

تسهیلات، خدمات و تهمدات بانکی، محصولات تولیدی بانک‌ها هستند که بایستی با رعایت مقررات نظارتی بانک مرکزی در اختیار مردم قرار گیرند. بر این اساس، روابط حقوقی و مالی تسهیلات‌گیرندگان و بانک‌ها، مبتنی بر قراردادی است که باید مرزهای حقوقی و تعهدات بانک‌ها و مشتریان را به‌خوبی و به‌طور دقیق نشانه‌گذاری کند تا اجحافی در حق مردم صورت نگیرد. در این بده و بستان مالی، روابط مشتریان و بانک‌ها از زمان پرداخت تا موعد وصول، فراز و فرودهای متفاوتی دارد. زمان پرداخت و واريز مبلغ تسهیلات به حساب مشتری، دوران خوش روابط مشتریان و بانک‌هاست. مشتری به تسهیلات موردنیاز خود دست می‌یابد و بانک تسهیلات‌دهنده نیز امیدوار است که مشتری اقساط تسهیلاتی را که دریافت کرده به‌موقع پرداخت کند تا چرخه تسهیلات‌دهی بانک معطل کمبود منابع نشود و نوبت به سایر متقاضیان هم برای دریافت تسهیلات برسد.

ادامه در همین صفحه

در سال نخست، شهرهای بالای ۱۰۰ هزار نفر در سال دوم تمام شهرها مشمول مالیات می‌شوند

مالیات، خانه‌های خالی را پر می‌کند؟



چهارمین جشنواره فیلم کوتاه پاسارگاد کلید خورد

تلاش بانک پاسارگاد برای انعکاس فعالیت‌های جهادگرانه عرصه تولید با ابزارهای هنری

سرپرست روابط عمومی بانک پاسارگاد با اشاره به مخاطبان چهارمین دوره جشنواره فیلم کوتاه بانک پاسارگاد گفت: این جشنواره در دو بخش مستند و داستانی برگزار می‌شود و همه دوستداران رشد و توسعه اقتصادی کشور، شرکت‌ها و واحدهای صنعتی و تولیدی و فیلم‌سازان حرفه‌ای و باتجربه و همچنین جوانان بااستعداد و علاقه‌مند مخاطب این جشنواره هستند. وی همچنین افزود: یکی از ویژگی‌های خاص چهارمین جشنواره فیلم پاسارگاد مشارکت شرکت‌های تولیدی و صنعتی با گروه‌های فیلم‌سازی است. شرکت‌ها و سازمان‌های تولیدی، می‌توانند با گروه‌های فیلم‌ساز وارد مذاکره شوند و آثار تولیدی خود را به جشنواره ارسال کنند. با این کار پیوند خوبی میان جهان هنر و شرکت‌های تولیدی و صنعتی ایجاد می‌شود.

هدایتی با بیان اینکه آثار ارسالی توسط افراد شاخص و بنام در حوزه فیلم‌سازی دوری می‌شود به جوایز جشنواره در بخش استعدادهای جوان اشاره کرد و گفت: جایزه اول، جام زرین پاسارگاد و مبلغ ۲۰۰ میلیون ریال، جایزه دوم جام سیمین پاسارگاد و مبلغ ۱۵۰ میلیون ریال همچنین جایزه سوم، جام بلورین پاسارگاد و مبلغ ۱۰۰ میلیون ریال است. وی همچنین جوایز جشنواره در بخش فیلم‌سازان حرفه‌ای و باتجربه را از نفرات اول تا سوم به ترتیب جام زرین پاسارگاد و مبلغ ۵۰۰ میلیون ریال، جام سیمین پاسارگاد و مبلغ ۳۵۰ میلیون ریال و جام بلورین پاسارگاد و مبلغ ۲۰۰ میلیون ریال عنوان کرد. هدایتی با بیان اینکه پذیرش آثار ارسالی از طریق ثبت‌نام در سایت جشنواره به نشانی www.pasargadfilmfest.ir (ht) و دریافت کد رهگیری است. افزود: مهلت ارسال آثار تا انتهای شهریور سال جاری است. مدت زمان نمایش آثار ارسالی با تیتراژ از ۱۸۰ ثانیه تا ۱۰ دقیقه است. سازندگان آثار بایستی اثر خود را در ابعاد استاندارد (حداقل ۷۲۰) و در دو کیفیت مناسب بازبینی و اکران در فرمت‌های HD، MP۴ یا FHD و با تپیه و برای دبیرخانه جشنواره ارسال کنند. درج کد رهگیری بر روی مدارک ارسالی نیز الزامی است.



و پیشکسوت در بخش‌های مختلف برگزار شد و امسال چهارمین دوره این جشنواره به دلیل اهمیت بحث حمایت از تولید و تأکید مقام معظم رهبری بر آن، به صورت خاص با نگاه به محور «حمایت از تولید» برگزار می‌شود. وی افزود: یکی از تفاوت‌ها و تمایزهای این جشنواره در سال چهارم تولید، دعوت از فیلم‌سازان حرفه‌ای و باتجربه در کنار جوانان و فیلم‌سازانی است که در ابتدای راه هستند. شهرابی در این نشست همچنین با تأکید بر اقدامات ارزشمند بانک پاسارگاد در زمینه حمایت از تولید ادامه داد: بانک پاسارگاد با اجرای پروژه‌های عظیم در حوزه‌های مختلف مانند معدن، فولاد، انرژی و ... نقش خود را در حمایت از تولید و رشد اقتصاد ملی به خوبی ایفا کرده است. اقدامات این بانک نه‌تنها در عرصه اقتصادی، بلکه در ارتقای کیفیت، سطح زندگی و سلامت جامعه مخصوصاً در مناطق کم‌برخوردار نیز تأثیر شگرفی گذاشته است.

در نشست خبری چهارمین جشنواره فیلم پاسارگاد ارشد هدایتی،

توسعه صنعت ملی با کمک ابزارهای هنری فراهم شود. حسن بلخاری، دبیر جشنواره فیلم کوتاه پاسارگاد درباره اهداف برگزاری جشنواره فیلم پاسارگاد گفت: ما در یک جنگ نابرابر اقتصادی با انواع تحریم‌ها روبه‌رو هستیم در چنین موقعیتی توجه به اقتصاد ملی و تقویت ارکان آن می‌تواند بهترین راهکار برای رشد و توسعه اقتصادی کشور و مقاومت در برابر تحریم‌ها باشد بنابراین اولین هدف ما حمایت از تولید و رشد اقتصادی است. همچنین انعکاس تلاش‌های جهادگرانه عرصه تولید و صنعت از طریق ابزارهای هنری، ایجاد بستری برای شناسایی و بروز استعداد و قابلیت‌های هنری، پشتیبانی و حمایت از تولید با محتوای جذاب و فاخر در زمینه تولید ملی و جلب توجه آحاد مردم به نقش ارزنده حمایت از تولید ملی در جهش تولید اقتصادی از دیگر اهداف مهم ما برای برگزاری این جشنواره است.

راحله شهرابی، مدیر امور حوزه راهبری و روابط عمومی بانک پاسارگاد نیز ضمن تبیین اهمیت برگزاری این جشنواره گفت: سه دوره جشنواره طی سال‌های قبل با موفقیت چشمگیر و با حضور موثر هنرمندان جوان

نشست خبری چهارمین جشنواره فیلم کوتاه پاسارگاد به صورت مجازی با حضور حسن بلخاری مشاور فرهنگی و هنری مدیرعامل بانک پاسارگاد و دبیر جشنواره فیلم کوتاه پاسارگاد، راهله شهرابی مدیر امور حوزه راهبری و روابط عمومی و ارشد هدایتی سرپرست روابط عمومی بانک پاسارگاد، با هدف آغاز به کار رسمی این جشنواره و رونمایی از جشنواره برگزار شد.

در ابتدای جلسه پس از تلاوت آیات قرآن کریم حسن بلخاری دبیر جشنواره فیلم کوتاه پاسارگاد در زمینه برگزاری این جشنواره در سال جاری گفت: جشنواره ۱۸۰ ثانیه‌ای فیلم پاسارگاد دو سالانه است و آخرین دوره آن سال گذشته برگزار شد، اما به دلیل نام‌گذاری امسال به نام سال جهش تولید، قرار شد امسال نیز این جشنواره برگزار شود. وی ادامه داد: هیات مدیره بانک پاسارگاد به خصوص دکتر مجید قاسمی مدیرعامل بانک پاسارگاد به اجرای مسئولیت‌های اجتماعی موسسات اقتصادی و بانک‌ها توجه ویژه‌ای داشتند و طی سال‌های اخیر نشان دادند که در نظر دارند تا به شیوه‌های معقول و منطقی رسالت فرهنگی و اجتماعی خود را به انجام رسانند.

مشاور فرهنگی و هنری مدیرعامل بانک پاسارگاد گفت: بانک پاسارگاد یکی از مجموعه‌های فعال و موفق اقتصادی است که در زمینه‌های اجتماعی و فرهنگی نیز نقش موثری در جامعه ایرانی داشته، حتی فیلم جدایی نادر از سیمین که اولین اسکار را برای ایران به ارمان آورد حاصل حمایت این بانک در زمینه فرهنگی است. بلخاری افزود: طی سال‌های ۹۴، ۹۶ و ۹۸ سه دوره جشنواره فیلم پاسارگاد برگزار شد و در جریان این برگزاری، استعدادهای بزرگی کشف شدند که امروزه جزو افراد موفق در زمینه هنر فیلم‌سازی به شمار می‌روند و ما این موفقیت را نتیجه توجه بانک پاسارگاد به مسئولیت اجتماعی می‌دانیم.

وی همچنین گفت: با توجه به تأکید مقام معظم رهبری بر موضوع تولید و شعار جهش تولید در سال جاری چهارمین جشنواره فیلم پاسارگاد در ابعاد وسیع‌تر برگزار می‌شود تا آثار موفق و ارزشمند در زمینه صنعت و اشتغال به جامعه ایرانی معرفی و زمینه‌ها برای رشد و

ادامه از همین صفحه

در صنعت بانکداری، وصول به‌موقع وام‌ها یا تسهیلاتی که پرداخت شده، از جمله عواملی است که در تعیین قدرت تسهیلات‌دهی و تعهدپذیری بانک‌ها تأثیری بسزا دارد، اما در این چرخه بده و بستان بین بانک و مشتری، موضوع به همین سادگی هم نیست که بانک تسهیلات دهد و با خاطری خوش و آسوده اقساط تسهیلات را بازپس گیرد. عوامل بسیاری باعث می‌شوند که مشتری نتواند یا نخواهد اقساط وام یا تسهیلاتی را که دریافت کرده، بازپرداخت کند. در نتیجه پس از تأخیر در پرداخت اقساط با گذشت مدت‌زمان کوتاهی، بدهی مشتری بدهکار به طبقه مطالبات سررسید شده کوچ می‌کند و مدتی بعد نیز این بدهی سررسید شده در طبقه بدهی معوق جا خوش خواهد کرد. مشکل مشترک بانک‌ها و مشتریان دقیقاً از همین نقطه آغاز می‌شود. تسهیلات‌گیرنده به دلایل موجه یا غیرموجه



با موافقت رئیس جمهور ترخیص کالا‌های اساسی و تولیدی از گمرک تسریع می‌شود

معاون گمرک ایران از پذیرش پیشنهادات این نهاد از سوی ریاست جمهوری برای تسریع در ترخیص کالا‌های اساسی و تولیدی از گمرک خبر داد. به گزارش...

