روزنامه مدیریتی - اقتصادی

فرصت امروز

برای کسب و کار آفرینی

دوشنبه
۱۸ اردیبهشت ۱۴۰۲

Mon.8 May 2023
۱۷ شوال ۱۴۴۴ - سال نهم
شماره ۲۲۳۱
۸ صفحه - ۵۰۰۰ تومان

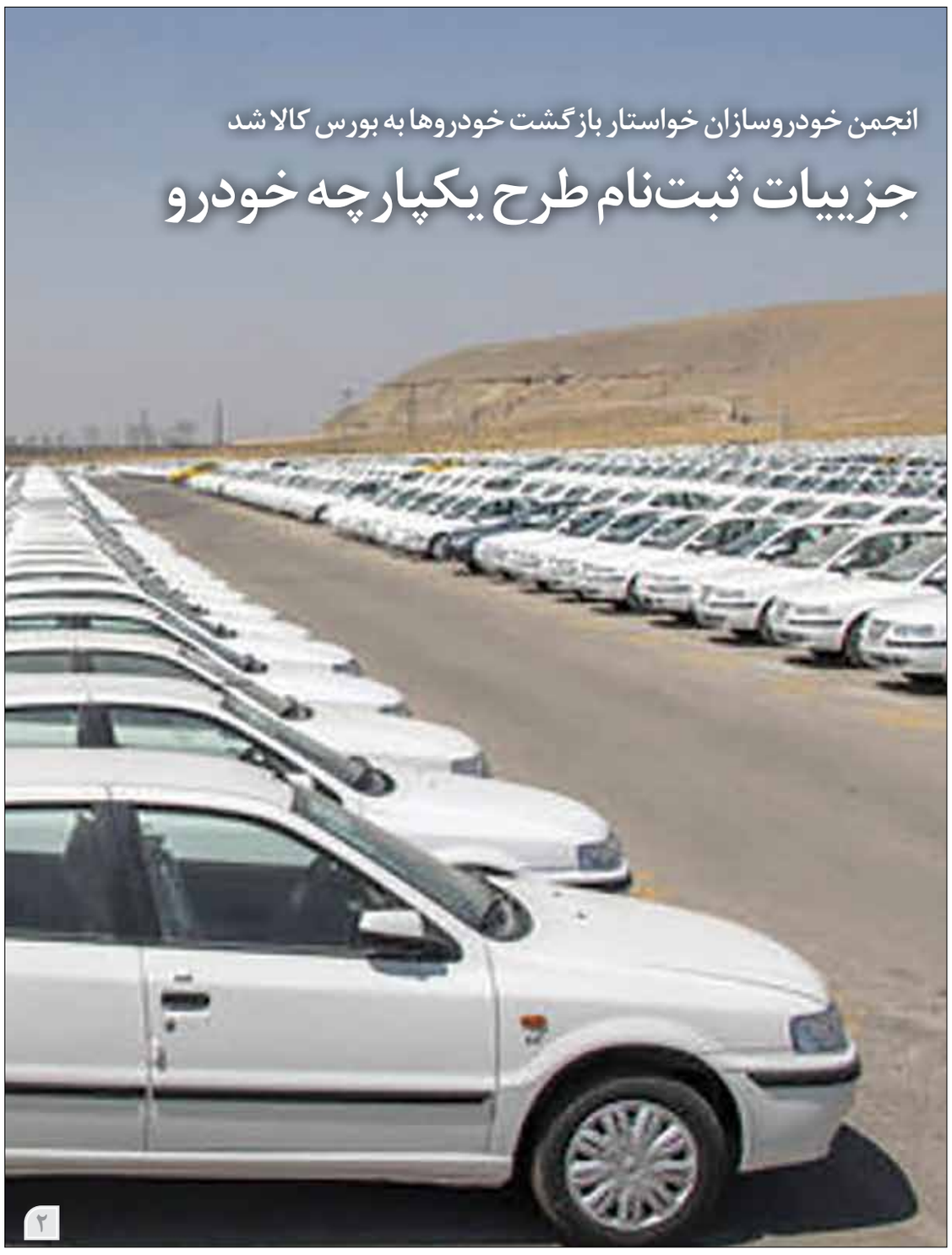
www.forsatnet.ir

شاخص کل بورس به سطح ۲,۴ میلیون واحد و شاخص فرابورس به سطح ۳۰ هزار واحد سقوط کرد

روز قرمز تالار شیشه‌ای

فرصت امروز: شاخص کل بورس تهران، معاملات هفته جاری را با روند صعودی آغاز کرد و با ثبت رشد ۰,۸۲ درصدی تا سطح ۲ میلیون و ۵۳۵ هزار واحد بالا آمد، اما در معاملات روز گذشته همچون آخرین روز کاری هفته گذشته بار دیگر دچار نوسان شد و با افت شدید ۹۰ هزار واحدی معادل ۳,۷۵ درصد تا سطح ۲ میلیون و ۴۴۰ هزار واحد عقب‌نشینی کرد. شاخص هم‌وزن نیز...

۴



انجمن خودروسازان خواستار بازگشت خودروها به بورس کالا شد

جزییات ثبت‌نام طرح یکپارچه خودرو

۲

چرا لایحه تشکیل وزارت بازرگانی، تکرار یک تجربه شکست‌خورده است؟

۱۲ کاستی احیای وزارت بازرگانی

فرصت امروز: مرکز پژوهش‌های اتاق ایران در یک گزارش کارشناسی تلاش کرده تا ابهامات، کلی‌نگری‌ها و نقایص لایحه دولت برای تشکیل وزارت بازرگانی را نقد و بررسی نماید. این گزارش کارشناسی در ۱۲ بند، مهمترین محورهای این لایحه را نقد کرده است که در ادامه می‌خوانید:

* نکته قابل‌توجه در تدوین هر لایحه، آن است که لایحه موردنظر از جامعیت لازم برخوردار باشد، اما جامع‌ومانع بودن به معنای کلی‌نگری و عدم توجه به جزییات نیست. وجود ابهامات متعدد (که در ادامه خواهد آمد) در لایحه حاضر، جامع‌ومانع بودن آن را به میزان قابل‌توجهی زیر سؤال برده است.

* در ماده‌واحده لایحه به این مورد اشاره شده که هدف از تشکیل وزارت بازرگانی، تمرکز سیاستگذار، راهبری، برنامه‌ریزی، نظارت و ساماندهی امور مرتبط با حوزه بازرگانی و تنظیم بازار است؛ درحالی‌که به نظر می‌رسد هدف اصلی کنترل قیمت‌هاست. افزایش سطح قیمت‌ها در کشور از دو بخش شامل «متوسط سطح عمومی قیمت‌ها» که ناشی از افزایش هزینه‌های تولید و توزیع کالا به صورت متعارف است و «افزایش قیمت‌ها مازاد بر تورم» که می‌تواند ناشی از شکل‌گیری رفتار سوداگرانه در واحدهای عمده‌فروشی و خرده‌فروشی‌ها تشکیل می‌شود. (واحدهای عمده‌فروشی می‌توانند با احتکار کالا و یا امتناع از عرضه کالا در بازار موجب بالارفتن...

۳

پس از گذشت ۳ سال

کارمزد خدمات بانکی تغییر کرد

۳

مدیریت و کسب‌وکار

راهنمای تولید ویدئوهای آموزشی: هر آنچه بازاریاب‌ها باید بدانند!

کاری در دنیا هست که نتوانیم انجام دهیم؟ بی‌شک اگر از نظر علمی به ماجرا نگاه کنیم، کارهای بی‌نهایت زیادی است که از عهده ما خارج است. مثلا سفر با سرعت نور احتمالا هیچ وقت رنگ و بوی واقعیت به خودش نخواهد گرفت. با این حال اگر بحث را در زندگی روزمره جلو ببریم، ماجرا کاملا فرق خواهد کرد. خب تا وقتی اینترنت و شبکه‌های اجتماعی دم دست آدم‌هاست، چرا یادگیری یک روش تازه برای زندگی راحت‌تر سخت باشد؟ خیلی از مردم در سراسر دنیا به محض اینکه مشکلی در زندگی‌شان پیش می‌آید، زمین و زمان را مقصر جلوه می‌دهند. قبول دارم گاهی اوقات بدبیاری‌های زندگی واقعا روی اعصاب راه می‌رود، اما قرار نیست دست روی دست بگذاریم. یک ایده هوشمندانه در این میان استفاده از تجربیات دیگران برای حل سریع مشکل است. اجازه دهید یک مثال ساده بزنیم. به نظر شما راحت‌ترین روش برای تمیز کردن کفش‌های ورزشی چیست؟ ...

۸

نگاه

نیمی از چاه‌های کشور غیرمجازند

بلای جان آب‌های زیرزمینی

نتایج یک گزارش رسمی نشان می‌دهد بیش از ۸۰۰ هزار حلقه چاه آب مجاز و غیرمجاز در ایران وجود دارد که نیمی از حجم مصرف آب کشور را می‌بلعند. برداشت بی‌رویه از منابع آب زیرزمینی در سال‌ها و دهه‌های گذشته باعث بروز پدیده فرونشست زمین در اکثر مناطق ایران و تشدید دوره‌های خشکسالی شده است. آنطور که وزارت نیرو گزارش داده است، چاه‌های غیرمجاز و برداشت بی‌رویه آب توسط چاه‌های برقی، به بلای جان آب‌های زیرزمینی بدل شده است؛ به طوری که از ۸۰۰ هزار چاه فعال در کشور حدود ۴۵ درصد از آنها فاقد مجوزند. همچنین ۷۵ درصد از برداشت کل چاه‌های مجاز توسط چاه‌های برقی انجام می‌شود. بررسی‌ها نشان می‌دهد که میزان برداشت آب از طریق چاه‌های آب دارای مجوز در مناطق گرم و خشک به مراتب از توان آبی کشور بیشتر است. براساس آمارهای رسمی، هم‌اکنون بیش از ۸۵ درصد از برداشت آب از منابع زیرزمینی که چیزی بالغ بر ۳۸ میلیارد مترمکعب در سال است، توسط چاه‌های مجاز و دارای پروانه انجام می‌شود و این در حالی است که برای تعادل‌بخشی میان توانمندی‌های آبی و میزان برداشت‌ها دست‌کم باید ۸ درصد از میزان برداشت آب از چاه‌های مجاز کاسته شود. در دهه‌های گذشته و با توجه به برقی‌شدن بیش از نیمی از چاه‌های دارای...

۲

همه‌چیز درباره شبکه اجتماعی BeReal

این شبکه اجتماعی حریم خصوصی ندارد

فرصت امروز: این روزها بسیاری از تصاویر منتشرشده توسط کاربران در شبکه‌های اجتماعی مانند اینستاگرام دیگر کمتر رنگ و بویی از واقعیت دارند. همه کاربران سعی می‌کنند تا بهترین نسخه از خود یا زندگی‌شان را در شبکه‌های اجتماعی به نمایش بگذارند و با ابزارهای گوناگون و متنوع به آن رنگ و لعاب جذابی ببخشند. وایرال شدن قابلیت فیلتر گذاشتن روی صورت که ابتدا در شبکه اجتماعی اسنپ‌چت از آن رونمایی شد و راه خود را به اینستاگرام باز کرد هم باعث شده تا بسیاری از کاربران با استفاده از این فیلترها دیگر خود واقعی‌شان نباشند و چهره‌ای دروغین از خود به نمایش بگذارند.

با وجود آنکه اینستاگرام در ایران حسابی محبوب است و امکانات و جذابیت زیادی دارد، اما بسیاری از پژوهشگران معتقدند که رقابت بر سر لایک و فالوور و دیدن مداوم لحظات مصنوعی و دستکاری‌شده از زندگی افراد، احساس رضایت به زندگی را در کاربران کاهش می‌دهد. در این میان، شبکه اجتماعی BeReal یا همان واقعی باش به عنوان جایگزینی برای اینستاگرام مورد توجه کاربران قرار گرفته و از آنها می‌خواهد نشان دهند که واقعا چه کسی هستند. ایده ساخت و توسعه یک شبکه اجتماعی که چهره‌ای واقعی از کاربران را به نمایش بگذارد و امکان تقلب یا ادیت‌های گوناگون را به کاربران ندهد، اولین بار به ذهن یک کارآفرین فرانسوی به نام «الکسیس بریات» رسید. او سپس در سال ۲۰۲۲ با همراهی «کوین پرائو»، شبکه اجتماعی BeReal را با هدف ساخت پلتفرمی برای نشان دادن واقعیت، فارغ از فیلتر و ادیت، توسعه داد و عرضه کرد. از همان ابتدا شبکه اجتماعی BeReal قرار بود راه متفاوتی از سایر پلتفرم‌ها در پیش بگیرد و بنیانگذاران آن می‌خواستند تا با توسعه این شبکه اجتماعی از کاربران بخواهند که خود واقعی‌شان باشند. در بخش توصیف این اپلیکیشن در فروشگاه اپل نوشته است: «برای یک بار هم که شده به دوستان‌تان نشان دهید که واقعا چه کسی هستید.»

BeReal شما را معروف نمی‌کند

علی‌رغم اینکه بسیاری از کاربران، BeReal را یک پلتفرم ضداینستاگرام می‌دانستند یا بعضا قائل اینستاگرام می‌خواندند، این شبکه اجتماعی نمی‌خواهد که جایگزینی برای اینستاگرام باشد. در این پلتفرم خبری از اینفلوئنسرسالاری نیست. تعداد لایک‌ها و فالوور بالا داشتن دیگر دغدغه اصلی کاربران نیست. قابلیت اصلاح و ادیت تصاویر وجود ندارد و کاربران تنها می‌توانند تصاویری را به اشتراک بگذارند که در لحظه و توسط دوربین گوشی‌شان ثبت شده است. توسعه‌دهندگان اپلیکیشن BeReal تاکید کرده‌اند که این شبکه اجتماعی مانند نمونه‌های مشابه آن جایی برای جمع‌آوری فالوور نیست. این اپلیکیشن حتی شمار کاربرانی که تصاویرتان را دیده‌اند را هم در اختیارتان قرار نمی‌دهد. در قسمت توضیحات این اپلیکیشن در اپ استور هم آمده که «BeReal یک رفع مسئولیت دارد. ما شما را معروف نخواهیم کرد. اگر می‌خواهید اینفلوئنسر شوید می‌توانید در اینستاگرام یا تیک‌تاک بمانید.»

در این شبکه اجتماعی احتمال درگیر شدن کاربر در اسکرول کردن‌های طولانی که یکی از عادت‌های مضر شبکه‌های اجتماعی است کمتر وجود دارد. این شبکه اجتماعی کاربران را محدود می‌کند که تنها تصاویری که در آن روز به اشتراک گذاشته شده‌اند را مشاهده کنند. در این خصوص در سایت BeReal آمده که «ما می‌خواهیم که مردم از زندگی واقعی‌شان لذت ببرند نه اینکه همیشه در حال اسکرول کردن باشند.» کاربران در این پلتفرم به صورت روزانه تنها یک‌بار می‌توانند تصویر به اشتراک بگذارند و زمان به اشتراک‌گذاشتن پست‌های کاربران هم توسط این پلتفرم مشخص می‌شود. BeReal به صورت تصادفی و روزی یک‌بار به تمام کاربران یک نوتیفیکیشن تایم‌دار ارسال می‌کند و از کاربران می‌خواهد که در همین لحظه از خودشان عکس بگیرند و برای این کار تنها دو دقیقه فرصت دارند. در این نوتیفیکیشن عبارت «زمان واقعی بودن است» (Time to BeReal) به چشم می‌خورد. زمان ارسال این نوتیفیکیشن‌ها از پیش مشخص نشده و ممکن است در هر ساعتی از شبانه‌روز ارسال شود، اما تمام کاربران به صورت همزمان این نوتیف را دریافت می‌کنند. پس از دریافت این پیام، کاربران دو دقیقه فرصت دارند تا از خودشان یک عکس سلفی ثبت کنند، اما پس از گذشت ۱۲۰ ثانیه، فرصت برای عکس گرفتن به اتمام می‌رسد و دیگر کاربران دیگر قادر به ثبت تصویر نیستند. نکته قابل توجه اینجاست که علاوه بر دوربین سلفی، باید یک عکس هم توسط دوربین پشت گوشی گرفته شود تا محیطی که کاربر در آن قرار گرفته هم ثبت شود. روند عکاسی هم بسیار ساده است. دیگر خبری از فیلتر و هرگونه ادیت نیست و کاربران تنها با یک دکمه ثبت تصویر مواجه هستند.

رقابتی برای افزایش فالوور نیست

پس از تمام شدن دو دقیقه فرصت برای عکس گرفتن، BeReal به کاربران دو دقیقه دیگر هم زمان می‌دهد تا تصمیم بگیرند که می‌خواهند تصویرشان را به اشتراک بگذارند یا نه. اگر کاربری پس از صفر شدن این تایمر ۱۲۰ ثانیه‌ای عکسش را به اشتراک بگذارد، روی عکسش برچسبی با عنوان «دیر، Late» می‌خورد و منتشر می‌شود تا بقیه کاربران بدانند شما در آن لحظه واقعی نبوده‌اید. همچنین اگر در روز تصویری از خودتان ثبت نکنید و به اشتراک نگذارید، آن روز دیگر قادر به دیدن تصاویری که دوستان‌تان به اشتراک گذاشته‌اند نیستید. در شبکه اجتماعی BeReal، تنها می‌شود عکس‌هایی با دو باکس سلفی و عکس محیطی به اشتراک گذاشت. آپشن‌های دیگری مانند پست کردن متن، ویدئو، تصاویر اسلایدی و مواردی از این دست در اختیار کاربر قرار نگرفته است. فلسفه در دست نبودن این قابلیت‌ها این است که کاربران از «واقعی بودن» فاصله نگیرند و تنها تصاویری بدون فیلتر، بدون ادیت و دستکاری و بدون آمادگی از قبل و شیک‌پوشی از خودشان منتشر کنند.

نکته مهم دیگر اینکه کاربران در BeReal نمی‌توانند فالوور داشته باشند. در این پلتفرم کاربران تنها لیستی از دوستان‌شان در دسترس دارند و تنها کاربران اضافه‌شده به لیست دوستان (Friend List) می‌توانند محتوای شما را ببینند. بنیانگذاران BeReal با حذف کردن لیست فالوورها برای کاربران خواسته‌اند که افراد برای افزایش دادن فالوورها خودشان را به آب و آتش نزنند و یا از ریزش فالوورهای‌شان دچار اضطراب نشوند و تنها تصاویری واقعی از خودشان را با دوستان‌شان به اشتراک بگذارند؛ بدون درگیر شدن در رقابت برای فالوور گرفتن و معروف شدن.

در این شبکه اجتماعی همچنین دیگر خبری از دو بار کلیک کردن روی عکس دیگران و قرمز کردن نشان قلب زیر پست‌ها نیست. برای واکنش نشان دادن، کاربران باید یک ایموجی را انتخاب و سپس تصویری از صورت‌شان را با دوربین سلفی گوشی ثبت کنند. تنها کسی که پست را ارسال کرده می‌تواند واکنش سایر کاربران را ببیند. بنیانگذاران BeReal با حذف لایک و انتخاب ایموجی آماده، خواسته‌اند که به واکنش نشان دادن کاربران نسبت به پست‌های دیگران هم رنگ و بوی واقعی ببخشند. تمام تصاویری که کاربران در این شبکه اجتماعی منتشر می‌کنند برای آنها بایگانی می‌شود. یکی از امکانات جذاب این پلتفرم قسمت Memories یا ثبت خاطرات آن است و کاربران می‌توانند به آرشیوی از تمام تصاویری که هر روز از خودشان منتشر کرده‌اند با ذکر تاریخ و ساعت انتشار دسترسی داشته باشند و این تصاویر را مانند یک آلبوم مرور کنند.

الهام دیگر رقبا از واقعی‌نگاری

پیش از این بسیاری از قابلیت‌ها بوده‌اند که در یک شبکه اجتماعی معرفی شده و پلتفرم‌های دیگر از آن قابلیت در اپلیکیشن‌های‌شان استفاده کرده‌اند. مانند قابلیت ارسال استوری که پس از معرفی توسط اسنپ‌چت، راهش را به سایر شبکه‌های اجتماعی هم باز کرد و تبدیل به یکی از محبوب‌ترین قابلیت‌های اینستاگرام شد. همینطور ویدئوهای عمودی هم قابلیتی بود که پس از معرفی توسط تیک‌تاک، به سرعت به محبوبیت رسید و در سایر شبکه‌های اجتماعی مانند اینستاگرام هم اضافه شد.

قابلیت «واقعی‌نگاری» شبکه اجتماعی BeReal هم از این دسته موارد است که توجه رقبایش را به خود جلب کرده و باعث شده تا آنها هم به فکر اضافه کردن این قابلیت به اپلیکیشن‌های‌شان باشند. در ماه سپتامبر گذشته تیک‌تاک از قابلیت جدیدش با عنوان TikTok Now رونمایی کرد و آن را راهی برای «توسعه ارتباطات قابل اعتماد» نامید. در این به‌روزرسانی تیک‌تاک، روزانه به صورت تصادفی یک پیام برای کاربران ارسال می‌شود و از آنها می‌خواهد که در یک بازه زمانی سه دقیقه‌ای یک پست ارسال کنند و کارهایی که انجام می‌دهند را به اشتراک بگذارند. تنها تفاوت عمده TikTok Now با BeReal این است که کاربران می‌توانند علاوه بر یک تصویر ثابت همانند تصاویر BeReal، یک ویدئوی ۱۰ ثانیه‌ای را هم با کاربران به اشتراک بگذارند. در ماه جولای ۲۰۲۰ و درست زمانی که BeReal به محبوب‌ترین شبکه اجتماعی ایالات متحده تبدیل شد، اینستاگرام هم با الهام گرفتن از تصاویر ثبت شده با دو دوربین در BeReal، این قابلیت را به پلتفرمش اضافه کرد. با قابلیت جدید اینستاگرام، کاربران می‌توانند ضمن تهیه ویدئو با دوربین اصلی خودشان در قالب استوری، یک تصویر کوچک با دوربین سلفی‌شان هم ثبت کنند و روی ویدئو قرار دهند تا واکنش‌شان به تصویری که می‌گیرند را ثبت کنند.

از زمان تاسیس شبکه اجتماعی BeReal در سال ۲۰۲۲ تاکنون میلیون‌ها کاربر مشتاقانه هر روز یک تصویر بدون فیلتر از خودشان در این شبکه منتشر کرده‌اند، اما متخصصان امنیت سایبری نگرانی‌هایی را درخصوص احتمال نقض حقوق کاربران در این شبکه اجتماعی مطرح کرده‌اند. آنها می‌گویند که طبق مقررات این شبکه، BeReal تا زمانی که عکس‌های‌تان را حذف نکنید مالک حقوق تصاویر شماست. هر تصویری که اصطلاحا به صورت «اشتراک‌گذاری در سطح جهانی» یا (Globally Shared) منتشر شود می‌تواند به صورت غیرانحصاری در سراسر جهان بدون حق امتیاز توزیع شود. محتواها همچنین می‌توانند در اختیار شرکت‌ها، سازمان‌ها و افراد دیگر برای هر هدف یا خدمات رسانه‌ای دیگر قرار بگیرد.

احتمال نقض حریم شخصی کاربران

«جف ویلیامز»، رئیس سابق دپارتمان امنیت جهانی کمپانی آواست Avast (شرکتی معروف و فعال در زمینه توسعه نرم‌افزارهای ضدویروس و ضدبدافزار) سال گذشته مدعی شد که «براساس موارد درج شده در شرایط و ضوابط استفاده از سرویس‌های BeReal، مالکیت این شبکه اجتماعی بر تصاویر کاربران می‌تواند تا ۳۰ سال دوام داشته باشد.» BeReal این مالکیت را به مدت سه دهه در اختیار دارد. این پلتفرم به طرز نگران‌کننده‌ای دارای حق تغییر، انتشار و نمایش عکس‌های کاربران به هر شکلی است که تصمیم بگیرد. چه در بیلبوردها و فروشگاه‌های اپل باشد و چه در هر زمینه تبلیغاتی که صلاح بداند. «جف ویلیامز» در ادامه گفت: «تصور کنید که تصویری از خجالت‌آورترین و شرم‌آورترین لحظه از زندگی‌تان تبدیل به جزیی از یک کمپین تبلیغاتی پر سر و صدا شود که ممکن است میلیون‌ها نفر آن را ببینند. حق استفاده ۳۰ساله یک پلتفرم از تصاویر منتشرشده توسط کاربران می‌تواند بر نیمی از دوره حرفه‌ای و کاری هر انسانی تاثیر بگذارد. به نظر می‌رسد که این مسئله یک اعطای حقوق طولانی‌مدت با مجوزهای بسیار گسترده برای استفاده است.»

متخصصان امنیت سایبری همچنین هشدار داده‌اند که قابلیت‌های «تگ موقعیت جغرافیایی» و بخش «دیسکاور» این پلتفرم هم به صورت بالقوه می‌توانند مورد سوءاستفاده قرار بگیرند.

با توجه به ساز و کار پست گذاشتن در این شبکه اجتماعی که یک نوتیف در هر ساعت ممکن روی گوشی کاربران ظاهر می‌شود و همچنین محدودیت زمانی دو دقیقه‌ای برای عکس گرفتن، ممکن است برخی از کاربران با عجله تصویری ثبت کنند و موقع انتشار حواس‌شان به محیطی که در آن قرار گرفته‌اند نباشد و به صورت تصادفی اطلاعات خصوصی‌شان را فاش کنند. ثبت شدن تگ موقعیت جغرافیایی روی تصاویر هم مزید بر علت می‌شود و ممکن است برخی سوءاستفاده‌گران با این قابلیت‌ها، دست به تعقیب کاربران دیگر بزنند و متوجه بشوند که چه کاربری در چه ساعتی کجا بوده و در چه مکانی قرار داشته است. کارشناسان امنیت سایبری توصیه می‌کنند که کاربران پس از نصب هر اپلیکیشنی روی گوشی و در زمان ثبت‌نام، به شرایط و مقررات استفاده از سرویس آن اپلیکیشن توجه بیشتری بکنند و حداقل یک بار این موارد را مطالعه کنند.

روند نزولی توئیتر با ماسک

از زمانی که «ایلان ماسک» مالکیت توئیتر را در اکتبر سال گذشته به دست گرفت، مدیریت عجولانه او، از موج گسترده اخراج کارکنان تا تغییرات متعددی که در مقررات استفاده از توئیتر به وجود آورد، باعث شده تا شمار زیادی از کاربران این شبکه اجتماعی به فکر مهاجرت به پلتفرم‌های اجتماعی جایگزین بیفتند. در حقیقت، همانطور که «ایلان ماسک» به تازگی از صدر فهرست مجله «فوربس» از میلیاردرهای جهان – به رتبه دوم - سقوط کرده و بخشی از اعتبار و ثروت خود را از دست داده است، همزمان شبکه اجتماعی توئیتر نیز به دست باکفایت او راه تباهی را پیش گرفته است. سقوط اعتبار و محبوبیت توئیتر، بسیاری از کاربران این شبکه اجتماعی را به صرافت مهاجرت به پلتفرم‌های اجتماعی جدید انداخته است. می‌توان گفت که رقابت شدیدی میان پلتفرم‌های اجتماعی برای ربودن خیل عظیم کاربران توئیتر به راه افتاده است.

پس از آنکه «ماسک» کنترل توئیتر را در یک خرید پرحاشیه و جنجالی به دست گرفت، سیاست‌ها و اقدامات او به جای آنکه بر محبوبیت و اعتبار توئیتر بیفزاید، حیثیت این شبکه اجتماعی محبوب و قدیمی را خدشه‌دار کرده است. حتی ارائه مدل‌های درآمدزایی جدید برای اینفلوئنسرها نیز نه تنها آنها را به ماندن در این شبکه اجتماعی مجاب نکرده، بلکه برعکس به موج مهاجرت آنها به پلتفرم‌های رقیب دامن زده است. البته همانطور که گفته شد، دامنه این ماجرا به خود «ایلان ماسک» نیز رسید و او پس از مدت‌ها به رتبه دوم میلیاردرهای فهرست «فوربس» سقوط کرد. سوال این است که چه جایگزین‌هایی برای توئیتر وجود دارد و کدام شبکه اجتماعی جدید می‌تواند گوی سبقت را از دیگران در این مسیر برباید؟ بلواسکای، ماستودون، سابستک و... از جمله پلتفرم‌هایی هستند که به گفته تحلیلگران، احتمالا می‌توانند جای توئیتر را پر کنند.

در سامانه کدال منتشر شد

گزارش فعالیت وپاسار در آغاز ۱۴۰۲

بانک پاسارگاد، گزارش فعالیت ماهانه نماد «وپاسار» در فروردین‌ماه ۱۴۰۲ را منتشر کرد. درآمد حاصل از کارمزدها، درآمد تسهیلاتی و درآمد سپرده‌گذاری در این گزارش، بیشترین گزینه درآمدی نماد «وپاسار» هستند. به گزارش بخش تحلیلی «نبض بورس»، بانک پاسارگاد با نماد «وپاسار» در گزارش ماهانه منتهی به ۳۱ فروردین‌ماه ۱۴۰۲ در سامانه کدال، ارقام مربوط به میزان درآمد تسهیلات اعطایی، دریافت درآمد سپرده‌گذاری، درآمد کارمزد و موارد دیگر را ارائه می‌کند.

درآمد تسهیلات اعطایی بیشترین گزینه درآمدی برای بانک پاسارگاد بوده است که رقم ۵,۵۹۴ میلیارد تومانی را به ثبت می‌رساند. وضعیت تسهیلات اعطایی در فروش اقساطی، جعاله، مرابحه، اجاره به شرط تملیک، سلف، مضاربه، مشارکت مدنی، بدهکاران بابت اعتبارات اسنادی، تسهیلات ارزی و ... بوده است. درآمد کارمزدها دومین گزینه از مجموع درآمد حاصله این بانک، رقم ۲۲۹ میلیارد تومان را نشان می‌دهد. درآمد سپرده‌گذاری در فروردین ماه امسال ۲۰۹ میلیارد تومان و درآمد ناشی از اوراق بدهی نزد بانک پاسارگاد نیز ۶۵ میلیارد تومان از مجموع گزینه درآمدی این نماد بورسی به حساب می‌آید.

بانک پاسارگاد در بخش درآمد حاصل از تسهیلات در بخش مرابحه بیشترین درآمد از تسهیلات اعطایی را به دست آورده است که در فروردین‌ماه رقم ۳,۴۱۶ میلیارد تومان را اعلام می‌کند و درآمد حاصل از تسهیلات اعطایی ارزی بانک پاسارگاد نیز در این ماه معادل ۴۱۶ میلیارد تومان شناسایی می‌شود. مانده سرمایه‌گذاری اوراق بدهی در پایان فروردین ماه ۱۴۰۲ این بانک ۴,۳۵۳ میلیارد تومان اعلام می‌شود.

گفتنی است بانک پاسارگاد در راستای ایفای مسئولیت‌های اجتماعی خود و همزمان با هفته بزرگداشت مقام معلم، کتابخانه «بینش پاسارگاد» در روستای «اشترمل» استان همدان را افتتاح کرد و همزمان عملیات احداث دو کتابخانه در روستاهای «کوزره» و «ده‌پیاز» همدان را آغاز نمود. دکتر مجید قاسمی، مدیرعامل بانک پاسارگاد در آیین افتتاح کتابخانه «بینش پاسارگاد» گفت: «بانک پاسارگاد از ابتدا برنامه‌های فرهنگی را با اهمیت بالایی دنبال کرده است. اکنون ما با ساخت دو کتابخانه در همدان مجموعا ۲۱کتابخانه افتتاح کرده‌ایم. در رابطه با مدرسه‌سازی هم ۵۰ مدرسه ساخته شده و یا در حال ساخت است (۴۰ تای آن تمام شده و ۱۰ مدرسه در حال ساخت است). ما در نظر داریم که در تمام مراکز استان‌ها، دارالفنون بسازیم. خود من در مدرسه دارالفنون درس خواندم و بیشترین سرمایه معنوی، معرفتی و علمی من در آن شکل گرفته است.» به اعتقاد قاسمی، آنچه در ترازنامه بانک به عنوان سرمایه درج می‌شود در واقع دستمایه است. سرمایه واقعی، سرمایه انسانی است.

