد. در میان کالاهای صادراتی ایران به هند اما متانول با سهم ۱۱۶ میلیون دلاری صدرنشین است و پس از آن آمونیاک بدون آب، محصولات آهنی اسفنجی، پسته، آوره، ورق فولادی، خرم‌ا و پلی اتیلن قرار دارد.

فرصت امروز: اولین روز کاری بهمن ماه برای بازار سهام، خوش‌یمن بود و شاخص بورس تهران در پایان معاملات روز شنبه با رشد بیش از ۲ هزار واحدی همراه شد تا تالار شیشه‌ای به رنگ سبز درآید و ترمز بورس بالاخره کشیده شود.

معاملات اولین ماه زمستان با عقبگرد ۷ درصدی شاخص بورس تهران به پایان رسید و بورس‌بازان در آخرین هفته دی ماه شاهد جابه‌جایی سسه‌امی به ارزش ۱۴۲۵میلیارد تومان در مسیر حقیقی به حقوقی بودند. هرچند این روند نزولی در هفته‌های گذشته باعث خروج هرچه بیشتر سهامداران از بازار سهام شد، اما روند دادوستدهای بورسی در آخرین روز معاملاتی دی ماه، برخی از معادلات بازار را به هم زد و جریان خروج پول در این روز با افت مواجه شد. سبزترین گروه بازار در هفته گذشته، نمادهای پالایشی بودند که تحت تأثیر رشد قیمت جهانی نفت، قیمت آنها نیز رشد کرد. بسیاری از کارشناسان بازار سهام، روند نزولی بورس را از یکسو مبتنی بر انتظارات سهامداران و معامله‌گران می‌دانند و از سوی دیگر به سلبه ابهاماتی نظیر مذاکرات وین، بازخوردهای لایحه بودجه و نوسان نرخ ارز اشاره می‌کنند که بازار سهام را با کاهش ارزش مواجه کرده‌اند. گرچه در ابتدای هفته گذشته قیمت ارز در بازار تهران روند افزایشی داشت، اما در انتهای هفته روند کاهشی به خود گرفت. بنابراین می‌توان گفت که هنوز روندهای نزولی بازار قدرتمندتر هستند و عواملی همچون نرخ ارز، مذاکرات هسته‌ای و قیمت جهانی کامودیتی‌ها بر بورس تأثیرگذار بوده و ریسک‌هایی را برای معامله‌گران ایجاد کرده است. اغلب کارشناسان معتقدند بورس محلی برای سرمایه‌گذاری بلندمدت بوده و نباید انتظار داشت وضعیت بورس در کوتاه مدت تغییر چندانی داشته باشد.

سبزپوشی تالار شیشه‌ای با پالایشی‌ها

در معاملات اولین روز کاری بهمن ماه، شاخص کل بورس تهران با افزایش ۲ هزار و ۴۱۰ واحدی به رقم یک میلیون و ۲۸۱ هزار و ۸۰۴ واحد رسید. بازار باز هم به دو نیمه افزایش و کاهش شاخص تقسیم شد تا میزان رشد کاهش پیدا کند. بازدهی شاخص کل بورس مثبت ۰.۱۹ درصد بوده

رشد ۱۰۷ درصدی ارزش صف‌های خرید در بورس تهران

ترمز بورس کشیده شد



است. همچنین شاخص کل هم‌وزن با افت هزار و ۴۴۴ واحدی در سطح ۳۳۴ هزار و ۱۹۵ واحدی ایستاد. بازدهی شاخص کل هم‌وزن بورس منفی ۰.۴۳ درصد بوده است.

در این روز همانند چهارشنبه هفته گذشته اغلب نمادهای پالایشی رشد قیمت داشتند و گروه «فراورده‌های نفتی، کک و سوخت هسته‌ای» سبزترین گروه بازار بود. نمادهای «فولاد»، «شپنا» و «شتران» بیشترین تأثیر مثبت را بر شاخص کل داشتند و سهم‌های «نوری»، «رهنما» و «شپدیس» نیز با بیشترین تأثیر منفی بر شاخص همراه شدند. همچنین شاخص کل فرابورس ۸۴ واحد پایین آمد و در سطح ۱۷ هزار و ۵۵۶ واحد قرار گرفت. در فرابورس نیز نمادهای «زاگرس»، «کگهر» و «ارفع» بیشترین تأثیر کاهنده را بر شاخص کل فرابورس داشتند و «خدبزل»، «تکای» و «توسن» با بیشترین تأثیر مثبت بر شاخص همراه شدند.

روز گذشته برای بیست و یکمین روز متوالی ارزش خالص تغییر مالکیت حقوقی به حقیقی بازار منفی شد و ۲۷۵.۶ میلیارد تومان پول حقیقی از بورس خارج شد که نسبت به روز چهارشنبه گذشته رشد ۱۳ درصدی را نشان می‌دهد. در معاملات شنبه بیشترین خروج پول حقیقی به نمادهای فعلی (شرکت ملی صنایع مس ایران)، سمگا (شرکت سرمایه‌گذاری میراث فرهنگی) و نوری (شرکت پتروشیمی نوری) تعلق گرفت. بیشترین ورود پول حقیقی نیز به نمادهای جم پیلن (پلی پروپیلن جم)، شبندر (پالایش نفت بندرعباس) و تجلی (تجلی توسعه معادن و فلزات) اختصاص داشت. ارزش معاملات کل بازار سهام به رقم ۶ هزار و ۶۰۰ میلیارد تومان افزایش یافت و رشد ۵ درصدی را به ثبت رساند. ارزش معاملات اوراق بدهی در بازار ثانویه ۶۵۴ میلیارد تومان بود که ۱۰ درصد از ارزش کل معاملات بازار سرمایه را تشکیل می‌دهد. ارزش معاملات خرد سهام نیز بارشد ۱۱ درصدی نسبت به روز کاری قبل روبه‌رو شد و به رقم ۲ هزار و ۴۸۴ میلیارد تومان رسید که ۳۷ درصد کل معاملات بازار ثانویه را تشکیل می‌دهد.

رشد ۱۰۷ درصدی صف‌های خرید بورس

در پایان معاملات روز شنبه، ۱۴۶ نماد رشد قیمت داشتند که ۱۰۱

شاهنامه بورس آخرش خوش است؟

۱۹ ماهگی ریزش بورس تهران

بازار را بهتر و باثبات‌تر کند و از طرف دیگر اعتماد را به بازار برگرداند. زیرا مشکل بازار بحث اعتماد است، اما همین بسته ۱۰ بندی هم تبدیل به مبنایی برای عدم اطمینان و عدم اعتماد شد. در ابتدا در مورد نرخ گاز و سوخت شایعاتی مطرح شد. بعد لایحه بودجه سال آینده ارائه شد که نرخ گاز و سوخت در آن بسیار گران دیده شده بود که مزیت رقابتی شرک‌های پتروشیمی ایران را زیر سوال می‌برد. این تحلیلگر بازار سرمایه با اشاره به برنامه حمایتی ۱۰ بندی که از سوی دولت ارائه شد، ادامه می‌دهد: قرار بود مشکل لایحه حل شود، اما در نهایت مشخص نشد نتیجه آن چه بود. الان هم مشخص نیست سقفی برای گاز و خوراک در نظر گرفته شده است یا خیرا در حالی که قرار بود این برنامه عدم اطمینان را برطرف کند، اما به آواری روی سر بازار تبدیل شده است. اصلا هم مشخص نیست این مشکل ناشی از سازمان بورس است یا وزارت اقتصاد و یا دولت! هیچ‌کس زیر بار این موضوع نمی‌رود.

همچنین ولید هلالات، دیگر تحلیلگر بازار سرمایه ضمن بررسی وضعیت این بازار و ابهاماتی که بورس با آنها مواجه است، بر این باور است که رفتار دولت با بازار سرمایه باعث بی‌اعتمادی سهامداران به این بازار می‌شود. هلالات با تأکید بر اینکه همچنان رفتار دولت باعث سلب اعتماد از بازار سرمایه می‌شود، به ایسنا می‌گوید: یکی از رفتارهایی که به بی‌ثباتی بازار دامن زد این بود که سقف نرخ گاز در ۱۰ مصوبه‌ای که یکشنبه توسط هیأت دولت تصویب شد نبود و فقط اعلام کردند که فرمول حال حاضر برای تعیین قیمت گاز ادامه پیدا می‌کند. قیمت گاز در حال حاضر حدود ۲۰ سنت یعنی حدود ۷ هزار تومان در هر مترمکعب است درحالی که قرار بود سقف ۵ هزار تومان باشد.

به گفته وی، این سقف ۵ هزار تومانی برای قیمت گاز به صورت علنی اعلام شده بود و اینکه در مصوبه نیست باعث بدبینی بازار می‌شود. به طور

نماد بورسی و ۴۵ نماد فرابورسی بودند. به عبارت دیگر، ۳۰ درصد بازار رشد قیمت داشتند. تعداد نمادهایی که در پایان بازار همچنان صف خرید داشتند، ۲۱ سهم بود. ارزش صف‌های خرید نیز نسبت به پایان روز کاری قبل ۱۰۷ درصد رشد کرد و در رقم ۱۴۵ میلیارد تومان ایستاد. نماد شتران (شرکت پالایش نفت تهران)، هجرت (شرکت پخش هجرت) و فاذر (شرکت صنایع آذراب) بیشترین صف خرید را داشتند. میانگین خرید هر کد حقیقی ۱۲.۱ میلیون تومان بوده است.

بررسی معاملات روز گذشته همچنین نشان می‌دهد ۳۱۷ نماد کاهش قیمت داشتند که ۲۲۷ نماد بورسی و ۹۰ نماد فرابورسی بودند. به عبارت دیگر، ۶۵ درصد بازار افت قیمت داشتند. تعداد ۹۹ نماد نیز در پایان معاملات در صف فروش قرار داشتند. بدین ترتیب، ارزش صف‌های فروش پایانی بازار نسبت به روز چهارشنبه گذشته ۴۰ درصد افزایش یافت و ۱۶۴ میلیارد تومان شد. بیشترین صف فروش نیز به شیراز (شرکت پتروشیمی شیراز)، نوری (شرکت پتروشیمی نوری) و ذوب (شرکت ذوب آهن اصفهان) اختصاص داشته است. میانگین فروش هر کد حقیقی ۱۴.۷ میلیون تومان بوده است.

در مجموع، معاملات اولین ماه زمستان با عقبگرد ۷ درصدی شاخص بورس تهران به پایان رسید و بورس‌بازان در آخرین هفته دی ماه شاهد جابه‌جایی سهمی به ارزش ۱۴۲۵میلیارد تومان در مسیر حقیقی به حقوقی بودند تا برای بیست و یکمین هفته متوالی، مالکیت بخشی از سهام معامله‌گران خرد به سهامداران بزرگ سپرده شود. تداوم نزول قیمت‌ها در تالار شیشه‌ای با وجود پتانسیل‌های مثبت بنیادی و خستگی سهامداران از وضعیت فعلی، مهم‌ترین دلیلی است که باعث شده است تا خروج سرمایه‌های حقیقی از گردونه معاملات سهام ادامه پیدا کند. با این حال کارشناسان بر این اعتقادند که گزارش‌های مناسب فصلی که در روزهای پایانی دی‌ماه روی خروجی سامانه کدال نشست، می‌تواند به‌عنوان محرکی برای افزایش تعداد خریداران و ورود سرمایه‌های جدید به تالار شیشه‌ای عمل کرده تا شاهد بازگشت قیمت سهام باشیم.

کلی هر زمانی بورس در فضای انتظار باشد دچار رکود می‌شود و فضای رکود هم قطعا باعث نمی‌شود سهم‌ها متعادل باشند، بلکه باعث می‌شود فروشنده‌های اندک بتوانند قیمت سهم را پایین ببرند.