با افزایش نرخ سود سپرده و انتشار اوراق ودیعه

بازار پول جذاب می‌شود

ظرف کمتر از سه ماه، نرخ سود بانکی دو بار دستخوش تغییر شد و پس از آنکه از ابتدای اردیبهشت‌ماه و با تقاهم مدیران بانک‌ها نرخ سود سپرده کاهش یافت، حالا با تصمیم شورای پول و اعتبار مجدداً افزایش پیدا کرده است. سه‌شنبه شب گذشته بود که شورای پول و اعتبار با هدف حفظ ارزش پول ملی و به پیشنهاد بانک مرکزی، با افزایش تنوع سپرده‌های بانکی موافقت کرد و سقف سپرده‌گذاری یک‌ساله را از ۱۵ درصد به ۱۶ درصد افزایش داد. این در حالی است که مدیران بانک‌ها در پایان فروردین‌ماه امسال نرخ سود سپرده را کاهش دادند و کاهش هزینه تجهیز منابع را دلیل این کاهش سود اعلام کردند. اما حالا با تصمیم تازه شورای پول و اعتبار، نرخ سود سپرده‌های بانکی...

از بهانه تراشی تا موانع تحریمی

مدیریت و کسب‌وکار



توییت‌ر
در یک قدمی سقوط

- آن روی سکه کار آفرینی
- ۴ راهکار جهت آموزش کارمندان
- توسعه کسب و کار با تکنیک‌های طراحی بودجه
- هر آنچه باید درباره برندینگ کارفرما بدانید
- رونمایی نایک از فروشگاه‌های جدیدش
- بازاریابی موفق در توییت‌ر با پرهیز از اشتباهات رایج

رسیده است که به هیچ‌وجه قابل پذیرش نیست و باید تمامی عوامل را برای متعادل کردن این نسبت به کار بگیریم.» بنابراین معضل مطالبات معوق بانک‌ها، موضوعی بسیار جدی است که بی‌تفاوتی نسبت به آن، به چالش عظیم سیستم بانکی کشور منتهی خواهد شد. خوشبختانه آیین‌نامه جلوگیری از انباشت مطالبات غیرجاری بانکی مصوبه اسفندماه ۱۳۹۷ ستاد فراقوه‌ای هماهنگی مبارزه با مقاصد اقتصادی در کنار آیین‌نامه وصول مطالبات غیرجاری موسسات اعتباری مصوب شهریورماه ۱۳۹۴ شورای پول و اعتبار تا حدود زیادی خطوط اصلی وصول مطالبات معوق بانک‌ها را روشن کرده است. با این وجود، معضل مورد اشاره هنوز در عرصه بانکی خودنمایی می‌کند و شبکه بانکی را ناچار می‌کند که علیه مشتریان خویش دست به اقدامات قضایی و ثبتی بزند.

ادامه در صفحه ۱۵

آسیب‌شناسی وصول مطالبات بانک‌ها

کنند»

با وجود تشکیل کمیته فراقوه‌ای مورد بحث، مشکل مطالبات معوق همچنان خودنمایی می‌کند. این مشکل به اندازه‌ای جدی است که گزارش کمیسیون اصل ۹۰ قانون اساسی در خردادماه ۱۳۹۷ در این مورد نشان می‌دهد: «تسهیلات ریالی و ارزی نظام بانکی کشور، رقمی معادل با ۹,۳۶۰ هزار میلیارد ریال است که از این میزان، ۱۱ درصد آن تبدیل به تسهیلات غیرجاری شده است که سهم بانک‌های دولتی از این مبلغ ۳۹ درصد و سهم بانک‌های غیردولتی ۶۱ درصد است.» ریاست‌کل سابق بانک مرکزی نیز در این باره در خردادماه ۱۳۹۳ گفت: «نسبت مطالبات معوق به کل مطالبات، یکی از معیارهای سنجش سلامت بانک است. در نظام بانکی بین‌الملل این نسبت قاعدتاً بین ۲ تا ۵ درصد است، ولی در کشور ما در مقایسه با عرف جهانی متأسفانه این نسبت در بهمن ۱۳۹۲ به ۱۵,۶ درصد

ناتان از پرداخت است، یا آنکه به دلیل صرفه اقتصادی مایل به بازپرداخت اصل و سود تسهیلاتی که از بانک گرفته نیست. در این حالت در سیستم الکترونیکی بانک، تسهیلات به‌مانند موجود زنده حیات دارد و با احتساب این سود و جرائم تأخیر به‌طور مرتب بر بدهی مشتری بدهکار افزوده می‌شود. سون پدیده در سطح کلان، معضل مطالبات معوق بانک‌ها را به وجود آورده است؛ مشکلی که ممکن است بانک‌ها را به مرزهای ورشکستگی نزدیک کند و قدرت تسهیلات‌دهی آنها را همانند یک بیماری مزمن به‌شدت تضعیف نماید. مشکل معوقات بانکی چنان حاد است که در آبان‌ماه ۱۳۹۲ معاون اول رئیس‌جمهور در جلسه ستاد مبارزه با مقاصد اقتصادی از رئیس‌کل بانک مرکزی خواست تا «با تشکیل کارگروهی از نمایندگان سه قوه و با استفاده از راه‌های علمی و عملی، نسبت به پیشگیری از رشد معوقات بانکی اقدام و همچنین بانک‌های عامل را مکلف به وصول معوقات



افزایش سود بانکی نقدینگی را به بانک‌ها می‌برد؟

به شرط مهار تورم

به دنبال افزایش نرخ سود سپرده‌های بانکی، دبیر کانون بانک‌ها و موسسات اعتباری خصوصی معتقد است: در مصوبه جدید شورای پول و اعتبار، فقط زمان سپرده‌ها به سه و شش ماه و دو سال تغییر کرده و از آنجا که نرخ سود سپرده‌ها افزایش قابل توجهی پیدا نکرده نمی‌توان انتظار داشت که این امر موجب هدایت نقدینگی‌های سرگردان به بانک‌ها شود. همچنین تا زمانی که مشکل تورم حل نشود، افزایش سود سپرده‌های بانکی نمی‌تواند در هدایت نقدینگی‌های سرگردان به بانک‌ها تاثیرگذار باشد.

محمدرضا جمشیدی با بیان اینکه مصوبه جدید شورای پول و اعتبار همان مصوبه قبلی است که حداکثر نرخ سود سپرده‌ها ۱۸درصد بود، به ایسنا گفت: تنها نکته مصوبه جدید آن است که اکنون سپرده‌ها به مدت‌زمان‌های کوتاه‌تری چون سه ماهه و شش ماهه تقسیم شده است.

او با اشاره به اینکه هدف افزایش نرخ سود بانکی، جمع‌آوری نقدینگی سرگردان در بازارهاست، ادامه داد: با توجه به نرخ تورمی که اکنون در اقتصاد کشور موجود است، این افزایش نرخ سود سپرده‌های بانکی در کنترل یا کاهش نقدینگی بی‌تاثیر نیست، اما نمی‌توان تاثیر چشمگیری در این زمینه پیش‌بینی کرد، زیرا این مصوبه تغییری با گذشته نکرده و همان سود ۱۸درصدی است ولی سود سپرده دوساله هم در نظر گرفته شده که در گذشته بانک‌ها نمی‌توانستند بیش از یک سال سپرده صادر کنند.

جمشیدی با بیان اینکه با وجود تورم نمی‌توان پیش‌بینی افزایش جذب نقدینگی توسط بانک‌ها را داشت، افزود: نرخ تورم موجب می‌شود میزان زیادی نقدینگی سرگردان در بازارها داشته باشیم و تا زمانی که مشکل تورم حل نشود، افزایش سود سپرده‌های بانکی نمی‌تواند در هدایت نقدینگی‌های سرگردان به بانک‌ها تاثیرگذار باشد.

به گفته وی، بیشتر از این میزان هم نمی‌توان نرخ سود سپرده‌ها را افزایش داد، زیرا بر میزان سپرده‌های بانکی تاثیر منفی می‌گذارد. در این مصوبه نرخ سود سپرده با سررسید دوساله ۱۸درصد تعیین شده، درحالی که نرخ تسهیلات هم ۱۸درصد است که در این شرایط، سود سپرده را ماه به ماه می‌پردازیم و سود تسهیلات را بانک‌ها شش ماه تا یک سال بعد دریافت می‌کنیم و این سود برای بانک‌ها زیان‌آور است.

تامین ۳۶ هزار میلیاردی کسری بودجه با اوراق

حراج اوراق به داد بودجه رسید

طبق اعلام بانک مرکزی، از طریق حراج هفت مرحله اوراق بدهی دولت، تاکنون ۳۶ هزار میلیارد تومان کسری بودجه از این محل تامین شده، بدون آنکه نقدینگی جدیدی خلق شود. این در حالی است که میزان کسری بودجه دولت تا حدود ۱۵۰ هزار میلیارد تومان برآورد شده که تاکنون به گفته بانک مرکزی، ۳۶ هزار میلیارد تومان آن از محل حراج اوراق تامین شده و این حراج هفتگی فعلا ادامه دارد.

به گزارش ایسنا، بودجه ۵۷۱ هزار میلیاردی دولت در سال جاری دچار کسری بودجه است و برآوردها نشان‌دهنده کسری ۱۵۰ هزار میلیارد تومانی است. در این بین، راه‌های جبران کسری بودجه به موضوع مورد بحث اقتصاددانان و کارشناسان تبدیل شد و دولت نیز به سمت انتشار بیشتر اوراق و سهام شرکت‌ها حرکت کرد؛ به طوری که طبق اعلام دولتمردان، انتشار اوراق بدهی از مهمترین گزینه‌های دولت برای جبران کسری بودجه است و البته در کنار آن عرضه سهام شرکت‌ها و فروش اموال دولت نیز قرار دارد.

گزارش هفته گذشته بانک مرکزی نشان می‌دهد که در راستای تامین کسری بودجه در مدت اخیر ده‌ها هزار میلیارد تومان اوراق بدهی منتشر شده است؛ به طوری که تاکنون هفت مرحله اوراق بدهی دولت حراج شده و بانک مرکزی مدعی است که توانسته از این طریق ۳۶ هزار میلیارد تومان کسری بودجه دولت را بدون آنکه نقدینگی جدیدی خلق شود، تامین کنند، البته قرار است برنامه تامین مالی کسری بودجه از طریق حراج هر هفته توسط بانک مرکزی برگزار شود و اوراق دولت به بانک‌ها و نهادهای مالی غیربانکی فروخته خواهد شد.

این مهم در حالی اتفاق افتاده که در بودجه امسال از ۵۷۱ هزار میلیارد تومان منابع عمومی دولت، سهم درآمدها (مالیات) و سایر درآمدها) ۲۸۸،۷ هزار میلیارد تومان، ۱۰۷ هزار میلیارد واگذاری دارایی سرمایه‌ای (فروش نفتی و واگذاری اموال دولتی) و ۱۷۴،۷ هزار میلیارد تومان واگذاری دارایی مالی تعیین شده است که در مقابل آن دو هزینه اصلی دولت شامل ۴۳۴ هزار میلیارد تومان هزینه جاری (عمدتا حقوق و دستمزد) و تا ۷۰ هزار میلیارد تومان بودجه عمرانی قرار دارد. به هر حال، کاهش قابل توجه قیمت نفت به همراه شیوع کرونا، درآمدهای مالیاتی دولت را تحت‌الشعاع قرار داد و از سوی دیگر ظاهرا درآمدهای مالیاتی طبق آنچه پیش‌بینی شده بود، محقق نشده است. همچنین رقم ۵۰ هزار میلیارد تومانی که قرار بود از محل واگذاری و فروش اموال دولتی برای بودجه محقق شود نیز تاکنون عملکرد کاملی نداشته و در مجموع باعث کسری بودجه شده است. با توجه به اینکه دولت نمی‌تواند دیگر روی درآمد نفتی مصوب به طور کامل حساب کند یا حتی همانطور که کارشناسان از قبل پیش‌بینی و به دولت هشدار داده بودند فروش اموال و املاک دولتی تا سقف ۵۰ هزار میلیارد تومان چندان قابل تحقق نیست، دولت ناچار است تا حد ممکن کسری بودجه خود را از محل فروش اوراق و سهام شرکت‌ها یا از این سو، حراج اوراق بدهی از سوی بانک مرکزی تامین کند.

