

یادداشت

کرونا و پایان شرکت‌های سنتی

مار کو یانسیتی
استاد MBA در مدرسه کسب‌وکار هاروارد

تحولات یکی دو ماه اخیر در حوزه کسب‌وکار، کمتر از انقلاب نیست؛ شرکت‌ها به کارکنان‌شان دستور داده‌اند که از خانه دور کاری کنند، دانشگاه‌ها به طور کامل به آموزش آنلاین روی آورده‌اند، رستوران‌ها به جز سفارش گرفتن آنلاین و ارسال غذا چاره‌ای ندارند و کارخانه‌های اتومبیل‌سازی تولید را متوقف کرده‌اند. ما در حال تماشای سریع‌ترین دگردیسی سازمانی در تاریخ شرکت‌های مدرن هستیم. بله، درست است که شرکت‌ها پیش از این هم با بحران‌های بزرگ مالی فراوانی دست و پنجه نرم کرده‌اند: تا رکود بزرگ سال ۲۰۰۸ گرفته تا حباب دات کام اوایل دهه ۲۰۰۰ میلادی و اکثر این شرکت‌ها توانسته‌اند در مقابل مشکلاتی مثل جنگ‌ها، حملات تئوریستی، غافلگیری‌های انتخاباتی و بیماری‌های واگیردار قبلی تاب بیآورند، اما هیچ‌گاه مثل حالا اقتصاد جهان با چنین شکلی از شوک روبه‌رو نشده بود. ویروس کرونا شکاف عمیق میان کسب‌وکارهای دیجیتال و فیزیکی را تشدید می‌کند و بر ماهیت کار کردن به طور عمیقی تاثیر خواهد گذاشت. البته دگردیسی دیجیتالی…

فرصت امروز

برای کسب وکار آفرینی

هشدار خودروسازان

واگذاری امتیاز خرید خودروهای قرعه‌کشی شده، پیگرد قانونی دارد

به اطلاع کلیه هموطنان عزیز می‌رساند هرگونه واگذاری تحت هر عنوان از جمله فروش حواله یا فروش امتیاز فروش فوق‌العاده خودروهای گروه صنعتی…

۷

بانک مرکزی تنها نهاد اثرگذار بر تورم در اقتصاد ایران نیست

شرط مهار تورم

فرصت امروز: بانک مرکزی با وجود پیش‌بینی برخی نهادهای بین‌المللی از تورم ۳۵درصدی در اقتصاد ایران، هدف‌گذاری تورم ۲۲درصدی را برای سال ۹۹ اعلام کرده است که البته دو واحد درصد هم امکان انحراف برای آن پیش‌بینی شده است. در این میان، شیوع کرونا در کنار مسئله تحریم‌ها، اقتصاد ایران را بیش از پیش در تنگنا قرار داده است و کنترل نرخ تورم حداقل می‌تواند تا حدود زیادی از افزایش فاصله طبقاتی بیشتر جلوگیری کند. ابتدای همین هفته بود که بانک مرکزی پس از اعلام هدف‌گذاری تورم ۲۲درصدی در سال ۹۹ به تشریح جزئیات هدف‌گذاری تورم پرداخت و اعلام کرد که سیاست تازه دولت برای جبران کسری بودجه، یعنی فروش دارایی‌ها و انتشار اوراق بدهی که به معنای جمع کردن نقدینگی موجود در اقتصاد است، به کاهش فشار تورم کمک می‌کند. نظارت بر ترانزنامه بانک‌ها و ثبات بازار ارز از اقدامات تکمیل‌کننده برای کاهش نرخ تورم است. همچنین بانک مرکزی برای کاهش انبساط پول برنامه‌ریزی کرده است. در این برنامه قرار است نرخ سود سیاستی نقش اصلی را به عنوان متغیر اثرگذار بر تورم ایفا کند. نرخ سود می‌تواند از بانکی به بانک دیگر متفاوت باشد، ولی قاعدتا نرخ‌های سود در شبکه بانکی بهم نزدیک هستند…

۴

رشد ۴۷ هزار واحدی شاخص بورس در معاملات یکشنبه

رکورد صعود شاخص بورس شکست

۵

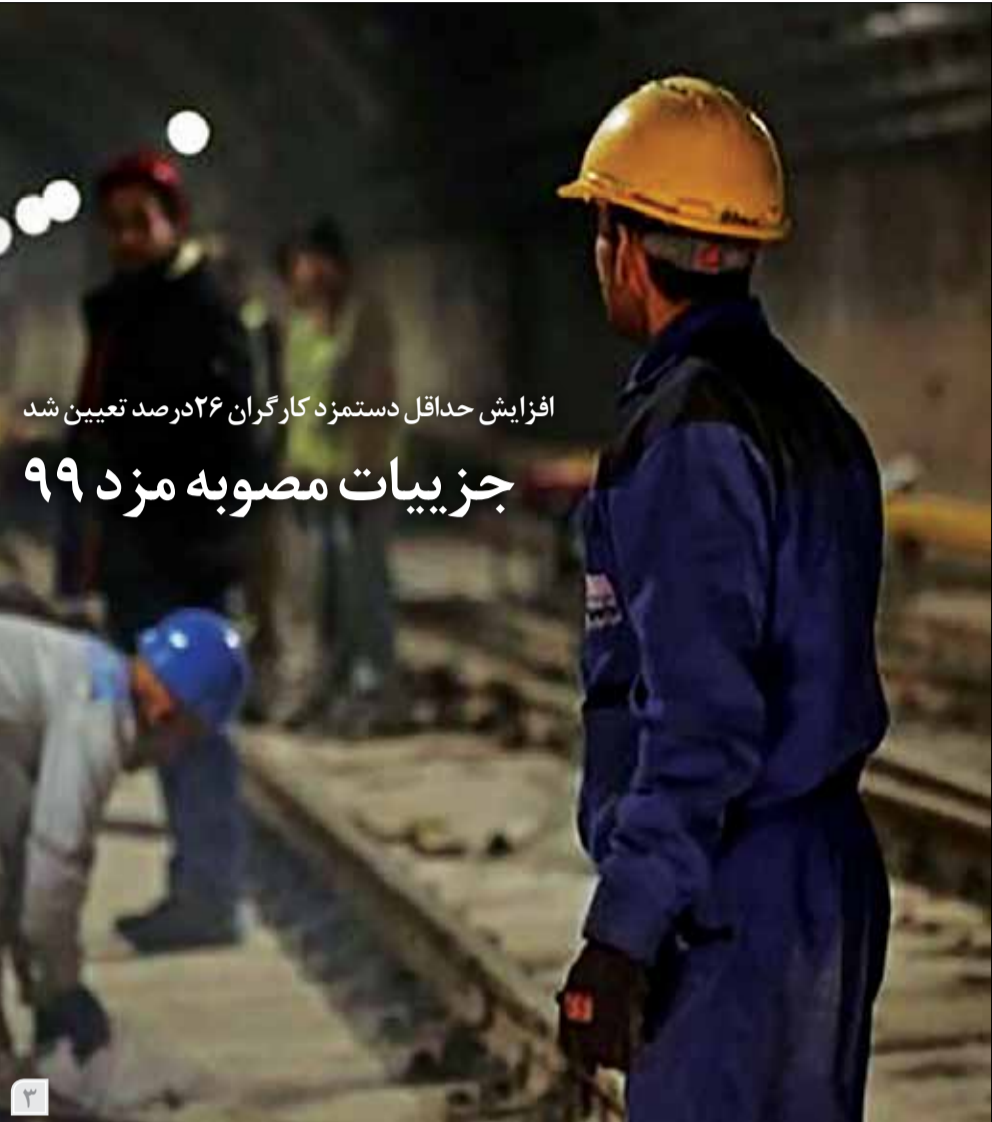
مدیریت و کسب‌وکار



ایلان ماسک: زمان تجزیه آمازون فرا رسیده است

- چند پیشنهاد برای داشتن اخلاق حرفه‌ای در محیط کار
- ۴ گام موفقیت‌آمیز برای غلبه بر ترس از شکست
- ارتقای سطح کسب‌وکار با کم‌هزینه‌ترین اقدامات
- بازار بابی و یدئویی با تکنیک‌های به‌روز
- چند تکنیک مهم در ساخت بهترین شعار تبلیغاتی
- بازار بابی محصولات کسل‌کننده برندها

۸ تا ۱۶



افزایش حداقل دستمزد کارگران ۲۶درصد تعیین شد

جزئیات مصوبه مزد ۹۹

وزرای اقتصاد دولت روحانی و احمدی‌نژاد به هم رسیدند

در جلسه علنی مجلس چه گذشت؟

می‌تواند مسئولیت‌های بیشتری را در اقتصاد ایفا کند.

رئیس سازمان بورس در انتها با اشاره به تسهیل ورود شرکت‌ها در بورس و انتشار اوراق بخش خصوصی از طریق بازار سرمایه گفت: الان عمدتاً دولت از طریق بازار سرمایه تأمین مالی می‌کند و ۱۰۰ هزار میلیارد تومان اوراق نیز در بورس به فروش رسیده است.

پارسا: بساط توصیه از سازمان مالیاتی جمع می‌شود

رئیس سازمان امور مالیاتی نیز در جلسه علنی مجلس از رشد ۲۹درصدی درآمدهای مالیاتی در سال گذشته خبر داد و گفت که دستورالعمل شایسته‌سالاری در سازمان امور مالیاتی در حال اجراست که در صورت تحقق آن بساط توصیه و سفارش در این سازمان جمع خواهد شد.

امیدعلی پارسا با بیان اینکه درآمدهای مالیاتی در سال ۱۳۹۸ برابر با ۲۹درصد رشد داشته و در مقایسه با ۲۰درصد رشد درآمدهای مالیاتی در سال‌های گذشته نشانگر توفیق نسبی در وصول مالیات است، افزود: اگرچه هنوز هم با آنچه که باید باشد فاصله داریم، اما نتیجه این عملکردافزایش نسبت مالیات به اعتبارات هزینه‌ای بوده است. رشد

مالیات بر ثروت در کشور به گونه‌ای بود که سهم مالیات بر ثروت از ۴۵درصد به ۶درصد افزایش یافت و مالیات بر مشاغل نیز افزایش قابل‌ملاحظه‌ای داشت. همچنین ما در دو ماهه امسال تمرکز بر طبقات بالا و حداقل فشار بر آحاد مردم را مورد توجه قرار دادیم

رئیس سازمان امور مالیاتی ادامه داد: آنچه که ما در سازمان مالیاتی دنبال می‌کنیم وصول با حصول است بحث و راهبرد اصلی آن هوشمندسازی است. باید همه دیتاهای تولیدشده در همه دستگاه‌ها به صورت برخط در اختیار سازمان مالیاتی باشد و همه معاونان به نوعی به سازمان متصل باشند تا مالیات متناسب با حد و اندازه هر کس وصول شود. این روندی است که ما دنبال می‌کنیم و امیدواریم برای پایان دولت به نقطه اول مالیات هوشمند برسیم. متأسفانه منطبق حاکم بر محاسبات ما منطبق سنتی است و نظام مالیاتی ما هوشمند نشده و همه اطلاعات در اختیار سازمان مالیاتی نیست. پارسا با تأکید بر ضرورت مقابله موثر با فرار و فساد در حوزه مالیات گفت: عدد فرار مالیاتی بالاست و ما بدون سروصدا داریم فرار مالیاتی را در سال جاری سامان می‌دهیم، اما در مورد فساد یک جنبه درون سازمانی دارد که کم و بیش در مجموعه‌ها هست و دیگری مربوط به سازمان مالیاتی به عنوان دستگاه دخل است که باید مستقل، سالم، عالم و شایسته باشد لذا ما دستورالعمل شایسته‌سالاری را ابلاغ کردیم تا در دو ماه آینده اجرایی کنیم تا بساط توصیه و سفارش در سازمان امور مالیاتی جمع شود. وی با اشاره به تمرکز بر اخذ مالیات از اقساار پردرآمد و ثروتمند یادآور شد: ما اصلاحیه قانون مالیات‌های مستقیم را برای هدفمندکردن مالیات به دولت دادیم که در آن مالیات عایدی سرمایه، دارایی و مجموعه درآمد نیز پیش‌بینی شده است. رئیس سازمان امور مالیاتی در پایان به فرهنگ مالیاتی اشاره کرد و گفت: سازمان امور مالیاتی در استان‌ها تنهاست و تمام فشار به سازمان برای نگرفتن مالیات است. در حالی که مالیات از حقوق حقه مردم است. من استدعا دارم هرچه سریع‌تر قوانین جدید به مجلس شورای اسلامی بیاید تا بتوانیم به اهداف بلند خود دست پیدا کنیم و به سمت ستاندن مالیات متناسب با ثروت، درآمد و مصرف برویم.

کارنامه گمرک ایران در سال گذشته از زبان میراشرفی

همچنین رئیس گمرک ایران در جلسه علنی مجلس شورای اسلامی و در جریان بررسی وضعیت اقتصادی کشور به رکورد تجارت خارجی در سال ۹۸ اشاره کرد و گفت میزان صادرات در سال گذشته ۱۳۵ میلیون تن و برای واردات ۵۸میلیون تن بوده است. یعنی وزن تجارت خارجی ۱۷۰ میلیون تن بوده که رکوردی در تاریخ کشور به جای گذاشته است.

مهدی میراشرفی با بیان اینکه مهمترین جوابی که می‌توان به بدخواهان کشور داد ارجاع به آمار تجارت خارجی در سال ۹۸ است، افزود: ما در سال گذشته ۱۳۵ میلیون تن صادرات و ۲۵ میلیون تن واردات داشته‌ایم. یعنی وزن تجارت خارجی ۱۷۰ میلیون تن بوده که رکوردی را در تاریخ کشور به جای گذاشته‌ایم. در بحث ارزش مبادلات

مجوزهایی که صادر می‌شود در درگاه ملی صورت می‌گیرد که عدد و وزن بالایی است و امکان شکایت، پاسخگویی و مشاوره هم در این محیط وجود دارد ما معتقدیم البته باید به این کار سرعت بدهیم و آن را گسترش دهیم تا دامنه گسترده‌تری را پوشش دهد. دژپسند با اشاره به تصویب دو لایحه مهم مالیاتی در مجلس دهم خاطرنشان کرد: یکی از آنها پایه‌های فروش و دیگری مالیات بر ارزش افزوده بود یک لایحه مهم دیگر به دولت فرستادیم که در آن اصلاحات بنیادی در مالیات بر درآمد را پیش‌بینی کردیم و گسترش پایه‌های مالیاتی و ساماندهی معافیت‌ها نیز در آن دیده شده است که این لایحه به مجلس ارائه خواهد شد.

وزیر اقتصاد با اشاره به موضوع واگذاری‌ها نیز گفت: گروه سرمایه‌گذاری امید مربوط به بانک سپه اولین عرضه را در پایان همین ماه دارد و گروه سرمایه‌گذاری ملی هم بعد از آن عرضه خواهد شد.

او به اقدامات این وزارت اقتصاد در راستای مولدسازی‌های دارایی‌های دولت در سال گذشته اشاره کرد و گفت: البته این امر لزوماً به درآمد منتهی نمی‌شود و فروش تا تبدیل به احسن را شامل می‌شود. ما این طیف را در نظر داریم و این فرآیند در حال انجام است اما باید توجه داشته باشیم که مولدسازی لزوماً برای کسب درآمد نیست.

دژپسند همچنین با تأکید بر بهزیز از استقرار از بانک مرکزی گفت: یک نگرانی وجود دارد که آیا دولت برای تأمین مالی به استقرار از بانک مرکزی روی می‌آورد یا نه؟ برنامه جامعی داریم که متوسل به این امر نشویم. پس از موضوع مالیات و واگذاری‌ها، یک اجزای‌ها را نیز برای تأمین مالی داریم که آن، استقرار از مردم و بخش خصوصی است. اثر استقرار از بانک مرکزی زاینبار است و لذا تمایل نداریم که به آن تن بدهیم. بازار سرمایه امروز به بلوغ رسیده است که می‌توان از آن بهره گرفت.

وزیر اقتصاد سپس به خسارت‌های شیوع کرونا به اقتصاد کشور اشاره کرد و گفت: بیماری کرونا ۱۵درصد به تولید ناخالص داخلی خسارت زد. رشد اقتصادی کشور در سال گذشته با احتساب نفت، منفی بوده که برای بهبود شرایط اقتصادی باید به سیاست‌های تحریک تقاضا روی آورد.

رشد ۱۰۰برابری ارزش بورس از نگاه حسن قالیباف

رئیس سازمان بورس و اوراق بهادار نیز در جلسه علنی مجلس و در جریان بررسی وضعیت اقتصادی کشور از افزایش یکصد برابری ارزش بازار سرمایه نسبت به سال ۱۳۸۸ خبر داد و گفت: یکی از فرصت‌های بزرگ در اقتصاد کشور بازار سرمایه است. با توجه به رونق بازار سرمایه و اتفاقاتی که افتاده توجه بیشتری به این بازار صورت گرفته و این فرصت خوبی برای تأمین مالی و توسعه اقتصاد کشور است. حسن قالیباف ادامه داد: در چند سال گذشته در بازار سرمایه، چند اتفاق بزرگ افتاده است یکی از آنها تصویب قانون سرمایه در سال ۱۳۸۴ است که باعث شد یکسری ابزار و نهادها خلق شود. همچنین قفون توسعه نهاده‌ا و ابزارهای مالی جدید در راستای اصل ۴۴ قانون اساسی در سال ۱۳۸۸ به تصویب رسید و در اختیار بازار سرمایه قرار گرفت. اجرای اصل ۴۴ قانون اساسی و واگذاری شرکت‌ها در راستای این قانون هم از طریق بازار سرمایه انجام شد.

به گفته رئیس سازمان بورس، در سال ۱۳۸۸ ارزش کل بازار ۴۲ هزار میلیارد تومان بوده که در حال حاضر به ۵۰۰۰ هزار میلیارد تومان رسیده است که نسبت به سال ۱۳۸۸ بالغ بر ۱۰۰ برابر شده و نشان‌دهنده پتانسیل بالای بازار سرمایه است.

قالیباف سپس به آزادسازی سهام عدالت اشاره کرد و گفت: دارندگان سهام عدالت می‌توانند دارایی‌های‌شان را در بازار سرمایه معامله کنند که ۱۵درصد آنها سهام‌شان را در بورس معامله کردند. البته بیشتر نگرانی ما این بود که عمده آنها فروشنده سهام عدالت شوند.

او با اشاره به وجود ۱۳ میلیون کد معاملاتی در بازار بورس گفت: با اضافه شدن سهام عدالت تعداد دارندگان کد معاملاتی در بازار سرمایه که سرمایه‌گذار محسوب می‌شوند ۷میلیون نفر می‌شود که این نشان‌دهنده جایگاه بازار سرمایه در اقتصاد کشور است و

فرصت امروز: جلسه علنی مجلس در روز یکشنبه، یک مهمان ویژه داشت. فرهاد دژپسند وزیر اقتصاد، اولین وزیر دولت دوازدهم بود که مخاطب سؤال نمایندگان مجلس یازدهم قرار گرفت. او که به خاطر تصادف با تاخیر به بهارستان رسیده بود، هم انتقادات و پیشنهاد مجلسی‌ها را شنید و هم به سوالات نمایندگان به صورت مبسوط پاسخ داد. پنجمین جلسه علنی مجلس یازدهم البته تنها شاهد حضور وزیر اقتصاد و گزارش او از وضعیت اقتصادی کشور نبود و روسای سازمان‌های بورس، گمرک و امور مالیاتی از دیگر کسانی بودند که گزارش عملکرد خود از سازمان متبوع خود را در صحن علنی مجلس ارائه دادند. عدم رسیدگی به مجوز کارگزاری بورس در هیأت‌مقرراتزدایی و رفع انحصار از این مجوز، محور عمده سؤال نمایندگان از وزیر اقتصاد بود. نکته جالب اما در خلال طرح این سؤال در صحن علنی مجلس، سخنان وزیر اقتصاد دولت احمدی‌نژاد بود. شمس‌الدین حسینی شاید به سبب کسوتش در قامت وزیر پیشین اقتصاد، بیشترین نقش را در طرح سؤال از دژپسند داشت. گزارش «فرصت امروز» از جلسه علنی روز یکشنبه مجلس را در ادامه می‌خوانید.

مجلسی‌است در جریان سوال از وزیر اقتصاد چه گفتند؟

شمس‌الدین حسینی ابتدا از اقدامات و زحمات وزیر اقتصاد تشکر کرد و گفت: باید اذعان کنیم در شرایط تحریم و رکود ناشی از کرونا، اداره کشور دشوار است ولی این مانع نمی‌شود که مسائل را موشکافی کنیم.

او سپس نقدهایی را به دولت روحانی روانه کرد و گفت: حجم وسیعی از آمار در مجلس خوانده می‌شود اما باید به سازگاری این اطلاعات توجه کنیم. چطور تولید رشد نداشته ولی یک میلیون و ۸۰۰ شغل خالص ایجاد شده است؟ چطور رشد اقتصادی منفی بودیم ولی نرخ بیکاری کاهش یافته است؟

حسینی به آزادسازی سهام عدالت اشاره کرد و افزود: در ماجرای سهام عدالت از دولت می‌خواهم ببانیه سه بندی رهبری درباره سهام عدالت را متصل به بیاتیه هشت بندی ایشان ببیند. اتفاقات عجولانه‌ای اتفاق می‌افتد، در حالی که در بحث آزادسازی ضوابط و مقررات باید به گونه‌ای صورت بگیرد که ارزش سهام از این بین. بازار سرمایه از نظر گردش مالی وضعیت خوبی دارد، اما معاملات معمولاً دست دوم است. عرضه اولیه خوب است، اما موضوع مهم‌تر، پذیرش‌نویسی سهام است. موسی غضنفرآبادی، نماینده بم از دیگر نمایندگانی بود که در جریان سوال از وزیر اقتصاد گفت: بنده اقتصاد کلاسیک بلد نیستم و فقط در حد کوچ‌و و بازار اقتصاد می‌دانم. در سال ۱۳۹۶ یکی از اخلاگران نظام اقتصادی که یک پیک موتوری بود دستگیر شد. او به اتهام خرید و فروش ۱۸۰ میلیون دلار از دستگیر شده بود همکاران ما از ایشان پرسیدند که آیا شما نمی‌ترسید که نرخ ارز پایین بیاید و خسارت ببینید و او با جدیت نرخ نرخ از پایین نمی‌آید!

غضنفرآبادی ادامه داد: ما از پاسخ او تعجب کردیم که چطور یک پیک موتوری با قطعیت می‌داند که دیگر نرخ ارز پایین نمی‌آید، اما رئیس کل بانک مرکزی وقت وعده پایین آمدن نرخ ارز می‌داد، ما مقصد داریم تا باند ناف اقتصاد را از نفت قطع کنیم. در وهله اول باید سرمایه‌گذاری رشد کند اما باید پاسخ داد که چرا رشد سرمایه‌گذاری محقق نمی‌شود؟ اینکه ما صرفاً گزارش ارائه کنیم کافی نیست.

وزیر اقتصاد در پاسخ به سوال نمایندگان چه گفت؟

فرهاد دژپسند در جلسه علنی مجلس و در جریان بررسی وضعیت اقتصادی کشور با اشاره به اظهارنظر نمایندگان در این باره گفت: یکی از نکاتی که توسط نمایندگان مطرح شد فضای کسب و کار بود که می‌گفتند چرا اجرایی نشده است؟ در حالی که طیف مختلفی از قوا و دستگاه‌های اجرایی در این موضوع تاثیرگذار هستند متناسب با آن باید ببینیم چه اتفاقی افتاده است. از جمله رتبه ما در فضای کسب و کار در حال حاضر ۱۲۷ است که پیش از این این رتبه ۱۵۲ بوده است و کاهش جدی‌تر هم در پیش داریم. وزیر اقتصاد ادامه داد: یکی از نمایندگان این موضوع را مطرح کرد که پنجره واحد تشکیل نشده است در حالی که این سازوکار وجود دارد و همین الان ۵۵درصد

پادداشت

کرونا و پایان شرکت‌های سنتی

مار کو یانسییتی
استاد MBA در مدرسه کسب‌وکار هاروارد

تحولات یکی دو ماه اخیر در حوزه کسب‌وکار، کمتر از انقلاب نیست: شرکت‌ها به کارکنان‌شان دست‌نور داده‌اند که از خانه دور‌کاری کنند، دانشگاه‌ها به طور کامل به آموزش آنلاین روی آورده‌اند، رستوران‌ها به جز سفارش گرفتن آنلاین و ارسال غذا چاره‌ای ندارند و کارخانه‌های اتومبیل‌سازی تولید را متوقف کرده‌اند. ما در حال تماشای سریع‌ترین ادگرسی‌سی‌سازی سازمانی در تاریخ شرکت‌های مدرن هستیم، بله، درست است که شرکت‌ها پیش از این هم با بحران‌های بزرگ مالی فراوانی دست و پنجه نرم کرده‌اند: از رکود بزرگ سال ۲۰۰۸ گرفته تا بحاب دات کام اوایل دهه ۲۰۰۰ میلادی و اکثر این شرکت‌ها توانسته‌اند در مقابل مشکلاتی مثل جنگ‌ها، حملات تروریستی، غافلگیری‌های انتخاباتی و بیماری‌های واگیردار قبلی تاب بیآورند، اما هیچ‌گاه مثل حالا اقتصاد جهان با چنین شکلی از شوک روبه‌رو نشده بود. ویروس کرونا شگاف عمیق میان کسب‌وکارهای دیجیتال و فیزیکی را تشدید می‌کند و بر ماهیت کار کردن به طور عمیقی تاثیر خواهد گذاشت. البته دگردیسی دیجیتالی که امروز می‌بینید، از مدت‌ها پیش آغاز شده است. شرکت‌ها سال‌ها هاست به طور فزاینده‌ای به سمت هسته‌ای دیجیتال حرکت می‌کنند که روی نرم‌افزار، دیتا و شبکه‌های دیجیتال بنا شده است. این شکل از ساز و کار شرکتی نیازمند معماری عملیاتی کاملا جدید است. از موسسه مالی Ant Financial (وابسته به علی‌بابا) گرفته تا فیس‌بوک، شرکت دیجیتال نو در رقابت با شرکت‌های سنتی سه مزیت اصلی دارد: با هزینه پایین‌تر تولید بیشتر انجام می‌دهد، گستره تولیدی متنوع‌تری دارد و بر بهبود و ابداع متمرکز است.

رقابت با چنین شکلی از شرکت حتی برای غول‌های سنتی هم دشوار است. آنها نمی‌توانند با این شرایط جدید خود را وفق بدهند. کرونا اما با اضافه کردن بُعد چهارم به رقابت سنتی/دیجیتال، اوضاع را برای شرکت‌های سنتی سخت‌تر کرد: کار مجازی! امروز نه فقط رابطه میان شرکت و مشتریانش در حال دیجیتال شدن است، که رابطه میان شرکت و کارکنانش هم دیجیتالی‌زه می‌شود. در نتیجه، فلاتر کمتر از قبل اهمیت خواهند داشت. کار کردن از خانه نه‌فقط امکان‌پذیر است که عموما برای طرفین جذاب‌تر نیز هست.

نیاز به مجازی‌شدن کار به خاطر شیوع کرونا نه‌فقط دگردیسی دیجیتال را سرعت می‌بخشد، که تفاوت‌ها هم میان افراد و هم میان شرکت‌ها را عمیق‌تر می‌کند. در کمتر از چند روز تقریبا هر روندی که می‌شد به سرعت دیجیتال شود مجازی شده است: افراد به کمک ویدئوکنفرانس در جلسات جدی کاری شرکت می‌کنند و پزشکان به همین ترتیب بیماری را تشخیص می‌دهند و درمان را آغاز می‌کنند. دژه‌ای باستانی کسب‌وکارهای سنتی در حال فروپاشی هستند: بازار بورس نیویورک طبقه معاملاتش را تعطیل کرده و خرید و فروش‌ها کاملا آنلاین شده است. با این‌همه گروهی از کسب‌وکارها و روندها همچنان نیازمند حضور فیزیکی افراد هستند: مثل هتل‌ها، ماشین‌فروشی‌ها یا سوپرمارکت‌ها. یا مثلا اوبر با وجود هسته کاملا دیجیتال خود همچنان نیازمند افراد است تا تاکسی‌ها را برانند. همین‌طور آمازون که فروشگاه دیجیتال به حساب می‌آید اما به ده‌ها هزار نفر کارگر نیاز دارد تا در انبارها کار کنند یا کالاها را به مقصد برسانند. نکته اینجاست که پیش از این، دیجیتالی‌شدن یک کسب و کار باعث تقویت توان رقابتی‌اش می‌شد، اما پاندمی کرونا باعث شده دیجیتالیزه‌شدن فرق بین مرگ و زندگی شود. شکاف دیجیتال شکاف در جامعه را عمیق‌تر خواهد کرد. شرکت‌هایی که نتوانند یک‌شبه دیجیتال شوند حتما عقب خواهند افتاد و کارکنان‌شان را در معرض ریسک‌های فزاینده مالی و فیزیکی قرار خواهند داد. این شکاف نه فقط میان شرکت‌ها، که در درون شرکت‌ها هم به وجود خواهد آمد. در آمازون که یکی از موفق‌ترین شرکت‌های دیجیتال دنیا به حساب می‌آید، کارگران انبارها در مواجهه با سختی کار در دوران کرونا شروع به اعتراض کرده‌اند.

شکاف میان دیجیتال و غیردیجیتال عمیق‌تر خواهد شد. کسب و کارهایی مثل آموزش به راحتی می‌توانند دیجیتال شوند پس به کار خود ادامه خواهند داد، اما ورشکستگی و اخراج کارکنان در کارهایی که دیجیتال‌شدن در آنها آسان نیست، شدت خواهد گرفت. در ۲۶ مارس وزارت کار آمریکا اعلام کرد که طی یک هفته ۳.۲ میلیون آمریکایی فرم بیکاری را پر کرده‌اند که در طول تاریخ این کشور بی‌سابقه بوده است. در چنین لحظات شکننده‌ای، جامعه باید اذعان کند که اقتصاد فقط به کمک شرکت‌های دیجیتال نمی‌تواند به حرکت خود ادامه دهد و ما به وجود شرکت‌های فیزیکی هم نیاز داریم، اما نه شرکت‌های سنتی فیزیکی. آیا آنها خواهند توانست خود را از آینده‌ای که سریع‌تر از حد معمول رسیده است، نجات دهند؟

رئیس بانک جهانی مطرح کرد

ضربه سخت کرونا به اقتصاد جهانی

رئیس بانک جهانی، پاندمی کرونا را «ضربه‌ای مخرب» برای اقتصاد جهانی دانست و هشدار داد که زندگی میلیاردها نفر در جهان تحت تاثیر شیوع ویروس کرونا قرار گرفته است. دیوید مالپس گفت که احتمالا این رکود اقتصادی تا یک دهه آینده ادامه خواهد داشت. به عقیده او، در صورت اتخاذ برنامه‌های درست از جمله کاهش بدهی برای کشورهای فقیر و یا اتخاذ برنامه‌های حمایتی برای افراد آسیب‌پذیرتر می‌توان شرایط را بهتر کرد. رئیس بانک جهانی همچنین ماه گذشته میلادی هشدار داد که شیوع ویروس کرونا در جهان حدود ۶۰ میلیون نفر از مردم را به سوی «فقر شدید» سوق داده است. از نظر بانک جهانی، «فقر شدید» به معنای درآمد کمتر از ۱٫۹۰ دلار روزانه یک فرد است (۱٫۵۵ پوند). مالپس هشدار داد که کسانی که کمترین درآمد را دارند، بیشترین صدمه را دیده‌اند. او در گفت‌وگو با بی‌بی‌سی گفت که بیش از ۶۰ میلیون نفر از مردم جهان با درآمد روزانه کمتر از یک پوند در روز زندگی می‌کنند. او گفته او، «ترکیبی از پاندمی کرونا و بسته شدن کسب و کارها، به معنای آن است که میلیاردها نفر از مردم وضعیت معیشتی‌شان مختل شده و این نگران‌کننده است. از جمله تبعات مستقیم این بحران، نه‌تنها از دست دادن درآمد، بلکه عواقب سلامتی و اجتماعی این همه‌گیری نیز بسیار سخت است.»

آیا پاداش هیأت‌مدیره بر ریسک‌پذیری بانک‌ها تاثیر می‌گذارد؟

نظام پاداش مدیران بانکی

می‌شود مدیران به دنبال جریان‌های نقدی پایدار برای انجام تعهدات ناشی از قراردادهای بدهی باشند و ریسک بیشتری را بپذیرند بنابراین درک بهتر چگونگی ارتباط سازه‌ای قراردادهای پاداش هیات‌مدیره با ریسک‌پذیری بانک‌ها حائز اهمیت است.



وقتی مدیرعامل یک تعدیلگر دوگانه است

بیشتر پژوهشگران و مقررات‌گذاران بر این باورند که پاداش هیأت‌مدیره ریسکی اضافی به صنعت بانکداری تحمیل می‌کند. این باورها شرکت‌ها و مقررات‌گذاران را به سمت اصلاح طرح‌های پاداش پرداختی به هیأت‌مدیره برای جلوگیری از افزایش ریسک آتی سوق داده است. این باورها ممکن است ناشی از عدم درک ریسک و خوش‌بینی مفرط غیرمربوط به پاداش هیأت‌مدیره باشد که البته منجر به تصمیم‌های پری‌ریسک مدیران نیز می‌شود. پس از بحران‌های مالی، بسیاری از پژوهشگران بر چگونگی تاثیر پاداش هیأت‌مدیره در صنعت بانکداری کار کرده‌اند. بیشتر مطالعات تاثیر پاداش مبتنی بر حقوق مالکانه بر ریسک را بررسی کرده‌اند ولی نقش پاداش نقدی را نادیده گرفته‌اند. پژوهشگرانی که تاثیر پاداش مبتنی بر وجه نقد را بر میزان ریسک‌پذیری در صنعت بانکداری مورد بررسی قرار داده‌اند، به رابطه‌ای منفی رسیده‌اند. از طرف دیگر، نظریه قرارداد بینه، پاداش بیشتری را برای مدیران در بانک‌هایی که دارای مدیرعامل دوگانه هستند پیش‌بینی می‌کند و پاداش انگیزشی بیشتر به عملکرد مربوط است. همچنین براساس نظریه قدرت مدیریتی، مدیرعاملی که رئیس هیأت‌مدیره نیز باشد، در موقعیت خود برای رسیدن به اهداف موردنظر است. استفاده از این مدل‌ها، به‌دنبال مذاکره برای قراردادهای پاداشی است که منافع او را بیشتر در نظر بگیرد، بنابراین مسئله پژوهش حاضر این است که آیا پاداش هیأت‌مدیره بر ریسک‌پذیری بانک تاثیر می‌گذارد یا نه؟ همچنین براساس دو نظریه قرارداد بینه و قدرت مدیریتی، آیا نقش دوگانه مدیرعامل رابطه بین پاداش هیأت‌مدیره و ریسک‌پذیری بانکی را تعدیل می‌کند؟

در اینجا باید گفت که سیاست پاداش به عنوان سازوکاری برای کاهش تضاد بین مدیران و سهامداران در ادبیات مدیریت مطرح بوده است. طی دو دهه گذشته، پرداخت‌های مبتنی بر عملکرد به‌طور قابل‌ملاحظه‌ای در داخل و خارج از صنعت بانکداری افزایش یافته

است. در کل، افزایش استفاده از پاداش مبتنی بر عملکرد با نظریه نمایندگی سازگار است، جایی که پاداش بینه مستلزم همسوسازی منافع مدیران ریسک‌گریز با سهامداران بی‌تفاوت نسبت به ریسک از طریق ایجاد انگیزه برای مدیران در انجام پروژه‌های دارای ریسک اما با ارزش فعلی خالص مثبت است.

در صنعت بانکداری، نظارت بر ریسک مدیریتی منوط به مشکل خطر اخلاقی تعریف‌شده در نظریه نمایندگی است. بانک‌ها موسساتی با نسبت اهرمی بالایی هستند. سهامداران در مقابل استراتژی‌های دارای ریسک بالا که نوسانات دارایی‌های بانک را نسبت به سهامداران در شرکت‌های کمتر اهرمی افزایش می‌دهند، ایستادگی می‌کنند. انگیزه سهامداران برای افزایش ریسک با بیمه تسهیلات پرداختی و اعمال سیاست‌های ضمانت وثیقه‌ای که از بدهکاران بانک در برابر زیان و شکست سازمانی محافظت می‌کند، کاهش می‌یابد. کاهش انگیزه سهامداران برای افزایش ریسک، میل به کاهش بیش‌از حد ریسک توسط مدیران را تشدید می‌کند. در نتیجه، سهامداران ممکن است از قدرت خود برای پرداخت پاداش به هیأت‌مدیره برای تسویق ریسک‌پذیری مدیران استفاده کنند. درحالی‌که اثربخشی پرداخت پاداش غیرنقدی (مشقوق‌ها) برای پذیرش ریسک در بانک‌ها متفاوت است، اما پرداخت پاداش نقدی نقش مهمی در اثرگذاری بر ریسک کلی بانک بازی می‌کند.