نگـــــاه

نیمی از چاه‌های کشور غیرمجازند

بلای جان آب‌های زیرزمینی

نتایج یک گزارش رسمی نشان می‌دهد بیش از ۸۰۰ هزار حلقه چاه آب مجـــاز و غیرمجاز در ایران وجود دارد که نیمی از حجم مصرف آب کشـــور را می‌بلعند. برداشت بی‌رویه از منابع آب زیرزمینی در سال‌ها و دهه‌های گذشته باعث بروز پدیده فرونشست زمین در اکثر مناطق ایران و تشدید دوره‌های خشکسالی شده است. آنطور که وزارت نیرو گزارش داده اســـت، چاه‌های غیرمجاز و برداشـــت بی‌رویه آب توسط چاه‌های برقی، به بلای جان آب‌های زیرزمینی بدل شـــده اســـت؛ به طوری که از ۸۰۰ هزار چاه فعال در کشـــور حدود ۴۵ درصد از آنها فاقد مجوزند. همچنین ۷۵ درصد از برداشت کل چاه‌های مجاز توسط چاه‌های برقی انجام می‌شود. بررسی‌ها نشان می‌دهد که میزان برداشت آب از طریق چاه‌هـــای آب دارای مجوز در مناطق گرم و خشـــک به مراتب از توان آبی کشور بیشتر است. براساس آمارهای رسمی، هم‌اکنون بیش از ۸۵ درصد از برداشـــت آب از منابع زیرزمینی که چیزی بالغ بر ۳۸ میلیارد مترمکعب در ســـال است، توســـط چاه‌های مجاز و دارای پروانه انجام می‌شود و این در حالی است که برای تعادل‌بخشی میان توانمندی‌های آبی و میزان برداشـــت‌ها دست‌کم باید ۸ درصد از میزان برداشت آب از چاه‌های مجاز کاسته شود.

در دهه‌های گذشته و با توجه به برقی‌شدن بیش از نیمی از چاه‌های دارای پروانه و استفاده از تکنولوژی و تجهیزات پیشرفته در این بخش، قدرت بهره‌برداری از منابع زیرزمینی از طریق چاه‌های مجاز به مراتب افزایش یافته اســـت و در حال حاضر نزدیک به ۷۵ درصد (معادل ۲۸ میلیارد مترمکعب) از برداشت کل چاه‌های مجاز توسط چاه‌های برقی انجام می‌شود که بیش از توان و ظرفیت آبی کشور است.

به اعتقاد کارشناسان، عوامل مختلفی در بروز این شرایط نظیر تغییر اقلیم، تغییر الگوی کشـــت و توسعه اراضی کشاورزی، رشد جمعیت و عدم اجرای کامل برنامه‌هایی که عمدتا ریشه در گذشته دارند همچون انسداد چاه‌های غیرمجاز، نصب کنتور هوشمند بر روی چاه‌های مجاز و اصلاح پروانه‌ها مؤثر بوده است و در صورت استمرار این وضع پیامدهایی چون کاهش برداشت و خشک شدن منابع آبی کشور، رشد زمین‌های بایر، افزایش درخواست کف‌شکنی و جابه‌جایی چاه‌ها که به معنای ته کشیدن آنهاست، گسترش فرونشست زمین، افزایش مهاجرت‌های آبی و تشدید ناآرامی‌های اجتماعی اجتناب‌ناپذیر خواهد بود. متخصصان منابع آب می‌گویند که برای جلوگیری از تشدید پیامدهای مرتبط با برداشت بی‌رویه از منابع آب زیرزمینی باید سالانه چیزی حدود ۱۴٫۷ درصد از میزان برداشت از سفره‌های آب زیرزمینی (آبخوان‌ها) کم کرد. این در حالی اســـت که با انسداد چاه‌های غیرمجاز که البته فرآیندی زمانبر و پیچیده دارد، تنها ۶٫۸ درصد از برداشت‌ها کاهش پیدا می‌کند. در واقع، سهم چاه‌های مجاز برای کاهش میزان برداشت و رسیدن به حد تعادل رقمی معادل ۷٫۹ درصد در سال است که باید با مجموعه اقداماتی مانند نصب کنتور هوشـــمند بر روی چاه‌های برقی، الزام مالکان چاه‌ها برای کاهش برداشت تا میزان تعیین‌شده در پروانه، اصلاح پروانه‌ها مطابق با تغییر و تحولات اقلیمی در کنار افزایش اصلاح الگوی کشـــت و مصرف بهینه آب در بخش کشاورزی دنبال شود.

در نظر افکار عمومی و حتی سطح کلان مدیریتی برخی دستگاه‌ها، تصور غالب این است که عمده مشکل آبی کشور به دلیل وجود چاه‌های غیرمجاز بوده و چاه‌های مجاز صرفا به دلیل اینکه دارای مجوز هستند، ضابطه‌منـــد فعالیت کرده و نباید مشـــمول مدیریت مصرف باشـــند. تصور نادرســـتی که با اعداد و ارقام و واقعیت‌های جغرافیای آبی کشور همخوانی ندارد. براســـاس بررســـی‌ها، ۳۵ درصد چاه‌های برقی در حد مجاز و ۳۵ درصد دیگر تا دو برابر حد مجاز آب برداشـــت می‌کنند، ۲۰ درصد از چاه‌ها بیش از ســـه برابر و همچنین ۱۰ درصد دیگر نیز تا ۱۰ برابر حد مجاز به صورت سالانه از سفره‌های آب زیرزمینی آب برداشت می‌کننـــد. بنابراین برای حفظ ذخایر آبی و کاهش پیامدهای نامطلوب وضع موجود باید مدیریت و کنترل برداشت‌های بی‌رویه از چاه‌های مجاز و غیرمجاز به صورت توأمان در دســـتور کار قرار گیرد؛ موضوع مهمی که البته نیازمند همکاری دســـتگاه‌های دولتی و فرادولتی است و امید می‌رود در سایه تعامل‌های فرابخشی عملیاتی شود.

مشـــکلات حوزه آب دلایل متعـــددی دارد؛ از قوانین ناقص گرفته تا دســـتورهای‌العمل‌های ناکافی. سال ۱۳۸۹ به‌رغم مخالفت وزارت نیرو، انجمن‌های تخصصی، مجلس قانونی را تصویب کرد که هر کس تا سال ۱۳۸۵ چاه حفر کرده، دولت موظف اســـت بـــه آن پروانه بهره‌برداری بدهد؛ آن زمان خیلی‌ها این را چراغ سبزی به مردم برای تخلف کردن تعبیر کردند. به گفته «احمد آل‌یاسین» پژوهشگر آب، در دوره ریاست جمهوری «محمود احمدی‌نژاد» با حفر چاه غیرمجاز حدود ۱۲۰-۱۱۰ میلیارد مکعب آب بیشـــتر از حد معمول از آب زیرزمینی برداشت شد. البته این وضعیت در دوره‌های بعد هم ادامه پیدا کرد و کسی به اخطار کارشناسان و پژوهشگران گوش نداد.

بـــه موازات گزارش وزارت نیرو، بازوی پژوهشـــی مجلس نیز چندی پیش در یک گزارش کارشناســـی نســـبت به بحران آبی کشور هشدار داد و اعلام کرد که با ادامه روند کنونی تا دو دهه آینده، ســـرانه منابع آب تجدیدپذیر کشـــور به کمتر از هزار مترمکعـــب به ازای هر نفر در ســـال می‌رسد. طبق تعریف شـــاخص جهانی فالکن مارک، بحران آبی به وضعیتی گفته می‌شـــود که سرانه مصرف آب در یک کشور به کمتر از هزار مترمکعب کاهش یابد. هشدار بازوی کارشناسی مجلس درباره وقوع بحران آبی در افق ۱۴۲۰ نشـــان می‌دهد که مبنای توسعه کشور با بخش کشاورزی چقدر اشـــتباه است. طبق ارزیابی مرکز پژوهش‌ها، چالش اصلی مدیریت بخش آب، نه افزایش دما و کاهش بارندگی بلکه خالی شدن منابع آب تجدیدناپذیر کشور است که طی قرن‌ها ضربه‌گیر اضافه مصرف کشـــور بوده و در ســـالیان اخیر به واسطه برداشت‌های بی‌رویه به تاراج رفته است. در صورت ادامه روند کنونی، در افق ۱۴۲۰ سرانه آب به ۹۷۶ مترمکعب کاهش می‌یابد که به معنای عبور کشور از مرحله تنش آبی و وقوع بحران جدی آب در ایران اســـت. این برآورد با فرض جمعیت ۱۰۶ میلیون نفری در افق ۱۴۲۰ و با فرض ۱۰۳ میلیارد مترمکعب میزان آب تجدیدپذیر انجام شده است؛ وضعیتی که به معنای کاهش میزان سرانه آب به زیر هزار مترمکعب است.

مرکز پژوهش‌ها می‌گوید همزمان با رشد جمعیت و کاهش منابع آب تجدیدپذیر، روند شاخص سرانه این منابع در دهه‌های اخیر، نشان‌دهنده کاهش منظم آن است؛ به‌طوری‌که مقدار آن از ۶۹۰۰ مترمکعب در سال ۱۳۳۵ به رقم ۲۱۶۵ مترمکعب در سال ۱۳۷۶ رسیده و در سال ۱۳۹۰ به حدود ۱۴۶۲ مترمکعب سقوط کرده است. سپس در سال ۱۳۹۵ این عدد طبق برآوردها به ۱۲۹۴ مترمکعب رسیده و اگر وضعیت با همین روال پیش رود، طی ۲۰ ســـال حدود ۳۲۰ مترمکعب از سرانه آب کم خواهد شد. از آنجا که ایران دو برابر استاندارد جهانی از منابع زیرزمینی برداشت می‌کند، چشـــم‌انداز امنیت آبی کشور در طول دو دهه آینده مخاطره‌آمیز اســـت. افزایش همزمان مصرف تا پیش از این با برداشت از آب‌های زیرزمینی حمایت می‌شد، اما کاهش بارش و افزایش تبخیر موجب شده است تا روان‌آب‌های بسیار کمی وارد سفره‌های زیرزمینی شوند و منابعی برای پوشش اضافه مصرف کنونی باقی نماند؛ موضوعی که ضرورت بازبینی مدیریت آب را از هر زمانی جدی‌تر ساخته است.

با اینکه میانگین جهانی برداشـــت از سفره‌های زیرزمینی حدود ۴۰ درصد اســـت، اما در ایران این عدد در برخی مناطق یا سال‌ها تا ورای ۱۰۰ درصد پیش رفته اســـت که موجب شـــده کشـــور برای مقابله با بحران‌های آبی آینده بی‌دفاع شـــود. از آنجا که ایران در سال‌های اخیر شـــاهد افزایش ۱٫۱ درجه‌ای میانگین دمای هوا بوده و افت ۹ درصدی میانگین سالانه بارش‌ها را نیز تجربه می‌کند، هشدار بازوی کارشناسی مجلس درباره وقوع بحران آبی در افق ۱۴۲۰ اصلا دور از انتظار نیست.

پایانی برای بحران بانکی آمریکا متصور نیست

خطر حمایت از بانک‌های زامبی

فرصـــت امروز: زامبی‌هـــا یا مردگان متحرک همیشـــه موضوع جذابی برای داســـتان‌ها و فیلم‌های سینمایی هستند، اما حالا پای آنها به نقدها و تحلیل‌های اقتصادی هم رسیده است. شاهد مثال این موضوع، آشفتگی مالـــی اخیر در آمریکا و وضعیت مبهم و شـــکننده بانک‌هایی اســـت که هفته‌نامه «اکونومیســـت»، از آنها با عنوان «بانک‌های زامبی» (Zombie Bank) در نظـــام بانکداری آمریکا یاد می‌کند. «بانک‌های زامبی» از نگاه «اکونومیســـت»، بانک‌هایی هســـتند که خالص دارایی آنها منفی است و از نظر ترازنامه ورشکســـته محسوب می‌شوند، اما به لطف پشتیبانی مالی دولـــت به فعالیت ادامه می‌دهند. این بانک‌هـــا همچون عارضه‌ای در زیر پوست نظام بانکداری پنهان هستند و هر لحظه می‌توانند سیستم بانکداری را تا سر حد انفجار پیش ببرند. بنابراین گرچه بحران بانکی ظاهرا به پایان رسیده، اما به نظر می‌رسد پس‌لرزه‌های این آشفتگی مالی که با فروپاشی بانک سیلیکون ولی (SVB) رخ داد و در ادامه به چند بانک تجاری دیگر سرایت کرد، همچنان باقی است. از منظر «اکونومیست»، آمریکا در خطر حمایت از «بانک‌های زامبی» اســـت. ممکن است بحران بانکی آرام شده باشد، اما فقط به دلیل پشتوانه مالی دولت.

مدیرعامل بانک آمریکایی «جی‌پی مورگان چیس» نیز با کارشناســـان «اکونومیست» موافق است و می‌گوید آشفتگی در صنعت مالی این کشور هنوز تمام نشـــده و تاثیر آن تا سال‌ها حس خواهد شد. «جیمی دیمون» چند هفته پیش در نامه ســـالانه خود به ســـهامداران با اشـــاره به اینکه رویدادهای اخیر هیچ شـــباهتی به آنچه در طول بحران مالی سال ۲۰۰۸ رخ داد، ندارند، هشدار داد که بحران کنونی هنوز تمام نشده و حتی زمانی که از آن عبور کنیم، عواقب آن تا ســـال‌های آینده وجود خواهند داشت. به گفته وی، بحران اخیر نگرانی‌های زیادی را در بازار برانگیخته اســـت و به وضوح باعث بدتر شـــدن شـــرایط مالی خواهد شد؛ زیرا بانک‌ها و سایر وام‌دهندگان محافظه‌کارتر می‌شوند. در جدیدترین اتفاق نیز معاملات در بانک‌های آمریکا با گســـترش وحشت مالی متوقف شد و چند بانک دیگر ســـهام خود را معلق کردند. این اقدام در بحبوحه بدترین بحران از ســـال ۲۰۰۸ تاکنون رخ داده است. پک وست، وسترن الیانس و فرست هورایزن از جمله این بانک‌ها هســـتند. بدین ترتیب به نظر می‌رســـد پایانی برای بحران بانکی آمریکا متصور نیست.

موج مهاجرت سپرده بانکی

در مجموعه فیلم‌های زامبی (Zombie)، انسان‌ها به واسطه شیوع یک ویروس مرموز در شـــهرها به زامبی بدل می‌شـــوند؛ ویروسی که آدم‌ها را زامبی می‌کند و باعث جاری شـــدن خون از چشـــم، گوش و بینی افراد می‌شود. زامبی‌ها یا مردگان متحرک، هیولاهای از گور برخاسته‌ای هستند که به لحاظ جســـمانی متحرکند، اما از دور مشـــخص نیست که آیا واقعا زنده‌اند یا نه؟ درســـت مثل «بانک‌های زامبی» در نظام بانکداری آمریکا؛ تعبیری که «اکونومیســـت» در گزارش اخیر خود برای اشـــاره به بحران اخیر بانکی به کار برده و نســـبت به خطـــر حمایت از «بانک‌های زامبی» (Zombie Bank) هشدار می‌دهد. با وجود آنکه خالص دارایی این دسته از بانک‌ها منفی است و از نظر ترازنامه ورشکسته به شمار می‌روند، اما به لطف حمایت مالی دولت به فعالیت ادامه می‌دهند.

به نوشـــته «اکونومیست»، شاید بازارهای مالی در آمریکا آرام شده باشد، اما آمریکا با حل مشـــکلات بانک‌های کوچک و متوسط خود فاصله زیادی دارد. اگر بازارها در حال حاضر آرام به نظر می‌رسند، به خاطر حمایت‌های سخاوتمندانه دولت از این بانک‌هاست. وعده‌های فدرال‌رزرو و وزارت خزانه‌داری آمریکا در تضمین ســـپرده مشتریان بانک‌ها، نقش قابل توجهی در خروج سپرده‌ها از بانک‌ها داشته است. با این حال، چنین اقداماتی حائز ریسک است و باعث می‌شود که این بانک‌ها به رفتارهای ناسالم روی بیاورد. این رفتارهای ناسالم در واقع، پنهان‌کاری بانک‌ها در شناسایی زیان برای حفظ حد کفایت سرمایه خود اســـت. آنها با این کار می‌توانند از ورشکسته شناخته شدن فرار کننـــد، اما این کار می‌تواند خطراتی را به اقتصاد آمریکا تحمیل کند که مشابه بحران ۱۹۹۰ ژاپن است؛ بحرانی که یک دهه از دست رفته را به این غول صنعتی اقتصاد آسیای شرقی تحمیل کرد. اجتناب از این کار مســـتلزم شناسایی فوری زیان بانک‌ها و تزریق سرمایه برای جبران این خسارت‌هاست. به طور کلی، بسیاری منتظر تصمیم آتی فدرال رزرو هســـتند که آیا طبق برنامه‌ریزی قبلی خود برای متوقف کـــردن وام‌های اضطراری پیش خواهد رفت یـــا به تمدید این وام‌ها رضایت می‌دهد؟

آیا زامبی‌ها برمی‌خیزند؟

مســـئله‌ای که بانک‌های آمریکایی با آن مواجهند، کاهش چشـــمگیر دارایی‌های خود به دلیل افزایش نرخ بهره سیاســـتی از سوی فدرال رزرو اســـت. تا میانه ماه مارس، اگر ۲۵ موسسه بزرگ بانکی آمریکایی را کنار بگذاریم، بانک‌های این کشور بیش از ۱۴۱ میلیارد دلار از سپرده‌های‌شان را از دســـت داده‌اند. این بانک‌ها که دارایی‌هـــای ترکیبی آنها نزدیک به ۴ تریلیون دلار اســـت، زیان‌های تحقق‌نیافتـــه‌ای به ارزش بیش از نیمی از دارایی‌هـــای احتیاطی اصلی خود دارند. برای بانک‌های کوچک‌تر، زیان ناشـــی از وام‌های تجاری می‌تواند مقدار بیشتری از دارایی‌های احتیاطی را از بیـــن ببرد. زیان برخی از این بانک‌ها احتمـــالا اوضاع بدتری دارد. با وجود این حقایق، حمایت ســـخاوتمندانه فدرال‌رزرو باعث شده تا آرامش همچنان بر بانک‌ها حاکم باشـــد. تا روز ۲۲ ماه مارس، فدرال‌رزرو بیش از ۱۶۴ میلیارد دلار تسهیلات اضطراری پرداخت کرده است. از سوی دیگر، فدرال‌رزرو و وزارت خزانه‌داری گفته‌اند در صورت ورشکســـته شدن سایر بانک‌ها، سپرده‌گذارانی را که بیمه سپرده فدرال شامل آنها نمی‌شود، نجات خواهد داد. چندی پیش، نجات سپرده‌گذاران بانک سیلیکون‌ولی بیش از ۲۰ میلیارد دلار برای شرکت بیمه سپرده فدرال آب خورد که در نوع خود یک رکورد نقدی است.

این رویکرد اگرچه به ایجاد آرامش بر بازارها کمک کرده، اما مشـــکلات تازه‌ای را به شـــبکه بانکی آمریکا تحمیل می‌کند. این رفتار سیاســـتگذار موجب می‌شـــود تا برخی از بانک‌ها که دارای زیان‌های محقق نشده‌اند، ریســـک‌های تازه‌ای به اقتصاد آمریکا تحمیل کنند. این رفتار فدرال‌رزرو و وزارت خزانـــه‌داری عملا بانک‌ها را تشـــویق به رفتارهایی می‌کند که با نام «بانک زامبی» شناخته می‌شوند. بانک‌ها سرمایه‌های خود را به سمت سرمایه‌گذاری‌های پرریســـکی می‌برند و در صورت زیان، از شناسایی آن زیان سر باز می‌زنند. این موضوع در دهه ۱۹۸۰، بحرانی را متوجه آمریکا کـــرد و همچنین در دهه ۹۰ موجب تحمیل «دهه ســـوخته» به اقتصاد ژاپن شد. از دیگر ریســـک‌ها این است که بانک‌ها شناسایی ضرر خود به واسطه افزایش نرخ بهره سیاستی را به تعویق بیندازند؛ چراکه توقع دارند افزایش نرخ بهره موقتی اســـت و در آینـــده نزدیک کاهش خواهد یافت. بدین ترتیب، بانک با یک چشم‌بندی حقوقی و حسابداری از ورشکستگی می‌گریزد. جلوگیری از این اتفاق مستلزم آن است که بانک‌های کوچک‌تر نیز مشـــمول اســـتانداردهای بانک‌های بزرگ شوند تا با تست حساسیت بتوان میزان ریسک موجود در ترازنامه‌های آنها را به دست آورد. بانک‌های پرریسک ملزم به رعایت برخی محدودیت‌ها خواهند شد تا سطح ریسک آنهـــا کاهش یابد؛ در غیـــر این صورت، بیم آن مـــی‌رود که حمایت‌های فـــدرال‌رزرو به ادامه فعالیت بانک‌های زیانده منتهی شـــود و در نهایت با تضمین سپرده‌های آنها، با پول مالیات‌دهندگان قمار کند.

آتش پنهان زیر خاکستر

از آرامش بازارهای مالی ممکن است این‌گونه به نظر می‌رسد که بحران بانکی آمریکا تمام شده است. از روز دوازدهم مارس تاکنون تنها یک بانک دیگر ورشکسته شده اســـت. با این حال به نظر می‌رسد که قیمت سهام بانک‌ها در حدود ۲۵ درصد کمتر از ســـطح خود در پایان فوریه قرار دارد. سیاستگذاران دیگر با آتش‌سوزی‌های به راه افتاده در بازارهای مالی مبارزه نمی‌کنند، بلکه در جلســـات کنگره از درس‌هایی سخن می‌گویند که باید از این بحران اخیر آموخـــت. «جو بایدن»، رئیس‌جمهور آمریکا می‌گوید که دولت «کار بســـیار خوبی» انجام داده و به شایستگی به وظایف خود عمل کرده اســـت. با این وجود، آمریکا از موقعیتی که بتوان در آن از حل مشـــکلات بانک‌های کوچک و متوسط ســـخن گفت، هنوز فاصله زیادی دارد. بازارهـــای مالی عمدتا به این دلیل آرام هســـتند که دولت فدرال به پشتیبانی از سیســـتم می‌پردازد. این بدان معناست که اقتصاد همچنان می‌تواند با بحرانی کندتر اما عمیق‌تر مواجه شـــود که آتش زیر خاکستر به حساب می‌آید.

آمریکا ۴ هزار و ۷۰۰ بانک و موسســـه مالی دارد؛ یعنی به ازای هر ۷۱ هـــزار نفر، یک بانک وجود دارد. این عدد برای ناظران اتحادیه اروپا که به ازای هر ۸۵ هزار نفر تنها یک بانک وجود دارد، بیش از حد به نظر می‌رسد. با این حال اگر به تاریخ آمریکا مراجعه کنیم، این یکی از پایین‌ترین سطوح تاریخی است. در سال ۱۹۸۴، یعنی زمانی که داده‌های قابل مقایسه وجود دارد و جمعیت نیز کمتر از امروز بود، تقریبا چهار برابر این روزهای آمریکا، بانک و موسســـه مالی وجود داشت. از آن زمان تاکنون این صنعت تقریبا شاهد ادغام بانک‌ها و کاهش تعداد این موسسات بوده و البته این ادغام‌ها معمولا پس از بحران‌های بانکی شـــدت می‌یابند. این موضوع در ماه‌های اخیر نیز قابل مشاهده است. در حالی که بانک‌های بزرگ، نرخ سود خود را به پایین‌ترین ســـطح در آمریکا کاهـــش داده‌اند، از دوران بحران بانکی شـــاهد افزایش سپرده‌ها بوده و سپرده‌گذاران بیشتری به آنها اقبال نشان داده‌اند. بانک‌های کوچک‌تر نیز با وجود پرداخت نرخ سود بالاتر و تضمین فدرال رزرو و وزارت خزانه‌داری برای حفظ دارایی‌شان شاهد خروج سپرده بوده‌اند.

انجمن خودروسازان خواستار بازگشت خودروها به بورس کالا شد

جزییات ثبت‌نام طرح یکپارچه خودرو

متقاضیان مرحله دوم طرح یکپارچه خودرو، از ۲۰ تا ۲۹ اردیبهشت ماه می‌توانند نسبت به افتتاح حساب وکالتی به نام سازمان حمایت اقدام کنند و تا ۱۵ تیرماه (به مدت ۵۶ روز) امکان ثبت‌نام متقاضی براساس فراخوان خودروساز برمبنای زمان‌بندی اعلامی صورت می‌گیرد.

اولین مرحله از فرآیند ثبت‌نام برای شـــرکت در دومین طرح یکپارچه عرضه خودروها که افتتاح حساب وکالتی و واریز وجه است، از چهارشنبه همین هفته (۲۰ اردیبهشت) آغاز می‌شود و متقاضیان به مدت ۱۰ روز (تا ۲۹ اردیبهشت ماه) فرصت دارند برای تعریف حساب وکالتی به نام سازمان حمایت اقدام کنند. همچنین از ۲۹ اردیبهشـــت تا ســـوم خردادماه نیز فرصت بررســـی اطلاعات واجدان شرایط برای حساب وکالتی با موجودی مســـدود شـــده خواهد بود. در مرحله ســـوم، ثبت‌نام و انتخاب اولویت‌ها توســـط متقاضیان واجد شرایط در روزهای سوم تا ۱۳ خرداد خواهد بود. همچنین مرحله چهارم این فرآینـــد در دهم تیرماه با پایش پنج اولویت متقاضیان انجام و در ســـامانه اعلام خواهد شد و نهایتا در روز ۱۵ تیرماه، امکان ثبت نام متقاضی براساس فراخوان خودروساز برمبنای زمان‌بندی اعلامی صورت می‌گیرد. طبق اعلام‌های قبلی، برای مشـــارکت در مرحله دوم ثبت‌نام طرح یکپارچه تخصیص خودروها، فرآیندی مشابه مرحله اول وجود خواهد داشت؛ متقاضیان بایستی ۱۰۰ میلیون تومان در حساب خود اما به وکالت سازمان حمایت دربیاورند و شرایط عمومی همچون نداشتن پلاک فعال و عدم خرید ۴۸ ماهه از خودروسازان و... لحاظ خواهد شد.

در همیـــن حال، انجمن خودروســـازان ایران از وزیر اقتصاد خواســـتار بازگشت خودروها به بورس کالا شد. انجمن خودروسازان در نامه‌ای خطاب به وزیر اقتصاد با اشـــاره به زیان ۱۵۰ هزار میلیارد تومانی دو خودروساز بـــزرگ که عامل اصلی آن قیمت‌گذاری دســـتوری طی ۱۰ ســـال اخیر است، خواستار تســـهیل ضوابط عرضه و رونق فروش در بورس کالا شد. «احمد نعمت‌بخش»، دبیر انجمن خودروسازان ایران در نامه به «احسان خاندوزی» به موضوع زیان ناشـــی از قیمت‌گذاری دســـتوری خودروها از یک ســـو و تبعات مثبت عرضه بورسی خودروها از سوی دیگر اشاره کرد و خواســـتار اتخاذ ترتیبی برای رونق عرضه خودروها در بورس کالا شـــد. در این نامه آمده اســـت: «یکی از مشـــکلات کنونی خودروهای سواری، نحوه قیمت‌گذاری آنهاســـت که حدودا یک دهه است که توسط شورای رقابت یا ستاد تنظیم بازار انجام می‌شود و منجر به ضرر و زیان ۱۵۰ هزار میلیارد تومانی دو خودروساز بزرگ کشور شده است. خوشبختانه با درایت جنابعالی و موافقت وزارت صمت و بورس کالا، در حال حاضر بخشـــی از خودروهای سواری در بورس کالا عرضه می‌شوند که تبعات مثبت فراوان آن از جمله حذف رانت واســـطه‌ها، افزایش درآمـــد دولت از محل ارزش افزوده، افزایش درآمد خودروسازان و کاهش قیمت‌های خودروهای عرضه شده در بورس در بازار را به دنبال داشته و خودرو به دست مصرف‌کنندگان واقعی با قیمت مناسب‌تر رسیده است. از جمله مشکلاتی که سبب شده خودروســـازان رغبت کمتری برای عرضه خودرو در بورس داشته باشند، ضوابط بورس کالا مبنی بر دریافت ضمانت‌نامه بانکی به ارزش ۱۴ درصد خودروهای عرضه شـــده در بورس است. خواهشـــمند است جهت رونق فروش خـــودرو در بورس کالا، ترتیبی اتخاذ کنید که بورس کالا به جای دریافت ضمانت‌نامه معادل آن چک شرکت را دریافت کنید.»

گفتنی اســـت در هفته جاری، قیمت نهایی ۱۷ خـــودروی مونتاژی با احتساب سود ۱۷درصد اعلام شد. شـــورای رقابت اعلام کرد قیمت‌های پیشنهادی سازمان حمایت برای خودروهای مونتاژی که طبق دستورالعمل شورای رقابت تعیین شده اســـت در جلسه این شورا تصویب شد. بر این اســـاس، قیمت ۱۷ خودروی مونتاژی با ســـود ۱۷درصد مشـــخص شد. قیمت‌های محاسباتی سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان براســـاس آخرین صورت مالی شـــرکت‌ها مربوط به ســـال ۱۴۰۰ بوده و تعدیلات لازم همچون تغییر نرخ دســـتمزد و ... برای سال ۱۴۰۱ تا تاریخ مصوبه ۱۱ بهمن ماه ۱۴۰۱ شورای رقابت و براساس مستندات ارائه‌شده توسط شـــرکت‌های خودروساز بوده اســـت. همچنین قیمت خودروهای مشـــابه یا رقیب در واقع همان قیمت کارخانه آن خودرو در کشـــور مبدأ اســـت. دلیل اینکه همه خودروهای مونتاژی در این لیست قرار ندارد، این است که همه شرکت‌ها مدارک خود را برای بررسی به سازمان حمایت ارائه نکرده‌اند، بنابراین پس از آنکه این فرآیند انجام شد قیمت سایر خودروها اعلام می‌شـــود. گفتنی است میانگین قیمت دلار در ســـه ماه فروردین امسال، اسفند و بهمن پارسال معادل ۴۲ هزار و ۴۶۷ تومان بوده است.

چرا لایحه تشکیل وزارت بازرگانی، تکرار یک تجربه شکست‌خورده است؟

۱۲ کاستی احیای وزارت بازرگانی

فرصت امروز: مرکز پژوهش‌های اتاق ایران در یک گزارش کارشناسی تلاش کرده تا ابهامات، کلی‌نگری‌ها و نقایص لایحه دولت برای تشکیل وزارت بازرگانی را نقد و بررسی نماید. این گزارش کارشناسی در ۱۲ بند، مهمترین محورهای این لایحه را نقد کرده است که در ادامه می‌خوانید:

* نکته قابل‌توجه در تدوین هر لایحه، آن است که لایحه موردنظر از جامعیت لازم برخوردار باشد، اما جامع‌ومانع بودن به معنای کلی‌نگری و عدم توجه به جزییات نیست. وجود ابهامات متعدد (که در ادامه خواهد آمد) در لایحه حاضر، جامع‌ومانع بودن آن را به میزان قابل‌توجهی زیر سؤال برده است.