او سپس با اشاره به ابهاماتی که پیش روی بازار سرمایه قرار داد، توضیح می‌دهد: یکی از ابهامات پیش روی بازار همان سقف قیمت گاز است که برخلاف چیزی که انتظار می‌رفت در مصوبه دولت آورده نشده است. همچنین بازار در انتظار گزارش‌های ۹ ماهه شرک‌ها است. از طرف دیگر مذاکرات هسته‌ای هم در جریان است و مشخص نیست تکلیف قیمت دلار و رویکرد در مذاکرات به چه صورت باشد. این ابهامات در کنار برخی اتفاق‌های جهانی قرار گرفته است. از جمله اینکه پتروشیمی‌ها نه تنها تحت تأثیر قیمت گاز در لایحه بودجه هستند بلکه برخی قیمت‌های جهانی هم وارد فاز اصلاحی شد و در مجموع روی این صنعت تأثیر منفی گذاشتند. هلالات در پایان در مورد شرط بهبود وضعیت بازار سرمایه می‌افزاید: این فضا به شرطی بهتر می‌شود که یک منبع نقدی شروع به خرید سهم‌های ارزنده در بازار کند. منظورم نقش حمایتی نیست، بلکه تفاوتی بین سهم‌های ارزنده با سهم‌های دیگر قائل شود و نمادهایی که به نظر ارزنده هستند را به شکل ملموسی بخرد تا هیجان خرید در بازار ایجاد شود. البته برای بهبود وضعیت بازار باید ابهامات نیز برطرف شود. بهترین اتفاق مثبت روند رو به کاهش نرخ بهره بین بانکی و به نظر من بدترین اتفاق کاری است که دولت در قبال بازار انجام می‌دهد.

با توجه به این صحبت‌ها به نظر می‌رسد قاعدتاً هیچ‌کس انتظار ندارد وضعیت بورس مشابه ماه‌های نخست سال ۱۳۹۹ شود، حداکثر انتظار سهامداران این است که حداقل بتوانند اصل سرمایه خود را از بازاری که مانند چاه ویل پول‌های آنان را می‌بلعد، پس بگیرند؛ موضوعی که ابهامات پیش روی بازار آن را غیرممکن ساخته است.

نماگر بازار سهام

معاینه فنی، کارآمدترین و ارزانترین ابزار کنترل آلودگی هوا

مدیرعامل ستاد مرکزی معاینه فنی خودروهای شهر تهران معاینه فنی کارآمدترین و ارزانترین ابزاری است که می‌توان با استفاده از آن، انتشار آلودگی از منبع را کنترل کرد.

به گزارش خبرگزاری صدا و سیما، حسین مقدم ضمن اشاره به هفته ملی هوای پاک، بیان کرد: طبق آخرین مطالعه سیاهانه انتشار شهر تهران، خودروها در تولید ذرات معلق سهم ۶۰ درصدی و سهم ۸۰ درصد در انتشار آلاینده‌های گازی دارند.

مدیرعامل ستاد مرکزی معاینه فنی خودروهای شهر تهران با بیان اینکه معاینه فنی در سایر کشورها به عنوان یکی از راهکارهای جلوگیری کننده از انتشار آلودگی شناخته می‌شود، افزود: معاینه فنی کارآمدترین و ارزانترین ابزاری است که می‌توان با استفاده از آن، انتشار آلودگی از منبع را کنترل کرد.

به گفته مقدم: زمانی که آلودگی توسط منابع متحرک و ساکن تولید و منتشر می‌شود دیگر راهی برای کاهش یا حذف آن در هوا نیست، بلکه باید منتظر باد شدید یا بارش برف و باران بود.

بیشترین تولید آلاینده خودرو از طریق اگزوز است مقدم با بیان اینکه تنها عاملی که می‌تواند آلودگی تولیدشده را از بین ببرد رقیق سازی آلودگی است، افزود: رقیق سازی آلودگی هم فقط از طریق وزش باد صورت می‌گیرد.

مدیرعامل ستاد مرکزی معاینه فنی خودروهای شهر تهران با اعلام اینکه برای جلوگیری از انتشار سهم ۶۰ درصدی ذرات معلق در آلودگی هوا، باید منبع انتشار آلودگی کنترل شود، عنوان کرد: این اقدام از طریق معاینه فنی انجام می‌شود.

مقدم در ادامه اضافه کرد: طبق سیاهانه انتشار بیشترین آلودگی از طریق اگزوز و سایر منابع اتفاق می‌افتد، البته لنت و ساییش لاستیک هم در تولید ذرات معلق نقش دارند.

به گفته او: معاینه فنی مستمر، صحیح و دقیق می‌تواند نقش بسزایی در کاهش آلودگی هوای شهرها داشته باشد.

مراجعه بیش از یک میلیون دستگاه خودرو در ۱۰ ماه گذشته مدیرعامل ستاد مرکزی معاینه فنی خودروهای شهر تهران با بیان اینکه از ابتدای سال تا پایان دی ماه، یک میلیون و ۲۴۰ هزار دستگاه خودرو به مراکز معاینه فنی شهر تهران مراجعه کرده است، افزود: این آمار در مقایسه با سال گذشته میزان مراجعات، تغییر چندانی نداشته است.

به گفته مقدم: از آمار اعلامی، یک میلیون دستگاه خودرو مربوط به مراجعات اول بوده که در این ۱۰ ماه گذشته تعداد نقص مربوط به آلودگی ۱۵۰ هزار، هراسنمایی ۸۸ هزار، کمک فنی ۴۱ هزار، تست ترمز ۱۱۲ هزار و وضعیت ظاهری ۱۴۸ هزار در خودروها شناسایی و جهت اخذ معاینه فنی توسط راکبین آن رفع ایراد شده است.

او در ادامه عنوان کرد: در مجموع ۳۲ درصد از خودروها به علت نقص فنی، موفق به اخذ معاینه فنی در مراجعه اول نشده‌اند.

مدیرعامل ستاد مرکزی معاینه فنی خودروهای شهر تهران ضمن اشاره به صدور ۹۵۷ هزار گواهی معاینه فنی در ۱۰ ماه گذشته گفت: از این تعداد، ۱۸۳ هزار گواهی مربوط به معاینه فنی برتر است، در مجموع حدود ۱۹ درصد از خودروهای مراجعه‌کننده به مراکز معاینه فنی شهر تهران دارای معاینه فنی برتر هستند.

خودکفایی در میز پنجم داخلی سازی با وجود کمبود نقدینگی شبکه تامین دست نیافتنی است



۱۰۰ درصد نیاز داخل را از طریق ساخت داخل تامین کنیم. رعایتی در خصوص امکان تحقق برنامه تولید در سال جاری با توجه به مشکلات موجود در صنعت قطعه‌سازی اظهار داشت: وزیر صمت در ابتدای روی کارآمدن خود به تولید ۲۰۰،۰۰۰ هزار دستگاه خودرو بیش از ظرفیت اعلام‌شده در سال جاری اشاره کردند و من همان زمان طی مصاحبه‌ای گفتم، لازمه انجام هر کاری پیش‌نیاز است و افزایش تولید خودرو نیز بیش از هر چیز به تامین نقدینگی نیاز دارد.

وی تصریح کرد: صنعت قطعه‌سازی نقدینگی اضافه نمی‌خواهد و تنها انتظاری که داریم پرداخت ۴۵ هزار میلیارد تومان مطالبات معوق است که اگر تاکنون پرداخت شده بود امکان افزایش تولید وجود داشت اما روند فعلی نقدینگی کل صنعت قطعه و خودرو تحت‌الشعاع قرار داده و تحقق برنامه فعلی را نیز زیر سوال برده است. کما اینکه در حال حاضر حدود ۱۰۰ هزار دستگاه خودرو به دلیل کسری قطعه کف پارکینگ‌ها دیو شده است.

عضو هیأت مدیره انجمن صنایع همگن نیرومحرکه و قطعه‌سازان خودرو کشور اذعان داشت: عدم پرداخت مطالبات معوق قطعه‌سازان، عدم توان پرداخت حقوق و مزایای پرسنل، عدم تامین به موقع مواد اولیه و عدم آمادگی قطعه‌سازان برای شروع سال جدید و همچنین افزایش چند برابری قیمت‌ها عواملی هستند که دستیابی به برنامه تولید امسال را امکان‌ناپذیر می‌کند. علاوه بر این افزایش هزینه‌های برق و گاز و سوی دولت نیز مزید بر علت شده اما در حال قطعه‌سازان با

عضو هیأت مدیره انجمن صنایع همگن نیرومحرکه و قطعه‌سازان خودرو کشور اظهار داشت مغضل تامین مواد اولیه به کل صنعت خودرو و قطعه آسیب وارد کرده اما پروژه‌های ساخت داخل را بیشتر تحت‌الشعاع قرار داده است، چراکه تحقق اهداف میزهای خودکفایی مستلزم تزریق سرمایه در گردش جدید در شبکه تامین است.

احمد رضا رعنائی در گفت‌وگو با خبرنگار خبرخورد، عنوان کرد: عواملی نظیر افزایش قیمت مواد اولیه، معوق شدن مطالبات و عدم پرداخت به موقع مطالبات جاری موجب کمبود نقدینگی در صنعت قطعه‌سازی و همچنین عدم تحقق اهداف میزهای تعمیق ساخت داخل و طرح‌های توسعهای شده که می‌تواند خودکفایی در میز پنجم داخلی سازی را دست‌نیافتنی کند.

وی در ادامه با اشاره به مشکلات افزایش قیمت و تامین مواد اولیه و تأثیر آن بر روند میزهای خودکفایی بیان کرد: چالش تامین مواد اولیه به کل صنعت خودرو و قطعه آسیب وارد کرده اما پروژه‌های ساخت داخل را بیشتر تحت‌الشعاع قرار داده است چراکه تحقق اهداف میزهای خودکفایی مستلزم تزریق سرمایه در گردش جدید به شبکه تامین است.

عضو هیأت مدیره انجمن صنایع همگن نیرومحرکه و قطعه‌سازان خودرو کشور درباره میزان داخلی‌سازی خودروهای تولید داخل گفت: میزان داخلی‌سازی بسته به هر خودرو متفاوت است اما به طور میانگین ۷۵ تا ۸۰ درصد خودروها داخلی‌سازی شدند و در تلاش هستیم که

نیابت توان خود در تلاش هستند که به ظرفیت قابل قبول تولید دست پیدا کنند. رعنائی در ادامه با انتقاد از افزایش نجومی هزینه‌های برق و گاز صنایع کشور عنوان کرد: قیمت گاز از سال گذشته تاکنون برای صنایع فلزی حدود ۱۴ برابر و برای سایر صنایع هفت برابر شده و با افزایش قیمت نفت در بازار جهانی هزینه گاز نیز افزایش پیدا می‌کند. هزینه برق نیز نسبت به سال گذشته حدود ۱۱ برابر شده و چنین عواملی توازن سرمایه در گردش در صنعت قطعه‌سازی را برهم زده است. عضو هیأت مدیره انجمن صنایع همگن نیرومحرکه و قطعه‌سازان خودرو کشور در پایان خاطرنشان کرد: متأسفانه چالش‌های بسیاری گریبانگیر صنعت قطعه‌سازی شده اما نه تنها حمایتی از تولید نمی‌شود بلکه اخیراً با قانون افزایش قیمت حامل‌های انرژی برای صنایع تیر خلاصی را به صنعت خودرو و قطعه زده‌اند.