در عین حال که صرفه‌جویی قابل توجهی از سوی دولت در بخش‌های مختلف باید انجام شود و به طور حتم بودجه‌های عمرانی می‌توانند از گزینه‌های ابتدایی کاهش هزینه‌ها باشند، چراکه بخش عمده هزینه‌های دولت مربوط به پرداخت حقوق و دستمزد است که صرفه‌جویی در آن چندان امکان‌پذیر نیست.

البته در کنار منابع عمومی، دولت مجوز عدم واریز ۱۶درصد سهم صندوق توسعه ملی از درآمدهای نفتی در سال جاری و استفاده در بودجه امسال را نیز در اختیار دارد که به کمک آن خواهد آمد. با وجود تخمین‌هایی که درباره کسری بودجه و راهکارهای تامین آن وجود داشته، تاکنون سازمان برنامه و بودجه گزارش رسمی درباره جزئیات کسری و نحوه تامین آن منتشر نکرده است.

با افزایش نرخ سود سپرده و انتشار اوراق ودیعه

بازار پول جذاب می‌شود



معاون اقتصادی بانک مرکزی در توضیح جزئیات بیشتر این اوراق گفت که هر ۱۰۰ هزار میلیارد ریال انتشار اوراق ودیعه، رشد پایه پولی و نقدینگی را به میزان ۲،۸ واحد درصد کاهش خواهد داد. او همچنین یادآور شد که ابعاد فقهی انتشار این اوراق قبلا در شورای فقهی بانک مرکزی به تصویب رسیده و در مهرماه ۱۳۹۷ نیز مجوز قانونی لازم از شورای عالی هماهنگی اقتصادی اخذ شده است.

انطور که قربانی اعلام کرده، بانک مرکزی قصد دارد ۵۰ هزار میلیارد تومان اوراق ودیعه منتشر کند که انتشار کل این مبلغ می‌تواند ۱۴ واحد درصد رشد نقدینگی را کاهش دهد. اوراق ودیعه ابزاری برای اعمال سیاست انقباضی پولی است که بر پایه عقد شرعی ودیعه طراحی می‌شود. طبق این قرارداد، صاحبان وجوه، منابع خود را جهت حفظ ارزش نزد بانک مرکزی به ودیعه می‌گذارند. بانک مرکزی نیز این وجوه را در قالب امانت (هم از نظر فیزیکی و هم از نظر ارزشی) بلوکه کرده و اجازه استفاده از آن را نخواهد داشت. در انتهای دوره دو ساله و با توجه به میزان تورم، کاهش ارزش وجوه جبران شده و معادل قدرت خرید وجوه در ابتدای دوره به صاحبان اوراق پرداخت خواهد شد.

تابلوی ایست مقابل رشد نقدینگی و افزایش تورم

افزایش نرخ سود بانکی و پیشنهاد انتشار اوراق ودیعه در حالی است که بازار ارز در دو روز پایانی هفته گذشته واکنشی به آن نشان نداد و قیمت دلار در آخرین روز هفته (پنجشنبه) در کانال ۲۳ هزار تومان باقی ماند. قیمت سکه تمام بهار آزادی نیز ۱۰ میلیون و ۷۵۰ هزار تومان بود. با این حال به نظر می‌رسد که برای اترسنجی دقیق سیاست‌های جدید بانک مرکزی بر بازار ارز و حرکت نقدینگی باید تا ادامه این هفته به انتظار نشست. درست است که میزان افزایش نرخ سود بانکی شاید به اندازه‌ای نیست که حالت ایجابی داشته باشد و برای معامله‌گران جذابیت بالایی ایجاد کند، اما حداقل در حالت سلبی می‌تواند از ورود نقدینگی بیشتر به بازار ارز و سکه جلوگیری کند. در شرایطی که این روزها معامله‌گران در حال کسب سودهای بیشتری در بازار ارز، سکه و بورس هستند، افزایش اندک نرخ سود سپرده شاید نتواند موج نقدینگی را به سمت بازار پول بکشانند، اما مطمئنا باعث ماندگاری سپرده‌ها و مانع خروج آنها از بانک‌ها خواهد شد، چراکه افرادی که تا پیش از این با افزایش قیمت ارز و کاهش ارزش پول ملی تصور می‌کردند سپرده ریالی‌شان در بانک‌ها روز به روز در حال کاهش ارزش است، حالا با تصمیم جدید شورای پول و اعتبار نسبت به ادامه سپرده‌گذاری و سرمایه‌گذاری در بازار پول اطمینان بیشتری پیدا می‌کنند.

سیاست‌گذار پولی با افزایش نرخ سود بانکی تمهیدی اندیشیده است تا از التهاب بازارهای موازی کم کند و روند انبساطی و رو به رشد نقدینگی را تعدیل نماید. تصمیم مدیران بانکی در کاهش نرخ سود سپرده در پایان فروردین‌ماه در شرایطی بود که هنوز بازار ارز و طلا دچار التهاب کنونی نشده نبود و قیمت دلار کانال ۲۰ هزار تومان و قیمت سکه مرز ۱۰ میلیون تومان را پشت سر نگذاشته بود، اما در حال حاضر افزایش سود بانکی تصمیم مناسب و کارآمدی در جهت مدیریت شاخص‌های کلان اقتصاد است. به عنوان مثال، اگر نرخ سود بانکی (تا پیش از تصمیم اخیر شورای پول و اعتبار) ۱۵درصد است و نرخ تورم طبق تازه‌ترین گزارش مرکز آمار بیش از ۲۷درصد است، این یعنی نرخ سود واقعی در اقتصاد ایران منفی ۱۲درصد است و پولی که در بانک گذاشته می‌شود، حداقل ۱۲ درصد در یک سال آینده از ارزش آن کم می‌شود بنابراین نرخ سود ۱۵ درصدی در شرایطی که مرکز آمار ایران، تورم خرد دامه امسال را ۲۷،۸ درصد اعلام می‌کند، عملا به منزله تابلوی ایست مقابل نقدینگی و خروج سپرده‌ها از بانک‌هاست. از همین روست که برخی از اقتصاددانان معتقدند سیاست‌گذار پولی می‌تواند با رصد شرایط و در صورت تشخیص، حتی بار دیگر نرخ سود بانکی را افزایش دهد.

پیشنهاد انتشار ۵۰ هزار میلیارد تومان اوراق ودیعه

انتشار اوراق ودیعه با سررسید دو ساله، دیگر برنامه‌ای است که بانک مرکزی در هفته‌ای که گذشت، از جزئیات آن خبر داد و این تصمیم در کنار افزایش نرخ سود سپرده، دو راهکار جدید سیاست‌گذار پولی برای جذب نقدینگی و ارسال سیگنال به بازارها به‌ویژه بازار ارز و سکه است. اوراق ودیعه برای نخستین بار است که منتشر می‌شود و احتمالا سود خوبی برای خریداران خواهد داشت که بیشتر از نرخ سود سپرده است؛ اوراقی که همگام با نرخ تورم تنظیم می‌شود و می‌تواند نگرانی صاحبان سرمایه از کم‌ارزش شدن پول را تا اندازه‌ای رفع کند. البته انتشار اوراق ودیعه منوط به مجوز شورای پول و اعتبار است و به گفته معاون اقتصادی بانک مرکزی، قرار است پیشنهاد آن در دستور کار شورای پول و اعتبار قرار گیرد.

صبح چهارشنبه گذشته بود که پیمان قربانی از پیشنهاد انتشار اوراق ودیعه دو ساله جهت مدیریت رشد نقدینگی و کنترل تورم خبر داد و گفت: بانک مرکزی در نظر دارد اوراق ودیعه با سررسید دو ساله را در راستای مدیریت رشد نقدینگی و کنترل تورم منتشر کند و بر این اساس پیشنهاد یادشده در شورای پول و اعتبار برای بررسی و اخذ مصوبه لازم طرح خواهد شد.

بوشهر کمترین و کهگیلویه و بویراحمد بیشترین نسبت را در فروردین امسال دارند

جغرافیای استانی نسبت تسهیلات به سپرده بانکی

اخیرا طبق بخشنامه بانک مرکزی در سوم اردیبهشت ۱۳۹۹، بانک‌ها و موسسات اعتباری غیربانکی که نسبت مجموع تسهیلات اعطایی آنها در هر استان به مجموع سپرده‌های آنها در همان استان کمتر از ۵۰درصد است، موظف شده‌اند در یک بازه زمانی معین حداکثر تا پایان سال ۱۴۰۰ نسبت مذکور را به حداقل ۵۰درصد برسانند، به طوری که حداقل ۵۰درصد منابع سپرده‌های قابل تخصیص در هر استان به همان استان اختصاص یابد.

به گفته معاونت اقتصادی اتاق بازرگانی تهران، در فروردین‌ماه امسال دو استان ایلام و کهگیلویه و بویراحمد نیز نسبت تسهیلات به سپرده‌ها (پس از کسر قانونی) بالاتر از ۱۰۰درصد را تجربه کرده‌اند. این نسبت برای ایلام ۱۰۲درصد و برای کهگیلویه و بویراحمد ۱۰۶درصد است. بیش از ۱۰۰درصد بودن این نسبت می‌تواند ریسک عدم ایفای تعهدات بانک‌ها را به همراه داشته باشد. همچنین نسبت تسهیلات به سپرده ۱۲استان نیز در فروردین ۱۳۹۹ نسبت به فروردین ۱۳۹۸ افزایش یافته است. این ۱۲ استان عبارتند از: زنجان، بزد، اراستان، خراسان جنوبی، سیستان و بلوچستان، خوزستان، قم، ایلام، مرکزی، خراسان رضوی، همدان و سمنان. بیشترین افزایش نیز مربوط به استان زنجان بوده که از ۸۰،۸درصد در فروردین ۱۳۹۸ به ۸۷درصد در فروردین ۱۳۹۹ رسیده است. نسبت تسهیلات به سپرده در استان تهران نیز در حالی از ۹۴،۷درصد در فروردین‌ماه پارسال به ۹۱،۹درصد در فروردین‌ماه امسال رسیده که علت مهم بالا بودن رقم تسهیلات و سپرده‌ها در پایتخت، استقرار دفاتر مرکزی اغلب شرکت‌ها و مؤسسات تولیدی سایر استان‌ها در استان تهران بوده است. میزان تسهیلات استان تهران در فروردین‌ماه امسال ۱۲۶۶،۶ هزار میلیارد تومان و میزان سپرده‌ها ۱۳۷۷،۹ هزار میلیارد تومان بوده است.