* در ماده‌واحده لایحه به این مورد اشاره شده که هدف از تشکیل وزارت بازرگانی، تمرکز سیاستگذار، راهبری، برنامه‌ریزی، نظارت و ساماندهی امور مرتبط با حوزه بازرگانی و تنظیم بازار است؛ درحالی‌که به نظر می‌رسد هدف اصلی کنترل قیمت‌هاست. افزایش سطح قیمت‌ها در کشور از دو بخش شامل «متوسط سطح عمومی قیمت‌ها» که ناشی از افزایش هزینه‌های تولید و توزیع کالا به صورت متعارف است و «افزایش قیمت‌ها مازاد بر تورم» که می‌تواند ناشی از شکل‌گیری رفتار سوداگرانه در واحدهای عمده‌فروشی و خرده‌فروشی‌ها تشکیل می‌شود. (واحدهای عمده‌فروشی می‌توانند با احتکار کالا و یا امتناع از عرضه کالا در بازار موجب بالارفتن قیمت‌ها شوند و خرده‌فروشی‌ها که سهم بسیار اندکی دارند، اصطلاحا با گران‌فروشی در این چرخه مؤثر هستند.)

بخش اول یعنی تورم که سهم عمده‌ای از افزایش قیمت‌ها را شامل می‌شود به رفتار اقتصادی دولت برمی‌گردد و کنترل تورم از طریق بهبود اصلاحات مالی و بهبود کسری بودجه، اصلاح نظام بانکی، بهبود روابط بین‌الملل (که می‌تواند انتظارات تورمی را کنترل کند) و... امکان‌پذیر است که از وظایف و مأموریت‌های وزارت بازرگانی خارج است و این وزارت نمی‌تواند در کنترل تورم نقشی داشته باشد. بخش دوم یعنی گران‌فروشی (که سهم بسیار اندکی در افزایش قیمت‌ها دارد) عمدتا به رفتار سوداگرانه واحدهای عمده‌فروشی و تولیدکنندگان برمی‌گردد و در حیطه مأموریت‌های وزارت بازرگانی قرار دارد. در بهترین حالت اگر این وزارت از طریق بازرسی و نظارت بتواند گران‌فروشی را به حداقل رساند، صرفا جزء کوچکی از افزایش قیمت‌ها کنترل شده و بخش عمده آن یعنی ریشه‌های تورم همچنان باقی است و مشکل اصلی همچنان پابرجاست. سوابق تاریخی متعدد نشان می‌دهد که دولت‌ها نتوانسته‌اند با اقدامات و سیاست‌های قیمت‌گذاری دستوری (بازرسی و نظارت و تعیین سقف قیمت) افزایش قیمت‌ها را کنترل کنند.

* یکی از ویژگی‌های ساختار تولید در اقتصادها در حال حاضر (به‌ویژه اقتصاد ایران) مربوط به «سطح بالای وابستگی تولید به نهاده‌های وارداتی» است. بدین ترتیب، نوسانات نرخ ارز و فشارهای تحریم به‌سرعت قیمت تمام‌شده را تحت تأثیر قرار می‌دهد. این ویژگی فی‌نفسه نامطلوب نیست؛ زیرا در زنجیره‌های ارزش، هر کشور متناسب با راهبرد توسعه صنعتی و همچنین مزیت‌های نسبی خود، ساختار اقتصاد را شکل می‌دهد و قرار نیست همه کالاهای موردنیاز خود و همه اجزای کالاها را در داخل تولید کند، اما درباره برخی نیازهای اساسی در قالب برنامه‌ریزی‌های میان‌مدت می‌توان زنجیره‌های تولید در داخل را تکمیل‌تر کرد. نوسانات ارزی در طول ۱۰ سال گذشته بی‌سابقه بوده است و همچنان ادامه دارد و با تشکیل وزارت بازرگانی پدیده فوق را نمی‌توان کنترل کرد. برعکس انتظار می‌رفت که وزارت صنعت، معدن و تجارت بتواند با پیوند تولید و تجارت، برخی از مشکلات زنجیره‌های تولید را با برنامه‌ریزی حل کند.

* انتزاع وظایف حاکمیتی حوزه تنظیم بازار از وزارت جهاد کشاورزی و وزارت صنعت، معدن و تجارت در قالبی که در لایحه آمده است، مشکلات جدی‌تری را پیش خواهد آورد؛ زیرا بخشی از زنجیره تأمین محصولات مشمول تنظیم بازار در حیطه وزارتخانه‌های فوق‌الذکر خواهد بود و تصمیم‌گیری را درگیر بوروکراسی اداری خواهد کرد. به‌عنوان‌مثال، سیاست تأمین نهاده‌های دامی و علوفه در اختیار وزارت جهاد خواهد بود (شرکت پشتیبانی امور دام همچنان در وزارت جهاد کشاورزی باقی می‌ماند) و سیاست تنظیم بازار گوشت قرمز و سفید در اختیار وزارت بازرگانی خواهد بود. چنانچه قرار باشد سیاست تأمین نهاده‌ها و یا واردات محصول نهایی و یا مجوز صادرات کالاهای مشمول تنظیم بازار با این وزارتخانه باشد، انجام مأموریت و وظایف محوله به وزارت بازرگانی صرفا با انتقال سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان و شرکت بازرگانی دولتی ایران تحقق نخواهد یافت و نیازمند تفکیک‌بخشی‌های دیگر از وزارتخانه‌های فوق است که در حوزه سیاست تجاری و صادرات فعال هستند.

* تعدد وظایف و مسئولیت‌های نهاد ریاست جمهوری به‌گونه‌ای است که اضافه کردن بخشی جدید و با وظایف متعدد و گسترده، موجبات تضعیف و کمرنگ شدن حوزه جدید را به دنبال خواهد داشت.

* وزارت بازرگانی، وزارتخانه‌ای محدود و با شرح وظایف صرفا بازرگانی داخلی بوده و قادر نخواهد بود که تغییر چندانی در ساختارها ایجاد کند. در مقدمه لایحه، ضرورت تمرکز سیاستگذاری در امور مرتبط با بازرگانی داخلی، به عنوان دلیل تشکیل وزارت بازرگانی مطرح شده است. با این وصف، موضوعات تجارت خارجی یعنی صادرات و واردات از حیطه فعالیت وزارت بازرگانی خارج است. در این صورت، جایگاه شرکت بازرگانی دولتی که بیشتر در حوزه واردات محصولات کشاورزی فعالیت می‌کند، در وزارت جدیدالتاسیس نامشخص است. درواقع، با وجود تعدد دستگاه‌ها در حوزه تجارت خارجی (یعنی صادرات و واردات) و لزوم تجمیع آنها در مجموعه‌ای واحد، ارتباط بازرگانی داخلی و خارجی نامشخص‌تر خواهد شد. زیرا برای محصولات تحت شمول، دو نهاد مستقل (وزارت صمت و وزارت بازرگانی) باید تصمیم‌گیری کنند. همچنین با عنایت به ضریب بالای وابستگی وارداتی در بازار کالاهای اساسی، به‌ناچار بخشی از حوزه وظایف این وزارتخانه در تنظیم بازار، متأثر از عملکرد بخش بازرگانی خارجی و تولید است که قطعا با سیاست‌های تجاری در وزارت صمت تداخل دارد. نتیجه این وضعیت، افزایش نااطمینانی برای تولیدکنندگان و فعالان بخش خصوصی است.

* از لایحه پیش رو این‌گونه استنباط می‌شود که بخش بازرگانی داخلی محصولات کشاورزی و همچنین شرکت بازرگانی دولتی ایران از وزارت جهاد کشاورزی جدا می‌شوند و به همراه سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان (منتزع از وزارت صمت) به وزارت بازرگانی ملحق می‌شوند. بنابراین به طور دقیق مشخص نیست که وزارت بازرگانی از چه بخش‌هایی تشکیل می‌شود تا مجموعه‌های فوق‌الذکر به آنها ملحق شوند. این در حالی است که در وهله اول باید ساختار مشخصی برای این وزارتخانه طراحی می‌شد و سپس درخصوص الحاق بخش‌های مختلف به آن تصمیم‌گیری می‌شد. در حال حاضر از لایحه موجود این‌گونه استنباط می‌شود که قرار نیست ساختار جدیدی به ساختارها اضافه شود و یا ساختاری کم شود. همچنین درخصوص تعدیل در نیروها و تعیین شرح وظایف هم اطلاعات دقیق و شفافی مشخص نیست.

* انتزاع وظایف حاکمیتی حوزه تنظیم بازار از وزارت جهاد کشاورزی و وزارت صنعت، معدن و تجارت و تشکیل وزارت بازرگانی، حوزه سیاستگذاری صنایع پایین‌دست محصولات مرتبط با دامنه کالاها و خدمات مشمول تنظیم بازار را توسط وزارت صنعت، معدن و تجارت دچار مشکل می‌کند؛ زیرا در طول زنجیره تأمین، بخشی از سیاستگذاری در اختیار وزارت بازرگانی و بخش دیگر توسط وزارت صنعت، معدن و تجارت باید صورت گیرد. ازاین‌رو یکپارچگی مدیریت زنجیره تولید تا مصرف دچار اختلال خواهد شد.

* تشکیل این وزارتخانه می‌تواند با قانون افزایش بهره‌وری بخش کشاورزی و منابع طبیعی مصوب ۱۹ مردادماه ۱۳۸۹ در تعارض قرار گیرد. براساس قانون افزایش بهره‌وری محصولات کشاورزی، بهبود بهره‌وری بخش کشاورزی و تکمیل زنجیره تولید، نیازمند مدیریت یکپارچه بر تأمین مواد اولیه تا تجارت خارجی محصولات نهایی است.

* در شرایط کسری بودجه و مشکلات هزینه‌ای دولت‌ها، لازم است که ضمن کوچک کردن و چابک نمودن بدنه دولت چه از حیث ساختاری و چه از حیث نیروی پرسنلی، شرایطی فراهم شود که تصمیم‌گیری‌ها در هر نهادی با مبانی کارشناسی و اصول صحیح حکمرانی اقتصادی همراه باشد. اگر هدف از تشکیل این وزارتخانه در کنار حمایت از حقوق مردم در ارتباط با بازرگانی داخلی، تأکید بر رویکرد تجمیع، ادغام و کاهش تشکیلات و ساختار دستگاه‌های اجرایی است، با ساختار مذکور، نه‌تنها از حجم دولت کاسته نمی‌شود، بلکه صرفا بخشی از وظایف دستگاه‌های دیگر به این وزارتخانه منتقل شده و مجموعه‌های قبلی هم به انجام وظایف خود ادامه خواهند داد.

* در ماده‌واحده تنها به انتزاع سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان و شرکت بازرگانی دولتی ایران از وزارتخانه‌های صمت و جهاد کشاورزی و الحاق به وزارت بازرگانی اشاره شده است و سایر ابعاد نهادی جهت تجمیع یا ادغام به طور کامل مدنظر قرار نگرفته است. ازاین‌رو عدم انتقال نهادها و سازمان‌هایی نظیر شرکت پشتیبانی امور دام، سازمان توسعه تجارت، معاونت تجارت و خدمات (وزارت صمت)، تشکیلات مربوط به مرکز اصناف و مواردی از این قبیل (که فلسفه وجودی آنها در حیطه تجارت و بازرگانی است) به تشکیلات پیشنهادی وزارت بازرگانی، باعث پراکندگی در نظام تصمیم‌گیری در حوزه بازرگانی و تنظیم بازار می‌شود و عملا اهداف مترتب بر ایجاد وزارتخانه موردنظر را با چالش مواجه می‌سازد.

* در صورت اصرار بر تشکیل وزارت بازرگانی باید توجه داشت که شرط موفقیت و کارایی این وزارتخانه و تحقق اهداف مترتب بر تشکیلات جدید، انسجام و همگرا بودن با زنجیره‌های تأمین و تولید است که البته تشکیلات جدید باید بستر و زیرساخت‌های بازرگانی موردنیاز را برای تأمین و تولید فراهم سازد. به معنای دیگر، نقش وزارت بازرگانی، فقط به حلقه‌های بعد از تولید محدود نیست، بلکه نقش این وزارتخانه در پشتیبانی از فرآیندهای مترتب بر زنجیره تأمین و تولید، قبل از تولید تا عرضه کالا و خدمات در بازارهای داخلی و خارجی تداوم داشته و به صورت یک چرخه مدیریتی باید عمل کند.

پس از گذشت ۳ سال

کارمزد خدمات بانکی تغییر کرد

بانک مرکزی با توجه به تغییر سطح عمومی قیمت‌ها و شرایط کلان اقتصادی کشور، انواع و حداکثر میزان کارمزد خدمات بانکی ریالی و الکترونیکی را پس از سه سال از ابلاغ آخرین بخشنامه در این باره، به‌روزرسانی و تعدیل کرد. طبق اعلام بانک مرکزی، به موجب مفاد بند (۴) ماده (۱۴) قانون پولی و بانکی کشور و نیز مفاد بند (۴) ماده (۲۰) قانون عملیات بانکی بدون ربا (بهره) و همچنین مفاد بند (۱) صورتجلسه یک هزار و دویست و چهارمین جلسه تاریخ ۲۳ تیرماه ۱۳۹۴ شورای پول و اعتبار، تعیین انواع و میزان حداقل و حداکثر کارمزد خدمات بانکی برعهده بانک مرکزی است. در این راستا مراتب طی سنوات مختلف اقدام و به شبکه بانکی کشور ابلاغ شده است. با توجه به آخرین ضوابط ابلاغی در این خصوص و نیز تغییر سطح عمومی قیمت‌ها و همچنین برمبنای پیشنهادهای واصله و بررسی‌های به‌عمل آمده، انواع و حداکثر میزان کارمزد خدمات بانکی ریالی و الکترونیکی مورد بازنگری و به‌روزرسانی قرار گرفت و موضوع به شرح جداول پیوست شماره یک و دو در پنجمین جلسه تاریخ ۵ اردیبهشت ۱۴۰۲ هیأت عامل بانک مرکزی مطرح و مصوب شد. شایان ذکر است در راستای رعایت تکالیف قانونی مقرر، بازنگری و تعدیل نرخ‌های کارمزد خدمات بانکی پس از سه سال از آخرین بخشنامه ابلاغی و با ملحوظ نظر قرار دادن شرایط کلان اقتصادی و مقتضیات موجود کشور انجام شده است، به نحوی که نرخ‌های کارمزد خدمات بانکی مندرج در جداول پیوست این بخشنامه نسبت به بهای تمام شده ارائه خدمات مزبور پایین‌تر و در برخی ردیف‌های کارمزدی نیز در مقایسه با ضوابط ابلاغی قبلی فاقد هرگونه تغییر می‌باشد. همچنین با عنایت به موارد فوق تلاش شد فرآیند تعیین کارمزد جهت جبران و پوشش ارائه برخی دیگر از خدمات بانکی به‌صورت تدریجی انجام شود که جزییات آن در زمان مقتضی توسط واحدهای ذی‌ربط به شبکه بانکی کشور ابلاغ خواهد شد. بر این اساس ضروری است ضمن ابلاغ ضوابط جدید به تمام واحدهای ذی‌ربط، اتخاذ تمهیدات لازم به منظور رعایت کامل موارد زیر در دستور کار بانک/مؤسسه اعتباری غیربانکی قرار گیرد:

۱- به منظور ایجاد فضای رقابتی بین بانک‌ها و مؤسسات اعتباری و ارائه خدمات مطلوب‌تر به آحاد جامعه، آن بانک/مؤسسه اعتباری می‌تواند برای تمامی مشتریان خود حداکثر تا ۳۰ درصد، برای افراد تحت پوشش سازمان بهزیستی کشور، مستمری‌بگیران و مددجویان کمیته امداد امام خمینی(ره) حداکثر تا ۱۰۰ درصد و برای شرکت‌های دانش‌بنیان حداکثر تا ۴۰ درصد مبالغ مندرج در جداول ابلاغی تخفیف دهد و نرخ‌های پایین‌تری را اعمال کند؛

۲- در رابطه با ردیف خدماتی که عامل زمان در محاسبه کارمزد آنها مؤثر می‌باشد، آن بانک/مؤسسه اعتباری موظف است در چارچوب مفاد بخشنامه شماره مب/۱۱۱ تاریخ دوم اردیبهشت ۱۳۸۵ اقدام کند. لذا در محاسبه تعداد روزها باید تعداد روزهای واقعی ماه (حسب مورد ۳۰،۲۹ یا ۳۱ روز) و تعداد روزهای واقعی سال (حسب مورد ۳۶۵ یا ۳۶۶ روز) ملاک محاسبات کارمزد قرار گیرد؛

۳- در صورت وجود هرگونه ابهام و یا پیشنهاد، آن بانک/مؤسسه اعتباری مکلف است بدواً مراتب را حسب مورد به شورای هماهنگی بانک‌ها یا کانون بانک‌ها و مؤسسات اعتباری خصوصی منعکس و در صورت عدم رفع ابهام و تشخیص ضرورت ارائه آن به بانک مرکزی، مراتب صرفا توسط مراجع مذکور به این بانک انعکاس یابد؛

۴- متولّی و مسئولیت پاسخ‌گویی به موضوعات، ابهامات و درخواست‌های واصله پیرامون کارمزد خدمات بانکی ریالی، الکترونیکی و ارزی در بانک مرکزی به ترتیب ادارات مستقر در حوزه‌های نظارت، فناوری‌های نوین و ارزی است. لذا خواهشمند است مراتب با رعایت مفاد بند (۳) در مکاتبات با این بانک ملحوظ نظر قرار گیرد. این ضوابط از تاریخ ابلاغ لازم‌الاجرا بوده و تاکید می‌شود مطالبه و دریافت هرگونه وجه دیگری تحت عنوان کارمزد خدمات بانکی ریالی و الکترونیکی خارج از مفاد بخشنامه‌های ابلاغی بانک مرکزی مجاز نیست.

اخبار

سکه یک میلیون تومان پایین آمد

سکه در کانال ۳۲ میلیونی

هر قطعه سکه تمام بهار آزادی طرح جدید در معاملات روز یکشنبه در بازار تهران با قیمت ۳۲ میلیون و ۳۰۰ هزار تومان معامله شد که نسبت به روز شنبه، یک میلیون و ۹۰ هزار تومان افت داشته است. سکه تمام بهار آزادی طرح قدیم نیز با قیمت ۲۹ میلیون و ۳۰۰ تومان خرید و فروش شد. همچنین نیم‌سکه در بازار تهران ۱۹ میلیون تومان، ربع سکه ۱۲ میلیون تومان و سکه یک گرمی ۷ میلیون تومان خرید و فروش شد. علاوه بر این، در بازار طلای تهران نرخ هر گرم طلای ۱۸ عیار ۲ میلیون و ۶۲۹ هزار تومان اعلام شد. بهای هر اُنس طلا در بازارهای جهانی هم به ۲ هزار و ۱۹ دلار رسید.

از سوی دیگر، قیمت هر دلار آمریکا در مرکز مبادله ارز و طلای ایران بدون تغییر قیمت نسبت به روز کاری قبل با رقم ۴۲ هزار و ۳۰۶ تومان و نرخ حواله دلار نیز با نرخ ۳۸ هزار و ۴۶۰ تومان معامله شد. بر پایه داد و ستد بازار مبادله ارز و طلای ایران در هفدهمین روز اردیبهشت ماه، قیمت هر اسکناس دلار به ۴۲ هزار و ۳۰۶ تومان و قیمت حواله دلار به ۳۸ هزار و ۴۶۰ تومان رسید. همچنین بهای هر اسکناس یورو ۴۷ هزار و ۳۸۲ تومان و بهای حواله یورو ۴۳ هزار و ۷۵ تومان، هر اسکناس درهم ۱۱ هزار و ۵۱۹ تومان و هر حواله درهم ۱۰ هزار و ۴۷۲ تومان کشف شد.

بانک مرکزی اعلام کرد

۱۰ شعبه بانک ملی برای دریافت سکه

بانک مرکزی به منظور تسویه فیزیکی اوراق سلف سکه این بانک، شعب منتخب بانک ملی ایران برای دریافت سکه را اعلام کرد. طبق اعلام بانک مرکزی، پیرو اطلاعیه روز شنبه ۱۶ اردیبهشت ماه درباره چگونگی تسویه فیزیکی اوراق سلف سکه بانک مرکزی، براساس هماهنگی‌های به‌عمل آمده با بانک ملی ایران، بدین‌وسیله ۱۰ شعبه منتخب توزیع‌کننده مسکوک طلا از محل اوراق سلف موازی بانک مرکزی از تاریخ ۲۳ اردیبهشت ماه تا ۳۱ اردیبهشت ماه اعلام می‌شود. این ۱۰ شعبه شامل شعب خیابان انقلاب، وحدت، کاشف، اسدآبادی، فدک، امیریه، نارمک، کوثر، خیابان آزادی و استاد معین است.

گفتنی است روز شنبه بانک مرکزی اعلام کرد: همه تعهدات این بانک درباره اوراق سلف سکه مرکزی به صورت فیزیکی و از طریق شعب منتخب بانک ملی ایران تسویه می‌شود. بر این اساس تعهدات بانک مرکزی (به‌جز سهام متعلق به بازارگردان) در سررسید از طریق شعب منتخب بانک ملی ایران به صورت فیزیکی تسویه و به مشتریان تحویل می‌شود. در صورت عدم مراجعه دارندگان اوراق در سررسید به ازای هر روز تقویمی عدم مراجعه مالک سکه (حداکثر تا ۶۰ روز تقویمی پس از ۳۱ اردیبهشت ۱۴۰۲) مبلغ ۱۰۰ هزار تومان به ازای هر سکه توسط بانک ملی ایران از مالک اوراق اخذ و به حساب این بانک واریز خواهد شد. در صورت عدم مراجعه در مهلت مقرر ۶۰ روزه، بازخرید سکه به آخرین نرخ معاملاتی اوراق مذکور به کسر دیون مربوط (مبلغ ۶۰۰ هزار تومان) انجام و باقی‌مانده به حساب دارندگان واریز خواهد شد.

نرخ خرید تضمینی گندم تصویب و ابلاغ شد

شورای قیمت‌گذاری قیمت هر کیلو گندم را برای سال جاری ۱۵ هزار تومان اعلام کرد. شورای قیمت‌گذاری و اتخاذ سیاست‌های حمایتی محصولات اساسی کشاورزی مرکب از ۱۱ عضو شامل بخش خصوصی و تشکل‌های کشاورزی، کشاورزان خبره، نمایندگان وزارت امور اقتصادی و دارایی، سازمان برنامه و بودجه و وزارت جهاد کشاورزی، در نشستی قیمت خرید تضمینی گندم برای سال ۱۴۰۲ را تصویب و ابلاغ کرد. بر این اساس، با تاکید بر مصوبه شماره ۰۲۰.۲۱۴۶۲ موضوع «بسته سیاست حمایت قیمتی و غیرقیمتی محصول گندم» مبنی بر قیمت تضمینی گندم به مبلغ ۱۱ هزار و ۵۰۰ تومان و ۱۵۰۰ تومان یارانه کاشت (تأمین بخشی از هزینه‌های کود و بذر) و به منظور ارتقا و افزایش انگیزه تولید در کشاورزان، رعایت قیمت نسبی محصولات اساسی کشاورزی و تعادل‌بخشی در الگوی تولید، جزء (۳) به ذیل بند (الف) «سیاست حمایت غیرقیمتی» مصوبه مذکور، مبلغ ۲۰۰۰ تومان به ازای هر کیلوگرم گندم تحویلی به عنوان «جایزه تحویل گندم» نیز پرداخت می‌شود. براساس مصوبه شورای قیمت‌گذاری، قیمت نهایی یک کیلوگرم گندم با احتساب شرایط فوق ۱۵ هزار تومان مصوب شد.

رشد ۴۶ درصدی اجاره بها در سال گذشته

۴ برنامه کنترل اجاره مسکن

در شرایطی که حدود دو هفته تا آغاز جابه‌جایی مستاجران باقی مانده دولت چهار اقدام شامل شناسایی خانه‌های خالی، پرداخت وام اجاره، تعیین سقف مجاز افزایش اجاره بها و الزام به ارائه کد رهگیری را برای کنترل این بازار در دستور کار قرار داده است. به گزارش ایسنا، دو هفته مانده به آغاز فصل جابه‌جایی در بازار مسکن، تلاش برای کنترل این بازار توسط دولت آغاز شده است. عرضه خانه‌های خالی به بازار اجاره و فروش، ساماندهی بنگاه‌های املاک و بررسی موضوع پرداخت وام اجاره از مواردی است که وزارت راه و شهرسازی آن را پیگیری می‌کند.

بررسی‌ها از وضعیت بازار اجاره حاکی از آن است که هر دو طرف عرضه و تقاضا در انتظار شرایط جدید به سر می‌برند. مستاجران می‌گویند که فعلا فایل چندانی در بازار وجود ندارد و عمده آپارتمان‌هایی که برای اجاره عرضه شده فاقد امکانات کافی است. از طرف دیگر بنا به گفته مشاوران املاک، صاحب‌خانه‌ها ترجیح می‌دهند خانه‌های خود را در فصل جابه‌جایی با رقم‌های سال جدید اجاره دهند که این موضوع به سردرگمی اجاره‌نشین‌ها منجر شده است.

عواملی همچون قیمت مسکن، تورم عمومی و نرخ سود بانکی بر روی قیمت‌های اجاره تاثیر می‌گذارد. سال گذشته اجاره بها در تهران ۴۶ درصد افزایش یافت؛ در حالی که متوسط رشد قیمت مسکن ۶۶ درصد بود. با توجه به پایین بودن توان اقشار اجاره‌نشین، ظرفیت رشد در این بازار محدود است؛ هرچند در هفته‌های اخیر برخی مستاجران اعلام می‌کنند که صاحب‌خانه بیش از ۷۰ درصد نرخ اجاره آنها را بالا برده است.

دولت از سال ۱۳۹۹ به بعد برای کمک به اقشار اجاره‌نشین تسهیلات کمک ودیعه مسکن پرداخت می‌کند. این وام در تهران ۱۰۰ میلیون تومان، مراکز استان‌ها ۷۰ میلیون تومان و شهرهای بالای ۲۰۰ هزار نفر و سایر شهرها ۴۰ میلیون تومان تعیین شد. زمزمه‌هایی مبنی بر افزایش سقف وام در سال جاری شنیده می‌شود. البته برخی مسئولان معتقدند که پرداخت وام راه حل نهایی رفع مشکلات بازار اجاره نیست.

در روزهای اخیر سومین جلسه کارگروه تنظیم بازار مسکن با بررسی موضوعات ساماندهی بازار واحدهای مسکونی استیجاری، سرعت‌بخشی به شناسایی خانه‌های خالی، ساماندهی بنگاه‌های معاملات املاک و برخورد با بنگاه‌های املاک فاقد مجوز در محل وزارت راه و شهرسازی برگزار شد. یکی از موضوعاتی که دولت این روزها با جدیت دنبال می‌کند عرضه واحدهای خالی به بازار اجاره است. در این راستا در تهران و شهرهای اقماری، گشت‌هایی متشکل از وزارت راه و شهرسازی، شهرداری، سازمان امور مالیاتی برای شناسایی میدانی خانه‌های خالی در مناطق مختلف شهری برقرار خواهد شد. مهمترین ملاک وزارت راه و شهرسازی برای خالی نبودن خانه‌های خالی، پرکردن اطلاعات در سامانه ملی املاک و اسکان است. تعیین سقف مجاز افزایش ۲۵ درصدی نرخ اجاره بها از دیگر راهکارهایی است که در سه سال گذشته به اجرا درآمده اما آمار افزایش ۴۶ درصدی نرخ اجاره در سال گذشته گویای آن است که بازار اجاره توجه چندانی به سقف‌های تعیین شده نداشته و متغیرهای دیگری نیز بر تعیین قیمت در بازار اجاره اثرگذار است.

اقتصاد جهان

در آستانه انتخابات و در سایه تورم و رکود

بحران مسکن ترکیه اوج گرفت

ترکیه در آستانه انتخابات و در بحبوحه رکود اقتصادی و تورم شدید، با بحران مسکنی بزرگی دست و پنجه نرم می‌کند که خانه‌دار شدن را برای بخشی از شهروندان این کشور به رویا تبدیل کرد است. ترکیه که از سال گذشته تاکنون با تورم فزاینده و رکود اقتصادی شدیدی دست و پنجه نرم کرده است، اکنون در آستانه انتخابات ریاست‌جمهوری و پارلمان قرار دارد تا میـــزان حمایت مردم از «رجب طیب اردوغان»، رئیس‌جمهور کنونی ترکیه که سیاســـت‌های مالی غیرمتعارف او به تورم افسارگسیخته در این کشور دامن زده است، تا حدود یک هفته دیگر به آزمایش گذاشته شود.

اگرچه بحران هزینه‌های زندگی بـــر همه جنبه‌های زندگی مردم ترکیه اثر گذاشـــته، اما هزینه مسکن به صورت مشخص از نرخ تورم عمومی بالاتر رفته است. براساس داده‌های بانک مرکزی ترکیه، قیمت ملک در سراسر این کشور در فوریه سال جاری ۱۴۱,۵ درصد افزایش سالانه داشته است. قیمت ملک در زمان مشابه در آمریکا ۷۵ درصد افزایش داشـــته است. این افزایش قیمت خیره‌کننده در شرایطی رخ داده است که نرخ فروش ملک کاهشی قابل توجه را تجربه کرده است. براساس آمار مرکز آمار ترکیه، در ماه مارس میزان فروش ملک در این کشور ۲۱,۴ درصد به نسبت سال پیش در زمانی مشابه کاهش داشته است. براساس گزارش مرکز پژوهش‌های اقتصادی و اجتماعی دانشگاه باهچه‌شهیر استانبول، نرخ اجاره بها هم در سراسر ترکیه در ماه مارس سال جاری به نسبت زمان مشابه در سال گذشته ۱۵۷ درصد افزایش داشـــته اســـت. در همین حال، داده‌های رسمی نشان می‌دهند تورم ســـالانه در ماه مارس به ۵۰,۵ درصد رسیده است که این نرخ نسبت به ۸۵,۶ درصد ماه اکتبر ســـال گذشـــته کاهشی قابل توجه را نشان می‌دهد. با این‌همه گروه پژوهشی تورم (ENAG) که گروهی مستقل از متخصصان اســـت، نرخ تورم در ماه مارس را ۱۱۲,۵ درصد تخمین زده‌اند که بسیار عقب‌تر از نرخ تورم بازار مسکن است.

دولت ترکیه در آســـتانه برگزاری انتخابات تـــلاش کرده تا بحران مســـکن را کاهش دهد. در ژوئن ۲۰۲۲، افزایش نرخ اجاره مســـکن برای افرادی که کمتر از پنج سال در یک آپارتمان زندگی می‌کردند، به ۲۵ درصد محدود شـــد. این ابتکار به مدت یک سال، یعنی تا ماه جولای امســـال معتبر است. «اردوغان» در آستانه انتخابات جدید، به دنبال آن اســـت تا شهروندان بیشتری از طبقه کارگر و متوسط را در مســـیر خانه‌دار شدن قرار دهد. او دو پروژه بلندپروازانه ساخت و ساز را به ویژه برای افرادی که دارای ملک نیستند ارائه کرده و وعده داده تا ســـال ۲۰۲۸ در سراسر کشور هزاران خانه جدید بنا خواهد کرد. او بـــه تازگی در کمپین انتخاباتی‌اش در آنتالیا وعده داد برای محافظت از شهروندان پروژه‌های مسکن بیشتری آغاز کرده و مقررات جدیدی اعلام خواهد کرد.