رابطه منفی پاداش نقدی و ریسک‌پذیری بانک‌ها

هدف از انجام پژوهش حاضر، ارزیابی رابطه بین پاداش هیأت‌مدیره و ریسک‌پذیری بانک و نقش تعدیلگر دوگانگی مدیرعامل بر این رابطه بود. اولین نتیجه‌ای که از یافته‌های تجربی ناشی می‌شود، این است که پاداش نقدی هیأت‌مدیره رابطه منفی با ریسک‌پذیری بانک دارد بنابراین برای پاسخ به سؤال اصلی پژوهش باید گفت که پاداش نقدی هیأت‌مدیره تاثیری منفی بر ریسک‌پذیری در صنعت بانکداری دارد. از یافته‌های این پژوهش می‌توان این‌طور استدلال کرد که دریافت و بازپرداخت بدهی جزو فعالیت‌های اصلی بانک‌ها محسوب می‌شود و بانک‌ها به‌خاطر عدم بازپرداخت بدهی‌ها ریسک کمتری می‌پذیرند، بنابراین مالکان بانک‌ها مدیران را به کار می‌گیرند تا با استفاده از پرداخت پاداش نقدی مبتنی بر عملکرد به آنها، از ورشکستگی بانک و پذیرش ریسک جلوگیری کنند. از طرف دیگر، مدیران برای دریافت پاداش بیشتر، اقدامات اساسی برای کسب عملکرد بهتر و جریانات نقدی پایدارتر برای انجام تعهدات ناشی از قراردادهای بدهی و به‌تبع آن دریافت پاداش بیشتر انجام می‌دهند. این کار ریسک عدم پرداخت بدهی بانک‌ها را کاهش می‌دهد، چراکه وجود عملکرد بهتر و جریان‌های نقدی پایدارتر، ریسک بازپرداخت بدهی را کاهش می‌دهد.

با توجه به این امر، می‌توان مسئله را با این واقعیت توضیح داد که پاداش نقدی وابسته به پرداخت بدهی بانک است و بنابراین می‌تواند رفتار ریسک‌پذیری هیأت‌مدیره را به دلیل از دست دادن درآمد کاهش دهد. اگرچه ۲۵درصد مشاهدات مربوط به وجود دوگانگی مدیرعامل بوده است، اما یافته‌ها نشان می‌دهند که وجود نقش دوگانگی مدیرعامل تاثیری مستقیم بر رابطه مذکور نداشته است. یافته‌های این پژوهش می‌توانند به ایجاد یک سیستم پرداخت پاداش به هیأت‌مدیره کمک کند که در آن، پاداش نقدی نقش کاهنده‌ای برای جلوگیری از ریسک بیش از حد ایفا می‌کند. همچنین یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که نظارت با کیفیت بر کار هیأت‌مدیره به ریسک‌پذیری کمتر بانک‌ها منجر می‌شود بنابراین پیشنهاد می‌شود که از مشقوق‌های انگیزشی همراه با نظارت کافی و مقررات‌گذاری بینه برای کاهش ریسک در بانک‌های ایرانی استفاده شود. پیشنهاد می‌شود علاوه بر نقش دوگانگی مدیرعامل که یک عامل تعدیلگر است، اثر سایر سازوکارهای حاکمیت شرکتی مانند کمیته حسابرسی، درصد مدیران موظف و غیرموظف و … بر رابطه بین پاداش و ریسک مورد توجه قرار گیرد. در این میان، باید به این محدودیت در چنین پژوهشی اشاره کرد که در بانک‌های ایران دسترسی به اطلاعات دقیق پاداش پرداختی و غیرنقدی وجود ندارد و همین مسئله، تحقیق در این باره را با مشکلات زیادی مواجه می‌سازد. در یک کلام، پرداخت پاداش نقدی به هیأت‌مدیره باعث می‌شود که مدیران به دنبال جریان‌های نقدی پایدار برای انجام تعهدات ناشی از قراردادهای بدهی باشند و ریسک بیشتری را بپذیرند.

با تصویب شورای فقهی بانک مرکزی

مشکل «مشارکت مدنی» برای «امهال مطالبات بانکی» بر طرف می‌شود

موسویان از اعضای این شورا موضوع استفاده از عقد مشارکت مدنی در تسویه مطالبات را تایید و تاکید کرد که یکی از کاربردهای مشارکت مدنی پرداخت بدهی‌های بنگاه اقتصادی است؛ یعنی در عرف بازار و در طول تمدن اسلامی یکی از اهداف پذیرش شریک این بود که بنگاهدار از محل واگذاری بخشی از بنگاه، پول به دست آورده و بدهی‌های بنگاه را بپردازد. براساس نظر شورای فقهی بانک مرکزی، بانک با شریک شدن در بنگاه زمینه پرداخت بدهی‌های بنگاه را فراهم می‌آورد و این مشارکت صحیح است و تهارت بدهی بنگاه به بانک با طلب بنگاه از محل مشارکت مدنی هم اشکال شرعی ندارد.

به گفته مرادی، در نهایت این موضوع در جلسه اخیر شورای فقهی بانک مرکزی مطرح شد و استفاده از عقد مشارکت مدنی به عنوان عقد امهالی رسماً تصویب شد و این موضوع به دستورالعمل سال گذشته بانک مرکزی درباره امهال مطالبات موسسات اعتباری اضافه می‌شود. با تصویب قریب‌الوقوع این موضوع در شورای پول و اعتبار، بخش زیادی از مشکلات بانک‌ها برطرف می‌شود. البته صرف اعطای تسهیلات مشارکت برای تسویه دیون سابق بدون اینکه زمینه‌ای برای اعطای تسهیلات وجود داشته و مبتنی بر بخش واقعی اقتصاد باشد، همچنان اشکال شرعی و قانونی خواهد داشت.

وی با اشاره به اینکه در این حالت بانک در دارایی‌های مثبت تسهیلات‌گیرنده شریک می‌شود، افزود: بدین‌ترتیب بانک باید با اعتبارسنجی‌های لازم و اطمینان از اینکه مشتری در سررسید خود توان بازپرداخت تسهیلات را خواهد داشت، می‌تواند یک مرتبه نسبت به انعقاد این قرارداد امهالی اقدام کند.

شورای فقهی بانک مرکزی افزود: در این راستا دکتر سید عباس

شورای فقهی بانک مرکزی به تازگی در جلسه اخیر خود، مشکل استفاده از «عقد مشارکت مدنی» برای «امهال مطالبات بانکی» را از نظر شرعی برطرف کرده و در نتیجه یکی از معضلات فعلی شبکه بانکی و تسهیلات‌گیرندگان برای امهال مطالبات رفع شده است.

در این راستا، یک کارشناس حقوق بانکی به بررسی این مصوبه شورای فقهی بانک مرکزی پرداخت و گفت: با تصویب شورای فقهی بانک مرکزی، مشکل شرعی استفاده از «عقد مشارکت مدنی» برای «امهال مطالبات بانکی» برطرف شده و بانک‌ها می‌توانند با رعایت شرایط لازم از این عقد، برای تسویه دیون مشتری‌های خود استفاده کنند.

یاسر مرادی در گفت‌وگو با ایرنا، با اشاره به اینکه برخی تسهیلات‌گیرندگان پس از دریافت تسهیلات، امکان بازپرداخت در سررسید را ندارند، گفت: این امر سبب انعقاد قرارداد امهالی توسط بانک‌ها و بعضاً ایجاد سود مرکب و چند برابر شدن بدهی تسهیلات‌گیرندگان می‌شود. با توجه به اینکه در عملیات بانکداری بدون ربا، بحث امهال مطالبات مسکوت مانده بود، در سال ۹۱ بانک مرکزی بخشنامه‌ای را صادر و اعلام کرد که براساس آن، فقط از عقود «خرید دین»، «سلف» و «اجاره به شرط تملیک» می‌توان به عنوان عقود امهالی استفاده کرد.

مرادی ادامه داد: بر این اساس، بدهکاران بانکی که بدهی‌شان سررسید شده، اگر اسناد تجاری داشته باشند از طریق خرید دین و در صورتی که محصولات تولیدی داشته باشند از طریق سلف و اگر ملک داشته باشند از طریق اجاره به شرط تملیک می‌توانستند که بدهی خود



مسکن

آیا راه‌اندازی بورس مسکن امکان‌پذیر است؟

امکان‌سنجی فروش متری مسکن در بورس

در حالی یک ماه از امضای تفاهم‌نامه بین وزارت راه و شهرسازی و سازمان بورس برای تأمین مالی پروژه‌های مسکن از طریق بازار سرمایه می‌گذرد که مسئولان وزارت راه و شهرسازی امیدوارند در فاز اول این همکاری‌ها منابع لازم برای ساخت هزار واحد مسکونی از طریق بازار سرمایه، تأمین شود.

محمود محمودزاده، معاون وزیر راه و شهرسازی اعلام کرده امکان خریدوفروش سهام مسکن که تحت عنوان خرید متری مسکن شناخته می‌شود، در بازار سرمایه ایجاد شده است. البته برای اجرایی‌شدن این موضوع و راه‌اندازی بورس مسکن باید قوانین و آیین‌نامه‌هایی در سازمان ملی زمین و مسکن، شرکت عمران شهرهای جدید و شرکت بازآفرینی صورت گیرد که به گفته مسئولان وزارت راه و شهرسازی هم‌اکنون در جریان است.

اما مسئولان وزارت راه و شهرسازی چرا به دنبال ایجاد بورس و حضور در بازار سرمایه هستند؟ به اعتقاد کارشناسان، رکود در بازار مسکن از یک‌سوء، افزایش دائم و با سرعت زیاد قیمت‌ها از سوی دیگر و البته نبود منابع کافی در وزارت راه و شهرسازی برای اجرای پروژه‌هایی همچون مسکن ملی باعث شده تا مسئولان این وزارتخانه به فکر تأمین سرمایه از بورس باشند، اما این اقدام در حالی رخ می‌دهد که میانگین قیمت هر متر مسکن در ماه جاری در پایتخت به ۱۷ میلیون تومان رسیده است؛ عددی که نشان می‌دهد بسیاری از جمعیت کشور باید آرزوی خانه خریدن را از ذهن‌شان خارج کنند و در بهترین حالت ممکن شاید بتوانند در حاشیه شهرهای بزرگ یا کوچک خانه‌دار شوند.

اما آیا بورس مسکن اجرایی است و می‌تواند راهکاری برای خروج مسکن از رکود باشد؟ کارشناسان مسکن معتقدند مردم عادی از بورس مسکن و خرید سهام متری زمین در بورس استقبال چندانی نخواهند کرد و راه‌اندازی بورس مسکن بیشتر فضا را برای بانک‌ها و بخش‌های شبه‌دولتی باز می‌کند تا روی پروژه‌های انبوه‌سازی مسکن سرمایه‌گذاری کنند و درنهایت موضوع به نفع شرکت‌های دولتی و شبه‌دولتی و بانک‌ها به پایان می‌رسد و بانک‌ها را به سمت

بنگاه‌داری بیشتر هدایت می‌کند.

رئیس اتحادیه مشاوران املاک مصطفی قلی‌خسروی هم در این باره گفته است: «مسکن مانند دیگر کالاها مثل آهن، سیمان، پلاستیک و … که خصوصیات ثابتی دارند نیست. با توجه به خاصیت ناهمگن بودن مسکن در هیچ کجای دنیا بورس بازار مسکن وجود ندارد. فقط شاید بتوان پروژه‌های مسکونی در حد انبوه مثل پروژه‌های سازمانی که از یک تیپ و مشخصات ثابت برخوردارند را بتوان وارد بورس کرد که آن‌هم بعید است که تأثیر قابل‌توجهی بر قیمت مسکن داشته باشد.»

البته باوجود همه این نقدها، معاون وزیر راه و شهرسازی معتقد است که «بورس مسکن سودآوری خوبی خواهد داشت.» او به ایسنا گفت: «طالعات جامع و کافی درخصوص ریسک و شرایط بازار بر روی پروژه‌ها انجام می‌شود بنابراین پروژه‌هایی که ما در بورس معرفی می‌کنیم، حتماً اقتصادی است و سودآوری خوبی برای سرمایه‌گذاران خواهد داشت. کسانی که خواستار سرمایه‌گذاری مطمئن هستند ولی محلی برای سرمایه‌گذاری ندارند، وقتی به بورس می‌آیند و با اطمینان در پروژه‌های مسکن سهامدار شوند سود مناسبی برداشت می‌کنند.»

چرا قیمت تسهیلات مسکن در سال ۹۹ بالا رفت؟

دلایل افزایش قیمت اوراق مسکن

قیمت هر برگ تسهیلات مسکن در سال جدید افزایش چشمگیری داشته و در فروردین و اردیبهشت امسال به ۸۰ هزار تومان رسیده که نسبت به ابتدای اردیبهشت‌ماه افزایش دو برابری داشته است؛ اتفاقی که فرابورس علت آن را افزایش تقاضا برای دریافت تسهیلات مسکن و همچنین روزهای پر معامله بازار مسکن می‌داند. به گزارش ایسنا، مروری بر قیمت اوراق مسکن نشان می‌دهد که قیمت این اوراق از ابتدای اردیبهشت‌ماه سال جاری تاکنون افزایش چشمگیری داشته است. بر این اساس و طبق آخرین قیمت‌ها زوج‌های تهرانی برای تهیه وام ۲۴۰ میلیونی مسکن و جعاله در حال حاضر باید ۳۸ میلیون و ۴۰۰ هزار تومان پرداخت کنند در حالی که این میزان در ابتدای اردیبهشت‌ماه ۲۲ میلیون و ۷۵۲ هزار تومان بود. به عبارت دیگر قیمت اوراق مسکن در ۴۰ روز بیش از ۱۵ میلیون تومان افزایش یافته است. در این راستا و براساس اطلاعاتی که فرابورس در اختیار ایسنا قرار داده است نشان می‌دهد که در اسفندماه سال ۱۳۹۸ با افزایش تقاضا برای دریافت تسهیلات مسکن قیمت اوراق به حدود ۶۰ هزار تومان رسید، اما دلیل قیمت‌های بالای این روزها هم این است که معمولاً ماه‌های اردیبهشت، شهریور و اسفندماه بازه‌های زمانی پر معامله در بازار مسکن محسوب می‌شود هرچند در برخی سال‌ها به توجه به شرایط اقتصادی و تأثیرگذاری بازارهای رقیب بازه‌های سنتی رونق مسکن تغییر کرده است. این اطلاعات می‌گویند افزایش سقف وام جعاله از ۲۰ به ۴۰ میلیون تومان نیز انگیزه خرید اوراق تسهیلات مسکن و افزایش تقاضا و قیمت آن را در پی داشته است. بر این اساس فرابورس اولین تسه سال ۱۳۹۹ با گشایش نماد تسه ۹۹۰۱ (اوراق تسهیلات مسکن صادره در فروردین‌ماه امسال) در تاریخ دوم اردیبهشت‌ماه سال ۱۳۹۹ را آغاز کرد که این قیمت نیز با میانگین ۴۶ هزار و ۲۶۰ تومان کشف شد. براساس این گزارش شورای پول و اعتبار در سوم دی‌ماه سال گذشته افزایش سقف تسهیلات ساخت و خرید مسکن از محل اوراق گواهی حق تقدم، استفاده از تسهیلات مسکن را تصویب کرد. این تسهیلات در تهران به صورت انفرادی تا ۱۰۰ میلیون تومان و برای زوجین تا ۲۰۰ میلیون تومان افزایش یافته است. همچنین این نوع وام در مراکز استان‌ها و شهرهای بالای ۲۰۰ هزار نفر جمعیت نیز به صورت انفرادی ۸۰ میلیون تومان و برای زوجین تا ۱۶۰ میلیون تومان و سایر مناطق شهری تا ۶۰ میلیون تومان به صورت فردی و ۱۲۰ میلیون تومان برای زوجین افزایش یافته است. براساس مصوبه شورای پول و اعتبار سقف تسهیلات جعاله از محل منابع داخلی بانک‌ها توسط بانک مسکن و بانک‌های تجاری (شامل تسهیلات از محل اوراق گواهی حق تقدم و بدون سپرده) تا مبلغ ۴۰ میلیون تومان افزایش یافت وام جعاله قبلاً ۲۰ میلیون تومان بود.



اسدی در پاسخ به این پرسش که آیا افزایش حق مسکن و حداقل مزد کارگران طبق قانون انجام می‌شود، گفت: بیشترین مشکل ما روی حداقل مزد کارگران بود و در مورد بازنشستگان کارگری براساس ماده ۹۶ و ۱۱۱ قانون تأمین اجتماعی که دست سازمان تأمین اجتماعی را در افزایش حداقل مستمری بازنشستگان باز گذاشته است.

به گفته وی، مسئله اصلی این بود که اولاً قطار مذاکرات دستمزد کارگران به ریل اصلی برگشت، ثانیاً احترام به قانون و احترام به نظر اجماع صورت گرفت و با توجه به اینکه مشکلات کرونایی ایجادشده با رعایت قانون سعی شد از قدرت خرید کارگران به بهترین نحو حمایت شود.

او ادامه داد: گرچه نمی‌گوییم این مصوبه ایده‌آل است اما انتظار می‌رود دولت همان‌گونه که قبلاً وعده داده بود نرخ تورم را کنترل کند تا وضع عمومی جامعه قدری بهتر شود. الان حداقل مزد کارگران ۵درصد رشد می‌کند و حق مسکن نیز ۲۰۰ هزار تومان اضافه می‌شود، اما اگر قرار باشد نرخ تورم انتظاری که وزیر اقتصاد در جلسه قبلی گفته بود تورم انتظاری سال ۹۹ در حد ۱۶درصد خواهد بود اما عملکرد دو ماه گذشته نرخ تورم را بالای ۲۰درصد نشان داد بنابراین اگر قرار باشد با تورم افسارگسیخته رشد دستمزد از بین برود برای کارگر فایده‌ای نخواهد داشت. دولت باید تورم را کنترل کند تا قدرت خرید بازنشستگان و کارگران قدری بهتر شود.

با این مصوبه جدید، حداقل دستمزد سال گذشته کارگران که یکمیلیون و ۵۱۷ هزار تومان بود امسال به یکمیلیون و ۸۳۵ هزار تومان خواهد رسید. با توجه به تغییر پایه حقوق کارگران در شورای عالی کار و احتساب افزایش حداقل مزد در سال ۱۳۹۹، بن خوربار ۴۰۰ هزارتومانی، حق مسکن ۳۰۰ هزارتومانی (در صورت تصویب هیأت‌وزیران)، و سایر مزایای جانبی مزد، مجموع حقوق و دریافتی یک کارگر مجرد بدون سابقه در سال جاری به بیش از ۲ میلیون و ۶۰۰ هزار تومان افزایش یافت که در مقایسه با دستمزد سال گذشته رشد قابل‌توجهی را نشان می‌دهد.

با افزایش حداقل حقوق محقق شود. بر همین اساس، با مصوبه دیشب شورای عالی کار، ۷۵ هزار تومان از میزان حق سنوات کارگری کاسته و بر حداقل دستمزد افزوده شد تا حداقل حقوق قانون کار ۵درصد دیگر افزایش یابد و به یکمیلیون و ۹۱۱ هزار تومان برسد.

با این حساب، دریافتی کارگر بدون فرزند و بدون سابقه، با احتساب همه مزایای مصوب شورای عالی کار به حدود ۲ میلیون و ۶۲۰ هزار تومان می‌رسد. همچنین کارگران متأهل و دارای فرزند به ازای هر فرزند ۱۹۱ هزار تومان حق اولاد دریافت می‌کنند و حقوق یک کارگر با یک فرزند بالاتر از ۲ میلیون و ۸۰۰ هزار تومان خواهد بود.

در این زمینه، نماینده کارگران در شورای عالی کار با بیان اینکه در نشست شورای عالی کار حداقل دستمزد کارگران ۵درصد و حق مسکن کارگران ۲۰۰هزار تومان اضافه شد، گفت: اجرای این مصوبه از اول تیر ۹۹ خواهد بود. آیت اسدی در گفت‌وگو با فارس، در مورد نشست شورای عالی کار برای تعیین حق مسکن کارگران که شنبه‌شب در محل وزارت تعاون کار و رفاه اجتماعی برگزار شد، گفت: در این نشست حق مسکن کارگران با افزایش ۲۰۰ هزارتومانی از رقم ۱۰۰ هزار تومان به ۳۰۰ هزار تومان افزایش یافت. حق مسکن جداسدت و به حقوق پایه اضافه نمی‌شود، بلکه حقوق پایه کارگران از ۲۱درصد به ۲۶درصد اضافه شد. به گفته او، نرخ پایه سنواتی کارگران که در مصوبه قبلی گفته شده بود، باید کارگر حداقل یک سال سابقه داشته باشد، از این نرخ پایه سنواتی ۷۵ هزار تومان کاسته شد و روی حداقل مزد کارگران قرار گرفت. درنتیجه حداقل دستمزد کارگران از ۲۱درصد رشد به ۲۶درصد افزایش یافت و حق پایه سنوات از ۱۷۵ هزار تومان مصوبه قبلی به ۱۰۰ هزار تومان رسید.

نماینده کارگران در شورای عالی کار در مورد سایر سطوح مزدی کارگران، گفت: برای سایر سطوح غیر از حداقل دستمزد مبلغ ۲۵۰۰ تومان به مزد روزانه اضافه شد. یعنی دستمزد سایر سطوح کارگران بالاتر می‌رود. درمجموع درآمد کارگران شاغل در سال جاری ۴۴ و نیم درصد افزایش می‌یابد که به اندازه نرخ تورم است.

اوپک پلاس برای کاهش تولید نفت تا ماه ژوئیه به توافق رسید

تمدید توافق نفتی تا یک ماه دیگر

«کشورهای اوپک و اوپک پلاس به اتفاق آراء پذیرفتند که طرح فعلی کاهش تولید نفت تا پایان ماه ژوئیه ادامه پیدا کند.»

دُن برویلت، وزیر انرژی آمریکا نیز در حساب کاربری رسمی خود در توییتر با ابراز خرسندی از تمدید توافق نفتی نوشت: «این توافق در یک زمان کلیدی یعنی درست زمانی که تقاضای نفت رو به بهبود است و فعالیت‌تقاضا باعث کاهش قابل‌توجه درآمد کشورهای نفتی خواهد شد، انجام شد.»

جیسون باردوف، تحلیلگر مرکز سیاست‌گذاری جهانی انرژی در دانشگاه کلمبیا، درباره تمدید توافق نفتی اوپک و دیگر کشورهای نفتی می‌گوید: «تمدید این توافق نشان می‌دهد که عربستان سعودی و روسیه می‌خواهند از تصمیمات تندی که به سقوط قیمت نفت در ماه مارس کمک کرد، اجتناب کنند اما چالش‌هایی در آینده وجود خواهد داشت.»

با وجود بهبود تقاضای نفت نسبت به دوران اوج بحران کرونا، اوپک همچنان انتظار دارد که تقاضای جهانی نفت در سال جاری میلادی به‌طور متوسط حدود ۹ میلیون بشکه در روز کمتر از تقاضای روزانه آن پیش از آغاز بحران (حدود ۱۰۰ میلیون بشکه در روز) باشد. این افت شدید تقاضا باعث کاهش قابل‌توجه درآمد کشورهای نفتی خواهد شد و فشار زیادی را به دولت‌های وابسته به نفت وارد خواهد کرد.

در روزهای اخیر صحبت از تمدید توافق نفتی به مدت سه ماه مطرح بود، اما روسیه مشتاق بود که هرچه زودتر تولید نفت به حالت عادی بازگردد. مقامات روسی معتقدند رشد سریع قیمت نفت می‌تواند افزایش عرضه نفت از سوی تولیدکنندگان نفت شیل را که روسیه و اوپک آنها را رقیب خود می‌دانند به دنبال داشته باشد. با توجه به رف محدودیت‌هایی که در بسیاری از کشورها به‌منظور مقابله با ویروس کرونا وضع شده بود، تقاضای نفت به‌سرعت در حال بهبود است و به همین دلیل عربستان سعودی که پس از توافق نفتی

فرصت امروز: به دنبال برگزاری جلسه هفت ساعته شورای عالی کار در شنبه‌شب گذشته، نمایندگان دولت، کارگر و کارفرما موافقت کردند که حق مسکن کارگری از ۱۰۰ هزار تومان به ۳۰۰ هزار تومان افزایش یابد و همچنین با کسر ۷۵ هزار تومان از پایه سنوات، این مبلغ مستقیماً به حداقل مزد اضافه شود تا میزان افزایش حداقل مزد کارگری در سال جاری از ۲۱درصد به ۲۶درصد برسد.

در جلسه شورای عالی کار که با دستور کار بررسی افزایش حق مسکن کارگران برگزار شد، شرکای اجتماعی بعد از هفت ساعت مذاکره و رایزنی با افزایش ۲۰۰درصدی حق مسکن موافقت کردند تا در صورت موافقت هیات وزیران، مبلغ بن مسکن کارگری از ابتدای سال جاری به جای ۱۰۰ هزار تومان، ۳۰۰ هزار تومان محاسبه و به کارگران مشمول قانون کار پرداخت شود.

همچنین در این جلسه توافق شد پایه سنوات از ۱۷۵ هزار تومان به ۱۰۰ هزار تومان کاهش یابد و در مقابل ۷۵ هزار تومان به حقوق پایه کارگران مشمول قانون کار اضافه شود. بر این اساس، میزان تغییر حقوق پایه سال ۹۹ از ۲۱درصد موردتوافق در مصوبه ۲۹ فروردین شورای عالی کار به ۲۶درصد افزایش یافت.

نکته دیگر اینکه با رایزنی شرکای اجتماعی در جلسه شورای عالی کار، بحث افزایش حق مسکن کارگری که در جریان مذاکرات مزد ۹۹ برای افزایش ۰۰درصدی مطرح شده بود نیز به نتیجه رسید و این مزایا از ۱۰۰ هزار تومان به ۳۰۰ هزار تومان افزایش یافت. البته این مصوبه شورای عالی کار باید در هیات وزیران نیز به تصویب برسد و طبق اعلام حاضران در جلسه شورای عالی کار، تاریخ اجرای مصوبه بود مسکن حداکثر از ابتدای تیرماه خواهد بود.

براساس مصوبه قبلی شورای عالی کار، حداقل دستمزد کارگران مشمول قانون کار با ۲۱درصد افزایش، یکمیلیون و ۸۳۵ هزار تومان تعیین شده بود، اما طرف کارگری معتقد بود که به دلیل عدم شمولیت عام مزایای مزدی مانند حق سنوات، همه کارگران این مزایا را دریافت نمی‌کنند و باید افزایش دریافتی کارگران به‌جای تحقق از محل مزایا،

کشورهای عضو اوپک و دیگر کشورهای نفتی در حالی برای تمدید طرح کاهش تولید نفت به توافق رسیدند که قیمت نفت طی هفته‌های اخیر به میزان قابل‌توجهی افزایش یافته و تقاضای جهانی نفت نیز به‌سرعت در حال بهبود است. به گزارش «فایننشال تایمز»، مقامات نفتی کشورهای عضو اوپک و روسیه روز شنبه ششم ژوئن (۱۷ خردادماه) در یک نشست مجازی برای تمدید طرح کاهش تولید نفت تا پایان ماه آینده میلادی به‌منظور ایجاد تعادل در بازار نفت که تحت تأثیر بحران کرونا با کاهش شدید تقاضا مواجه است، به توافق رسیدند.

براساس این توافق، عربستان سعودی و روسیه که بزرگ‌ترین صادرکنندگان نفت در جهان به شمار می‌روند، همچنان نقش اصلی را در طرح کاهش ۹.۷ میلیون بشکه‌ای (که حدود دو ماه قبل بر سر آن توافق شد) برعهده خواهند داشت؛ هرچند مقامات این دو کشور در نشست مجازی روز شنبه از دیگر کشورهای عضو ائتلاف خواستند که تعهدات خود را با جدیت بیشتری رعایت کنند.

در اوایل ماه آوریل (اواسط فروردین) در حالی که قیمت نفت در بازارهای جهانی به دلیل کاهش شدید تقاضا بر اثر بحران کرونا و همچنین جنگ قیمتی بین روسیه و عربستان به‌سرعت در حال سقوط بود، اعضای اوپک و سایر تولیدکنندگان نفت از جمله روسیه و آمریکا با یکدیگر توافق کردند که برای کمک به حذف مازاد عرضه در بازار، تولید نفت خود را مجموعاً به میزان ۹.۷میلیون بشکه در روز کاهش دهند. اما تمدید این توافق نفتی اکنون در شرایطی انجام شده است که قیمت نفت به بالاترین ارقام خود در سه ماه اخیر رسیده است. موفقیت توافق نفتی ماه آوریل و رشد مداوم قیمت نفت در هفته‌های اخیر باعث شد تا کشورهای تولیدکننده نفت انگیزه بیشتری برای تمدید این توافق داشته باشند. سهیل المزروعی، وزیر انرژی امارات دقایقی پس از پایان نشست مجازی برای تمدید توافق نفتی اعلام کرد:

بانک نامه



از سوی بانک مرکزی

میزان ارز قابل حمل و نگهداری اعلام شد

دستورالعمل اجرایی مربوط به تعیین میزان ارز قابل حمل، نگهداری و مبادله در داخل کشور به شبکه بانکی ابلاغ شد. براساس دستورالعمل اجرایی مزبور، حمل و نگهداری ارز (اسکناس) توسط اشخاص حداکثر تا سقف مبلغ ۱۰ هزار یورو یا معادل آن به سایر ارزها بلامانع بوده و حاصل و نگهداری ارز (اسکناس) برای مبالغ پیشتر از ۱۰ هزار یورو یا معادل آن به سایر ارزها توسط اشخاص، صرفاً در صورت داشتن یکی از مدارک شامل سند موسسه اعتباری، رسید سنا و اظهارنامه گمرکی مجاز خواهد بود. طبق اعلام بانک مرکزی، سند موسسه اعتباری و رسید سنا، حداکثر شش ماه از تاریخ صدور دارای اعتبار است و قبل از انقضای مهلت مذکور، دارندگان سند موسسه اعتباری و رسید سنا مکلفند به یکی از این روش‌ها شامل واریز ارز مربوطه به حساب ارزی نزد یکی از موسسات اعتباری، فروش ارز به یکی از موسسات اعتباری به نرخ بازار (مندرج در سامانه معاملات الکترونیکی ارز ETS) یا فروش به صرافی با درج در سامانه سنا اقدام کنند، در این ارتباط اسناد مذکور پس از گذشت مهلت زمانی منظور شده (شش ماه)، فاقد اعتبار بوده و مشمول قوانین و مقررات مربوطه خواهد شد. همچنین برای مساعدت با اشخاصی که قبلاً ارز خود را از طریق صرافی‌های مجاز یا بانک‌ها و موسسات اعتباری تهیه کرده‌اند، لیکن مهلت زمانی سند بانک و موسسه اعتباری را رسید سنا آنها بیش از شش ماه گذشته باشد، از تاریخ ابلاغ این دستورالعمل (۱۱ خردادماه ۱۳۹۹)، سه ماه مهلت داده شده تا نسبت به تعیین تکلیف ارز خود در قالب یکی از روش‌های فوق اقدام کنند. نکته مهم اینکه چنانچه مشخص شود که منشأ ارزهای موضوع دستورالعمل ابلاغی، حاصل از پولشویی و تأمین مالی تروریسم باشد، برپایر قوانین و مقررات مبارزه با پولشویی و تأمین مالی تروریسم عمل خواهد شد. ضمناً به بانک‌های عامل و صرافی‌ها تأکید شده، اطلاع‌رسانی لازم در این خصوص را به مشتریان خود انجام دهند.

هر گرم طلا ۷۱۵ هزار تومان شد

مسیر معکوس سکه و دلار

قیمت سکه تمام بهار آزادی طرح جدید در دومین روز هفته اندکی بالا رفت، اما نرخ سکه یک گرمی کاهش یافت. به گزارش خبرآنلاین، در بازار طلای تهران هر قطعه سکه تمام بهار آزادی طرح جدید با افزایش قیمت ۶۵ هزار تومانی به ۷ میلیون و ۳۳۸ هزار تومان رسید. این در حالی است که نرخ سکه تمام بهار آزادی طرح قدیم چون روز شنبه ۷میلیون و ۱۰۰ هزار تومان تعیین شد. نیم سکه و ربع سکه نیز به ترتیب ۳میلیون و ۷۰۰ هزار تومان و ۲میلیون تومان خرید و فروش شدند و سکه یک گرمی با کاهش ۲۰ هزار تومانی یک میلیون و ۷۰ هزار تومان به فروش رفت. هر گرم طلای ۱۸ عیار هم ۷۱۵ هزار و ۲۰۰ تومان فروش رفت تا ۳هزار تومان افزایش را تجربه کند. اونس طلا نیز به دلیل تعطیلی بازارهای جهانی در روز یکشنبه همچنان به قیمت هزار و ۶۸۵ دلار ثابت ماند. در سوی دیگر، قیمت دلار با کاهشی بسیار اندک نسبت به روز نخست هفته در سقف کانال ۱۶ هزار تومان عقب رفت. هر دلار آمریکا در صرافی‌های بانکی به قیمت ۱۶ هزار و ۹۲۰ تومان طی روز یکشنبه فروخته شد که در قیاس با روز قبل کاهشی اندک را نشان می‌دهد. بر این اساس نرخ خرید دلار از مردم همانند روز شنبه فاصله‌ای نامتعارف نسبت به همیشه را در قیاس با روال معمول دارد و نرخ خرید دلار از مردم تنها ۳۰ تومان کمتر از نرخ فروش آن است. قیمت خرید دلار از مردم در صرافی‌های بانکی ۱۶ هزار و ۹۰۰ تومان گزارش شد. با توجه به کاهش اندک قیمت دلار در دو روز اخیر، به نظر می‌رسد بازار مقاومتی جدی را برابر کاهش قیمت از خود نشان می‌دهد. رئیس کل بانک مرکزی پیش از این تأکید کرده که قیمت‌ها در بازار واقعی نیست و ریزش قیمت‌ها در بازار محتمل خواهد بود. او به سرمایه‌گذاران در بازار ارز هشدار داده که ریسک این بازار را لحاظ کنند. با وجود کاهش اندک قیمت دلار در بازار، اما قیمت یورو هیچ تغییری را تجربه نکرد، چنانچه هر یورو در صرافی‌های بانکی ۱۸ هزار و ۶۰۰ تومان فروخته شد و نرخ خرید یورو از مردم نیز ۱۸ هزار و ۵۰۰ تومان اعلام شد.

دبیرکل کانون بانک‌ها:

برداشت بیشتر از یک قسط، خطای بانکی است

دبیر کل کانون بانک‌ها و موسسات اعتباری خصوصی با تأکید بر اینکه برداشت بیشتر از یک قسط از حساب دارندگان وام فرض‌الحسنه خطای بانکی است، گفت: طبق اعلام بانک مرکزی، دارندگان وام می‌توانند (به خاطر بحران کرونا) سه ماه از پرداخت وام پرهیز کنند و مبلغ مانده را بعد از آخرین سررسیدی به معمول واریز کنند. به گزارش فارس، محمدرضا جمشیدی در گفت‌وگو با برنامه «روی خط اقتصاد» رادیو اقتصاد گفت: موضوع «برداشت بیشتر از یک قسط از حساب مشتریان دارای وام فرض‌الحسنه» یک خطای بانکی است. به گفته وی، برخی از گیرندگان وام در هنگام اخذ مبلغ، به بانک این اختیار را می‌دهند تا بانک در سررسیدهای معین شده اقساط را برداشت کند. دبیرکل کانون بانک‌ها و موسسات اعتباری خصوصی ادامه داد: طبق اعلام بانک مرکزی دارندگان وام می‌توانند سه ماه از پرداخت وام پرهیز کنند و مبلغ مانده را بعد از آخرین سررسید به حساب بانک واریز کنند. برخی از بانک‌ها موضوع تعویق سه ماه سررسید وام‌ها را از طریق اصلاح سیستم‌های نرم‌افزاری به سامانه‌های خود اعمال کرده‌اند و برخی با بانک‌ها به طور دستی این کار را انجام داده‌اند. همه دارندگان وام می‌توانستند به بانک مراجعه کنند و از مسئول شعبه بخواهند که از برداشت وجه قسط در ایام کرونا خودداری کنند. گیرندگان قرض از بانک، علاوه بر مراجعه حضوری می‌توانند به واسطه ایمیل یا تلفن ثابت با بانک در ارتباط باشند. به گفته دبیرکل کانون بانک‌ها و موسسات اعتباری خصوصی، همه بانک‌ها موظف هستند براساس اعلام بانک مرکزی وجوه اخذشده (اقساط) را به حساب دارندگان وام عودت دهند و اگر بانک از بازگشت وجه سر باز زد، مراجعان این موضوع را باید به بازرسی بانک موردنظر خودشان اعلام کنند. کانون بانک‌ها و موسسات اعتباری خصوصی سساز و کار رسیدگی به شکایات را ندارد، اما در این مورد به خصوص به موضوع ورود پیدا می‌کند و پیگیری‌های متعددی را انجام می‌دهد.

او در پایان توصیه کرد: بهتر است که دارندگان وام، برای درخواست عودت وجه به همان شعبه‌ای مراجعه کنند که از آن وام را دریافت کرده‌اند.

فرصت امروز: بانک مرکزی با وجود پیش‌بینی برخی نهادهای بین‌المللی از تورم ۲۵درصدی در اقتصاد ایران، هدف‌گذاری تورم ۲۲درصدی را برای سال ۹۹ اعلام کرده است که البته دو واحد درصد هم امکان انحراف برای آن پیش‌بینی شده است. در این میان، شیوع کرونا در کنار مسئله تحریم‌ها، اقتصاد ایران را بیش از پیش در تنگنا قرار داده است و کنترل نرخ تورم حداقل می‌تواند تا حدود زیادی از افزایش فاصله طبقاتی بیشتر جلوگیری کند.