میزان سپرده‌های بانکی در پایان فروردین امسال ۲۴۹۳،۵ هزار میلیارد تومان و مانده تسهیلات (جاری و غیرجاری) ۱۹۵۷ هزار میلیارد تومان بوده که در مقایسه با اسفندماه ۱۳۹۸، سپرده‌ها ۲،۳درصد رشد و مانده تسهیلات ۱،۱درصد رشد کرده است. همچنین در مقایسه با فروردین ۱۳۹۸، سپرده‌ها با رشد ۳۳درصدی و مانده تسهیلات نیز با افزایش ۲۹،۵درصدی همراه بوده است. آمارهای مزبور حاکی از پایین بودن رشد مانده تسهیلات در برابر رشد سپرده‌هاست. براساس آمارهای بانک مرکزی، نسبت مانده تسهیلات بانکی به سپرده‌ها (پس از کسر سپرده قانونی)، در نیمه دوم سال ۱۳۹۸ نسبت به نیمه اول در سطح پایین‌تری قرار داشته است. اگرچه که در اسفندماه ۱۳۹۸ این نسبت جهش کوچکی را نسبت به چند ماه قبل تجربه کرده، اما در فروردین ۱۳۹۹ به سطح مشابه بهمن و دی ۱۳۹۹ بازگشته است. در فروردین ۱۳۹۹ نسبت مانده تسهیلات به سپرده‌ها ۷۸،۵درصد بوده و این مقدار نسبت به اسفندماه ۱۳۹۸ با کاهش ۰،۹ واحد درصدی همراه بوده است؛ این در حالی است که نسبت به بهمن ۱۳۹۸ تقریبا تغییر چندانی نداشته و تنها ۰،۱ واحد درصد بیشتر شده است، اما نسبت مانده تسهیلات به سپرده‌ها در فروردین ۱۳۹۹ در مقایسه با فروردین ۱۳۹۸، کاهش قابل توجهی (۲،۳ واحد درصد) داشته است. روند افت این نسبت نشان می‌دهد که به تناسب افزایش سپرده‌های بانکی، تسهیلات پرداختی افزایش قابل قبولی نداشته است. ۹ استان در فروردین ۱۳۹۹ میانگین نسبت مانده تسهیلات به سپرده‌ها کمتر از ۶۰درصد را داشته‌اند. این استان‌ها عبارتند از بوشهر، البرز، فارس، خوزستان، قم، خراسان رضوی، سیستان و بلوچستان، اصفهان و آذربایجان شرقی. کمترین رقم نیز به بوشهر با ۳۷،۷درصد تعلق دارد.

ایمان ولی‌پور
ایمیل: IvanKaramazof@yahoo.com

طرف کمتر از سه ماه، نرخ سود بانکی دو بار دست‌خوش تغییر شد و پس از آنکه از ابتدای اردیبهشت‌ماه و با تفاهم مدیران بانک‌ها نرخ سود سپرده کاهش یافت، حالا با تصمیم شورای پول و اعتبار مجددا افزایش پیدا کرده است. سه‌شنبه شب گذشته بود که شورای پول و اعتبار با هدف حفظ ارزش پول ملی و به پیشنهاد بانک مرکزی، با افزایش تنوع سپرده‌های بانکی موافقت کرد و سقف سپرده‌گذاری یک‌ساله را از ۱۵درصد به ۱۶درصد افزایش داد. این در حالی است که مدیران بانک‌ها در پایان فروردین‌ماه امسال نرخ سود سپرده را کاهش دادند و کاهش هزینه تجهیز منابع را دلیل این کاهش سود اعلام کردند. اما حالا با تصمیم تازه شورای پول و اعتبار، نرخ سود سپرده‌های بانکی افزایش یافت و علاوه بر آن، امکان سپرده‌گذاری دو ساله و سه ماهه نیز فراهم شد. در حالی که تا پیش از این، سپرده‌های بلندمدت حداکثر یک ساله بود، اما شورای پول و اعتبار هم‌اکنون این امکان را به بانک‌ها داده که اقدام به جذب سپرده‌ها در سررسید زمانی دو ساله با نرخ سود ۱۸درصدی کنند. همچنین امکان افتتاح حساب با سررسید زمانی سه ماهه و نرخ سود ۱۲درصدی نیز برای بانک‌ها فراهم شده است. در این بین، بیشترین افزایش نرخ سود در سپرده‌های شش ماهه اتفاق افتاده و نرخ سود از ۱۱درصد به ۱۴درصد افزایش پیدا کرده است. نرخ سود سپرده کوتاه‌مدت نیز با افزایش نرخ ۲درصدی به ۱۰درصد رسید. نرخ سود سپرده یکساله هم که پیش از این ۱۵درصد بود، یک درصد ارتقا یافت.

از افزایش نرخ سود تا تنوع‌بخشی به سپرده‌ها

دومینوی افزایش نرخ سود پس از بازار بین بانکی، بازار حراج اوراق دولتی و عملیات بازار باز، در هفته گذشته به بازار پول رسید. در هزار و دویست و نود و هفتمین نشست شورای پول و اعتبار، سقف نرخ سود سپرده افزایش یافت و بازار پول جذاب‌تر شد. شورای پول و اعتبار در این نشست به ریاست عبدالناصر همتی، در راستای دستیابی به هدف حفظ ارزش پول ملی و به پیشنهاد بانک مرکزی همچنین با افزایش تنوع سپرده‌های بانکی موافقت کرد. بر این اساس، با تصویب شورای پول و اعتبار، سقف سپرده سرمایه‌گذاری کوتاه‌مدت عادی ۱۰درصد، سپرده سرمایه‌گذاری کوتاه‌مدت ویژه سه ماهه ۱۲درصد، سپرده سرمایه‌گذاری کوتاه‌مدت ویژه شش ماهه ۱۴درصد، سپرده سرمایه‌گذاری با سررسید یک ساله ۱۶درصد و سپرده سرمایه‌گذاری با سررسید دو ساله ۱۸درصد تعیین شد.

نسبت مانده تسهیلات به سپرده‌های بانکی (پس از کسر سپرده قانونی) که در اسفند ۱۳۹۸ با افزایش یک واحد درصدی نسبت به بهمن ۱۳۹۸ حدود ۷۹،۴درصد بود، در فروردین ۱۳۹۹ مجددا کاهش یافت و با افت ۰،۹ واحد درصدی به سطح ۷۸،۵درصدی بازگشت. در میان استان‌های کشور، نسبت مانده تسهیلات به سپرده در استان‌های بوشهر و قم کمتر از ۵۰درصد بوده که با توجه به بخشنامه بانک مرکزی، کلیه بانک‌ها و موسسات اعتباری غیربانکی موظف شده‌اند این نسبت را به حداقل ۵۰درصد برسانند. این نسبت در دو استان ایلام و کهگیلویه و بویراحمد نیز بیش از ۱۰۰درصد است که می‌تواند گویای ریسک عدم توان بانک‌های این استان‌ها برای ایفای تعهدات‌شان باشد. بانک‌ها در هر اقتصاد نقش واسطه‌گری مالی را ایفا می‌کنند، بدین نحو که از طریق جمع‌آوری سپرده‌ها، این منابع را در قالب تسهیلات و با هدف تامین مالی به کسب و کارها اختصاص می‌دهند. یکی از شاخص‌هایی که وضعیت پرداخت تسهیلات در یک اقتصاد را مشخص می‌کند، نسبت تسهیلات به سپرده‌ها (LDR) است. این نسبت پایداری تامین مالی توسط بانک‌ها را ارزیابی می‌کند و معرف نسبت وام‌های پرداختی پوشش داده شده توسط سپرده‌های دریافت‌شده از مشتریان بانک است. عوامل مهم تاثیرگذار در این نسبت، روند تغییر تسهیلات، روند تغییر سپرده‌ها و وضعیت برگشت تسهیلات پرداختی است. زمانی که سرعت رشد سپرده‌ها بیشتر از رشد تسهیلات است، این نسبت کاهش یافته و زمانی که سرعت رشد تسهیلات از رشد سپرده‌ها بیشتر است، این نسبت افزایش می‌یابد. همچنین در شرایطی که میزان تسهیلات غیرجاری بانک‌ها افزایش (کاهش) می‌یابد، ریسک بانک برای پرداخت بیشتر تسهیلات، افزایش (کاهش) پیدا می‌کند.



دریچه

کاهش ۴۱ میلیارد دلاری درآمد نفتی در سال گذشته تحریم با درآمد نفتی ایران چه کرد؟

تازه‌ترین بولتن آماری سالانه اوپک نشان می‌دهد که درآمد سالانه نفت ایران در سال ۲۰۱۹ نسبت به سال ۲۰۱۸ بیش از ۴۱ میلیارد دلار کاهش یافته است. به گزارش وزارت نفت، سازمان کشورهای صادرکننده نفت (اوپک) در بولتن آماری سالانه این سازمان که به تازگی منتشر شده است درآمدهای نفتی کشورهای عضو اوپک را از سال ۲۰۱۵ تا ۲۰۱۹ منتشر کرد. براساس این جدول، درآمد نفتی ایران در سال ۲۰۱۵ تا ۲۰۱۹ به ترتیب ۲۷ میلیارد و ۳۰۸ میلیون دلار، ۴۱ میلیارد و ۱۲۳ میلیون دلار، ۵۲ میلیارد و ۷۲۸ میلیون دلار، ۶۰ میلیارد و ۵۱۹ میلیون دلار و ۱۹ میلیارد و ۲۳۳ میلیون دلار بوده است. همچنین در سال ۲۰۱۹ عراق بیش از ۸۰ میلیارد دلار، عربستان بیش از ۲۰۲ میلیارد دلار، امارات بیش از ۴۹ میلیارد دلار و کویت بیش از ۵۲ میلیارد دلار درآمد نفتی داشته‌اند.

پیش‌بینی شکست رکورد مصرف در هفته پیش رو

هفته‌ای با مصرف هشدارآمیز برق گذشت

در هفته‌ای که گذشت، بارها پیک روزانه مصرف برق از مرز ۵۷ هزار مگاوات گذشت و در چندین شب شاهد ثبت پیک مصرف شبانه برق بیش از ۵۶ هزار مگاوات بودیم و در مجموع هفته‌ای با مصارف هشدارآمیز برق را پشت سر گذاشتیم. براساس گزارش‌های رسمی شرکت مدیریت شبکه برق ایران، روز شنبه ۲۱ تیرماه روز به‌مصرفی از نظر مصرف برق بود. در این روز پیک روزانه به ۵۷ هزار و ۹۴ مگاوات و پیک شبانه به ۵۶ هزار و ۹۰۹ مگاوات رسید. در روزهای یکشنبه و دوشنبه نیز پیک مصرف برق زیر ۵۶ هزار و ۵۰۰ مگاوات بود اما روز سه‌شنبه بار دیگر پیک مصرف برق از مرز ۵۷ هزار مگاوات گذشت و در میانه این روز به ۵۷ هزار و ۳۹۶ مگاوات رسید. همچنین در روز چهارشنبه پیک مصرف لحظه‌ای برق در رقمی بالاتر از ۵۷ هزار مگاوات و به میزان ۵۷ هزار و ۱۱۷ مگاوات ثبت شد. روز پنجشنبه هم پیک مصرف برق با کاهشی قابل توجه به ۵۵ هزار و ۴۳۷ مگاوات رسید. با توجه به پیش‌بینی‌های سازمان هواشناسی مبنی بر ادامه گرمای هوا و پایداری هوای گرم در هفته پیش رو، نگرانی‌ها از رشد بیش از پیش مصرف برق در کشور وجود داشته و پیش‌بینی‌ها از ثبت رکوردهای جدید مصرف برق در هفته جاری حکایت دارد.