در این میان، شـــهروندان ترک به خوبی فشـــار تورم را احســـاس می‌کنند. قدرت خرید بسیاری از شـــهروندان ترکیه از سال گذشته تاکنون به شدت کاهش پیدا کرده است؛ در حدی که افزایش حقوق هم نتوانســـته بهبودی در این وضعیت ایجـــاد کند، به ویژه در حوزه مســـکن. برای بسیاری از شـــهروندان ترکیه، خرید مسکن و خانه‌دار شدن با وضعیت کنونی دستمزدها و اقتصاد کشور به یک رویا تبدیل شـــده است. حداقل حقوق در ترکیه در ابتدای سال جاری به ۸ هزار و ۵۰۶ لیر برابر ۴۳۷ دلار رســـید. این مبلغ نسبت به افزایش حداقل حقوق ماه جولای ســـال گذشـــته ۵۵ درصد و نسبت به ژانویه سال گذشته ۱۰۰ درصد افزایش داشته است، اما از دست رفتن ارزش پول ترکیه به این معنا است که لیر قدرت سابق را ندارد. بحران واحد پولی اولین بار در ســـال ۲۰۱۸ در ترکیه آغاز شد و در سال ۲۰۲۰ به اوج خود رسید تا ارزش لیر در برابر دلار و یورو به شدت سقوط کند. ارزش لیر در برابر دلار از ابتدای ســـال ۲۰۲۲ تاکنون ۴۷ درصد، از ابتدای سال ۲۰۲۱ تاکنون ۱۶۴ درصد و از ابتدای سال ۲۰۱۸ تاکنون حدود ۴۰۰ درصد کاهش یافته است.

یکی از عوامل اصلی بحران تورم ترکیه، شـــنای خلاف مســـیر آب «اردوغان» در زمینه تورم اســـت. او برخلاف شیوه رایج جهانی، برای مهار تورم نرخ بهره را کاهش داده است و اعتقاد دارد بالابردن نرخ بهره خود باعث افزایش تورم خواهد شد. «اردوغان» اعلام کرده که تا زمانی که در رأس قدرت باشـــد، به کاهش نرخ بهره ادامه خواهد داد. بانک مرکزی ترکیه با نادیده‌گرفتن تورم فزاینده، نرخ بهره را از ۱۹ درصد ســـال ۲۰۲۱ به ۸,۵ درصد کاهش داده است. در نتیجه، مردم برای حفظ ارزش دارایی‌های خود جذب بازار مسکن شده‌اند و هرچه تقاضا در بازار مسکن بیشتر شد، قیمت‌ها در این بازار افزایش پیدا کرد.

خریداران خارجی که چندین سال است برای خرید ملک به ترکیه هجوم آورده‌اند هم عامل دیگر افزایش قیمت در بازار مسکن هستند. کاهش ارزش لیر و دسترســـی ســـاده به شـــهروندی ترکیه در ازای خرید ملک با قیمتی مشخص باعث جذابیت بازار مسکن ترکیه برای شهروندان خارجی شد. این روند باعث شده است تا به ویژه در مناطق توریستی مانند استان‌های آنتالیا و مرسین، قیمت ملک افزایش قابل توجهی پیدا کند. در ماه مارس میزان افزایش سالانه قیمت ملک در آنتالیا ۱۳۷,۵ درصد و در مرســـین ۱۳۹ درصد اعلام شد. همچنین میزان خرید ملک توسط شهروندان خارجی در ترکیه در سال ۲۰۲۲ به نســـبت یک ســـال پیش از آن ۱۵,۲ درصد افزایش داشته است. شـــهروندان روســـیه، ایران و عراق به ترتیب بیشترین خرید ملک را در ترکیه داشـــته‌اند. «کمال کلیچدار اوغلو»، رقیب اصلی انتخاباتی «اردوغان» وعده داده اســـت تا زمان حل بحران مســـکن در ترکیه، فروش ملک به خارجی‌ها را در این کشـــور ممنوع کند؛ وعده‌ای که توانســـته بخش زیادی از طرفداران حزب حاکم ترکیه را هم به سوی خود جلب کند.

با روند ملایم رشد فعالیت خدمات

اقتصاد چین حلزونی شد

نتایج یک نظرسنجی نشـــان می‌دهد که فعالیت خدمات چین در ماه آوریل برای چهارمین ماه رشـــد کرده است؛ زیرا کسب‌وکارها به روند تقاضا و تولید پیش از همه‌گیری بازگشـــتند؛ هرچند سرعت آن کند شـــده بود. شـــاخص مدیران خرید خدمات اس‌اندپی گلوبال در آوریل به ۵۶,۴ واحد رســـید که نسبت به ماه قبل با رقم ۵۷,۸ واحد، کاهش را نشـــان می‌دهد. تحلیلگران هشدار می‌دهند که این شتاب می‌تواند تسهیل بهتری داشته باشد زیرا مصرف داخلی هنوز به طور کامل بهبود نیافته است و حمایت سیاستی بیشتری نیاز دارد. «بروس پانگ»، اقتصـــاددان می‌گوید که مصرف بـــه حمایت و محرک‌های سیاستی بیشتری نیاز دارد زیرا رشد ســـود شرکت‌ها، درآمد افراد و درآمد مالی همگی از رشد اقتصادی در سه ماهه اول عقب مانده است.

اقتصاد چین در سه ماهه اول با سرعتی سریع‌تر از حد انتظار رشد کرد زیرا کسب‌وکارها و مصرف‌کنندگان محدودیت‌های سختگیرانه کووید را کنار گذاشته بودند، اما دومین اقتصاد بزرگ جهان با فعالیت قوی در خدمات و انقباض در تولید با بهبودی نابرابر و مشکلات مداوم مواجه اســـت. داده‌های دولتی نشان می‌دهد که گردشگری چین در تعطیلات پنج روزه اول ماه مه به ســـطح قبل از کووید بازگشته است زیرا ســـفرهای داخلی بیش از دو سوم نسبت به سال گذشته افزایش یافته اســـت. به گفته تحلیلگران، اقتصاد چین در ســـه ماهه دوم به روند بهبود خود ادامه خواهد داد، اما با سرعت کمتر. فعالیت تولیدی شرکت‌های خدماتی بررسی شده و سفارشات جدید از جمله سفارش صادرات جدید برای چهارمین ماه متوالی در ماه آوریل افزایش یافت.

شاخص کل بورس به سطح ۲,۴ میلیون واحد و شاخص فرابورس به سطح ۳۰ هزار واحد سقوط کرد

روز قرمز تالار شیشه‌ای

فرصت امروز: شاخص کل بورس تهران، معاملات هفته جاری را با روند صعودی آغاز کرد و با ثبت رشد ۰,۸۲ درصدی تا سطح ۲ میلیون و ۵۳۵ هزار واحد بالا آمد، اما در معاملات روز گذشته همچون آخرین روز کاری هفته گذشـــته بار دیگر دچار نوسان شد و با افت شدید ۹۰ هزار واحدی معادل ۳,۷۵ درصد تا سطح ۲ میلیون و ۴۴۰ هزار واحد عقب‌نشینی کرد. شاخص هم‌وزن نیز همسو با شـــاخص کل در دادوستدهای روز یکشنبه افت ۳,۴۵ درصدی را به ثبت رســـاند و با ۳۰ هزار و ۶۶ واحد کاهش در تراز ۸۴۰ هزار واحد ایســـتاد. در آن ســـوی بازار سرمایه نیز شاخص کل فرابورس با هزار و ۲۶۴ واحد کاهش به کانال ۳۰ هزار واحد برگشت کرد و تا رقم ۳۰ هزار و ۷۹۱ واحد عقب رفت. ارزش معاملات خرد بازار سهام نیز به سطح ۲۱ همت برگشت و ۴ هزار و ۲۹ میلیارد تومان پول حقیقی از بورس خارج شـــد. روز قرمز تالار شیشه‌ای در حالی بود که نماگرهای بورسی در آغاز هفته رشد خوب و مطلوبی داشتند؛ هرچند چرخش بورس عمدتا به سمت کوچک‌ترهای سهام بود و میزان بازدهی شاخص هم‌وزن به مراتب از بازدهی شاخص کل در این روز بالاتر بوده است.

بورس تهران پس از شکست سقف تاریخی ۲ میلیون و ۱۰۱ هزار واحد (رکورد ســـال ۱۳۹۹) بدون هیچ مکث و توقفی رشـــد کرده و هم‌اکنون بیش از ۱۰ درصد بالاتر از ســـقف تاریخی ســـال ۱۳۹۹ قرار دارد. با این وجود، بخش قابل توجهی از صاحبان نقدینگی برای ورود به بازار ســـهام منتظر اصلاح بورس هســـتند و فعلا ریسک ورود به سهام در قیمت‌های فعلی را نمی‌پذیرند. نگاهی به وضعیت معاملات سهام در روزهای گذشته نیز اصلاح قیمت‌ها را محتمل نشان می‌دهد. برخی از کارشناسان بورسی معتقدنـــد که بورس تهران هم‌اکنون در موقعیت حســـاس مقاومتی قرار گرفته و انتظار می‌رود که شـــاخص کل بورس در هفته جاری با نوسانات منفی همراه باشد. در سمت مقابل اما برخی دیگر از تحلیلگران می‌گویند که نماگر اصلی بورس می‌تواند در بازه کوتاه‌مدت تا سطح ۲ میلیون و ۵۰۰ هزار واحد نیز بالا برود. در برآیند این دو دیدگاه به نظر می‌رسد که احتمال تحقق دیدگاه نخست بیشتر است و پیش‌بینی می‌شود که روند صعودی پرشتاب بازار سهام در این هفته اندکی تعدیل شود.

ریزش بورس تا کجا ادامه دارد؟

شـــاخص کل بورس تهران، معاملات روز گذشته را با افزایش ۱۳ هزار واحدی آغاز کرد، اما روند افزایشی شاخص کل تنها پنج دقیقه دوام داشت و پس از آن روند اصلاحی بورس شروع شد. در معاملات روز یکشنبه ۱۷ اردیبهشت ماه، شاخص کل ۳,۷۵ درصد ریزش داشت و بازدهی شاخص هم‌وزن منفی ۳,۴۵ درصد بود. ارزش معاملات خرد بازار ســـهام به سطح ۲۱ همتی برگشت و بازار سهام با خروج ۴ هزار و ۲۹ میلیارد تومان پول حقیقی مواجه شد. بدین ترتیب، شاخص کل بورس با کاهش ۹۵ هزار و ۴۳ واحدی نسبت به روز کاری قبل تا سطح ۲ میلیون و ۴۴۰ هزار و ۱۹۳ واحدی ریزش کرد. شاخص کل هم‌وزن نیز با افت ۳۰ هزار و ۶۶ واحدی در رقم ۸۴۰ هزار و ۳۴۲ واحدی ایستاد. همچنین شاخص کل فرابورس (آیفکس) با کاهش هزار و ۲۶۴ واحدی در ســـطح ۳۰ هزار و ۷۹۱ واحد قرار گرفت. در پایان معاملات یکشنبه، ۸۸ نماد رشد قیمت داشتند و ۵۸۶ نماد کاهش قیمت را تجربه کردند. به عبارت دیگر، ۱۳ درصد بازار رشـــد قیمت و ۸۷ درصد بازار افت قیمت داشتند.

ارزش خالـــص تغییر مالکیت حقوقی به حقیقی بازار پس از چندین هفته منفی شد و با ریزش شاخص کل و افت تراز سایر شاخص‌های آماری، خروج جریان پول حقیقی از جهات مختلفی مورد توجه قرار گرفت. با کاهش بیش از ۴ هزار میلیارد تومان از مالکیت حقیقی بازار در اولین روز اصلاحی شاخص کل، فعالان و تحلیلگران بازار سهام قدرت بالایی برای روند اصلاحی روبه‌روی بازار سهام متصور هستند. در معاملات یکشنبه بیشترین خروج پول حقیقی به سهام وبملت اختصاص داشت که ارزش تغییر مالکیت حقیقی به حقوقی آن ۲۶۸ میلیارد تومان بود. فولاد دومین رتبه خروج را داشـــت و پس از آن، نمادهای وبصادر، فملی، ذوب و شســـتا بیشترین خروج پول حقیقی را ثبت کردند. در سوی دیگر نیز فرود با ورود ۸۶ میلیارد تومان، بیشترین ورود پول حقیقی را داشت و تاصیکو و وشهر در رتبه‌های بعدی جای گرفتند.

نمادهای بزرگ بازار که در هفته‌های گذشـــته رشد قیمت بیشتری به نسبت ســـهم‌های سبک داشتند؛ دیروز با افت قیمت قابل توجهی همراه بودند و با تأثیر منفی موجب ریزش تراز شاخص شدند؛ به طوری که فولاد، فارس، فملی، کچاد و کگل بیشـــترین تأثیر را در ریزش بورس داشـــتند. ارزش معاملات بازار سهام به ۳۰ هزار و ۱۸۷ میلیارد تومان کاهش یافت. ارزش معاملات اوراق بدهی در بازار ثانویه ۵ هزار و ۶۹ میلیارد تومان بود که ۱۷ درصد از ارزش کل معاملات بازار را در این روز شـــامل می‌شـــود. ارزش معاملات خرد سهام نیز با کاهش ۱۴ درصدی به نسبت روز قبل به ۲۱ هزار و ۲۴۰ میلیارد تومان رسید.

بررسی تکنیکالی بورس تهران

بازار ســـهام در حالی به رنگ ســـرخ درآمد که در ابتدای روز و در نیمه اول بـــازار، گروه خودرویی و بانکـــی در ادامه روند روز قبل خود همچنان با اســـتقبال خرید مواجه بودند، اما با شـــروع نیمـــه دوم، خریداران دوام نیاوردند و مســـیر نزولی را در پیش گرفتند. در حالی که نماد خســـاپا از گروه خودرویی تمام تلاش خود را برای مثبت شدن می‌کرد، در نهایت در محدوده منفی یک درصدی کار را به پایان برد. اوضاع در شاخص هم‌وزن هم منفی بود این نماگر بازار با افت ۳۰ هزار واحدی همراه شـــد تا پایانی برای رشـــدهای چند وقت اخیر این نماگر باشد. همانطور که اشاره شد، شـــاخص کل بورس در معاملات روز یکشنبه با افت بیش از ۳,۷ درصدی مواجه شد تا در یک روز بیش از ۹۵ هزار واحد خود را از دست داده باشد و از محدوده ۲,۵ میلیون واحد برگشـــت نزولی را تجربه کند. ارزش بازار بورس نیز با افت ۳۷۰ همتی همراه شد تا به رقم ۹ هزار همت برسد. در حالی که ارزش معاملات بیش از ۱۷ هزار و ۳۰۰ میلیارد تومان رقم خورده بود. شـــاخص بورس از ابتدای آبان‌ماه تاکنون توانست بود بازدهی بیش از ۱۰۰ درصدی را نصیب سرمایه‌گذاران کند و با شکست مقاومت تاریخی خود یعنی رقم ۲ میلیون و ۱۰۱ هزار واحدی سال ۱۳۹۹ توانست به اعداد و ارقام بالاتری دست پیدا کند.

چند روزی بود شاخص بورس تهران از منظر تکنیکالی وارد هیجان بیش خرید در انواع اندیکاتورها بـــود، اما بازار بدون توجه به این موضوع تماما در صف‌های خرید قرار داشـــت و همچنین میزان ورود پول‌های حقیقی بـــه بازار در حال افزایش بود. این میـــزان افت در این محدوده‌ها می‌تواند تکنیکالیســـت‌ها را مجاب کند که بـــازار در یک‌روند اصلاحی قرار گرفته اســـت. شاید شـــاخص در روزهای آینده به اعداد و ارقام پایین‌تری نرسد و دچـــار اصلاح زمانی شـــود. به هر حال چیزی که با روند بازار مشـــهود اســـت، روند اصلاحی بازار (چه قیمتی و چه زمانی) در حال وقوع اســـت. تکنیکالیســـت‌ها اعداد و ارقام متفاوتی را برای اصلاح در نظر می‌گیرند و این افراد از الگوهای فیبوناچی برای محاسبه کف اصلاحی شاخص استفاده می‌کنند. از ســـوی دیگر تعدادی از این افراد ســـطوح حمایت، مقاومت کلاسیک را به‌عنوان سطوح مهم بازار در نظر خواهند گرفت. افراد دیگر از همین اعداد و ارقام رند در بازار استفاده می‌کنند؛ اعدادی همچون سطح ۲,۵ میلیون واحدی شاخص بورس.

تابستان امسال هم خاموشی خواهیم داشت

قطعی برق در کمین صنایع

موج گرمای هوا در ســـال ۱۴۰۲ زودتر از ســـال‌های گذشته آغاز شد و همین امر احتمال خاموشـــی و قطعی برق در ماه‌های پیش رو را بیش از پیش افزایش می‌دهد. با این حال، وزارت نیرو معتقد اســـت که تابستان امســـال بدون خاموشی سپری خواهد شـــد، اما فعالان بخش خصوصی صنعت برق بر این باورند که به دلیل عدم سرمایه‌گذاری مناسب، ناترازی ادامه دارد و امسال هم صنایع با قطعی برق روبه‌رو می‌شوند.

چالش ناترازی برق کماکان ادامه دارد؛ ناترازی مشکل جدی صنعت برق کشور است که با شـــروع موج گرما خود را نشان می‌دهد و در کنار قطعی برق منازل، قطعی برق صنایع نیز اتفاق می‌افتد که فعالان اقتصادی، آن را زمین‌گیر کردن صنعت خوانده‌اند. حالا با شـــروع فصل بهار و نزدیک شدن مـــوج گرمای هوا بار دیگر هشـــدارها و وعده‌ها در حـــوزه صنعت برق آغاز شده اســـت. در همین زمینه، «علیرضا کلاهی‌صمدی»، فعال اقتصادی در گفت‌وگو با «ایلنا» پیش‌بینی کرده است که امسال قطعی برق صنایع بسیار بدتر از پارسال باشد و حتی اگر اتفاقات غیرقابل پیش‌بینی مثل موج گرمای زیاد رخ دهد، شاید خیلی از شبکه‌های شهری هم دچار فروپاشی (کلپس) شود. به عقیده این فعال اقتصادی بخش خصوصی، در سال جاری نیز چالش ناترازی برق تداوم داشته و بدتر هم خواهد شد، ناترازی برق خروجی ناترازی مالی اســـت، بارها گفتیم که اقتصاد صنعت برق مشکل جدی دارد، از زمان تصمیم غلط و سیاسی-جناحی مجلس هفتم مبنی بر تثبیت قیمت‌ها، برق کمترین افزایش قیمت را بین همه حامل‌های انرژی و سایر خدمات دولتی داشته و این باعث شده است تا گودال صنعت برق هر سال عمیق‌تر شود و اگر فکر جدی نکنیم، این مشکلات قطعا ادامه‌دار خواهد بود.

چندین و چند سال است که تبعات بحران انرژی، گریبان بخش صنعت و عرصه‌های مولد را گرفته و با شـــروع موج گرمای هوا دچار خاموشـــی می‌شـــوند. بنابراین بـــا توجه به پیش‌بینی تکرار این شـــرایط بحرانی در تابستان امسال، مسئولان و متولیان امر از همین حالا باید به دنبال تدبیر و اقدام موثر در این زمینه باشند. «غلامحسین شافعی»، رئیس اتاق بازرگانی ایران در صدودومین نشســـت شورای گفت‌وگوی دولت و بخش‌خصوصی خراســـان‌رضوی گفته اســـت: موضوع تامین بـــرق واحدهای صنعتی در ماه‌های آتی مطالبه جدی بخش‌خصوصی و بنگاه‌های صنعتی کشـــور و استان است. تجربه تلخ محدودسازی یا قطع برق صنایع، در بزنگاه کمبود این انرژی، به دفعات در سال‌های گذشته تکرار شده و هر بار هم این بخش صنعت بوده که سنگین‌ترین تاوان را برای جبران آن پرداخت کرده است.

در هفتم فروردین‌ماه امسال، سخنگوی صنعت برق کشور قول داد که در سال ۱۴۰۲ خاموشی این صنعت کاهش یابد. «مصطفی رجبی مشهدی»، سخنگوی صنعت برق با اشاره به تابستان بدون خاموشی گفته است: برای امسال ۱۴۰ برنامه تنظیم کردیم که در سه محور است. یک بخش توسعه ظرفیت تولید نیروگاه‌های کشـــور است که کمک می‌کند برق بیشتری را بـــا هماهنگی وزارت صمت و نیرو به صنایع تحویل دهیم. ضمن اینکه تفاهم‌نامه‌ای در این زمینه امضا شـــده اســـت که بخشی از این نیروگاه‌ها مربوط به نیروگاه‌هایی می‌شـــود که در محل خود صنایع یا توســـط خود صنایع احداث می‌شـــود که ۱۴هزار مگاوات برای چهار سال برنامه‌ریزی شده است و برای تابستان امســـال ۱۵۰۰ مگاوات نیروگاه‌هایی است که صنایع احداث می‌کنند.

در ســـال ۱۳۹۹، مرکز پژوهش‌های اتاق ایران و سندیکای صنعت برق پژوهش مشترکی انجام دادند که براساس آن پژوهش، صنعت برق ایران وضعیت نامساعدی داشت؛ تا جایی که دسترسی به موقع به برق به یکی از چالش‌های فضای کسب و کار تبدیل شده است. براساس یافته‌های آن گزارش، صنعت برق کشور در آینده با کسری بودجه هزینه‌ای و سرمایه‌ای مواجه خواهد شـــد که احتمالا کار را سخت‌تر نیز خواهد کرد. حالا حدود یک سال و نیم زمان از آن گزارش می‌گذارد و این صنعت همچنان درگیر ناترازی‌های زیادی است.

حالا با گذشـــت حدود دو سال و نیم از انجام آن گزارش، باز هم فعالان اقتصادی از وضعیت هشـــدارآمیز صنعت برق و عملکرد وزارت نیرو گلایه دارند که مطالبات بخش خصوصی را پرداخت نمی‌کنند و این مسئله یکی از عواملی اســـت که باعث شده اســـت تا سرمایه‌گذاری در صنعت برق به دشواری انجام شـــود. «کلاهی‌صمدی» در این باره می‌گوید: وزارت نیرو پولی بابت تولید برق به بخش خصوصی نمی‌دهد در نتیجه توجیهی برای ســـرمایه‌گذاری وجود ندارد، بانک‌ها هم حاضر نیستند پروژه‌های برقی را فاینانس کنند، در حوزه پروژه‌های انتقال و توزیع نیز اساســـا ســـال‌ها در محدوده ۱۰ تا ۲۰ درصد مورد نیاز سرمایه‌گذاری کردیم، بنابراین بحران بعدی مـــا در این حوزه خواهد بود. همچنین «حمیدرضا صالحی»، فعال اقتصادی هم می‌گوید: در ۱۰ سال گذشته ما عملا سرمایه‌گذاری جدید در حوزه تولید نیروگاه و تولید برق را متوقف و فراموش کرده‌ایم و همان‌طور که کارشناســـان از سال‌ها قبل هشـــدار داده بودند، این موضوع سرانجام گریبان ما را گرفت. به عقیده وی، برق یک کالای تجاری اســـت و باید با قیمت عادلانه فروخته شود؛ باید سرمایه‌گذاری و زیرساخت‌های آن حفظ شود. راه‌حل مشکل صنعت برق در سرمایه‌گذاری و روابط تجاری است، نه در الگوی پاداش و تنبیه که راه‌حلی کوتاه‌مدت است.

چالش‌ها و راهکارهای تامین مالی استارت‌آپ

نویسنده: علی آل‌علی

شـــروع یک کسب و کار تازه رویای شیرینی محسوب می‌شود، اما نه وقتی پای تامین مالی‌اش وســـط باشد. خیلی از ایده‌های طلایی فقط و فقط به خاطر کمبود سرمایه سال‌ها یک گوشه خاک خورده و به مرور فراموش شـــده‌اند. در این میان کم نیستند کارآفرینانی که بعد از چند ماه جســـت‌وجو برای تامین مالی ایده‌شان کلا بی‌خیال ماجرا شده‌اند. خب اگر یافتن سرمایه اولیه تا این اندازه سخت است، اصلا چرا باید به خودمان زحمت دهیم؟

ما در روزنامه فرصت امروز معتقدیم تامین مالی اســـتارت‌آپ آنقدرها هم که بعضی‌ها فکر می‌کنند سخت نیست. اشتباه نکنید، ما اصلا قصد نداریم امید الکی به شـــما دهیم. در عوض مجموعه‌ای از راهکارها برای تامین مالی استارت‌آپ را با شما در میان می‌گذاریم تا کارتان کمی هم که شـــده راحت‌تر شود. پس با ما همراه باشـــید تا نگاهی به راه و چاه تامین مالی استارت‌آپ داشته باشیم.

منابع تامین مالی استارت‌آپ

فقط کســـانی که خودشان میلیاردر هستند، نگرانی بابت اوضاع مالی استارت‌آپ‌شان ندارند. اگر شـــما آنقدر خوش‌شانس هستید که چنین موقعیت مالی داشـــته باشید، لازم نیســـت این مقاله را مطالعه کنید؛ چراکه همین حالا هم تمام شـــرایط لازم برای شـــروع استارت‌آپ‌تان را دارید. روی صحبت ما در این مقاله با کارآفرینانی اســـت که یکی از مشکلات اصلی‌شان برای ورود به بازار بحث مالی است.

یافتن یک منبع مناســـب برای تامین مالی کار راحتی نیست. خیلی وقت‌ها آدم احســـاس می‌کند تایم سرمایه شـــبیه هزارتویی گیج‌کننده اســـت که هیچ راه فراری هم از آن به چشـــم نمی‌خورد. اگر شـــما هم چنین احساســـی دارید، در ادامه با ما همراه باشید تا خلافش را به شما ثابت کنیم. این شما و این هم بهترین منابع تامین مالی استارت‌آپ.

خانواده و دوستان: حامیان همیشگی شما

آدم وقتی قصد شـــروع یک کار تـــازه را دارد، معمولا حمایت روانی زیادی از طرف خانواده و دوســـتان دریافت می‌کند. فرقی ندارد شـــما تصمیم به ثبت نام در باشـــگاه را داشته باشـــید یا ایده‌ای جدید برای کارآفرینی به سرتان زده باشد، در هر صورت خانواده همیشه پشت‌تان خواهد بود. دوســـتان هم تا جای ممکن با شـــما همراهی خواهند کرد. پس بد نیست به عنوان اولین منبع برای تامین مالی استارت‌آپ به این گروه توجه نشان دهید.

گاهی اوقات بیزینس‌های بزرگ از دل یک همکاری میان دوســـتان شروع می‌شـــود. مثلا گوگل را در نظر بگیرید. داستان حیرت‌انگیز این برند از همکاری میان دو دوســـت با حداقل ســـرمایه ممکن شروع شد. پس بد نیست شما هم به چنین همکاری‌های دوستانه‌ای فکر کنید. به علاوه، لطفا همین حالا هر فکر و خیالی درباره شروع کار با بودجه‌های کلان را از ســـرتان بیرون کنید؛ چراکه کمتر کسی در همان ابتدای راه به شما و استارت‌آپ‌تان اعتمادی در حد چند صد هزار دلار خواهد کرد.

یادتان باشد، شـــما برای استفاده از خانواده و دوستان باید برنامه‌تان را کامل توضیح دهید. خب آنهـــا حق دارند درباره اهداف و برنامه‌های شـــما در بازار مطالبی دستگیرشان شـــود. وگرنه همکاری‌شان با شما بیشتر شبیه نوعی قمار خواهد بود تا یک سرمایه‌گذاری مطمئن. توصیه ما استفاده از دورهمی‌های دوســـتانه یا دیدارهای خانوادگی به عنوان فرصتی برای توضیح ایده‌تان اســـت. اینطوری خیلـــی راحت‌تر امکان درخواست برای تامین مالی اســـتارت‌آپ‌تان را پیدا می‌کنید و اعضای خانواده و دوستان هم واکنش بهتری نسبت به آن نشان می‌دهند.

به عنوان آخرین توصیه در این بخش، همیشه آماده واکنش مناسب در قبال جواب منفی اعضای خانواده یا دوســـتان باشـــید. هرچه باشد ارتباط شما با آنها نباید به خاطر چنین مسئله‌ای به هم بخورد.

حساب و دارایی‌های شخصی: گزینه‌ای مطمئن

آیا شـــما در طول ســـال‌های اخیر بخشـــی از درآمدتان را پس‌انداز کرده‌ایـــد؟ در این صورت احتمالا برای شـــروع یک کســـب و کار تازه مشکل زیادی نخواهید داشـــت. گاهی اوقات پس‌اندازهای کوچکی که آدم در طول سال انجام می‌دهد، واقعا به کار می‌آید. یکی از این حوزه‌ها مربوط به راه‌اندازی کسب و کار تازه است.

بی‌شـــک همه مردم به انـــدازه راه‌اندازی یک کســـب و کار پس‌انداز ندارنـــد. به همین خاطر باید دنبال راه‌های دیگری هم بود. البته کار ما با دارایی شـــخصی هنوز تمام نشده است. اگر شما خانه یا ملکی دارید، اســـتفاده از آن برای دریافت وام گزینه‌ای جذاب خواهد بود. اینطوری دیگر لازم نیســـت نگران مذاکره بی‌پایان با دیگران برای جذب سرمایه باشید.

توصیـــه ما برای دریافت وام از طریق املاک کمی صبر و شـــکیبایی است. شـــما قرار نیست اولین موسسه مالی که به پُست‌تان می‌خورد را مجاب به ارائه وام کنید. به علاوه، بانک‌های مختلف سیاســـت متفاوتی بـــرای ارائه وام دارند. پس قبل از اینکه کارتـــان را با عجله تمام کنید، دست‌کم به چند بانک سر بزنید. اینطوری بهترین وام ممکن با شرایط ایده‌آل را پیدا خواهید کرد.

حفظ کار روزمره: کارآفرینی در کنار کار عادی

برخـــی از کارمندان به محـــض اینکه ایده‌ای بـــرای کارآفرینی پیدا می‌کنند، شغل‌شـــان را رها کرده و دنبال تجربه‌ای جدید می‌روند. نکته مهـــم اینکه موفقیت در دنیای کســـب و کار مثل فیلم‌های ســـینمایی نیســـت. چه بسا اولین حضورتان در بازار با کلی مشکل همراه شود. آن وقت حسرت از دست دادن کار قبلی‌تان را خواهید خورد.

توصیه ما در این بخش برای تامین مالی اســـتارت‌آپ کمی عجیب به نظر می‌رســـد اما کاربرد خاص خودش را دارد. شما لازم نیست همیشه برای تحقق رویای‌تان در بازار از شـــغل‌تان بزنیـــد. در عوض یک ایده هوشـــمندانه ادامه کار فعلی‌تان در کنار فراهم‌سازی شرایط مربوط به اســـتارت‌آپ است. اینطوری دســـت‌کم خیال‌تان از بابت حقوق ماهانه راحت خواهد بود. چه بسا همین حقوق در ادامه مسیر به کارتان بیاید. خب تامین مالی که همیشه با رقم‌های بالا صورت نمی‌گیرد!