ابتدای همین هفته بود که بانک مرکزی پس از اعلام هدف‌گذاری تورم ۲۲درصدی در سسال ۹۹ به تشریح جزئیات هدف‌گذاری تورم پرداخت و اعلام کرد که سیاست تازه دولت برای جبران کسری بودجه، یعنی فروش دارایی‌ها و انتشار اوراق بدهی که به معنای جمع کردن نقدینگی موجود در اقتصاد است، به کاهش فشار تورم کمک می‌کند. نظارت بر ترانزنامه بانک‌ها و ثبت بازار ارز از اقدامات تکمیل‌کننده برای کاهش نرخ تورم است. همچنین بانک مرکزی برای کاهش انبساط پول برنامه‌ریزی کرده است.

در این برنامه قرار است نرخ سود سیاستی نقش اصلی را به عنوان متغیر اثرگذار بر تورم ایفا کند. نرخ سود می‌تواند از بانکی به بانک دیگر متفاوت باشد، ولی قاعدتاً نرخ‌های سود در شبکه بانکی بهم نزدیک هستند. اصطلاحاً این نرخ‌ها، نرخ سود خرده‌فروشی نامیده می‌شوند. بانک مرکزی این نرخ‌ها را تعیین نمی‌کند، اما بانک‌ها در بازار بین بانکی با بانک مرکزی در تعامل هستند. در واقع، بانک‌ها هر روز براساس وضعیت ترانزنامه و میزان ذخایر قانونی خود، دارای مازاد و یا کمبود در بازار بین بانکی هستند که می‌توانند با یکدیگر مبادلاتی را انجام دهند و نیازهای‌شان را مرتفع کنند، اما اگر در این مبادلات که اصطلاحاً درنرخ‌های سود بین بانکی انجام می‌شود، نرخ سود بین بانکی از نرخ سود سیاستی که بانک مرکزی در نظر دارد انحراف پیدا کند، بانک مرکزی با خرید و یا فروش اوراق بهادار دولتی نرخ سود بین بانکی را به نرخ سود سیاستی نزدیک می‌کند.

اقتصاددانان و کارشناسان، تورم ۲۲درصدی را با توجه به شرایط کنونی اقتصاد کشور چندان قابل تحقق نمی‌دانند، چراکه سهم

پروبانک

بانک مرکزی تنها نهاد اثرگذار بر تورم در اقتصاد ایران نیست

شرط مهار تورم



خود را همانند گذشته نداریم و عملاً نوسانات ارزی نتیجه به هم خوردن تراز تجاری کشور شده است.»

به گفته شقاقی، «کنشدن روند صادرات غیرنفتی به دلیل مسدودشدن مرزها مشکل‌ساز شده و این ناترازی تجاری به ناترازی ارزی رسیده است. در این بین، قیمت نفت، مشتقات و فلزات هم کاهش یافته است که بر درآمد حاصل از صادرات کشور ما اثر خود را خواهد داشت. در این موارد گاهی دیپلماسی به داد کشور خواهد رسید تا موانع را باز کند و گاهی نظم مالی، با این‌همه این امور در اختیار بانک مرکزی نیست و به همین دلیل، هدف‌گذاری تورمی را باید نهادی که ابزارهای لازم برای تعیین نرخ تورم را دارد برعهده می‌گرفت و نه بانک مرکزی.»

این اقتصاددان با اشاره به اینکه «در صورتی که این هدف محقق نشود، طبیعتاً باید تمامی دستگاه‌ها و نهادها مورد بازخواست قرار گیرند»، گفت: «مسئله تورم مسئله‌ای فراگیر است و باید برای حل آن همه ارکان اقتصادی و سیاسی و … بسیج شوند. بی‌تردید مهار تورم می‌تواند زمینه را برای رشد تولید، پیش‌بینی پذیر شدن اقتصاد و … محقق کند. اکنون بانک مرکزی توانایی مقابله با عوامل تورم‌زا در اقتصاد کشور را ندارد و به این اعتبار من نمی‌دانم این هدف‌گذاری محقق می‌شود یا نه؟ حتی در صورت تحقق آن هم بانک مرکزی نهایتاً در ۲۰درصد آن نقش داشته است.»

شقاقی در پایان با اشاره به راه حل‌های مختلف برای هدف‌گذاری تورمی گفت: «در بحث‌های کلانی مانند تورم که چند بخش و نهاد بر آن اثرگذارند بهتر است یک شورای هماهنگی بین نهادهای موثر ایجاد شود تا از طریق اجرای سیاستی هدفمند بتوانند تاثیر همه جانبه بر نرخ تورم بگذارند.»

بانک مرکزی امیدوار است با کاهش سطح انبساط پول بر تقاضای کل در اقتصاد اثر گذاشته و از میزان تورم بکاهد. هرچند بانک مرکزی اعلام کرده سیاست‌های پولی به دلیل شوک ناشی از همه‌گیری کرونا تا مدتی به طور اجتناب‌ناپذیر انبساطی خواهد بود اما در نهایت سطح آن کاهش پیدا می‌کند.

مدیرعامل بانک توسعه صادرات ایران:

هدف بانک مرکزی در تنظیم نرخ سود بازار بین بانکی محقق شد

این عضو شورای فقهی بانک مرکزی، در ادامه درباره ابزار ETF، اظهار داشت: این ابزار در زمانی که در سازمان بورس بومد شکل گرفت و راه‌اندازی شد و به طور کلی یکی از ابزارهایی که خوب بود و دولت می‌تواند ۲۰درصد سهامی که براساس اصل ۴۴ از شرکت‌ها در اختیار دارد را در صندوق‌های ETF وارد کرده و مدیریت دولت را به مدت یکسال حفظ می‌کند و اگر پس از آن تعداد سهامداران تعداد قابل توجهی از یونیت‌های صندوق‌های سرمایه‌گذاری ETF را جذب کنند می‌توانند در مجمع شرکت کنند و حق رأی نیز داشته باشند.

به گفته صالح‌آبادی، این ابزار بسیار خوب است و تصمیم اینکه این سهم‌های دولتی را وارد صندوق‌های ETF کنند و از طریق آنها واگذاری‌ها انجام شود، تصمیم خوبی است. صندوق بانک‌ها شکل گرفته و پلایشگاهی و تخصصی نیز در آینده راه‌اندازی خواهد شد. مدیرعامل بانک توسعه صادرات ایران در پایان تأکید کرد: اما اینکه یک سهامدار قصد ورود به این بازار را دارد، بستگی به بررسی و پیش‌بینی سهامدار دارد.

رئیس کنفدراسیون صادرات ایران مطرح کرد

درخواست برای تمدید مهلت رفع تعهد ارزی صادرکنندگان

عضو اتاق بازرگانی تهران ابراز امیدواری کرد با گشایش نسبی مرزها و افزایش دوباره صادرات فرآیند بازگشت ارز سال گذشته نیز با سرعت بیشتری ادامه یابد.

گفتنی است چند روز قبل عبدالناصر همتی، رئیس کل بانک مرکزی در نامه‌ای به غلامحسین شافعی، رئیس اتاق بازرگانی ایران اعلام کرد: مهلت صادرکنندگان برای استفاده از مشوق‌های صادراتی در رفع تعهد ارزی تا پایان تیرماه سال ۹۹ اعلام شده است.

به دنبال تحریم‌های یکجانبه و غیرقانونی آمریکا و کاهش درآمدهای نفتی دولت اعلام کرد که بخشی از نیاز ارزی کشور در واردات کالاهای اساسی و ضروری را از طریق صادرات غیرنفتی برطرف خواهد کرد و به دنبال آن برای صادرکنندگان تعهد ارزی در نظر گرفت تا نسبت به بازگشت ارز اطمینان بیشتری حاصل کند. در کنار واردکردن ارز به سامانه نیما صادرکنندگان مجاز هستند که بخشی از صادرات خود را در قالب واردات به کشور بازگردانند.

اثرگذاری بانک مرکزی بر متغیرهای موثر بر تورم به میزانی نیست که چنین هدفی را محقق کند. برای مثال، وحید شقاقی شهری در گفت وگو با خبرآنلاین در این باره می‌گوید: «بانک مرکزی نهایتاً مسئول ۲۰درصد از نرخ تورم کشور است و به طور کلی ابزار لازم برای کنترل تورم را در دست ندارد. از این رو ضرورت دارد که تمامی نهاده‌ا، سیاست‌گذاران و ارکان اقتصادی، اجتماعی و حتی سیاسی به کمک بانک مرکزی بیایند تا هدف‌گذاری تورم محقق شود.»

شقاقی با اشاره به هدف‌گذاری تورم ۲۲درصدی توسط بانک مرکزی گفت: «عملاً هدف‌گذاری تورمی از سوی بانک مرکزی کاری بسیار دشوار و تقریباً ناممکن است، چراکه بانک مرکزی ابزارهای کافی برای کاهش دادن نرخ تورم را ندارد و به همین دلیل معلوم نیست چگونه باید به وعده این نهاد سیاست‌گذار پولی در مورد کاهش نرخ تورم امیدوار بود.»

به اعتقاد وی، «یکی از علل تورم در کشور، مازاد تقاضای کالا‌های مصرفی است. علت دیگر آن به کسری بودجه دولت برمی‌گردد و یک بخشی از این امر نیز از میزان واردات سرچشمه می‌گیرد. علت دیگری هم که بر نرخ تورم اثر می‌گذارد، نوسانات ارزی است. البته نوسانات ارزی بیش از هر چیز محصول ناترازی صادرات و واردات کشور است.» شقاقی ادامه داد: «در این میان یکی از عوامل موثر در نرخ تورم کشور، سیاست‌های پولی و کنترل پولی است. در نتیجه وقتی با عوامل مشخص ایجاد تورم در کشور مواجه می‌شویم نمی‌دانیم دقیقاً بانک مرکزی در این موارد چه نقشی می‌تواند داشته باشد که منتهی به کنترل تورم شود. این در حالی است که وزارت اقتصاد و صنعت، معدن و تجارت نقشی به مراتب چشمگیرتر در این زمینه دارند.»

این کارشناس اقتصادی با بیان اینکه «بانک مرکزی صرفاً در حوزه کنترل رشد نقدینگی و پایه پولی در کنار نرخ سود بانکی می‌تواند اثر مستقیمی بر نرخ تورم بگذارد»، گفت: «این در حالی است که متولی صادرات نفت در کشور، وزارت نفت است. توزیع کالا و جلوگیری از مازاداً تقاضا برعهده وزارت صنعت، معدن و تجارت است. این در شرایطی است که پس از شیوع کرونا دیگر امکان صادرات به همسایگان

مصوبه‌ای که شورای هماهنگی بانک‌های دولتی و خصوصی اتخاذ کردند در سیستم بانکی اجرایی شده و بسته به تحولات آینده امکان بازنگری هم دارد، اما در حال حاضر در حال اجرا است.

صالح‌آبادی درباره اینکه آیا با توجه به اقتصاد ایران و رونق قابل توجه بازار سرمایه، نرخ ۱۵درصد مناسب است؟ گفت: با توجه به شرایط فعلی امکان مقایسه وجود ندارد، زیرا در بازار سرمایه نوسان وجود دارد و بازاری پرریسک است و طیف‌هایی که در این بازار سرمایه‌گذاری می‌کنند تمامی ریسک‌ها را پذیرفته‌اند.

وی ادامه داد: درباره بازار پول آنچه درباره نرخ سود بانکی مهم است، رابطه نرخ سود با تورم است. درست است که نرخ بازار بین بانکی در حال حاضر کاهش یافته، اما بازنگری و تعیین نرخ سود سپرده‌ها ارتباطی با تورم دارد و این روابط باید مدنظر باشد و صرفاً نرخ بازده کوتاه‌مدت در بازار سرمایه و با کاهش کوتاه‌مدت نرخ بازار بین بانکی نمی‌تواند مبنای تغییر نرخ سود سپرده‌ها باشد و باید روند‌ها مدنظر باشد.

^[1] بانک مرکزی تنها نهاد اثرگذار بر تورم در اقتصاد ایران نیست

^[2] بانک مرکزی تنها نهاد اثرگذار بر تورم در اقتصاد ایران نیست

سهام عدالت



بازدید ۲ میلیون نفر از اولین سامانه فروش سهام عدالت

سعدی پربازدیدترین سامانه فروش سهام عدالت شد

سعدی، سامانه رسمی فروش سهام عدالت با استقبال بی نظیر سهامداران مواجه شد. این سامانه طی یک هفته اخیر با استقبال بیش از ۲ میلیون نفر از هموطنان، پربازدیدترین سامانه استعلام و فروش سهام عدالت شد. سعدی نخستین سامانه رسمی استعلام و فروش اینترنتی سهام عدالت است که از دهم خردادماه جاری تحت نظارت سازمان بورس و اوراق بهادار و توسط کارگزاری فارابی در دسترس مشمولان سهام عدالت قرار گرفته است. با راه‌اندازی این سامانه سهامداران عدالت در سراسر کشور می‌توانند به‌صورت غیرحضور و صرفاً از طریق اینترنت، مدیریت سهام عدالت خود را در دست گرفته و نسبت به فروش سهام‌شان اقدام کنند. بر این اساس چنانچه دارنده سهام عدالت هستتید و روش آزادسازی مستقیم را انتخاب کرده‌اید، می‌توانید با ورود به سامانه سعدی به سادگی دارایی‌های خود را مشاهده یا نسبت به فروش سهام عدالت و دریافت وجه آن اقدام کنید. البته افرادی که تاکنون موفق به انتخاب روش آزادسازی سهام خود نشده‌اند، می‌توانند تا ۲۹ خردادماه روش مستقیم را برای سهامداری برگزینند. پیش‌تر قرار بود اواسط خردادماه مهلت آخر برای انتخاب روش مدیریت سهام عدالت باشد، اما براساس اطلاعیه جدید، انتخاب روش مدیریت مستقیم یا غیرمستقیم سهام عدالت تا پایان روز ۲۹ خردادماه جاری تمدید شده است. بر این اساس مشمولان سهام عدالت می‌توانند تا پایان مهلت تعیین شده به مراجعه به سایت [samanese](#) روش سهامداری مستقیم را انتخاب و پس از آن از طریق سامانه سعدی نسبت به فروش اینترنتی سهام یا مشاهده دارایی‌های خود اقدام کنند. گفتنی است در روش مستقیم، مدیریت سهام عدالت که مرکب از ۴۹ شرکت شامل ۳۶ شرکت بورسی و ۱۳ شرکت غیربورسی است، توسط خود سهامدار و در بورس و اوراق بهادار انجام می‌شود و در گام اول آزادسازی سهام عدالت، افراد می‌توانند تا سقف تعیین‌شده از ترکیب سهام خود را از طریق سامانه سعدی به فروش برسانند. در پایان لازم به ذکر است جهت استفاده از سامانه سعدی نیازی به مراجعه، احراز هویت حضوری و داشتن کد بورسی نیست. همه مشمولان سهام عدالت می‌توانند پس از انتخاب روش سهامداری مستقیم، به سادگی و بدون هرگونه محدودیتی از مزایای «سامانه سعدی» بهره‌مند شوند.

شرایط معاملات سهام عدالت در فرابورس اعلام شد

معاون بازارهای خارج از بورس فرابورس ایران در مورد نحوه انجام معاملات سهام عدالت در فرابورس اعلام کرد فرابورس از روز هجدهم خردادماه، امکان انجام معاملات در شرکت‌های سرمایه‌پذیر موضوع سبد سهام عدالت را از سوی کارگزاری‌ها از ساعت ۱۲:۴۵ تا ۱۴ نیز فراهم کرده است. به گزارش فرابورس ایران «بهنام محسنی»، شرکت‌های سرمایه‌پذیر موضوع سبد سهام عدالت را شش شرکت پالایش نفت لاون، پالایش نفت شیراز، پتروشیمی مارون، پتروشیمی تندگوگان، کارخانجات مخابراتی ایران و سرمایه‌گذاری فنی و مهندسی مشاورین معرفی کرد و گفت: معاملات این شرکت‌ها در بازار ۴ با اعمال یک مرحله پیش‌کشایش ۱۵ دقیقه‌ای و با محدودیت حجمی خرید نماد عادی قابل انجام است. وی با بیان اینکه معاملات سبد سهام عدالت در فرابورس در بازه مشخص‌شده بعد از زمان عادی بازار و با اعمال قیمت پایانی همان روز به عنوان کف دامنه نوسان انجام می‌شود، گفت: این در حالی است که به منظور حمایت از دارندگان سهام عدالت و نیز فراهم شدن امکان منصفانه خرید برای متقاضیان سهام عدالت، سقفی برای دامنه نوسان قیمتی تعیین نشده تا خریداران در قیمت معامله، قایت کنند. معاون بازارهای خارج از بورس فرابورس ایران تاکید کرد که قیمت‌های معامله‌شده در بازار ۴، تأثیر بر قیمت پایانی نماد عادی نخواهد داشت و افزود: قیمت پایانی مبنای تعیین دامنه نوسان قیمتی نماد عادی در شرکت‌های سرمایه‌پذیر موضوع سبد سهام عدالت برای جلسه معاملاتی بعدی، همان قیمت پایانی نماد عادی در پایان جلسه معاملاتی هر روز ساعت ۱۲:۳۰ خواهد بود. گفتنی است سهام چهار شرکت فرابورسی موجود در سبد سهام عدالت شامل پالایش نفت لاون با نماد «شاون»، پالایش نفت شیراز با نماد «شراز»، پتروشیمی مارون با نماد «مارون» و پتروشیمی تندگوگان با نماد «شگوبیا» در بازار دوم فرابورس و دو شرکت کارخانجات مخابراتی ایران «لکما» و سرمایه‌گذاری فنی و مهندسی مشاورین «وشمان» در بازار پایه زرد فرابورس ایران معامله می‌شود.

رکورد صعود شاخص بورس شکست

رشد ۴۷ هزار واحدی شاخص بورس در معاملات یکشنبه



فرصت امروز: شاخص کل بورس دیروز از مرز یک میلیون و ۱۰۰ هزار واحد گذر کرد که این اتفاق برای نخستین بار در تاریخ بازار سرمایه رخ داده است. معاملات بازار سرمایه در روز یکشنبه در حالی به پایان رسید که شاخص کل بورس با ۴۷ هزار و ۳۴۲ واحد رشد در ارتفاع یک میلیون و ۱۱۶ هزار واحد ایستاد. شاخص کل (هم وزن) نیز با ۱۳ هزار و ۷۰ واحد افزایش به ۳۵۲ هزار و ۹۱۷ واحد و شاخص قیمت (هم‌وزن) با ۸ هزار و ۶۴۴ واحد رشد به ۲۲۴ هزار و ۶۱ واحد رسید. شاخص بازار اول ۲۶ هزار و ۶۲۳ واحد و شاخص بازار دوم ۸۷ هزار و ۴۷۱ واحد افزایش داشت. در معاملات روز یکشنبه بیش از ۷ میلیارد و ۲۷ میلیون سهم، حق تقدم و اوراق بهادار به ارزش ۸۹ هزار و ۶۲۸ میلیارد ریال داد و ستد شد.

کدام نمادها شاخص بورس را بالا کشیدند؟

نمادهای صنایع پتروشیمی خلیج فارس (فارس) با ۳ هزار و ۸۷ واحد، فولاد مبارک اصفهان (فولاد) با ۲ هزار و ۷۴۳ واحد، ملی صنایع مس ایران (فملی) با ۲ هزار و ۷۴ واحد، سرمایه‌گذاری تامین اجتماعی (شستا) با یک هزار و ۷۹۷ واحد، سرمایه‌گذاری صندوق بازنشستگی (وصندوق) با یک هزار و ۴۸۲ واحد، معدنی و صنعتی گل‌گهر (گگل) با یک هزار و ۴۴۹ واحد و بانک ملت (بوملت) با یک هزار و ۲۸۱ واحد بیشترین تأثیر مثبت را بر شاخص بورس داشتند.

در نقطه مقابل، نمادهای گروه کارخانجات تولیدی شهید قندی (سکام) با ۱۰۵ واحد، پارس الکترونیک (پپارس) با ۲۱ واحد، خوراک دام پارس (غدام) با ۹ واحد، فرآورده‌های نسوز پارس (کفپارس) با هفت واحد و لیزینگ ایرانیان (ولیز) با پنج واحد با بیشترین تأثیر منفی بر شاخص بورس همراه بودند.

همچنین نمادهای بانک ملت، فولاد مبارک اصفهان، پالایش نفت اصفهان، گسترش سرمایه‌گذاری ایران خودرو، سرمایه‌گذاری غدیر، ملی صنایع مس ایران و سرمایه‌گذاری خوارزمی از جمله نمادهای پربیننده روز یکشنبه بودند. گروه بانک‌ها هم در معاملات این روز صدرنشین برترین گروه‌های صنعت شد و در این گروه یک میلیارد و ۶۵۲ میلیون برگه سهم به ارزش ۸ هزار و ۱۳۴ میلیارد ریال داد و ستد شد.

شاخص فرابورس نیز نزدیک به ۴۰۷ واحد افزایش داشت و بر روی کانال ۱۲ هزار و ۴۹۳ واحد ثابت ماند. در این بازار ۲ میلیارد و ۸۷ میلیون برگه سهم به ارزش بیش از ۳۹ هزار و ۴۰۲ میلیارد ریال داد و ستد شد.

نمادهای پتروشیمی مارون (مارون)، سهامی ذوب آهن اصفهان (ذوب)، پلیمر آریا ساسول (آریا)، سنگ آهن گهرزمین (گگهر)،

سرمایه‌گذاری صباتامین (صبا)، گروه صنایع کاغذ پارس (چکاپا)، پتروشیمی زاگرس (زاگرس) و فولاد هرمزگان جنوب (هرمز) تأثیر مثبت بر شاخص این بازار را داشتند. همچنین نمادهای شیر پاستوریزه پگاه آذربایجان (غیاذر)، تولیدی برق ماهتاب کهنوج (بکهنوج)، توسعه فناوری اطلاعات خوارزمی (مفاخر) و شیر پاستوریزه پگاه گیلان (غگلیا) با تأثیر منفی بر شاخص فرابورس در روز یکشنبه همراه بودند.

مقاومت بعدی شاخص؛ کانال یک میلیون و ۵۰۰ هزار

شاخص کل بورس برای اولین بار در تاریخ بازار سرمایه ایران از مرز یک میلیون و ۱۰۰ هزار واحد عبور کرد و با این رشد خیره‌کننده حالا کارشناسان کانال یک میلیون و ۵۰۰ هزار واحد را مقاومت بعدی شاخص بورس می‌دانند. محسن رحمتی، کارشناس بازار سرمایه در این باره گفت: با توجه به اینکه شاخص بورس از عدد مقاومت قبلی عبور کرده، به نظر می‌رسد، شاخص تا یک میلیون و ۵۰۰ هزار واحد رشد کند اما ممکن است با بعد از آن مقاومتی را از خود نشان دهد.

رحمتی در گفت و گو با ایرنا، با بیان اینکه بورس بعد از اصلاح به نسبت خوبی که در چند روز گذشته در عمده سهام‌ها به خصوص سهم‌های بزرگ بازار تجربه کرد اکنون به روند صعودی خود بازگشته است، گفت: از زمان مطرح شدن آزادسازی سهام عدالت، دغدغه بازار نسبت به این موضوع بالا رفت، تصورات فعالان بازار این بود که با آزادسازی سهام عدالت فشار فروش بر بازار غالب می‌شود و تأثیر زیادی را می‌تواند در تغییر روند بازار داشته باشد که این موضوع باعث ایجاد برخی از رفتارهای هیجانی از سوی سرمایه‌گذاران در بازار شد.

رحمتی ادامه داد: صندوق‌های ETF در کنار آزادسازی سهام عدالت و رسیدن شاخص به مرز روانی یک میلیون واحد زمینه تغییر روند بازار و شناسایی سود از سوی فعالان بازار را فراهم کرد.

این کارشناس بازار سرمایه گفت: با بسته شدن پرونده مرحله نخست صندوق‌های سرمایه‌گذاری قابل معامله، مشخص شدن روند فروش سهام عدالت و نیز ورود حجم گسترده نقدینگی در بازار که نشان می‌دهد جایی هم برای ورود ندارد بازار به مسیر اصلی خود برگشت. او بورس را بهترین فرصت برای سرمایه‌گذاری در کشور دانست و

گفت: با توجه به روند موجود در بازار قیمت سهام در صنایعی مانند بانک‌ها و پالایشگاهی‌ها که از پتانسیل بالایی برای رشد برخوردارند تا یک هفته آینده به قیمت‌های قبل از اصلاح بازار که ماه گذشته تجربه کرده بودند، خواهد رسید.

رحمتی خاطرنشان کرد: بازار بدون اینکه بر عدد یک میلیون واحد دوباره درجا بزند به روند صعودی خود ادامه داد و اکنون به عدد قابل توجهی دست پیدا کرده است.

تخلیه حباب بورس با آزادسازی سهام عدالت و عرضه اموال دولتی

دولت چطور حباب بورس را ترکاند؟

داریی‌های کوچک آنها در معرض نابودشدن بود را هم نجات داد. در نتیجه این سیاست درست بازار بورس هم به ثبات رسیده و جلوی رشدهای عجیب آن گرفته شده است. این اقدام دولت جلوی سقوط وحشتناک بورس را گرفت و این امکان را برای مردم فراهم کرد که با خرید سهام دولتی در نقطه ایمنی قرار بگیرند. وی به سرمایه‌گذاران جدید در بازار سرمایه توصیه کرد: تا جایی که ممکن است با آگاهی وارد بازار سرمایه شوند یا عرضه‌هایی که توسط دولت انجام می‌شود را خریداری کنند زیرا هیچ حبابی در این سهام نیست.

این کارشناس اقتصادی در ادامه با تاکید بر اینکه دولت با عرضه درست سهام عدالت و سهام دولتی در زمان درست چند کار بزرگ انجام داد، توضیح داد: نخست آنکه جلوی تلاطم‌های بازار را گرفت. در روزهای پرتلاطم بازار ثروت‌های هنگفت یک شبه از جیب یکی به جیب دیگری منتقل می‌شد. دوم اینکه جلوی سقوط احتمالی بازار بورس را گرفت. سقوطی که ممکن بود یکی دو میلیون سهامدار خرد را دچار آسیب کند و این موضوع تبعات اجتماعی و سیاسی در پی داشت. سوم اینکه مقدار زیادی سهام دولتی را با قیمت عادلانه و بدون رانت‌خواری به صاحبان اصلی برگرداند و همچنین جلوی التهابات اقتصادی را از طریق جذب نقدینگی به صورت سالم گرفت. به طوری که در حال حاضر شاهد ثبات نسبی در بازار ارز، طلا، خودرو و بورس هستیم. لیلان به این سوال که آیا رشد بازار سرمایه حباب دارد یا خیر پاسخ داد: اینکه سهام یک یا چند شرکت خاص حباب داشته باشد باید بررسی شود، اما فکر می‌کنم رشد شاخص کل تا ۱۲۰۰ هزار واحد عجیب نیست. چنانچه بخواهیم متناسب با نرخ رشد نقدینگی بسنجیم و میزان کل معاملات بورس تهران معادل ۱۵ تا ۲۰ درصد تولید ناخالص داخلی ایران شود صعود شاخص تا ۱۲۰۰ هزار واحد تا اواخر تیرماه اتفاق عیبی نیست. درواقع حباب در بازار شکل گرفته بود اما دولت با عرضه به موقع و عادلانه حباب را ترکاند.

وی تأکید کرد: هیچ زمانی به اندازه یک تا دو ماه اخیر توده مردم به بازار سرمایه اقبال نشان نداده بودند و این خطر را جدی می‌کرد که اگر فروپاشی در بازار بورس اتفاق دهد، سرمایه‌داران بزرگ ممکن بود بخشی از سود به دست آورده را از دست دهند اما توده مردم سرمایه

این کارشناس بازار سرمایه با بیان اینکه بازار سرمایه بهترین فرصت برای سرمایه‌گذاری در بازار ایران است، گفت: سرمایه‌گذاران بهتر است که در زمان اصلاح بازار بیشتر به فکر اصلاح پرتفو خود باشند و سهم‌ها را بیشتر به سمت سهم‌هایی پیش ببرند که از پتانسیل بنیادی بالایی برخوردارند.

به گفته رحمتی، روند بازار در وضعیت کنونی از نگرانی زیادی برخوردار نیست و سرمایه‌گذاران می‌توانند با خیالی راحت به سمت سرمایه‌گذاری در این بازار پیش روند.

ورود دشوار شاخص بورس به کانال ۲میلیون واحد

وی با اشاره به اینکه بازار ممکن است در برخی از روزها نوساناتی را تجربه کند اما فعالان بازار از افتی که بازار متحمل می‌شود نباید نگرانی چندانی داشته باشند، افزود: نوسان، ذات بازار سرمایه است و نباید سرمایه‌گذاران به محض افت شاخص بورس اقدام به شناسایی سود و خروج از این بازار کنند.

به عقیده او، همچنان صنایع بانکی، فولادی‌ها، فلزی‌ها و پالایشگاهی‌ها که جزو سهم‌هایی با پتانسیل بالا در این بازار محسوب می‌شوند با توجه به افزایش قیمتی که داشتند تقاضای خوبی را تجربه خواهند کرد.

رحمتی با اشاره به صحبت‌های مطرح شده درخصوص ورود شاخص بورس به کانال ۲ میلیون واحد گفت: ورود شاخص بورس به کانال ۲میلون واحد کار چندان راحتی نیست و این موضوع وابستگی زیادی به مسائل اقتصادی و وضعیت تورم دارد، در صورتی که دولت نتواند تورم را کنترل کند شاخص بورس تا کانال ۲میلیون واحد پیش خواهد رفت.

وی با بیان اینکه ورود شاخص بورس به کانال ۲میلیون واحد علاوه بر وضعیت اقتصادی کشور و نرخ تورم، وابسته به نرخ بانکی است، افزود: در وضعیت کنونی نرخ بهره در حال کاهش است که این موضوع به عنوان یکی از اتفاقات مثبت در بازار تلقی می‌شود.

رحمتی به زمه‌های موجود در زمینه کاهش نرخ اوراق بدهی در بازار افزود: ورود شاخص بورس به کانال ۲میلیون واحد کمی دشوار به نظر می‌رسد که اگر قرار باشد این اتفاق رخ دهد بازار باید رشد ۱۰۰ درصدی را تجربه کند.

این کارشناس بازار سرمایه با اشاره به آزادسازی سهام عدالت و تأثیر آن بر روند معاملات بورس گفت: این اتفاق به مجموع به نفع بورس است چراکه این اقدام علاوه بر اینکه باعث آشنایی عده زیادی از افراد با بورس می‌شود زمینه عمق بخشیدن به بازار را در میان مدت و بلندمدت فراهم می‌کند که این موضوع می‌تواند به عنوان یکی از اتفاقات خوب در بازار تلقی شود.

کمی که داشتند را از دست می‌دادند. باید از تازه واردها به بازار سرمایه بخواهیم یا با علم وارد بازار سرمایه شوند یا سهام دولتی توسط دولت عرضه می‌شود را با قیمتی مناسب خریداری کنند.

آگهی مناقصه

(ارزیابی کیفی)

شرکت گاز استان خراسان رضوی

شماره مجوز: ۱۳۹۹.۱۱۰۱

۱- مناقصه گزار: شرکت گاز استان خراسان رضوی

۲- موضوع مناقصه: خدمات بهره و برداری و امداد، وصول مطالبات، گازبانی، خدمات عمومی، تعویض کنتور و رفع نشتی ناحیه گازرسانی نیشابور

۳- شرایط اولیه مناقضیان:

الف- دارا بودن رتبه حداقل رتبه ۳ در رشته تاسیسات و تجهیزات از سازمان برنامه و بودجه

ب- دارا بودن ظرفیت خالی ارجاع کار

ج- دارا بودن گواهینامه تایید صلاحیت ایمنی از اداره کار و امور اجتماعی

د- ثبت نام در سایت [www.setadiran.ir](#) و دریافت گواهی امضای الکترونیکی

۴- ارائه اعلام آمادگی و دریافت کاربرگ های استعلام ارزیابی کیفی / تکمیل و ارائه کاربرگ های استعلام ارزیابی کیفی به همراه مستندات مربوطه مطابق مندرجات آن در مهلت مقرر

۴- مهلت اعلام آمادگی و دریافت اسناد استعلام ارزیابی کیفی: از تاریخ ۹۹/۰۳/۱۷ لغایت آخر وقت اداری ۹۹/۰۳/۲۲

۵- مهلت تکمیل و تحویل کاربرگ ها و اسناد استعلام ارزیابی: تا آخر وقت اداری مورخ ۹۹/۰۴/۰۷

۶- نوع و مبلغ تضمین شرکت در فرآیند ارجاع کار: مطابق مصوبه شماره ۰۲/۱۳۳۴۰۰ ت/۰۶۵۹۹-۵۰ هیات محترم وزیران و اصلاحیه های بعدی آن می باشد.

۷- یادآورد می گردد کلیه مراحل مناقصه از طریق درگاه سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) به آدرس [www.setadiran.ir](#) انجام خواهد شد.

شایان ذکر است دسترسی به متن این آگهی در سایت [www.nige-khrz.ir](#) امکان پذیر بوده و در صورت نیاز به کسب اطلاعات بیشتر با تلفن: ۰۲۷-۷۲۵۳۲-۳۷۰-۵۱ - فاکس ۰۳۶-۳۷۶۴۰۰۳۶-۰۵۱ تماس بگیرید.

تاریخ انتشار نوبت اول ۹۹/۳/۱۸ تاریخ انتشار نوبت دوم ۹۹/۳/۱۹

اخبار

واردات در مقابل صادرات می تواند گره تامین ارز را باز کند

عضو کمیته ارزی اتاق ایران استفاده از روش واردات در مقابل صادرات را منجر به گشایش تامین ارز واردات مواد اولیه تولید دانست و گفت ثبت‌سفارش، تنظیم گر هدایت ارز به سمت بخش تولید است.

محمد لاهوتی، عضو کمیته ارزی اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی ایران در گفت‌وگو با خبرنگار مهر با تشریح اقدام بانک مرکزی و وزارت صنعت، معدن و تجارت در استفاده از ارز حاصل از صادرات برای واردات مایحتاج مورد نیاز کشور از جمله مواد اولیه و تجهیزات و قطعات موردنیاز تولید گفت: تعریف تهاتر با واردات در مقابل صادرات، دو مقوله متفاوت به شمار می‌روند؛ به این معنا که در تهاتر، حتماً باید یک حساب واسط وجود داشته باشد که از محل آن، وجسه حاصل از فروش کالاها پرداخت شده و در مقابل، برای انجام خرید کالاها نیز وجه از طریق آن حساب قابلیت جابه‌جایی داشته باشد؛ در این حوزه، بانک‌های مرکزی کشورهای مختلف وارد عمل شده و نقش‌آفرینی جدی دارند.

وی افزود: در شرایط کنونی، ایران به دلیل تحریم نمی‌تواند از این حساب استفاده کرده و تهاتر را صورت دهد، در حالی که در دهه ۷۰، تهاتر با اروپای شرقی صورت می‌گرفت؛ چراکه حساب واسط در بانک مرکزی ایران و کشور هدف مورد تعامل وجود داشت که تمام وجوه حاصل از صادرات ایران به آن حساب واریز می‌شد و در مقابل، تمام وجوه خرید کالاها موردنیاز کشور نیز از آن حساب پرداخت می‌شد و در انتهای سال، بانک‌های مرکزی دو طرف با هم تهاتر را صورت می‌دادند.

لاهوئی ادامه داد: البته شرکت‌های خصوصی در دنیا نیز این عملیات را با همتایان خود انجام می‌دهند، اما در ایران فضا اندکی متفاوت است و آن دسته از فعالان بخش خصوصی می‌توانند این کار را انجام دهند که از ضمانت قوی از سوی حاکمیت برخوردار باشند، در غیر این صورت اعتباری نمی‌توان برای آن قائل شد، چراکه بخش‌خصوصی این اطمینان را به یک شرکت ثالث بدون پشتوانه حاکمیتی نخواهد داشت که وجوه حاصل از صادرات کالا‌های خود را در اختیار آن بگذارد و در مقابل، برای خرید کالا نیز وجهی به آن پرداخت نماید.

وی اظهار داشت: پس در ایران، موضوع تهاتر با واردات در مقابل صادرات که از سال ۹۷ نقش پررنگ‌تری در اقتصاد ایران داشته است، متفاوت است. به خصوص اینکه در شرایط کنونی، موضوع تهاتر تا حدودی یک مسئله با پیچیدگی‌های خاص خود است ولی واردات در مقابل صادرات، عملاً می‌تواند مشکل را حل کند؛ به این معنا که صادرکننده وجه پول دریافتی را به حسابی واریز می‌کند که واردکننده می‌تواند از آن خرید کند و محدودیت جغرافیایی ندارد و از هر جایی به هر جای دیگر، قابلیت حواله خواهد داشت و در مقابل تضمینی نیز نیاز ندارد.

رئیس کنفدراسیون صادرات ایران خاطرنشان کرد: در چنین شرایطی صادرکننده و واردکننده، تضامین لازم را میان خود رد و بدل کرده و از طریق ثبت سفارش و براساس اولویت‌هایی که وزارت صنعت، معدن و تجارت برای واردات اعلام کرده، کار را پیش می‌برند؛ این در حالی است که دولت باید اجازه دهد که واردات در مقابل صادرات، راه خود را از طریق فسانان اقتصادی یعنی صادرکنندگان و واردکنندگان پیش ببرد و دولت نیز با سیستم ثبت‌سفارش کنترل‌های لازم را انجام دهد تا ارز کشور به مسیر نادرست منحرف نشود.