آگهی فراخوان شرکت فولاد مبارک اصفهان



ردیف	نوع فراخوان	شماره	موضوع	مهلت ارسال مدارک	مدیریت مرتبط
۱	مناقشه عمومی	۴۸۵۴۴۴۴	انجام عملیات طراحی و مهندسی، خرید تجهیزات ساخت داخل و خارج از کشور، نصب و راه اندازی و تضمین عملکرد خط اسید سویی و تاندم مداوم (PLTSC)	۱۴۰۰/۱۱/۲۳	قراردادهای توسعه
۲	مناقشه عمومی	۴۸۵۴۵۱۷۴	انجام عملیات تعمیرات و نگهداری و روشنایی و تجهیزات الکتریکی	۱۴۰۰/۱۱/۱۵	قراردادهای خرید
۳	مناقشه عمومی	۴۸۵۴۷۳۳۶	سیم بیجی، سرویس و تعمیر موتورهای فشار ضعیف AC, DC	۱۴۰۰/۱۱/۹	قراردادهای خرید
۴	مناقشه عمومی	۴۸۵۴۵۱۷۷	انجام عملیات تعمیرات برق تجهیزات خطوط تولید و نواحی پشتیبانی شرکت فولاد مبارک و فولاد سبا	۱۴۰۰/۱۱/۱۵	قراردادهای خرید
۵	مناقشه عمومی	۴۸۵۴۷۴۳۷	انجام عملیات فور و آردینگ محصولات صادراتی	۱۴۰۰/۱۱/۱۰	قراردادهای توسعه
۶	مناقشه عمومی	۴۸۵۴۶۲۹۱	ساخت و تعمیر تجهیزات متفرقه فلزی خطوط تولید	۱۴۰۰/۱۱/۹	قراردادهای خرید
۷	مناقشه عمومی	۴۸۵۴۴۶۶۹	انجام عملیات اصلاحی، باز سازی و بهینه سازی تجهیزات مکانیکی خطوط تولید تأسیسات برقی، پروژه‌های بتنی، اسکلت فلزی و ساختمانی	۱۴۰۰/۱۱/۰۸	قراردادهای خرید

جهت دریافت اسناد و کسب اطلاعات بیشتر در خصوص فراخوان‌های عمومی، ارزیابی کیفی، مناقصات و مزایدها به وبسایت شرکت به نشانی www.msc.ir، منوی خرید و تامین کنندگان، مناقصات مراجعه و طبق راهنمای موجود، نسبت به انتخاب مناقصه مورد نظر از طریق سیستم ارتباط با تامین‌کنندگان (SRM) اقدام نمایید. اطلاعات سایر فراخوان‌ها از طریق سایت شرکت، قسمت اطلاعیه‌ها قابل دسترس می‌باشد.

فراخوان مناقصه عمومی



نوبت دوم
نشانه آگهی: ۱۲۶۱۱۰۸

توجه اعلام آمادگی جهت شرکت در این مناقصه صرفاً بصورت الکترونیکی (توکن) و از طریق سامانه ستاد به نشانی www.setadIran.ir می‌باشد.

مناقصه عمومی یک مرحله‌ای شماره M ۲۰۱۳۲۱۱/۰۰ مربوط به مرمت و بهسازی جاده و محوطه به همراه آماده سازی تأسیسات جانبی جهت نصب تلمبه ترون چاهی جهت چاه ۱۶ آشتیمور.

الف - شرح مختصر خدمات

عملیات تخریب، تسطیح و آبپاشی و کوبیدن بستر، عملیات خاکریزی، اجرای فنر مخلوط رودخانه‌ای، شن‌ریزی، ساختمان سی‌شیکه حفاری، لوله کشی آب و گاز، ساخت و نصب مهار لوله های سوخته، تهیه مصالح و اجرائی زانو میرابین، سی‌شیکه، محل استقرار معادن سوخت و دیوزل ژنراتور، محوطه چاه و استراحتگاه، اتاق نگهداری، مخزن آب، مخزن ۱۵۰۰۰ لیتری، برج روشنی ۱۵ متر، غلاف کابل، کابل کشی، وسایل آتش نشانی، کولر گازی، حصار محوطه، ساخت فونداسیون تجهیزات سرچاهی، تجهیز و برجیدن کارگاه

ب- محل اجرای خدمات و مدت انجام کار

محل اجرای خدمات در آشتیمور ۳۰ کیلومتری اعزازوند مدت انجام آن ۴ ماه می‌باشد.

ج- زیورده کارفرما

برآورد کارفرما جهت انجام خدمات ۱۶,۹۶۱,۸۷۷ ریال و تعدیل پذیر می‌باشد.

د- شرایط مناقصه گران متقاضی

- داشتن ظرفیت آزادبودگی و (رقابتی) در رشته مربوطه
- توانایی ارائه تضامین شرکت در فرایند ارجاع کار به مبلغ ۵٪ حداقل پایه ۵ گزایش ساختمان و آبپاشی
- در تعیین برنده مناقصه و در شرایط برابری با شرکت های بومی استانی می‌باشد.
- داشتن گواهینامه تأیید صلاحیت ایمنی از اداره کل تعاون، کار و رفاه اجتماعی
- توانایی ارائه تضامین شرکت در فرایند ارجاع کار به مبلغ ۱۰٪ حداقل پایه ۵ گزایش که باپشتی به یکی از دو صورت زیر ارائه گردد:
- الف- ارائه رسید وجه ضمانت از سوی حسابداری کارفرما معینی بر واریز مبلغ فوق‌الذکر به شماره حساب ۲۰۲۲۰۲۲۰۲۲۰۲۲۰۲۲۰۲۲۰۲۲۰۲۲۰۲۲۰۲۲ IR۹۲۰۰۰۰۰۰۰ نزد بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران شعبه مرکزی جمهوری اسلامی ایران - اعزازکند - حساب - بنام شرکت ملی مناطق نفتخیز جنوب
- ب- ارائه ضمانتنامه بانکی به میزان مبلغ فوق‌الذکر طبق فرم نمونه که ابتدا برای مدت (۹۰ روز) معتبر بوده و پس از آن نیز با اعلام کارفرما برای مدت (۹۰ روز) دیگر قابل تمدید باشد.

<http://i.ets.mpcorg.ir> www.nisoc.ir

تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۰/۱۱/۰۲

۳ وظیفه اصلی رهبران تجاری در دنیای کسب و کار امروز

به قلم: موکش گوینا

مشاور حوزه مدیریت کسب و کار
ترجمه: علی آل‌علی



امروزه انتظارات از مدیران و به ویژه رهبران تجاری به طور قابل ملاحظه‌ای افزایش پیدا کرده است. همین امر فشار کاری بالایی بر روی رهبران تجاری، به ویژه در ابتدای فرآیند کسب و کارشان، ایجاد می‌کند. متأسفانه برخی از رهبران تجاری آمادگی لازم برای کنار آمدن با چنین شرایطی را ندارند. درست به همین خاطر به محض مواجهه با مشکلات کاری امید و توانایی‌شان برای مدیریت اوضاع را از دست می‌دهند. هدف اصلی در این مقاله مرور برخی از مهمترین وظایف رهبران تجاری در دنیای کسب و کار امروزی است. این امر به شما و دیگر افراد علاقه‌مند امکان آشنایی با وظایف حوزه کسب و کار و مدیریت تجاری را می‌دهد. در ادامه به سه مورد از مهمترین وظایف رهبران تجاری در دنیای کسب و کار کنونی توجه خواهیم کرد.

تقویت اعتماد به نفس به جای ترس

این اصل و وظیفه راهبردی برای رهبران تجاری به مسئله شناخت آنها از خودشان اشاره دارد. بی‌تردید هر رهبر تجاری باید شناخت درستی از خود و کسب و کارش داشته باشد. در این میان برخی از نکات و موقعیت‌ها موجب ترس و وحشت شدید رهبران تجاری می‌شود. اگرچه این امر طبیعی به نظر می‌رسد، اما در صورت ادامه پیدا کردن شما را با موقعیت دشواری رو به رو خواهد ساخت. درست به همین خاطر شما باید همیشه آمادگی لازم برای مواجهه با ترس‌های‌تان در دنیای کسب و کار را داشته باشید، در غیر این صورت هرگز فرصتی برای تأثیرگذاری بر روی مخاطب هدف‌تان پیدا نمی‌کنید.

شما به عنوان یک رهبر تجاری نه تنها باید در خودتان اعتماد به نفس را تقویت کنید، بلکه این مسئولیت در زمینه مدیریت کسب و کارتان نیز قابل ملاحظه خواهد بود. به این ترتیب تقویت فرهنگ اعتماد به نفس و تلاش برای عبور از شرایط ترسناک با استفاده از کار گروهی و بهره‌گیری از توصیه‌های کارشناسی باید در دستور کار کسب و کار شما قرار داشته باشد، در غیر این صورت شاید فرصت کافی برای بهبود وضعیت برندگان در بازار و تبدیل شدن به یک رهبر تجاری قدرتمند را پیدا نکنید.

جایگزین کردن شفافیت به جای سردرگمی

بسیاری از اشتباهات شرکت‌ها نه به دلیل مهارت یا توانایی پایین نیروی کار، بلکه سردرگمی‌های گاه و بی‌گاهی است که مشکلات فراوانی پیش روی اعضای برند قرار می‌دهد. این امر در صورت عدم توجه رهبران تجاری به مشکلی دائمی تبدیل خواهد شد. درست به همین خاطر شما باید همیشه نسبت به استفاده از تکنیک‌های کاربردی برای تأثیرگذاری بر روی روند شفافیت در شرکت‌تان توجه نشان دهید.

برندهای بزرگ دنیا مهارت ویژه‌ای در ساده‌سازی مشکلات و بازتاب دقیق آن برای کارمندان‌شان دارند. وقتی مسئله پیش رو به وضوح مورد ارزیابی قرار گیرد، پیدا کردن راهکاری مناسب و منطقی برای آن چندان دور از ذهن نیست. بنابراین شما به عنوان یک رهبر تجاری باید همیشه این نکته مهم را مدنظر قرار دهید، در غیر این صورت هرگز فرصتی برای تبدیل شدن به یک رهبر تجاری و تأثیرگذاری حرفه‌ای بر روی مشتریان‌تان نخواهید داشت. اغلب اوقات استفاده از نظرات دیگران و همچنین سرمایه‌گذاری بر روی همفکری با کارمندان بخش‌های مختلف بهترین ایده برای تبدیل انواع سردرگمی‌ها به شفافیت و دقت نظر است. چنین امری در بلندمدت وضعیت برند شما را به طور قابل ملاحظه‌ای در بازار بهبود می‌بخشد.

جست و جو برای آینده‌ای بهتر

وضعیت همراه با ثبات یک برند همیشه قوت قلب مهمی برای رهبران تجاری محسوب می‌شود. با این حال شما باید به یاد داشته باشید که ثبات برندگان همیشه نیست. هرچه شما در یک چشم به هم زدن موفقیت کسب و کار شما نیز دشوار گردد. بنابراین باید همیشه آمادگی لازم برای برنامه‌ریزی به سوی آینده‌ای بهتر را داشته باشید. این امر به شما برای حفظ ثبات و رقابت مناسب با دیگر برندها کمک خواهد کرد. به این ترتیب دیگر مشکلی پیش روی شما و کسب و کارتان نخواهد بود.

متأسفانه بسیاری از رهبران تجاری آنقدر درگیر کارهای مختلف هستند که عملاً وقتی برای برنامه‌ریزی و ترسیم اهداف بلند بردنشان اختصاص نمی‌دهند. اگر شما مایل به تبدیل شدن به یک رهبر تجاری حرفه‌ای و موفق هستید، باید همیشه برنامه‌ریزی برای آینده را در صدر فهرست کارهای‌تان قرار دهید، در غیر این صورت موفقیت‌های‌تان در بازار ماهیت مقطعی پیدا خواهد کرد.

منبع: customerthink.com



چرا راه‌اندازی وبلاگ در کنار سایت رسمی برند ضروری است؟



با مشتریان است. اگر شما به این نکته مهم توجه لازم را نشان دهید، بسیاری از مشکلات‌تان برای تأثیرگذاری بر روی مخاطب هدف به طور طبیعی از بین می‌رود. همچنین سطح رابطه‌تان با مشتریان نیز تحول قابل ملاحظه‌ای پیدا خواهد کرد. این نکات در بلندمدت برای بهبود شرایط‌تان بسیار کاربردی خواهد بود.