شرکت در مسابقات: ایده‌ای جدید و پرطرفدار

آیـــا تا حالا برنامه‌هایـــی که مخصوص معرفی استارت‌آپ‌هاســـت را دیده‌اید؟ در این برنامه‌ها نمایندگان یک اســـتارت‌آپ با یکدیگر رقابت می‌کنند تا دســـت آخر جایزه نهایـــی را ببرند. این جایزه معمولا کمک حیرت‌انگیزی برای تامین مالی استارت‌آپ‌ها محسوب می‌شود.

یادتان باشـــد، اســـتفاده از گزینه مورد بحـــث در این بخش فقط در صورتی منطقی اســـت که ایده‌تان برای راه‌اندازی کســـب و کار تا حد زیادی جذاب باشـــد. وگرنه دست‌تان در بازار برای همه رو می‌شود و از آن طرف حتی یک دلار هم تامین سرمایه نکرده‌اید.

اگر خیال‌تان بابت جذابیت اســـتارت‌آپ‌تان راحت اســـت، شرکت در برنامه‌های تلویزیونی گزینه وسوسه‌برانگیزی خواهد بود. شما برای این کار بایـــد اول از همه روی مهارت‌های ارتباطی‌تـــان کار کنید؛ چراکه بدون مهارت‌های ارتباطی کارتان حسابی گره خواهد خورد. هرچه باشد در یـــک برنامه تلویزیونی علاوه بر خودِ ایده کاری، فن بیان شـــما هم تاثیرگذار خواهد بود. پـــس باید خودتان را برای چنین رویدادی کاملا آماده کنید.

فروش سهام: استفاده از پتانسیل مردم

این روزها سهام بسیاری از شـــرکت‌ها در بورس عرضه می‌شود. این امـــر با هدف تامین فوری مالی صورت گرفته و در اغلب موارد موفقیت بالایی نیز به همراه دارد. با این حساب شما با گزینه‌ای رو به رو هستید که در طول سال‌های متمادی امتحانش را پس داده است.

چالش اصلی در مســـیر تامین مالی با اســـتفاده از ســـهام مربوط به رقابت گســـترده بین برندهای مختلف اســـت. شـــما لازم نیست حتما یک ســـرمایه‌گذار حرفه‌ای باشید تا اخبار مربوط به رقابت‌های نفسگیر این حوزه به گوش‌تان خورده باشـــد؛ چراکه خبرگزاری‌ها روزانه کم و کیف این رقابت را مخابره می‌کنند. بنابراین حضور در بورس یک بازی بلندمدت خواهد بود که کارآفرینان کم‌حوصله جایی در آن ندارند.

یادتان باشـــد، شما قرار نیست همه سهام استارت‌آپ‌تان را در بورس به فروش برسانید؛ چراکه این کار عملا شما را از کسب و کارتان بیرون می‌اندازد. در عوض بهتر اســـت تا جایی که نیاز دارید، ســـهام به بازار عرضه کنید. به علاوه، شـــما به عنوان مدیر یک اســـتارت‌آپ در قبال ســـهامداران مســـئول خواهید بود. پس الکی خودتان را با سهامداران متعدد درگیر نکنید.

آخریـــن توصیه ما در این بخش مشـــورت با چند مدیر باســـابقه در زمینه بورس است. شاید این گزینه خیلی وسواس‌گونه به نظر برسد، اما دست‌کم ذهنیتی درســـت درباره عرضه سهام در بورس به شما خواهد داد.

چالش‌های تامین مالی استارت‌آپ

شـــما تا اینجای کار با مهمترین راهکارهای تامین مالی اســـتارت‌آپ آشنا شـــدید. حالا نوبتی هم باشد باید نگاهی به چالش‌های این مسیر داشـــته باشـــیم. خب پیش خودتان که فکر نکردید توسعه استارت‌آپ یک کار راحت و بی‌دردســـر است؟ ما در این بخش برخی از مهمترین چالش‌هـــای اســـتارت‌آپ‌ها برای تامین مالی را زیـــر ذره بین می‌بریم. در کنار این مســـئله تلاش‌مان ارائه راهکارهای مفید برای حل مشکل موردنظر خواهد بود.

ارزیابی نیازهای مالی

اســـتارت‌آپ شما چقدر سرمایه لازم دارد؟ این سوالی است که خیلی از کارآفرینان حتی یک ثانیه هم درباره‌اش فکر نمی‌کنند. در دنیایی که اغلب مدیران فقط دنبال تامین ســـرمایه به هر شکلی هستند، حساب و کتاب دربـــاره میزان نیاز واقعی برندها امر عجیبی به نظر می‌رســـد. اگر شـــما هم چنین نظری دارید، باید هرچه زودتر ذهنیت‌تان نســـبت بـــه بازار را عوض کنید؛ چراکه با این دســـت‌فرمان خیلی در بازار دوام نخواهید آورد.

این روزها کمتر کسی میانه خوبی با حساب و کتاب‌های سختگیرانه دارد. با این حال شـــما بـــرای موفقیت در بازار باید این مشـــکل را به جان بخرید؛ چراکه با یک محاســـبه دقیق دیگر لازم نیســـت خودتان را بی‌جهـــت زیر قرض فراوان ببرید. خوشـــبختانه ایـــن روزها تیم‌های حســـابداری در سراسر دنیا در دسترس هســـتند. بنابراین اگر خودتان وقت یا مهارت لازم برای ارزیابی نیازهای کســـب و کار را ندارید، لازم نیســـت خیلی به خودتان فشـــار بیاورید. در عوض همکاری با یک تیم حسابداری قوی را در دستور کار قرار دهید تا خیال‌تان از بابت همه‌چیز راحت شود.

انتخاب بهترین گزینه برای تامین مالی

همانطور که در بخش‌های قبلی اشـــاره شد، شیوه‌های متنوعی برای تامین مالی استارت‌آپ در دسترس من و شماست. با این حال خیلی از کارآفرینان عملا در مواجهه با موارد گوناگون دچار ســـرگیجه می‌شوند. واقعا کدام روش برای اســـتارت‌آپ شما مناسب و کم‌هزینه خواهد بود؟ سوال فوق یک جواب ساده و سرراست ندارد. به همین خاطر باید کمی ماجرا را بیشتر واکاوی کنیم.

مـــا در روزنامه فرصـــت امروز معتقدیم هیچ راهـــکار کلی برای تمام کسب و کارها وجود ندارد. اگر شـــما دنبال تامین مالی استارت‌آپ‌تان هســـتید، باید قبل از هر کاری شـــرایط برندتان را یکبار به طور کامل زیر ذره بین ببرید. این کار به شـــما برای گردآوری اطلاعات کاربردی و تصمیم‌گیری بدون مشکل کمک خواهد کرد. یادتان باشد، هیچ‌کس به اندازه خودتان درباره شـــرایط شـــرکت خبر ندارد. پس الکی ســـراغ موسسات مختلف برای انتخاب گزینه مناسب تامین مالی نروید.

توسعه کسب و کار

هیچ استارت‌آپی در قبال تامین مالی فارغ از مسئولیت نیست. حتی اگر شـــما از اعضای خانواده‌تان برای تامین مالی اســـتارت‌آپ استفاده کنید، بازهم مشکلات خاص خودتان در این مسیر را خواهید داشت. به طوری بعد از گذشـــت چند ماه انتظارات اعضای خانواده برای بازگشت سرمایه شروع می‌شود. ماجرا خطرناک شد، نه؟

کارآفرینانی که هیچ برنامه‌ای برای بازگشـــت سرمایه ندارند، معمولا خیلی زود با مشکلات ریز و درشتی رو به رو می‌شوند. خب دیگران که پول‌شان را از سر راه نیاورده‌اند که همینطور بی‌برنامه تقدیم شما کنند!

فرمول ما در این بخش تقریبا ساده است. شما باید قبل از اینکه سراغ تامین مالی اســـتارت‌آپ‌تان بروید، دست‌کم یک برنامه برای ارائه سود به سرمایه‌گذارها طراحی کنید. گاهی اوقات این امر حساسیت بیشتری هم پیدا می‌کند. به طوری که شما نیاز به پلن‌های دیگری هم خواهید داشـــت. یادتان باشد، اگر در اولین تجربه‌تان نتوانید از پس بازپرداخت وام یا سرمایه تامین شده برآیید، دیگر هیچ‌کس در بازار به شما اعتماد نخواهد کرد.

توســـعه کســـب و کار مفهومی است که اعتماد ســـرمایه‌گذارها را به بهترین شـــکل جلب می‌کند. بســـیاری از کارآفرینان بـــرای اثرگذاری بهتر بر روی مخاطب هدف دائما دنبال راهکارهای متنوع هســـتند. اگر شـــما هم چنین دغدغه‌ای در سرتان دارید، باید یک برنامه جامع برای توسعه استارت‌آپ‌تان طراحی کنید. خیلی وقت‌ها سرمایه‌گذارها صرفا با مشـــاهده برنامه یک کسب و کار برای توسعه به آن اعتماد می‌کنند. پس منتظر چه هستید؟ همین امروز کارتان در این حوزه را شروع کنید تا از قافله جا نمانید.

تامین سرمایه به تنهایی

تامین سرمایه کاری نیست که شما در آن مثل قهرمان‌های بوکس یا کشتی یک تنه همه مســـئولیت‌ها را به دوش بکشید. از این نظر بحث تامین مالی بیشـــتر شبیه یک ورزش تیمی مثل والیبال است. اگر همه اعضای تیم نقش خودشـــان را به خوبی ایفا کنند، دست آخر موفقیت چشـــمگیری نصیب استارت‌آپ خواهد شد. در نقطه مقابل، کافی است هر کســـی ساز خودش را بزند تا اســـتارت‌آپ هنوز هیچی نشده با سر سقوط کند.

یادتان باشد در فرآیند تامین مالی استارت‌آپ باید ابعاد حقوقی، مالی و مشارکتی مورد توجه قرار گیرد. اغلب اوقات بررسی تمام این جزییات از توانایی یک کارآفرین خارج اســـت. بـــه همین خاطر تمرکز یک تیم کامل بر روی این شـــرایط ایده بهتری خواهد بود. این اتفاق نه تنها بار مسئولیت سنگینی را از روی دوش شما برمی‌دارد، بلکه دل‌تان همیشه بابت یک همکاری بلندمدت قرص خواهد بود.

توصیه کلیدی مـــا در این بخش مرور دوباره تمام جزییات مربوط به تامین مالی اســـتارت‌آپ قبل از امضای نهایی اســـت. اینطوری آخرین ابهام‌ها نیز از قرارداد رفع شـــده و شـــما آماده تامین ســـرمایه به شیوه مطمئن خواهید بود.

هزینه سرمایه به طور هوشمندانه

برنامه شـــما برای مرحله بعد از تامین ســـرمایه چیست؟ بر فرض که شما ســـرمایه مورد نیازتان را هم جفت و جور کردید، بدون یک برنامه دقیق آیا شانسی برای موفقیت باقی می‌ماند؟

آخرین چالشـــی که کارآفرینان در تامین ســـرمایه باید پشـــت سر بگذارند، بحث برنامه‌ریزی برای هزینه آن اســـت. متاســـفانه خیلی از کارآفرینـــان آنقدر درگیر کارهای مربوط به تامین مالی هســـتند که مرحله آخر را پاک فراموش می‌کنند. اگر شـــما هم چنین مشـــکلی دارید، کافی است کمی درباره دلیل جنب و جوش‌تان فکر کنید. اصلا چـــرا دنبال تامین مالی بودید؟ جواب این ســـوال نه تنها خیال‌تان را راحت خواهد کرد، بلکه برنامه‌ای منسجم برای توسعه کسب و کارتان به دست می‌دهد.

یکـــی از ایراداتـــی که تقریبا همـــه مدیران با آن رو به رو هســـتند، ســـهل‌انگاری در استفاده درست از منابع مالی است. انگار که به محض تامیـــن مالی دیگر هیچ دغدغه‌ای برای این دســـته از کارآفرینان باقی نمی‌ماند. امیدوارم دست‌کم شـــما چنین عادتی نداشته باشید؛ چراکه شما را قدم به قدم به ســـوی یک سقوط آزاد تمام عیار نزدیک خواهد کرد. آن وقت دیگر هیچ راه نجاتی برای کسب و کارتان نخواهد بود.

منابع:
https://www.startupgrind.com/blog/9-realistic-/ways-to-fund-your-startup
https://kodytechnolab.com/blog/startup-funding-/challenges-for-new-businesses

نماگر بازار سهام

تکنیک‌های مدیریت زمان برای مدیران

به قلم: توگبا یاناز
نویسنده حوزه کسب و کار
مترجم: امیر آل‌علی

در جهان مدرن امروز، روش کار کردن تفاوت‌های بســـیاری را پیدا کرده است. این امر در حالی است که هنوز هم بسیاری از افراد، شیوه‌های سنتی را انجام می‌دهند که در این زمینه عدم آگاهی، مهمترین عامل می‌باشد. این موضوع بدون شک باعث خواهد شد تا شما زمان کم آورده و با خســـتگی بیش از حد مواجه شوید. این موضوع بدون شک برای مدیران به علت حجم کار بالای آنها، مشـــهودتر محسوب می‌شود. در این راستا نکته‌ای که باید به آن توجه داشته باشید این است که بیش از ۷۴ درصد شرکت‌ها در کشور آمریکا، تصمیم دارند که در سال جاری محیط کار ترکیبی را امتحان کنند. این موضوع خود به خوبی نشـــان می‌دهد جهان به سرعت در حال تغییر است. این موضوع خصوصا برای مدیران، اهمیت بالاتری را به همراه دارد. دلیل این امر نیز به خاطر حجم کاری بسیار بالای آنها می‌باشد. این موضوع خود به خوبی می‌تواند باعث شود تا مدیران در معرض انواع بیماری‌ها قرار گرفته و مشکلات روحی پیدا کنند. درواقع تحت چنین شرایطی کاهش راندمان کاری نیز دور از انتظار نخواهد بود. در این زمینه بســـیاری از افراد تصور می‌کنند که برای مدیریت زمان بهتر، لازم اســـت تا شخصیت خود را تغییر داده و این موضوع بدون شک سخت محسوب می‌شود. این امر در حالی است که شما باید چند تکنیک را اجرا کنید. این موارد کاملا ساده بوده و هر فردی می‌تواند آن را اجرا نماید. در این راستا شش مورد ضروری، بررسی خواهد شد.

۱-به تقویم کاری خود توجه داشته باشید

درواقع این موضوع کمک خواهد کد تا شما همواره بدانید که باید چه کاری را در چه زمانی انجام دهید. این موضوع به زندگی شما نظم می‌دهد و کمک خواهد کرد تـــا از پرداختن به اقدامات دیگر، خودداری نمایید. درواقع یکی از مشکلات رایج افراد این است که در حین انجام کار، همواره به اقدامات دیگری نیز می‌پردازند. نمونه بارز این موضوع را می‌توان در چک کردن مداوم گوشی همراه، عنوان کرد. این امر در حالی است که شما پس از مدتی که یک کار را انجام می‌دهید، درگیر حالتی خواهید شد که در اصطلاح به آن جریان تجربه گفته می‌شود. در این زمان افراد در اوج تمرکز قرار دارند و می‌توانند اقدامات را به بهترین شکل و با بالاترین سرعت به پایان برسانند. نکته جالب این است که در چنین حالتی، افراد حتی متوجه مواردی نظیر گرسنگی و خستگی نیز نخواهد بود. با این حال رسیدن به این سطح زمانبر بوده و با وقفه‌های زیاد، عملا شانس خود را برای رسیدن به آن از دست خواهید داد. نکته دیگری که در این بخش باید به آن توجه نمایید این است که تقویم کاری باید مورد توجه جدی قرار بگیرد و موارد آن به شکل درست رعایت شود. درواقع پایبند نبودن نیز از دیگر اشتباهات می‌باشد. در تقویم خود نیازی نیست که فقط اقدامات و زمانبندی‌ها ذکر شـــود. درواقع شما می‌توانید یک بازنگری نسبت به زندگی خود داشته باشید و حتی مواردی نظیر برنامه غذایی و ورزشی درست را به آن اضافه کنید. این موضوع با توجه به این امر که توسط خودتان ایجاد شده است، دیگر رعایت آن سخت نخواهد بود.

۲-ریتم بدن خود را بشناسید

واقعیت این اســـت که هر فـــردی، ویژگی‌های خاص خود را دارد و این موضوع باعث می‌شـــود که یک برنامه کلی، کاربرد نداشته باشد. در این زمینه شما باید بدانید که چه ویژگی‌هایی دارید و ریتم‌بندی ما به چه صورت است. برای مثال ممکن است شما توانایی کار کردن برای ســـه ساعت را هم داشته باشـــید. این امر در حالی است که فرد دیگری ممکن است تنها ۴۵ دقیقه بتواند به کار خود ادامه دهد و در این زمینه نوع کار نیز عاملی تعیین‌کننده می‌باشد. درواقع هیچ دلیلی وجود ندارد که شما با ویژگی‌های خود وارد جنگ شوید.

ادامه در صفحه آخر

هیات موضوع قانون تعیین و تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی
آگهی موضوع ماده ۳ قانون و ماده ۱۳ آئین نامه قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی و اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی
برابر رای شماره ۱۴۰۲۶۰۳۱۸۶۰۳۰۰۰۶۳۴ مورخ ۱۴۰۲/۰۱/۲۰ 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 بلامعارض خانم کاملیا کمالی پور شیراز فرزند کوما به شماره شناسنامه ۱۲ صادره از رضوانشهر در قریه پسنک در سه دانگ مشاع از ششدانگ یک قطعه زمین مشتمل بر بنای احداثی به مساحت ۷۲/۹۷ متر مربع پلاک فرعی ۷۳۸۵ از اصلی ۵۶ مفروز مجزی از پلاک ۱۴ و غیره از اصلی ۵۶ واقع در بخش چهار رشت خریداری از مالک رسمی آقای الیاس حسینی خرطومی محرز گردیده است. لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می شود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند می توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دو ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید ظرف 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: ۱۴۰۲/۰۲/۱۸
تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۲/۰۳/۰۲
۳۰۰ م الف رئیس اداره ثبت اسناد و املاک ناحیه دو رشت - سعید بدوی
۱۱۴

هیات موضوع قانون تعیین و تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی
آگهی موضوع ماده ۳ قانون و ماده ۱۳ آئین نامه قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی و اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی
برابر رای شماره ۱۴۰۲۶۰۳۱۸۶۰۳۰۰۰۵۵۳ مورخ ۱۴۰۲/۰۱/۱۷ 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 بلامعارض آقای حسن آزادپور فرزند مسیب به شماره شناسنامه ۲۴ صادره از رامسر در قریه پل تالشان در ششدانگ یک قطعه زمین مشتمل بر بنای احداثی به مساحت ۵۰/۳۹ متر مربع پلاک فرعی ۶۳۱۷ از اصلی ۳۹ مفروز مجزی از پلاک ۳۸۲ از اصلی ۳۹ واقع در بخش چهار رشت خریداری از مالک رسمی آقای علی آذری محرز گردیده است. لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می شود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند می توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دو ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید ظرف 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: ۱۴۰۲/۰۲/۱۸
تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۲/۰۳/۰۲
۲۹۶ م الف رئیس اداره ثبت اسناد و املاک ناحیه دو رشت - سعید بدوی
۱۱۵

هیات موضوع قانون تعیین و تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی
آگهی موضوع ماده ۳ قانون و ماده ۱۳ آئین نامه قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی و اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی
برابر رای شماره ۱۴۰۲۶۰۳۱۸۶۰۳۰۰۰۶۳۳ مورخ ۱۴۰۲/۰۱/۲۰ 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 بلامعارض خانم لاله سیاسگذار خشکودهانی فرزند رمضان به شماره شناسنامه ۳۵۳ صادره از رشت در قریه پسنک در سه دانگ مشاع از ششدانگ یک قطعه زمین مشتمل بر بنای احداثی به مساحت ۷۲/۹۷ متر مربع پلاک فرعی ۷۳۸۵ از اصلی ۵۶ مفروز مجزی از پلاک ۱۴ و غیره از اصلی ۵۶ واقع در بخش چهار رشت خریداری از مالک رسمی آقای الیاس حسینی خرطومی محرز گردیده است. لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می شود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند می توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دو ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید ظرف 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: ۱۴۰۲/۰۲/۱۸
تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۲/۰۳/۰۲
۳۰۲ م الف رئیس اداره ثبت اسناد و املاک ناحیه دو رشت - سعید بدوی
۱۱۲

هیات موضوع قانون تعیین و تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی
آگهی موضوع ماده ۳ قانون و ماده ۱۳ آئین نامه قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی و اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی
برابر رای شماره ۱۴۰۲۶۰۳۱۸۶۰۳۰۰۰۴۶۸ مورخ ۱۴۰۲/۰۱/۱۴ 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 بلامعارض آقای امیر علی آرمند لشکیکی فرزند امیر به شماره شناسنامه ۲۵۸۲۳۴۹۴۱۰ صادره از رشت در قریه پسنک در ششدانگ یک قطعه زمین مشتمل بر بنای احداثی به مساحت ۲۱۱/۰۸ متر مربع پلاک فرعی ۷۳۸۶ از اصلی ۵۶ مفروز مجزی از پلاک ۳۳ از اصلی ۵۶ واقع در بخش چهار رشت خریداری از مالک رسمی آقای تقی قاسمی آلمالی محرز گردیده است، لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می شود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند می توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دو ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید ظرف 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: ۱۴۰۲/۰۲/۱۸
تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۲/۰۳/۰۲
۲۹۴ م الف رئیس اداره ثبت اسناد و املاک ناحیه دو رشت - سعید بدوی
۱۱۳

آگهی فقدان سند مالکیت
سند مالکیت ششدانگ یکباب آپارتمان مسکونی به مساحت ۸۹/۲۴ متر مربع قطعه ۲ تفکیکی تحت پلاک ۱۰۲۰۳ فرعی از ۴۳ اصلی بخش ۵ قزوین ذیل ثبت ۶۴۲۳۹ شماره دفتر ۳۱۲ صفحه ۶ و به شماره چاپی ۰۲۹۳۲۵ ه/ ۹۸ به نام آقای فرض اله کریمی صادر و تسلیم گردیده است. حال مالک آقای فرض اله کریمی با ارائه دو برگ فرم شهادت شهود به وارده ۶۸۰۳۰۱۵۹ مورخ ۱۴۰۱/۱۱/۱۷ مدعی شده که سند مذکور به علت سهل انگاری مفقود گردیده است و تقاضای صدور سند مالکیت المثنی خود را نموده که مراتب به استناد ماده ۱۲۰ آئین نامه اصلاحی قانون ثبت اعلام می گردد تا هر کس به نحوی از هر انحاء نسبت به ملک مذکور حقی داشت و یا معاملاتی به نفع او شده و یا مدعی وجود سند نزد خود باشد از تاریخ انتشار این آگهی تا مدت ده روز ضمن مراجعه به این اداره اعتراض خود را با ارائه اصل سند مالکیت و سند و سند معامله تسلیم نماید و چنانچه ظرف مدت مقرر اعتراض به این اداره نرسد و یا در صورت اعتراض اصل سند مالکیت ارائه نشود اداره ثبت المثنی سند مالکیت را طبق مقررات صادر و به متقاضی تسلیم خواهد کرد این آگهی در یک نوبت به شرح فوق منتشر خواهد شد.
فرح معینی –رئیس اداره ثبت اسناد و املاک منطقه ۲ قزوین
۱۲۵

آگهی موضوع ماده ۳ قانون و ماده ۱۳ آئین نامه قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی و اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی
برابر رای شماره ۱۴۰۱۶۰۳۰۹۰۰۱۰۰۲۳۳۲ مورخ ۱۴۰۱/۱۲/۹ کلاسه ۱۴۰۱۱۱۴۴۰۹۰۰۱۰۰۰۳۰۸ موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک منطقه یک قزوین تصرفات مالکانه بلامعارض متقاضی آقای سعید قاسمی به شناسنامه شماره ۲۵۳۶ کد ملی ۴۳۲۴۳۱۲۹۶۶ صادره فرزند محرمعلی در سه دانگ مشاع و آقای مصطفی سلطانی فرزند غلامحسن به شماره شناسنامه ۲۲۶۰ شماره ملی ۴۳۲۴۴۴۳۷۳۴ در سه دانگ مشاع از ششدانگ یک باب خانه به مساحت ۵۷/۰۴ متر مربع پلاک شماره ۱۸ فرعی از ۱۲۰ اصلی واقع در قزوین بخش ۴ حوزه ثبت ملک منطقه یک قزوین که در ازای سهم مشاعی متقاضی در سهم مالک متن قرار گرفته است لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می شود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند می توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دو ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید ظرف 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: ۱۴۰۲/۲/۱۸ تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۲/۳/۳
شعبان عسگری- مدیر واحد ثبتی حوزه ثبت ملک منطقه یک قزوین
۱۲۶

راهنمای طراحی بخش سوالات متداول

نویسنده: علی آل‌علی

تعامل با مشتریان همیشه همراه با سوالات متنوعی است که هر کسی را به چالش می‌کشد. احتمالا شما هم گاهی اوقات سرتان از سوالات مختلف مشتریان درد گرفته است. به طوری که برای یک لحظه هم که شده قید دنیای کارآفرینی را زده و دنبال یک حوزه دیگر بگردید. البته عرصه کسب و کار آنقدر جذابیت دارد که کسی را کاملا ناامید نکند. با این حال لازم نیست همیشه خودتان را حسابی اذیت کنید؛ چراکه بعضی از سوالات مشتریان دائما تکرار می‌شود. مثلا برندی را در نظر بگیرید که در زمینه توسعه نرم‌افزار ویرایش عکس فعالیت دارد. بی‌شک این برند دائما درباره نحوه کار با محصولاتش از مشتریان سوالات گوناگونی دریافت خواهد کرد. حالا اگر قرار باشد کارشناس‌های این برند به تک تک سوالات جواب دهند، دیگر سنگ روی سنگ بند نمی‌شود. طراحی بخش سوالات متداول یک استراتژی شناخته شده در بین کسب و کارهای مختلف است. این صفحه نه تنها در سایت بارگذاری می‌شود، بلکه گاهی اوقات در قالب کاتالوگ در اختیار مشتریان قرار می‌گیرد. شاید فکر کنید این ایده خیلی ابتدایی به نظر می‌رسد اما راستش را بخواهید، ماجرا کاملا متفاوت است. خب مگر مشتریان چه چیزی به غیر از یک توضیح دقیق درباره سوالات شان می‌خواهند؟ آیا تا حالا دقت کرده‌اید ارتباط با برندها چقدر سخت است؟ مشتریان معمولا دوست ندارند به طور مستقیم با یک برند تعامل داشته باشند. به همین خاطر تکنیک‌هایی مثل استفاده از ربات چت حسابی برای مشتریان جذاب است. کاربرد بخش سوالات متداول نیز دقیقا به همین خاطر جذاب است. بنابراین اگر نسبت به کاربرد بخش موردنظر شک و تردید دارید، باید خیلی زود آن را کنار بگذارید؛ چراکه شما را به جایی نخواهد رساند.

اگر شما هم در کسب و کارتان با سوالات تکراری زیادی رو به رو هستید، طراحی یک بخش مشخص برای پاسخگویی به این سوالات تکه گمشده پازل کسب و کارتان خواهد بود. پس بهتر است تا انتها با ما همراه باشید و صفر تا صد طراحی این بخش را یاد بگیرید.

شما در این مقاله ابتدا با یک تعریف دقیق از بخش سوالات متداول آشنا می‌شوید. سپس سراغ مزایای طراحی این بخش می‌رویم و در نهایت کارمان را با آموزش طراحی این صفحه مرور خواهیم کرد.

بخش سوالات متداول چیست؟

معلمی را در نظر بگیرید که همیشه اول سال با سوالات مشابهی درباره شیوه تدریس، ساعت شروع کلاس و نحوه برگزاری امتحانات رو به رو می‌شود. بی‌شک توضیح این نکات برای تمام دانش‌آموزان کاری نیست که مورد علاقه همه باشد. یک ایده هوشمندانه در این میان استفاده از کاتالوگی ساده برای توضیح این نکات است. اینطوری دیگر خبری از سوالات تکراری دانش‌آموزان و اولیا آنها نخواهد بود. ماجرا جالب شد، نه؟

کاتالوگی که در بخش بالا درباره‌اش حرف زدیم، چه ویژگی‌هایی باشد داشته باشد؟ درست حدس زدید: پاسخ به سوالاتی که دائما از سوی دانش‌آموزان تکرار می‌شود.

نسخه‌ای که در بالا برای معلم قصه‌مان پیچیدیم، در تمام کسب و کارها کاربرد دارد. اصلا بخش سوالات پرتکرار یعنی مجموعه‌ای از سوالاتی که مشتریان دائما مطرح می‌کنند، همراه با جواب‌های دقیق؛ به همین سادگی!

احتمالا با خودتان فکر می‌کنید بخش سوالات متداول خیلی راحت‌تر از آن چیزی است که فکرش را می‌کردید. خب در این صورت باید غافلگیرتان کنیم؛ چراکه اغلب کارآفرینان در طراحی این بخش خیلی زود به جاده خاکی می‌زنند. به طوری که نه خبری از سوالات واقعی مشتریان در بخش موردنظر است، نه حتی جواب‌های حرفه‌ای به چشم می‌خورد.

بخش سوالات متداول: مروری بر مزایا

چرا باید دست به طراحی بخش سوالات متداول بزنیم؟ این سوالی است که قبل از هر اقدامی در زمینه سوالات متداول باید زیر ذره بین برد. خب اگر این بخش واقعا تاثیرگذاری خاص خودش را نداشته باشد، اصلا چرا باید دنبال یادگیری‌اش رفت؟ ما در ادامه با بررسی برخی از مزایای بخش سوالات متداول سعی در پاسخگویی به ابهامات فوق داریم.

ایجاد تجربه مثبت در میان مشتریان

هیچ‌کس دوست ندارد کلی از وقتش را پای تعامل با برندها تلف کند. به ویژه اگر پای سوالات ساده وسط باشد، آن وقت ماجرا حسابی حرص آدم را درمی‌آورد. وقتی یک برند از قبل فکر همه جا را کرده و بخشی ویژه برای پاسخگویی به سوالات مشتریان اختصاص داده، خیال آدم راحت می‌شود. شما را نمی‌دانم، ولی من که دوست دارم ارتباطی سریع و بی‌دردسر با برندهای مورد علاقه‌ام داشته باشم. از آنجایی که کسب و کارهای بزرگ عملکردی عالی در این زمینه دارند، به قول گفتنی مشتریان را بد عادت کرده‌اند. پس شما هم نباید از قافله عقب بمانید!

ایجاد تجربه‌ای مثبت در میان مشتریان دستاوردی نیست که به همین سادگی‌ها محقق شود. خیلی وقت‌ها کارآفرینان برای موفقیت در بازار باید سال‌ها صبر کنند. اگر شما به اندازه کافی خوش‌شانس هستید که تعدادی مشتری ثابت برای برندتان داشته باشید، اصلا نباید روی آنها ریسک کنید. در عوض باید طراحی بخش سوالات متداول را به عنوان یک راهبرد حرفه‌ای در کانون توجه قرار دهید تا سطح رضایت مشتریان‌تان حتی بیشتر هم بشود.