وی افزود: از طریق ثبت سفارش، دولت مطمئن خواهد شد که ارز کشور به مسیرهایی هدایت نمی‌شود که در اولویت کشور نیست و بنابراین اگر بتوان پرسوسه واردات در مقابل صادرات را تسهیل کرد، بسیاری از مشکلات ناشی از تامین ارز موردنیاز واردات کشور حل خواهد شد و این موضوع می‌تواند راهگشا باشد.

دبیر ستاد مقابله با کروناوی وزارت صمت:

ماسک استاندارد با نرخ مصوب باید به مردم عرضه شود

دبیر ستاد مقابله با کروناوی وزارت صمت گفت توزیع‌کنندگان صنفی ماسک موظفند ماسک‌های دارای استاندارد بهداشت با نرخ مصوب را از شبکه مطمئن تحت نظارت اتاق‌های اصناف سراسر کشور دریافت و عرضه کنند.

به گزارش خبرگزاری مهر به نقل از وزارت صنعت، معدن و تجارت، جمشید گلیور با اشاره به دستور اخیر رئیس جمهور مبنی بر تولید و توزیع ماسک برای عموم مردم، اظهار داشت: در جلسه اضطراری با حضور مدیران ارشد مرتبط وزارت صمت و بهداشت، اتاق‌های اصناف ایران و تهران، اتحادیه‌های صنفی و برخی از تولیدکنندگان، ضمن بررسی آخرین وضعیت شبکه تولید و توزیع ماسک در کشور و موانع پیشرو، هماهنگی‌های لازم جهت تسهیل بیشتر در راستای حمایت از تولید انبوه ماسک به عمل آمد.

دبیر هیأت عالی نظارت بر سازمان‌های صنفی کشور با دستور به اتحادیه‌های صنفی خواربار، سوپرمارکت، اتحادیه کشوری فروشگاه‌های زنجیره‌ای و بزرگ و اتحادیه کشوری کسب و کارهای اینترنتی نسبت به هماهنگی با حلقه تولید کشور جهت توزیع گسترده در شبکه امن و مطمئن و مستمر ماسک در کشور تاکید کرد.

وی اتاق‌های اصناف سراسر کشور را به عنوان متولی شبکه مطمئن توزیع در کشور برشمرد و افزود: توزیع‌کنندگان صنفی ماسک در کشور علاوه بر داروخانه‌ها، موظفند برای تسهیل دسترسی مردم ایران به ماسک در اقصی نقاط کشور، صرفاً ماسک‌های دارای استاندارد بهداشت با نرخ مصوب را از شبکه مطمئن تحت نظارت اتاق‌های اصناف سراسر کشور دریافت و عرضه کنند.

گلیور از سازمان حمایت تولیدکنندگان و مصرفکنندگان نیز خواست بازرسی‌های مضاعف و رصد و پایش قیمت‌ها را در دستور کار ویژه داشته باشد و در صورت مشاهده تخلف، سریعاً از مجرای قانون با متخلفین برخورد شود.

قاچاق پوشاک از مناطق آزاد؛ شایعه یا واقعیت؟



گمرکی در مناطق آزاد موجب تشدید پدیده قاچاق در کشور شده است.

بیشترین سهم درآمدی مناطق آزاد؛ عوارض ورود و خروج کالا و مسافر

از طرف دیگر براساس آمارهای سال ۱۳۹۶، بیشترین سهم درآمدی سازمان های مناطق آزاد مربوط به ردیف های عوارض ورود و خروج کالا و مسافر با سهم ۳۸ درصدی و صدور مجوزها با سهم حدود ۲۸ درصدی بوده است. این رویه بسته به پتانسیل ها و مزیت‌های هر یک از مناطق آزاد کم و بیش حاکم است و حداقل در سال ۱۳۹۶ درآمد چندانی از محل تولید و صادرات، عاید سازمان‌های مناطق آزاد کشور نشده است.

براساس گزارش مرکز پژوهش‌های مجلس که سال گذشته منتشر شده است، اتکای درآمد‌های منطقه به فروش اراضی، اخذ عوارض از واردات کالاهای مصرفی و پلاک گذاری خودروهای سواری لوکس منجر به کم توجهی به مقوله‌های اصلی مانند تقویت تولید صادرات‌گرا و جذب سرمایه‌گذاری داخلی و خارجی شده و در نتیجه انحراف در عملکرد این مناطق را به دنبال داشته است.

آیا موفقیت مناطق آزاد مستلزم وسعت آنها است؟

این گزارش همچنین با بررسی تجربه برخی مناطق آزاد موفق نتیجه می‌گیرد که عواملی غیر از وسعت مناطق آزاد در موفقیت رشد اقتصادی کشورها موثر است و یک منطقه آزاد به بندر، فرودگاه و گمرک نیاز دارد. برای مثال حدود ۳۰ درصد از تولید ناخالص دبی در منطقه آزاد جبل علی که کمتر از ۵۰۰۰ هکتار مساحت دارد ایجاد می‌شود. این در حالی است که مجموع وسعت مناطق آزاد ایران حدود ۶۵۰ هزار هکتار است و اطلاعاتی از سهم آن در تولید ناخالص ملی در دسترس نیست.

مناطق آزاد چه می‌گویند؟

اخیرا جعفر آهنگران، معاون برنامه‌ریزی مناطق آزاد با حضور در گفت‌وگوی ۱۸:۳۰ شبکه خبر با بیان اینکه پوشاکی که به صورت کالای همراه مسافر وارد مناطق آزاد می‌شود نباید تولید داخل داشته باشد، گفت که مناطق آزاد متکلف مبارزه با قاچاق نیست و در این زمینه نهادهای دیگری وجود دارد که مناطق آزاد هم با آنها همکاری می‌کند.

او همچنین با بیان اینکه قاچاق در مناطق آزاد، آنها را از برخی درآمد‌های قانونی محروم می‌کند، تصریح کرد که «ستاد مبارزه با قاچاق کالا و ارز می‌تواند تأیید کند که مناطق آزاد با این ستاد همکاری کامل دارد و برای شفاف سازی سامانه‌هایی نیز طراحی کرده است.» تأیید نبود قاچاق در مناطق آزاد از سوی ستاد مبارزه با قاچاق در این زمینه آذرمه سال گذشته علی مویدی، رئیس ستاد مبارزه با قاچاق کالا و ارز در نشست مشترک با مسئولین دبیرخانه شورای عالی مناطق آزاد و ویژه اقتصادی، مناطق آزاد را یکی از مهمترین درگاه‌های تجارت در کشور دانست که به لحاظ تجاری بودن می‌تواند با شفاف‌سازی عملکرد خود به اتهامات ناصحیح پایان دهد.

او همچنین با بیان اینکه قاچاق یک پدیده پیچیده، پنهان و مرموزی است که ممکن است در تمام نقاط کشور رخ دهد، گفته بود که مناطق آزاد تنها ۰.۳ درصد سرزمین اصلی در اختیار دارند بنابراین کنترل و نظارت دقیق‌تر و کاملتر بر این مساحت میسر شده است و تلاش‌ها، زحمات، اثربخشی و توفیقات به دست آمده در این مناطق بیش از آن است که انگ قاچاق را به آنها بزنیم.

درخواست یک فعال اقتصادی برای تمدید مهلت رفع تعهد ارزی صادرکنندگان

حدوداً ۶۸درصد از ارز صادراتی به کشور بازگشته است.

عضو اتاق بازرگانی تهران ابراز امیدواری کرد با گشایش نسبی مرزها و افزایش دوباره صادرات فرآیند بازگشت ارز سال گذشته نیز با سرعت بیشتری ادامه یابد.

گفتنی است چند روز قبل عبدالناصر همتی - رئیس کل بانک مرکزی - در نامه‌ای به غلامحسین شافعی - رئیس اتاق بازرگانی ایران - اعلام کرد: مهلت صادرکنندگان برای استفاده از مشوق‌های صادراتی در رفع تعهد ارزی تا پایان تیرماه سال ۹۹ اعلام شده است. به دنبال تحریم‌های یکجانبه و غیرقانونی آمریکا و کاهش درآمد‌های نفتی دولت اعلام کرد که بخشی از نیاز ارزی کشور در واردات کالاهای اساسی و ضروری را از طریق صادرات غیرنفتی برطرف خواهد کرد و به دنبال آن برای صادرکنندگان تعهد ارزی در نظر گرفت تا نسبت به بازگشت ارز اطمینان بیشتری حاصل کند. در کنار واردکردن ارز به سامانه نیما صادرکنندگان مجاز هستند که بخشی از صادرات خود را در قالب واردات به کشور بازگردانند.

خود باید به صورت رسمی یک گزارش عملکرد شفاف اعلام کند. یکی از سوالات اصلی ما این است که مناطق آزاد تاکنون چه آمارهایی به چه مراجعی ارائه دادند. البته مناطق آزاد مجددا در پاسخ به این مصاحبه به ایسنا گفت که سال گذشته حدود ۶۰ میلیون دلار واردات پوشاک از این مناطق صورت گرفته، اما اتحادیه‌های صنفی پوشاک حرف از ۱۲ میلیارد دلار واردات می‌زنند.

در این میان به نظر می‌رسد جدال اصلی بر سر توسعه این مناطق است؛ یعنی علاوه بر اینکه بین مناطق آزاد و تولیدکنندگان پوشاک بر سر میزان واردات پوشاک از این مناطق اتفاق نظر وجود ندارد، مشکل دیگر نبود نظارت بر خروج کالا از این مناطق و استفاده کالاهای وارداتی به این مناطق در سرزمین اصلی است که احتمال می‌رود با توسعه مناطق آزاد این مشکلات تشدید شود؛ چراکه نظارت بر عبور و مرور کالا و خودروها سخت‌تر می‌شود.

ایجاد مناطق آزاد در محدوده‌های وسیع چه پیامدهایی دارد؟

برای راستی‌آزمایی ادعاهای دو طرف با مراجعه به نتایج گزارش مرکز پژوهش‌های مجلس درباره لایحه توسعه محدوده منطقه آزاد تجاری-صنعتی چهاراب اطلاعات خوبی در این زمینه حاصل شد. براساس این گزارش که خرداد ماه سال گذشته منتشر شده، از جمله چالش‌ها و آسیب‌های ایجاد مناطق آزاد در محدوده‌های وسیع افزایش قاچاق کالا به دلیل عدم امکان فنس کشی و محصور کردن منطقه است، چراکه ایجاد مناطق آزاد در محدوده‌هایی با مساحت زیاد و عدم امکان فنس کشی بخشی از این محدوده‌ها، عدم استقرار گیت‌های ورود و خروج و در نتیجه ایجاد زمینه برای عدم نظارت کامل گمرک بر تمامی محدوده وسیع این مناطق، موجب بروز پدیده قاچاق کالا شده است.

گزارش مرکز پژوهش‌های مجلس می‌گوید که این امر منجر به اختلافات جدی برخی مسئولان مناطق آزاد با برخی از سازمان‌های نظارتی از جمله گمرک جمهوری اسلامی ایران، ستاد مرکزی مبارزه با قاچاق کالا و ارز، سازمان بنادر، بازرسی کل کشور با سایر دستگاه‌های متولی مبارزه با فساد نیز شده است. راه حل پیشنهادی مرکز هم کوچک شدن محدوده این مناطق است، چراکه با کوچک شدن محدوده این مناطق، امکان فنس کشی کل محدوده و استقرار گمرک جهت کنترل ورود و خروج کالا فراهم بوده و پدیده قاچاق از این مناطق دیگر مفهومی نخواهد داشت. تجربه ایجاد مناطق آزاد قبلی با وسعت زیاد نیز نشان داده است که محصورسازی آنها به دلیل هزینه‌بر بودن و عدم تسلط گمرک جمهوری اسلامی ایران بر تمام منطقه محصور شده، هرگز به سرانجام نمی‌رسد که این مهم در مورد مناطق موجود نیز صدق می‌کند.

از سوی دیگر وجود نقاط جمعیتی شهری و روستایی در محدوده مناطق آزاد، امکان کنترل ورود و خروج کالا را مختل می‌کند، چراکه امکان کنترل تمامی ماشین‌ها و ساکنان شهرها و روستاها در هنگام ورود و خروج از محدوده و منطقه وجود ندارد و همین امر زمینه قاچاق کالا از این مناطق را نیز تشدید می‌کند.

ایجاد مناطق آزاد در محدوده‌های منفصل هم یکی دیگر از چالش‌هایی است که در این گزارش درباره توسعه منطقه آزاد چهاراب به آن اشاره شده، چراکه وسعت بالای این مناطق، موجب بروز مشکلات متعددی برای مناطق آزاد شده است. در برخی موارد یک منطقه آزاد، با یک نام و مدیریت، در چند نقطه منفصل از یکدیگر تشکیل شده که ایجاد طرح‌های توسعه‌ای و زیرساختی متوازن در آنها مقدر نبوده و بعضاً انتقال کالا میان این مناطق منفصل، با توجه به وجود معافیت‌های

در حالی که دست‌اندرکاران تولید پوشاک معتقدند حدود ۹۰درصد قاچاق پوشاک از مناطق آزاد صورت می‌گیرد، شورای عالی مناطق آزاد به کلی این موضوع را رد می‌کند. به نظر می‌رسد در حال حاضر مسئله اصلی بر سر توسعه این مناطق است؛ یعنی علاوه بر اینکه بین مناطق آزاد و تولیدکنندگان پوشاک بر سر میزان واردات پوشاک از این مناطق اتفاق نظر وجود ندارد، مشکل دیگر نبود نظارت بر خروج کالا از این مناطق و استفاده از کالاهای وارداتی به این مناطق در سرزمین اصلی است که احتمال می‌رود با توسعه مناطق آزاد این مشکلات تشدید شود؛ چراکه نظارت بر عبور و مرور کالا و خودروها سخت‌تر می‌شود.

به گزارش ایسنا، به طور کلی پوشاک و پارچه از جمله کالاهای قاچاق‌پذیر است و قاچاق پوشاک سال‌ها است که تولیدکنندگان این صنعت را در مضیقه قرار داده و اتحادیه‌های صنفی این بخش معتقدند احتمالاً حدود ۹۰درصد قاچاق پوشاک در مناطق آزاد انجام می‌شود. به همین دلیل اخیراً گروهی از تشکل‌های صنفی این بخش در نامه‌ای به اعضای شورای نگهبان و مجمع تشخیص مصلحت نظام خواستار جلوگیری از گسترش و توسعه مناطق آزاد شدند.

این نامه اوایل خردادماه و حدود یک هفته بعد از ارجاع لایحه ایجاد هشت منطقه آزاد تجاری-صنعتی و ۱۲ منطقه ویژه اقتصادی برای اعلام نظر نهایی به مجمع تشخیص مصلحت منتشر شد. با توجه به اینکه شورای نگهبان برای چهارمین بار به این لایحه ایراد گرفت و همچنین با توجه به رای مثبت و اصرار مجلس بر این مصوبه، لایحه ایجاد هشت منطقه آزاد تجاری-صنعتی و ۱۲ منطقه ویژه اقتصادی ۳۰ اردیبهشت ماه به مجمع تشخیص مصلحت ارسال شد.

البته در واکنش به نامه اصناف،جعفر آهنگران، معاون برنامه‌ریزی و هماهنگی امور مناطق دبیرخانه در شورای عالی مناطق آزاد هم اعلام کرد که در مناطق آزاد قاچاق و به خصوص قاچاق پوشاک وجود ندارد و آنچه اتفاق می‌افتد کالای همراه مسافر است که بسیار ناچیز است. در سال ۱۳۹۸ مجموع کالاهای ثبت سفارش شده حدود ۵۰۰ میلیون دلار بوده که ۳۲۴ میلیون دلار آن در قالب رسمی و همراه مسافر وارد سرزمین اصلی شده که بخش بسیار کوچکی از آن (حدود ۶۰ میلیون دلار) را پوشاک تشکیل می‌دهد که نمی‌تواند نقشی در بر هم زدن تعادل بازار داشته باشد.

اما سعید جلالی قدیری، دبیر اتحادیه تولید و صادرات نساجی و پوشاک ایران می‌گوید که صنعت پوشاک با دو چالش واردات بی‌رویه با دور زدن رویه‌های قانونی و قاچاق مواجه است و احتمالاً حدود ۹۰درصد قاچاق پوشاک هم در مناطق آزاد انجام می‌شود. به عبارت دیگر برخی افراد سودجو به صورت سازمان یافته از این رویه‌های قانونی استفاده‌های غیرقانونی می‌کنند. برای مثال واردات مسافری، ته لنجی، ملوانی و مناطق آزاد تبدیل به سکوهای واردات بی‌رویه تحت رویه‌های قانونی و قاچاق شده‌اند.

از طرف دیگر به گفته وی ورود کالا به مناطق آزاد بدون تعرفه گمرکی مجاز است، اما نباید به سرزمین اصلی وارد شود و باید دوباره فرآوری و صادر شود یا در همان منطقه آزاد استفاده شود، اما هیچ اهرم نظارتی برای جلوگیری از خروج کالا از مناطق آزاد دیده نشده و شوتی‌ها با سرعت بالا این کالاها را به کشور وارد می‌کنند، بنابراین باید به این پرسش پاسخ داده شود که کالاهایی که برای مصرف منطقه وارد شده چگونه به نقاط دیگر کشور منتقل می‌شود؟

او همچنین می‌گوید که تاکنون مناطق آزاد هیچ‌گونه آمار رسمی به نهادهای نظارتی و مردم ارائه نکرده است، بنابراین برای اثبات ادعای

رئیس کنفدراسیون صادرات ایران می‌گوید با توجه به شرایط به وجود آمده تحت تاثیر شیوع ویروس کرونا صادرکنندگان درخواست دارند که بانک مرکزی مهلت رفع تعهد ارزی اعلام شده را تمدید کند. به گزارش ایرنا محمد لاهوتی، رئیس کنفدراسیون صادرات ایران، گفت: بانک مرکزی براساس برنامه‌ریزی خود اعلام کرده که مهلت بازگشت ارز حاصل از صادرات در سال ۹۸ تا پایان تیرماه ۹۹ تعیین شده است و صادرکنندگانی که قصد دارند از مشوق‌های اعلام شده از سوی دولت استفاده کنند، باید تا این زمان ارز خود را بازگردانند.

وی با اشاره به دو اتفاق جدیدی که در مسیر بازگشت ارز صادرکنندگان به کشور به وجود آمده، تشریح کرد: مسئله نخست تغییر در سیاست بازگشت ارز است. در سال گذشته ۸۰درصد ارز حاصل از صادرات به عنوان تعهد ارزی باید بازمی‌گشت و ۲۰ درصد باقیمانده امکان ورود به شکل اسکناس را داشت، اما در سال جاری بانک مرکزی اعلام کرده که ۱۰۰درصد ارز حاصل از صادرات باید



اسامی منتخبان قرعه‌کشی سایپا

فقط به سایت رسمی برای واریز وجه مراجعه کنید

اسامی برندگان قرعه‌کشی طرح فروش فوق‌العاده گروه خودروسازی سایپا که روز یکشنبه برگزار شد، از سه طریق سایت اصلی سایپا، سایت فروش اینترنتی سایپا و ارسال پیامک اطلاع‌رسانی شد.

به گزارش ایستنا، گروه خودروسازی سایپا، قرعه‌کشی ۱۰ هزار محصول طرح فروش فوق‌العاده را در حضور نهادهای نظارتی انجام داد.

اسامی منتخبان این طرح فروش از طریق سایت رسمی گروه خودروسازی سایپا به نشانی <https://saipa.iranecar.ir/> list اعلام شده است. اسامی برندگان قرعه‌کشی از سه طریق سایت اصلی سایپا، سایت فروش اینترنتی سایپا و ارسال پیامک اطلاع‌رسانی اعلام شده است.

مرکز ارتباطات و امور بین‌الملل گروه خودروسازی سایپا در پیرامون طرح فروش فوق‌العاده خودرو، با هشدار نسبت به وجود برخی وبسایت‌ها و سامانه‌های پیامکی جعلی و غیرواقعی، از منتخبان قرعه‌کشی خواست جهت تکمیل ثبت‌نام و واریز وجه خودرو تنها به وبسایت رسمی فروش محصولات این گروه مراجعه کنند و از مراجعه به سایت‌های متفرقه و درگاه‌های پرداخت اینترنتی دیگر جداً خودداری کنند.

علاوه بر آنکه ثبت‌نام‌کنندگان و منتخبان می‌توانند از وضعیت قرعه‌کشی از طریق وبسایت رسمی سایپا اطلاع یابند، گروه خودروسازی سایپا نیز از طریق سامانه پیامکی به شماره ۰۵۹۳۰۰۳۰۰۱، انتخاب‌شدن برگزیدگان در قرعه‌کشی را به آنان اعلام خواهد کرد؛ لذا خواهشمند است منتخبان از توجه به هرگونه پیامک دیگر از شماره‌هایی غیر از سامانه مذکور خودداری کنند.

علت گرانی لوازم یدکی خودرو چیست؟

افزایش قیمت لوازم یدکی هم این روزها به عنوان دغدغه اصلی تعمیرکاران و خریداران خودروست.

به گزارش باشگاه خبرنگاران جوان، قیمت لوازم یدکی خودرو در بازار امیر چسبانده است و طبق مشاهدات میدانی تمام قطعات خودرو بین ۲۰ تا ۲۵ درصد افزایش قیمت داشته‌اند.

به گفته یکی از فروشندگان قطعات لوازم یدکی، دیسک و صفحه پژو که قبل از عید حدود ۷۰۰ هزار تومان بود در حال حاضر به بیش از یک میلیون تومان رسیده است.

کمبود نظارت‌ها و افزایش قیمت لوازم یدکی خودرو مردم را برای خرید این محصولات با مشکل مواجه کرده است.

مسئولان این صنف افزایش قیمت را علت گرانی ارز و افزایش قیمت مواد اولیه می‌دانند اما سؤالی که پیش می‌آید کالایی که از قبل در انبار موجود است چرا باید با قیمت حال حاضر به فروش برسد. حتی با جست و جویی در سایت‌های فروش می‌توان به این افزایش قیمت پی برد.

گران فروشی به ارز باز می‌گردد

مهدی کاظمی، سخنگو و عضو هیات مدیره اتحادیه فروشندگان لوازم یدکی در گفت و گو با خبرنگار صنعت، تجارت و کشاورزی گروه اقتصادی باشگاه خبرنگاران جوان، درباره علت گرانی لوازم یدکی، گفت: گران فروشی به قضیه ارز باز می‌گردد و ارز به شدت در بازار موثر است. نه تنها واردات بلکه تولیدات داخلی به قیمت ارز وابسته است.

عضو هیات مدیره اتحادیه فروشندگان لوازم یدکی بیان کرد: در حال حاضر تنها ۴۰ تا ۵۰ درصد مواد اولیه در داخل تولید می‌شود و مابقی وارد می‌شود در نتیجه ارز بر قیمت آنها تاثیرگذار است. تجار و تولیدکننده باید ارز را بخرند که همانطور مشخص است قیمت ارز رو به افزایش است که در نتیجه باعث گرانی و افزایش قیمت کالاها می‌شود.

کاظمی بیان کرد: از دولت، بانک و سازمان صمت تقاضا کردیم مسئله ارز را مشخص کند چراکه بازار لوازم یدکی به شدت به آن وابسته است. از هواپیما گرفته تا کشتیرانی، خودروهای سنگین، سبک، کشاورزی و ... به صنف لوازم یدکی نیاز دارند.



سازمان آگهی‌ها

۸۶۰۷۳۱۴۳

هشدار خودروسازان

واگذاری امتیاز خرید خودروهای قرعه‌کشی شده، پیگرد قانونی دارد



به اطلاع کلیه هموطنان عزیز می‌رساند هرگونه واگذاری تحت هر عنوان از جمله فروش حواله یا فروش امتیاز فروش فوق‌العاده خودروهای گروه صنعتی ایران‌خودرو و گروه خودروسازی سایپا در قالب قرعه‌کشی ویژه ایام عید سعید فطر، ممنوع بوده و قابل پیگرد قانونی است.

به گزارش شاتا، به دنبال انجام قرعه‌کشی فروش فوق‌العاده ۲۵ هزار دستگاه خودرو از سوی گروه صنعتی ایران‌خودرو در تاریخ ۱۷ خرداد ۹۹ و گروه خودروسازی سایپا در ۱۸ خرداد ۹۹، ضمن هشدار به خریداران امتیاز این خودروها به استحضار می‌رساند:

۱- براساس مصوبات کمیته خودرو که با حضور دستگاه‌های نظارتی از جمله «دادستانی کل کشور» و «سازمان بازرسی کل کشور» به دو خودروساز ابلاغ شده است، به هیچ عنوان امکان صلح یا فروش خودرو به صورت و کالتی تا یکسال وجود ندارد.
۲- سند خودروی واگذارشده به مدت یک سال در رهن شرکت خودروساز باقی خواهد ماند، لذا امکان فروش تا پایان دوران ترهین وجود ندارد.
۳- پلاک واگذارشده از سوی پلیس راهور به فرد مشمول، به هیچ عنوان قابل انتقال به غیر نیست و مسئولیت هرگونه کشف تخلفات

طرح پیش‌فروش‌های یک‌ساله سایپا و ایران‌خودرو

۱۲ مدل محصول ایران‌خودرو پیش‌فروش می‌شود

قرعه‌کشی برگزار و اسامی منتخبان اعلام خواهد شد. ثبت نام از طریق سایت رسمی این شرکت به آدرس esale.ikco.ir خواهد بود. قیمت خودرو مطابق قیمت زمان تحویل مندرج در قرارداد خواهد بود. پس از اعلام اسامی، انتخاب‌شدگان مبلغ پیش‌پرداخت هر خودرو را از درگاه ایران‌خودرو واریز می‌کنند و باقی‌مانده وجه خودروها در زمان ارسال دعوت‌نامه با لحاظ هزینه‌های قانونی تعیین و دریافت می‌شود. براساس این گزارش، مشتریان دقت کنند، قبل از اعلام اسامی انتخاب‌شدگان، مشتری هیچ‌گونه وجهی واریز نخواهند کرد و در هیچ مرحله‌ای از ثبت‌نام نیازی به ارائه چک از سوی مشتری نخواهد بود. پس از اعلام اسامی انتخاب‌شدگان در قرعه‌کشی، متقاضی می‌بایست ظرف سه روز کاری، پیش‌پرداخت اولیه خودرو را واریز کند؛ عدم واریز پیش‌پرداخت وجه خودرو از سوی متقاضی به منزله انصراف از ثبت نام تلقی می‌شود و شرکت هیچ‌گونه مسئولیتی برای تحویل خودرو نخواهد داشت.

قرار دارد. وی با بیان اینکه زمان تحویل خودرو شاهین، دی‌ماه ۹۹ خواهد بود، گفت: طبق برنامه‌ریزی‌های صورت‌گرفته، طرح پیش‌فروش، مطابق با برنامه تولید سایپا خواهد بود و همه محصولات، در موعد مقرر و تعیین شده به مشتریان تحویل می‌شود.
باقری افزود: پیش‌فروش ۹ محصول گروه خودروسازی سایپا روز یکشنبه ۱۸ خردادماه پس از پایان قرعه‌کشی طرح فروش فوق‌العاده از ساعت ۱۴ در وبسایت اینترنتی فروش سایپا به نشانی <https://saipa.iranecar.com> آغاز خواهد شد.
این شرکت جدول زمانبندی و مبالغ پیش‌پرداخت را تا پیش از آغاز فرآیند ثبت نام اعلام خواهد کرد.
۴۵ هزار خودرو ایران‌خودرو در قالب ۱۲ مدل با قیمت موعد تحویل طرح پیش‌فروش یک‌ساله ایران‌خودرو مطابق شرایط جدول یک، از ساعت ۸ صبح روز یکشنبه آغاز و تا ساعت ۲۴ تاریخ ۲۰ خرداد به مدت ۳ روز اجرا می‌شود. حداکثر سه روز پس از پایان ثبت نام خودرو،

پیش‌فروش یک‌ساله محصولات جدید گروه خودروسازی سایپا و ایران‌خودرو از دیروز آغاز شد. در این طرح گروه خودروسازی سایپا ۹ محصول که سه محصول جدید هم در آنها دیده می‌شود و گروه صنعتی ایران‌خودرو نیز ۱۲ محصول عرضه خواهند کرد.

به گزارش ایستنا، مجید باقری اعلام کرده است که طبق وعده قبلی و به‌دنبال پیگیری و استقبال مشتریان، سه محصول جدید، هم‌زمان با طرح پیش‌فروش محصولات عرضه خواهد شد. برای نخستین‌بار پیش‌فروش خودرو «شاهین» محصول جدید گروه خودروسازی سایپا از روز یکشنبه آغاز می‌شود. به جز «شاهین» دو محصول جدید دیگر سایپا یعنی «ساینا» و «کوییک‌S» نیز برای نخستین‌بار در این طرح عرضه خواهند شد.

به گفته قائم‌مقام مدیرعامل گروه خودروسازی سایپا در امور فروش و خدمات پس از فروش، از مجموع ۹ محصولی که در طرح پیش‌فروش جدید گروه خودروسازی سایپا عرضه خواهند شد، سه خودرو جدید

مبلغ علی‌الحساب «شاهین»؛ ۸۰ میلیون تومان

۸۰ درصد آنان با کنترل هایی که با واحدهای اطلاعاتی دیگر انجام شد ریزش پیدا کردند.
وی بیان کرد: این قرعه‌کشی برای تحویل و فروش ۱۰ هزار خودرو از بین حدود یک میلیون نفر متقاضی انجام خواهد شد، یعنی از بین هر ۱۰۰ نفر متقاضی یک نفر می‌تواند برنده قرعه‌کشی بوده و به خودروی خود برسد. باقری در رابطه با برخی شمهات مبنی بر اینکه اگر خودروسازان این خودروها را در اختیار داشتند چرا تا امروز عرضه نکردند؟ تاکید کرد: از بهمن ماه پارسال که التهايات بازار خودرو زیاد شد تا امروز ۱۲۲ هزار دستگاه خودرو از سوی سایپا تحویل مردم شده است. وی اعلام کرد: از ابتدای امسال نیز در مقایسه با سال گذشته، سایپا ۵۵ درصد بیشتر خودرو تحویل داده است.

«شاهین» محصول جدید سایپا که در ابتدا نام‌گذاری شده بود از دیروز آغاز شد. به‌جز شاهین، دو محصول جدید دیگر سایپا یعنی «ساینا» و «کوییک‌S» نیز برای نخستین‌بار در این طرح عرضه خواهند شد. وی اعلام کرد: زمان تحویل خودرو شاهین، دی‌ماه ۱۳۹۹ خواهد بود و مبلغی که به صورت علی‌الحساب برای خودروی شاهین در نظر گرفته شده است، ۸۰ میلیون تومان خواهد بود.
باقری ادامه داد: طبق برنامه‌ریزی‌های انجام شده، طرح پیش‌فروش مطابق با برنامه تولید سایپا خواهد بود و همه محصولات در موعد مقرر و تعیین شده به مشتریان تحویل می‌شود.
به گفته قائم‌مقام سایپا در امور فروش، حدود یک میلیون و ۸۰ هزار نفر در این طرح فروش فوق‌العاده ثبت نام کرده بودند که کمتر از

به گفته قائم‌مقام سایپا در امور فروش با بیان اینکه زمان تحویل خودرو شاهین که دیروز برای نخستین‌بار پیش‌فروش شد، دی‌ماه ۱۳۹۹ خواهد بود، گفت مبلغی که باید به صورت علی‌الحساب برای خودروی شاهین پرداخت شود ۸۰ میلیون تومان خواهد بود.
به گزارش ایستنا، مجید باقری در مراسم روز یکشنبه قرعه‌کشی طرح فروش فوق‌العاده گروه خودروسازی سایپا، گفت: پس از مراسم امروز و مشخص شدن اسامی برندگان قرعه‌کشی، پیش‌فروش ۹ محصول به تعداد ۴۰ هزار دستگاه آغاز خواهد شد که در بین آنها سه خودروی جدید برای نخستین‌بار عرضه می‌شوند.
قائم‌مقام سایپا در امور فروش افزود: طبق وعده قبلی و به دنبال پیگیری و استقبال مشتریان، برای نخستین‌بار پیش‌فروش خودرو

کارگاه مجازی فن بیان و اصول سخنرانی برگزار می شود

«کارگاه مجازی فن بیان و اصول سخنرانی» به همت بنیاد نخبگان استان خوزستان برگزار می شود. به گزارش پایگاه اطلاع رسانی بنیاد ملی نخبگان، در راستای لزوم افزایش توانمندی و مهارت مستعدان برتر در ارائه دستاوردهای علمی و پژوهشی خود و به منظور زمینه سازی برای رشد همه جانبه مستعدان برتر در حوزه های مختلف، «کارگاه مجازی فن بیان و اصول سخنرانی» به همت بنیاد نخبگان استان خوزستان برگزار می شود. سه راه برقراری ارتباط مثبت (ارتباط چشمی، لبخند و همسان سازی)، نخستین قدم در سخنوری (انتخاب موضوع، تجزیه و تحلیل موقعیتی شنونده، تجزیه و تحلیل مردم شناسی شنونده)، تعیین هدف کلی سخنوری (آگاه ساختن، متقاعد کردن، سرگرم ساختن) و مدت زمان سخن گفتن، از مهمترین سرفصل های این کارگاه است.



دریچه

ستاری: استارت آپ های آموزشی با شیوع کرونا رشد یک هزار واحدی را تجربه کردند

به گفته حاجی میرزایی، در مدت زمان راه اندازی نرم افزار شاد ۲ میلیارد فایل و بیش از ۵/۴ میلیارد پیام مبادله شده است. وزیر آموزش و پرورش در ادامه بیان کرد: این نرم افزار بستر خوبی برای برقراری ارتباط میان آموزش و پرورش با مدیران، معلمان و دانش آموزان فراهم کرد. در تلاش هستیم تا این ارتباطات را دوسویه کنیم و فضایی برای ارتباط گیری دانش آموزان با یکدیگر هم ایجاد کنیم. وی ادامه داد: آموزش و پرورش یک نهاد تفکر ساز و آینده ساز است برای همین حساسیت این حوزه بالا است.

حاجی میرزایی معتقد است که تغییر در دنیا محصول تغییر در نهاد آموزش است. هیچ تغییر پایداری بدون تغییر در نظام آموزش و پرورش میسر نخواهد بود. وی، راه برون رفت از ساختارهای منجمد و قالبی را استفاده از روش های خلاقانه و نوآورانه می داند و بر ایجاد ساختارهای جدید آموزشی در کشور تاکید کرد. به گفته وی، توسعه آموزش های مجازی می تواند راه درستی برای تغییرات اساسی در نظام تعلیم و تربیت باشد. وی با اشاره به ضرورت هدفمند کردن آموزش در کشور، گفت: ۳۰ سال است که به دنبال هدفمند کردن آموزش در کشور هستیم. کاری که منجر به مهارت آموزی دانش آموزان پس از پایان تحصیل شود. حاجی میرزایی، همچنین گفت: اقدامات توسعه ای وزارت آموزش و پرورش را بر مبنای سند تحول آموزش کشور صورت می گیرد تا بر این اساس به فایده مندی تعلیم و تربیت برسیم.

وی معتقد است که وضعیت آینده تحصیلی کشور با توجه به شیوع بیماری کرونا مشخص نیست برای همین باید برای ورود به سال تحصیلی ۱۴۰۰/۹۹ کاملا آماده باشیم و همه مدل های احتمالی شروع مدارس را مدنظر قرار دهیم.

در این نشست، مدیران استارت آپ های آموزشی از جمله اسکای روم، فیلم نت، لینک آپ، ایسمینار، برنامه سازان ۳۶۰ درجه، فرادرس، کافه تدریس، فرانش، حکمت کده، کلاس گرام، خوشیاور، مکتب خونه و استاد سلام ضمن معرفی توانایی ها و پیشرفت های خود به مشکلات پیش روی توسعه فعالیت های شان هم اشاره کردند و نیازها و دغدغه های خود را با معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری و وزیر آموزش و پرورش در میان گذاشتند. در این جلسه مقرر شد که کارگروه مشترکی با حضور نمایندگان از معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، وزارت آموزش و پرورش و استارت آپ های آموزشی برای پیشبرد فعالیت های منجر به توسعه آموزش آنلاین در کشور تشکیل شود.

صنعت آموزش در جهان یک بازار بزرگ است و فرصت های بسیاری در آن وجود دارد. امروز می توان پلتفرم ها و نرم افزارهایی در حوزه آموزش جهانی دید که توانسته اند انقلابی در توسعه آموزش ایجاد کنند. فعالان استارت آپی در ایران هم چند سالی است که فعالیت خود را آغاز کرده اند.

توسعه فعالیت این استارت آپ ها و رفع موانع فناورانه، اجتماعی و اقتصادی پیش روی این استارت آپ ها موضوعاتی بود که در این نشست با حضور معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری و وزیر آموزش و پرورش بررسی شد.

نشست مشترک سورنا ستاری، معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری و محسن حاجی میرزایی، وزیر آموزش و پرورش با مدیران استارت آپ های آموزشی با هدف بررسی ظرفیت های موجود کشور در حوزه آموزش مجازی برگزار شد.