امروزه تمام بازاریاب‌ها به دنبال ایجاد رابطه‌ای مناسب میان برندگان و مخاطب هدف هستند. در این صورت شما با هدف‌گذاری بر روی مخاطب هدف به طور کاربردی امکان جلب نظر آنها را خواهید داشت. این امر شرایط شما در بازار را به طور قابل ملاحظه‌ای بهبود بخشیده و حتی در زمینه افزایش فروش نیز به کمک‌تان خواهد آمد.

امروزه برخی از برندها برای جلب نظر مشتریان به طور مداوم با مشکلات زیادی رو به رو هستند. در این میان استفاده از وبلاگ می‌تواند ایده‌ای مناسب برای کسب و کار شما باشد. این امر شانس برندگان برای توسعه و تأثیرگذاری بهینه بر روی مشتریان را به طور قابل ملاحظه‌ای افزایش خواهد داد. با این حساب شما باید همیشه راه‌اندازی وبلاگ را به مثابه امری ضروری برای برندگان در نظر بگیرید، در غیر این صورت شاید فرآیند توسعه کسب و کارتان با سرعت بسیار کمتری پیش برود.

منبع: customerthink.com

نمایش تخصص در حوزه کاری

بسیاری از برندها علی‌رغم تولید برخی از محصولات با کیفیت بالا هرگز در نگاه مشتریان تبدیل به یک برند حرفه‌ای با تخصص‌های بالا نمی‌شوند. این امر اغلب اوقات شرایط دشواری برای برندها به همراه دارد. با این حساب اگر شما به دنبال تأثیرگذاری بر روی مخاطب هدف هستید، باید دست به مجموعه اقداماتی برای جلب نظر مشتریان به بهترین شکل ممکن بزنید. در این میان راه‌اندازی وبلاگ به شما برای نمایش تخصص برندگان کمک خواهد کرد. امروزه مشتریان برای خرید از یک برند اول همه به میزان تخصص کسب و کار موردنظر در حوزه مورد بررسی توجه نشان می‌دهند. با این حساب اگر شما توانایی اثبات مزایای برندگان به مشتریان را داشته باشید، شانس‌تان به طور قابل ملاحظه‌ای افزایش پیدا خواهد کرد. این امر به بهبود شرایط‌تان در چشم‌اندازی بلندمدت کمک می‌کند. بدون تردید تولید محتوای تخصصی برای هر برندی امر جذابی محسوب می‌شود. این نکته سطح تأثیرگذاری برندها بر روی مشتریان را به طور چشمگیری افزایش داده و شانس‌شان در بازار برای رقابت با سایر کسب و کارها را نیز به طور قابل ملاحظه‌ای بیشتر خواهد کرد. بنابراین شما در تعامل با دیگر برندها باید به طور قابل ملاحظه‌ای شرایط کسب و کارتان را مدنظر قرار دهید. در این راستا وبلاگ‌تان به شما برای تولید محتوای تخصصی و جلب نظر دامنه وسیعی از کاربران کمک خواهد کرد.

جلب نظر کاربران در شبکه‌های اجتماعی

کاربران در شبکه‌های اجتماعی به غیر از مشاهده محتوای سرگرم‌کننده به دنبال خرید از برخی برندها نیز هستند. در این میان اگر شما توانایی جلب نظر مشتریان را داشته باشید، به راحتی هرچه تمام‌تر شرایط‌تان برای تعامل با مشتریان بهبود پیدا می‌کند. چنین امری شانس شما برای تعامل بهینه با مشتریان و همچنین افزایش تعداد فالوورهای‌تان در شبکه‌های اجتماعی را افزایش می‌دهد. نکته مهم در این میان راهکار تحقق چنین هدف مهمی است. بدون تردید شما به سادگی امکان تأثیرگذاری بر روی مخاطب هدف‌تان را ندارید. درست به همین خاطر باید تولید محتوای تخصصی را مدنظر قرار دهید.

از آنجایی که اغلب برندها در شبکه‌های اجتماعی محتوای تخصصی بارگذاری نمی‌کنند، تعامل با مشتریان بسیار سخت خواهد شد. درست به همین خاطر استفاده از یک وبلاگ برای بازنشر بخشی از محتوای تخصصی آن در شبکه‌های اجتماعی ایده مناسبی خواهد بود. شما به این ترتیب امکان تأثیرگذاری حرفه‌ای بر روی مخاطب هدف‌تان را خواهید داشت. همچنین با تولید بیش از اندازه محتوای تخصصی در شبکه‌های اجتماعی موجب نارضایتی کاربران نیز نخواهید شد.

ایجاد رابطه‌ای عمیق با مشتریان

تعامل با مشتریان در دنیای کنونی کسب و کار همیشه امر سختی محسوب می‌شود. انتظارات مشتریان در طول سال‌های اخیر با سرعت بسیار زیادی رشد کرده است. در این میان شمار بالایی از برندها نسبت به پاسخگویی مناسب به خواسته‌ها و انتظارات تازه مشتریان بی‌توجه بوده‌اند. همین امر سطح نارضایتی مشتریان از برخی برندها را به طور قابل ملاحظه‌ای افزایش داده است. تنها راهکار مناسب در این میان برای برند شما شامل استفاده از ظرفیت وبلاگ‌ها برای ایجاد رابطه‌ای عمیق

آگهی تعیین حدود اختصاصی اداره ثبت اسناد و املاک آبادان

نظر به اینکه پلاک ذیل تا کنون تعیین حدود نگرفته است در اجرای تبصره ماده ۱۳ قانون هیات حل اختلاف مستقر در اداره در اجرای تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمان‌های فاقد سند رسمی بعلت تصرفات مغرورزی متقاضی در پلاک مربوطه را برابر آراء صادره تأیید نموده است و لذا به استناد ماده قانونی و تبصره ماده ۱۳ ماده قانونی مذکور تعیین حدود اختصاصی انجام می‌گردد

بخش ۱۰ آبادان

قسمتی از پلاک ۳۱۲۲۲- جواد فد خوری فرزند کاظم ششادگ یکباب ساختمان واقع در بخش ۱۰ آبادان باستاند رای شماره ۰۱۵۲۹-۰۲۰۳۱۷۰۰۶۰۲۱۷۰۰۶ مورخ ۱۴۰۰/۱۱/۱۸ هیئت حل اختلاف آبادان ۱۴۰۰/۱۱/۲۴

تعیین حدود پلاک فوق در ساعت ۸/۳۰ صبح در محل به عمل خواهد آمد بدینوسیله از مالکین مجاورین و دارندگان حقوق ارتقایی دعوت بعمل می‌آید که در وقت مقرر در محل اداره ثبت اسناد و املاک آبادان حضور بهم رسانند. چنانچه مالک یا نماینده قانونی آنها در موعد مقرر حضور نداشته باشند عملیات تعیین حدود اظهار شده از طرف مجاورین انجام خواهد شد. اعتراض مجاورین به حدود و حقوق ارتقایی تا توجه به ماده ۲۰ اصلاحی قانون ثبت ظرف مهلت ۲۰ روز پس از تنظیم صورت مجلس تعیین حدود پذیرفته خواهد شد.

تاریخ انتشار: ۱۴۰۰/۱۱/۲۳

جودکی- سرپرست اداره ثبت اسناد و املاک آبادان

اعلام مفقودی

برگ سبز خودرو سواری پژو به شماره انتظامی ایران ۱۰-۱۴۶۷۴۶۷ شماره موتور ۰۲۳۹۰۰۱۷۴B و شماره شاسی ۰۳۴۴۶۶NAAP۴۱FE۲HJ متعلق به آقای سید یوسف موسوی به شماره ملی ۱۲۸۲۶۳۶۸۷۵۱۲۸۲ مفقود گردید و از درجه اعتبار ساقط می‌باشد.

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

برابر رای شماره ۲۸۸۲-۱۵۰-۳۱۸۰۶۰۳۱۸۰۶ مورخ ۱۴۰۰/۰۸/۱۸ هیات موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک ناحیه ۲ رشت تصرفات مالکانه بلاعارض آقای هادی محمدی سبینی فرزند محمد به شماره شناسنامه ۱۰۹۹ صادره از عمارلو در قریه خیاب در ششادگ یک قطعه زمین مشتمل بر بنای احدائی به مساحت ۱۷۵۸/۹۷ متر مربع پلاک فرعی ۲۲۶۹۸ از اصلی ۱۲ فرغوز مجزی از پلاک ۲۲۵۸ از اصلی ۱۲ واقع در بخش چهار رشت خریداری از مالک رسمی آقای علیرضا ساعی کسبختی محرز گردیده است. لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می‌شود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند می‌توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دو ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید طرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض، دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند. بدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.

تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۰/۱۰/۱۸
تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۰/۱۱/۰۳

۲۸۱۵ م الف سعید بدوی - رئیس اداره ثبت اسناد و املاک ناحیه ۲ رشت ۲۰۹

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

برابر رای شماره ۲۸۸۲-۱۵۰-۳۱۸۰۶۰۳۱۸۰۶ مورخه ۱۴۰۰/۱۰/۰۲ هیات اول موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک خمام تصرفات بلاعارض متقاضی آقای امیر عزیزنیا فرزند حسین بشماره شناسنامه ۲۸۹۷ صادره از تهران در ششادگ یک باب خانه و محوطه مشتمل بر انباری به مساحت ۱۱۳۲۰۰۸ متر مربع بشماره پلاک ۴۷۳ فرعی از ۱۴ اصلی مغرور و مجزی شده از پلاک ۱۰۵ فرعی از ۱۴ اصلی واقع در مرزدهشت خریداری از مالک رسمی آقای ولی علی محمدی داجبختی محرز گردیده است. لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می‌شود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند می‌توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دو ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید طرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض، دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند. بدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.

تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۰/۱۰/۱۹
تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۰/۱۱/۰۳

۲۸۲۸ م الف رئیس ثبت اسناد و املاک- محمد رجب پور دموچالی

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

برابر رای شماره ۲۸۸۵-۱۵۰-۳۱۸۰۶۰۳۱۸۰۶ مورخه ۱۴۰۰/۱۰/۰۲ هیات اول موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک خمام تصرفات مالکانه بلاعارض متقاضی آقای جعفر قمال چوکامی فرزند رجب بشماره شناسنامه ۶۰۲۹ صادره از خمام در ششادگ یک باب مغازه به مساحت ۲۶۰۰۷ متر مربع بشماره پلاک ۷۶۳ فرعی از ۷ اصلی مغرور و مجزی شده از پلاک ۶۲ فرعی از ۷ اصلی واقع در شیجان خریداری از مالک رسمی آقای سید محمود انگوریان محرز گردیده است. لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می‌شود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند می‌توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دو ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید طرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض، دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند. بدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.

تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۰/۱۰/۱۹
تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۰/۱۱/۰۳

۲۸۰۳ م الف رئیس ثبت اسناد و املاک- محمد رجب پور دموچالی

بازدید نماینده مردم شریف شهرستان رشت و خمام از پروژه های برق گیلان



رشت - خبرنگار فرصت امروز: جبار کوچکی نژاد نماینده مردم شریف شهرستان رشت و خمام از پروژه های بسست غرب رشت و سلیمانداراب شرکت برق منطقه ای گیلان بازدید نمودند. کوچکی نژاد در این بازدید ضمن قدردانی از تلاش های مدیر عامل شرکت برق منطقه ای گیلان گفت: پروژه های خیلی بزرگ و سنگینی در شرکت برق منطقه ای گیلان در حال انجام می باشد که نیاز به منبع سادی زیادی دارد که در این زمینه مساعدت های لازم انجام خواهد شد تا با پیگیری های مستمر مدیر عامل برق گیلان که از نیروهای خیلی بومی و فنی استان است،تایمن پروژه ها در اسرع وقت به بهره برداری برسد تا مردم عزیز استان و کشورمان بتوانند از منافع آن ها بهره مند شوند.