دشمن جدید بازار خودرو را بشناسید

زیان دورکاری به خودروسازی

طبق مطالعات جدید، رواج فرهنگ کار از خانه و خرید آنلاین به عادت جدیدی تبدیل شده و رانندگی در آمریکا را حداکثر ۲۷۰ میلیارد مایل در سال کاهش خواهد داد. به گزارش ایسنا، این تحقیقات که توسط شرکت مشاوره «کی پی ایم جی اینترنشنال» انجام شده، نشان می‌دهد فرهنگی که در پی شیوع بیماری کووید- ۱۹ به وجود آمده رفتنی نیست و حتی اگر واکسنی برای درمان این بیماری تولید شود، حفظ خواهد شد و احتمالاً تبعات وخیمی برای صنعت خودرو خواهد داشت و تنها در آمریکا باعث می‌شود حدود ۱۴ میلیون دستگاه خودرو از جاده‌ها ناپدید شوند. در اوج بحران شیوع ویروس کرونا در آوریل، آمریکایی‌هایی که در خانه ماندند، ۶۴درصد مسافت کمتری با خودرو پیمووند که افت کم‌مسافتی‌ای در زمینه سفر با خودرو بود. عادت‌های جدید سخت‌جان خواهند بود و باعث کاهش دائمی سفر با خودرو به مسافت حداقل ۳ تریلیون مایل در سال و کاهش مالکیت خود به دو خودرو به ازای هر خانواده شد. به گفته گری سلیبرگ، مدیر بخش خودروی جهانی کی پی ایم جی، تغییر عادت‌ها باعث خواهد شد سالانه حدود یک میلیون دستگاه از فروش خودروهای سواری و کامیون‌ها کاهش پیدا کند. آمریکایی‌ها در پنج سال گذشته هر سال بیش از ۱۷ میلیون دستگاه انواع خودروها را خریداری کرده‌اند. انجمن فروشندگان خودروی آمریکا پیش‌بینی کرده که فروش خودرو امسال به دلیل تبعات اقتصادی منفی شیوع کووید- ۱۹، به ۱۳ میلیون دستگاه کاهش پیدا می‌کند. در شرایطی که صنعت خودرو تلاش می‌کند خود را از خلأ ناشی از تعطیلی دوران قرنطینه خلاص کند، کاهش احتمالی فروش یک میلیون دستگاه خودرو بزرگ به نظر می‌رسد. براساس گزارش بلومبرگ، نکته مثبت این تغییرات، رونق بازار کامیون‌های تحویل کالا به دلیل رشد خرید آنلاین است. خودروسازان روی این تغییر حساب باز کرده‌اند و فورد موتور و فولکس واگن در حال طراحی خودروهای خودران و خودروهای برقی شامل ون‌های تحویل کالا هستند. استارت‌آپ‌هایی نظیر ریویان اتوموتیو با امضای قراردادهایی برای فراهم کردن ۱۰۰ هزار خودرو برای شرکت آمازون، وارد این بازار تجاری رو به رشد شده‌اند.

کمتر از ۱۰ روز فرصت باقی است

۵ مردادماه آخرین مهلت ثبت‌نام وام کرونا

براساس مصوبه بیست و یکمین جلسه کارگروه مقابله با پیامدهای اقتصادی ناشی از شیوع کرونا، مهلت ثبت‌نام کسب‌وکارهای دارای بیمه و فاقد بیمه در سامانه کار تا ۵ مردادماه تمدید شد. به گزارش تسنیم، محمد شریعتمداری وزیر کار درباره تسهیلات حمایتی کرونا گفت: کرونا مسئله‌ای است که تمام مشاغل در سراسر دنیا لطمه خوردند، براساس بررسی‌های سازمان جهانی کار در سه ماهه دوم از سال ۲۰۲۰ بین ۴۰۰ تا ۶۰۰ میلیون شغل تمام وقت در جهان تحت تاثیر کرونا قرار گرفتند. یعنی ۸۱درصد نیروی کار جهان تحت تاثیر قرار گرفتند و همینطور ۶۰درصد درآمدها تحت تأثیر جدی قرار گرفتند. موضوع بسیار مهمی است. او از تمدید مهلت ثبت نام و پرداخت تسهیلات ویژه کرونا خبر داد و گفت: در صورتی که فردی در اثر کرونا بیکار شده و بیکاری‌اش ادامه دارد برای دریافت مقرری باید به سامانه بیمه بیکاری مراجعه و ثبت نام کند و در صورتی که تأیید شود مشمول مقرری خواهد شد. تمدید مهلت ثبت نام و پرداخت تسهیلات ویژه کروناپی در حالی از سوی وزیر کار اعلام شد که براساس مصوبه بیست‌ویکمین جلسه کارگروه مقابله با پیامدهای اقتصادی ناشی از شیوع کرونا، مهلت ثبت‌نام کسب‌وکارهای دارای بیمه و فاقد بیمه در سامانه کار، تا ۵ مردادماه تمدید شد. مقاضیان برای دریافت تسهیلات باید به سامانه کارا به نشانی kara.mcls.gov.ir مراجعه کنند.

در سال نخست، شهرهای بالای ۱۰۰هزار نفر و در سال دوم تمام شهرها مشمول مالیات می‌شوند

مالیات، خانه‌های خالی را پر می‌کند؟



می‌شوند. یکی از راهکارهای کوتاه‌مدت عرضه مسکن این است که

مسکن‌های موجودی را که عرضه نمی‌شوند، برای عرضه در بازار تحریک کنند. در قانون مالیاتی سال ۹۴ این الزام را آورده‌ایم و سامانه املاک و اسناد کشور را برای پشتیبانی مجموعه‌ای از خدمات از جمله مالیات بر خانه‌های خالی مکلف کرده‌ایم.

این نماینده مجلس ادامه داد: به علت ضعف سامانه املاک و اسناد و هم به جهت نرخ غیر بازرارنده در سال ۹۴ در اخذ مالیات موفق نبودیم. در سال ۹۵ بالغ بر ۲٫۵ میلیون خانه خالی نشان‌دهنده افزایش چهار برابری خانه‌های خالی بود، اما اکنون آمار دقیقی مبنی بر افزایش خانه‌های خالی در دست نیست بنابراین رفع ابهامات طرح مجلس منوط به اثربخش کردن مالیات و شناسایی دقیق‌تر خانه‌های خالی است که همکاری دستگاه‌ها و خوداظهاری مالکان را می‌طلبد.

به گفته او، در سال اول اجرای این طرح شهرهای بزرگ و بالای ۱۰۰هزار نفر مشمول می‌شوند که مسئله مسکن جدی‌تری است، ولی از سال دوم تمام شهرهای کشور مشمول مالیات بر خانه‌های خالی خواهند بود. برای خانه‌های نوساز تا یک سال بعد از اخذ پروانه ساخت و پایان کار فرصت عرضه و اعلام دارند برای واحدهای غیرنوساز نیز شش ماه فرصت داده‌ایم. براساس این قانون سازندگان مسکن و انبوه‌سازان و مردمی که از محکترین به شمار نمی‌روند، اما محکمرانی که بالغ بر ۱۰۰ یا ۲۰۰ واحد مسکونی دارند و عرضه نمی‌کنند را مشمول این قانون و اخذ مالیات بر خانه‌های خالی خواهند شد.

نایب رئیس کمیسیون اقتصادی مجلس افزود: چون دستگاه‌های اجرایی از جمله ثبت و اسناد املاک و سازمان ثبت احوال کشور اطلاعات افراد را دارند مکلف شده‌اند با الزام جدی اطلاعات را بدون پیش‌شرط و دریافت وجه در اختیار سامانه املاک و اسکان بگذارند و در صورت تخلف کارکنان دستگاه‌ها براساس قانون مجازات‌های اسلامی محکوم خواهند شد، اما برای شهروندان از ابزار مالیات و ارائه خدمات استفاده شده است که برای کسب اطلاعات افرادی که اطلاعات نمی‌دهند یا اطلاعات غلط بدهند مجازات مالیات بیش از خانه خالی خواهند شد.

خاندوزی اضافه کرد: اگر افراد بداندند که اگر اطلاعات خانه خالی خود را ابراز نکنند مشمول مالیات اضافه خواهند شد برای ارائه اطلاعات ترغیب خواهند شد و اطلاعات به سامانه املاک کشور منتقل خواهد شد. همچنین از زمان تصویب قانون به بعد خانه‌های خالی مشمول مالیات اضافی خواهند شد بنابراین با قوانین مالیاتی و خدماتی امید می‌رود نسبت به وضع فعلی با همکاری دستگاه‌های اجرایی تا یکی دو سال آینده شاهد تحول جدی در شفافیت سکونت خواهیم بود.

چین در کدام بخش‌ها می‌تواند در ایران سرمایه‌گذاری کند؟

مهم‌ترین مزایای توافق ایران و چین

شده به راحتی روابط میان ایران و آمریکا عادی نخواهد شد و اروپا هم ثابیت کرده در چنین چالش‌هایی نهایتاً در کنار آمریکا خواهد بود. به بیان دیگر غرب نمی‌تواند با وضعیت فعلی شریکی قابل اعتماد برای کشور باشد و رابطه تجاری میان دو طرف به راحتی ممکن است از بین برود.

به گفته این مدرس دانشگاه، عربستان سعودی یکی از نزدیک‌ترین روابط را در خاورمیانه با غرب دارد اما قراردادهای بلندمدت فروش نفت خود را با کشورهای جنوب و جنوب شرقی آسیا می‌بندد. حتی ترکیه و روسیه علی‌رغم تنش‌هایی که از شلیک به هواپیما روسی پیش آمده با هم روابط اقتصادی بلندمدت داشته و دارند. در جهان امروز کشورها به دنبال شرکای بلندمدت می‌گردند ولو آنکه از نظر سیاسی همگن نباشند. حَوشناس با بیان اینکه این مسئله در ایران مورد توجه کافی نبوده است، گفت: این در حالی است که در همسایگان ایران در بلوک‌های متعددی عضو می‌شوند. این نگرش که ایران صرفاً باید با برخی از کشورهای خاص مرتبط باشد چندان منطقی نیست. نمی‌توان کل کشور و مردم را منتظر نگه داشت تا نتیجه برجام مشخص شود و سپس به دنبال توسعه بود.

استاندار استان گلستان با اشاره به دوره‌های حساس پس از انقلاب گفت: در این مدت دوران متعددی داشتیم که همگی حساس بودند اما نمی‌توانیم رفع مشکلات اقتصادی را به روزهایی حواله دهیم که همه چیز خوب و آرام باشد. امروز ما در بخش انرژی و معادن نیازمند تکنولوژی هستیم. اینها ی در دست غرب است و یا چین و ژاپن. وقتی غرب حاضر نمی‌شود حتی به تعهداتش پایبند بماند چاره‌ای نیست جز

فرصت امروز: قانون مالیات بر خانه‌های خالی در سال ۱۳۹۴ تصویب شد و قرار بود که از سال ۱۳۹۵ اجرایی شود اما به دلیل فراهم نبودن زیرساخت‌ها فراموش شد، تا بهمن‌ماه سال گذشته که وزارت راه و شهرسازی از سامانه املاک و اسکان رونمایی کرد. با اینکه طبق گفته وزیر راه و شهرسازی، قرار است اولین برگه‌های مالیاتی در همین تابستان امسال به درب خانه‌های خالی برسد اما به دلیل شناسایی نشدن واحدهای خالی در سامانه املاک و اسکان هنوز این اتفاق رخ نداده است. هفته گذشته نیز مجلس یازدهم کلیات طرح مالیات بر خانه‌های خالی را تصویب کرد و به نظر می‌رسد مالیات‌گیری از خانه‌های خالی جزو معدود برنامه‌هایی است که دولت و مجلس در مورد آن تفاهم دارند.

در این بین با اینکه درباره کلیات این طرح میان کارشناسان و مسئولان توافق نظر وجود دارد، اما کارشناسان در مورد ضرایب مالیاتی که برای واحدهای خالی از سکنة تعیین شده، نقد دارند و معتقدند بازدارندگی لازم را ندارد. به اعتقاد آنها، در کشورهای اروپایی برای خانه یا خودروهای دوم و بیشتر به قدری مالیات می‌بندند که به جز معدودی از سرمایه‌داران بزرگ، کسی قادر به نگه داشتن چند خانه یا چند ماشین نیست. به همین دلیل، تعداد خانه‌های خالی در اغلب کشورهای اروپایی کمتر از ایران است و این در حالی است که مسکن در اروپا به کالایی مصرفی و در ایران به کالایی سرمایه‌ای تبدیل شده است.