به گزارش پایگاه اطلاع رسانی بنیاد ملی نخبگان، بیماری کرونا بهانه ای شد تا نظام آموزشی کشور به فکر توسعه زیرساخت های آموزش مجازی با کمک توان استارت آپ ها بیفتد؛ اتفاقی که قرار است به عادلانه شدن آموزش در کشور منجر شود.

ستاری در این نشست گفت: روزهای ابتدایی شیوع بیماری کرونا در کشور یک اتفاق خوب از سوی آموزش و پرورش رخ داد و آن راه اندازی پلتفرم شاد بود. وی افزود: بیماری کرونا یک فرصت خوب برای ایجاد و در اختیار نظام آموزش کشور قرار گرفت. آموزش مجازی در کشور است. ستاری ادامه داد: کرونا فرصتی شد تا استارت آپ های آموزشی رشد قابل قبولی یابند. برخی از این استارت آپ ها تا هزار واحد رشد کردند؛ اتفاقی که کرونا به آنها داد. به گفته ستاری، نرم افزار شاد یک فرصت خوب برای محک زدن زیرساخت های آموزش مجازی در کشور بود؛ نرم افزاری که در فرستای کوتاه ایجاد و در اختیار نظام آموزش قرار گرفت. نظام آموزش بازاری بزرگ برای دانش بنیان ها و استارت آپ ها وی ادامه داد: ابعاد نظام آموزش کشور بسیار بزرگ است و این یعنی یک بازار بزرگ خوب اقتصادی برای فعالیت دانش بنیان ها و استارت آپ ها. معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری در ادامه با اشاره به خطری که توسعه آموزش مجازی کشور را تهدید می کند، بیان کرد: باید مراقب باشیم با توسعه آموزش مجازی، روند آموزش از دست سیستم آموزشی خارج نشود. این خطر را باید جدی گرفت.

ستاری، با کیفیت بودن، جذاب بودن و مناسب بودن را از ضروریات محتوای آموزش مجازی دانست و گفت: باید این سه نکته را در توسعه آموزش مجازی کشور در نظر بگیریم. وی با تاکید بر عادلانه بودن آموزش مجازی، گفت: یکی از نقاط مثبت آموزش مجازی این است که یک مدل آموزشی یکسان به همه دانش آموزان در یک روستای دورافتاده تا دانش آموزان بهترین مدارس کشور ارائه می شود.

وی افزود: معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری آماده همکاری با همه نهاد های موثر در توسعه آموزش مجازی در کشور است و این یکی از اهداف ما در راه اندازی پوشش کرونا پلاس بود و برگزاری نشست و جلسه امروز هم در ادامه این مسیر است. با شیوع کرونا راهکارهای نوآورانه در نظام آموزش گسترش یافت در ادامه نشست محسن حاجی میرزایی، وزیر آموزش و پرورش کشورمان هم با اشاره به طراحی نرم افزار شاد در کشور، گفت: نظام تعلیم و تربیت با شیوع بیماری کرونا اقدام به مجازی کردن آموزش کشور کرد. این کار را هم با راه اندازی نرم افزار شاد انجام داد.

وی افزود: ما برای پیشگیری از تعطیلی آموزش کشور در اثر شیوع بیماری کرونا، به دنبال راه های نوآورانه بودیم. نرم افزار شاد هم در همین راستا ایجاد شد. در این نرم افزار بیش از ۹۸ درصد معلمان و مدیران و بیش از ۷۰ درصد دانش آموزان عضو هستند.



ایلان ماسک: زمان تجزیه

ایلان ماسک در اظهار نظری جنجالی، از انحصار آمازون انتقاد و اعلام کرد این غول تجارت الکترونیک باید تجزیه شود. به گزارش زومیت، ایلان ماسک سه ماه پیش اعلام کرده بود تا مدتی از شبکه اجتماعی توئیتر استفاده نخواهد کرد. پس از اعلام این خبر، او برای بیش از ۳۵ میلیون دنبال کننده خود پستی منتشر نکرد. اکنون مدیرعامل تسلا و اسپیس ایکس مجدداً با اظهار نظری جنجالی، مقام های قانونگذار را به تجزیه آمازون تشویق می کند. او در توئیتر اخیرش نوشته بود: «آمازون باید تجزیه شود. سازمان های انحصاری پدیده های غلطی هستند». توئیتر ایلان ماسک در واقع پاسخ او به توئیتهای بود که الکس برنسون، گزارشگر سابق نیویورک تایمز، با اشاره به جف بزوس منتشر کرده بود. برنسون از منتقدان جدی دولت آمریکا در مسئله واکنش به همه گیری ویروس کرونا محسوب می شود. او در توئیتهای خود بزوس را خطاب قرار داده بود و به لغو فروش کتاب جدیدش، COVID Unreported Truths about COVID and Lockdowns، در آمازون انتقاد کرد. برنسون ابتدا ایمیلی از بخش نشر کیندل دریافت کرده بود که کتاب او را از لحاظ چارچوبها و قواعد انتشار در آمازون نامناسب می دانست. در ایمیلی که به برنسون ارسال شده بود، اشاره ای به دلایل جزئی نشد و تنها نوشته شد تصمیم مذکور با سیاست های آمازون در انتشار اطلاعات درباره همه گیری ویروس کرونا مرتبط بوده است. ایلان ماسک ابتدا در توئیتهای، لغو فروش کتاب را احمقانه

ایلان ماسک در اظهار نظری جنجالی، از انحصار آمازون انتقاد و اعلام کرد این غول تجارت الکترونیک باید تجزیه شود. به گزارش زومیت، ایلان ماسک سه ماه پیش اعلام کرده بود تا مدتی از شبکه اجتماعی توئیتر استفاده نخواهد کرد. پس از اعلام این خبر، او برای بیش از ۳۵ میلیون دنبال کننده خود پستی منتشر نکرد. اکنون مدیرعامل تسلا و اسپیس ایکس مجدداً با اظهار نظری جنجالی، مقام های قانونگذار را به تجزیه آمازون تشویق می کند. او در توئیتر اخیرش نوشته بود: «آمازون باید تجزیه شود. سازمان های انحصاری پدیده های غلطی هستند». توئیتر ایلان ماسک در واقع پاسخ او به توئیتهای بود که الکس برنسون، گزارشگر سابق نیویورک تایمز، با اشاره به جف بزوس منتشر کرده بود. برنسون از منتقدان جدی دولت آمریکا در مسئله واکنش به همه گیری ویروس کرونا محسوب می شود. او در توئیتهای خود بزوس را خطاب قرار داده بود و به لغو فروش کتاب جدیدش، COVID Unreported Truths about COVID and Lockdowns، در آمازون انتقاد کرد. برنسون ابتدا ایمیلی از بخش نشر کیندل دریافت کرده بود که کتاب او را از لحاظ چارچوبها و قواعد انتشار در آمازون نامناسب می دانست. در ایمیلی که به برنسون ارسال شده بود، اشاره ای به دلایل جزئی نشد و تنها نوشته شد تصمیم مذکور با سیاست های آمازون در انتشار اطلاعات درباره همه گیری ویروس کرونا مرتبط بوده است. ایلان ماسک ابتدا در توئیتهای، لغو فروش کتاب را احمقانه

برگشت پول با شکست پروژه

با ریسک پذیرفته شده خود را دارند که با توجه به ریسک های سرمایه گذاری در صنایع با فناوری بالا و دانش بنیان، سرمایه گذاران به دنبال بازده های بالاتر از میانگین سرمایه گذاری در بخش های دیگر خواهند بود، ولی با توجه به ذات سرمایه گذاری در حوزه دانش بنیان، می توان با تضمین سرمایه گذاری صورت گرفته بخشی از این ریسک ها را مدیریت و برای بخش خصوصی، ایجاد جذابیت کرد. وی تاکید کرد: در همین راستا قرار است که شرکت های بیمه، جهت ارائه بیمه سرمایه گذاری به متقاضیان با همکاری صندوق نوآوری و شکوفایی اقدام کنند.

رضوانیان با بیان اینکه در واقع بیمه سرمایه گذاری خدمتی جدید است که صندوق نوآوری و شکوفایی با همکاری بیمه مرکزی بعد از این ارائه می کند، بیان کرد: در واقع این بیمه می تواند تضمینی برای سرمایه گذار باشد که در صورت شکست طرح، ضرر و زیان سرمایه گذار را کاهش دهد.



سرمایه گذاران شرکت های دانش بنیان می توانند از این پس خود را بیمه کنند که سرمایه شان با شکست پروژه از بین نرود. به گزارش پایگاه اطلاع رسانی بنیاد ملی نخبگان، محمدحسین رضوانیان، مدیر ارزیابی سرمایه گذاری صندوق نوآوری و شکوفایی اظهار کرد: برای اولین بار موضوع ضمانت سرمایه گذاری طرح های دانش بنیان در کشور مطرح شده است و مذاکرات و توافقاتی این موضوع با بیمه مرکزی نهایی و قرارداد آن نیز منعقد شده است. وی با بیان اینکه در این خدمت جدید، ضمانت سرمایه گذاری در طرح های دانش بنیان مدنظر است، هدف صندوق نوآوری و شکوفایی را از ایجاد این خدمت کاهش ریسک سرمایه گذاری در طرح های دانش بنیان برشمرد و اظهار کرد: این اقدام موجب ایجاد جذابیت برای بخش های خصوصی کشور به منظور ورود به این عرصه خواهد شد. به گفته رضوانیان، قاعدتاً سرمایه گذاران انتظار بازده متناسب

محیط زیست و تغییرات اقلیم و سلامت از ابتدای خردادماه سال جاری تا ۱۵ مردادماه فرصت دارند. همچنین ارسال طرح در حوزه های علوم پزشکی، ریاضی و فیزیک، علوم پزشکی، دامپزشکی و شیلات از ابتدای تیرماه سال جاری آغاز می شود و تا ۱۵ شهریور ماه ادامه دارد. از ابتدای اردیبهشت ماه سال جاری نیز ارسال طرح در حوزه های هنر و معماری، مدیریت و علوم اقتصاد، علوم انسانی، اجتماعی و مطالعات علم، معارف و علوم انسانی آغاز شده است و تا ۱۵ تیرماه برای ارسال طرح های پژوهشی در این حوزه ها فرصت باقی است. سقف حمایت از طرح های پژوهشی در این فراخوان ۶۰۰ میلیون ریال است. البته طرح های پژوهشی گروهی (مشترک میان مراکز علمی)، میوه رشته ای و بین المللی تا سقف یک میلیارد تومان نیز حمایت می شوند.

این فراخوان فرصتی فراهم می کند تا پژوهش های حوزه کرونا به صورت متمرکز در حوزه های گوناگون مورد حمایت قرار گیرند.

مسیر اجرای طرح های پژوهشی کرونا تسهیل شد

پژوهشگران و فناوران کشور برای اجرای طرح های پژوهشی کرونا در حوزه های گوناگون علمی حمایت می شوند تا با ارائه تمهیدات ویژه و انتشار فراخوانی سرعت فعالیت های فناورانه در این بخش شتاب گیرد. به گزارش پایگاه اطلاع رسانی بنیاد ملی نخبگان، صندوق حمایت از پژوهشگران و فناوران معاونت علمی فراخوان ملی در حوزه پیشگیری، درمان و مقابله با عوارض فردی، اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی مرتبط با کرونا منتشر کرده است تا پژوهش های محققان در این حوزه را حمایت کند. در این فراخوان ملی آخرین گروه از محققان برای ارسال طرح های خود تا ۱۵ شهریورماه سال جاری فرصت دارند. براساس این فراخوان پژوهشگران و متخصصان طرح های پژوهشی خود را می توانند به صندوق ارسال کنند. البته دوره های پسدادکتر و رساله های دکترا نیز در این فراخوان حمایت می شوند.

پژوهشگران برای ارسال طرح های مرتبط با حوزه فنی و مهندسی، می توانند به صندوق ارسال طرح های مرتبط با حوزه فنی و مهندسی،

پژوهشگران و فناوران کشور برای اجرای طرح های پژوهشی کرونا در حوزه های گوناگون علمی حمایت می شوند تا با ارائه تمهیدات ویژه و انتشار فراخوانی سرعت فعالیت های فناورانه در این بخش شتاب گیرد. به گزارش پایگاه اطلاع رسانی بنیاد ملی نخبگان، صندوق حمایت از پژوهشگران و فناوران معاونت علمی فراخوان ملی در حوزه پیشگیری، درمان و مقابله با عوارض فردی، اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی مرتبط با کرونا منتشر کرده است تا پژوهش های محققان در این حوزه را حمایت کند. در این فراخوان ملی آخرین گروه از محققان برای ارسال طرح های خود تا ۱۵ شهریورماه سال جاری فرصت دارند. براساس این فراخوان پژوهشگران و متخصصان طرح های پژوهشی خود را می توانند به صندوق ارسال کنند. البته دوره های پسدادکتر و رساله های دکترا نیز در این فراخوان حمایت می شوند.





خط مونتاژ بردهای الکترونیکی در کشور طراحی و ساخته شد

تنها شرکت سازنده خط مونتاژ بردهای الکترونیکی در سطح خاورمیانه از سال ۹۱ کار خود را در شمال غرب کشور آغاز کرد. این شرکت دانش بنیان طی این ۹ سال توانست با کمک توسعه فناوریهای خود خط مونتاژ شامل دستگاههای مونتاژ بردهای SMD، پرینتر خمیر قلع، Reflow Oven و کانوایرهای بیرونی را طراحی کند و بسازد.

شرکت دانش بنیان مارال روبات صنعت در حال حاضر با تولید دستگاه مونتاژ بردهای SMD با قابلیت مونتاژ سریع و دقت بالا فرصت مناسبی را برای ارائه خدمات به تولیدکنندگان بردهای SMD ایجاد کرده است.

یادداشت



باز خوردهای شیوع ویروس کووید-۱۹ در حوزه انرژی

سیدمحمد شجاعی - کارشناس توسعه زیست بوم نوآوری حوزه انرژی

به کار پروژههای جدید که در سال ۲۰۲۰ وارد مدار می شوند، باعث افزایش تولید، هرچند اندک، شده است. علی الخصوص که تا قبل از این پیش بینی می شد سال ۲۰۲۰ سالی برجسته و شاخص برای تجدیدپذیرها باشد، تا جایی که آژانس یک ثبت رکورد در افزایش ظرفیت تجدیدپذیرها را برای ۲۰۲۰ پیش بینی کرده بود. با این حال، طبق پیش بینی تحلیلگران آژانس، امواج این شوک اقتصادی دامنگیر بخش انرژیهای تجدیدپذیر نیز خواهد شد، تا جایی که آن را از ریل مسیر پیشرفت خود خارج خواهد ساخت و در این میان بیشترین ضربه را پلنتهای فوتولتائیک پراکنده و غیرمتمرکز متحمل خواهند شد. هم اکنون بیش از ۴۰ درصد ظرفیت فوتولتائیک دنیا، متعلق است به واحدهای پراکنده و غیرمتمرکز، یعنی افراد و شرکت های کوچک تا متوسط که صفحات فوتولتائیک را در پشت بام یا سایت های تجاری خود نصب می کنند، اما در حال حاضر، به دلیل اجرای قرنطینه و عدم دسترسی به ساختمان ها، نصب واحدهای جدید صفحات فوتولتائیک متوقف شده است. همچنین، خانوارها و مشاغل کوچک، به خاطر شوک های مالی و عدم قطعیت های اقتصادی ایجاد شده، برنامه های خود را در این خصوص رها کرده یا به تعویق انداخته اند.

از طرفی طبق پیش بینی آژانس، میزان انتشار جهانی کربن دی اکسید، تا پایان سال ۲۰۲۰ به میزان ۸ درصد کاهش می یابد و به عبارت دیگر، سطح انتشار به سطح ۱۰ سال گذشته خود باز می گردد. این میزان کاهش، شش برابر کاهش ناشی از آخرین رکورد در سال ۲۰۰۹ (بحران مالی) است. با این حال این بار هم انتظار می رود، مانند دوره های قبل، پس از پشت سر گذاشتن بحران، رشد انتشار بیش از میزان کاهش باشد، مگر آنکه سیاست های تشویقی و حمایت های مالی جدی تر و بیشتر از گذشته معطوف به توسعه زیرساخت های انرژی با فناوری های پاکتر شود.

منبع: isti.ir

هم گامی برای توسعه زیست فناوری

مصطفی قانعی - دبیر ستاد توسعه زیست فناوری معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری

تحقیقات بر روی موضوعات واحد و نیز شناسایی موضوعات مهم است. ستاد توسعه زیست فناوری معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری که برابر اسناد جاری، حمایت، هدایت و هماهنگی موسسات و مراکز فعال و مرتبط با زیست فناوری را بر عهده دارد در نظر دارد با اهتمام ظرفیت های فکری نسبت به تهیه اطلس ظرفیت های علمی و فناوریانه حوزه زیست فناوری در کشور اقدام کند. این کار کمک می کند تا با مدیریت بسامان و پیگیری ماموریت محوری در هر واحد علمی، هر عرصه اولویت دار اختصاصی و با هدف عمیق بخشی به تسلط دانشی و تحقق نیاز کاربردی کشور امکان حمایت های هدفمند اعتباری فراهم شود.

به همین منظور ستاد در تلاش است تا همه مراکز و سازمان های دولتی که به نحوی در حوزه زیست فناوری مشغول به فعالیت هستند را شناسایی کند و با این کار از همه ظرفیت های موجود در کشور برای توسعه حوزه زیست فناوری کشور بهره بگیرد.

منبع: isti.ir

جهان کنونی به دلیل نفوذ خلاقیت ها در فناوری، شتاب گرفته و هر روز شاهد تاثیرات و تحولات فناورانه ای هستیم که بدون تسلط بر آن و بهره گیری از فرصت های پیش آمده، دستیابی به اقتصاد در حال توسعه و کاهش شکاف ثروتی بین کشورها و فائق آمدن بر عدم تعادل و توازن اقتصادی موجود ناممکن خواهد بود.

طبعاً دستیابی به رتبه اول علم و فناوری در منطقه و سهم موثر ثمردهی اقتصادی و ارزش افزوده از محل ظرفیت های علمی، مستلزم اقدام هماهنگ و همه جانبه متکی بر تقسیم کار ملی خواهد بود.

همچنین استفاده مفید از منابع محدود نیازمند اقدام برنامه ریزی شده متناسب با ظرفیت های آمایش سرزمینی و اقلیمی و پتانسیل های منحصر به فرد در کشور و مدیریت هوشمندانه ظرفیت منابع انسانی دانشی است.

یکی از اقدامات مهم برای هماهنگ سازی و افزایش بهره وری ظرفیت ها و فعالیت های حوزه فناوری زیستی در سطح کشور، تعیین اولویت های تحقیقاتی دانشگاه ها و مراکز تحقیقاتی و یکپارچه سازی آن به منظور جلوگیری از تعدد

صنایع با محصول دانش بنیان ایرانی فرآیند ذوب را انجام می دهد

که برای محیط زیست آلودگی ایجاد نمی کنند. همچنین در این کوره ها دوده تولید شده نوعی محصول حساب می شود و در صنعت رنگ و آرایشی و بهداشتی کاربرد دارد.

وی ادامه داد: فناوری ساخت این کوره ها پیشرفته و جزو فناوری های روز در دنیا است. ۲ هزار و ۵۰۰ نوع ماده اولیه در این کار دخالت دارد و ۹ فناوری مانند حوزه های الکترونیک، متالورژی، برق، مکانیک و دیجیتال با همدیگر پیوند می خورد تا یک کوره تولید شود. در دنیا ۵۰ میلیون دلار قیمت این فناوری برآورد شده است.

وحدت واسعی همچنین گفت: این محصول دانش بنیان در صنایع گوناگون کاربرد دارد از ریخته گری تا خودرو و هواپیما و به طور کلی هیچ صنعت فلزی بدون نیاز به این کوره ها نیست. صنایع متنوعی این محصول را نصب کرده اند و در حال استفاده از آن هستند که می توان به گل گهر سیرجان، فولاد مازندران و شرکت آی سی آی اصفهان اشاره کرد.



بومی سازی کوره های ذوب القایی فرکانس متوسط با ظرفیت شش تن یکی از دیگر پیشرفت های فناوران کشور در یک شرکت دانش بنیان است. پس از این موفقیت آنها در حال ساخت این کوره ها با ظرفیت دو برابری هستند. این کوره ها از نظر فناوری و کیفیت با نمونه های آمریکایی در یک سطح قرار دارد.

متخصصان کشور در این شرکت دانش بنیان کوره های القایی با ظرفیت شش تن را برای رفع نیاز صنایع تولید می کنند که برای ذوب فلزات رنگین و پایه آهنی قابل استفاده است. در واقع ذوب هر ماده با دارا بودن قابلیت هادی الکتریسته در این کوره ها انجام می شود.

هوشنگ وحدت واسعی، مدیرعامل شرکت دانش بنیان کوره های القایی دماوند گفت: کوره های القایی مدل های گوناگونی دارند که کوره های ذوب القایی یک مدل آن است که در حال حاضر کشور و صنایع مختلف به آن نیاز دارند. یکی از مزیت های کوره های ذوب القایی این است



آمازون فرا رسیده است

دستاورد های فضایی، به درگیری شدید آنها منجر شده است. کسب و کار جف بزوس در صنعت فضایی چالش چندان مهمی را تجربه نمی کند و در مقابل، زیر فشارها و انتقادهای شدید قرار دارد. کمیسیون تجارت فدرال آمریکا (FTC) و وزارت دادگستری (DoJ) این شرکت را از لحاظ قوانین مقابله با انحصار به شدت زیر نظر قرار گرفته اند. جایش هاولی، سناتور جمهوری خواه، ماه آوریل از وزارت دادگستری خواسته بود پرونده کفیری بازرسی ضدانحصار برای آمازون را به جریان بیندازد. نقطه مشترک بزوس و ماسک این است که شرکت های هر دو به دلیل فعالیت در دوره همه گیری ویروس کرونا با انتقادهای جدی مواجه بوده اند. انتقاد به آمازون و وضع کارگران انبارش بسیار جدی بود و حتی استعغای یکی از مدیران عالی رتبه را در پی داشت. ماسک نیز تاکنون انتقادهای شدیدی از تعطیلی گسترده در ایالات متحده کرده است. او تعطیلی ها را عاملی مضر برای شرکت های خود خوانده بود. همچنین ماه مارس، در اظهار نظری جنجالی به کارمندان در اسپیس ایکس گفت احتمال مرگ آنها بر اثر تصادف از احتمال مرگ بر اثر ویروس کرونا بیشتر است. ماسک حتی تهدید کرده بود مرکز مدیریت شرکت تسلا را از ایالت کالیفرنیا به تگزاس منتقل خواهد کرد. تسلا همچنین احتمال می دهد تعطیلی ها به تأخیر در تحویل محصولات در فصل جاری منجر شود.

بت ماسک، آمازون اجازه فروش کتاب را صادر کرد. برای اطلاع رسانی به او ارسال کرد که گزارشگر پلی به رسانه ها اعلام کردند کتاب بزوس به دلیل

می کند، مسئله ای هم درباره تأثیر سیاست های دارد. بزوسون در کتاب خود، تأثیر تعطیلی های ترش ویروس کرونا بررسی می کند و گزارش های و ترس شدید می داند و از نحوه گزارش دهی مرکز فاد می کند.

لغو فروش آن، واکنش ایلان ماسک جالب به نظر بکس ندارد، اما ماسک و بزوس از مدت ها پیش در صاحب شرکت بلو اوریجین و پروژه Kuiper. بیاردهای دنیای فناوری برای کسب سریع تر

۴ طرح تحقیقاتی مشترک در حال اجرا است

حمایت در این صندوق، شناسایی امکانات و ظرفیت ها برای تقویت و توسعه همکاری انجام شده است. همچنین ایجاد تیم های علمی تحقیقاتی در زمینه های مورد علاقه و مرزهای دانش انجام شد تا شاهد توسعه خدمات و ابزارهای شناختی باشیم.

محققان علوم شناختی با حمایت های این صندوق در اجرای پروژه های تحقیقاتی مشترک، برگزاری کارگاه های مشترک و نیز تبادل محقق در دوره های کوتاه مدت بهره بردند. همچنین با حمایت این صندوق دو کارگاه آموزشی مشترک بین محققان ایران و چین در دانشگاه شهید بهشتی و دانشگاه فردوسی مشهد برگزار شد.

به موازات تقویت همکاری ها میان بخش های گوناگون علمی ایران و چین، تبادل استاد و دانشجو و نیز هیات های تحقیقاتی بین دو کشور نیز در دستور کار قرار دارد و تاکنون در این زمینه اقدامات و فعالیت های مثبتی صورت گرفته است.

علوم و فناوری های شناختی حوزه ای نوپا و در حال رشد در دنیا است. تعاملات و همکاری های بین المللی تأثیر بسیاری در گسترش این فناوری دارد. از این رو با حمایت ستاد توسعه علوم و فناوری های شناختی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری چهار طرح تحقیقاتی مشترک میان ایران و چین در این حوزه در حال اجرا است.

صندوق علمی راه ابریشم راهکاری برای حمایت از فعالیت های پژوهشی مشترک میان محققان ایرانی و چینی است. علوم و فناوری های شناختی یکی از حوزه های است که در بستر این اقدام برای توسعه آن تلاش می شود. در چند سال اخیر و با انتشار پنج دوره از فراخوان این صندوق، ایران و چین گام های موثری برای گسترش همکاری های علمی و فناورانه خود برداشته اند. صندوق حمایت از پژوهشگران و فناوران معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری و آکادمی علوم چین بازوی اجرایی این صندوق هستند. در علوم شناختی به عنوان یکی از حوزه های مورد



چرا استفاده از وبینار در شرایط حال حاضر الزامی است؟

به قلم: هایلی فریدمن - کارشناس حوزه مدیریت و بازاریابی
مترجم: امیر آل علی

درگیرشدن تمام جهان با ویروس کرونا باعث شده است تا اینترنت اهمیت بالاتری پیدا کند، برای مثال هم‌اکنون اکثر خریده‌ها به صورت اینترنتی بوده و میزان استفاده از این بستر، رشدی چندین برابری داشته است. بدون شک یکی از بخش‌های مهم و پرکاربرد، وبینار است که بسیاری از کسب‌وکارها را به سمت آن سوق داده و در این مقاله قصد بیان دلیل اهمیت آن را داریم. درواقع با نگاهی به مزیت‌های فوق‌العاده آن، حتی ممکن است در دوران پساکرونا نیز این اقدام را انجام داده و سطح کسب‌وکار خود را وارد یک مرحله جدید کنید. در ادامه به بررسی دلایل اهمیت این موضوع خواهیم پرداخت.

۱-تمایل مخاطب

نخستین نکته‌ای که باعث شده است تا نیاز به فعالیت در زمینه وبینار به امری حیاتی تبدیل شود، خواست مخاطب است. درواقع با توجه به این امر که تجربه این موضوع برای بسیاری از افراد رخ داده است و در شرایط حال حاضر به علت قرنطینه خانگی، افراد فرصت بیشتری دارند. تمایل به استفاده از این قابلیت‌ها بسیار زیاد شده است. به همین خاطر شما با فعالیت در این بخش، می‌توانید شانس موفقیت بالاتری داشته باشید. نکته‌ای که باید به آن توجه داشته باشید این است که حتی پس از طی کردن این شرایط سخت نیز همچنان تمایل‌ها به استفاده از وبینار باقی خواهد ماند. به همین خاطر نباید آن را صرفاً محدود به شرایط فعلی تصور کنید.

۲-سهولت بیشتر

ایجاد یک وبینار در هر زمان و مکانی امکان‌پذیر است. برای مثال در زمینه آموزش، نیاز است که استاد مربوطه، در ساعت مقرر در آموزشگاه حاضر شده و این امر زمان زیادی را تلف خواهد کرد. همچنین نتایج آمارها حاکی از آن است که اساتید به علت عدم خستگی، توانایی انتقال بهتر مفاهیم را خواهند داشت. در نهایت با مسائلی نظیر ترافیک مواجه نبوده و در کنار کاهش هزینه‌های افراد، برندها نیز می‌توانند هزینه‌های خود را کاهش دهند. همچنین این نکته را فراموش نکنید که از فایل جلسه می‌توان استفاده مجدد نیز به عمل آورد. در نهایت امکان زمان‌بندی درست در کنار حضور تعداد افراد بیشتر، از جمله مزیت‌های دیگر وبینار محسوب می‌شود.

این دو مورد دلایل اصلی ضروری بودن استفاده از وبینار محسوب می‌شود، با این حال توجه داشته باشید که کیفیت کار نیز مسئله‌ای تعیین‌کننده بوده و لازم است تا نرخ از نکات را رعایت کنید. برای مثال استفاده از نرم‌افزار مناسب، برنامه‌ریزی و ایجاد تعامل دوطرفه از جمله ساده‌ترین و اساسی‌ترین موارد محسوب می‌شود.

منبع: business۲community.com

اقدام تحسین‌برانگیز گوگل

به قلم: مائیش سینگ روزنامه‌نگار

مترجم: امیر آل علی

Remove China Apps نام برنامه‌ای است که به شناسایی اپلیکیشن‌های چینی کمک کرده و افراد را به حذف آنها توصیه می‌کند. این برنامه در همان ساعات‌های ابتدایی انتشار خود در گوگل‌پلی، مورد استقبال بی‌نظیری قرار گرفت. با این حال پس از مدتی به صورت کامل از این بستر حذف شد. مدیران گوگل در این رابطه اعلام کرده‌اند که حتی شرایط حال حاضر و تحریم‌های آمریکا علیه کشور چین باعث نمی‌شود تا گوگل سیاست‌های خود را فراموش کند. درواقع این امر که یک برنامه، کاربران را به حذف موارد دیگر تشویق کند، اقدامی حرفه‌ای نبوده و این مسئله جو لازم برای فعالیت آزادانه را ناپود خواهد کرد. به همین خاطر نه‌تنها این برنامه، بلکه با تمامی موارد مشابه مقابله‌کردی لازم انجام خواهد شد. در این رابطه سایت چینی Global Times از اقدام تیم گوگل مراتب قدردانی را به عمل آورده و در مقاله خود، حرفه‌ای‌گری و سیاست‌های درست این شرکت را ستایش کرده است، با این حال با توجه به این امر که برنامه مذکور طرفداران زیادی پیدا کرده بود، این مسئله می‌تواند منجر به بروز ناراضیاتی‌هایی شود. تحت این شرایط باید دید که واکنش کاربران به این اتفاق به چه صورت خواهد بود.

منبع: techcrunch.com

چند تکنیک مهم در ساخت بهترین شعار تبلیغاتی



دومین اصل در ساخت شعار تبلیغاتی: خیالی‌بافی ممنوع!

برخی از مدیرهای بازاریابی شعارهای تبلیغاتی را به گونه‌ای انتخاب می‌کنند که در واقع آرزوی خود را در آن مطرح می‌کنند نه آن چیزی که برای مشتریان مفید است یا مشتریان به دنبال آن هستند. به عنوان مثال، «این همان چیزی هست که دنبالش بودم»، «بهرتر از این نمیشه»، شعارهای تبلیغاتی از این دست به درد مشتریان شما نمی‌خورد آنها به دنبال این هستند بدانند محصول یا خدماتی که شما آن را تبلیغ می‌کنید به چه درد آنها می‌خورد. پس بهتر است شعارتان بیان‌کننده این نیازهای مشتریان باشد. برای تهیه چنین شعاری بهتر است به مزایا یا ویژگی‌های خاصی که محصول یا خدمات شما دارد اشاره کنید.

سومین اصل در ساخت شعار تبلیغاتی: کمی توضیح دهید

همیشه بر این مسئله تأکید کرده‌ایم که شعار تبلیغاتی باید موجز و مختصر باشد. اما در اینجا می‌گوییم که باید هدف خودتان را کمی توضیح دهید. اشتباه نکنید، این حرف ما نقض‌کننده حرف اولی نیست، بلکه مکمل آن است. یعنی اولین هدف شما باید این باشد که شعار تبلیغاتی خود را کوتاه و مختصر انتخاب کنید و در درجه بعدی باید سعی کنید هدف و مزایای محصول یا خدمات خود را کمی توضیح دهید تا مشتریان و مخاطبان شما بدانند که دقیقاً چه تمایزی میان

شعار تبلیغاتی جزو بخش‌های اصلی یک تبلیغ است. آموزش ساخت بهترین شعار تبلیغاتی موضوع این مطلب آموزش بازاریابی است.

همان‌طور که انتخاب تصاویر و رنگ‌ها در ساخت یک تبلیغ بسیار مهم است بلکه از همه آنها مهم‌تر این است که شعار تبلیغاتی شما در این تبلیغات چیست؟ زیرا شعار جزو ارکان اصلی تبلیغاتی است که در ذهن افراد باقی می‌ماند. همچنین شعار تبلیغاتی شماست که هویت و هدف شما را به مخاطبان نشان می‌دهد. در ادامه این مقاله تکنیک‌های کاربردی و بسیار مهم برای ساخت چنین شعاری گفته می‌شود.

اولین اصل در ساخت شعار تبلیغاتی: سادگی شعار

تا جایی که امکان دارد باید شعار شما ساده باشد بنابراین باید سعی کنید شعارهای خود را تا جایی که امکان دارد به گونه‌ای انتخاب کنید که هم نشان‌دهنده خدمات و هم نوع فعالیت شما باشد و هم اینکه اهداف و مسیر آینده و چشم‌انداز شما را نشان دهد. اگر نتوانید این سادگی را رعایت کنید نمی‌توانید با مخاطبان خود ارتباط خوبی برقرار کنید. این سادگی باید در دو بخش رعایت شود. اول اینکه باید جملات شما جملاتی ساده و قابل فهم برای عموم و مخاطبان شما باشد. دوم اینکه باید تعداد کلماتی که در شعار به کار می‌برید کم باشد تا بتواند در یک جمله بسیار کوتاه هدف شما را به مخاطبان منتقل کند و قابلیت ماندگاری در حافظه آنها را داشته باشد.

تفاوت مارکتینگ در کانال‌های دیجیتالی و اجتماعی

کانال‌های الکترونیکی استفاده می‌کنند. دانستن این معانی از آن جهت مهم است که اگر شما تعریف دقیق و کاربرد هر کدام از آنها را ندانید نمی‌توانید به خوبی از آنها استفاده کنید.

همچنین مخاطبان شما نیز به خوبی متوجه می‌شوند که شما تا چه حد در کار خود خیره و با غیرحرفه‌ای هستید. مزیتی که این نوع بازاریابی‌ها دارند این است که می‌توانید مخاطبان خود را به راحتی پیگیری کنید و نتایجی که از این پیگیری‌ها نصیب شما می‌شود را تجزیه و تحلیل کرده و از آن در بازاریابی خودتان استفاده کنید. می‌توانید تعداد افرادی که مطلب شما را دیده‌اند یا نظرشان درباره آن را به خوبی تحلیل کنید. همچنین واکنش‌هایی که آنها نسبت به پیام‌ها یا محتوای شما نشان می‌دهند می‌توانید از آن برای ادامه ارتباط خود با مخاطبان‌تان استفاده کنید.

برای اینکه بتوانید از این کانال‌ها به خوبی استفاده کنید باید روش‌ها و تکنیک‌های آنها را به خوبی بیاموزید. باید توجه داشته باشید که بازاریابی دیجیتال می‌تواند از روش‌های مختلف انجام شود. از جمله این روش‌ها:

۱- سنسو: یعنی استفاده از اصولی که موجب بازدید بیشتر و جست‌وجوی بیشتر کلیدواژه شما می‌شود.

۲- وب‌سایت: می‌توانید از وب‌سایت‌ها برای تبلیغ و معرفی خودتان

روش‌های متداول در بازاریابی مستقیم

به عنوان گروهی که پیامک برای آنها ارسال می‌شود انتخاب می‌کنند و پیام می‌فرستند. موفق‌ترین روش در بازاریابی پیامکی، روشی است که در آن شما مشتریان اصلی خود را پیدا می‌کنید و اطلاعات تماس آنها را به صورت مستقیم و با رضایت آنها از خودشان دریافت می‌کنید و پیامک‌ها را به صورت هدفمند برای آنها ارسال می‌کنید.

۲- آگهی‌های چاپی

از جمله روش‌هایی که در بازاریابی مستقیم از آن به صورت گسترده استفاده می‌شود استفاده از آگهی‌های چاپی است. می‌توانیم از بروشورها، مجله‌ها، پوسترها و ... به عنوان ابزارهای اصلی که در بازاریابی مستقیم به صورت چاپی از آن استفاده می‌شود نام ببریم.

۴- بازاریابی خانه به خانه

یکی از روش‌هایی که در گذشته بیشتر از آن استفاده می‌شد، روش استفاده از بازاریابی خانه به خانه است. از زمانی که شبکه‌های اجتماعی گسترش پیدا کرده است استفاده از این روش بسیار کمتر شده، اما در واقع استفاده از این روش در این شرایط می‌تواند موجب تقویت ارتباط شما با مشتریان‌تان باشد.

۵- بازاریابی با بن خرید

بن‌های خرید به عنوان یکی از موثرترین روش‌های تبلیغ برای خرید

محصول شما با دیگری وجود دارد.