همچن داراب زاده مدیر عامل شرکت برق منطقه ای گیلان در این بازدیدگفت: پروژه بسست ۶۳،۲۰ کیلوولت غرب رشت بزرگترین پروژه اجرایی کلان شهر رشت و بزرگترین پروژه شرکت برق منطقه ای گیلان از نظر میزان سرمایه گذاری است.

وی افزود: این پروژه با هدف تعدیل بار بسست های انتقال مجاور و عمدۀ مشکلات شهرستان رشت با بهره برداری از این پروژه برطرف

خواهد شد. با بهره برداری از این پست و خط چهارمدره مختلط ۲۳۰ و ۶۳ کیلوولت غرب رشت -آزلی - پره سر بخشی از مشکل حبس تولید نیروگاه پره سر حل خواهد شد.

وی افزود: در واقع با بهره برداری از این خط حدود ۲۰۰ مگاوات از انرژی تولیدی نیروگاه پره سر آزاد خواهد شد و می تواند به دست مشترکان محترم برسد. آزاد سازی این مقدار از ظرفیت نیروگاهی پره سر در این برهه زمانی که کشور در مواقع پیک بار با کمبود تولید نیروی برق مواجه است بسیار حیاتی و استراتژیک بوده و از اهمیت دو چندانی برخوردار است.

مدیر عامل شرکت برق منطقه ای گیلان گفت: هزینه اجرای پروژه ها در استان گیلان بسیار بالا می باشد. به علت شرایط جغرافیایی خاص استان گیلان، هزینه اجرای پروژه ها در استان چهار برابر سایر استان ها می باشد. گران بودن زمین، ضعیف بودن بافت خاک، آبخیز بودن زمین ها و دسترسی بسیار سخت به محل احداث فونداسیون و حمل مصالح به روش بسیار ابتدایی موجب تحمیل این هزینه ها و چندین برابر شدن آن می شود.

استاندار قم:

دولت حامی کمیته امداد در مسیر خدمت به محرومان است



روستاها طی ماه های اخیر را مورد توجه قرار داد و افزود: این کار علاوه بر ایجاد دلگرمی در بین مردم، زمینه حل سریع تر مشکلات شهروندان را فراهم کرده است.

شاهچراغی در ادامه با اشاره به سیاست های کمیته امداد در راستای محرومیت زدایی و کمک به اقشار آسیب پذیر تصریح کرد: مدیران دولتی، حامی کمیته امداد در مسیر خدمت به محرومان و نیازمندان هستند. وی ابراز امیدواری کرد تا با افزایش تعامل و همکاری مسئولان در راستای توانمندسازی مددجویان کمیته امداد، معیشت و اقتصاد این قشر از شهروندان بهبود پیدا کند.

با درخشش دانشجوی دانشکده فناوری اطلاعات و مهندسی کامپیوتر؛

دانشگاه شهید مدنی آذربایجان صاحب مدال طلای مسابقات ملی مهارت شد

ملی مهارت در رشته فناوری های وب که از ۲۳ لغایت ۲۶ آذر ماه سال جاری به میزبانی استان خراسان رضوی و با حضور ۲۱ شرکت کننده برگزار شد، موفق گردید با کسب ۸۲۰ امتیاز مدال طلای این دوره از مسابقات ملی مهارت را کسب کند. دکتر مهدی هاشم زاده در ادامه افزود: برگزیدگان نوزدهمین دوره مسابقات ملی مهارت پس از حضور در اردوی آماده سازی به چهل و ششمین دوره مسابقات جهانی مهارت که از تاریخ ۱۲ الی ۱۷ اکتبر سال ۲۰۲۲ (مهر ماه سال ۱۴۰۱) در شهر شانگهای کشور چین برگزار خواهد شد، اعزام می شوند. لازم به ذکر است پیش از این، امیر کبری در مسابقات مهارتی آسیایی ۲۰۲۱ روسیه نیز در رشته طراحی و توسعه وب، موفق به دریافت مدال برنز این دوره از مسابقات شده بود.

آذربایجان شرقی - فلاح: دانشجوی دانشگاه شهید مدنی آذربایجان مدال طلای نوزدهمین دوره مسابقات ملی مهارت را تصاحب کرد. امیر کبری، دانشجوی رشته مهندسی کامپیوتر دانشکده فناوری اطلاعات و مهندسی کامپیوتر دانشگاه شهید مدنی آذربایجان و نخبه مهارتی، با کسب مدال برافتخار طلای نوزدهمین دوره مسابقات ملی مهارت در رشته فناوری های وب به میزبانی استان خراسان رضوی، افتخاری ماندگار را برای این دانشگاه رقم زد. رئیس دانشکده فناوری اطلاعات و مهندسی کامپیوتر دانشگاه شهید مدنی آذربایجان، با اعلام این خبر اظهار داشت: امیر کبری، دانشجوی مقطع کارشناسی رشته مهندسی کامپیوتر ورودی ۱۳۹۷ دانشگاه شهید مدنی آذربایجان، شرکت کننده در نوزدهمین دوره مسابقات

دکتر کریمی شهردار اراک:

المپیاد ورزشی جام پرچم، اولین گام بزرگ شهرداری و شورای اسلامی ششم شهر اراک، در توسعه ورزش شهر است

سال اولین گام بزرگ شهرداری و شورای اسلامی ششم شهر اراک، در توسعه ورزش شهر است.

شهردار اراک تاکید کرد: ورزش موجب نشاط در جامعه و اندیشه والا در زندگی است.اگر می خواهیم شهری را سالم و ایمن بسازیم، باید آن شهر را برای حضور کودکان سالم سازی کنیم که ورزش نیز عرصه ای اجتماعی و امن برای حضور کودکان است.شهرداری دارای وظایفی در ورزش پایه و نوجوانان و زیرساخت هایی در این حوزه است که باید تأمین کند. کریمی افزود: جام پرچم که برای اولین بار و با محوریت سازمان فرهنگی، اجتماعی و ورزشی شهرداری و همکاری ۱۸ هیات ورزشی، در شهر اراک آغاز گردیده، برای تقویت ورزش نوجوانان و جوانان نقش فوق العاده ای دارد.

وی در پایان خاطر نشان کرد: وظیفه شهرداری ایجاد زمینه ورزش و فعالیت های ورزشی در کنار دیگر مأموریت های این نهاد شهری همچون احداث پروژه های عمرانی، ترافیک و حمل و نقل و نظیف و فضای سبز

مدیرعامل آبقا آذربایجان شرقی در دیدار با خانواده شهید چنگیز کریمی:

شهدا، جانبازان و ایثارگران حماسه ای جاویدان دفاع مقدس را رقم زدند

آبادانی را مدیون رشادت های شهدا، جانبازان و ایثارگرانی است که با جان و دل حماسه ای جاویدان دفاع مقدس را رقم زدند.

این مقام ارشد شرکت آبقا آذربایجان شرقی ادامه داد: مادران شهدا با الهام از تعالیم اسلامی با شجاعت و شهامت وصف ناشدنی با تربیت مردانی بزرگ که در راه اسلام تقدیم کردند، مایه افتخار اسلام و مسلمین شدند. ایمانلو اضافه کرد: همسران شهیدان دفاع مقدس نه تنها مانع از اعزام شوهران و فرزندان خودشان به مناطق عملیاتی نشده اند بلکه بهترین یاوران و مربیان برای آنان بودند. وی افزود: آنان با این عمل ایثارگرانه، هم روحیه روزنگاران اسلام را تقویت کردند و هم برگ های زرینی بر تاریخ انسانیت این مرز و بوم افزودند. لازم به ذکر است: شهید چنگیز کریمی، عضو نیروی دریایی ارتش بود که در اوایل جنگ تحمیلی در ۲۷ مهر ماه سال ۱۳۵۹ در خرمشهر به مقام شهادت نائل آمد.

سرپرست واحد بهینه سازی شرکت گاز استان:

۴ درصد مشترکان خانگی گاز در خراسان رضوی پرمصرف هستند

رضوی تصریح کرد: کنترل دمای منازل، بسستن درجه های کولر و خاموش کردن وسایل گرمایشی مکان های بدون استفاده از جمله راهکارهای کاهش مصرف گاز است.افسون ادامه داد: شرکت گاز در کنار توصیه های صرفه جویی به شهروندان اقداماتی همانند بهینه سازی موتورخانه های واحدهای مسکونی و تجاری، بازدید از ادارات دولتی در فصل زمستان و تغییر محاسبه گازهای مشترکان پرمصرف را انجام می دهد که اعمال این سیاست ها موجب مدیریت مصرف گاز طبیعی در سطح کلان می شود.یادآور می شود: شرکت گاز خراسان رضوی وظیفه تأمین گاز طبیعی بیش از دو میلیون و ۵۰۰ هزار مشترک در استان را بر عهده دارد.



براساس مصوبه هیات وزیران تعرفه گاز این مشترکان افزایش پیدا کرده است.سرپرست واحد بهینه سازی مصرف گاز شرکت گاز خراسان

رشت - خبرنگار فرصت امروز: جبار کوچکی نژاد نماینده مردم شریف شهرستان رشت و خمام از پروژه های بسست غرب رشت و سلیمانداراب شرکت برق منطقه ای گیلان بازدید نمودند.

کوچکی نژاد در این بازدید ضمن قدردانی از تلاش های مدیر عامل شرکت برق منطقه ای گیلان گفت: پروژه های خیلی بزرگ و سنگینی در شرکت برق منطقه ای گیلان در حال انجام می باشد که نیاز به منبع سادی زیادی دارد که در این زمینه مساعدت های لازم انجام خواهد شد تا با پیگیری های مستمر مدیر عامل برق گیلان که از نیروهای خیلی بومی و فنی استان است،تایمن پروژه ها در اسرع وقت به بهره برداری برسد تا مردم عزیز استان و کشورمان بتوانند از منافع آن ها بهره مند شوند.

همچن داراب زاده مدیر عامل شرکت برق منطقه ای گیلان در این بازدیدگفت: پروژه بسست ۶۳،۲۰ کیلوولت غرب رشت بزرگترین پروژه اجرایی کلان شهر رشت و بزرگترین پروژه شرکت برق منطقه ای گیلان از نظر میزان سرمایه گذاری است.

وی افزود: این پروژه با هدف تعدیل بار بسست های انتقال مجاور و عمدۀ مشکلات شهرستان رشت با بهره برداری از این پروژه برطرف

از سوی شرکت نفت و گاز مارون انجام شد:

تامین و اهدای ۸ هزار اصله نهال به شهرهای رامشیر و رامهرمز

اهواز- شبنم قجوانند: مدیر عامل شرکت بهره برداری نفت و گاز مارون با بیان اینکهاین شرکت همکاری خوب و سازنده ای در کاهش چشمگیر آلاینده های زیست محیطی هوا، خاک و آب داشته است، از ۸ هزار اصله نهال به شهرهای رامشیر و رامهرمز علاوه بر بخش های غربی و مشرقا خیر داد. مهندس حمید کلویان با اشاره از تأمین و اهدای ۸ هزار اصله نهال به شهرهای رامشیر و رامهرمز ۲۰هزار اصله نهال را به مناطق همجوار تأسیسات احدا کرده است، گفت: تأمین نهال و درختکاری از مهمترین اقدامات ما در راستای عمل به مسئولیت های اجتماعی است و خوشبختانه موفق شدیم به مناسبت هفته ملی هوای پاک ۸هزار اصله نهال دیگر را نیز به مردم مناطق مذکور تقدیم کنیم. وی افزود: مهمترین و تأثیر گذارترین اقدام اخیر شرکت بهره برداری نفت و گاز مارون اجرای طرح جمع آوری گازهای متشعل بود که تاکنون موجبات جمع آوری بیش از ۹۰ درصد گازهایی که پیش ازاین می سوخت را فراهم آورده است و تا سه سال آینده، هیچ گونه گاز سوزی را در گستره شرکت نخواهیم داشت.