جزئیات طرح مالیات از خانه‌های خالی به تازگی در برنامه‌ای تلویزیونی بررسی شد و سه نفر از مسئولان درباره جزئیات آن صحبت کردند. ابتدا نایب‌رئیس کمیسیون اقتصادی مجلس از اجرای این طرح در شهرهای بالای ۱۰۰ هزار نفر خبر داد و گفت که مالیات‌گیری از خانه‌های خالی در سال نخست در شهرهای بالای ۱۰۰ هزار نفر اجرا می‌شود. مدیرکل دفتر اقتصاد مسکن وزارت راه و شهرسازی نیز به مشوق‌های بازار اجاره اشاره کرد و گفت که مالکیتی که تا شهریورماه خانه‌های خالی خود را ارائه کنند از مالیات معاف شده و همچنین قراردادهای اجاره سه ساله از مالیات‌های بخش مسکن معاف خواهند شد. در پایان نیز معاون امور مالیاتی با اشاره به جرایم مالیاتی گفت که اگر در این طرح واحدی اجاره داده نشود مشمول مالیات شده و به میزان مبلغ اجاره مدتی که خانه خالی می‌ماند مشمول جریمه خواهد شد.

جزئیات طرح دریافت مالیات از خانه‌های خالی

سید احسان خاندوزی، نایب رئیس کمیسیون اقتصادی مجلس با ارائه جزئیاتی از طرح اخذ مالیات از خانه‌های خالی گفت: در سال اول اجرای این طرح، شهرهای بزرگ و بالای ۱۰۰هزار نفر مشمول

توافق ۲۵ ساله ایران و چین گرچه در حد یک پیش‌نویس و توافق اولیه است اما سر و صداهای فراوانی بر پا کرده است. سخنان محمود احمدی‌نژاد شاید اولین موضع‌گیری علیه آن بود که دامنه آن به داخل مرزها یا حامیان نظام سیاسی کشور محدود نماند. این میان معلوم نشد چطور رئیس جمهوری اسبق که خود پیش از اعمال تحریم‌های دهه ۹۰ بیشترین روابط سیاسی و اقتصادی را با دولت‌های چپ‌گرای آمریکای لاتین و یا شرق آسیا داشت چگونه تغییر قطب نما داده است. به نظر می‌رسد فعالان بخش خصوصی نیز از این توافق نسبتاً راضی هستند. در این میان نکته این است که نیازهای اقتصاد ایران چیست و چین در کدام بخش‌ها می‌تواند به توسعه ایران یاری رساند.

هادی حق‌شناس در پاسخ به این سوال به خیرآنلاین، گفت: نکته مهمی که باید به آن توجه شود این است که توافق اخیر با چین نه محصول سال ۹۹ بلکه دقیقاً در زمان قدرت ایران- و پس از امضای برجام حین سفر رئیس جمهوری چین به ایران در سال ۹۶ مطرح شد. در نتیجه باید توجه داشت که مسئله را نباید در نگاه‌های جناحی به این شکل حلاجی کرد. از سوی دیگر توافق با چین اولین قرارداد بلندمدت ایران با کشورهای دیگر نیست. یک دهه پیش میان ایران، پاکستان و هند خط لوله صلح به مرحله اجرا رسید. دو دهه است با قزاقستان سوآپ نفتی داریم و همین مدت از توافق میان ایران ترکمنستان و ایران ترکیه برای خط لوله گاز اجرا شده است. علاوه بر این بحث‌های حول کریدور شمال – جنوب و شرق – غرب هم بیش از ۲۰ سال قبل در کشور مطرح شده است. لذا این اولین توافق بلندمدت ایران نیست. این کارشناس اقتصادی ادامه داد: همچنین در چهار دهه اخیر ثابت

تحولات بازار سکه و طلا در هفته‌ای که گذشت

حباب سکه چقدر است؟

به گفته دبیر اتحادیه طلا و جواهر تهران، افزایش نرخ ارز و قیمت‌های جهانی و کاهش ارزش ریال، عاملان افزایش ۳۵۰ هزار تومانی قیمت سکه در طول یک هفته هستند و این در حالی است که هر قطعه سکه، با حباب یک میلیون تومانی دادرست می‌شود.
نادر بذرافشان در رابطه با وضعیت یک هفته اخیر بازار سکه و طلای داخلی به ایسنا، گفت: در طول هفته‌ای که گذشت، به طور میانگین قیمت هر اونس جهانی ۲۲ دلار افزایش قیمت داشت. علاوه بر این، افزایش نرخ ارز و به دنبال آن کاهش ارزش ریال در برابر دلار سبب شد روند قیمت‌ها در بازار سکه و طلای داخلی روندی صعودی داشته باشد.

دبیر هیات مدیره اتحادیه طلا و جواهر تهران ادامه داد: از اوایل هفته تا حدودی به دلیل کاهش ارزش ریال به جهت سرمایه‌گذاری، تقاضا برای سکه افزایشی بود که این عامل نیز بی‌تأثیر در افزایش قیمت‌ها نبود. این در حالی است که تقاضا برای خرید مصنوعات طلا به حداقل رسیده و سبب تعطیلی بسیاری از واحدهای تولیدی و توزیعی ما شده است. البته این افزایش تقاضا به شکل قدیم نیست و مردم برای خرید طلا گرمی یک میلیون تومان یا هر قطعه سکه ۱۱ میلیون تومان، قدرت خرید ندارند اما با توجه به جنبه سرمایه‌گذاری برای حفظ ارزش پول ملی برخی اقدام به خرید سکه کرده‌اند.

این عضو هیات مدیره اتحادیه طلا و جواهر تهران درباره تغییرات قیمتی در طول هفته، گفت: در طول هفته هر قطعه سکه حدود ۳۵۰ هزار تومان، نیم سکه حدود ۲۷۰ هزار تومان، ربع سکه ۲۴۰ هزار تومان و هر گرم طلای نیز ۲۴ هزار تومان افزایش قیمت داشته‌اند. در حال حاضر حباب سکه برای هر قطعه به یک میلیون تومان رسیده است.

به گفته وی، آخرین قیمت‌ها در روز پنجشنبه گذشته بدین صورت است که هر قطعه سکه تمام بهار آزادی طرح جدید ۱۱ میلیون تومان، هر قطعه سکه تمام بهار آزادی طرح قدیم ۱۰ میلیون و ۲۵۰ هزار تومان قیمت دارند. همچنین قیمت نیم سکه ۵میلیون و ۵۰۰ هزار تومان، ربع سکه نیز ۳میلیون و ۲۶۰ هزار تومان و سکه‌های یک گرمی نیز یک میلیون و ۷۶۰ هزار تومان است. همچنین هر گرم طلای ۱۸ عیار در آخرین معاملات انجام شده یک میلیون و ۳۵ هزار تومان قیمت داشته و هر مثقال طلا نیز ۴ میلیون و ۴۸۰ هزار تومان قیمت داشته است. در بازار جهانی نیز هر اونس طلا ۱۸۰۱ دلار ثبت شده است.

بذرافشان تصریح کرد: علاوه بر اینکه صفر شدن معاملات مصنوعات طلا سبب آسیب به واحدها شده و بسیاری از آنها را تعطیل کرده است، این افزایش قیمت‌ها نیز سبب ضرر و زیان بسیار آنها شده است. به طور مثال واحدی در آخرین معامله روز خود سکه را ۱۰میلیون و ۷۷۰ هزار تومان فروخته است، فردای همان روز ابتدای صبح قیمت گرفته‌ایم و ۱۰ میلیون و ۸۹۰ هزار تومان شده تا خواست‌ایم خریداری کنیم به ۱۰ میلیون و ۹۸۰ تا ۱۱ میلیون تومان رسیده است. این تغییرات ساعتی باعث متضرر شدن همکاران ما خواهد شد و سودی که حاصل نمی‌شود، برای خرید مجدد باید میلی هم از جیب بگذار. دبیر هیات مدیره اتحادیه طلا و جواهر تهران تأکید کرد: چنانچه همچون سنوات گذشته، بانک مرکزی ورود و نظارت کند، بسیار بر التهابات بازار و روند افزایشی قیمت‌ها تأثیر گذار خواهد بود؛ لذا خواسته ما از رئیس بانک مرکزی این است بر این موضوع ورود کرده و با صحبت در این رابطه مانع افزایش بیشتر قیمت‌ها شوند. گفتنی است در اولین روز هفته‌ای که گذشت، قیمت هر قطعه سکه تمام بهار آزادی طرح جدید ۱۰ میلیون و ۴۸۰ هزار تومان، هر قطعه سکه تمام بهار آزادی طرح قدیم نیز ۹ میلیون و ۵۰۰ هزار تومان، نیم سکه و ربع سکه نیز به ترتیب ۵ میلیون و ۲۵۰ هزار تومان و ۳ میلیون و ۵۰ هزار تومان، سکه‌های یک گرمی یک میلیون و ۶۵۰ هزار تومان و هر گرم طلای ۱۸ عیار نیز ۹۶۴ هزار تومان معامله شده‌اند.

سخنگوی سهام عدالت خبر داد

حداقل ارزش فروش سهام عدالت ۲,۵ میلیون تومان است

کسانی که سهام عدالت ۵۰۰ هزار تومانی داشتند و اقدام به فروش ۳۰درصدی سهام خود کرده‌اند، باید حداقل ۲,۵ میلیون تومان دریافت کنند. اگر مبالغ واریزی کمتر از این است باید بار دیگر به محلی که سفارش داده‌اند مراجعه کنند. سخنگوی سهام عدالت درباره علت واریز نشدن مبلغ فروش ۳۰درصد از سهام عدالت برای برخی از سهامدارانی که سفارش فروش‌شان را ثبت کرده‌اند، به سنا گفت: اولویت ما در شرکت سپرده‌گذاری، حفاظت از وجوه دارایی‌های مردم است. در فروش سهام وسواس زیادی به خرج می‌دهیم که مبلغ موردنظر حتماً به حساب همان فرد واریز شود بنابراین اگر به عنوان مثال شماره شب‌ا اشتباه باشد، راکد باشد یا به دلیل دستورات قضائی مسدود شده باشد امکان واریز وجه وجود ندارد. حسین فهیمی ادامه داد: از مجموع بیش از یک میلیون نفری که سفارش فروش سهام عدالت‌شان را ثبت کرده‌اند، تنها ۳ هزار نفر دچار مشکل شدند یعنی شماره شب‌ای‌شان به گونه‌ای است که امکان واریز وجه وجود ندارد (یا مسدود است یا راکد است یا به دلایل دیگر نمی‌توان وجه را به حساب آنها واریز کرد) درباره این عزیزان، هم بانک‌ها و هم کارگزاری‌هایی که سفارش فروش را دریافت کرده‌اند تلاش می‌کنند از طریق تماس و ارتباط با آن سهامدار، اطلاعات صحیح دیگر از جمله حساب مطمئن را از او دریافت کنند. او درباره نحوه فروش سهام عدالت افراد زیر ۱۸ سال نیز گفت: در راستای حفاظت از دارایی‌ها، یکی از دشواری‌ها افراد زیر ۱۸ سال است. دشواری کار اینجا است که فرد مورد نظر نمی‌تواند سفارش‌گذاری کند بلکه باید فرد دیگری از طرف او سفارش‌گذاری را انجام دهد بنابراین ما باید بدانیم فردی که سفارش را ثبت می‌کند آیا ولی یا قیم قانونی این شخص است یا خیر. برای فروش سهام عدالت هم این فرد زیر ۱۸ سال و هم ولی یا قیم باید نام درج کنند و احراز هویت شوند. بعد از احراز هویت، کارگزاری‌ها این امکان را دارند که اطلاعات سجام را مینا قرار دهند و سفارش فروش را تأیید کنند.