چهارمین اصل در ساخت شعار تبلیغاتی: با مخاطبان خود صادق باشید

از نظر مشاوره بازاریابی، بسیار مهم است که شما با مشتریان و مخاطبان خود صادق باشید چراکه مخاطبان شما متوجه پیام‌های تبلیغاتی شما هستند و می‌توانند به خوبی درک کنند که کدام یک از گفته‌های شما به واقعیت نزدیک‌تر است و کدام یک این چنین نیست. اگر شما شعاری مانند اینکه «ما تمامی نیازهای شما را با این محصول برآورده خواهیم کرد» کاملاً مشخص است که چنین جمله‌ای از واقعیت به دور است. زیرا محصول شما تنها می‌تواند یکی از نیازهای مشتریان شما را برآورده کند پس هرگز چنین جملات و شعارهایی را انتخاب نکنید که برای مخاطبان شما غیرقابل باور باشد. گاهی یک جمله ساده ولی واقعی بسیار موثرتر از آن چیزی است که شما فکرتش را می‌کنید.

پنجمین اصل در ساخت شعار تبلیغاتی: استفاده از جملات طنز در صورتی که محصول یا خدمات شما به گونه‌ای است که قابلیت طنز و خنداندن مردم را می‌تواند داشته باشد یا شوخی کردن با آن از ارزش آن نمی‌کاهد می‌توانید حتی از شعارهای طنزگونه برای تبلیغ خود استفاده کنید. تجربه نشان داده است این قبیل تبلیغات می‌تواند تأثیر زیادی داشته باشد.

منبع: qmpmarketing

استفاده کنید.

۳- محتوا: از طریق محتوای مناسبی که تولید می‌کنید می‌توانید میزان بازدید از صفحه خود را افزایش دهید و با مخاطبان خود در ارتباط باشید (بازاریابی محتوا چیست؟ کاربرد بازاریابی محتوایی).

۴- کلیکی: در بازاریابی کلیکی به ازای هر کلیکی که افراد می‌کنند، تبلیغ شما نمایش داده می‌شود و مخاطبان شما می‌توانند آن را ببینند. ۵- رسانه‌های اجتماعی: رسانه‌های اجتماعی همچون اینستاگرام، فیس‌بوک، تلگرام و سایر کانال‌ها و رسانه‌های اجتماعی از جمله روش‌هایی هستند که می‌توانید از طریق آنها با مشتریان خود در ارتباط باشید (پرکاربردترین شبکه‌های اجتماعی برای کاربران ایرانی).

۶- ایمیل: می‌توانید از طریق ایمیل، پیام‌های تبلیغاتی و اتفاقات مربوط به کسب و کار خود را برای مخاطبان‌تان بفرستید.

۷- ویدئویی: در این روش از بازاریابی شما ویدئویی را از محصول‌تان و پیام‌های خود تهیه می‌کنید و می‌توانید آن را برای مخاطبان‌تان نمایش دهید.

۸- بازاریابی با بیلبورد: از طریق بیلبوردها می‌توانید پیام‌های تبلیغاتی خود را به مخاطبان‌تان نمایش دهید و همچنین از آنها در محل‌های پررفت و آمد استفاده کنید.

منبع: qmpmarketing

محصول هستند. معمولاً افراد به دنبال این هستند که محصولات را با تخفیف یا با شرایط ویژه‌ای خریداری کنند. بن‌های خرید از جمله روش‌هایی است که در بازاریابی مستقیم از آن استفاده می‌شود و هر زمان که از این روش استفاده شده است تجربه نشان می‌دهد که میزان فروش آن محصول یا خدمات به شکل چشمگیری افزایش یافته است.

نتیجه‌گیری

براساس تجربیات مشاوره بازاریابی، همگی این روش‌ها که در بازاریابی مستقیم از آن استفاده می‌شود جزو روش‌های تهاجمی در بازاریابی به شمار می‌رود و بهتر است که به صورت کاملاً دقیق و با احتیاط بیشتر مورد اجرا قرار بگیرند تا از مزایای آن برخوردار شویم. منظور از اینکه می‌گوییم به صورت محتاط از این روش‌ها باید استفاده کنید این است که ممکن است روش به کار رفته با کوچک‌ترین خطا یا استفاده نادرست و بدون اطلاعات و دانش کافی به نتیجه‌ای که مدنظر شماست نرسد. از طرفی برای هر محصول یا خدماتی باید مناسب‌ترین این روش‌ها را انتخاب کنید و نام بردن این روش‌ها به این معنا نیست که شما از هر کدام از این روش‌ها که استفاده کنید قطعاً موفق خواهید شد. بهتر است برای رسیدن به هدف خود از مناسب‌ترین آنها استفاده کنید.

منبع: qmpmarketing



ایستگاه بازاریابی

چگونه در کسب و کارهای کمتر جذاب دست به بازاریابی بزنیم؟

بازاریابی محصولات کسل کننده برندها

به قلم: ایوان ویدجایا کارشناس کسب و کار و صاحب سایت noobpreneur.com
ترجمه: علی آل علی

بسیاری از برندها در زمینه بازاریابی فعالیت دارند.این امر دامنه وسیعی از برندها را به هم پیوند می دهد. اغلب ما در مقاله‌های مرتبط با بازاریابی بیشتر بر روی برندهای بزرگ و موفقیت‌های تکان دهنده دنیای کسب و کار و تبلیغات تمرکز می کنیم، با این حال در مقاله کنونی هدف اصلی ما بررسی هیچ کدام از موارد فوق نیست. بدون تردید بسیاری از کسب و کارها در زمینه بازاریابی با مشکل فقدان جذابیت محصولاتشان مواجه هستند. تمام برندها مانند نایک یا سامسونگ دارای محصولات جذاب و موردپسند مخاطب هدف نیستند بنابراین مسیر دشوارتری برای جلب نظر مخاطب هدف خواهند داشت. هدف اصلی ما در مقاله کنونی بررسی شیوه تبدیل محصولات غیرجذاب برندها به گزینه‌های وسوسه‌برانگیز برای مخاطب هدف است. محور اصلی فعالیت در این بخش بازاریابی است. در حقیقت بازاریابی امکان جذب ساختن محصولات مختلف، حتی در صورت فقدان جذابیت اساسی، را فراهم می‌سازد. ما در این مقاله به جای بررسی الگوهای مختلف بازاریابی و ذکر توصیه‌های کاربردی به بررسی برخی از برندهای موفق در این زمینه خواهیم پرداخت، به این ترتیب درس‌های بیشتر و بهتری در زمینه بازاریابی خواهیم گرفت.

صنعت بیمه اتومبیل

برند گایکو

برند گایکو به دلیل نوع منحصر به فرد بازاریابی‌اش در زمینه‌ای که به طور سنتی غیرجذاب قلمداد می شود، دارای شهرت جهانی است. سنخ بازاریابی و برندسازی این شرکت با تمام رقبایش تفاوت دارد. درست به همین خاطر نام شناخته‌شده‌تری در حوزه‌های مختلف کسب و کار محسوب می شود. اگر شما در آمریکای شمالی زندگی کنید، بدون تردید به هنگام تلاش برای یافتن بیمه‌نامه برای خودروی‌تان به سراغ گایکو خواهید رفت. دلیل این امر سرمایه‌گذاری جذاب بر روی ایجاد نمای متفاوت از صنعتی کسل کننده است. کمتر مخاطبی در طول سال کمپین‌های بازاریابی مربوط به برندهای بیمه را مشاهده می کند. بسیاری از برندهای فعال در این صنعت ایده‌ای برای بازاریابی و جلب نظر مخاطب هدف ندارند. به همین خاطر بر روی سایر اقدامات نظیر اعمال تخفیف‌های گسترده بر روی محصولات سرمایه‌گذاری می کنند. اگر به تبلیغات تلویزیونی گایکو نگاه کنیم، نمای یک برند کسل‌کننده مشاهده نخواهد شد. این امر به دلیل همکاری نزدیک این برند با ژانس‌های بازاریابی و همچنین داشتن یک تیم بازاریابی حرفه‌ای است. امروزه بسیاری از برندها در زمینه بازاریابی سرمایه‌گذاری می کنند، اما ماهیت سرمایه‌گذاری آنها سودبخش نیست. ما باید در حوزه بازاریابی بر روی المان‌های جذاب برای مخاطب هدف سرمایه‌گذاری کنیم. اشتباه بسیاری از برندها در این میان توجه به سلیقه شخصی‌شان به جای المان‌های جذاب برای مخاطب است. نتیجه این امر مواجهه با شکست‌های گسترده در حوزه بازاریابی خواهد بود. درس مهم ما از شیوه بازاریابی برند گایکو ضرورت افزودن احساسات به کمپین‌هاست. امروزه بسیاری از کمپین‌های بازاریابی فاقد روح و انگیزه لازم برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف است بنابراین مشاهده شکست شمار بالای از تلاش‌های بازاریابی در دنیای کنونی امری طبیعی خواهد بود. مزیت اصلی برند گایکو در این میان شناخت دقیق سلیقه مخاطب هدف و تلاش برای استفاده از آن در راستای طراحی کمپین‌های بازاریابی است.

خدمات مشتریان

برند زندسک

فعالیت به عنوان یک ژانسن خدمات مشتریان کار جذابی نیست. بسیاری از مشتریان فقط در شرایط ضروری با بخش خدمات مشتریان تماس برقرار می کنند بنابراین ما جذابیت‌های بالقوه چندانی برای فعالیت در چنین فضایی نخواهیم داشت. شاید اگر هر کارآفرین دیگری به جای مدیران ارشد زندسک بود، هیچ تلاش بازاریابی گسترده‌ای از سازماندهی نمی کرد. این نکته دارای اهمیت بسیار زیادی است. گاهی اوقات ما نیازمند افزایش ریسک‌پذیری برندمان هستیم. این استراتژی به طور خارق‌العاده‌ای از سوی زندسک پیاده شده است. اغلب خریدارها در زمینه تماس با بخش خدمات مشتریان برندها مشکلات بسیار زیادی را تجربه می کنند. گاهی کارشناسان موردنظر هیچ اطلاعاتی درباره محصول و ایرادهای احتمالی آن ندارد، گاهی هم توصیه‌های ارائه‌شده هیچ کاربردی برای مخاطب هدف ندارد. برند زندسک در این میان بر روی همین نقاط ضعف دست گذاشت. بر این اساس کاربران با مشاهده ویدئوهای بازاریابی این برند فرصت مرور مشکلاتشان در زمینه تعامل با بخش پشتیبانی را پیدا کردند. بدون شک مرور ایرادهای اصلی یک ژانسن خدمات مشتریان نیازمند شجاعت و ریسک‌پذیری بسیار زیادی است. مدیران بازاریابی زندسک این ریسک را از آنجا اینکه نتیجه این ریسک جلب توجه گسترده مخاطب هدف بود. بی‌تردید هیچ کمپین بازاریابی مانند کاری که آنها انجام دادند، توانایی تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را نداشت.

زندسک در ویدئوهای بازاریابی خود ترکیبی از عناصر طنز و تلاش برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف به شیوه‌ای متفاوت را به نمایش گذاشته است. اگر شما نیز در حوزه‌های کاری غیرجذاب برای مخاطب هدف فعالیت دارید، تلاش برای یافتن دلیل فقدان جذابیت‌تان کلید جلب توجه مخاطب هدف خواهد بود. بسیاری از برندها در عمل توانایی ارائه چنین کاری را ندارند بنابراین با تلاوم بی‌توجهی مخاطب هدف مواجه می‌شوند. برند زندسک با استفاده از ایده‌های جذاب در فرآیند بازاریابی‌اش نظر مخاطب هدف را جلب کرده است. آنها اجازه توسعه شهرت منفی‌شان در زمینه فقدان جذابیت را ندهادند. درست به همین خاطر توجه جهانی مخاطب هدف را جلب کرده‌اند.

بازاریابی ایمیلی

برند میل چمپ

میل چمپ شیوه بازاریابی در کسب و کارهای فاقد جذابیت ذاتی برای مخاطب هدف را به طور کلی دگرگون کرده است. آنها در سال ۲۰۱۳ با انتشار ویدئویی نواورانه موفق به جلب نظر مخاطب جهانی شدند. نکته مهم در این میان بیان همکارهای بازاریابی میل چمپ با برندهای بزرگ بود. اگرچه آنها به تنهایی دارای جذابیتی برای مخاطب هدف نبودند، اما در کنار دیگر برندهای مشهور موفق به جلب نظر مشتریان شدند. بیان داستان فعالیت میل چمپ در پشت پرده موفقیت بسیاری از برندهای بزرگ برای هر مخاطبی دارای جذابیت است. این داستان به شیوه‌های مختلف برای مخاطب هدف بیان شده است. نکته مهم در این میان روایت منحصر به فرد میل چمپ از فرآیند تولید کمپین‌های مشهور در سراسر دنیاست. نکته مهم در اینجا سابقه مناسب میل چمپ در زمینه همکاری با برندهای مختلف است. همین نکته به آنها برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف کمک وپزهای کرده است. همانطور که در مورد برند زندسک مشاهده کردیم، در اینجا نیز بازاریاب‌های میل چمپ اقدام به استفاده از المان‌های طنز کرده‌اند. این نکته در فعالیت اغلب برندهای بازاریابی به خوبی قابل مشاهده است. وقتی کسب و کار شما دارای جذابیت و المان‌های طنز کافی نیست، خودتان باید دست به کار شده و آنها را ایجاد کنید.

منبع: noobpreneur.com

داشت. هرچه ما اصلاح‌های ساده‌تری در فرآیند تهیه ویدئوی بازاریابی مورد استفاده قرار دهیم، توانایی بهتری برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف خواهیم داشت.

گاهی اوقات برخی از محصولات در بازارهای مشترک دارای ساهت‌های بسیار زیادی به هم هستند. این امر فرآیند تصمیم‌گیری برای خرید را دشوار خواهد ساخت. همچنین روشن ساختن کاربرد محصول موردنظر و دامنه مشتریان هدف برندان به تصمیم‌گیری خریداران کمک خواهد کرد. برخی از اوقات مشتریان در مورد نیازشان به یک محصول یا حتی تاثیرگذاری آن بر زندگی روزمره‌شان دچار شک و تردید هستند. وظیفه ما در این میان رفع تردیها و کمک به مشتریان برای تصمیم‌گیری به منظور خرید است.

۳. فراهم‌سازی محتوای اصلی نظیر قیمت اولیه و امکانات

جانبی

بهترین ویدئوهای بازاریابی فقط به نمایش محصولات و ویژگی‌های خاص آنها اکتفا نمی‌کنند. آنها یا را فراتر از این امر گذاشته و نسبت به نیاز مشتریان به محصولات ادعاهای جذابی می‌کنند. بدون تردید گاهی اوقات مشتریان دارای نیاز مستقیم برای خرید یک محصول نیستند. ما در این صورت باید نیاز مورد نظر را ایجاد کنیم. ترغیب مشتریان برای استفاده از محصولاتمان ایده جذابی برای جلب نظر مخاطب هدف خواهد بود.

یکی از پرشش‌های مناسب برای توجه در فرآیند بازاریابی ویدئوی مربوط به شیوه تاثیرگذاری محصول ما بر روی شادی بیشتر مشتریان است. افراد برای بهره‌گیری از مزیت‌های بیشتر و زندگی راحت‌تر اقدام به خرید محصولات مختلف می کنند، بنابراین مزیت محصول ما در مورد مذکور باید کاملاً روشن بیان شود. این نکته در مورد محصولاتی که به صورت مستقیم مربوط به نیازهای اساسی مشتریان نیست، باید به طور دقیق‌تری مدنظر قرار گیرد.

اگر ما ویدئوهای بازاریابی جذاب شامل معرفی شرکت، محصول و ویژگی‌های خاص آن را تهیه کنیم، هنوز هم مسیر طولانی تا موفقیت فاصله خواهیم داشت. ویدئوهای بازاریابی بدون درج قیمت نهایی محصولات هیچ جذابیتی برای مخاطب هدف نخواهد داشت. امروزه هنوز به یکی از فاکتورهای مهم خرید بحث قیمت نهایی است. این نکته باید به طور ویژه‌ای مدنظر برندها قرار گیرد. در غیر این صورت امکان جلب نظر مخاطب هدف از بین می‌رود.

اغلب محصولات دارای امکانات خرید متفاوتی هستند. این امر شامل استفاده از برخی امکانات جانبی برای بهبود کیفیت محصول یا حتی شخصی‌سازی محصولات موردنظر است بنابراین شما باید توجه ویژه‌ای به بیان تمام نکات در مورد محصولاتتان داشته باشید. در غیر این صورت مشتریان همیشه با ابهام در مورد شیوه خرید و امکانات جانبی محصول مواجه خواهند بود.

دلیل اصلی تردید مشتریان برای خرید آنلاین محصولات عدم اطمینان از کیفیت نهایی محصولات است. ما با استفاده از بازاریابی ویدئویی با کیفیت محصولات و امکانات جانبی آن را به بهترین شکل نشان دهیم. همچنین درج سطح قیمت‌های مختلف محصول نیز ضروری خواهد بود.

۴. ضرورت ترغیب مخاطب به سوی عملی خاص

بدون تردید هر برندی از فرآیند بازاریابی ویدئوی اهداف گوناگونی را دنبال می کند. ما در اینجا بر روی تلاش برای تدبیر GX نزدیک به سوی عملی خاص تاکید داریم. هر برندی براساس نیازها و ماهیت کسب و کارش هدف خاصی از بازاریابی دارد. نکته مهم در این میان تاثیرگذاری عملی بر روی مخاطب هدف و دعوت از وی برای انجام عملی خاص است. شاید هدف اصلی ما فروش مستقیم محصولاتمان نباشد. ما در هر صورت باید هدف خاصی را در زمینه بازاریابی مدنظر قرار دهیم. تمام فعالیت‌های بازاریابی و طراحی کمپین باید در راستای نزدیکی هرچه بیشتر به هدف موردنظر صورت گیرد. ایراد اصلی برندها در زمینه بازاریابی ناتوانی برای دعوت مخاطب هدف به سوی هدفی خاص است. به این ترتیب کاربران همیشه با نوعی احساس گنگی در زمینه پایان‌بندی محتوای ویدئویی مواجه هستند. اینجا نیز درست مانند فیلم‌های سینمایی بحث پایان‌بندی اهمیت بالایی دارد. شاید ما ویدئوی خود را با المان‌های جذابی شروع کنیم، اما در صورت ناتوانی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف هیچ مزیتی از کمپین‌مان نخواهیم برد.

۵. هدایت مشتریان به صفحه فروش محصول یا سایت رسمی

برند

استفاده از لینک‌های جانبی در کنار محتوای ویدئویی تاثیرگذاری بسار بالایی بر روی مخاطب هدف دارد. اگر محتوای ما نظر مشتریان را جلب کند، آنها علاقه‌مند به مشاهده سایت رسمی برندمان و صفحه سفارش آنلاین خواهند بود. ایراد اغلب برندها در چنین مرحله‌ای فقدان ساید پنندینه مناسب و در حقیقت استفاده از لینک‌های جانبی است. افزودن لینک‌های جانبی به ویدئوی بازاریابی اغلب در بخش کیشن صورت می‌گیرد بنابراین در انتهای کیشن‌تان به درج لینک‌های موردنظر اقدام کنید. این امر تاثیرگذاری به مراتب بیشتری بر روی مخاطب هدف خواهد داشت. ما باید همیشه سهولت دسترسی به محصولاتمان از سوی مشتریان را مدنظر قرار دهیم. در غیر این صورت در رقابت با دیگر برندها شکست خواهیم خورد.

نمونه‌های موفق بازاریابی ویدئویی

- اپل ایفون ۶s: تنها بخشی که تغییر کرده است

وقتی یک محصول تازه روانه بازار می شود، مواجهه با موج انتظارات به هیچ روی ساده نخواهد بود. بسیاری از برندها به دلیل ناتوانی در زمینه پاسخگویی به انتظارات مشتریان با شکست‌های سنگین مواجه می‌شوند. این نکته در مورد تجربه اولیه موفق برندها و سپس افزایش انتظارات از آنها کاربرد بیشتری دارد.

وقتی برند اپل از محصول ایفون ۶s رونمایی کرد، بسیاری از کارشناس‌ها نسبت به عدم تغییر المان‌های مشخص اظهار نارضایتی کردند. برند اپل با یک ویدئوی بازاریابی ساده و روان به خوبی توانایی‌های تبلیغاتی‌اش را به نمایش گذاشت. نکته مهم در مورد کمپین اپل برای ایفون ۶s تمرکز بر روی بهره‌رسانی‌های جزئی است. به این ترتیب کاربران در عمل شاهد تغییرات بسیار زیادی نیستند، اما همین تغییرات کوچک نیز برای آنها ارزشمند خواهد بود.

- مخلوط‌کن‌های برند بلند تک: آیا کیفیت لازم لحاظ شده است؟

یکی از دغدغه‌های اصلی تمام خانواده‌ها خرید مخلوط‌کن‌های باکیفیت است. بسیاری از مخلوط‌کن‌های موجود در بازار امکان خردکردن شمار بالایی از میوه‌ها را ندارند. همین امر ایده اصلی بازاریابی ویدئویی برند بلند تک را تشکیل داده است. آنها به طور حرفه‌ای بر روی تولید مخلوط‌کن‌های صنعتی و خانگی تمرکز دارند. همین امر آنها را به سوی رونمایی از کمپینی تازه برای رونمایی از مخلوط‌کن‌های نسل جدیدش در سال ۲۰۰۶ کشاند. آنها در ویدئوی بازاریابی اصلی کمپین‌شان بر روی توانایی مخلوط‌کن‌شان برای خردکردن هر نوع محصولی تمرکز کرده‌اند. بدون تردید چنین ادعای با توجه به ذکر مواردی که اغلب مخلوط‌کن‌ها توانایی خردکردن‌شان را ندارند، بسیار شجاعانه است. این نکته اغلب از سوی برندهای تولیدکننده مخلوط‌کن بر روی جعبه محصول درج می‌شود. بلند تک برای ایجاد تمایز میان خود و دیگران به سوی استفاده از شیوه موردنظر روی آورد.

نتیجه کار برند بلند تک یک شاهکار بازاریابی تمام عیار بود. بر این اساس آنها در ویدئوی بازاریابی برندنشان از ابزارها و لوازم مختلفی برای نمایش کیفیت مخلوط‌کن‌های‌شان استفاده کردند.

منبع: comlearn۲

از چشم‌انداز مشتریان می‌کنند. به این ترتیب آنها در عمل نکات مدنظر و مهم برای مشتریان را در قالب‌های مختلف بیان خواهند کرد. شاید این نکته در نگاه نخست چندان مهم به نظر نرسد، اما نقش مهمی در جلب اعتماد مشتریان خواهد داشت.

ویدئوهای بازاریابی ترکیبی از چند عامل به هم پیوسته است. این عوامل شامل استفاده از ادبیات مناسب، معرفی دقیق محصول، توجه به دغدغه‌های مشتریان و همچنین ساماندهی امور براساس سلیقه مشتریان است. بسیاری از برندها در عمل به عناصر اصلی ویدئوهای بازاریابی توجه چندانی ندارند. همین امر موجب بروز مشکلات اساسی در زمینه بازاریابی آنها خواهد شد. امروزه بازاریابی بیشتر شبیه به هنر تاثیرگذاری بر روی مشتریان است. ما باید استفاده بسیار مناسبی از چنین الگویی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف داشته باشیم.

نمایش عملی استفاده از محصولات

یکی دیگر از نکات مهم در مورد الگوی بازاریابی ویدئویی نمایش عینی استفاده از محصولات است. برخی از مشتریان همیشه در مورد شیوه استفاده از محصولات تردید دارند. این نکته شامل محصولات تازه و فناوری‌های نوین می‌شود. یک نمونه مناسب در این زمینه دوربین‌های واقعیت مجازی و واقعیت افزوده است. بدون تردید شمار بالایی از مشتریان اطلاع چندانی از ویژگی‌های محصولات موردنظر نداشتند. همین امر استفاده از آنها را همراه با ریسک بالایی می‌ساخت. اقدام تیم‌های توسعه‌دهنده دوربین‌های موردنظر در زمینه طراحی کمپین‌های بازاریابی متنوع ارزش بسیار زیادی داشت. نتیجه چنین اقداماتی آشنایی هرچه بهتر مشتریان با دوربین‌های موردنظر بود.

بدون تردید هر فناوری تازه‌ای نیاز به معرفی مناسب به مشتریان دارد. در غیر این



صورت شاید تا مدتها مورد بی‌توجهی مخاطب هدف قرار گیرد. محتوای بصری همیشه اعتماد بسیار بیشتری از سوی مخاطب هدف جلب می‌کند. بنابراین استفاده از آن برای برندها مزیت بسیار بیشتری خواهد کرد.

چگونه ویدئوی بازاریابی تولید کنیم؟

صحیح از مزیت‌های تولید ویدئوی بازاریابی به تنهایی برای موفقیت در این عرصه کافی نیست. ما باید تکنیک‌ها و شیوه‌های بازاریابی ویدئویی را یاد بگیریم. بدون تردید توصیه‌های بسیار زیادی در این حوزه وجود دارد، اما تمام آنها دارای اعتبار و ارزش یکسانی نیستند. امروزه بسیار از برندها در راستای استفاده از بازاریابی ویدئویی با کمبود ایده مناسب و ناآگاهی از شیوه‌های کاربست آن مواجه هستند. هدف اصلی ما در ادامه مقاله کنونی بررسی تکنیک‌های بازاریابی ویدئویی است.

۱. معرفی شرکت و محصول‌مان

گام نخست در راستای تهیه ویدئوی بازاریابی جذاب تلاش برای معرفی شرکت و محصول‌مان است. گاهی اوقات برندها فقط به دنبال رونمایی از محصولاتشان هستند. به این ترتیب دیگر توجهی نسبت به معرفی شرکت‌شان نخواهند داشت. امروزه اغلب کاربران محتوای تبلیغاتی برندها را در شبکه‌های اجتماعی مشاهده می‌کنند. این نکته ضرورت راه‌اندازی حساب کاربری رسمی برای شرکت‌ها را فراهم می‌سازد. وقتی ما حساب رسمی برای برندمان داریم، باید برنامه‌ریزی درستی برای معرفی کسب و کارمان داشته باشیم، در غیر این صورت کاربران امکان آشنایی مناسب با ما را نخواهند داشت. امروزه اغلب کاربران به حساب‌های تجاری بی‌نام و نشان توجه چندانی نمی‌کنند. بنابراین ما باید به دنبال معرفی مناسب برندمان به مخاطب هدف باشیم. خوشبختانه راهکارهای بسیار زیادی برای معرفی کسب و کار به مخاطب هدف وجود دارد. استفاده از بخش بیوگرافی اکنات رسمی‌مان در شبکه‌های اجتماعی بهترین گزینه خواهد بود. همچنین استفاده از لوگو و شعار تبلیغاتی اصلی شرکت در ویدئوهای بازاریابی توجه بیشتر مخاطب هدف را جلب خواهد کرد.

اشتباه برخی از برندها در زمینه معرفی شرکت‌شان اشاره مستقیم به موضوع است. ما نیازی به اشاره مستقیم به برندمان نداریم. در عوض باید لوگو، شعارهای اصلی و حتی برخی از ارزش‌های مرکزی شرکت‌مان را در ویدئوهای بازاریابی جای دهیم. امروزه برندهایی نظیر نایک بدون نیاز به نمایش لوگوی برندنشان امکان تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را دارند. دلیل این امر آشنایی مخاطب هدف با ارزش‌های چنین برندهایی است بنابراین نایک با ارجاع به یکی از ارزش‌های اساسی برندش امکان تاثیرگذاری قابل توجه بر روی مخاطب هدف را خواهد داشت.

۲. نمایش ویژگی‌های محصولات و کسانی که از آن نفع خواهند

برد

ویدئوهای بازاریابی که فقط بر روی نمایش محصولات تمرکز دارد، مزیت بیشتری در مقایسه با عکس یا متن بازاریابی نخواهد داشت. وقتی ما در تلاش برای استفاده از ویدئوی بازاریابی هستیم، باید ایده‌های بسیار بیشتری در ذهن داشته باشیم. امروزه هر محصول برای دامنه مشخصی از مشتریان طراحی می‌شود. ما در ویدئوهای بازاریابی باید هدف‌گذاری‌مان بر روی مشتریان خاص را نشان دهیم. همچنین نمایش ویژگی‌های محصولات نیز باید در دستور کار قرار گیرد. تولید محصولی تازه در عرصه کسب و کار با هدف رقابت و کسب سود صورت می‌گیرد. اگر محصول ما دارای ویژگی‌های خاص و نباشد، امکان جلب نظر مخاطب هدف را نخواهد داشت. نمایش ویژگی‌های محصول کار چندان دشواری نیست. ما فقط باید به زبانی ساده و قابل فهم برای تمام مشتریان به بیان ویژگی‌ها و فناوری‌های تازه مورد استفاده در محصول‌مان اشاره کنیم. اشتباه برخی از برندها در زمینه معرفی محصولاتشان استفاده از اصطلاح‌های بیش از اندازه تخصصی است. به این ترتیب مخاطب هدف هیچ درکی از ویدئوی بازاریابی نخواهد

به قلم: کریستین استانکیو موسس شرکت ویرایش ویدئو VeedYou
ترجمه: علی آل علی

بازاریابی با استفاده از فرمت ویدئو در طول سال‌های اخیر میان بازاریاب‌ها طرفدارهای بسیار زیادی پیدا کرده است. دلیل این امر سطح بالای تاثیرگذاری محتوای ویدئویی در مقایسه با سایر فرمت‌های مشابه است. جالش اصلی در این میان طراحی ویدئویی جذاب برای جلب نظر مخاطب هدف است. بسیاری از برندها در این مسیر با شکست مواجه می‌شوند. درست به همین خاطر گاهی اوقات برندها به طور کلی بازاریابی با استفاده از فرمت ویدئو را فراموش می‌کنند.

بدون تردید ما به هنگام باازاریابی ویدئویی باید از المان‌های مشخصی درباره محصولاتمان رونمایی کنیم. این امر شامل تاکید بر روی ویژگی‌های منحصر به فرد محصولات و تلاش برای تعامل نزدیک با مخاطب هدف است. برخی از برندها به جای تاکید بر روی ویژگی‌های اصلی محصولاتشان به سراغ ترندهای زودگذر و حتی کلیشه‌ای بازاریابی می‌روند. بی‌شک چنین الگوهای بازاریابی در عمل با شکست مواجه خواهد شد.

بازاریابی ویدئویی فقط معطوف به معرفی ویژگی‌های تازه محصولات نیست. اشتباه اغلب برندها تلاش برای جلب نظر مخاطب هدف با چنین تکنیکی است. ما باید از هر نظر مخاطب هدف را تحت تاثیر قرار دهیم. فقط در این صورت آنها به سوی استفاده از کیف پول‌شان و خرید محصولات ما ترغیب خواهند شد.

ما در طول سال‌های اخیر کمپین‌های موفق در زمینه بازاریابی ویدئویی کم نداشته‌یم. هدف اصلی ما در مقاله کنونی الگوبرداری از نمونه‌های موفق بازاریابی ویدئویی در کسب و کارهای مختلف است بنابراین در ادامه به بررسی برخی از اصول اساسی در زمینه بازاریابی ویدئویی خواهیم پرداخت.

هدف اصلی بازاریابی ویدئویی برای محصولات چیست؟

یکی از عادت‌های قدیمی مشتریان در زمینه خرید محصولات استفاده از آنها پیش از پرداخت هزینه است. این امر شامل مشاهده نحوه کارکرد محصولات در فروشگاه‌ها برای چند دقیقه نیز می‌شود، بنابراین ما در زمینه بازاریابی ویدئویی باید به چنین نیازی از سوی مشتریان پاسخ دهیم. در غیر این صورت امکان جلب نظر مخاطب هدف را نخواهیم داشت.

بی‌تردید امروزه امتحان تمام محصولات پیش از خرید امکان‌پذیر نیست. خرده‌فروشی‌های آنلاین مشکلات بسیار زیادی در این زمینه دارند، بنابراین باید به دنبال راهکاری دیگر برای بازاریابی و جلب نظر مخاطب هدف باشیم. یکی از راهکارهای مناسب در این میان استفاده از محتوای ویدئویی آنلاین برای نمایش کارکرد محصولات است. این اقدام تا حد زیادی نیاز مشتریان برای کار با محصولات را کم خواهد کرد. همچنین تولید ویدئو پیرامون محصولات به شک و تردیدها در مورد نقض‌های احتمالی پایان خواهد داد. یکی از نکات مهم در زمینه تولید ویدئوی بازاریابی پیرامون محصولات توجه به بیان نکات واقعی است. برخی از برندها در کمپین‌های بازاریابی‌شان اقدام به بیان نکات بیش از اندازه ایده‌آل درباره محصولاتشان می‌کنند. نتیجه این امر دلزدگی و حتی نارضایتی شدید مشتریان پس از خرید محصولات خواهد بود.

براساس مطالعه ما در موسسه GT نزدیک به ۷۲درصد از مشتریان مشاهده ویدئوهای بازاریابی درباره محصولات را ضروری می‌دانند، بنابراین اگر قصد فروش محصولاتتان به شیوه تاثیرگذارتر را دارید، باید از الگوی موردنظر به بهترین شکل استفاده کنید.

افزودن جذابیت و متن به پیشنهاد محصول

ایراد اساسی برندها در زمینه بازاریابی برای محصولات ارائه پیشنهادهای خشک و بی‌روح است. بدون تردید مشتریان در مواجهه با چنین پیشنهادهایی انگیزه چندانی برای قبول آنها نخواهند داشت. توصیه ما در این بخش استفاده از متن جذاب برای بیان در قالب ویدئوی بازاریابی است. وقتی ما قصد طراحی ویدئوی بازاریابی را داریم، کنترل تمام بخش‌ها در دست ما خواهد بود.

هدف اصلی در زمینه بازاریابی ویدئویی نمایش مزیت‌های محصولات برای مشتریان است. جذابیت اصلی هر محصولی برای مخاطب هدف کاربردش در زندگی روزمره خواهد بود بنابراین ما باید بر روی معرفی کارکرد و مزیت اصلی محصول‌مان تمرکز داشته باشیم. کمپین‌های بازاریابی موفق همیشه بر روی این نکته ساهه تمرکز داشته‌اند.

اگر شما در زمینه تولید کفش‌های ورزشی فعالیت دارید، دو نوع الگوی بازاریابی پیش روی شما قرار خواهد داشت. نخست، توجه بر روی ویژگی‌های لوکس و گران‌قیمت کفش‌های ورزشی و تلاش برای تمرکز بر روی کفش مدنظر قرار می‌گیرد. این راهکار شاید جذابیت‌های بسیار زیادی برای برندها داشته باشد، اما توجه مخاطب هدف را جلب نخواهد کرد. راهکار دوم شامل تلاش برای نمایش لذت پیاده‌روی در دوستان در قالب استفاده از کفش برند موردنظر است. این الگوی تبلیغاتی به صورت برابر بر روی کیفیت محصول و کاربردش در زندگی روزمره تمرکز کرده است. گاهی اوقات برندها شیوه‌های تبلیغاتی مناسب را فقط از چشم‌انداز درون سازمانی مشاهده می‌کنند. افزایش جذابیت برندها در زمینه بازاریابی تا حد زیادی بستگی به توانایی ما برای درک سلیقه مشتریان خواهد داشت.

مزیت نمایش محصول در زندگی روزمره

اغلب اوقات تبلیغات آنلاین و ویدئویی تفاوت چشمگیری با زندگی واقعی ندارد. همین نکته در طول سال‌های اخیر برندها را به سوی استفاده هرچه بیشتر از محتوای ویدئویی هدایت کرده است. انواع الگوهای بازاریابی همیشه با اندکی انحراف در زمینه معرفی محصولات همراه است. این نکته به خوبی از سوی مخاطب هدف درک می‌شود بنابراین مشاهده انگیزه و واکنش بسیار اندک مشتریان در قبال شیوه‌های بازاریابی سنتی عجیب نخواهد بود. مزیت اصلی محتوای ویدئویی امکان نمایش محصول در متن زندگی روزمره است.

اگر شما قصد خرید یک گوشی هوشمند را داشته باشید، به احتمال زیاد در خرده‌فروشی‌های آنلاین اندکی جست‌وجو خواهید کرد. این امر با هدف کسب اطلاعات دقیق درباره محصولات موجود در بازار صورت می‌گیرد. یکی از چالش‌های اصلی برندها در زمینه خرده‌فروشی آنلاین عدم اعتماد مشتریان برای خرید محصولات گران‌قیمت است بنابراین اغلب مشتریان پس از بازدید از ویژگی‌های گوشی‌های هوشمند در نهایت به سراغ خرید آن در فروشگاه‌های حضوری می‌روند. این نکته برای کسب و کارهای آنلاین اهمیت بسیار زیادی دارد.

مزیت اصلی محتوای ویدئویی امکان جلب نظر مخاطب هدف در قالب‌های تعاملی است. به این ترتیب شما امکان تعامل نزدیک با مخاطب هدف را خواهید یافت. این نکته برای اغلب خرده‌فروشی‌های آنلاین به مثابه موقعیتی برای راقبت بر سر فروش محصولات ارزشمند خواهد بود. امروزه بسیاری از خرده‌فروشی‌های بزرگ مانند آمازون از برندها درخواست محتوای بصری متنوع پیرامون محصولاتشان می‌کند. این اقدام در راستای جلب نظر حدکنری مخاطب هدف به محصولات برند صورت می‌گیرد.