مهندس کلویان در ادامه اظهار داشت: در سال جاری پایش و اندازه گیری آلاینده های محیط زیستی در بخش هوا(گازاست توربین ها، پیش گرمکن ها و غیره) توسط آزمایشگاه معتمد سازمان حفاظت محیط زیست استان خوزستان به انجام رسید که با توجه به اقدامات پیشگیرانه شرکت در این حوزه، نتایج آزمایش ها مثبت و رضایت بخش ارزیابی شد. مدیر عامل شرکت بهره برداری نفت و گاز مارون بهسازی ناوگان خودرویی در راستای به حداقل رساندن آلاینده های هوا را نیز اقدامی خوب دانست و اظهار داشت: با انجام معاینات فنی منظم (هر ۲۰هزار کیلومتر) خودروها، استفاده از خودروهای مدل بالا دارای سیستم کاتالیزور و افزودن تعدادی خودروی پیکاپ جدید به ناوگان ترابری شرکت، میزان آلاینده های خودرویی نیزبه صورت قابل توجهی کاهش یافت.

مدیر آیفای جرقویه خبرداد:

آب روستای جرقویه به صورت پایدار تأمین می شود



اصفهان- قاسم اسعد: مدیر آیفای جرقویه می گوید: از ۲۱ روستای این شهرستان، آب ۲۰ روستا با جمعیتی معادل ۱۸ هزار نفر به صورت پایدار تأمین می شود. جواد اسماعیلی گفت: در سال جاری با تحت پوشش قرار گرفتن چهار روستای اسفنداران، حارث آباد، احمدآباد و فیض آباد تعداد روستاهایی که در شهرستان جرقویه از آب طرح آبرسانی اصفهان بزرگ استفاده می کنند به ۲۰ روستا رسید. وی از نصب ۷۰۰ کنتور آب در این چهار روستا خبر داد و گفت: تاکنون ۱۲ هزار و ۲۸۳ قنر انشعاب در روستاهای شهرستان جرقویه نصب شده است. اسماعیلی افزود: هم اکنون فقط روستای اسداباد با کمتر از ۲۰ خانوار به

دلیل فاصله زیاد با تأسیسات، تحت پوشش طرح آبرسانی اصفهان بزرگ قرار ندارد اما با حفر و تجهیز یک حلقه چاه و اجرای یک کیلومتر خط انتقال به مخزن ۵۰ مترمکعبی، تأمین آب شرب پایدار این روستا نیز در دستور کار قرار گرفته است. وی اعلام کرد: علاوه بر سامانه آبرسانی اصفهان بزرگ، از منابع داخلی مانند سه حلقه چاه با آبدی حدود ۲۰ لیتر در ثانیه نیز برای تأمین آب شرب روستائیان منطقه جرقویه استفاده می شود. اسماعیلی خاطر نشان ساخت: ۱۱۵ کیلومتر طول خطوط انتقال، ۲۴۵ کیلومتر طول شبکه توزیع و بیش از ۳ هزار متر مکعب حجم مخازن آب روستایی در منطقه جرقویه است که بخشی از آن نیازمندان اصلاح و بازسازی است.

سرپرست شرکت گاز مازندران:

برای فرهنگ سازی جهت اصلاح الگوی مصرف

به دنبال تعامل با مساجد هستیم



ساری -دهقان: سرپرست شرکت گاز مازندران با بیان اینکه آموزش قرآن و توسعه فعالیت های قرآنی در اولویت برنامه های شرکت گاز مازندران قرار دارد، گفت: عمل به قرآن در کنار شرکت کارکنان، همسران و فرزندان کارکنان در مسابقات قرآنی برای ما مهم است، در این حوزه محدودیت بودجه ای نداریم. به گزارش خبرنگار مازندران به نقل روابط عمومی شرکت گاز استان مازندران، «نهم ماهی رستمی» با بیان اینکه کار ما گازرسانی است، اظهار کرد: در کل مازندران ۶۱ شهر داریم، ۵۹ شهر گازدار شدند، ۲ هزار و ۴۶۷ روستا گازدار شدند، ۳۳۲ روستا در دست اقدام داریم، امیدواریم تا سال ۱۴۰۲ کل مازندران گازدار شوند. سرپرست شرکت گاز مازندران همچنین عنوان کرد: جنس و ماهیت کار ما تأمین انرژی گرمایشی است. مایلی رستمی اعلام کرد: در ۲۴ روستا در بهشهر، ۸ روستا در ساری، ۱۷ روستا در تنکابن در حال اجرای پروژه گازرسانی هستیم، در مجموع حدود یک میلیون و ۵۵۰ هزار مشترک در استان داریم. وی افزود: در بحث الگوی مصرف انتظار ما از همه مردم این است که دمای منزل را بین ۱۸ تا ۲۱ درجه سانتیگراد نگه دارند تا بتوانیم با مدیریت این بخش و به خصوص ادارات اینکه یک ساعت قبل از پایان کار شعله ها را خاموش کنند استمرار گازرسانی را داشته باشیم. سرپرست شرکت گاز مازندران تاکید کرد: برای فرهنگ سازی مصرف بهینه گاز از طریق اطلاع رسانی در فضای الکترونیک، بهره گیری از صداوسیما مرکز استان طبق قرارداد، در اجتماعات و شبکه های اجتماعی و همچنین استفاده از ظرفیت مساجد اقدام خواهیم کرد. مایلی رستمی در پاسخ به این سوال که آیا از ظرفیت بیش از هزار و ۱۹۶ کانون در استان برای فرهنگ سازی در خصوص اصلاح الگوی مصرف گاز استفاده می کنید، اظهار کرد: از این فعالن می خواهیم برای همکاری با شرکت گاز در بحث فرهنگ سازی برای اصلاح الگوی مصرف به روابط عمومی مراجعه کنند، ما به همه گفتیم، مصرف بهینه گاز وظیفه همه است.

سفر وزیر نیرو و به عنوان نماینده دولت به غرب هرمزگان



بندرعباس- خبرنگار فرصت امروز: وزیر نیرو و به عنوان نماینده دولت در سفر استانی رئیس جمهور به غرب هرمزگان، پس از حضور در گلزار شهدا شهرستان پارسیان ضمن ادای احترام و ارج نهادن به مقام شامخ شهدا، به بررسی مسائل و مشکلات مردم شهرستان پرداخت. به گزارش روابط آب و فاضلاب هرمزگان، دکتر محرابیان در دیدار با مردم این شهرستان، ضمن بررسی مشکلات مردم، میزان مسلمات ناشی از نسیم اخیر در این شهرستان را نیز بررسی کرد، بنا بر این گزارش؛ دکتر محرابیان همچنین از روند اجرای پروژه آب شیرین کن پارسیان و سد بردول نیز بازدید کرد. همچنین نماینده ویژه رئیس جمهور پس از پارسیان، به شهرستان بستک سفر خواهد کرد و دیدار با مردم این شهرستان و بازدید از چند پروژه صنعت آب برق از جمله خط انتقال آب از آب شیرین کن بندر چارک به بستک و جناح از حلقه برنامه های وی در این سفر خواهد بود. شایان ذکر است، دکتر محرابیان در ادامه سفر خود به استان هرمزگان، راهی بندرعباس خواهد شد.

دبیر دومین رویداد فرهنگی آوای گاز گفت:

مهلت ارسال آثار به دومین رویداد فرهنگی آوای گاز تمدید شد



بوشهر- خبرنگار فرصت امروز: دبیرخانه دومین رویداد فرهنگی آوای گاز با توجه به پایان مهلت ارسال آثار که پیش تر تا ۱۰ بهمن ماه اعلام شده بود این مهلت را تا ۱۰ بهمن ماه تمدید کرد.

ابراهیم عباسی دبیر دومین رویداد فرهنگی آوای گاز اعلام کرد: با توجه به استقبال علاقمندان و درخواست مکرر اهالی فرهنگ و هنر و نظر به تصمیم شورای سیاست گذاری و هیات داوران این رویداد مبتنی بر تمدید مهلت ارسال آثار و ایجاد فرصت برای شرکت در این رویداد فرهنگی ، مهلت ارسال آثار تا ۱۰ بهمن ماه ۱۴۰۰ تمدید شد عباسی گفت:این رویداد فرهنگی در سه بخش تولیدات صدافیلم و عکس تلفن همراه و با موضوعات گاز مصرف ایمن و بهینه گاز و محیط زیست،گاز و توسعه پایدار،گاز و رفاه و آسایش اجتماعی و گازرسانی روستایی و مهاجرت معکوس بر گزار می شود. وی گفت:ز مهمترین اهداف این رویداد فرهنگی می توان به تعامل هرچه بیشتر با ذینفعان شرکت اشاره کرد و می توان با استفاده از نظرات ایشان در ارتقا کیفی خدمات ،گام های موثری را برداشت. دبیر دومین رویداد فرهنگی آوای گاز گفت:شرکت در این رویداد برای عموم و اهالی فرهنگ و هنر آزاد می باشد و علاقمندان جهت کسب اطلاعات بیشتر و ارسال آثار خود به سایت شرکت گاز استان بوشهر مراجعه کنند.

۲۲ میلیارد تومان تا کنون برای بیابان زدایی در گلستان هزینه شد

گرگان- خبرنگار فرصت امروز: همه مراتع تحت سرپرستی منابع طبیعی دارای بهره برداری همچون دامداران و مرزنشینان هستند و وظیفه ما مدیریت چرای دام و جلوگیری از چرای غیرمجاز و بی رویه است که در این زمینه هر روز تذکراتی لازم به بهره برداران داده می شود.به نقل از مهر عدیل رحمان لطفی اظهار کرد: همه مراتع تحت سرپرستی منابع طبیعی دارای بهره برداری همچون دامداران و مرزنشینان هستند و وظیفه ما مدیریت چرای دام و جلوگیری از چرای غیرمجاز و بی رویه است که در این زمینه هر روز تذکراتی لازم به بهره برداران داده می شود.مدیر کل منابع طبیعی و آبخیزداری گلستان افزود: مراتع در شهرستان های ای قلا، گرمیشان، مراره تپه و گنبدکاووس و کاله به دلیل قرار داشتن در منطقه پررگزارها،مورد توجه بیشتر قرار دارند.وی ادامه داد: در حال حاضر ۱۲۰ هزار هکتار از مراتع در منطقه کولیچه و دانشی برون شناسایی شده و با توجه به اعتباراتی که تأمین می شود، طرح های بیابان زدایی را برای آنها تهیه کرده و با مشارکت بهره برداران، وارد عملیات اجرایی هم شده ایم.لطفی اضافه کرد: در سال های گذشته بر روی ۱۷ هزار هکتار کار از این مراتع برنامه های خوبی از جمله انجام ۶ هزار هکتار بوته کاری، چهار هزار هکتار هلالی آبگیر و هفت هزار هکتار بوته کاری و بذر پاشی انجام شده است.مدیر کل منابع طبیعی و آبخیزداری گلستان گفت: تلاش می کنیم در آینده با انجام بوته کاری برای حفظ و نگهداری مراتع گام های بیشتری را برداریم.