صرفه‌جویی در وقت تیم فروش

فروشنده‌های حرفه‌ای وقت‌شان را صرف کار بر روی قراردادهای بزرگ می‌کنند. حالا اگر این وسط لازم باشد تک تک فروشنده‌ها هر روز با انبوهی از سوالات مشتریان دست و پنجه نرم کنند، چه اتفاقی خواهد افتاد؟ اجازه دهید کمی کمک‌تان کنیم. در صورت تداوم سناریوی بالا کم کم کیفیت کاری تمام اعضای تیم با سر سقوط خواهد کرد. یادتان باشد، کار بر روی پروژه‌های مهم در دنیای کسب و کار همینطور بدون برنامه امکان‌پذیر نیست. این شاید یکی از اولین درس‌هایی باشد که در هر دوره کارآفرینی آموزش داده می‌شود. البته یک نکته دیگر در این میان از قلم می‌افتد و آن اهمیت داشتن وقت کافی است. خب فروشنده‌ای که هر روز چند ساعت از زمان باارزشش صرف سوال و جواب‌های تکراری شود، دیگر فرصتی برای کار بر روی مسئولیت‌های مهمتر نخواهد داشت.

ماجرای بالا شبیه تجربه نویسنده‌ای است که برای گذران زندگی باید در یک رستوران نیز کار کند. کافی است یک لحظه هم که شده خودتان را جای چنین نویسنده‌ای قرار دهید تا متوجه اوضاع شوید. چنین نویسنده‌ای خیلی هنر کند چند برگی را همینطور بی‌هدف سیاه خواهد کرد و احتمالا خبری از موفقیت‌های بزرگ نخواهد بود!

تقویت سئو سایت

گوگل گاهی اوقات مثل معلم‌های سختگیر روی نکاتی خاص تاکید دارد. به طوری که اگر آنها را رعایت نکنید، خبری از سئو موفقیت‌آمیز نخواهد بود. یکی از این نکات که گوگل هیچ جوره از آن عقب‌نشینی نمی‌کند، بخش سوالات متداول است.

ما در روزنامه فرصت امروز همیشه گفته‌ایم گوگل برای وقت و رضایت کاربران اهمیت فوق‌العاده زیادی قائل است. به همین خاطر اصلا دوست ندارد کاربران ساعت‌ها معطل برند مورد علاقه‌شان شوند؛ آن هم برای یک جواب ساده!

اگر دوست دارید سایت‌تان خیلی زود در زمینه سئو پیشرفت کند، طراحی یک صفحه ویژه درخصوص سوالات پرتکرار ایده خوبی خواهد بود. یک میانبر حرفه‌ای دیگر در این میان استفاده از ربات‌های چت است. این ربات‌ها به خاطر هوش مصنوعی توانایی پاسخگویی سریع به سوالات کاربران را دارند. بنابراین حتی اگر سوالی برای مشتریان پیش بیاید که جوابش در صفحه اختصاصی‌تان نباشد، ربات چت اوضاع را مدیریت خواهد کرد. ماجرا جالب شد، نه؟

سئو محتوا یا سایت امری نیست که شوخی‌بردار باشد. گاهی اوقات برندهای بزرگ هم به خاطر اشتباهات کودکانه در این زمینه به سختی مجازات می‌شوند. بنابراین شما دیگر باید حساب کار دست‌تان بیاید.

فروش بیشتر

اولین مزیتی که برای صفحه سوالات متداول بدان اشاره کردیم، یک نتیجه منطقی دارد: افزایش فروش.

وقتی مشتریان از یک برند راضی باشند، دلیلی برای مقاومت در برابر خرید نخواهند داشت. این مشکلی است که خیلی از برندها دائما با آن دست و پنجه نرم می‌کنند. شاید شما هم گاهی اوقات با انصراف دقیقه ۹۰ مشتریان از خرید ناامید شده باشید. در این صورت صفحه سوالات متداوم جان‌تان را نجات خواهد داد.

دنیای کسب و کار با کسی شوخی ندارد. با این حال اگر قوانین آن را رعایت کنید، جایزه‌های خوبی نصیب‌تان خواهد شد. یکی از قوانین مهم در این میان افزایش فروش برندها به موازات افزایش رضایت مشتریان است. پس اگر فکر کرده‌اید همینطور الکی و بدون زحمت در بازار به سودهای کلان می‌رسید، سخت دراشتباهید.

طراحی بخش سوالات متداول: چطور و چگونه

حالا که خیال‌تان بابت تاثیر توجه به سوالات متداول راحت شد، باید نیم نگاهی به اصل ماجرا داشته باشیم. اصلا بر فرض که این استراتژی بهترین یار و دوست کسب و کارها باشد، اصلا چطور باید آن را طراحی کرد؟ اگر یادتان باشد، در مقدمه مقاله گفتیم خیلی از کارآفرینان موقع طراحی این بخش به جاده خاکی می‌زنند. اگر قرار باشد شما هم چنین تجربه‌ای را از سر بگذرانید، پس چه نیازی به این مقاله خواهد بود؟

امیدوارم توضیحات ما درباره بخش سوالات پرتکرار و مرور مزایای آن خیلی خسته‌تان نکرده باشد؛ چراکه هنوز اصل کار باقی مانده است. در ادامه با ما همراه باشید تا شیوه طراحی صفحه سوالات متداول را نیز با هم بررسی کنیم.

توفان ذهنی: شروعی ایده‌آل

اولین قدمی که باید بردارید، یافتن سوالاتی است که در سر مشتریان جریان دارد. نکته جالب اینکه اغلب اوقات کارآفرینان از همین اول کار مسیر را اشتباه می‌روند. به طوری که سوالات ذهنی خودشان را به جای سوالات مشتریان جا زده و اتفاقا از این کار راضی هم هستند!

ما در روزنامه فرصت امروز یک فرمول چند مرحله‌ای برای یافتن سوالات مشتریان داریم. اول از همه شما باید بر روی ارتباط‌تان با مشتریان حساب باز کنید. اگر یادتان باشد، ما بارها و بارها بر روی اهمیت مهارت‌های ارتباطی برای کارآفرینان تاکید کرده‌ایم. این تاکیدها یک چنین جاهایی به دردتان می‌خورد. کارآفرینانی که میانه خوبی با مشتریان دارند، خیلی راحت متوجه دغدغه‌های آنها خواهند شد. تنها کاری که از این مرحله به بعد باید انجام دهید، تبدیل دغدغه‌های مشتریان به سوال است. خب فکر کرده‌اید مشتریان سوالات‌شان را از کجا گیر می‌آورند؟

مرحله بعدی فرمول ما کمی سخت‌تر است. در این بخش شما باید خودتان را برای چند دقیقه هم که شده جای مشتریان قرار دهید. این کار به شما کمک می‌کند تا سوالات آنها را در ذهن مرور کرده و تجربه‌ای نصفه و نیمه از تعامل آنها با برندتان داشته باشید. فکر می‌کنم شما هم قبول دارید نگاه از بیرون به اوضاع شرکت همیشه نکات تازه‌ای به همراه دارد، مگر نه؟

توفان ذهنی معمولا روند یکسانی دارد. شما کافی است ذهن‌تان را بر روی یک مسئله (در اینجا سوالات پرتکرار مشتریان) متمرکز کنید و بعد هم بدون حتی یک ثانیه فکر کردن همه ایده‌های‌تان را روی کاغذ بیاورید. قبول دارم این کار شبیه دیوانگی به نظر می‌رسد اما واقعا جواب می‌دهد.

یادتان باشد، همه سوالاتی که به روش توفان ذهنی نوشته‌اید، الزاما کاربردی نیستند. پس بعد از آن باید کمی از وقت‌تان را برای انتخاب بهترین سوال اختصاص دهید. اینطوری کارتان خیلی راحت‌تر جلو رفته و دیگر لازم نیست نگران کیفیت سوالات باشید. به علاوه، فهرست سوالات متداول‌تان هم چندان طولانی نخواهد شد.

ویرایش سوالات: به وقت سختگیری

معمولا بعد از اینکه توفان ذهنی به پایان رسید، کلی سوال جلوی آدم خواهد بود. به طوری که گاهی اوقات حجم بالای سوالات آدم را وحشت‌زده می‌کند. آیا واقعا مشتریان این همه سوال از برندها دارند؟ جواب چنین سوالی کاملا مثبت است اما قرار نیست همه این سوالات پرتکرار باشند!

ما در این مقاله دنبال سوالات پرتکرار مشتریان هستیم. پس لازم نیست سراغ سوالات بی‌نهایت تخصصی برویم که فقط کارآفرینان به ذهن‌شان می‌رسد. چنین سوالاتی نه تنها به ذهن مشتریان نمی‌رسد، بلکه مشاهده‌شان برای خریداران آزاردهنده هم خواهد بود.

وقتی نوبت به ویرایش سوالات می‌رسد، هیچ‌کس به اندازه مشتریان توانایی کمک به یک برند را ندارد. خب آنها خودشان بهترین داور درباره سوالاتی هستند که دائما در سرشان چرخ می‌زند. به علاوه، شما با همین تکنیک توانایی بهبود ارتباط‌تان با مشتریان را هم خواهید داشت. اجازه دهید با هم روراست باشیم، مشتریان عاشق برندهایی هستند که دائما به فکر مخاطب خود هستند. شما با چنین کاری با یک تیر دو نشان می‌زنید؛ هم فهرست بلند بالای سوالات‌تان را ویرایش می‌کنید، هم اینکه ارتباط بهتری با مشتریان برقرار خواهید کرد.

بعد از اینکه کارتان با مشتریان تمام شد، احتمالا فهرست نهایی سوالات‌تان را خواهید داشت. با این حال هیچ وقت کار از محکم‌کاری عیب نمی‌کند. به همین خاطر ما در روزنامه فرصت امروز یک روش دیگر هم برای ویرایش سوالات آماده کرده‌ایم. این روش نوعی کپی‌برداری از روی دست برندهای بزرگ است. بدین صورت که شما باید سری به سایت برندهای بزرگ در حوزه کارتان بزنید و سوالات پرتکرار آنها را آنالیز کنید. قبول دارم این کار برای کارآفرینان مغرور کاملا سخت است اما برای توسعه کسب و کار باید چنین کارهای سختی را به جان بخرید.

یادتان باشد، سوالات پرتکرار مشتریان در یک حوزه همیشه شبیه به هم است. امکان ندارد مشتریان از یک برند مشهور سوالی پرتکرار داشته باشند ولی آن را نسبت به شما فاکتور بگیرند. پس الگی خودتان را با این فکر و خیال‌ها که کیفیت کارتان بی‌نهایت بالاست، گول نزنید.

توصیه نهایی ما در این بخش استفاده از یک فهرست کاربردی برای دسته‌بندی سوالات براساس میزان محبوبیت‌شان است. اینطوری شما یک نظم نسبی برای چینش سوالات خواهید داشت. البته کار هنوز کاملا تمام نشده و شما باید هفته به هفته سوالات‌تان را آپدیت کنید. هرچه باشد مشتریان در طول زمان سوالات تازه‌ای به ذهن‌شان می‌رسد. حالا اگر فهرست شما جوابی برای آن سوال دسته‌جمعی نداشته باشد، حسابی سنگ روی یخ خواهید شد.

برخی از کارها به مرور زمان برای آدم تبدیل به عادت می‌شود. به طوری که ترک آن عادت دیگر به این راحتی‌ها امکان‌پذیر نیست. توصیه ما درباره آپدیت مداوم سوالات پرتکرار در همین دسته قرار می‌گیرد. شاید اوایل خیلی احساس بدی درباره این کار داشته باشید اما خیلی زود آن را جزوی از روتین روزانه‌تان خواهید دید؛ به همین راحتی.

ساختاربندی سوالات: جایی که همه مشکل دارند!

چطوری باید سوالات پرتکرار را جلوی روی مخاطب قرار داد؟ این سوالی است که خیلی از کارآفرینان حتی بدان فکر هم نمی‌کنند. چه برسد به اینکه جوابی درست و حسابی برای آن داشته باشند. البته اینجا از این خبرها نیست؛ چراکه ما اصلا دوست نداریم کار شما حتی یک ایراد جزئی هم داشته باشد.

اولین نکته‌ای که شما باید مدنظر داشته باشید، نحوه چینش سوالات است. به زبان خودمانی، شما چطور سوالات‌تان را برای مخاطب منظم خواهید کرد؟ بدترین شیوه برای چنین کاری استفاده از ترتیب الفبایی است. اینطوری شما نهایت بی‌توجهی‌تان به دغدغه‌های مشتریان را نشان می‌دهید. خب هرچه باشد مشتریان اولویت‌های مهمی برای خودشان دارند که اتفاقا اهمیت هر کدام برای‌شان متفاوت است!

شما در این بخش باید به نوعی نظم حاکم بر سوالات مشتریان را پیدا کنید. اینکه کدام سوال برای مشتریان مهمتر است، فقط از تجربه کارآفرینان به دست نمی‌آید. در عوض شما باید همیشه روی نظرسنجی‌های آنلاین هم حساب باز کنید. اگر کارآفرین باسابقه‌ای در بازار باشید، خیلی خوب عصر نظرسنجی‌های تلفنی را به یاد دارید. از آنجایی که این روزها مردم حوصله چنین روش‌هایی را ندارند، توصیه ما استفاده از نظرسنجی‌های آنلاین است. مثلا ابزار سروی مانکی (Survey Monkey) را در نظر بگیرید؛ این ابزار امکان طراحی نظرسنجی‌های آنلاین را به شما می‌دهد. بنابراین مشکلی از بابت طراحی نظرسنجی نخواهید داشت.

گاهی اوقات سوال بیش از اندازه مشتریان را حسابی ناراحت می‌کند. یکی از انتظارات مشتریان در دنیای دیجیتال پیش‌بینی درست برندها از نیازهای‌شان است. حالا اگر یک برند حتی توانایی پیش‌بینی سوالات رایج مشتریان را هم نداشته باشد، احتمالا خیلی زود تک تک مشتریان قید آن را می‌زنند. بنابراین باید یک روش مطمئن برای جلوگیری از این اتفاق شوم داشته باشیم.

این روزها ابزارهای زیادی برای جست‌وجوی کلیدواژه‌ها در اختیار کارآفرینان قرار دارد. چنین ابزارهایی به شما فرصتی عالی برای یافتن سوالات مهم مشتریان می‌دهد. اینطوری ساختاربندی سوالات براساس اهمیت‌شان برای مشتریان ساده خواهد شد. یکی از بهترین ابزارها در این رابطه گوگل کی وردز (Google Keywords) است. این ابزار اطلاعاتی جامع درباره کلیدواژه‌های پرکاربرد در بین کاربران به شما می‌دهد. نکته جالب اینکه شما امکان انتخاب فیلترهایی مرتبط با کسب و کارتان را هم دارید. نتیجه کار هم دسترسی به کلیدواژه‌هایی کاملا تخصصی در حوزه کاری‌تان خواهد بود. به طوری که دیگر لازم نیست نگران نظم سوالات مشتریان باشید.

یکی از ایده‌های مناسب دیگر برای نظم‌دهی به بخش سوالات متداول استفاده از بخش‌بندی موضوعی است. مثلا اگر شما در زمینه کار با محصولات، شیوه پرداخت هزینه سفارش و نحوه مرجوعی سوالات پرتکرار را پیدا کرده‌اید، استفاده از یک دسته‌بندی سه بخشی براساس موضوعات بالا کارتان را حسابی راحت خواهد کرد. اینطوری دیگر لازم نیست مشتریان را با سوالاتی درهم و برهم شوکه کنید. به علاوه، دسته‌بندی سوالات به شما کمک می‌کند حجم بسیار کمتری را جلوی روی مشتریان قرار دهید. شما را نمی‌دانم، ولی من که از رویارویی با چند صفحه سوال حسابی شوکه می‌شوم. پس چه بهتر که با بخش‌بندی موضوعی سوالات این بار سنگین را از روی دوش مشتریان‌تان بردارید.

طراحی قالب: جایی که باید سئو را به خاطر داشت

معمولا صفحات مربوط به سوالات متداول در سایت برندها بارگذاری می‌شود. به طوری که مشتریان برای دسترسی به این سوالات باید حتما وارد سایت برند شوند. این نکته از نظر سئو خبر بی‌نهایت خوشی است؛ چراکه ترافیک سایت را بی‌نهایت افزایش می‌دهد. البته فقط به این شرط که عملکرد خوبی در زمینه طراحی قالب این بخش هم داشته باشید.

خیلی وقت‌ها برندها سوالات دقیقی را جواب می‌دهند، اما به خاطر ساختار افتضاح سایت و به ویژه قالبش دل هیچ‌کدام از مشتریان را به دست نمی‌آورند. چنین تجربیاتی نه تنها اوضاع یک برند را حسابی به هم می‌ریزد، بلکه دیگر انگیزه‌ای در آدم برای ادامه کار باقی نخواهد گذاشت. درست به همین خاطر ما در زمینه طراحی قالب سایت همیشه بر روی استفاده از طرح‌های مینیمال تاکید داریم. شاید برای‌تان جالب باشد چرا در دنیایی که گرافیست‌ها کلی طرح شلوغ برای قالب سایت دارند، باید سراغ الگوی مینیمال رفت. جواب این سوال ساده است: طرح‌های مینیمال هیچ وقت از مُد نمی‌افتند!

یادتان باشد، قالب‌های شلوغ همیشه موجب سردرگمی کاربران می‌شود. بنابراین هیچ بعید نیست کاربران کلا سوال‌شان را هم یادشان برود. پس یک لطفی به خود و مشتریان‌تان کرده و دور قالب‌های شلوغ را خط بکشید. اینطوری اوضاع‌تان خیلی بهتر خواهد بود.

نکته دیگری که درباره قالب سایت باید مدنظر داشته باشید، اهمیت سرعت بارگذاری سایت است. معمولا قالب‌های بی‌نهایت سنگین سرعت سایت را کاملا می‌گیرند. در این شرایط شما هیچ کنترلی بر روی تجربه کاربران از سایت‌تان نخواهید داشت. نکته جالب ماجرا وقتی شروع می‌شود که کمی درباره تاثیر قالب‌های سنگین بر روی سرعت بارگذاری سایت بدانید. این نکته از نقطه نظر سئو هم فاجعه‌ای تمام عیار برای سایت‌تان خواهد بود. پس چه بهتر که از همان اول کار یک قالب درست و حسابی برای سایت‌تان انتخاب کنید. اینطوری دیگر نگرانی بابت سرعت بارگذاری یا هر مشکل دیگری نخواهید داشت.

توصیه نهایی ما در این بخش توجه به بازخوردهای دریافتی از کاربران برای آپدیت قالب سایت یا سایر جزییات مربوط به سایت است. این امر به شما ایده‌های تازه و دست اولی درباره سایت‌تان می‌دهد. به طوری که با شنیدن برخی از بازخوردها کاملا شوکه خواهید شد.

سخن پایانی

طراحی بخش سوالات متداول یکی از نیازهای اساسی برای هر کسب و کاری محسوب می‌شود. شما الان پیش‌نیازهای لازم برای طراحی این بخش را کاملا در اختیار دارید. پس همین امروز دست به کار شده و طراحی این بخش کلیدی را شروع کنید. هرجا هم سوالی داشتید، ما در روزنامه فرصت امروز همیشه آماده کمک به برندتان هستیم.

منابع: https://www.wordstream.com/blog/ws/2023/04/24/faq-page
https://www.semrush.com/blog/faq-pages/

نوبت دوم

آگهی مناقصه همراه با ارزیابی کیفی
شماره مناقصه ۲ - ۱۴۰۲/۲ م ن (یک مرحله ای)

شناسه آگهی ۱۴۹۲۳۰۶

سازمان بنادر ودریانوردی
اداره کل بنادر و دریانوردی استان بوشهر

شماره سامانه ستاد ۲۰۰۲۰۰۳۷۰۲۰۰۰۰۰۸

سازمان بنادر و دریانوردی / اداره کل بنادر و دریانوردی استان بوشهر

موضوع مناقصه: راهبری، تعمیر، سرویس و نگهداری تجهیزات مخابرات بیسیم، الکترونیکی و توسعه بسترهای ارتباطی اداره کل بنادر و دریانوردی استان بوشهر

محل، مهلت و نحوه دریافت اسناد: از تاریخ درج آگهی (روز یکشنبه مورخ ۱۴۰۲/۲/۱۷) تا ساعت ۱۷:۰۰ روز شنبه مورخ ۱۴۰۲/۲/۲۳ با مراجعه به سایت (setadiran.ir) اسناد مناقصه را دریافت نمایند.

- محل و مهلت تسلیم اسناد مناقصه: مناقصه گران باید پیشنهادها را تا ساعت ۱۷:۰۰ روز شنبه مورخ ۱۴۰۲/۳/۶ در سامانه ستاد به آدرس (setadiran) بارگذاری نموده و تنها نسخه فیزیکی پاکت الف (ضمانتنامه) را تا ساعت ۱۴:۳۰ روز شنبه مورخ ۱۴۰۲/۳/۶ به دبیرخانه مناقصه گزار با رعایت موارد مندرج در اسناد مناقصه تحویل دهند.

- محل و زمان بازگشایی پیشنهادها: پیشنهادهای مناقصه گران راس ساعت ۰۹:۰۰ روز یکشنبه مورخ ۱۴۰۲/۳/۷ در محل ساختمان مرکزی به آدرس دستگاه مناقصه گزار مفتوح خواهد شد.

تاریخ جلسه توجیهی: ساعت ۹:۰۰ روز شنبه مورخ ۱۴۰۲/۲/۳۱ با حضور نماینده مناقصه گران (ارایه معرفی‌نامه از مناقصه‌گر با ذکر عنوان مناقصه الزامی است) در محل سالن جلسات مناقصه گزار مفتوح خواهد شد. ضمنا حضور مناقصه گران در جلسه توجیهی الزامی می باشد.

سپرده شرکت در مناقصه: مناقصه گران باید ضمانتنامه بانکی بدون قید و شرط و قابل تمدید به دفعات به مبلغ ۴/۳۰۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال؛ یا اصل فیش واریز وجه به حساب شبا IR۷۷۰۱۰۰۰۰۴۱۰۱۰۶۴۵۷۱۲۱۴۹۲۹ نزد بانک جمهوری اسلامی ارائه نمایند.

شناسه ملی دستگاه مناقصه گذار: ۱۴۰۰۰۱۸۰۶۱۴

کد اقتصادی دستگاه مناقصه گذار: ۴۱۱۳۱۹۵۷۷۹۸۶

- آدرس دستگاه مناقصه گزار: بوشهر- بزرگراه طالقانی- بلوار بندر- اداره کل بنادر و دریانوردی استان بوشهر- کدپستی ۷۵۱۷۶۳۸۴۸۰ – تلفن ۷- ۳۳۳۲۲۰۵۱، فاکس ۶۵۰۰- ۳۱۶۶۶۷۰۰، پست الکترونیک info@bpmo.ir آدرس سایت www.bpmo.ir

برآورد پروژه: ۸۶/۰۰۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال

- مدت پروژه: ۱۲ ماه

شرایط لازم: (ارائه مدارک و مستندات ذیل الزامی است)

۱- داشتن حداقل پایه ۵ در رشته ارتباطات و فناوری اطلاعات از سازمان برنامه و بودجه کشور

۲- ارائه گواهینامه تایید صلاحیت ایمنی پیمانکاری صادر شده توسط وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی

۳- داشتن ظرفیت خالی ریالی و تعدادی در حد برآورد انجام کار(ملاک وب سایت سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی).

- مدت اعتبار پیشنهادها: مدت اعتبار پیشنهادها باید ۹۰ روز باشد.

تاریخ انتشار نوبت اول ۱۴۰۲/۲/۱۷ — تاریخ انتشار نوبت دوم ۱۴۰۲/۲/۱۸

اداره کل بنادر و دریانوردی استان بوشهر

۱۲۴

نوبت دوم

آگهی

شناسه آگهی : ۱۴۷۳۳۹۶

سازمان بنادر و دریانوردی
اداره کل بنادر و دریانوردی خرمشهر
منطقه آزاد بندر خرمشهر

به استناد درخواست مالک شناور مبینا با شماره ثبت ۲۰۷۴۴ بندر خرمشهر مبنی بر ابطال ثبت و تغییر تابعیت شناور مذکور، بدین وسیله از کلیه اشخاص حقیقی و حقوقی که نسبت به عین یا منفعت کشتی موصوف ادعایی دارند،تقاضا می گردد حداکثر ظرف مدت یک هفته از تاریخ درج آگهی به همراه مستندات لازم به سازمان بنادر و دریانوردی (اداره ثبت کشتی ها و صدور گواهینامه های دریایی) مراجعه نمایند.
مراتب به موجب ماده ۵ آیین نامه اجرایی ماده ۷ قانون دریایی ایران آگهی می شود.

م/الف:۲۶۵

تاریخ انتشار نوبت اول:۱۴۰۲/۰۱/۱۹ — تاریخ انتشار نوبت دوم:۱۴۰۲/۰۲/۱۸

اداره مرکزی بازرسی و ثبت شناورها
روابط عمومی اداره کل بندر و دریانوردی خرمشهر

۱۰

نوبت دوم

آگهی مناقصه (ارزیابی کیفی)
کد فراخوان در سامانه ستاد ۲۰۰۲۰۹۲۴۰۹۰۰۰۰۱۹

شناسه آگهی : ۱۴۸۹۳۹۵

شرکت ملی گاز ایران
شرکت گاز استان خراسان رضوی

۱) مناقصه گزار: شرکت گاز استان خراسان رضوی
۲) موضوع مناقصه: توسعه شبکه ، نصب انشعابات و تجهیزات در سطح ناحیه گازرسانی نیشابور
۳) شرایط اولیه متقاضیان:
الف- دارابودن پایه در رشته تاسیسات و تجهیزات از سازمان برنامه و بودجه
ب- دارا بودن ظرفیت خالی ارجاع کار از نظر ریالی و تعداد
ج- دارا بودن گواهینامه تأیید صلاحیت ایمنی از اداره کارو امور اجتماعی
د- ثبت نام در سایت www.setadiran.ir و دریافت گواهی امضای الکترونیکی
۴) دریافت کاربرگهای استعلام ارزیابی کیفی : از سایت مذکور از ساعت ۰۸:۰۰ مورخ ۱۴۰۲/۰۲/۱۷ تا مورخ ۱۴۰۲/۰۲/۲۱ اعلام شده در سامانه ستاد
۵) بارگذاری اسناد استعلام ارزیابی کیفی به همراه مستندات مربوطه مطابق مندرجات آن تا مورخ ۱۴۰۲/۰۳/۰۶ اعلام شده در سامانه ستاد
۶) نوع و مبلغ تضمین شرکت در فرآیند ارجاع کار : مطابق مصوبه شماره ۱۲۳۴۰۲/ت۵۰۶۵۹هـ هیأت محترم وزیران و اصلاحیه های بعدی آن می باشد
تبصره: مطابق آیین نامه اجرایی قانون حمایت از شرکتها و موسسات دانش بنیان و اصلاحات بعدی آن، شرکتها و موسسات دانش بنیان دارای صلاحیت مورد نیاز، شامل تخفیف ۵۰ درصدی در مبلغ سپرده تضمین شرکت در فرآیند ارجاع کار می باشند.
۷) یادآور می گردد کلیه مراحل مناقصه از طریق درگاه سامانه تدارکات الکترونیکی دولت(ستاد) به آدرس www.setadiran.ir انجام خواهد شد.
۸) رعایت قانون حداکثر استفاده از توان تولیدی و خدماتی کشور و حمایت از کالای ایرانی الزامی است و صرفا موسسات و شرکتهای ایرانی ثبت شده در فهرست توانمندی های مندرج در سامانه توانیران مجاز می باشند.
شایان ذکر است دسترسی به متن این آگهی، در سایت www.nigc-khrz.ir امکان‌پذیر بوده و در صورت نیاز به کسب اطلاعات بیشتر با تلفن: ۳۷۰۷۲۲۱۲-۰۵۱ تماس بگیرید.

تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۲/۰۲/۱۷ — تاریخ انتشار نوبت دوم : ۱۴۰۲/۰۲/۱۸

روابط عمومی شرکت گاز خراسان رضوی

۱۲۲

مدیر شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی منطقه اعلام کرد؛

صرفه جویی بیش از ۷۰۰ میلیون لیتری مصرف بنزین در آذربایجان شرقی

تبریز – فلاح: مدیر شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی منطقه آذربایجان شرقی از صرفه جویی بیش از ۷۰۰ میلیون لیتری در مصرف بنزین طی سال ۱۴۰۱ در این منطقه خبر داد.

ناصر راشدی ضمن اشاره به اهتمام مدیریت و مسئولین منطقه در راستای جایگزینی گازطبیعی بجای سوخت مایع در بخش های مختلف مصرف گفت: در سال ۱۴۰۱ مصرف سی ان جی در بخش حمل و نقل استان بیش از ۷۰۰ میلیون مترمکعب بوده که با این میزان مصرف سی ان جی در مصرف بنزین معادل ۷۰۰ میلیون لیتر صرفه جویی گردیده است.

مدیر شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی منطقه آذربایجان شرقی با بیان اهمیت توسعه صنعت سی ان جی و کاهش آلاینده های زیست محیطی ناشی از مصرف سوخت های فسیلی افزود: هم اکنون طرح ملی تبدیل رایگان خودروهای عمومی باری و مسافری به سی ان جی در استان در حال اجرا بوده و مالکین خودروهای مذکور می توانند با ثبت نام در سایت GCR. IR.NIOPDC و دریافت نوبت نسبت به دوگانه سوز نمودن خودروی خود اقدام نمایند.

راشدی تصریح کرد: در خصوص استانداردسازی جایگاههای عرضه گاز طبیعی با پیگیری های مستمر و تعامل با سازمانهای مربوطه کنترل و نظارت کامل بعمل آمده تا خدمات سوخت رسانی مطمئنی در جایگاهها عرضه گردد. به گفته وی جایگاههای سوخت استان ۳۵۵ باب می باشد که در ۱۷۶ باب آن سوخت سی ان جی عرضه می گردد.

تبدیل خودروهای عمومی باری و مسافری در طرح گازسوز کردن

مدیر شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی منطقه آذربایجان شرقی همچنین با اعلام تبدیل بیش از ۱۹۰۰۰ خودروی عمومی باری و مسافری در طرح گازسوز نمودن خودرو در منطقه آذربایجان شرقی از تداوم اجرای این طرح در استان خبر داد.

ناصر راشدی با اشاره به تداوم اجرای طرح ثبت نام و تبدیل رایگان سوخت سی ان جی در استان گفت: با تلاش مستمر و انجام اطلاع رسانی تاکنون تبدیل بیش از ۱۹۰۰۰ خودروی مسافری و باری در استان جهت بهره مندی از مزایای طرح گازسوز نمودن خودرو صورت پذیرفته است.

مدیر شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی منطقه آذربایجان شرقی با بیان مزایای اجرای طرح تبدیل رایگان سوخت سی ان جی خودروهای عمومی باری و مسافری افزود: با توجه به منابع سرشار و عظیم گاز طبیعی در کشور، رشد و توسعه صنعت سوخت پاک علاوه بر کاهش آلایندگی های زیست محیطی و صرفه جویی در هزینه های مراحل تأمین و توزیع سوخت مایع، شکوفایی اقتصادی استان را نیز در پی خواهد داشت.

راشدی یادآور شد: مالکین خودروهای عمومی باری و مسافری در استان آذربایجان شرقی که تاکنون موفق به ثبت نام و دریافت نوبت دوگانه سوز نمودن رایگان خودروی خود نشده اند می توانند با مراجعه به سایت ir.niopdc.GCR ثبت نام نموده و در این طرح شرکت نمایند.

مدیر شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی منطقه آذربایجان شرقی در خاتمه با اشاره به اینکه ۱۹ کارگاه مجاز در اجرای طرح مذکور در سطح استان همکاری دارند، اظهار داشت: با پیگیری مدیریت و مسئولین منطقه و سرمایه گذاری مناسب بخش خصوصی و شهرداریها با افزایش تعداد جایگاههای سی ان جی، از ۳۵۵ باب جایگاه عرضه سوخت استان تعداد ۱۷۶ باب تجهیز جایگاه مربوط به جایگاههای عرضه سی ان جی می باشد.