از بهانه‌تراشی تا موانع تحریمی



آیا صادرکنندگان متخلف، ارز ۴۲۰۰ تومانی گرفته بودند؟

فریال مستوفی، عضو هیات نمایندگان اتاق تهران درباره مشکلات در تامین منابع ارزی واردات ضروری کشور گفت: «همده درآمد ارزی کشور در سال‌های گذشته حاصل از صادرات نفت بوده، به همین علت معمولاً کشور دچار مشکلات ارزی برای واردات نشده است.» او با یادآوری اینکه صادرات نفت کشور بین ۸۰ تا ۹۰ میلیارد دلار بوده که ارز موردنیاز برای واردات را جبران می‌کرد، افزود: «در حال حاضر به دلیل تحریم‌ها، کاهش صادرات نفت و پایین آمدن قیمت نفت، درآمد ارزی کشورمان کم شده و به همین علت توجه بیشتری به صادرات کالاهای غیرنفتی شده است.» مستوفی مقدار محاسبه‌شده صادرات کالاهای غیرنفتی کشور را تقریباً بین ۳۵ تا ۴۰میلیارد دلار دانست و گفت: «صادرات غیرنفتی شامل پتروشیمی و میعانات نفتی و گازی هم بوده که به نوعی وابستگی به نفت نیز دارند بنابراین ما به اندازه همین مبلغ تخمینی نیاز به واردات داریم. وقتی صادرات کم باشد، نمی‌توانیم ارز موردنیاز برای واردات را جبران کنیم، به همین دلیل دولت به دنبال فشار به صادرکنندگان است که به نوعی هم درست است.» عضو هیات نمایندگان اتاق تهران با اشاره به مشکلات صادرکنندگان گفت: «در هر جامعه و سیستمی معمولاً افراد خطاکار وجود دارند اما نمی‌توانیم همه را مجرم بشماریم. اگر این افراد خطاکار را کنار بگذاریم، صادرکنندگانی هستند که واقعاً علاقه‌مند هستند ارز حاصل از صادرات را به کشور بازگردانند اما موانعی دارند.»

او ادامه داد: «یک مشکل اساسی صادرکنندگان در حال حاضر مسئله نقل و انتقالات بانکی است که به علت تحریم‌ها انجام نمی‌شود یا به سختی انجام می‌شود. بسیاری از صادرکنندگان به علت مشکلات بانکی به راحتی نمی‌توانند ارز را به کشور بازگردانند و باید از سیستم‌های دیگر مانند صرافی و راه‌های غیرمعمول اقدام کنند که زمان‌بر است. از طرف دیگر صادرکننده‌ها برای اینکه هزینه‌های تولید و مواد اولیه را باید با نرخ آزاد دلار متحمل شوند، دچار مشکل هستند. در حال حاضر برای یک تولیدکننده مواد اولیه، کارگر، زمین و ... با نرخ دلار آزاد محاسبه می‌شود. وقتی تفاوت نرخ بین بازار آزاد و نرخ نیمایی زیاد باشد، تمایل صادرکنندگان این است که بابت صادرات ریال بیشتری بگیرند تا بتوانند هزینه‌های دیگر تولید را تامین کنند.»

وی به تفاوت رقم اعلامی بین بانک مرکزی و صادرکنندگان بابت ارز که هنوز به کشور بازنگشته اشاره کرد و گفت: «بانک مرکزی اعلام کرده ۲۷,۵ میلیارد دلار ارز حاصل از صادرات به کشور بازنگشته است آن هم در حالی که رقم اعلامی صادرکنندگان کمتر از این مقدار بوده و شبهه‌هایی مبنی بر این وجود دارد که این اختلاف در مبالغ مربوط به افرادی است که ارز ۴۲۰۰ تومانی از دولت دریافت کرده‌اند.»

عبدالنصر همتی، رئیس کل بانک مرکزی در صفحه اینستاگرام خود به تصمیم‌های جدید ارزی اشاره کرده و نوشت: «جلسه کمیته موضوع بند-۲ مصوبه شورای عالی هماهنگی اقتصادی درخصوص چگونگی برگشت ارز صادرکنندگان دو تصمیم مهم داشت: ۱. مهلت برگشت ارز صادراتی چهار ماه بعد از صدور پروانه صادراتی است. برای تشویق صادرکنندگانی که سه ماه بعد از صدور پروانه صادراتی، ارز خود را برگردانند، تعهدهای ارزی آنها، بر مبنای ۹۰درصد ارزش پایه صادراتی محاسبه خواهد شد. ۲.صادرکنندگانی که در مهلت تعیین شده بعد از تاریخ پروانه صادراتی، نسبت به برگشت ارز به چرخه اقتصاد اقدام نکرده‌اند، مکلفند باقیمانده تعهدهای خود را در بازار دوم (سامانه نیما) به نرخ روز پایانی مهلت خود در بازار دوم یا قیمت روز بازار در هنگام ایفای تعهد، هر کدام که کمتر بود، به بانک مرکزی بفروشند.»

اما عدم بازگشت ارز به اعتقاد برخی کارشناسان به تفاوت نرخ نیمایی، بازار آزاد و سنا برمی‌گردد که به نظر می‌رسد تصمیم اول شورای عالی هماهنگی اقتصادی نیز به همین مسئله مربوط است. در حال حاضر با نرخ دلار ۲۳ هزار تومانی در بازار آزاد، این اختلاف به بیش از ۵ هزار تومان رسیده است که صادرکنندگانی که طبعاً تمایل به کسب سود بیشتر دارند را دچار تردید می‌کند، با این حال بانک مرکزی تلاش دارد نرخ دلار نیمایی پایین باشد و در تامین واردات و کالاهای موردنیاز کشور هزینه‌ها افزایش زیادی نداشته باشد.

طبق بسته سیاسی «نحوه برگشت ارز حاصل از صادرات سال ۱۳۹۹ و رفع تعهدات ایفا نشده سال‌های ۱۳۹۷ و ۱۳۹۸» که توسط وزیران نفت، امور اقتصادی و دارایی، صنعت، معدن و تجارت، رئیس‌ان سازمان برنامه و بودجه و بانک مرکزی تصویب شده، صادرکنندگان موظف به فروش حداقل ۸۰درصد از ارز حاصل از صادرات خود به شکل حواله ارزی در سامانه نیما و حداکثر ۲۰درصد آن در قالب اسکناس در سامانه سنا هستند. این افراد باید حداکثر تا چهار ماه پس از صدور پروانه صادراتی گمرک جمهوری اسلامی ارز خود را به چرخه اقتصادی کشور بازگردانند.

رتبه‌بندی صادرکنندگان توسط وزارت صنعت، تعیین تکلیف صادرات از محل ورود موقت، تفویض مسئولیت به وزارتخانه‌های نفت، صنعت، کار، دفاع، کشاورزی و سایر نهادهای عمومی غیردولتی برای بازگرداندن ارز حاصل از صادرات مجموعه‌های تحت مدیریت یا پوشش آنان، از دیگر مصوبه‌های این بسته سیاسی است. همچنین اعلام شد: صادرکنندگانی که بر مبنای این بسته سیاستی ارز خود را به چرخه اقتصاد داخلی بازگردانند، از هرگونه خدمات دستگاه‌ها و سازمان‌های اجرایی، بانک‌های عامل و شبکه صرافی‌ها محروم خواهند شد.

چرا ارز صادرکنندگان به چرخه اقتصادی کشور برنمی‌گردد؟

موانع بازگشت ارز صادراتی

صادراتی اشتباه است. عده دیگر از صادرکنندگان هم می‌گویند بخشی از این میلیی را که بانک مرکزی اعلام کرده مربوط به اختلاف حساب در اسناد ارائه شده صادرکنندگان و بانک‌ها و صرافی‌های عامل آنها با سامانه جامع (نیما) است که واحدی هم برای پاسخگویی و رفع این ایراد در مراجعه‌های حضوری صادرکنندگان به بانک‌ها وجود ندارد. علاوه بر اینکه اختلاف نظرهایی بر سر عدد اعلام‌شده درباره برگشتن ارز صادراتی وجود دارد، برخی صادرکنندگان دلایلی برای توقف برگشت دلار صادراتی به کشور عنوان می‌کنند و مدعی هستند که برگرداندن درآمدهای ارزی به کشور در اختیار آنها نیست یا اینکه هزینه بالایی دارد.

طبق گفته برخی از فعالان اقتصادی، اساساً بخش خصوصی واقعی میزان این حجم از صادرات را ندارد. همچنین به صرف اینکه اسامی صادرکنندگان متخلف اعلام شود، دردی دوا نخواهد شد. باید دید صادرکننده به چه دلیلی این ارز را به کشور برگردانده است و موانع بر سر راه برگشت ارز صادراتی مورد بررسی قرار بگیرد، چنانچه یکی از مهم‌ترین موانع همین تحریم‌های بانکی است که در این شرایط کاتال‌های مالی وعده داده‌شده هم کار نکردند که بتوانند این مشکل را برطرف سازند.

در این میان، به تصویب نرسیدن لایحه FATF هم مزید بر علت شد و صادرکنندگان را با موانع بلندتری برای بازگرداندن ارز صادراتی مواجه کرد. از سوی دیگر روال فروش برخی از کالاهای صادراتی بسیار متفاوت از سایر کالاهای صادراتی است برای مثال شاید فرشی که امسال صادر می‌شود در نمایشگاه سال آینده به فروش برود بنابراین یکی از خواسته‌های صادرکنندگان این است که تمام این موضوعات در محاسبات بانک مرکزی لحاظ شود.

موضوع دیگر، بحث هزینه‌های بالای دور زدن تحریم‌ها برای بازگرداندن ارز به کشور است که این هزینه‌ها را چیزی حدود ۱۵درصد

صادرکنندگان برای بازگشت ارز حاصل از صادرات دو سال اخیر خود تنها تا روز ۳۱ تیرماه یعنی سه روز دیگر فرصت دارند. این در حالی است که قیمت دلار در چند هفته گذشته تا کانال ۲۳ هزار تومان پیش رفته است و دولت دوازدهم امیدوار است که با بازگشت منابع ارزی حاصل از صادرات به چرخه اقتصادی کشور، التهاب بازار ارز آرام گیرد. به گزارش ایرناپلاس، ابتدای تیرماه بود که حسن روحانی به صادرکنندگان «خطار» داد و گفت: «بانک مرکزی باید به همه بدهکاران عمده برای بازگرداندن ارز حاصل از صادرات اخطار داده و زمان پرداخت برای آنان مشخص و در صورت تخطی به تخلف آنها رسیدگی شود.»

البته دولت فقط به اخطار اکتفا نکرد. شورای عالی هماهنگی اقتصادی و تصمیم کمیسیون تعیین نحوه برگشت ارز به صادرکنندگان تا پایان تیرماه مهلت داد تا ارز حاصل از صادرات را به کشور باز گردانند و تهدیدات تا سر حد «تعلیق کارت بازرگانی صادرکنندگان و انتشار اسامی متخلفان» نیز رسید. از آن زمان نیز بسیاری از فعالان بخش خصوصی روی خوش به این تصمیم دولت نشان ندادند و در مصاحبه‌ها سعی کردند، نشان دهند که بخش خصوصی سهم چندانی ندارد.