<div><div>🔗</div></div>
دفتر کار مجازی و صرفه‌جویی در هزینه‌های کسب و کار
<p>به قلم: ایوان ویدجایا / کارشناس کسب و کار و مدیر سایت noobpreneur.com</p> ترجمه: علی آل‌علی

دنیای مدرن از بسیاری جهت تغییر کرده است. این امر درباره شیوه‌های مدیریت کسب و کار و حتی دفترهای کاری نیز مصداق دارد. بی‌تردید دیگر هیچ برندی به سبک یک قرن پیش کسب و کارش را مدیریت نمی‌کند. با این حساب چرا نباید در زمینه استفاده از دفتر کار نیز تغییری با زمان‌های گذشته ایجاد شود؟ این امر سوال مهمی برای تمام کارآفرینان در سراسر دنیا محسوب می‌شود. با این حساب اگر شما به دنبال تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف‌تان هستید، باید از همین حالا به دنبال پاسخی روشن برای این دست از سوالات باشید، در غیر این صورت وضعیت‌تان در بازار هر گز همراه با موفقیت نخواهد بود. امروزه بسیاری از برندها برای مدیریت کسب و کارشان با مشکلات زیادی رو رو هستند. این امر شامل مشکلات مربوط به تهیه دفتر کاری و پرداخت هزینه‌های آن می‌شود. با این حساب اگر برند شما به جای چنین کاری از یک دفتر مجازی سود ببرد، شانس بسیار بیشتری برای تاثیرگذاری بر روی روند فعالیت کارکنان خواهد داشت. این ترند در طول ماه‌های اوج همه‌گیری کرونا به طور قابل ملاحظه‌ای در روند فعالیت برندها تاثیر گذاشت. با این حساب استفاده از آن در دنیای کنونی ایده بدی نخواهد بود. هدف اصلی در این مقاله بررسی مفهوم دفتر کار مجازی برای کسب و کارهاست. اگر شما هم به این مفهوم علاقه دارید، می‌توانید در این میان با ما همراه باشید. در ادامه برخی از نکات مهم درباره این مفهوم را با هم مورد ارزیابی قرار می‌دهیم.

دفتر کار مجازی چیست؟

کسانی که هنوز با تحولات دیجیتالی دنیای کسب و کار آشنایی چندانی ندارند، نسبت به چیستی دفتر کار مجازی سوالات زیادی خواهند داشت. این امر با توجه به تغییرات مداوم در حوزه کسب و کار و فعالیت‌های کاری امر بدیهی به نظر می‌رسد. وقتی امروزه از عبارت دفتر کار مجازی استفاده می‌کنیم، اغلب اوقات منظورمان ترکیبی از شیوه‌های مربوط به دور کاری و همچنین ابزارهای دیجیتالی برای پیگیری روند تعاملات در دفترهای کاری بدون حضور فیزیکی افراد در کنار هم است. این امر نقش مهمی برای تاثیرگذاری بر روی کارمندان و میزان بهره‌وری‌شان ایفا می‌کند. این شما هم نسبت به راه‌اندازی یک دفتر کار مجازی تمایل دارید، نکاتی که در ادامه مورد بررسی قرار می‌گیرد، نقش مهمی در بهبود روند کاری‌تان خواهد داشت. بنابراین در ادامه با ما همراه باشید تا برخی از مهمترین نکات در این راستا را مورد ارزیابی قرار دهیم.

چرا دفتر کار مجازی مهم است؟

اهمیت دفتر کار مجازی شاید در همان ابتدای امر مشخص نباشد، اما برای بسیاری از برندهای بزرگ این امر مثل روز روشن است. اگر شما هم به دنبال برخی از مزایای این شیوه مدیریت کسب و کار هستید، در ادامه با ما همراه باشید.

حذف هزینه اجاره دفتر

بسیاری از برندها به طور رسمی دفتری را خریداری نکرده‌اند. این امر به معنای ضرورت اجاره دفتر و همچنین پرداخت ماهانه مبلغی قابل ملاحظه برای آن است. شاید این امر برای برندهای بزرگ یا موفقی که دفتر خریده‌اند، امر عجیبی باشد، اما امروزه بسیاری از برندها توانایی پرداخت هزینه دفترشان را ندارند. درست به همین خاطر استفاده از الگوی دفتر مجازی امر مهمی برای چنین کسب و کارهایی محسوب می‌شود. اگر شما هم به دنبال تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف با استفاده از شیوه‌های تازه و کاهش هزینه‌های برندنان هستید، دفتر مجازی می‌تواند ایده خوبی باشد. این امر به شما ادامه روند کاری‌تان در بهترین شرایط ممکن کمک می‌کند. امروزه شمار بالایی از برندها به جای سرمایه‌گذاری بر روی دفترهای کاری بیش از هر نکته دیگری به دنبال استفاده از بودجه در دسترس‌شان برای سرمایه‌گذاری بر روی توسعه برندنشان هستند. این امر با استفاده از دفترهای کار مجازی به ساده‌ترین شکل ممکن امکان‌پذیر خواهد شد. نکته جالب اینکه شما در فرآیند استفاده از دفتر مجازی هر وقت که مایل باشید، امکان قطع روند موردنظر و بازگشت به حالت اولیه، اجاره دفتر رسمی، را خواهید داشت. یادتان باشد صرف نظر از هزینه‌های دفتر واقعی به معنای امکان استفاده کامل‌رایگان از دفترهای کار مجازی نیست. شما در این وضعیت نیز همچنان هزینه‌ای را پرداخت خواهید کرد. این امر به معنای ضرورت اختصاص بودجه‌ای برای دفترهای کار مجازی است. با این حال هزینه موردنظر به طور قابل ملاحظه‌ای کمتر خواهد بود.

حل و فصل مسئله محل دفتر

شما برای انتخاب یک دفتر کار باید معیارهای بسیار متنوعی را مدنظر قرار دهید. این امر به شما برای تاثیرگذاری بر روی تمام کارمندان کمک می‌کند. اگر شما محلی دور از دسترس اغلب کارمندان برای دفتر کار انتخاب کنید، خیلی زود دامنه وسیعی از اعضای شرکت به فکر ترک شغل‌شان یا پیدا کردن کار دیگر خواهند افتاد. معنای این امر بریزش شدید کارمندان برند شما در مدت زمانی اندک خواهد بود. با این حساب شما دیگر شانسِی برای بهبود وضعیت برندنان و طی کردن مسیر توسعه به بهترین شکل ممکن نخواهید داشت. دفترهای کار مجازی به شما امکان حل و فصل مشکلات ناشی از انتخاب یک دفتر کار در موقعیتی مناسب را می‌دهد. امروزه با توجه به شرایط ناشی از کرونا بسیاری از مردم به دنبال فعالیت دورکاری هستند. با این حساب شما در صورت راه‌اندازی یک دفتر مجازی امکان جلب نظر بهترین نیروهای بازار را خواهید داشت. این امر از نقطه نظر تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف اهمیت بسیار زیادی دارد. به هر حال شما با دفتر کار مجازی بهترین نیروی‌های بازار را استخدام خواهید کرد و این امر جذابیت‌های فراوانی دارد.

پاسخگویی سریع به مشتریان

بسیاری از مشتریان تجربه‌های وحشتناکی در زمینه تعامل با برندها یا پیگیری سوالات‌شان از بخش خدمات فروش دارند. این امر در بسیاری از مواقع موجب کاهش انگیزه مشتریان برای خرید از یک برند می‌شود. درست به همین خاطر شما باید فکری به حال بخش خدمات مشتریان‌تان کنید، در غیر این صورت خیلی زود توانایی تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را به طور کامل از دست می‌دهید. بی‌شک پاسخگویی ۲۴ ساعته به مشتریان هدف بسیار مهمی برای برندها محسوب می‌شود. شما در صورت راه‌اندازی یک دفتر مجازی امکان همکاری با کارشناس‌های بخش خدمات مشتریان برای تمام وقت کردن این بخش بدون نیاز به حضور آنها در دفتر واقعی برند را خواهید داشت. این امر برای تمام اعضای شرکت شما هیجان‌انگیز و تاثیرگذار خواهد بود. به این ترتیب شما به سادگی هرچه تمام‌تر امکان ایجاد تحول در دفتر کار شرکت‌تان همراه با بهبود کیفیت خدمات مشتریان را دارید.

اتاق‌های ویژه جلسات

وقتی شما برای فعالیت کاری به دنبال دفترهای مجازی هستید، معنای این امر صرف نظر از برگزاری جلسات ویژه نیست. بسیاری از کارآفرینان فقط به برگزاری جلسات کاری در قالب حضور تمام افراد گرد یک میز بزرگ عادت دارند. با این حساب دفترهای کار مجازی گزینه بسیار نوآورانه‌ای برای شما محسوب می‌شود. اگر شما به دنبال تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف‌تان هستید، چنین راهکاری می‌تواند جذابیت زیادی برای شما و کسب و کارتان به همراه داشته باشد. بنابراین باید به بهترین شکل ممکن به دنبال تاثیرگذاری بر روی مشتریان در دنیای کسب و کار باشید. یکی از مزایای ویژه دفترهای کار مجازی امکان پیگیری امور به طور کاملا آنلاین است. این امر سرعت برگزاری جلسات کاری را به طور قابل ملاحظه‌ای افزایش داده و شانس شما برای تاثیرگذاری بر روی افراد حاضر در جلسه را به شدت افزایش می‌دهد. به هر حال وقتی خبری از ماندن در ترافیک یا دروسرهای حضور تمام افراد موردنظر در محل برگزاری جلسه نباشد، کار شما بسیار ساده‌تر از هر زمان دیگری انجام خواهد شد.

انعطاف‌پذیری بالا

امروزه اغلب کارمندان به دنبال فعالیت در شرکت‌هایی با ساعت‌های کاری و شرایط انعطاف‌پذیر هستند. این امر نوعی ترند بلندمدت در دنیای کسب و کار محسوب می‌شود. با این حساب اگر شما برنامه‌ای برای این بخش نداشته باشید، امکان تاثیرگذاری بر روی مخاطب‌تان را به طور کامل از دست خواهید داد.

راهکارهای بازاریابی بهینه در شبکه‌های اجتماعی

- کسب و کار شما دقیقاً چیست؟
- دفتر مرکزی یا مرکز فروش‌تان کجاست؟
- حوزه کاری‌تان شامل چه بخش‌هایی می‌شود؟
- ماهیت برندنات چیست؟
- مشتریان چطور امکان تعامل با برند شما را دارند؟

پاسخگویی به سوالات بالا برای شما اهمیت زیادی خواهد داشت. این امر به برند شما فرصت خوبی برای تعامل با مشتریان هدف بر روی پلتفرم‌های محبوب و مورد علاقه مشتریان‌شان سرمایه‌گذاری می‌کنند. در این میان کمتر برندی به اهمیت بازاریابی در این فضا آگاهی ندارد، اما اغلب اوقات نتیجه‌بخشی بازاریابی در شبکه‌های اجتماعی با انتظار بازارپا‌ها هماهنگ نیست. یکی از دلایل اصلی این امر سطح بالای رقابت در شبکه‌های اجتماعی است. این امر شانس برندها برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف‌شان را به طور قابل ملاحظه‌ای کاهش داده است، با این حساب شما برای جلب نظر مشتریان‌تان باید از پس رقبای متعددی در بازار بر بیایید، در غیر این صورت شاید حتی توانایی جلب نظر یک مشتری را نیز پیدا نکنید.

امروزه بسیاری از برندهای بزرگ به جای بازاریابی بدون برنامه در شبکه‌های اجتماعی در تلاش برای بهینه‌سازی عملکردشان در این پلتفرم‌ها هستند. این امر به تغییرات کوچکی در عملکرد بازاریابی آنلاین برندها اشاره دارد که به کسب و کارها فرصت تاثیرگذاری حرفه‌ای بر روی مشتریان را می‌دهد. شاید در نگاه نخست اعمال تغییراتی کوچک بر روی عملکرد برندها بسیار ساده به نظر برسد، اما همین تغییرات به ظاهر کوچک توانایی بازگشت سرمایه بالایی برای برندها به همراه دارد. درست به همین خاطر شما باید همیشه در راستای بازاریابی و تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف‌تان از چنین تکنیک‌هایی سود ببرید.

هدف اصلی در این مقاله تمک به شما و تیم بازاریابی‌تان برای بهینه‌سازی شبکه‌های اجتماعی به طور حرفه‌ای است. این امر به شما برای تاثیرگذاری بهتر بر روی مخاطب هدف کمک خواهد کرد. در این صورت شما امکان تاثیرگذاری بهتر بر روی مخاطب هدف‌تان را خواهید یافت. اگر شما هم به دنبال ایجاد تغییراتی مناسب در فعالیت بازاریابی برندنات در شبکه‌های اجتماعی هستید، نکات مورد بحث در این مقاله کاربرد فراوانی برای‌تان خواهد داشت. در ادامه برخی از مهمترین راهکارها و توصیه‌ها در این رابطه را بررسی خواهیم کرد.