تاثیرگذاری محتوای ویدئویی بر دسترسی به مشتریان هدف

بدون شک هر برند دارای دامنه مشخصی از مشتریان هدف است. یکی از مزیت‌های بازاریابی ویدئویی کمک به دسترسی به مشتریان هدف هر برند است. همانطور که پیش از این اشاره شد، بازاریابی برای دسترسی به مخاطب هدف دشواری‌های بسیار زیادی دارد. استفاده از محتوای ویدئویی امکان کمک به مخاطب برای اعتماد به ما را افزایش خواهد داد.

امروزه بازاریاب‌های حرفه‌ای در زمینه طراحی ویدئوهای بازاریابی اقدام به استفاده

نیاز کسب و کارها به خدمات حقوقی در دوران کرونا

به قلم: آدی داویسون کارشناس کسب و کار

ترجمه: علی آل علی

ویروس کرونا در مقیاس جهانی بر روی فعالیت اغلب برندها تاثیر منفی گذاشته است. بسیاری از کسب و کارها در طول دوران قرنطینه متحمل ضررهای بسیار زیادی شده‌اند. بدون تردید توان حمایتی دولت‌ها از کسب و کارهای مختلف محدودیت‌های زیادی دارد، بنابراین کارآفرینان خودشان باید به دنبال راهکارهایی برای توسعه کسب و کارشان و نجات از شرایط کنونی باشند. هر کارآفرینی در زمینه مدیریت کسب و کار با تصمیم‌های متنوعی مواجه است. این تصمیم‌ها ابعاد حقوقی گسترده‌ای دارد. گاهی اوقات یک تصمیم اشتباه در عرصه کسب و کار به معنای پایان فعالیت بردنمان خواهد بود. این نکته در بازه‌های زمانی حساس دارای اهمیت بسیار بیشتری خواهد بود، بنابراین در دوران کرونا یکی از نیازهای اصلی کسب و کارها استفاده از خدمات حقوقی مناسب است.

اکنون شرایط برای بازگشایی کسب و کارها در بسیاری از کشورها فراهم شده است. نکته مهم در این میان فعالیت براساس مبناهای حقوقی مطمئن است. فقط در این صورت ما امکان فعالیت مطمئن در عرصه کسب و کار را خواهیم داشت. ما در ادامه به بررسی شرایط مختلف و مزیت‌های استفاده از کارشناس‌های حقوقی در زمینه کسب و کار خواهیم پرداخت. بدون تردید با بررسی نکات موردنظر انگیزه بسیاری از کسب و کارها برای استفاده از خدمات حقوقی بیشتر خواهد شد.

همکاری با کارشناس‌های حقوقی خارج از شرکت

بدون شک نیاز به استفاده از خدمات حقوقی همیشه وجود ندارد. همین امر بسیاری از شرکت‌ها را نسبت به استخدام کارشناس حقوقی دلسرد می‌سازد. ایده جایگزین در چنین مواردی استفاده مقطعی از خدمات حقوقدان‌ها برای رفع مشکلات شرکت است. امروزه شرکت‌های حقوقی بسیار زیادی در زمینه ارائه خدمات به کسب و کارها فعالیت دارند. دامنه پوشش کسب و کارها نیز از سوی چنین موسسه‌هایی بسیار زیاد است بنابراین دلیلی برای نگرانی وجود نخواهد داشت.

نکته مهم در زمینه همکاری با حقوقدان‌های خارج از شرکت آشنایی طرف مورد نظر با ماهیت کسب و کارمان است. در غیر این صورت امکان همکاری مناسب با وی فراهم نخواهد شد. اشتباه برخی از برندها در این شرایط تلاش برای همکاری با کارآموزهای حقوقی است. شاید این تکنیک هزینه کمتری برای بازاریابی بخواهد، اما در تحلیل نهایی هزینه‌های بسیار بیشتری از نظر ریسک‌های عقد قرارداد بر ما تحمیل می‌کند، بنابراین همیشه به دنبال همکاری با کارشناس‌های حقوقی معتبر باشید. در غیر این صورت امکان ساماندهی بهینه کسب و کارتان را نخواهید داشت.

نظارت کارشناس حقوقی شرکت بر روی قراردادهای

عقد قرارداد در حوزه کسب و کار تصمیم بسیار مهمی محسوب می‌شود. بسیاری از شرکت‌ها به دلیل بی‌توجهی به این نکته ضررهای گزافی می‌کنند. استفاده از کارشناس حقوقی به عنوان کارمند رسمی شرکت مزیت اطمینان از درستی قراردادها را خواهد داشت. به این ترتیب دیگر خبری از شکایت‌های مختلف و دعوا بر سر نحوه اجرای قراردادها نخواهد بود.

بسیاری از اشتباهات در زمینه عقد قرارداد به صورت غیرعمدی روی می‌دهد. با این حال تمام بندهای موجود در قراردادها باید اجرا شود، بنابراین پیش از امضای نهایی قرارداد یک بار آن را به ارزیابی کارشناس حقوقی شرکت برسانید.

توصیه ما برای استخدام کارشناس حقوقی فقط در صورت نیاز به عقد قرارداد و همچنین تعامل گسترده با سایر شرکت‌هاست. در غیر این صورت نیازی برای تعامل نزدیک با کارشناس‌های حقوقی به عنوان کارمند شرکت نخواهد بود.

کمک به تصمیم‌گیری‌های کاری

بسیاری از حقوقدان‌های فعال در زمینه کمک به شرکت‌های تجاری دارای تجربه‌های زیادی هستند. این امر به شرکت‌ها برای ارائه خدمات بهینه کمک خواهد کرد. بسیاری از اوقات ما نیازمند راهنمایی‌های کاربردی از سوی کارشناس‌ها هستیم. تجربه کارشناس‌های حقوقی در زمینه کسب و کار کمک بسیار زیادی به ما خواهد کرد. این نکته به طور ویژه‌ای برای کسب و کارهای نوپا صحت دارد. اغلب کارآفرینان تازه‌کار دارای مهارت و تجربه بالا در زمینه کسب و کار نیستند. همین امر آنها را برای فعالیت در حوزه کسب و کار با چالش‌های گسترده‌ای مواجه خواهد ساخت.

بسیاری از کارآفرینان نسبت به قوانین مربوط به مالیات آگاهی چندانی ندارند. همین امر موجب بروز مشکلات وسیعی برای آنها می‌شود. استفاده از خدمات کارشناس‌های حقوقی به ما برای تصمیم‌گیری‌های بهتر در زمینه مالیات کمک خواهد کرد.

پرداخت هزینه‌های کمتر در موقعیت‌های خاص

بدون تردید در شرایط بحران کرونا کمک‌های مالی متنوعی به کسب و کارها می‌شود. یکی از مشکلات کارآفرینان برای بهره‌مندی از کمک‌های مالی دولتی یا دیگر انواع کمک‌ها عدم آشنایی با روند حقوقی ماجراست بنابراین ما در اینجا نیز به کمک کارشناس‌های حقوقی نیاز خواهیم داشت.

بسیاری از برندها برای پرداخت هزینه کارمندان‌شان نسبت به شیوه‌های پرداخت کم‌هزینه‌تر آگاهی ندارند. این نکته در صورت استفاده از خدمات حقوقی ساده‌تر صورت‌بندی می‌شود. بدون تردید شیوه‌های مختلفی برای پرداخت حقوق کارمندان شرکت‌ها وجود دارد. توصیه‌های کاربردی حقوقدان‌ها درباره شیوه پرداخت حقوقی نقش مهمی در کاهش هزینه‌های جانبی برندها خواهد داشت.

جمع‌بندی

بدون تردید شرایط قرنطینه برای بسیاری از برندها مشکلات عمیقی ایجاد کرده است. نکته مهم در این میان تلاش برای استفاده از خدمات حقوقی به منظور کاهش مشکلات جاری و فراهم‌سازی زمینه‌های مناسب برای بازگشایی کسب و کارمان است. در غیر این صورت ما هرگز شانس‌ی برای نجات از شرایط کنونی نخواهیم داشت.

منبع: noobpreneur.com

ارتقای سطح کسب و کار با کم‌هزینه‌ترین اقدامات



بخشید. درواقع یک محصول خوب، باعث خواهد شد تا مشتری به صورت ناخودآگاه اقدام به تبلیغ آن کند. همچنین در صورتی که محصول شما کیفیت لازم را نداشته باشد، امکان کسب موفقیت در طولانی مدت عملاً غیرممکن خواهد بود. در کنار این موضوع، شما تنها به کیفیت محصول محدود نبوده و می‌توانید بخش‌های دیگری نظیر کاهش قیمت، افزایش سطح خدمت‌رسانی به مشتری و... را در دستور کار خود قرار دهید. این امر خود باعث ایجاد یک مزیت رقابتی خواهد شد.

۴- از معجزه سئو غافل نشوید

این امر که به خوبی در بستر اینترنت دیده شوید به سطح دانش سئو شما بستگی خواهد داشت. درواقع در موارد متعددی مشاهده می‌شود که افراد محتواهای بسیار خوبی را تولید کرده و به علت عدم توجه به بهینه‌سازی موتورهای جست‌وجو، با استقبال لازم مواجه نشده است. خوشبختانه گوگل انواع نرم‌افزارهای لازم را برای مدیریت بهتر و تحلیل داده‌ها ایجاد کرده است، با این حال ضروری است که در ابتدا، یک دوره آموزشی را سپری کرده و یا از فردی حرفه‌ای و باتجربه استفاده کنید.

۵- سخنرانی عمومی داشته باشید

ایجاد برند شخصی خود به ارتقای جایگاه برند منجر خواهد شد. در این رابطه سخنرانی، مصاحبه، نوشتن مقاله و هر اقدامی که منجر به افزایش شناخت افراد از شما و مدیران شرکت شود، بدون شک تأثیرات مثبت خود را بر روی برند شرکت نیز خواهد داشت. در این رابطه با صحبت کردن، نه‌تنها شناخت‌ها از برند افزایش پیدا می‌کند، بلکه زمینه انواع همکاری‌ها نیز ایجاد می‌شود. به همین خاطر نشست‌ها و کنفرانس‌ها را از دست ندهاده و حتی خود به دنبال ایجاد یک رویداد و گردهمایی باشید.

۶- از بازاریابی ایمیلی استفاده کنید

اگرچه ممکن است تصور کنید که این استراتژی دیگر نتایج سابق را ندارد، با این حال آمارها کاملاً خلاف این موضوع را به اثبات می‌رساند. درواقع نکته‌ای که باید به آن توجه داشته باشید این است که افراد حتی در گوشی‌های هوشمند خود، اپلیکیشن ایمیل را به صورت پیشفرض داشته و از جدیدترین پیام‌ها در کمترین زمان آگاه خواهند شد، با این حال فعالیت در این زمینه نیز ظرافت‌ها و روش‌های مختلفی را دارد. برای مثال شما باید به خوبی بدانید که چه زمانی

به قلم: انجمن کارآفرین‌های جوان

مترجم: امیر آل علی

یکی از سوالات اساسی تمامی مدیران این است که چگونه می‌توان با کم‌هزینه‌ترین اقدامات، بالاترین میزان پیشرفت را تجربه کرد. اگرچه در ظاهر این امر بیشتر شبیه به یک رویا است، با این حال انجام آن کاملاً عملی بوده و تنها کافی است تا نسبت به این موارد آگاهی داشته باشید. بدون شک این موارد خصوصاً برای برندهای تازه‌کار با بودجه کاملاً محدود، یک فرصت رشد فوق‌العاده محسوب می‌شود. در ادامه به بررسی این موارد خواهیم پرداخت.

۱- تولید محتوا

تولید محتوا بهترین اقدام در زمینه بازاریابی محسوب می‌شود. درواقع این شیوه تبلیغ غیرمستقیم بوده و باعث می‌شود تا در مدت زمانی کوتاه، مخاطبانی را برای خود ایجاد کنید. نکته مهم در این رابطه، تنوع بسیار بالای انواع محتواهاست که براساس آن می‌توانید حتی با فعالیت در یک حوزه، به موفقیت‌های بالا دست پیدا کنید.

۲- حضور در شبکه‌های اجتماعی

شبکه‌های اجتماعی، بستری رایگان را با تعداد کاربران میلیونی در اختیار شما قرار می‌دهد. توجه به این نکته ضروری است که در حال حاضر، جست‌وجو در شبکه‌های اجتماعی اقدامی است که حداقل یک ساعت از زمان افراد در طول روز را به خود اختصاص می‌دهد. به همین خاطر در صورت فعالیت جذاب، شما شانس موفقیت بسیار بالایی را خواهید داشت. نکته مهم در این زمینه این است که سه شبکه محبوب در جامعه هدف خود را مورد توجه قرار داده و سعی کنید تا در آنها کاملاً حرفه‌ای شوید. برای مثال اگرچه از فیس‌بوک، اینستاگرام و یوتیوب به عنوان بهترین بسترها برای فعالیت تجاری نام برده می‌شود، با این حال شما باید این انتخاب را با توجه به شرایط جامعه خود انجام دهید. برای مثال ممکن است فیس‌بوک در منطقه شما جزو پرطرفدارترین‌ها نباشد. همچنین تنها به دنبال رشد طبیعی صفحه خود باشید. در غیر این صورت وارد یک بخش منفی و هزینه‌بر خواهید شد.

۳- کیفیت محصولات خود را ارتقا دهید

درواقع به جای این امر که هزینه‌های بسیاری را صرف تبلیغات کنید، می‌توانید با نیمی از این بودجه، کیفیت محصولات خود را ارتقا

۳ رفتار اشتباهی که مدیران عامل جدید را به سوی شکست سوق می‌دهد

البته تمام ریسک‌ها به موفقیت ختم نمی‌شود. حتی وقتی یک ریسک به نتیجه دلخواه منجر نمی‌شود، باز هم درس‌های زیادی از آن یاد می‌گیرید که به پیشرفت کسب و کارتان کمک می‌کند و شما را از رقبا جلو می‌اندازد. در مقابل، رضایتمندی از دستاوردهای قبلی، کسب و کار شما را راکد نگه می‌دارد.

۳. خیلی روی سود خالص تمرکز نکنید

وقتی در جایگاه مدیرعاملی قرار می‌گیرید، سودآوری اهمیت زیادی پیدا می‌کند. خصوصاً اینکه باید جواب سرمایه‌گذاران و هیات‌مدیره شرکت را هم بدهید، اما این مسئله نباید باعث شود سودآوری خود را به نیازهای مشتریان ترجیح دهید.

معمولاً مدیران‌عامل جدید تمرکز خود را روی سودآوری می‌گذارند که منجر به نتایج خوبی نمی‌شود. اگر سعی کنید کیفیت خدمات مشتریان را کاهش دهید یا در تولید محصولات از مواد ارزان‌تری استفاده کنید، مخاطبان هدف خود را از دست می‌دهید. شکست سنگین اتومبیل فورد پینتو، به دلیل تمرکز روی سودآوری به جای پاسخگویی به نیاز مشتریان بود.

وقتی سعی می‌کنید کیفیت محصولات یا خدمات را افزایش دهید و به بهترین وجه ممکن به مشتریان کمک کنید، با وفاداری آنها مواجه می‌شوید که از پایه‌های اساسی یک برند برای دستیابی به موفقیت بلندمدت است.

باید بدانید هر چقدر مدیرعامل بهتری باشید، کسب و کار بهتری را توسعه می‌دهید. به عنوان یک مدیرعامل جدید و تازه‌کار، از رفتارهای ذکرشده اجتناب کنید و در عین حال سعی کنید تأثیر مثبت و پایداری روی شرکت داشته باشید. به کارمندان‌تان انگیزه بدهید، در مقابل تغییرات بازار واکنش مناسبی از خود بروز دهید و موانع رایج مدیریتی را برطرف کنید تا شرکت خود را به افق روشنی برسانید.

منبع: Entrepreneur/ucan

بگذارید غرور، چشم‌اندازتان را روی خیلی از مسائل ببندد. باید بدانید شرکت‌های کداک و بلاکباستر، به این خاطر به شکست رسیدند که از تغییرات صنعت و ایده‌های دیگران چشم‌پوشی کردند. به عنوان مدیرعاملی تازه‌کار، متواضع باشید و یادتان باشد شما باهوش‌ترین فرد حاضر در شرکت نیستید.

غرور خود را کنار بگذارید و شرایطی مهیا کنید که کارمندان تمام ایده‌ها و نظرات‌شان را با شما در میان بگذارند. بدین ترتیب نه‌تنها ایده‌های جدیدی می‌گیرید، بلکه به کارمندان انگیزه بیشتری می‌دهید. وقتی با فروتنی به کارمندان نشان دهید که چقدر وجودشان ارزشمند است، با استغای کمتری مواجه می‌شوید و به طور مستقیم روی بهره‌وری و هزینه‌های کل تأثیر می‌گذارید.

۲. بیش از اندازه محتاط و محافظه‌کار نباشید

شاید نگرش محافظه‌کارانه را یک ویژگی منفی تلقی نکنیم، اما دین استامولیس در وب‌سایت کسب و کار هاروارد می‌گوید محافظه‌کاری برای مدیران عامل یک ویژگی مثبت و موفق‌کننده نیست. برعکس، مدیران باید به دنبال ریسک‌های موثر باشند و بتوانند در فرصت‌های خطرپذیر، اقدام کنند.

مدیران باید با تکیه بر دانش، تجربیات گذشته و منابع اطلاعاتی موجود، تصمیمات عاقلانه و آگاهانه اتخاذ کنند، اما گاهی ترس از شکست سبب می‌شود از هر ریسکی اجتناب کنند. آنها برای تصمیم‌گیری بیش از اندازه فکر می‌کنند، دچار تردید می‌شوند و در نهایت ترجیح می‌دهند با همان تکنیک‌های قدیمی جلو بروند. حتماً می‌دانید خیلی از نوآوری‌ها و موفقیت‌های دنیای کسب و کار، نتیجه ریسک‌پذیری هوشمندانه هستند. وقتی بیل گیتس دانشگاه را رها کرد تا مایکروسافت را راه بیندازد، ریسک بزرگی را متحمل شد. جی.کی رولینک نیز ریسک بزرگی انجام داد، چراکه خیلی از ناشران حاضر نشدند کتاب‌های هری پاتر را چاپ کنند.

اخبار



با حضور مدیرعامل شرکت آب منطقه ای مازندران :

با انجام پروژه ساماندهی و تثبیت بستر و حریم رودخانه سبزرود، شهر رویان ایمن می شود.

ساری - دهقان : به گزارش خبرنگار مازندران به نقل روابط عمومی آب منطقه ای مازندران این پروژه که در محدوده شهر رویان مازندران در حال انجام استت شهر رویان از خطرات سیل ایمن و بستر رودخانه برای توسعه گردشگری مهیا خواهد شد. پروژه ساماندهی و تثبیت بستر و حریم رودخانه سبزرود با مشارکت شهرداری رویان درحال اجراست که در بازدید آقای دکتر یخکشی مدیرعامل شرکت آب منطقه ای مازندران از این پروژه، نامبرده ضمن ابراز رضایت از روند اجرا از شهرداری رویان به خاطر مشارکت و همکاری در اجرای پروژه قدردانی نمود و گفت: ساماندهی و لایروبی رودخانه ها در بازه های شهری به لحاظ استقرار منازل مسکونی در حاشیه رودخانه از اولویت و اهمیت زیادی برخوردار است. لذا تلاش ما این است با مشارکت نهادهای عمومی و بخش خصوصی این کار را انجام دهیم که خوشبختانه در سالهای اخیر بخصوص سال گذشته شاهد همکاری خوب شهرداری ها و بخش خصوصی در امر ساماندهی و لایروبی رودخانه ها بودیم. یخکشی افزود: در استان مازندران حدود ۷ هزار کیلومتر رودخانه وجود دارد که حدود ۱۵۰ کیلومتر آن در محدوده شهری واقع شده که عمده آنها در سالهای اخیر لایروبی و ساماندهی شد. در این بازدید مهندس حسین زاده شهردار رویان نیز ضمن قدردانی از حضور مدیرعامل محترم آب منطقه ای و هیات همراه در شهر رویان، خواستار صدور مجوزات لازم جهت بهره برداری از بستر و حریم رودخانه های واقع در این شهر از جمله سبزرود و گلند رود برای توسعه گردشگری آبی جهت استفاده شهروندان شدند.



ترمیم و رفع نشستی شیر ارتباطی خط لوله سوم به چهارم سراسری

بوشهر- رضا حیدری: عملیات ترمیم و رفع نشستی شیر ارتباطی خط لوله سوم به چهارم سراسری با تلاش کارکنان منطقه ده عملیات انتقال گاز به انجام رسید. به گزارش روابط عمومی منطقه ده عملیات انتقال گاز، حمید خدردی مدیرمنطقه با اشاره به این که نشستی گاز در خطوط لوله به دلایل مختلفی ازجمله خوردگی، سایش، آسیب های مکانیکی فیزیکی بوجود می آید، افزود: باتوجه به گزارش هایی مبنی برنشستی درمحدوده شیرارتباطی خط لوله سوم به چهارم سراسری که تحت حفاظت و پایش مرکزبهره برداری خطوط لوله عسلویه قرارداد، مورد بررسی اولیه قرارگرفت و علت نشستی مشخص گردید. وی ادامه داد: بلافاصله پس از شناسایی محل نشستی ضمن ایمن سازی محوطه و با هماهنگی دبیسپجینگ شرکت ملی گاز ایران، همزمان با انجام دیگر برنامه تعمیراتی روی خط لوله چهارم سراسری و همچنین افت فشار گاز مراحل ترمیم و رفع نشستی در دستور کار قرار گرفت که با یاری خداوند متعال و تلاش کارکنان منطقه رفع عیب شد.



خدردی درادامه خاطرنشان کرد: انجام این تعمیرات با رعایت کامل نکات ایمنی پس از حفاری، تعویض قطعات معیوب و برشکاری قسمت های خوردگی با صرف ۲۴ ساعت زمان به پایان رسید و شیر یادشده در سرویس قرارگرفت. به گفته مدیرمنطقه ده، در انجام دقیق عملیات نشست یابی و پایش مستمر خطوط لوله، ضمن افزایش راندمان و حفظ یکپارچگی خطوط لوله گاز از به وجود آمدن حوادث ناگوار و هدر رفت این سرمایه ملی نیز جلوگیری می شود.

رفع اشکال از شبکه برق ناحیه شرق شرکت برق منطقه ای خوزستان

اهواز - شسبنم قجانوند: مدیر امور بهره برداری ناحیه شرق شرکت برق منطقه ای خوزستان گفت: برای عبور از تابستان پیش رو ظرف دو هفته گذشته از شبکه برق این ناحیه رفع اشکال و اقدامات لازم برای بهبود بهره برداری از تجهیزات انجام شده است. محمد سلیمی بیان کرد: ایستگاه های اصلی امیدیه یک، امیدیه دو و اصلی بهبهان از پست های مهم در تامین انرژی ناحیه و حتی کشور می باشند به همین دلیل معایب آنها شامل رفع نشست روغن ترانس، تعویض بوشینگ معیوب، اورهال و سرویس بریکرهای قدیمی و تعویض ترانس ولتاژی معیوب انجام شده است. وی افزود: در راستای بهبود شرایط بهره برداری و افزایش قابلیت اطمینان شبکه های توزیع و فوق توزیع نیز اقدامات اصلاح ، هرس و کوتاه کردن درختان زیر خطوط، جمع آوری بریکر معیوب و نصب بریکر جدید، تعویض و نصب کلید هوایی، شستشوی زنجیره مقره و انجام برنامه زمانبندی سالیانه PM در حالت برقرار و بدون خاموشی بصورت صد درصد محقق و اجرا شده است. مدیر امور بهره برداری ناحیه شرق شرکت برق منطقه ای خوزستان تاکید کرد: همه این اقدامات با رعایت مسائل بهداشتی و با استفاده از اقلام حفاظتی مقابله با کرونا انجام شده و تاکنون پست های این ناحیه ۹ بار ضدعفونی شده است.

مدیر مخابرات منطقه مرکزی خیرداد:

طرح تلفن ثابت شهر جدید امیر کبیراراک آماده بهره برداری می باشد

اراک - خبرنگار فرصت امروز: روزه واگذاری تلفن ثابت در شهرجدید امیر کبیر اراک که از طرح های مسکن مهر است، آماده بهره برداری وافتتاح می باشد . به گزارش اداره روابط عمومی مخابرات منطقه مرکزی، مهندس ملک حسینی در دیدار با مهندس مرادی مدیر عامل شرکت عمران شهرهای جدید امیر کبیر ومهاجران که با حضور مهندس محمودی مجری طرح های مسکن مهر وشهرک های صنعتی شرکت مخا برات ایران برگزار شد ، از تکمیل طرح تلفن ثابت شهر جدید امیر کبیر اراک خبر داد واطهار داشت : این طرح با ظرفیت اولیه ۱۰۰۰ شماره آماده بهره‌داری وافتتاح می باشد که با شبکه ایجادشده در صورت تقاضاهای جدید امکان توسعه جدید نیز وجود دارد . در ادامه مهندس مرادی مدیر عامل شرکت عمران شهرهای جدید امیر کبیر ومهاجران از مهندس ملک حسینی وسایر همکاران که برای اجرای این طرح نهایت سعی وتلاش خود را به عمل آوردند تشکر وقدردانی نمود .

مراسم معارفه مدیر جدید و تودیع مدیر سابق امور مالی شهرداری رشت برگزار شد

رشت - علی قلیبیور: در این برنامه علی بهارمست معاونت برنامه ریزی و توسعه منابع انسانی، ناصر عطایی معاون مالی و اقتصادی شهرداری رشت، برخی از مدیران شهرداری و کارکنان شهرداری حضور داشتند.علی بهارمست در این برنامه با قدردانی از تلاش های احمدرضا حق بین، مدیر جدید امور مالی شهرداری رشت را معرفی کرد و گفت: آقای کریم سرپرست از مدیران با سابقه و خوشنام شهرداری رشت هستند.در پایان لوح حکم مدیریت امور مالی شهرداری رشت که به امضای دکتر ناصر حاج محمدی رسیده است، به کریم سرپرست به عنوان مدیر جدید امور مالی شهرداری به وسیله علی بهارمست اعطا شد و کریم سرپرست رسماً کارش را به عنوان مدیر مالی شهرداری آغاز کرد.

ذوب آهن اصفهان پیشگام منطقی سازی قیمت محصولات فولادی

در پاسخ به اعتماد وزارت صمت به تولید کنندگان فولاد صورت گرفت



اصفهان- ذوب آهن: ذوب آهن اصفهان برای تنظیم بازار مصرف، جلوگیری از افزایش قیمت‌ها و جلب رضایت مشتریان با هدف حمایت از حقوق مصرف کنندگان نهایی تاکنون مجموعه اقدام‌هایی را به کار گرفته است. این شرکت نهم خردادماه در اقدامی بی‌سابقه با ارسال نامه‌ای به همه کارگزارها و نهادهای نظارتی بخش ساختمانی ، داوطلبانه قیمت پایه را حدود ۴۲۰ تومان کاهش داد که انتظار می‌رود دیگر تولیدکنندگان فولاد کشور در این اقدام ملی مشارکت کنند.

منصور یزدی زاده مدیرعامل ذوب آهن اصفهان در این خصوص گفت : یکی از کارکردهای مهم بورس کالا ،خروج از نظام قیمت گذاری دستوری و شفاف سازی قیمت هاست که به خوبی نیز اثر بخش بود و موجب اطمینان عرضه کنندگان گردید . وی افزود : هرچند در گذشته شاهد دخالت هایی در نظام بورس کالا با قیمت گذاری دستوری بودیم ، اما خوشبختانه با رویکرد جدید وزارت صمت ، دوباره به انجمن تولید کنندگان فولاد و تولید کنندگان عمده اعتماد شده و لنا وظیفه داریم که پاسخ این اعتماد را به خوبی بدهیم . مدیر عامل ذوب آهن تصریح کرد : متأسفانه عده ای که در گذشته از طریق رانت های حاصل از قیمت گذاری دستوری و یا سیستم حواله ای ، منافی حاصل کردند ، امروز صنایعی را نیز در دست گرفته اند که البته نقش کوچکی در صنت فولاد دارند اما با در اختیار گرفتن تریبون های مختلف ، به دنبال ایجاد التهاب در بازار فولاد هستند و اینگونه الفاه می

کنند که بورس کالا کارکرد مثبتی در این زمینه ندارد تا دوباره همان سیستمی که رانت ایجاد می کرد را دوباره احیا کنند . منصور یزدی زاده اظهار داشت : ذوب آهن اصفهان به عنوان یک مجموعه ملی ، هرچند رویکرد اقتصادی نیز دارد اما به هرقیمتی حاضر به فروش محصول خود نیست و حاضر نیست که به مصرف کننده آسیب برسد .

وی افزود : قیمت های صادراتی معیار خوبی برای تعیین قیمت درداخل است و نباید قیمت های داخلی از قیمت های صادراتی بیشتر باشد . البته عده ای تلاش کردند این امر را مغایر با حق و حقوق سهامداران

از سوی مدیرکل محیط زیست استان:

برنامه‌های هفته محیط زیست در آذربایجان شرقی اعلام شد



تبریز - ماهان فلاح: مدیرکل حفاظت محیط زیست آذربایجان شرقی از برگزاری مراسمات مختلف به مناسبت گرامیداشت هفته محیط زیست (۱۷ - ۲۳ خرداد) در این استان خبر داد. حمید قاسمی با بیان اینکه هفته محیط زیست فرصتی مناسب جهت تنویر افکار عمومی و جلب مشارکت همگانی و حمایت از صنایع سبز است، اظهار داشت: شعار امسال "جهش تولید، حفظ محیط زیست برای توسعه پایدار ایران" نام گذاری شده است و بر این اساس برنامه‌های مختلفی همچون تجلیل از فعالین عرصه صیانت از محیط زیست در سطح استان طی هفته محیط زیست برگزار خواهد شد. مدیرکل حفاظت محیط زیست آذربایجان شرقی ادامه داد: توجه به مشارکت مردمی و سازمان‌های مردم‌نهاد در جوامع محلی و برگزاری و بررسی مشکلات زیست‌محیطی در نشست‌های مشترک از دیگر برنامه‌های مشترک و مشارکت دوستداران محیط زیست

در طول این هفته است. مدیرکل حفاظت محیط زیست آذربایجان شرقی با اشاره به برنامه‌های مختلف هفته محیط زیست، از غبارروبی مزار محیط بانان شهید و دیدار با محیط بانان جانباز، دیدار با نماینده محترم ولی فقیه و استاندار

فرهیخته استان و همچنین دیدار با ریاست کل دادگستری، دادستان استان و اهدا کارت همیاری، کنگ زنی ایستگاه سنجش آلودگی هوا در شهر جدید سهند، حضور در مناطق حفاظت‌شده و دیدار با محیط بانان، رونمایی از جشنواره مجازی هنر و محیط زیست، برگزاری کمیته محلی و پاکسازی تالاب بین المللی قوری گل، مانور مشترک زیست محیطی در پناهگاه یاشیل میشو، افتتاح خانه کوهنوردی، برنامه مشترک تهیه و اهدا بسته‌های معیشتی با انجمن حمایت از زندانیان، نشست با تشکل‌های محیط زیستی استان، انعقاد تفاهم‌نامه با هیئت موتورسواری و اتومبیلرانی و هیئت‌های ورزشی را به‌عنوان مهم‌ترین برنامه‌های هفته محیط زیست در استان آذربایجان شرقی عنوان کرد. اسدال ۱۷-۲۳ خردادماه، به‌عنوان هفته محیط زیست نام‌گذاری شده و برای هرروز این هفته یک عنوان و برنامه‌هایی متناسب در نظر گرفته شده است.

آموزش نیروهای ماهر کارجو و شاغلین در شرکت های پیمانکاری طرف قرارداد با شرکت گاز استان قزوین در قالب تفاهم نامه با سازمان فنی و حرفه ای استان



قزوین - خبرنگار فرصت امروز: شرکت گاز استان قزوین از سال ۱۳۹۸ اقدام به آموزش نیروهای ماهر کارجو و شاغلین در شرکت های پیمانکاری طرف قرارداد با شرکت گاز استان قزوین در قالب تفاهم نامه با سازمان فنی و حرفه ای استان در دو حرفه امدادگر گاز شهری و روستایی و حرفه مامور قرائت کنتور نموده است. به گزارش روابط عمومی شرکت گاز استان قزوین، اسماعیل مفرد بوشهری، مدیرعامل شرکت گاز استان قزوین یکی از مهم‌ترین اهداف و برنامه‌های اجرایی شرکت گاز استان قزوین را افزایش قابلیت های دانشی و مهارتی امدادگران، گازبانها و ماموران قرائت کنتور در راستای اهداف تفاهم نامه دانست و افزود : شرکت گاز استان قزوین سب از ابلاغ تفاهم نامه بین شرکت ملی گاز ایران و سازمان فنی حرفه ای کشور، در تاریخ ۹۷/۰۴/۱۱ تفاهم تجهیز کارگاه مشترک آموزشی را با سازمان فنی حرفه ای استان قزوین منعقد و کارگروه اجرایی و تیم

کارشناسان نظام جامع آموزشی نیروهای پیمانکاری در تاریخ ۹۷/۰۴/۲۴ تشکیل داد. وی در ادامه تصریح کرد : با تلاش و همت این کارگروه و سایر واحد های مرتبط شرکت گاز و سازمان فنی حرفه استان قزوین، کارگاه آموزشی مشترک تا بهمن سال ۱۳۹۷ آماده و در ۲۲ بهمن همان سال توسط استاندار محترم

مدیر مخابرات منطقه گلستان در جلسه شورای مدیران :

با اجرای طرح های توسعه ای کلان ، سال پرکاری در مخابرات منطقه گلستان پیش رو داریم



اوقاف قم پیشتاز اجرای برنامه‌های اجتماعی و فرهنگی قم - خبرنگار فرصت امروز: مدیرکل اوقاف استان قم گفت: طی سه ماه گذشته، اقدامات گسترده‌ای در حوزه‌های مختلف معیشتی، درمانی، فرهنگی و مناسبتی به همت این اداره کل به انجام رسیده است. به گزارش روابط عمومی اداره کل اوقاف و امور خیریه استان قم، حجت‌الاسلام والمسلمین عباس اسکندری با اشاره به ضرورت مسئله پیشگیری در راستای مقابله با شیوع ویروس کرونا و اهمیت کمک‌های همدلانه ومومنانه به نیازمندان در این شرایط اظهار کرد: بر این اساس اداره کل اوقاف استان قم اقدامات گسترده‌ای را در ایام همه‌گیری کرونا به سه مرحله اجرا درآورده است. وی افزود: تهیه و توزیع ماسک بین زائران بقاع متبرکه که استان قبل از تعطیلی موقت آنها و بعد از بازگشایی محدود بقاع، گنزدایی و ضد عفونی کامل بقاع متبرکه، ضد عفونی معابر و منازل همشهریان با همکاری نیروهای بسیجی و نظارت بر تعطیلی نماز جمعات و زیارت زائران در بقاع متبرکه استان بخشی از این اقدامات بوده‌اند.

مدیرکل اوقاف و امور خیریه استان قم با اشاره به تهیه و توزیع حدود ۷۰۰۰ بسته بهداشتی شامل ژل و مواد ضد عفونی‌کننده بین مردم استان به همت مراکز آفق بقاع متبرکه که عنوان کرد: همچنین طی سه مرحله شاهد تهیه و توزیع ۵ هزار بسته معیشتی خانواده های نیازمند به ارزش تقریبی هر بسته ای ۴۰۰ هزار بوده ایم. وی ادامه داد: از دیگر اقدامات صورت گرفته طی سه ماه گذشته می‌توان به تهیه و توزیع حدود دو هزار بسته فرهنگی شامل ادعیه منتخب، دفتر نقاشی، مداد رنگی، اسباب بازی کودکان، بروشور بقاع متبرکه، یاد نامه شهدا و یک جلد کتاب قرآن و مفاتیح و صحیفه سجادیه در بین شهروندان و خانواده های آسیب دیده از کرونا اشاره کرد. اسکندری از پرداخت بخشی از هزینه‌های دارو و درمان بیماران نیازمند از محل عواید موقوفاتی با همین نیت خبر داد و گفت: در مجموع ۸۰۰ میلیون تومان در این بخش پرداخت شده است همچنین ۸۰۰ نفر از بیماران نیازمند، مساعدت‌های مالی به ارزش مجموع ۵۰۰ میلیون تومان دریافت کرده اند. مدیرکل اوقاف و امور خیریه استان قم خاطر نشان کرد: تجلیل و تکریم از ۱۲۲ نفر جهادگران طلبه که در بهشت معصومه سلام الله علیها مشغول تغسیل و تکفین متوفیان مبتلا به بیماری کرونا هستند، در اختیار گذاشتن کمیپنگ امامزاده جمال‌الدین علیه السلام برای اسکان نیروهای ارتشی، تشکیل تیم بازرسی جهت بازدید مستمر از بقاع متبرکه و اجرای پوش سراسری دعای فرج در خیابان های اطراف امامزادگان موسی مبرقع و سید علی، راس ساعتی مشخص در شب میلاد امام عصر عجل

الله تعالی فرجه الشریف، اقدامات دیگری هستند که اوقاف استان قم نسبت به انجام آنها اهتمام ویژه‌ای داشته است. وی با بیان اینکه ظهر روز نیمه شعبان، زیارت آل یاسین و صلوات شعبانیه در بقاع متبرکه قرائت و از طریق سیستم صوتی فراگیر برای شهروندان پخش شد عنوان کرد: در اعیاد شعبانیه همچنین شاهد راه اندازی کاروان بزرگ نسیم انتظار، همراه با نصب بیش از هزار عدد شیرنگ «با مهدی ادرکنی» بر روی خودروها، با اجرای سرود خیابانی و با اهدای تبرکات بقاع متبرکه به شهروندان بودیم. اسکندری با اشاره به نور افشانی بقاع متبرکه و خیابان‌های اطراف حرم‌های مطهر امامزادگان در شب میلاد امام زمان عجل الله تعالی فرجه الشریف بیان کرد: راه اندازی کاروان زیارت در محلات شهرمقدس قم با همکاری سازمان فرهنگی و هنری شهرداری، از دیگر اقدامات مناسبتی اوقاف استان قم طی این مدت به شمار می‌روند. مدیرکل اوقاف و امور خیریه استان قم افزود: در ماه مبارک رمضان هم ویژه برنامه «تسبیح سحر» از بقاع متبرکه که شاخص استان قم به صورت زنده روی آنتن سیمای مرکز قم رفت؛ این برنامه شامل سخنرانی، مداحی، دعای سحر، قرائت قرآن و آذان و همچنین گفت‌وگو با کارشناسان مذهبی بود ضمن اینکه مسابقه پیامکی هم در همین قالب از سوی اداره کل اوقاف استان به مرحله اجرا درآمد. وی ادامه داد: انجام تبلیغات محیطی ویژه ماه رمضان در سطح شهر و بکارگیری ۲۷ نفر از مبلغان روحانی برای انجام فعالیت‌های فرهنگی و مذهبی در فضای مجازی، دیگر اقداماتی هستند که در طول ۳۰ روز ماه رمضان اجرایی شدند.