مراحل پایانی استقرار نرم افزار CRM در آبفای استان اصفهان

اصفهان - معصومه قاسمی: در حاشیه جلسه اطلاع رسانی رویدادها و بحران های صنعت آبفا، با حضور مدیر عامل و معاون راهبری و نظارت بر بهره برداری شرکت مهندسی آب و فاضلاب کشور و مدیران عامل شرکت های آب و فاضلاب استانی از طریق ویدئو کنفرانس، مدیر عامل آبفای استان اصفهان از مراحل پایانی ارتقای مرکز تماس(۱۲۲) و استقرار نرم افزار CRM در اصفهان خبر داد.

حسین اکبریان اعلام کرد: انتظار می رود تاپایان اردیبهشت ماه جاری نرم افزار CRM در آبفای استان اصفهان راه اندازی شود و در مراحل بعدی، ارتباط سایر نرم افزارهای موجود و فعال در شرکت شامل نرم افزار مشترکین، بهره برداری ، GIS، و اتوماسون اداری با نرم افزار CRM برقرار می شود که مهم ترین کارکرد آن هماهنگی بین بخش های داخلی شرکت بوده که با ایجاد یک دید ۳۶۰ درجه ، ارتقای سطح رسیدگی به نیازهای مشتریان و رضایتمندی را در پی خواهد داشت.

وی افزود: در چند ماه اخیر ارتقای مرکز تماس آبفای استان اصفهان در دستور کار قرار گرفته است و درصدد راه اندازی دیگر درگاه های ارتباطی مانند وب سایت، ایمیل ، چت آنلاین ، شبکه های اجتماعی ، اپلیکیشن و غیره جهت تسریع در ثبت درخواست های مشتریان با هدف کاهش ترافیک خط تلفنی ۱۲۲ به ویژه در ایام پیک تماس ها هستیم.

مدیرعامل آبفای استان اصفهان با اشاره به راهکارهای عملیاتی گذر از پیک تابستان گفت: رعایت اصول امنیتی و پدافند غیرعامل درخصوص شبکه تله متری و عدم اتصال و ارتباط این شبکه با شبکه اتوماسیون داخلی و اینترنت، سرکشی مستمر به ایستگاه ها و تاسیسات آب، هماهنگی با امور انرژی درخصوص تعمیر تجهیزات انرژی بر از قبیل الکتروموتورها، تابلوهای برق، درایوها، سافت استارت ها و .. ، تجهیز کلیه مبادی ورودی شهرها و نقاط برداشت آب از خطوط انتقال به فلومتر و اتصال آن به سامانه تله متری، مانیتورینگ و پایش سامانه تله متری و سامانه پایش فشار و استفاده بهینه از ظرفیت ایجاد شده جهت کنترل بحران و مدیریت تولید و توزیع آب شرب ازمهم ترین تدابیر جهت گذر از پیک تابستان است.

اکبریان به اقدامات دیگر در زمینه توزیع عادلانه آب در شهرها و روستاهای استان در فصل گرما پرداخت و اظهار داشت: هماهنگی با شرکت های توزیع برق و امور مربوطه به منظور افزایش پایداری تامین برق تاسیسات، جدیت در رفع نواقص برقی و نگهداشت اصولی تجهیزات انرژی بر، مطابق گزارشات ارسالی امور انرژی و سیستم های کنترل، استاندارد سازی اتاق دیزل ژنراتورها با هماهنگی امور انرژی و سیستم های کنترل، تجهیز حوضچه های شبکه توزیع به سیستم تله متری از راهکارهای دیگر آبفای استان اصفهان به منظور تامین پایدار آب شرب مردم است.

وی به مدیریت فشار و یکسان سازی فشار آب در شبکه های توزیع پرداخت و اظهار داشت: تامین فشار یکسان آب در شبکه های توزیع درتمام نقاط استان به منظور توزیع عادلانه آب یکی از مهمترین اقدامات در فصل تابستان است، این درحالیست که استفاده از پمپ ومخزن ذخیره آب براساس استانداردهای تعریف شده در ادارات، ارگان ها، مراکز درمانی و آموزشی تاکید می شود.

مدیرعامل آبفای استان اصفهان به تجهیز تانکرهای آب رسانی سیار در سطح استان اشاره کرد و اعلام نمود: برنامه ریزی برای تامین و تجهیز تانکرهای سیار برای آب رسانی به مناطقی که فاقد آب شرب پایدار در سطح استان هستند در دستور کار قرار گرفته است.

رییس اداره ایمنی و ترافیک اداره کل راهداری و حمل و نقل جاده‌ای خبر داد؛

اجرای طرح ایمن‌سازی مدارس حاشیه راه‌های آذربایجان‌شرقی

تبریز – فلاح: رییس اداره ایمنی و ترافیک اداره کل راهداری و حمل و نقل جاده‌ای آذربایجان‌شرقی گفت: امسال طرح ایمن سازی فیزیکی مقابل ۵۰ مدرسه حاشیه راه ها، تقاطع‌ها، سه راهی، محل‌های عبور عابرپیاده و موتورسیکلت سواران از سوی این اداره در حال اجراست.

روح الله رضایی، با بیان اینکه این طرح برای پیشگیری از بروز حوادث ناگوار برای دانش آموزان مدارس حاشیه راه ها از سوی این اداره اجرا می شود، افزود: این طرح در سال گذشته در ۴۵ مدرسه شهرستان های ملکان، هوراند، بستان آباد، سراب، هریس، مراغه، اهر، کلیبر، خداآفرین، عجبشیر، بناب، مرند، شبستر و جلفا اجرا شد.

وی آموزش و نمایش حضوری در ۶۷ مدرسه حاشیه راه های آذربایجان شرقی به همراه توزیع نوشت افزارهای ایمنی را از دیگر اقدامات این اداره برای ارتقا ایمنی تردد دانش آموزان مدارس حاشیه راه ها اعلام کرد.

رییس اداره ایمنی و ترافیک اداره کل راهداری و حمل و نقل جاده‌ای آذربایجان‌شرقی گفت: در سال گذشته برای ارتقای ایمنی تردد کاربران آسیب پذیر راه ها، آموزش و توزیع اقلام ایمنی شامل کلاه ایمنی، بروشور آموزشی و نصب بازتاب آشکارساز در ۱۰۰ محل شامل ۵۷ روستا، ۱۳ پاسگاه و بیش از ۳۰ محل دیگر انجام شد.

رضایی، جامعه هدف این آموزش ها را بیش از هفت هزار نفر اعلام کرد و ادامه داد: این دوره های آموزشی در روستاهای با فراوانی تصادفات، محل پاسگاه های پلیس راه ، هفته بازارها و میادین دواب برگزار شد.

وی یادآور شد: این اداره در سال جاری نیز طرح های ارتقای ایمنی تردد به کاربران آسیب پذیر راه ها به صورت حضوری در حداقل ۵۰ روستا و ۵۰ محل خاص دیگر را اجرا می کند.

رییس اداره ایمنی و ترافیک اداره کل راهداری و حمل و نقل جاده‌ای آذربایجان‌شرقی با بیان اینکه در سال جاری آشکارسازی ۲ هزار دستگاه ناوگان باری استان انجام می شود، گفت: طرح آشکارسازی ناوگان باری نیمه سنگین و سنگین استان برای ارتقای ایمنی تردد در حال اجراست.

رضایی افزود: بر این اساس آشکارسازی یکهزار و ۴۷۶ دستگاه ناوگان باری این استان شامل ۷۳۲ دستگاه زیر ۱۳ متر و ۷۴۴ دستگاه بالای ۱۳ متر با نصب علایم هشدار دهنده در سال گذشته انجام شده است.

وی اظهار کرد: سال گذشته در اجرای طرح ارتقای ایمنی تردد احشام در راه ها و با هدف دیده شدن احشام از سوی رانندگان عبوری، حدود سه هزار گردن آویز آشکارساز در بیشتر شهرستان های استان بر گردن احشام نصب شد

پروژه‌های افتتاح شده شمال خوزستان با حضور رئیس جمهور در راستای پایداری شبکه انتقال و فوق توزیع

اهواز – شبنم قجاوند: تقویت زیرساخت‌های برق و اصلاح افت ولتاژ شبکه انتقال و فوق توزیع شمال خوزستان یکی دیگر از دستاوردهای افتتاح ۸۷ هزار میلیارد ریال پروژه شرکت برق منطقه‌ای خوزستان توسط رئیس جمهور است.

از ۲۷ پروژه تجمیعی افتتاح شده این شرکت توسط رئیس جمهور به ارزش ۸۷ هزار میلیارد ریال، ۹ پروژه آن به ارزش سرمایه گذاری ۱۸۰۹۳ میلیارد ریال در امور بهره‌برداری ناحیه شمال خوزستان (شهرهای اندیمشک، دزفول و شوش) افتتاح شده است. افتتاح فاز اول پست ۲۳۰ به ۱۳۲ و ۳۳ کیلوولت سبزآب اندیمشک به همراه خط دو مداره ۲۳۰ کیلوولت نیروگاه اندیمشک- سبزآب و تکمیل اتصالات پست سبزآب، تکمیل بی‌های پست ۱۳۲ به ۳۳ کیلوولت بیدرویه و احداث بانک خازنی در پست اصلی اندیمشک یاعث پایداری شبکه برق انتقال و فوق توزیع شهرستان اندیمشک و شمال خوزستان خواهد شد. در شهرستان شوش نیز سه پروژه توسعه پست ۲۳۰ به ۱۳۲ کیلوولت هفت تپه اصلی، خط دو مداره ۲۳۰ کیلوولت نیروگاه دوکوهه اندیمشک تا محل اتصال شوش هفت تپه با هادی پرظرفیت و توسعه پست ۱۳۲ به ۳۳ کیلوولت آهودشت افتتاح شده که نقش موثری در بهبود ولتاژ برق شهرستان شوش که یکی از نقاط پرچالش شبکه برق خوزستان بوده، خواهد داشت. برای افزایش پایداری برق شهرستان دزفول نیز نیروگاه مقیاس کوچک میانرود به ظرفیت ۲۵ مگاوات و توسعه پست ۱۳۲ به ۳۳ کیلوولت مدرس توسط رئیس جمهور افتتاح شده است. مجموع این پروژه‌ها کمک خواهد کرد تا شبکه انتقال و فوق توزیع شمال خوزستان تقویت و مشکل تولید برق و افت ولتاژ شبکه اصلاح شود.

حضور مدیر عامل شرکت آب منطقه ای گیلان در استودیو رادیوی صدا و سیمای مرکز گیلان

رشت- خبرنگار فرصت امروز: مدیر عامل شرکت آب منطقه ای گیلان ، ۱۴ اردیبشهت ماه سالجاری به مناسبت سالروز تأسیس رادیو در استان گیلان در محل استودیو رادیوی صدا و سیمای مرکز گیلان حضور یافت. به گزارش روابط عمومی شرکت آب منطقه ای گیلان ؛ وحید خرّمی روز پنجشنبه ۱۴ اردیبهشت ماه سالروز تأسیس رادیو در گیلان در محل استودیوی رادیوی صدا و سیمای مرکز گیلان حضور یافت و این روز را به همه دست اندر کاران مجموعه صدا و سیمای مرکز گیلان تبریک گفت. مدیر عامل شرکت آب منطقه ای گیلان ضمن قدردانی از تلاشهای مجموعه صدا و سیمای مرکز گیلان گفت :اقدامات بسیار ارزشمندی توسط رسانه ملی در مرکز استان گیلان در جهت فرهنگ سازی مصرف بهینه آب و اطلاع رسانی فعالیت های کشاورزی در فصل زراعی و آبیاری انجام شده و انشاالله در ادامه راه نیز ادامه خواهد داشت . وی با اشاره به کمبود آورد آب سد سفید در سالجاری نسبت به سال گذشته و بلند مدت ، خطاب به کشاورزان عزیز گیلانی بیان داشت : کشاورزان زحمتکش گیلانی ضمن رعایت تقویم زراعی اعلام شده ، لایروبی بین انهار را در جهت تسریع در فرایند آبرسانی فراموش نکنند و حتما براساس توصیه متولیان امر نسبت به بیمه کشاورزی محصولات خویش اقدام نمایند . مدیر عامل شرکت آب منطقه ای گیلان ضمن قدرانی مجدد از فعالیت های اطلاع رسانی و فرهنگ سازی مجموعه رادیوی گیلان و تشکر از اعتماد کشاورزان به برنامه نوبت آب زراعی ، اظهار داشت : با توجه به بارش های رحمت الهی در روزهای اخیر و وجود روان آبهای خوب در سطح مزارع و انهار کشاورزی ، برنامه رها سازی آب سد سفید رود با چند روز تأخیر آغاز و این باعث صرفه جوئی و ذخیره سازی آب سد سفید رود برای ماههای آتی خواهد شد . وی در پایان اعلام کرد : برنامه رها سازی آب سد سفید رود پس از پایش روزانه شرایط آب و هوائی ، از طریق صدا و سیما و رسانه های جمعی به کشاورزان زحمتکش گیلانی اعلام می شود .

امام جمعه ایلام در همایش مدیران فرهنگی صنعت برق کشور:

صنعت برق استان به صورت جهادی مدیریت می شود

ایلام-هدی منصوری:حجه الاسلام و المسلمین دکتر کریمی تبار در همایش مدیران فرهنگی و دینی صنعت برق کشور که به میزبانی شرکت توزیع نیروی برق استان ایلام برگزار شد، گفت: خوشبختانه در تابستان گذشته نشانه های محکمی از مدیریت جهادی و انقلابی را در صنعت برق دیدیم و با محدودیت‌های فراوان خاموشی های تاخیرپذیر را به حداقل رساندیم

ایشان تصریح کرد: مدیران فرهنگی و دینی در ادارات و نهاد های دولتی به مثابه افسران جنگ نرم هستند و با کوشش و تلاش این عزیزان فرهنگ غنی اسلامی و شیعی در راستای خدمت به مردم نهادینه می شود.

حجه الاسلام و المسلمین کریمی تبار اضافه کرد: استان ایلام سعادت میزبانی نواده امام حسین (ع) در اربعین را داشت و ما به عزیزانی که در مدیریت

مدیر جوان شرکت برق تمام قد برای تامین برق این حماسه بزرگ پای کار بود.

ایشان در پایان ابراز امیدواری کرد که با کار جهادی و نگاه الهی کوشش و تلاش مضاعف در سرلوحه اقدامات تمام خدمتگزاران مردم قرار گیرد که تا در هنگامه عاشورا در مقابل امام زمان (عج) رو سیاه نباشیم

اخبار

مصرف صحیح آب و برق در مدارس استان قم فرهنگ سازی می شود

قم- خبرنگار فرصت امروز: بهینه سازی مصرف آب و برق با اجرای برنامه‌های آموزشی، نمایشی و ترویجی در مدارس استان قم فرهنگ سازی می شود. به گزارش روابط عمومی شرکت توزیع نیروی برق استان قم، شرکت های توزیع نیروی برق و آب و فاضلاب استان با همکاری اداره کل آموزش و پرورش برنامه های مشترک آموزشی، ترویجی و فرهنگی را در مدارس استان قم اجرا می‌کنند. این برنامه ها در راستای فرهنگ سازی مصرف بهینه آب و برق و با هدف اصلاح الگوی مصرف و نهادینه کردن فرهنگ استفاده بهینه در بین مدیران، مربیان، دانش آموزان و اولیا آنها به انجام می رسد. دانش آموزان، مدیران و مربیان مدارس در این برنامه ها که اجرای آن را «آقای جویا» مجری و بازیگر شبکه پویا و دیگر هنرمندان استانی بر عهده دارند در قالب نمایش، مسابقه و ... با راهکارهای صرفه جویانه با ابزار و رفتار مناسب آشنا می‌شوند. دانش آموزان با نقش برچسب انرژی در لوازم برقی، استفاده از نور طبیعی روز، خاموش کردن لامپ های اضافی و خاموش کردن لامپ ها هنگام اتمام کلاس درس و یا خروج از منزل آشنا می شوند. همچنین ایجاد سایبان برای کولرهای آبی، کاهش زمان استحمام، کنترل مرتب شیرها و اتصالات آب برای جلوگیری از نشتی و هدر رفت آب، عدم استفاده از آب برای نظافت حیاط و پیاده روها، استفاده از شیرآلات کاهنده مصرف آب از جمله نکاتی است که در این برنامه‌ها به دانش آموزان آموزش داده می‌شود. این برنامه‌ها با انعقاد تفاهم نامه همکاری بین شرکت های توزیع نیروی برق و آب و فاضلاب و اداره کل آموزش و پرورش استان از آذر ماه سال گذشته شروع شده و با اجرا در ۷۰۰ مدرسه ابتدایی شهری و روستایی استان هم زمان با پایان سال تحصیلی به کار خود خاتمه خواهد داد.

نشست سرپرست وزارت صمت با تجار و فعالان اقتصادی و صنعتی خراسان رضوی

مشهد – صابر ابراهیم بای: سرپرست وزارت صمت با تجار و فعالان اقتصادی و صنعتی خراسان رضوی دیدار کرد و از شاخص‌ترین مشکلات عرصه تولید و اقتصاد این استان مطلع شد

به گزارش پایگاه خبری تحلیلی افق سناباد، سرپرست وزارت صنعت، معدن و تجارت گفت: در سال‌های اخیر، رهبر معظم انقلاب با انتخاب عناوینی که در آن اقتصاد و تولید اولویت بوده، اهمیت این بخش را مستمرا یادآور شده‌اند و امروز برای دستگاه‌های دولتی و حاکمیتی نیز این مسئله به طور کامل شفاف است که بخش تولید، اهمیتی دو چندان دارد و حمایت و تسهیل‌گری لازم باید برای آن انجام شود. سید مهدی نیازی افزود: کارهای خوبی برای بهبود محیط کسب و کار، به همت اتاق بازرگانی رقم خورده که شورای گفتگوی دولت و بخش خصوصی، تجلی آن است. وی با اشاره به بروز حادثه آتش‌سوزی برای یک مجموعه تولیدی در فروردین ماه امسال از پیگیری پرونده احیای این واحد تولیدی خبر داد و گفت: امیدواریم با پیگیری‌هایی که برای پرداخت خسارت این بنگاه اقتصادی از طریق بیمه، ارائه تسهیلات برای راه اندازی دوباره خط تولید و تسهیل‌گری و حمایت‌گری برای سبک شدن بار هزینه‌ها انجام می‌شود، شاهد احیای آن تا پایان امسال باشیم.

قدردانی نماینده مردم گرگان و آق قلا در مجلس شورای اسلامی از تلاش‌های کارکنان منطقه ۹ عملیات انتقال گاز

ساری – دهقان : نماینده مردم گرگان و آق قلا در مجلس شورای اسلامی از تلاش های کارکنان منطقه ۹ عملیات انتقال گاز در پایداری جریان گاز شمال کشور قدردانی کرد.

به گزارش خبرنگار مازندران به نقل روابط عمومی منطقه ۹ عملیات انتقال گاز، رمضانعلی سنگدوینی نماینده مردم گرگان و آق قلا با حضور در مرکز بهره برداری خطوط لوله گرگان، از این مرکز بازدید و از تلاش های منطقه برای پایداری جریان گاز در استان های شمالی به خصوص استان گلستان تشکر و قدردانی کرد. وی در این بازدید اظهار کرد: با تلاش شبانه روزی کارکنان منطقه ۹ عملیات در بحران سرمای زمستان سال گذشته هیچ مشکلی در ارتباط با قطعی گاز خانگی در استان گلستان مشاهده نشد و جریان گاز در این استان پایدار بوده است. نماینده مردم گرگان و آق قلا در مجلس شورای اسلامی با بیان اینکه برای عرض خداقوت و خسته نباشید به کارکنان خدوم این منطقه در میان آنان حضور پیدا کرده ام، خاطرنشان کرد: در اوج سرما و برودت شدید هوا، کارکنان منطقه ۹ مسوولیت خطیری در امر سوخت رسانی به بخش های مختلف و مردم عزیزمان در استان گلستان را بر عهده داشته اند که آن را به نحو احسن انجام داده اند. لازم به ذکر است، رییس مرکز بهره برداری گرگان نیز گزارشی از وضعیت این مرکز و عملیات پیگرانی در خط ۳۰ اینچ و تعمیرات خطوط لوله در استان گلستان ارائه کرد.

پروژه بزرگ کابل کشی زمینی تامین برق بیمارستان ولیعصر(عج) اراک کلید خورد

اراک- فرناز امیدی: استاندار مرکزی در جریان بازدید از پیشرفت فیزیکی پروژه کابل‌کشی تامین برق بیمارستان ولیعصر (عج) گفت: عملیات حفاری و کابل‌کشی این پروژه جهت تامین برق پایدار بیمارستان پیشرفت خوبی داشته است. فرزاد مخلص الائمه افزود: تلاش شما همکاران متخصص و متعهد در صنعت برق در زمینه ایجاد زیرساخت‌های لازم با تلاش‌های شبانه روزی برای آبادانی و توسعه پایدار کشور و عشق خدمت به مردم بر کسی پوشیده نیست. قائم مقام مدیرعامل در توزیع برق شهرستان اراک گفت: پروژه بزرگ کابل کشی زمینی تامین برق بیمارستان ولیعصر (عج) با اعتباری بالغ بر ۱۲۰ میلیارد ریال در حال اجراست. امید رفیعی با بیان اینکه با همکاری توزیع برق استان و شهرداری اراک و دانشگاه علوم پزشکی اراک، عملیات اجرایی این پروژه کلید خورد، افزود: پیشرفت فیزیکی کابل کشی زمینی این پروژه ۸۰درصد بوده است و تا فردا به پایان می رسد. وی خاطر نشان کرد: طول کابل کشی زمینی این پروژه جهادی ۱۲۰۰متر است که با رعایت استانداردهای کاری باصرف ۳۵۰نفر روز کار کارشناسی توسط نیروهای اجرایی توزیع برق استان مرکزی در حال اجراست.

آغاز اردوهای راهیان پیشرفت سال ۱۴۰۲در پالایشگاه ستاره خلیج فارس

بندرعباس – خبرنگار فرصت امروز: اردوهای راهیان پیشرفت سال ۱۴۰۲ همزمان در پالایشگاه ستاره خلیج فارس و منطقه یکم نیروی دریایی سپاه پاسداران انقلاب اسلامی آغاز شد. به گزارش روابط عمومی و بین الملل شرکت نفت ستاره خلیج فارس، دور جدید اردوهای راهیان پیشرفت با رویکرد آگاهی بخشی به نسل جوان کشور از دستاوردهای انقلاب اسلامی با حضور دانشجویانی از سراسر کشور به میزبانی هرمزگان آغاز شد. افتتاحیه این اردوها با حضور وزیر علوم، تحقیقات و فناوری، سخنگوی دولت، فرمانده نیروی دریایی سپاه پاسداران انقلاب اسلامی، رییس سازمان بسیج مستضعفین کشور، رییس نهاد نمایندگی مقام معظم رهبری در دانشگاه ها و دیگر مسئولان کشوری و لشکری در منطقه یکم نیروی دریایی سپاه پاسداران انقلاب اسلامی برگزار شد. بازدید از پالایشگاه ستاره خلیج فارس، مجتمع کشتی سازی و دستاوردهای دفاعی کشور از جمله برنامه های راهیان پیشرفت سال جدید است. پالایشگاه ستاره خلیج فارس از دستاوردهای ارزشمند کشور است، که در دوران ظالمانه ترین تحریم ها علیه ایران اسلامی به دست توانمند متخصصان داخلی ساخته شده است و بیش از ۴۰ درصد از بنزین کشور را تولید می کند. در سال گذشته نیز بیش از ۴ هزار و ۵۰۰ نفر از دانشجویان و دانش آموزان نخبه کشور در قالب اردوهای راهیان پیشرفت از پالایشگاه ستاره خلیج فارس بازدید به عمل آوردند.

۲۷۰ میلیون دلار کالا از قزوین به خارج صادر شد

قزوین- خبرنگار فرصت امروز: مدیرعامل شرکت شهرک‌های صنعتی قزوین گفت: واحدهای تولیدی مستقر در شهرک ها و نواحی صنعتی استان سال گذشته ۲۷۰ میلیون دلار کالا به وزن ۳۴۰ میلیون تن به خارج از کشور صادر کردند. «رضا صفاری» روز یکشنبه در جمع خبرنگاران افزود: در راستای توسعه صادرات غیرنفتی و با اجرای برنامه های حمایتی مانند توسعه خوشه های صادراتی، ایجاد کنسرسیوم های صادراتی و حمایت از شرکت های مدیریت صادرات سعی در بهبود صادرات واحدهای صنعتی داریم. این مسوول همچنین گفت: شرکت های مدیریت صادرات با توجه به اینکه بنگاه های کوچک و متوسط برای حضور در بازارهای صادراتی آگاهی و توان کافی ندارند می توانند صدور محصولات این واحدها را تسهیل کنند. وی افزود: اقلام عمده صادراتی از طریق واحدهای تولیدی شهرک های صنعتی استان قزوین شامل انواع کابل برق، مقاطع فولادی، مواد شیمیایی، شوینده ها، کشمش، مواد غذایی، لوازم خانگی، نایلون و نایلکس، منسوجات بوده است. رئیس هیات مدیره شرکت شهرک های صنعتی استان قزوین افزود: عمده خریداران کالاهای این شرکت ها کشورهای همسایه از جمله عراق، افغانستان، امارات متحده عربی، پاکستان، قطر، تایلند ،روسیه ،ترکیه و کشورهای CIS،هند،رومانی ،هلند،بلغارستان بودند که از مهم ترین بازارهای صادراتی صنایع کوچک و متوسط استان به شمار می روند. صفاری تصریح کرد: مطالعه بازارهای هدف بصورت کلی و ارائه آن به واحدهای صنعتی جهت بهره برداری، کمک به تشکیل کنسرسیوم های صادراتی، کمک به ایجاد دفاتر و مراکز فروش کالا، پرداخت ۵۰ درصد از هزینه‌های حضور در نمایشگاه‌های بین‌المللی تا سقف ۲۵۰۰ میلیون ریال و تورهای صنعتی و تجاری خارجی و بازدید از نمایشگاه های خارجی به ازای هر نفر تا سقف ۶۰۰ میلیون ریال، پرداخت بیش از ۷۰ درصد از هزینه‌های آموزش مدیران بازرگانی و فروش شرکت‌ها و آشناسازی آنها با بازارهای بین‌المللی از جمله برنامه های حمایتی برای واحدهای تولیدی که با هدف صادرات فعالیت می کنند در دستور کار سازمان صنایع کوچک و شهرکهای صنعتی قرار دارد. هزار واحد تولیدی در شهرک های صنعتی استان قزوین دارای پروانه بهره برداری هستند. استان قزوین علاوه بر یک شهر صنعتی دارای ۱۳ شهرک و ۶ ناحیه صنعتی است.

پیشرفت ۹۰ درصدی پروژه ساماندهی معابر انبار الوم در آق قلا

گرگان- خبرنگار فرصت امروز: مدیرکل راه و شهرسازی گلستان در اولین جلسه ستاد بارآفرینی شهری شهرستان آق قلا گفت: پروژه ساماندهی معابر شهری بافت فرسوده انبار الوم با محوریت بازآفرینی محلات هدف در حال اجرا بوده و هم اکنون ۹۰ درصد پیشرفت دارد.مهندس مهدی ملک اظهار کرد: ستاد بازآفرینی شهری یک ستاد مشترک بین دستگاه های خدمات رسان است که با رویکرد محرومیت زدایی، بهسازی و نوسازی محلات هدف بازآفرینی در شهرها تشکیل می شود.وی افزود: این ستاد به عنوان هم گرا کننده دستگاه های خدمات رسان عمل کرده و پس از تعیین محدوده مصوب فرسوده، تمامی دستگاه های اجرایی موظف به خدمات رسانی در این شهرها هستند.رئیس شورای هماهنگی امور راه و شهرسازی گلستان ادامه داد: در شرکت بازآفرینی شهری ایران ضوابطی برای تعیین محدوده های بافت فرسوده مشخص شد که بر اساس این چارچوب ۱۸ شهر گلستان دارای محدوده مصوب فرسوده می باشد.مهندس ملک همچنین تصریح کرد: شهر آق قلا دارای بیش از ۷۴ هکتار مساحت مصوب بافت فرسوده شهری است که شش درصد از مجموع مساحت شهر را در بر می گیرد.وی افزود: در سال ۱۴۰۰، با تخصیص بیش از ۸۰ تن قیر رایگان به شهرداری آق قلا به اعتبار ۷۵۰ میلیون تومان، ۹ هزار و ۹۳۸ هزار متر مربع از بافت شهری آق قلا آسفالت شد.مدیرکل راه و شهرسازی گلستان گفت: از محل اعتبارات ۱۴۰۱ نیز ۱۶۲ تن قیر رایگان به ارزش ریالی یک میلیارد و ۵۰۰ میلیون تومان به شهرداری تخصیص یافت و با تخصیص کامل این میزان قیر هیچ معبر خاکی در شهر آق قلا وجود نخواهد داشت.مهندس ملک در ادامه اظهار کرد: همچنین پروژه ساماندهی معابر بافت فرسوده شهر انبار الوم با محوریت بازآفرینی محلات هدف با ۵۶۰ متر مربع، و پیشرفت ۹۰ درصدی در حال اجرا است.وی با بیان اینکه شهر انبار الوم دارای طرح جامع و تفصیلی می باشد، گفت: این شهر فاقد محدوده مصوب بازآفرینی شهری می باشد که برنامه ریزی های لازم برای تصویب این محدوده توسط اداره کل راه و شهرسازی گلستان در دستور کار قرار دارد.مدیرکل راه و شهرسازی گلستان در خصوص ارائه تسهیلات نوسازی در شهرستان آق قلا اظهار کرد: سهم تسهیلات نوسازی مسکن در محلات هدف سال ۱۴۰۲ شهر آق قلا ۲۵ فقره است که برنامه ریزی های لازم برای تحقق آن در دستور کار دستگاههای ذیربط قرار دارد.

راهنمای تولید ویدئوهای آموزشی: هر آنچه بازاریاب‌ها باید بدانند!

نویسنده: علی آل‌علی

کاری در دنیا هست که نتوانیم انجام دهیم؟ بی‌شک اگر از نظر علمی به ماجرا نگاه کنیم، کارهای بی‌نهایت زیادی است که از عهده ما خارج است. مثلا سفر با سرعت نور احتمالا هیچ وقت رنگ و بوی واقعیت به خودش نخواهد گرفت. با این حال اگر بحث را در زندگی روزمره جلو ببریم، ماجرا کاملا فرق خواهد کرد. خب تا وقتی اینترنت و شبکه‌های اجتماعی دم دست آدم‌هاست، چرا یادگیری یک روش تازه برای زندگی راحت‌تر سخت باشد؟

خیلی از مردم در سراسر دنیا به محض اینکه مشکلی در زندگی‌شان پیش می‌آید، زمین و زمان را مقصر جلوه می‌دهند. قبول دارم گاهی اوقات بدبیاری‌های زندگی واقعا روی اعصاب راه می‌رود، اما قرار نیست دست روی دست بگذاریم. یک ایده هوشمندانه در این میان استفاده از تجربیات دیگران برای حل سریع مشکل است. اجازه دهید یک مثال ساده بزنیم. به نظر شما راحت‌ترین روش برای تمیز کردن کفش‌های ورزشی چیست؟ بی‌شک هر کسی در این رابطه ایده خاص خودش را دارد، اما یک آدم زرنگ قبل از هر حرف و حدیثی سراغ یک سرچ ساده در گوگل می‌رود.