بارگذاری پست در زمان مناسب

کسب موفقیت در شبکه‌های اجتماعی بستگی به میزان تخصص یک برند برای تولید محتوای مناسب دارد. بسیاری از برندها در این میان محتوای عالی تولید می‌کنند، اما دست آخر باز هم توانایی جلب نظر مخاطب هدف را ندارند. دلیل اصلی این امر بارگذاری پست‌های بازاریابی در زمان‌های نادرست است. چنین امری حتی تاثیرگذاری بهترین محتوای بازاریابی دنیا را از بین خواهد برد. درست به همین خاطر شما باید برای جلب نظر مخاطب هدف‌تان همیشه اقدام به شناسایی زمان مناسب برای بارگذاری محتوای‌تان نمایید، در غیر این صورت شاید هرگز در فهرست برندهای مورد علاقه مشتریان جایی برای خودتان پیدا نکنید. این امر می‌تواند شرایط شما را به طور قابل ملاحظه‌ای دشوار سازد.

یادتان باشد برای نگداری محتوا زمان‌های زیاد در دسترس قرار دارد. شما به طور کامل امکان استفاده از ۲۴ ساعت شبانه روز را دارید. نکته مهم در این میان تلاش برای استفاده از بهترین زمان برای بازگشت سرمایه مناسب است. اغلب اوقات ساعت‌های بعدازظهر تا نیمه شب بهترین زمان برای بارگذاری محتوای بازاریابی از سوی برندها محسوب می‌شود. در این میان ساعت‌های ۱۰ تا ۱۱ صبح نیز به دلیل کار کمتر کارمندان یا کارآفرینان در آن زمان ایده مناسبی خواهد بود.

بدون تردید هر برندی با توجه به شرایط بارگذاری محتوا برای مخاطب هدف باید اقدامات خاصی را صورت دهد. یکی از مهم‌ترین نکات در این میان شخصی‌سازی فرمول عمومی بارگذاری محتوا و زمان آن با توجه به ویژگی‌های برند است. این امر نقش مهمی در جلب نظر مخاطب هدف برای برندها بازی می‌کند. بنابراین شما باید همیشه در شیوه بازاریابی برندنات تغییراتی هرچند اندک را اعمال نمایید، در غیر این صورت شاید هرگز توانایی جلب نظر مخاطب هدف‌تان را پیدا نکنید. این امر می‌تواند تاثیر بسیار منفی بر روی نحوه عملکرد برند شما به همراه داشته باشد.

بهینه‌سازی زمان بارگذاری محتوا در شبکه‌های اجتماعی اغلب اوقات به طور تجربی و از طریق آزمون و خطا برای برندها صورت می‌گیرد. این امر نکات بسیار مهمی برای برندها به همراه خواهد داشت. بنابراین شما به جای اعتماد صرف به ساعت‌های توصیه‌شده از سوی دیگران باید اندکی آزمون و خطا را نیز چاشنی کار نمایید. در این صورت شانس بسیار بهتری برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف‌تان خواهید داشت.

بهینه‌سازی بیو اکانت‌ها

بخش بیوگرافی یکی از مهمترین حوزه‌ها برای معرفی کسب و کار به کاربران شبکه‌های اجتماعی است. امروزه کاربران اول از هر اقدامی در رابطه با اکانت‌های تجاری به بیو آنها نگاه می‌کنند. بنابراین اگر شما بیوگرافی درستی نداشته باشید، شانس‌تان برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف به طور قابل ملاحظه‌ای کاهش پیدا خواهد کرد. این امر نقش مهمی در کاهش میزان بازدید از اکانت شما ایفا می‌کند.

تکمیل بخش بیوگرافی برای برندها امر چندان سخت یا دشواری نیست. شما در این بخش باید اطلاعات مربوط به برندنات یا شعار تبلیغاتی را به طور خلاصه درج نمایید. یادتان باشد بخش موردنظر هرچه کوتاه‌تر باشد، تاثیرگذاری بالاتری بر روی مخاطب هدف به همراه دارد. بنابراین از بیان نکات طولانی بدون دلیل مناسب پرهیز نمایید. این امر شانس‌ش شما برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را به طور قابل ملاحظه‌ای افزایش خواهد داد.

سوالاتی که مشتریان درباره یک برند همیشه در سر دارند، کاملاً واضح است. اگر شما در بخش بیوگرافی به برخی از پرسش‌های آنها پاسخ‌های دقیق بدهید، کارتان به شدت ساده‌تر از هر زمان دیگری خواهد شد. برخی از سوالات مشتریان از برندها در همان ابتدای امر به شرح ذیل است:



محتوا در شبکه‌های اجتماعی امر بسیار مهمی محسوب می‌شود. این امر به شما امکان تاثیرگذاری مناسب بر روی مخاطب هدف را می‌دهد. با این حساب شما برای جلب نظر مشتریان‌تان باید همیشه ترکیب مناسب برای بارگذاری محتوا را پیدا کنید. این امر برای برخی از برندها شامل بارگذاری دو تا سه پست در هفته و برای برخی دیگر بارگذاری روزانه محتواس‌ت. اگر شما در این میان همیشه نظر مشتریان‌تان را مد نظر داشته باشید، کمتر با اعتراض‌ها و مشکلات اساسی در این راستا رو به رو خواهید شد. بنابراین باید همیشه چنین امری را در اولویت فعالیت برندنات در شبکه‌های اجتماعی قرار دهید.

ارزیابی انتقادی استراتژی برند در شبکه‌های اجتماعی

بازاریابی در شبکه‌های اجتماعی امر بسیار مهمی محسوب می‌شود. اغلب برندها برای چنین کاری یک استراتژی درست و دقیق دارند. نکته مهم در این میان ضرورت بازنگری در استراتژی‌های بازاریابی است. روش کار شما هر قدر هم که محبوب و دقیق باشد، باز هم در طول زمان با مشکلاتی رو به رو خواهد شد. درست به همین خاطر شما باید برای تاثیرگذاری بهتر بر روی مخاطب هدف‌تان همیشه نکات حرفه‌ای را مدنظر قرار دهید، در غیر این صورت شانس‌تان به طور قابل ملاحظه‌ای کاهش پیدا خواهد کرد.

ارزیابی انتقادی استراتژی برند در شبکه‌های اجتماعی از نقطه نظر بازاریابی امکان به‌روز رسانی روش‌های کار شما را فراهم می‌سازد. معنای این امر بهره‌مندی مداوم شما از بهترین استراتژی‌های بازاریابی در سطح جهان است. توصیه ما در میانه این امر استفاده از تجربه برندهای بزرگ و در صورت امکان همکاری با کارشناس‌های حرفه‌ای است. چنین امری امکان جلب نظر مشتریان به بهترین شکل ممکن را به همراه خواهد داشت. با این حساب دیگر جای شک و تردید نسبت به تاثیرگذاری حرفه‌ای محتوای بازاریابی شما بر روی مخاطب هدف نخواهد ماند.

یادتان باشد شما در ارزیابی انتقادی وضعیت بازاریابی برندنات باید همیشه بر روی نقاط ضعف دست بگذارید. این امر از طریق بررسی شرایط از جایگاه مشتریان به بهترین شکل ممکن امکان‌پذیر خواهد بود. بنابراین شما باید همیشه خودتان را در جایگاه مشتریان قرار دهید و بر این اساس اقدام به بازسازی استراتژی بازاریابی‌تان نمایید، در غیر این صورت شانس‌تان برای جلب نظر مخاطب هدف به طور قابل ملاحظه‌ای کاهش پیدا می‌کند.

یکی دیگر از راهکارهای مناسب برای ارزیابی و بازنگری در استراتژی‌های بازاریابی برند شامل درخواست از برخی مشتریان یا حتی همکاران شرکت به منظور پیدا کردن نقاط ضعف کارتان است. این افازد به دلیل اینکه مانند شما به طور حرفه‌ای اقدام به بازاریابی نمی‌کنند، همیشه نظرات متفاوت و راهگشایی برای‌تان خواهند داشت. درست به همین خاطر شما باید همیشه نسبت به تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف در این رابطه توجه نشان دهید، در غیر این صورت شاید شانس‌تان برای جلب نظر مشتریان به طور قابل ملاحظه‌ای کاهش پیدا کند.

همیشه مشتریان را در ذهن داشته باشید

مشتریان باید همیشه در کانون توجه برند شما قرار داشته باشند. این امر امکان تاثیرگذاری مناسب بر روی مخاطب هدف را به همراه دارد. متأسفانه برخی از برندها در حوزه بازاریابی به طور مداوم عملکرد سایر کسب و کارها را مدنظر دارند. این امر در کنار فقدان ارتباط کافی با مشتریان موجب بروز مشکلات زیادی می‌شود. درست به همین خاطر شما باید همیشه در تلاش برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف‌تان باشید. یکی از اشتباهاتی که برندها برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف انجام می‌دهند، بی‌توجهی به تفاوت سلیقه و ویژگی‌های مشتریان در بازارهای مختلف است. به عنوان مثال، اگر برند شما در تلاش برای بازاریابی در ایالات متحده است، نباید از همان استراتژی برای بازاریابی در آسیا استفاده کند. این امر به دلیل تفاوت میان مشتریان آسیایی و آمریکایی دروسرهای زیادی به همراه خواهد داشت. درست به همین خاطر شما باید همیشه شناخت خودتان از مشتریان را در کانون توجه قرار دهید، در غیر این صورت شاید هیچ شناسی برای تعامل مناسب با مشتریان‌تان پیدا نکنید. این امر وضعیت شما در بازار را به طور قابل ملاحظه‌ای دشوار و غیرقابل پیش‌بینی خواهد کرد.

بازاریابی در شبکه‌های اجتماعی از بسیاری جهت باید براساس ویژگی مشتریان همان بازار صورت گیرد. این امر اندکی مطالعه درباره بازار را ضروری می‌سازد. بنابراین شما باید همیشه آمادگی لازم برای مطالعه بازار به طور حرفه‌ای را داشته باشید، در غیر این صورت شانس‌تان برای جلب نظر مشتریان به طور عمده کاهش پیدا خواهد کرد. این امر امر بسیار مهمی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف محسوب می‌شود. با این حساب شما برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف باید همیشه شرایط بازار را نیز مدنظر قرار دهید.

بهینه‌سازی برند برای جست و جو

مدیریت سئو فقط امری مخصوص موتورهای جست و جو نیست. امروزه کاربران در شبکه‌های اجتماعی نیز مانند موتورهای جست و جو اقدام به گشت و گذار در میان محتوای مختلف و تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف می‌کنند. این امر نقش بسیار مهمی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف دارد. اگر برند شما نیز برای جلب نظر مشتریان اقدام به بهینه‌سازی اکانت و اجزای آن نماید، نتیجه‌بخشی بسیار بهتری در شبکه‌های اجتماعی خواهید داشت.

یادتان باشد شما در شبکه‌های اجتماعی با شمار بالایی از رقبا مواجه هستید و اگر کاربران به هنگام جست و جوی کلیدواژه‌ها مرتب با حوزه کاری‌تان اول از همه با برند شما رو به رو شوند، میزان تاثیرگذاری‌تان بر روی مخاطب هدف به طور قابل ملاحظه‌ای افزایش پیدا خواهد کرد. بنابراین باید همیشه برندنات را برای چنین کاربرانی به طور قابل ملاحظه‌ای بهینه‌سازی نمایید. این امر شامل استفاده از انواع کلیدواژه‌های مرتبط با حوزه کاری و همچنین تکمیل تمام بخش‌های پروفایل برندنات می‌شود. **منبع: blog.hootsuite.com**