چند پیشنهاد برای داشتن اخلاق حرفه‌ای در محیط کار



است و از ثبات شخصیت شما نشأت می‌گیرد. این به معنای تمامیت شخصیت است که در عمل با بعضی ارزش‌ها، باورها و اصول همراه است.

از اسرار حفاظت کنید و به محرمانگی پایبند باشید

حفاظت از اسرار به معنای احترام به قوانینی است که امکان انتشار برخی اطلاعات را به شما نمی‌دهد. ممکن است در محل کار به دلیل اعتماد، اطلاعاتی با شما به اشتراک گذاشته شود؛ مهم این است از این اعتماد سوءاستفاده نکنید. با این کار اعتماد افرادی که به شما اطمینان می‌کنند را جلب می‌کنید و در سازمان اثرگذار خواهید بود.

الگوی خوبی برای دیگران باشید

این رفتار، سطح اخلاق حرفه‌ای شما را در شرکت ارتقا می‌دهد، اما تا وقتی دانش خود را با اطرافیان در میان نگذارید، کار شما ناتمام است. باید الگوی خوبی از خود ارائه دهید و از طریق آن دیگران را هدایت کنید. حرفه‌ای بودن یعنی در زندگی خود چه در محل کار و چه بیرون آن، عبرت و الگوی دیگران باشید.

حرفه‌ای بودن برای تمام سازمان‌ها و کسب و کارها مهم است. افراد حرفه‌ای همیشه سرکار هستند. توصیه می‌کنیم ۱۰ فرمان اخلاق حرفه‌ای را به کار بگیرید و شغلی حرفه‌ای و موفقیت‌آمیز را تجربه کنید.

منبع: linkedin/ucan

کارهایی که انجام می‌شود مطلع باشند. این خصوصیت اهمیت زیادی برای کارفرمایان و کارمندان دارد و می‌تواند باعث جلب اعتماد و بیشتر شدن ارزش شما در نظر آنها شود.

شایسته باشید و همواره شایستگی خود را ارتقا دهید

شایستگی به معنای توانایی فرد برای انجام درست یک شغل و ترکیبی است از دانش، مهارت و رفتاری که باعث بهبود عملکرد می‌شود. شایستگی با بالا رفتن تجربه بیشتر می‌شود و با تمایل شما به یادگیری رابطه مستقیم دارد. پیشرفت شخصی به طور پیوسته و دائمی، پیش شرط ارائه حرفه‌ای خدمات است.

در هر شرایط اخلاق مدار باشید

اخلاق مداری به معنای عمل کردن مطابق قواعد و قوانینی است که مورد قبول عموم هستند. «عمل کردن بر مبنای قوانین» بهترین روشی است که یک فرد می‌تواند در محل کار در پیش بگیرد. وقتی آیین‌نامه‌ها کافی نیستند، به گونه‌ای رفتار کنید که وجدان‌تان آرام باشد. شاید این کار در برخی شرکت‌ها باعث حساسیت شود اما سازمان‌های اخلاق مدار همیشه از تصمیمات و اقدامات اخلاق مدارانه کارمندان خود حمایت می‌کنند.

شریف و امانت‌دار باشید

رفتار شرافتمندانه نشانه «اصالت روح، جوانمردی و مخالفت با کم‌کاری»

شده در کنار برآورده کردن انتظارات. این مسئله در زمینه ارائه خدمات اهمیت بیشتری دارد. با اثبات صداقت و درستکاری خود طی زمان، می‌توانید اعتماد مدیران و همکاران‌تان را جلب کنید.

با ادب و احترام رفتار کنید

بهتر است با دیگران رفتاری مؤدبانه و توأم با مهربانی داشته باشید. این کار باعث می‌شود تعاملات اجتماعی‌تان در محیط کار به خوبی پیش برود و احترام دیگران را جلب کنید. احترام، حس مثبت و متمایزی است که نسبت به یک فرد یا سازمان ایجاد می‌شود، البته این امر طی زمان محقق می‌شود. برای حفظ احترام و اعتباری که طی زمان به دست آورده‌اید باید همواره محترمانه و مؤدبانه رفتار کنید.

مسئولیت‌پذیر باشید

باید در مقابل کارها و وظایف خود پاسخگو باشید. پس همواره مسئولیت کارهای خود را به عهده بگیرید، فارغ از اینکه کارهای‌تان مثبت است یا منفی.

صادقانه، صریح و شفاف حرف بزنید

صداقت نشانه‌ای از یک شخصیت پایبند به اخلاقیات است، این امر به ویژگی‌های مثبت چون راستگویی، وفاداری، یکرنگی، صمیمیت و خلوص دلالت دارد؛ به طور کلی رفتار کردن به گونه‌ای که دیگران از

افراد حرفه‌ای با رفتار، اهداف و توانایی‌های خود معرفی می‌شوند؛ اخلاق حرفه‌ای نشانه کیفیت کار و خدمات است. تمام مدیران و کارآفرینان می‌دانند اخلاق حرفه‌ای همان چیزی است که شکست را به موفقیت تبدیل می‌کند، به همین خاطر به حفظ کارمندان حرفه‌ای خود علاقه‌مند هستند. اخلاق حرفه‌ای به معنای اثرگذاری و موفقیت است. وقتی به عنوان فردی معرفی شوید که در هر شرایطی حرفه‌ای عمل می‌کنند، در زندگی حرفه‌ای و شخصی خود به دستاوردهای بیشتری خواهید رسید. در ادامه مقاله با ۱۰ فرمان اخلاق حرفه‌ای در محل کار آشنا شوید:

همیشه بهترین‌ها را بخواهید

این بهترین قانون برای برتری در هر کاری است. کیفیت باعث می‌شود شما و کاری که ارائه می‌دهید برجسته شود. برتری به معنای ارائه کیفیتی بالاتر از استانداردهاست، چیزی که باید به عادت تبدیل شود تا اثر خوبی روی همکاران و مدیران بالارده داشته باشد.

قابل اعتماد باشید

اعتماد کردن مسئله بسیار مهمی است و افرادی که بتوان به آنها اعتماد کرد، به سرعت به سوی حرفه‌ای شدن پیش می‌روند. قابل اعتماد بودن به معنای به انجام رساندن وظایفی است که به شما محول



۴ گام موفقیت آمیز برای غلبه بر ترس از شکست



مترجم: شیدا انصاری

ترس از شکست می تواند شما را از ادامه مسیرتان باز دارد، حتی اگر دنبال چیزی باشید که شادمانی و هیجان برای آن به ارمغان می آورد. ترس، رویاها را بیش از آنکه شکست مسبب آن باشد از بین خواهد برد. ترس می تواند باعث از دست دادن فرصت ها برای افراد توانمند باشد.

با توقف و ترسیدن به هدف، مسیر پیشروی تان نامشخص و مبهم باقی می ماند. به جای اینکه اجازه دهید ترس شما را عقب نگه دارد، آن را عملی برای تفکر و یافتن راه حل تصور کنید. ترس یک مانع نیست، می توان از آن برای روشن شدن مسیر استفاده کرد.

افراد موفق بیشتر می خواهند به اهداف خود برسند تا اینکه به خاطر ترس ناکام بمانند.

در ادامه چهار مرحله برای کمک به شما در پذیرش ترس از شکست و به آوردن آنچه می خواهید بیان می شود:

۱. آنچه را که می خواهید، شفاف و مشخص کنید:

وقتی که ترس بر شما چیره می شود، همان لحظه ای است که شما را از ادامه مسیر باز می دارد. گاهی اوقات، ترس چنان می تواند بر توانایی شما مسلط شود که هدف خود را به روشنی نمی بینید و در احساسات و افکار خود گم می شوید.

به آنچه می خواهید انجام دهید بیندیشید. آیا هدف شما گرفتن ارتقا و پیشرفت است؟ یا اینکه می خواهید در یک کنفرانس صحبت کنید، شاید هم می خواهید جزو هیات مدیره شرکت تان شوید یا در نویندگی برای یک برنامه رسانه ای همکاری کنید؟

حین نگرانی از ترس بر هدف خود در افق دور دست تمرکز کنید، این کار شما را نسبت به هدف تان مصمم می کند. همچنین به نهای شدن و عملی شدن هدف خود تمرکز کنید. وقتی بتوانید هدف خود را ببینید، در موقعیت بهتری برای مقابله با ترس از شکست قرار می گیرید. اجازه دهید که ترس دید شما را تیره و تاریک نکند.

۲. موانع و بازدارنده ها را شناسایی کنید:

هنگامی که شرایط خود را بهتر کردید و آنچه را که می خواهید برای خود مشخص کردید، حال چه چیزی شما را می ترساند؟ آیا از انتقادات دیگران هراس دارید؟ آیا از این نگران هستید که خودتان نباشید؟ از

رقابت می ترسید؟ چه چیزی باعث نگرانی و هراس شما می شود؟ درک کنید که چه چیزی شما را متوقف کرده است تا بتوانید بر آن غلبه کنید. اگر مانع را نمی بینید، نمی توانید از روی آن پرش کنید. مانع را پیدا کنید تا بتوانید از آن رها شوید.

۳. نگرانی خود را بپذیرید:

«ویرا وینفیری» می گوید: «چیزی که از آن می ترسید، عملاً قدرتی ندارد؛ این ترس شما است که قدرت دارد.» اجازه ندهید که ترس شما را ضعیف کند. از ترسیدن احساس شرم نکنید. در ترس خود قدرت پیدا کنید. این کلیدی برای باز کردن قابلیت ها و پتانسیل های شماست. ترس شما، قدرت شماست.

فرض کنید، در نوشتن یا ایده پردازی می خواهید الهام بخش تیم تان باشید، اما می ترسید که همه با شما موافق نباشند. نظر شما همان چیزی است که شما را می سازد، ایده شما، قدرت شماست. نظر خود را

ابراز کنید تا قدرت خود را داشته باشید. تنوع اندیشه در نهایت چیزی است که گفت و گوها و پروژه ها را به جلو سوق می دهد.

انرژی که برای ترسیدن صرف می کنید را صرف غلبه بر ترس کنید. اگر اجازه ندهید ترس نمی تواند مانند یک عامل بازدارنده عمل کند.

۴. احساس راحت بودن را با ناراحتی شروع کنید:

برای شروع دوباره سفر تان به سوی هدف، یک قدم کوچک بردارید، سپس قدم کوچک دیگر را، تا خود را از منطقه راحت و امن بیرون بیاورید. ممکن است احساس خستگی یا ناراحتی کنید.

به عنوان مثال، هدف شما صحبت در یک کنفرانس مهم است، اما نگران هستید که به اندازه کافی مورد توجه قرار نگیرید، با صحبت کردن در رویدادهای کوچک تر شروع کنید، دستاوردهای خود را یادداشت کنید. دیدن کارهایی که انجام داده اید به شما کمک می کند تا توانایی های خود را باور کنید.

خود را در آنجا قرار دهید و کلمه «نه» را بشنوید. هرچه بیشتر «نه» بشنوید، ترس از آنچه که می خواهید انجام دهید کمتر می شود. کار آفرین میلیاردر «مارک کوپانسر» در این باره می گوید: «هر «نه» شما را به یک «بله» نزدیک تر می کند.» اگر کمی احساس ترس و نگرانی نداشته باشید، به فکر تلاش برای رسیدن به هدف خود نخواهید بود، اگر احساس راحتی داشته باشید، ثابت خواهید ماند و این نگران کننده است، چون این نشان از برداشتن گام هایی برای نزدیک شدن به هدف دارد. برای رسیدن به اهداف خود، مقوله ترس را مانند کلیدی برای باز کردن قفل های مسرتیان و حرکت به سوی جلو تلقی کنید. هدف خود را بشناسید، توجه کنید که چه چیزی شما را از دستیابی به آن هدف باز می دارد، ترس را احساس کنید و به نگرانی از آن عادت کنید، اما بیشتر از آنکه از آن بترسید، آن را بپذیرید.

منبع: forbes.com/modirinfo

اداره ثبت اسناد و املاک استان گیلان
اداره ثبت اسناد و املاک حوزه ثبت ماسال

هیات موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی آگهی موضوع ماده ۳ قانون و ماده ۱۳۲ آیین نامه قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی و اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی برابر رای شماره ۱۳۹۹/۱۱۹ مورخ ۱۳۹۹/۱۱/۱۹ هیات اول موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک ماسال تصرفات مالکانه بلامعارض متقاضی محمد امین معالی میله سرا فرزند امام الله بشماره شناسنامه ۰۳۱۵۹۶-۵۱۶۰۰۳ صادره از ماسال در شناسنامه یک قطعه زمین محصور به مساحت ۱۷۶/۰۷ متر مربع مشتمل بر یک باب خانه به مساحت ۵۵۶۴ متر مربع پلاک ۱۸۸۰ فرعی از ۲۵ اصلی مفروز و مجزی شده از پلاک ۲ فرعی از ۲۵ اصلی واقع در قریه میله سرا بخش ۲۶ گیلان خریداری از نسق کریم الله معالی محرز گردیده است لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می شود در صورتی که اعتراضی داشته باشند می توانند در تاریخ ۲۶ خرداد ماه ۱۳۹۹ در ماسال در این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید طرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند بدیهی است در صورت نقضی مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد
تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۳۹۹/۰۳/۱۹
تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۳۹۹/۰۳/۲۶

۹۱۳۱۱۱ جعفر معالی - رئیس ثبت اسناد و املاک

اداره ثبت اسناد و املاک استان گیلان
اداره ثبت اسناد و املاک حوزه ثبت ماسال

هیات موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی آگهی موضوع ماده ۳ قانون و ماده ۱۳۲ آیین نامه قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی و اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی برابر رای شماره ۱۳۹۹/۱۱۹ مورخ ۱۳۹۹/۱۱/۱۹ هیات اول موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک ماسال تصرفات مالکانه بلامعارض متقاضی محمد امین معالی میله سرا فرزند امام الله بشماره شناسنامه ۰۳۱۵۹۶-۵۱۶۰۰۳ صادره از ماسال در شناسنامه یک قطعه زمین محصور به مساحت ۱۷۶/۰۷ متر مربع مشتمل بر یک باب خانه به مساحت ۵۵۶۴ متر مربع پلاک ۱۸۸۰ فرعی از ۲۵ اصلی مفروز و مجزی شده از پلاک ۲ فرعی از ۲۵ اصلی واقع در قریه میله سرا بخش ۲۶ گیلان خریداری از نسق کریم الله معالی محرز گردیده است لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می شود در صورتی که اعتراضی داشته باشند می توانند در تاریخ ۲۶ خرداد ماه ۱۳۹۹ در ماسال در این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید طرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند بدیهی است در صورت نقضی مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد
تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۳۹۹/۰۳/۱۹
تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۳۹۹/۰۳/۲۶

۹۱۳۱۱۱ جعفر معالی - رئیس ثبت اسناد و املاک

اداره ثبت اسناد و املاک استان گیلان
اداره ثبت اسناد و املاک حوزه ثبت ماسال

هیات موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی آگهی موضوع ماده ۳ قانون و ماده ۱۳۲ آیین نامه قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی و اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی برابر رای شماره ۱۳۹۹/۱۱۹ مورخ ۱۳۹۹/۱۱/۱۹ هیات اول موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک ماسال تصرفات مالکانه بلامعارض متقاضی سیده سیمیا صفوی فرزند سید احسان بشماره شناسنامه ۵۰۳ صادره از نقش در شناسنامه یک قطعه زمین محصور به مساحت ۷۷۳/۹ متر مربع مشتمل بر یک باب خانه و انباری به مساحت ۹۵ متر مربع پلاک ۳۷۷ فرعی از ۲۱ اصلی مفروز و مجزی شده از پلاک ۱۰۵ فرعی از ۲۱ اصلی واقع در قریه مرکه بخش ۲۶ گیلان خریداری از نسق کرم فتحی محرز گردیده است لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می شود در صورتی که اعتراضی داشته باشند می توانند در تاریخ ۲۶ خرداد ماه ۱۳۹۹ در ماسال در این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید طرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند بدیهی است در صورت نقضی مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد
تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۳۹۹/۰۳/۱۹
تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۳۹۹/۰۳/۲۶

۹۱۳۱۱۱ جعفر معالی - رئیس ثبت اسناد و املاک

آگهی مزایده اموال غیر منقول (اسناد ذمه)

آگهی مزایده اموال غیر منقول پرونده اجرائی ۹۸۰۰۰۹۹ ورامین

به موجب پرونده اجرائی کلاسه ۹۸۰۰۰۹۹ له خانم سعیده طیبی فر علیه آقای محمد بختیاری مقدار دو سهم مشاع از سیزده سهم شش دانگ یک قطعه زمین به استثناء بهاء، تمهینه امینی با کاربری مسکونی به مساحت یکمصد و بیست و شش متر مربع به پلاک ثبتی شماره سیمصد و هشتاد و یک فرعی از یکمصد و هفتاد و هفت فرعی از شش فرعی از اصلی مذکور قطعه سیمصد و چهل و دو واقع در بخش پنجم وسط ورامین استان تهران که سند مالکیت آن با شماره سند مالکیت ۱۳۵۶۱۸ مورخ ۱۳۷۲/۱۱/۰۹ دفترخانه اسناد رسمی شماره ۴ ورامین ذیل شماره ۵۷۰۵۹ صفحه نود و دو دفتر شصت و هشت بشماره چاپی ۳۸۹۲۴۹ به نام آقای صدراله بختیاری فرزند حسن ثبت و صادر گردیده است و محدود است به حدود: شمالاً به طول ۷ متر به حیابان شرقاً به طول ۱۸ متر به قطعه ۲۴۴ تفکیکی جنوباً به طول ۷ متر به قطعه ۲۵۴ تفکیکی غرباً بطول ۱۸ متر به قطعه ۲۴۱ تفکیکی توصیف اجمالی ملک طبق نظر کارشناس رسمی ملک مذکور در ورامین- شهرک اندیشه- اندیشه ۶ پ ۹۸ واقع می باشد وضعیت فعلی ملک مذکور جنوبی بوده و در شمال غرب آن ساختمانی سه طبقه با مترزاج جنوباً دوپست و هفتاد متر مربع زیربنا به صورت مسکونی مورد بهره برداری می باشد اسکلت نیمه فلزی، طاق خرسی پوشش کف موزاییک، قدمت ساختمان بالای بیست سال و نمای ساختمان اجر گری می باشد. نظر به گزارشهای ارزش شناسایی و ارزش شناسایی عرصه و اعیان ملک به پلاک ثبتی سیمصد و هشتاد و یک فرعی از یکمصد و هفتاد و هفت فرعی از شش فرعی از اصلی مذکور و با ابعاد نظر به کلمه جواب امر به تاریخ روز ۱۳۹۸/۱۲/۰۸ و بدون تاثیر تصرف مبلغ جمعا نه میلیارد ریال ارزیابی و اعلام می گردد ضمناً با توجه به اظهارات همسر بدهکار در خصوص ورثه مرحوم بختیاری (۵ پسر، ۳ دختر، ۱ ملحقه) که میزان سهم الارث بدهکار یک میلیارد و دوپست و هشتاد و پنج میلیون ریال معادل یکمصد و بیست و هشت میلیون و پانصد هزار تومان محاسبه گردیده است که چون بدهکار نسبت به پرداخت بدهی خود اقدامی ننموده است لذا به درخواست بستانکار عملیات اجرائی ادامه و ملک مورد وثیقه به پلاک ثبتی فوق الذکر توسط کارشناس رسمی به شرح فوق ارزیابی و سهم الارث بدهکار در اداره اجرائی اسناد رسمی ورامین واقع در ورامین - خیابان سینما - اداره ثبت اسناد و املاک ورامین واحد اجراء از طریق مزایده به فروشی می رسد مزایده از مبلغ ارزیابی توسط کارشناس رسمی به مبلغ یک میلیارد و دوپست و هشتاد و پنج میلیون ریال نسبت به سهم بدهکار شروع و به بالاترین قیمت پیشنهادی تقاضا فروخته می شود لازم به ذکر است پرداخت بدهی های مربوط به آب برق گاز اعم از حق اشتعاب و با حق اشتراک و مصرف در صورتی که مورد مزایده دارای آنها باشد و نیز بدهی های مالیاتی و عوارض شهرداری و غیره تا تاریخ مزایده اعم از اینکه رقم قطعی آن معلوم شده یا نشده باشد به عهده برنده مزایده است و نیز در صورت وجود مزایده و وجود پرداختی بابت هزینه های فوق از محل مزایده به برنده مزایده مسترد خواهد شد و نیم عشر و حق مزایده تقاضا وصول می گردد ضمناً چنانچه روز مزایده تعطیل رسمی گردد مزایده روز آداری بعد از تعطیلی در همان ساعت و مکان مقرر برگزار خواهد شد همچنین از سهم ملک مورد مزایده اطلاعی در دست نمی باشد
تاریخ انتشار: ۱۳۹۹/۰۳/۱۹

رئیس اداره ثبت اسناد و املاک ورامین - محمد رحیم پور

آگهی تغییرات شرکت سفر هزار فرسنگ با مسئولیت محدود به شماره ثبت ۴۸۶۸۵۶ و شناسه ملی ۱۴۰۰۵۶۰۰۵۰۵

به استناد صورتجلسه مجمع عمومی فوق العاده مورخ ۱۳۹۸/۰۱/۲۶ و مجوز شماره ۹۸۲۳۰۳/۱۴۵۶۷ مورخ ۹۸۰۰۵۰۷ اداره کل میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری استان تهران تصمیحات ذیل اتخاذ شد: علی کامکار به شماره ملی ۱۷۴۰۳۹۷۳۲۶ به سمت مدیرعامل و عضو هیئت مدیره خارج از شرکا و محمود احمدی به شماره ملی ۶۴۰۹۴۶۳۸۱۲ به سمت رئیس هیئت مدیره و پویان کرم زاده مکوندی به شماره ملی ۱۷۵۴۴۰۹۶۹۵ به سمت عضو هیئت مدیره برای مدت نامحدود انتخاب گردیدند. کلیه اسناد و اوراق بیهادار و تعهد آور شرکت از قبیل چک - سفته - برات - قراردادهای و عقود با امضاء رئیس هیئت مدیره منفرداً همراه مهر شرکت و اوراق عادی و اناری با امضای مدیرعامل منفرداً همراه با مهر شرکت معتبر می باشد.

سازمان ثبت اسناد و املاک کشور اداره ثبت شرکت ها و موسسات غیر تجاری تهران (۸۶۸۸۹۵)

آگهی تغییرات شرکت سفر هزار فرسنگ با مسئولیت محدود به شماره ثبت ۴۸۶۸۵۶ و شناسه ملی ۱۴۰۰۵۶۰۰۵۰۵

به استناد صورتجلسه مجمع عمومی فوق العاده مورخ ۱۳۹۸/۰۱/۲۶ و مجوز شماره ۹۸۲۳۰۳/۱۴۵۶۷ مورخ ۹۸۰۰۵۰۷ اداره کل میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری استان تهران تصمیحات ذیل اتخاذ شد: هیئت مدیره شرکت مرکب از ۳ نفر خواهد بود که در مجمع عمومی عادی به طور فوق العاده از بین شرکا، یا از خارج انتخاب می شوند و ماده مربوطه در اساسنامه بدین شرح اصلاح گردید.

سازمان ثبت اسناد و املاک کشور اداره ثبت شرکت ها و موسسات غیر تجاری تهران (۸۶۸۸۹۵)

آگهی تغییرات شرکت بازرسی مهندسی ایران سهامی خاص به شماره ثبت ۴۹۹۵۰ و شناسه ملی ۱۰۱۰۰۹۵۱۱۹۵

به استناد صورتجلسه هیئت مدیره مورخ ۱۳۹۸/۰۷/۰۶ تصمیحات ذیل اتخاذ شد: ششم هرمزگان، به بندر عباس - خیابان امام خمینی - میدان ابوذر (اتوتاج) - نبش کوچه قوام ۳ سمت چپ - ساختمان دریا - طبقه اول - واحد سوم - کد پستی ۷۹۱۴۶۴۴۴۶۷ تغییر یافت و علیرضا دمی زاده با کد ملی ۴۶۹۰۰۵۸۷۶۸ بعنوان مدیر شعبه انتخاب گردید.

سازمان ثبت اسناد و املاک کشور اداره ثبت شرکت ها و موسسات غیر تجاری تهران (۸۶۸۸۹۷)



تجربه یک وبینار موفق با ۸ اقدام ساده

به قلم: هایلی فریدمن کارشناس حوزه مدیریت و بازاریابی

مترجم: امیر آل‌علی

همه‌گیری ویروس کرونا باعث شده است تا اکثر جوامع به سمت اینترنت سوق پیدا کنند که این امر منجر به رشد فوق‌العاده وبینار شده است. در این رابطه همه افراد توصیه می‌کنند که در این بخش فعالیت داشته باشید. با این حال آیا تاکنون به این موضوع فکر کرده‌اید که برای ایجاد یک وبینار موفق چه گام‌هایی باید برداشته شود؟ در این رابطه پس از مصاحبه با چند فرد متخصص، هشت مورد اصلی انتخاب شده است که در ادامه به بررسی آنها خواهیم پرداخت.

۱-اهداف خود را مشخص کنید

شما باید دلایل فعالیت خود را مشخص کنید. با توجه به این امر که ممکن است حوزه‌های کاری شما متفاوت باشد، بدون شک نمی‌توان صرفاً یک هدف را مدنظر قرار داد. درواقع بدون هدف بودن در هر زمینه‌ای، تنها باعث هدررفتن زمان و بودجه شما خواهد شد. حال پس از تعیین اهداف، لازم است تا تیم خود را برای مدیریت این بخش انتخاب کرده و یک متن را آماده کنید تا مخاطب بتواند به دلیل اهمیت و مزایای شرکت در وبینار شما پی ببرد. نکته دیگری که باید به آن توجه داشته باشید این است که شما باید برای هر دقیقه، برنامه‌ریزی داشته باشید. به همین خاطر از سطح کلان شروع کرده و وارد حتی جزئی‌ترین موارد نیز شوید.

۲-به مخاطب خود توجه داشته باشید

با توجه به این امر که اقدام شما در راستای تحت تاثیر قرار دادن جامعه هدف است، لازم است تا به خواست و سلیقه آنها در زمینه انتخاب محتوا و جنبه‌های بصری کار خود توجه داشته باشید. همچنین در این مرحله ضروری است تا نسبت به ابزار و نوع فرمت وبینار خود تصمیم‌گیری کنید. درواقع برندهای مختلفی وجود دارد که بسنتر ایجاد وبینار را برای شما مهیا می‌سازد که لازم است تا بهترین را برای خود انتخاب کرده و به امکانات و قیمت هر یک توجه لازم را داشته باشید. در غیر این صورت زمان زیادی را از دست خواهید داد. در این رابطه فراموش نکنید که شما چهار فرمت اصلی را خواهید داشت که شامل تک سخنران، مصاحبه، میزگرد و پرسش و پاسخ است. درواقع شما برای هر یک از موضوعات خود نیز می‌توانید یکی از این موارد را انتخاب کرده و صرفاً به یک مورد محدود نخواهید بود. در آخر توصیه می‌شود که به تحریک احساسات توجه داشته باشید. درواقع هیچ فردی یک تجربه احساسی را فراموش نخواهد کرد. در این رابطه شوخ‌طبعی و استفاده از طنز، بهترین انتخاب محسوب می‌شود. به همین خاطر از بیش از حد رسمی بودن نیز فاصله بگیرید، با این حال میزان این امر کاملاً بستگی به ویژگی‌های مخاطبان شما نظیر سن آنها خواهد داشت.

۳-تمرین داشته باشید

پس از آنکه ابزار و فرمت خود را انتخاب کردید، ضروری استت تا برای هر بخش برنامه‌ریزی کرده و سناریو خود را شکل دهید، با این حال حتی پس از اتمام این مرحله نیز شما مجوز شروع کار خود را نخواهید داشت. درواقع ضروری است تا به میزان کافی تمرین داشته باشید تا از مناسب بودن سطح اقدامات خود، اطمینان داشته باشید. نکته‌ای که باید به آن توجه لازم را داشته باشید این است که یک وبینار ضعیف، باعث خواهد شد تا افراد دیگر شما را پیگیری نکنند. به همین خاطر زمانی را صرف تمرین و کسب آمادگی کامل اختصاص دهید.

۴-تبلیغات را فراموش نکنید

قبل از تبلیغات شما باید یک جامعه هدف اصلی را برای خود تعیین کنید که از حضور آنها اطمینان داشته و پس از آن لازم استت تا محدودیتی را برای خود تعیین کنید. درواقع آنلاین بودن بسنتر وبینار نباید باعث شود تا شما تصور کنید که می‌توانید هر تعداد افرادی را که تمایل دارند به لیست خود اضافه کنید. با این حال این مسئله تنها باعث کاهش کیفیت اقدام شما خواهد شد. به همین خاطر ضروری است که برای هر وبینار، محدودیت خاصی را داشته باشید. در این راستا حتی می‌توان از مهمان-های معروفی دعوت به عمل آورد. در نهایت افراد نیز استفاده کرد که خود یک شیوه بازاریابی محسوب می‌شود.

۵-اعتمادسازی داشته باشید

مخاطب باید به این باور دست پیدا کند که حضور در وبینار شما کاملاً ارزشمند خواهد بود. در این رابطه بهتر است تا یک ویدئو چند دقیقه‌ای را در سایت خود منتشر کرده و ضمن معرفی خود، دلایل اهمیت موضوع را بیان کنید. در این رابطه به هر میزان که افراد معتبرتری اقدام به معرفی شما کنند، بدون شک شانس موفقیت بالاتری را نیز خواهید داشت. در این راستا حتی می‌توان از مهمان-های معروفی دعوت به عمل آورد. در نهایت اگر از مدت‌ها قبل بر روی ایجاد برند شخصی خود فعالیت‌هایی را انجام داده باشید، بدون شک خود دلیل کافی برای حضور افراد خواهید بود.

۶-مراحل ثبت نام و خرید را تا حد امکان ساده کنید

این امر یک واقعیت استت که افراد تمایل چندانی را به انجام یک خرید و ثبت نام زمانبر نداشته و این امر می‌تواند خود دلیلی برای عدم تکمیل خرید باشد. در این رابطه ضروری است تا به حداقل اطلاعات بسنده کرده و شرایطی را مهیا سازید که افراد تمامی اقدامات را در کمتر از یک دقیقه انجام دهند. همچنین این نکته را فراموش نکنید که شما باید یادآوری‌های لازم را نیز انجام دهید تا مخاطب زمان شروع وبینار را فراموش نکند. در نهایت نکته بسیار مهم در این بخش این است که قیمت شما باید کاملاً مناسب باشد. درواقع شما باید به مقرون به صرفه بودن و قدرت خرید جامعه هدف خود نیز توجه داشته باشید. بدون شک از راهکارهای دیگری نظیر تبلیغات می‌توان هزینه‌ها را جبران کرده و قیمت نهایی را پایین آورد. در این رابطه انتخاب زمان و ساعت مناسب نیز بسیار مهم بوده و لازم استت تا به آن توجه داشته باشید. در این رابطه نظرسنجی، خود یکی از اقدامات جذاب و نمونه بارز احترام به مشتری محسوب می‌شود.

۷-تنوع داشته باشید

در کنار این موضوع که شما باید به موضوعات جدید و کاملاً کاربردی توجه داشته باشید، تنوع کار نیز بسیار مهم بوده و باعث می‌شود تا شانس جذب افراد بیشتری را داشته باشید. در این رابطه فراموش نکنید که شما باید به هر طریقی مخاطب را به واکنش وادار کرده و در این رابطه حتی می‌توان قرار ملاقات‌های مستقیم را نیز به وجود آورد. درواقع تنوع باعث می‌شود تا تکراری شدن بیش از حد از بین رفته و مخاطب همواره چند دلیل برای دنبال کردن شما داشته باشد. همچنین با تحلیل اقدامات انجام‌شده از سوی سایر افراد، می‌توانید به سبک کاری منحصر به فردی دست پیدا کنید که خود یک مزیت رقابتی محسوب می‌شود.

۸- پیگیری‌های لازم را انجام دهید

پس از پایان وبینار نباید همه چیز را تمام‌شده تصور کنید. در این رابطه ضروری است تا یک ایمیل قدردانی از حضور مخاطبین را ارسال کرده و از آنها بخواهید تا به کیفیت کار شما، امتیازی را بدهند. این اقدام باعث خواهد شد تا بستری برای انتقادات و پیشنهادات به وجود آید که بدون شک در بهبود اقدامات آتی شما کاملاً تاثیرگذار خواهد بود. همچنین بهتر است تا برنامه‌ای برای افزایش سطح وفاداری مخاطبان موجود خود داشته باشید. برای مثال کدهای تخفیف وبینارهای بعدی، یکی از رایج‌ترین سیاست‌ها محسوب می‌شود. همچنین مطالعه مداوم مقالات موجود در این زمینه، به بهبود مداوم سطح شما کمک شایانی را خواهد کرد.

منبع: business۲community.com

تبلیغات خلاق



مسیر موفقیت

آیا می خواهید با ۵ رویکرد بیل گیتس، به اهداف و خواسته‌های تان برسید؟

اشتباه گرفته می‌شود، اما ما در زندگی گاهی گرفتار ناامیدی کاذب هم می‌شویم.»

بیل گیتس از شکست خوردن واهمه‌ای ندارد

بیبل گیتس در کتاب The Road Ahead گفت: «موفقیت چیز زیادی به ما یاد نمی‌دهد و سبب می‌شود انسان‌های باهوش تصور کنند که هیچ وقت با شکست مواجه نمی‌شوند.» شاید موفقیت امروز، فردا ارزشی نداشته باشد. حتی این اتفاق در مورد کامپیوترهای دستکتاپ و سیستم‌عامل ویندوز نیز صادق است. شاید همیشه به دنبال موفقیت باشید، اما شکست به شما درس بهتری می‌دهد و فرصت رشد و ترقی خواهد داشت. پس اگر در زندگی شکست خوردید، این نکته را مدنظر قرار دهید.

بیل گیتس روی اهدافش تمرکز می‌کند

بیل گیتس می‌گوید: «اگر هدف مشخصی در زندگی خود داشته باشید و در راستای دستیابی به آن گام بردارید، قطعاً به موفقیت و پیشرفت فوق‌العاده‌ای خواهید رسید. او اعتقاد دارد پیدا کردن هدف درست و مسیر مناسب برای دستیابی به آن بسیار مشکل است، اما گیتس توانایی بالایی برای تمرکز روی اهداف خود را دارد.

منبع: INC/ucan

که تشخیص دهید چه کاری اهمیت بیشتری دارد تا روی همان متمرکز شوید.

بیل گیتس از انتقاد ناراحت نمی‌شود

گیتس اعتقاد دارد گوش دادن به کسی که از شما انتقاد می‌کند و می‌گوید این کار را درست انجام نداده‌اید، خیلی خوشایند نیست، اما با بازخورد می‌توانید سرعت یادگیری و پیشرفت خود را افزایش دهید. پس انتقاد دیگران به شما دید و چشم‌انداز جدیدی می‌دهد. بیل گیتس می‌گوید «پذیرای انتقادات باش و خودت یاد بگیر که چه چیزی نیاز به بهبود دارد.» این بدین علت است که خیلی از انتقادها چندان مفید نیست و خودتان باید قادر به تشخیص انتقاد سازنده باشید.

بیل گیتس بسیار خوش‌بین است

خیلی سخت است که در این دنیای پرهیاهو نسبت به هر اتفاقی خوش‌بین باشیم، اما خوش‌بینی است که شما را وادار می‌کند تا استرات‌آپ جدیدی راه‌اندازی کنید، روی یک ایده جدید سرمایه‌گذاری کنید و یا محصول جدیدی را به بازار فروش بفرستید. بیل گیتس به اهمیت خوش‌بینی پی برده و تلاش می‌کند به هر اتفاقی یا دید مثبت نگاه کند. او در یکی از سخنرانی‌های خود در دانشگاه استنفورد گفت: «گاهی خوش‌بینی با امید کاذب