باور کنید یا نه، ما در دوره‌ای زندگی می‌کنیم که درباره هر نکته‌ای در اینترنت کلی مطلب آموزشی به چشم می‌خورد. البته تمام این مطالب به یک اندازه محبوبیت ندارند. در عوض برخی از بازاریاب‌ها یا تولیدکنندگان محتوا با شناخت درست از نیاز مخاطب و برخی نکات دیگر دست به تولید محتوایی می‌زنند که تا سال‌های سال محبوب همه کاربران باقی می‌ماند.

ما در این مقاله قصد داریم نگاهی به راه و روش تولید محتوای آموزشی بیندازیم. اگر شما هم دوست دارید در کسب و کارتان نقش معلم‌های محبوب را بازی کنید، تولید محتوای آموزشی تکه گمشده پازل کسب و کارتان است. ما در ادامه قصد داریم نگاهی به این تکه گمشده داشته باشیم. پس با ما همراه باشید تا تولید محتوای آموزشی را زیر ذره بین ببریم.

ویدئوی آموزشی: یک تعریف برای شروع

ویدئوی آموزشی در الگویی از محتواست که با هدف آموزش یک امر خاص به مخاطب تولید می‌شود. همانطور که از اسمش پیداست، این الگو در قالب فرمت ویدئو پیش روی کاربران قرار می‌گیرد. دلیل آن هم کاملا روشن است: مردم ویدئو را به هر فرمت دیگری ترجیح می‌دهند!

بی‌شک فکت بالا برای کسانی که رابطه نزدیکی با دنیای دیجیتال ندارند، حسابی عجیب خواهد بود. اگر شما هم جزو چنین گروهی هستید، کم کم باید از رویای گذشته بیدار شوید؛ چراکه دنیای امروز کسب و کار اصلا شبیه گذشته نیست.

اگر دقت کرده باشید، ما در تعریف‌مان از ویدئوی آموزشی اصطلاح «امر خاص» را به کار بردیم. آدم‌های سختگیر معمولا علاقه‌ای به مفاهیم کلی در یک تعریف ندارند. بنابراین ما باید توضیح دقیقی درباره این تعریف کلی بدهیم. دفاعیه ما در این مورد به دامنه محتوای آموزشی ربط دارد. به زبان خودمانی، شما امکان تولید محتوای آموزشی در هر حوزه‌ای را دارید. از تعمیر لوازم خانگی گرفته تا کار با فوتوشاپ یا حتی فوتبال بازی کردن، همه و همه ایده‌های نابی برای تولید محتوای آموزشی محسوب می‌شود.

مراحل طراحی ویدئوهای آموزشی

قبل از اینکه باعجله سراغ تولید محتوای آموزشی برویم، باید کمی درباره طراحی آن حرف بزنیم. بی‌شک هر کسی با یک دوربین معمولی امکان تولید ویدئو دارد اما آیا واقعا نتیجه چنین کاری جذاب از آب درمی‌آید؟ چنین کاری همانقدر عجیب است که یک کارگردان صفر کیلومتر با عجله فراوان فیلمی بی‌برنامه را ضبط و سپس برای جشنواره‌های معتبر بین‌المللی ارسال کند. بی‌شک چنین اثری نه تنها کاندیدای کسب جوایز نخواهد بود، بلکه در همان بازبینی اولیه رد می‌شود. پس با ما همراه باشید تا دست‌کم ویدئوی آموزشی‌تان همان اول کار از سوی کاربران رد نشود!

شناسایی نیاز مخاطب

مخاطب شما چه ویدئوهای آموزشی لازم دارد؟ این سوالی است که خیلی از کارآفرینان و حتی تولیدکنندگان مستقل محتوا اصلا به آن فکر نمی‌کنند؛ چه برسد به اینکه جوابی حاضر و آماده برایش داشته باشند.

قبول دارم جواب سوال بالا کمی پیچیده خواهد بود. پس اجازه دهید در این مسیر دشوار همراهی‌تان کنیم. اولین گامی که برای نجات از این هزارتو باید بردارید، انتخاب مخاطب‌تان است. اصلا قصد تولید محتوا برای چه کسانی را دارید؟

سوال بالا برای تیم‌های بازاریابی مثل روز روشن است. آنها باید دست به تولید محتوای آموزشی برای مشتریان‌شان بزنند. مثلا اگر شما در زمینه توسعه نرم‌افزارهای ایمیل مارکتینگ کار می‌کنید، ویدئوی آموزشی‌تان باید شامل توضیح نحوه کار با این ابزارها و پاسخ به سوالات پرتکرار مشتریان باشد. این طوری خیلی زود ویدئوهای‌تان حسابی در بین علاقه‌مندان به ایمیل مارکتینگ وایرال خواهد شد.

ماجرا درباره کسانی که در قالب تولیدکننده محتوا دست به طراحی ویدئوهای آموزشی می‌زنند، کمی متفاوت است. هرچه باشد شما اینجا مثل یک جنگجوی تک و تنها هستید که هیچ دوست یا آشنایی ندارد. پس باید فقط و فقط به خودتان اتکا داشته باشید اما چطور؟ یک ایده هوشمندانه تولید محتوای آموزشی در حوزه‌هایی است که به آنها علاقه دارید. مثلا اگر قبلا تجربه خوبی در کسب رتبه برتر کنکور داشته‌اید، آموزش شیوه مطالعه و تست‌زنی حوزه خوبی خواهد بود؛ چراکه هم مهارتش را دارید، هم با توجه به سابقه‌تان اعتبارتان بالا خواهد بود.

تعیین اهداف دقیق

تهیه‌کننده‌ای را در نظر بگیرید که قصد همکاری با یکی از کارگردان‌های بزرگ سینما را دارد. بی‌شک تهیه‌کننده قصه ما همینطور بی‌مقدمه کلی پول بی‌زبان را دست کارگردان نمی‌دهد. در عوض انتظار دارد در ازای تامین مالی پروژه به طور منصفانه‌ای سود ببرد. این خودش یک هدف جالب است، اما هنوز دقت کافی را ندارد. اصلا منظور تهیه‌کننده خیالی ما از سود چیست؟

ما در روزنامه فرصت امروز معتقدیم هر کاری در این دنیا باید با برنامه انجام شود. اولین قدم در طراحی یک برنامه استاندارد هم تعیین اهداف است. فرمول ما برای تعیین یک هدف استاندارد استفاده از روش هوشمند (SMART) است. در این الگو شما باید هدف‌تان را براساس قابلیت‌های زیر انتخاب کنید:

خاص بودن (Specific)
قابل اندازه‌گیری (Measurable)
دسترس‌پذیر (Achievable)
ارتباط با حوزه کاری (Relevant)
زمان‌مندی (Time-bound)

بی‌شک انتخاب اهدافی که تمام قابلیت‌های بالا را داشته باشد، کار ساده‌ای نیست. درست به همین خاطر خیلی از کسب و کارها در همان ابتدای راه به حاشیه بازار کشانده می‌شوند. اگر شما دوست دارید در صنعت بازاریابی شانسی برای بقا داشته باشید، باید از همان ابتدا کارتان را با کمی سختگیری جلو ببرید. اینطوری مثل یک قهرمان شکست‌ناپذیر تک تک رقبا را از میدان به در خواهید کرد.

حالا که معیارهای بالا را مدنظر قرار دادید، نوبت به انتخاب اهداف می‌رسد. بی‌شک هر کسب و کاری بسته به وضعیتش یک هدف متفاوت دارد. با این حال وقتی پای تولید ویدئوی آموزشی وسط باشد، دامنه اهداف خود به خود محدود می‌شود. لطفا به این موارد دقت کنید:

آموزش امکانات و ویژگی‌های محصول جدید برند به مشتریان
پاسخ به سوالات یا مشکلات مشتریان
آموزش حرفه یا کاری که در بین گروهی از مردم حسابی پرطرفدار شده

اگر منصفانه با ماجرا برخورد کنیم، هدف اغلب بازاریاب‌ها از تولید محتوا در همین سه مورد خلاصه می‌شود. بنابراین اگر هدف متفاوتی دارید، بد نیست کمی با تردید به آن نگاه کنید.

انتخاب فرمت ویدئو

ویدئو در مقایسه با بقیه الگوهای محتوا محبوبیتی فراتر از حد انتظار دارد. خیلی از بازاریاب‌ها شیفته همین محبوبیت می‌شوند و بدون توجه به ریزه‌کاری‌ها دست به تولید ویدئو می‌زنند. اگر شما همچنین ذهنیتی دارید، بهتر است پای‌تان را محکم روی ترمز فشار دهید. وگرنه یک راست ته دره خواهید بود!

انتخاب فرمت ویدئو از آن دست کارهایی است نه وقت زیادی از شما می‌گیرد و نه حتی چندان سخت خواهد بود. کافی است از بین شیوه‌های مختلف تولید ویدئو گزینه‌ای که بیشتر به دردتان می‌خورد، انتخاب کنید. حتما می‌پرسید مگر ویدئو هم فرمت‌های مختلف دارد؟ خب اجازه دهید کمی بیشتر بحث را باز کنیم.

اولین فرمتی که در این بخش زیر ذره بین می‌بریم، ویدئوهای ضبط شده از صفحه دستگاه‌های هوشمند است. معمولا کسانی که قصد آموزش کار با نرم‌افزارهای مختلف را دارند، از این الگو سود می‌برند؛ چراکه بدون هیچ زحمتی امکان اضافه کردن صدای‌شان به ویدئو و آموزش دقیق کار با نرم‌افزار را به آدم می‌دهد. خب مگر یک ویدئوی آموزشی چه ویژگی‌های خاص دیگری باید داشته باشد؟

فرمت دیگری که در طول سال‌های اخیر حسابی محبوب شده، استفاده از انیمیشن است. در چنین ویدئوهایی آموزش نکات مختلف در قالب طراحی انیمیشن صورت می‌گیرد. شما را نمی‌دانم، ولی من که همیشه میانه خوبی با کارتون و انیمیشن داشته‌ام. با این حساب استفاده از چنین فرمتی خیلی هم بی‌راهه نیست!

آخرین فرمتی که ما قصد بررسی‌اش را داریم، ویدئوی تعاملی است. در این الگو بر روی تجربه مخاطب از تعامل با یک برند یا محصول پرده‌برداری می‌شود. نکته جالب اینکه اغلب اوقات موسسات خیریه به خوبی از این فرمت برای اثرگذاری بر روی مردم استفاده می‌کنند. نمونه ساده آن درباره نمایش تاثیر کمک‌های مردمی بر روی کمک به مردم منطقه زلزله‌زده است. اینطوری مردم بیشتری در سراسر دنیا نسبت به ارائه کمک به موسسات خیریه ترغیب می‌شوند.

طراحی فیلمنامه

ویدئوهای آموزشی هم مثل فیلم‌های سینمایی باید یک فیلمنامه مشخص داشته باشند. اینکه در طول آن ویدئو چه بحث‌هایی باید مطرح شود، تنها یک بخش ماجراست. نکته مهمتر نحوه بیان مباحث است. بی‌شک شما هم تجربه برداشتن کلاس با استادهایی را داشته‌اید که یک درس واحد را کاملا متفاوت از یکدیگر تدریس می‌کنند. به طوری که قبولی در یک کلاس بی‌نهایت راحت و در دیگری از صعود به قله اورست هم سخت‌تر است!

بازاریاب‌ها معمولا در ویدئوهای آموزشی یک راست سراغ اصل مطلب می‌روند. پیشنهاد ما اما استفاده از یک داستان جمع و جور است. مثلا داستان فردی را بیان کنید که مشکل یادگیری زبان خارجی دارد و یکهو با اپ آموزش زبان شما آشنا می‌شود. همین داستان ساده طوری مخاطب‌تان را هیجان‌زده خواهد کرد که باورتان نمی‌شود.

یادتان باشد شما برای ویدئوی‌تان نیازی به فیلمنامه‌های عمیق یا بی‌نهایت پیچیده ندارید. پس دور چنین اضافه‌کاری‌هایی را خط بکشید؛ چراکه هیچ نتیجه خوبی برای‌تان به همراه نخواهد داشت. خب هرچه باشد کاربران دنبال یک ویدئوی آموزشی ساده هستند نه اثری هنری!

تولید ویدئوی آموزشی در عمل: نکاتی برای حرفه‌ای‌شدن

حالا ما در مرحله‌ای هستیم که با یک فیلمنامه عالی نوبت به تولید نهایی رسیده است. ما در این بخش برخی از توصیه‌های کلیدی برای تولید ویدئوهای آموزشی پرطرفدار را مرور خواهیم کرد. پس در آخرین بخش از کار با ما همراه باشید تا دیگر مو لای درز اثرتان نرود.

ویرایش ویدئو: گامی فراموش‌نشدنی

وقتی آدم در سینما مشغول تماشای یک فیلم اکشن است، معمولا جلوه‌های ویژه حیرت‌انگیز به نظر می‌رسد. به طوری که هیچ‌کس دوست ندارد حتی یک ثانیه هم نگاهش را از پرده سینما منحرف کند. بخشی از این اتفاق هیجان‌انگیز به خاطر ویرایش حرفه‌ای ویدئوها قبل از اکران نهایی است. ماموریت اصلی ادیتورها در این مرحله تبدیل فیلم خام به اثری زنده از نظر بصری است. مثلا تقویت رنگ‌های ویدئو یا اضافه کردن جلوه‌های ویژه گرافیکی بخشی از ماموریت این تیم محسوب می‌شود.

این دقیقا همان کاری است که شما هم باید انجام دهید.

گاهی اوقات در فرآیند ضبط ویدئو بخش‌های اضافه‌ای هم ثبت می‌شود که اصلا لازم نیست به دست مخاطب برسد. تکرار نکات قبلی، تپق‌های پشت سرهم یا حتی بیان نکات به طور اشتباه از جمله مواردی است که هنگام ویرایش باید درست شود. وگرنه مخاطب تجربه‌ای افتضاح از تماشای ویدئوی آموزشی‌تان خواهد داشت.

اضافه کردن توضیحات متنی: گامی برای فهم راحت‌تر مطلب

ویدئو محبوب‌ترین فرمت دنیاست اما قرار نیست این نکته کلیدی ما را نسبت به کج‌فهمی‌های احتمالی بی‌تفاوت کند. خیلی وقت‌ها یک ویدئوی آموزشی از همان ثانیه اول نیاز به زیرنویس یا توضیحات اضافه دارد. نکته جالب اینکه خیلی از تولیدکنندگان محتوا اصلا به این نکته توجه هم نمی‌کنند. چه برسد به اینکه برنامه‌ای ویژه برای آن داشته باشند. ما در روزنامه فرصت امروز معتقدیم تیمی از جذابیت یک ویدئوی آموزشی مربوط به توضیحات متنی است.

وقتی درباره توضیحات متنی حرف می‌زنیم، باید چیزی فراتر از کپشن‌های کاربردی را مدنظر بگیرید. خیلی وقت‌ها در خود ویدئو هم استفاده از متن‌هایی کوتاه برای توضیح بهتر مطلب کلیدی خواهد بود. اینطوری مطمئن می‌شوید مخاطب‌تان اصل مطلب را درک کرده است.

استفاده از یک مجری: پیش به سوی ویدئوی انسانی‌تر

مردم دوست دارند در محتوای آموزشی چهره‌های دوستانه تماشا کنند. این مشکلی است که تمام ویدئوهای خشک و بی‌روح با آن دست و پنجه نرم می‌کنند. باور کنید یا نه، برخی از بازاریاب‌ها فکر می‌کنند هرچه حضور عامل انسانی در ویدئوهای آموزشی کمتر باشد، حرفه‌ای‌تر به نظر می‌رسد. ما هیچ ایده‌ای درباره ریشه این نکته نداریم، اما به شما اطمینان می‌دهیم با چنین دست‌فرمانی هنوز از گرد راه نرسیده از کورس تولید محتوا کنار خواهید رفت.

توصیه ما در این بخش استفاده از یک مجری در ویدئوی‌تان است. اینطوری حس و حال خودمانی‌تری به ویدئو تزریق می‌شود. شاید فکر کنید این ایده خیلی ابتدایی به نظر می‌رسد، اما در دنیایی که چنین ایده‌های ابتدایی مورد بی‌توجهی خیلی‌ها قرار می‌گیرد، شما با کمی تیزهوشی حسابی از رقبا جلو خواهید زد. پس منتظر چه هستید؟ در ویدئوی آموزشی بعدی‌تان حتما از یک مجری استفاده کنید. لازم هم نیست خیلی ولخرجی کنید. انتخاب یکی از اعضای شرکت برای ایفای نقش در ویدئو به اندازه کافی راضی‌کننده خواهد بود.

استفاده از انیمیشن: گزینه‌ای همیشه جذاب

اگر یادتان باشد، در بخش‌های قبلی درباره انیمیشن به عنوان یک فرمت مجزا برای تولید ویدئوهای آموزشی حرف زدیم. اینجا قصد نداریم دوباره همان مطالب را تکرار کنیم. در عوض ایده اصلی‌مان استفاده از انیمیشن به طور ترکیبی در متن ویدئوهاست. مثلا اگر قصد عوض کردن بحث را دارید، به جای اینکه با یک کات ناگهانی همه را شوکه کنید، از یک جلوه کارتونی استفاده کنید. اینطوری مخاطب میانه بهتری با عوض شدن صحنه برقرار می‌کند.

یادتان باشد، در ویدئوها جایی برای تغییرات ناگهانی نیست. بنابراین استفاده از جلوه‌های انیمیشنی یا کارتونی برای تغییر فضا ایده‌ای کلیدی خواهد بود. اینطوری بدون اینکه مخاطب‌تان را شوکه کنید، آموزش را وارد بخش تازه‌ای خواهید کرد.

تولید ویدئوی کوتاه: همه عجله دارند!

چه کسی دوست دارد پای یک ویدئو آموزشی طولانی وقتش را تلف کند؟ جواب این سوال از قبل روشن است. درست به همین خاطر شما باید دور ویدئوهای آموزشی طولانی را خط بکشید. شاید فکر کنید برخی از کارها مثل یادگیری نرم‌افزارهای آفیس اصلا کار سریعی نباشد. خب در این صورت شما باید هر درس را در قالب ویدئویی کوتاه پیش روی مخاطب قرار دهید. اینطوری کاربران انگیزه بیشتری برای مشاهده ویدئو خواهند داشت. فکر می‌کنم شما هم قبول داشته باشید یک ویدئوی هشت ساعته تن هر کسی را به لرزه می‌اندازد، مگر نه؟ حالا اگر همین ویدئو در قالب ۵۰ ویدئو کوتاه‌تر آپلود شود، هم پست‌های بیشتری دم دست‌تان قرار می‌دهد، هم اینکه کاربران را خسته نخواهد کرد.

ما در روزنامه فرصت امروز همیشه یک اصل ساده برای درک بهتر وضعیت مخاطب داریم. اینکه شما باید همیشه خودتان را جای مخاطب قرار دهید. آیا وقتی دنبال یادگیری یک مهارت تازه هستید، دوست دارید با ویدئوهایی طولانی رو به رو شوید؟ بی‌شک جواب هر فرد عاقلی در این شرایط یک نه قرص و محکم خواهد بود. پس خودتان هم در ویدئوهای آموزشی چنین نکته‌ای را رعایت کنید. وگرنه خیلی زود مورد خشم کاربران قرار خواهید گرفت.

طرح سوالات کاربردی: تکنیکی برای تعامل با مخاطب

گاهی اوقات ویدئوهای آموزشی شبیه کلاس‌های خشک و بی‌روح می‌شود. چه بسا آدم وسط تماشای چنین ویدئوهایی هزار تا کار دیگر هم انجام دهد و آخر سر هیچی از آن متوجه نشود. توصیه ما برای فرار از چنین وضعیتی بی‌نهایت ساده است: طرح سوالات کلیدی از مخاطب.

وقتی شما سوالات مهم از مخاطب‌تان بپرسید، ناخودآگاه حواس او به ویدئوی‌تان جمع می‌شود. آن وقت دیگر خبری از سهل‌انگاری یا پشت گوش انداختن مطالب‌تان نخواهد بود. یادتان باشد، اگر مخاطب به ویدئوی‌تان توجه نمی‌کند، جایی برای شکایت ندارید. در عوض باید خودتان را برای ارائه هرچه بهتر محتوا آماده کنید. وگرنه هیچ وقت ویدئوی آموزشی‌تان وایرال نخواهد شد.

بیان دقیق مطالب: ویدئوهای سرسری به جایی نمی‌رسند

گاهی اوقات ویدئوهای آموزشی آنقدر کوتاه هستند که آدم فرصت نمی‌کند حتی یک مرحله از آن را در عمل اجرا کند. چنین موقعیت‌هایی معمولا بار مضاعفی روی دوش کاربران قرار می‌دهد؛ چراکه دائما باید ویدئو را نگه داشته یا به عقب برگردند. در چنین اوضاعی کمتر کسی انگیزه‌ای برای تماشای ویدئو خواهد داشت. به طوری که بعد از مدت زمانی کوتاه هر چقدر هم ویدئو تولید کنید، کسی سراغ‌تان را نخواهد گرفت.

ما در این بخش قصد نداریم شما را به سوی ویدئوهای بی‌نهایت طولانی راهنمایی کنیم. در عوض ویدئوی‌تان نباید خیلی کوتاه باشد. اینطوری کاربران فرصت کافی برای یادگیری و اجرای توصیه‌های شما در عمل را خواهند داشت. اجازه دهید با یک مثال دقیق منظورمان را هرچه دقیق‌تر بیان کنیم. چنل یوتیوبی را در نظر بگیرید که تمرکزش بر روی تولید محتوای آموزشی درباره بازی والیبال است. اگر ویدئوهای آموزشی این چنل خیلی کوتاه باشد، احتمالا کاربران باید یکبار کل ویدئو را نگاه کرده و بعد آن را اجرا کنند. حالا اگر ویدئوهای همین چنل کمی طولانی‌تر بود، احتمالا کاربران فرصت تمرین همزمان با تماشای ویدئو را پیدا می‌کردند. ماجرا جالب شد، نه؟

کمی شوخی به کار اضافه کنید: سرگرمی هیچ وقت بد نیست!

آیا یک کلاس درس بدون شوخی و سرگرمی جلو می‌رود؟ شاید معلم‌های سختگیر اصلا میانه خوبی با خنده و کمدی نداشته باشند، اما کارآفرینان باهوش معمولا خلاف این روش را پیش می‌گیرند. هرچه باشد، چند تا خنده ساده که راه دوری نمی‌رود.

بی‌شک اضافه کردن بار طنز به ویدئوهای آموزشی کار ساده‌ای نیست. همیشه احتمال زیاده‌روی در شوخی و قهر سریع کاربران همین حوالی است. بنابراین نباید در کارتان خیلی زیاده‌روی کنید. توصیه ما در این رابطه استفاده از شخصیت‌های کلیدی برای کارتان است. مثلا اگر در حین ویدئوی آموزشی از حضور کمدینی محبوب استفاده کنید، کارتان حسابی دیده خواهد شد. به علاوه، کاربران هم وسط یک بحث جدی کمی شوخی و خنده تجربه می‌کنند. باور کنید یا نه، همین شوخی‌های به ظاهر ساده نقشی مهم در بهبود روحیه و فهم مطالب از سوی کاربران دارد.

یادتان باشد، شوخی در حین ویدئوهای آموزشی نباید خیلی طولانی شود؛ چراکه اصل مطلب چیز دیگری است و شما باید مهارت موردنظر را به مخاطب آموزش دهید. وگرنه اصلا چه لزومی دارد کاربران برای کمی خنده و تفریح سراغ ویدئوهای‌تان بیایند؟

جمع‌بندی نهایی

ویدئوهای آموزشی در طول سال‌های اخیر محبوبیت زیادی بین کاربران پیدا کرده است. به طوری که این روزها همه برای یادگیری یک مهارت تازه اول از همه سراغ چنین ویدئوهایی می‌روند. شاید فکر کنید این ایده خیلی عجیب یا باورنکردنی به نظر برسد، اما تولیدکنندگان محتوا هم با استفاده از چنین الگویی امکان درآمدزایی دارند. حالا شما همه نکات لازم برای شروع به کار در این عرصه را دم دست دارید. از اینجا به بعد همه چیز به پشتکار خودتان بستگی خواهد داشت.

منابع:

https://www.wyzowl.com/create-train-/ing-videos
https://www.animaker.com/hub/how-/to-create-an-effective-training-video
https://www.animaker.com/hub/how-/to-create-an-effective-training-video

تکنیک‌های مدیریت زمان برای مدیران

ادامه از صفحه ۵

درواقع این تلاش‌ها با نتایج خوبی همراه خواهد بود. در این زمینه راهکار هوشمندانه این است که ریتم بدن خود را شناسایی کرده و براساس آن، سازماندهی‌های لازم را انجام حالی است که فردی دیگر، ابدا صبح‌ها انرژی لازم را نداشته باشد. به همین خاطر این نکات کمک خواهد کرد که به شیوه‌ای کار کنید که کمترین فشار ممکن را به همراه داشته باشد. درواقع خسته نشدن، عاملی است که در کار کردن امروز، مهمترین اصل محسوب می‌شود.

۳-اولویت‌بندی داشته باشید

واقعیت این است که شما زمان برای انجام هر کاری را نخواهید داشت. در این رابطه حتی ممکن است در رابطه با موارد محدود انتخاب شده نیز این موضوع صادق باشد. به همین خاطر شما باید اولویت‌بندی درستی را داشته باشید. در این زمینه حتما از موارد حیات شروع نمایید و کم‌اهمیت‌ترین‌ها را به آخرین اقدام روز خود اختصاص دهید. در این زمینه فراموش نکنید که ممکن است یک کار اهمیت داشته باشد ولی بتوانید آن را فردا هم انجام دهید. این موضوع خود می‌تواند باعث شود که میزان اولویت آن از یک کار کم اهمیت که زمان دیگری برای انجام آن وجود ندارد، رتبه پایین‌تری را دریافت نماید. به همین خاطر شما باید یک بازنگری نسبت به موارد انتخاب شده داشته باشید. در این زمینه به عنوان یک مدیر، طبیعی است که نیاز باشد تا موارد تا حد امکان کم شوند. در نهایت با این اقدام شما به اقداماتی برمی‌خورید که نه فوری هستند و نه اهمیتی دارند. با حذف کردن آنها می‌توانید فرصت برای انجام کارهای جدید را پیدا کنید. در این زمینه راهنمای عمل شما، ماتریکس آیزنهاور خواهد بود.

۴-گروه‌بندی داشته باشید

از دیگر اقداماتی که باید انجام دهید این است که اقدامات خود را در گروه‌های مختلف قرار داده و با این دهید. برای مثال ممکن است فردی صبح زود از خواب بیدار شود و در این زمان بیشترین انرژی را داشته باشد و این امر در اقدام، می‌توانید دید بهتری نسبت به آنها داشته باشید. برای مثال اقدامات اداری و خانوادگی خود را طی یک ماه، در یک گروه مشخص قرار دهید. این امر کمک خواهد کرد تا هیچ موردی جا نیفتد. درواقع با نگاه کردن به آنها می‌توانید برنامه روزانه به مراتب بهتری را برای خود ایجاد نمایید. دراقع هنگامی که اقدامات گروه‌بندی می‌شوند، شما به درک بهتری نسبت به آنها می‌رسید و قدرت این را پیدا خواهید کرد که حتی چند مورد را با یکدیگر ترکیب کرده و آنها را به صورت همزمان و یا پشت سر هم انجام دهید. این موضوع به دلیل ارتباطی که موارد با یکدیگر دارند، کار را ساده‌تر خواهد کرد.

۵-تعادل میان کار و زندگی را جدی بگیرید

بسیاری از مدیران خصوصا تازه کارها، این تصور اشتباه را دارند که بهتر است در چند سال اول زمان زیادی را به کار خود اختصاص دهند و پس از محکم کردن جای پای خود، زمان بیشتری را صرف خانواده خود خواهند کرد. این امر در حالی است که کنار گذاشتن عادت کاری، امری بسیار سخت بوده و هنگامی که توقعات را براساس یکسری الگوی رفتاری ایجاد کرده‌اید، دیگر کمتر شدن، بی‌معنا خواهد بود. نکته‌ای که در این بخش باید به آن توجه داشته باشید این است که هر سال، برای خانواده شما اهمیت خاص خود را به همراه دارد. برای مثال اگر در کودکی فرزندان خود، حضور موثری را نداشته‌اید، زمان بیشتر در نوجوانی آنها نمی‌تواند نیاز گذشته را برطرف کند. این موضوع به حدی مهم است که باعث شده تا میزان طلاق در بین مدیران، به مراتب بیشتر از سایر حوزه‌های شغلی باشد. در این رابطه شما لازم است تا مسئولیت‌های کاری و زندگی شخصی خود را مشخص کرده و در تلاش باشید تا یک تعادل منطقی میان آن ایجاد نمایید. در این زمینه رعایت موارد قبلی نیز تعیین‌کننده خواهد بود.

۶-اقدامات قدیمی را کنار بگذارید

بسیاری از اقدامات رایج در محل کار، زمان افراد را نابود می‌کند. برای مثال برگزاری جلسات، یکی از این موارد محسوب می‌شود. در این زمینه نکته‌ای که باید به آن توجه داشته باشید این است که شما می‌توانید به جای جلسات مختلف، از برنامه‌های ارتباطی استفاده نمایید. در این زمینه ترلو، یکی از آنها محسوب می‌شود که باعث خواهد شد تا پیگیری کارمندان و حتی انجام کار گروهی، به بهترین شکل امکان‌پذیر باشد. در این زمینه نکته دیگری که باید مورد توجه قرار دهید این است که از تکنیک روز خلاق استفاده نمایید. براساس این روش شما یک روز در ماه را به عدم رعایت شیوه کاری مرسوم، اختصاص خواهید داد. این امر می‌تواند باعث شود که با کارمندان خود صحبت کرده و شخصا در بخش‌های مختلف شرکت حضور داشته باشید و بازنگری نسبت به آنها را انجام دهید. این موضوع کمک خواهد کرد تا ذهن شما آزاد شود و بتوانید مسائل را با دید جدید، مشاهده نمایید. در این زمینه شما حتی هر روز می‌توانید چنین زمانی را داشته باشید. با این حال شیوه انجام آن کاملا متفاوت است. درواقع در این روش شما باید زمانی را در طول روز خود به جدا شدن از محل کار اختصاص دهید. این امر می‌تواند با قدم زدن در پشت بام شرکت و یا نزدیک‌ترین پارک، به خوبی انجام شود. این موضوع براساس تحقیقات انجام شده، تاثیر بسزایی در بازیابی انرژی به همراه دارد.

منبع: entrepreneur.com
https://www.entrepreneur.com/leadership/6-hacks-to-manage-your-time-and-regain-your-energy/449677

فرصت امروز
روزنامه مدیریتی - اقتصادی
دوشنبه | ۱۸ اردیبهشت ۱۴۰۲ | شماره ۲۲۳۱ | صفحه ۸
صاحب امتیاز: موسسه مطبوعاتی فرصت سازان امروز
مدیر مسئول و سردبیر: محمدرضا قدیمی
چاپ: ریحان
دفتر مرکزی: مطهری، خیابان علی‌اکبری، پلاک ۱۱۵
دفتر مرکزی: ۸۸۵۱۴۵۳۸
سازمان آگهی‌ها: ۸۸۵۲۶۹۲۳
آیین نامه اخلاق حرفه ای روزنامه: WWW.FORSATNET.IR/REGULATIONS
WWW.FORSATNET.IR
INFO@FORSATNET.IR