در این بین، بانک مرکزی در حالی معتقد است که ۲۷,۵ میلیارد دلار ارز حاصل صادرات به کشور بازنگشته است که فعالان اقتصادی نظر دیگری دارند، کما اینکه مجیدرضا حریری نایب رئیس اتاق ایران و چین در این باره گفت: «محاسبات اتاق بازرگانی نشان می‌دهد فقط ۹ میلیارد دلار از ۵۰ میلیارد دلار صادرات غیرنفتی در اختیار بخش خصوصی واقعی است.» جمشید نفر، رئیس کمیسیون صادرات غیرنفتی اتاق بازرگانی ایران نیز گفت: «اگر بخش خصوصی ارزی هم نباورده باشد کمتر از ۲میلیارد دلار است که مقصر آن نیز خود بانک مرکزی است.»

واکنش بخش خصوصی به اقدامات کنترلی دولت

در حالی که این روزها بخش خصوصی تلاش می‌کند با کلبداوزه «صادرکنندگانی که حمایت دولت را پشت سر خود دارند»، گریبان خود را از اخطارها برهاند، همچنان ۲۷,۵ میلیارد دلار ارز حاصل صادرات به کشور بازنگشته است. به گفته مدیر اداره صادرات بانک مرکزی، طبق برنامه‌ریزی‌ها و تعیین مهلت، دولت امید بسته تا بازگشت به کشور اثر خود را بر نرخ ارز بگذارد. برخی از تحلیلگران بر این باورند ناکافی‌بودن ارز برای تامین تقاضاهای ارزی بخشی از دلایل رشد قیمت دلار در ماه‌های گذشته بوده است، اما الزاماً تزریق ارز موردنیاز نیز موجب نزول قیمت ارز نخواهد شد زیرا نسبت به کافی بودن ذخایر ارزی برای تزریق منابع ارزی به بازار تردیدهایی وجود دارد و همین می‌تواند موجب مقاومت قیمت ارز برای پایین آمدن قیمت آن باشد.

بسیاری از صادرکنندگان برخلاف گزارش بانک مرکزی مدعی‌اند تمام ارز صادراتی بازنگشته به کشور متعلق به بخش خصوصی نیست و تحریم‌ها و گران بودن راه‌های برگشت ارز مانع عمل به تعهدات‌شان می‌شود.

گزارش بانک مرکزی نشان می‌دهد ۲۷ میلیارد دلار از ارزهای صادراتی سال ۹۷ به کشور برگشته که همین موضوع باعث کاهش عرضه دلار در بازار و گرانی آن شده است. در این شرایط انگشت اتهام به سمت صادرکنندگان نشانه رفته و گفته می‌شود بدعهدی برخی از صادرکنندگان باعث شده امروز کشور دچار بحران ارزی شود.

هرچند رئیس‌جمهوری صادرکنندگان را سربازان و سرداران خط مقدم مبارزه با تروریسم اقتصادی آمریکا عنوان می‌کند اما در ادامه این جمله خود می‌گوید که برخی از این افراد عامل برگشتن ۲۰ میلیارد یورو ارز صادراتی به کشورند که برخلاف میل خود باید با این افراد با اعمال فشار و از طریق قوه قضائیه برخورد کنیم، اما در آن طرف صادرکنندگانی قرار دارند که این آمار و ارقام بانک مرکزی را نمی‌پذیرند و اعضای کمیته ارزی اتاق بازرگانی معتقدند که فقط ۸ میلیارد و ۷۰۰ میلیون دلار صادراتی به کشور بازنگشته است که برای آن هم دلایل موجه وجود دارد. در ضمن از این میزان ارز صادراتی غایب، تنها ۲,۵ میلیارد دلار آن متعلق به بخش خصوصی واقعی است، برخی از صادرکنندگان مدعی‌اند که اساساً بخشی از این ۲۷ میلیارد دلار اعلام شده هم مربوط به تعدیل پایه ارزش‌های سال ۹۷ است که در پاییز همان سال با نرخ ۲۰درصد، مورد موافقت بانک مرکزی و بخش خصوصی قرار گرفت، اما این تعدیل از ابتدای سال ۹۷ لحاظ شد. همچنین یک میلیارد و ۲۰۰ میلیون دلار از ۲۷ میلیارد دلار اعلام شده مربوط به ورود موقت است که لحاظ آن به عنوان بدهی

نماگر بازار سهام

تحلیل هفتگی صنایع بورسی نشان می‌دهد

نیمی سبز؛ نیمی قرمز

فرصت امروز: در هفته‌ای که گذشت، از ۳۸ صنعت فعال بورسی، ۱۹ گروه لباس سبز بر تن کردند و در روندی مشابه شاهد قرمزپوشی ۱۹ صنعت بودیم. شاخص کل بورس اوراق بهادار تهران نیز در پایان معاملات هفته گذشته (چهارشنبه ۲۵ تیر) با ۸۸ هزار واحد افزایش به عدد یک میلیون و ۸۴۱ هزار واحد رسید که در مقایسه با پایان هفته قبل (چهارشنبه ۱۸ تیر) ۵درصد رشد را تجربه کرد.

بازار سهام در پنج روز معاملات هفته موردنظر، روزهای پرنوسانی را سپری کرد و اصلاحی نه چندان عمیق را نسبت به بازار هفته قبل تجربه کرد. شاخص بورس در اواسط هفته به کانال یک میلیون و ۸۰۰ هزار واحد ورود کرد و با توجه به اعلام کارشناسان درخصوص مقاومت جدی نماگر بورس بر روی این کانال، بازار در مسیر اصلاح قرار گرفت و با افت و خیزهای بسیاری همراه شد.

شاخص کل در پایان روز چهارشنبه (۱۸ تیرماه) با عدد یک میلیون و ۷۵۳ واحد به معاملات پایان داد که این رقم در روز چهارشنبه (۲۵ تیر ماه) به عدد یک میلیون و ۸۴۱ هزار واحد رسید و حاکی از ۸۸ هزار واحد افزایش بود. همچنین شاخص کل (هموزن) در پایان روز چهارشنبه (۱۸ تیر ماه) ۴۷۸ هزار و ۶۸۶ واحد بود که در هفته گذشته (چهارشنبه ۲۵ تیر) این عدد به ۴۸۱ هزار و ۱۹۸ واحد و شاخص قیمت (هموزن)، از ۳۱۵ هزار و ۱۶۴ واحد به عدد ۳۱۶ هزار و ۶۷۹ واحد رسید.

در پنج روز معاملاتی هفته مورد بررسی، نمادهای بانک ملت، پالایش نفت اصفهان، ملی صنایع مس ایران، گسترش سرمایه‌گذاری ایران خودرو، سرمایه‌گذاری خوارزمی، بانک تجارت، فولاد مبارکه اصفهان در گروه نمادهای پربیننده قرار داشتند. همچنین گروه بانک‌ها، خودرو و قطعات، فلزات اساسی، شیمیایی‌ها، فراورده‌های نفتی، سرمایه‌گذاری‌ها، سیمان، کانی‌های فلزی، بیمه و بازنشسته، صنایع غذایی به جز قند و شکر، مواد دارویی و کانی‌های غیرفلزی با رشد مثبت بر شاخص کل همراه بودند.

در هفته‌ای که گذشت همچنین فراورده‌های نفتی، بانک‌ها و موسسات اعتباری، فلزات اساسی، شیمیایی، خودرو و قطعات، چندرشته‌ای صنعتی، سرمایه‌گذاری‌ها، محصولات فلزی، کانه‌های فلزی، مواد دارویی، سیمان، آهک و گچ، صنایع غذایی به جز قند و شکر، حمل و نقل، رایانه، بیمه و بازنشتگی، محصولات فلزی، آبیوسازی املاک و مستغلات، واسطه‌گری‌های مالی و پولی و صندوق سرمایه‌گذاری قابل معامله بیشترین میزان ارزش معاملات را به خود اختصاص دادند.

به طور کلی، طی معاملات هفته منتهی به ۲۵ تیرماه، از ۳۸ صنعت فعال بورسی، ۱۹ گروه لباس سبز بر تن کردند و در روندی مشابه شاهد قرمزپوشی ۱۹ صنعت بودیم. به گزارش سنا، هفتمین رشد هفتگی شاخص کل بورس تهران، این بار با افزایش ۵ درصدی این نماگر در هفته منتهی به ۲۵ تیرماه ثبت شد. شاخص هم وزن اما باز هم از شاخص کل عقب افتاد و معاملات هفتگی خود را با افزایش ۰۵ درصدی پشت سر گذاشت. با این وجود گروه‌های کوچک بازار در صدر جدل بازدهی ایستادند. در این میان بیشترین رشد هفتگی از آن گروه زغال سنگ با تک سهم «قطبس» شد. نماد معاملاتی شرکت زغال سنگ تگین طیس تمام روزهای معاملاتی این هفته را با صف خرید به پایان رساند. گروه حمل و نقل دیگر صنعت پربازده بورس تهران در این هفته بود که با رشد ۲۰۵ درصد شاخص صنعت همراه شد. بیشترین سهم از رشد این صنعت اما به نام نماد معاملاتی شرکت کشتیرانی ثبت شد.

به اعتقاد وی، «در حال حاضر از آنجایی که بورس در مسیر صعودی قرار دارد، این تصمیم می‌تواند در سطح فردی درست باشد زیرا وقتی افسرد تصور را به‌عنوان تهدید برای پس‌انداز خود می‌بینند و از طرف دیگر، حقوق ثابت دریافت می‌کنند، هیچ جایگزین بهتری غیر از بورس پیدا نمی‌کنند که پس‌اندازشان را حفظ کند و بازدهی قابل قبولی برای‌شان داشته باشد. بدون شک این موضوع، روی بهره‌وری نیروی انسانی در سازمان‌ها مؤثر بوده و حتی انگیزه ارتقای شغلی را نیز از نیروی انسانی آنها گرفته است، زیرا افزایش حقوقی که در اثر ارتقا دریافت می‌کنند نیز در مقایسه با معامله‌گری بورس برای‌شان جذابیت کافی را به همراه ندارد، یعنی تمایل و انگیزه‌های درون‌سازمانی را کاهش داده است.»
پیدایی درباره راهکارهایی که برخی سازمان‌ها برای جلوگیری از فعالیتی بورسی کارکنان خود در ساعات کاری استفاده می‌کنند، گفت: «برخی سازمان‌ها از روش‌هایی مانند گنبد آهنین استفاده می‌کنند که به شکل ایجاد محدودیت دسترسی به وب‌سایت‌ها، اجبار و حتی تهدید کارکنان در استفاده از موارد غیر کاری مانند معاملات بورسی در ساعت کاری است. راه حل دیگر، آموزش و آگاهی‌بخشی به نیروی کار است. کارمندان باید بدانند بورس همواره روی مسیر صعودی قرار ندارد و احتمال ضرر را در نظر بگیرند. روش دیگر نیز آموزش‌هایی است که سازمان می‌تواند در قالب اقتصاد خانواده برای سایر اعضای غیرشاغل کارکنان خود برگزار کند تا فعالیت در بورس را برعهده بگیرند و خللی در فعالیت کاری عضو شاغل خانواده ایجاد نشود. در این حالت، علاوه بر اینکه ریسک خانوار کاهش می‌یابد، سازمان نیز نیروهای خود را از دست نمی‌دهد و بهره‌وری نیز تحت تأثیر منفی قرار نمی‌گیرد، با این حال کنترل ۱۰۰درصدی این موضوع، امکان‌پذیر نیست.»

حفظ شغلان با کمک عنوان «واحد امور رفاهی» سازمانها

این کارشناس منابع انسانی با یادآوری ساختار سازمان‌ها و اداره‌ها، از ظرفیت واحدی که در بیشتر موارد، با عنوان «واحد امور رفاهی» یا عناوین مشابه در ساختار سازمانی و اداری وجود دارد، برای مدیریت تمایل به فعالیت بورسی کارمندان اشاره کرد و گفت: «راه‌حل کاربردی که هر دو طرف، یعنی کارفرما و کارکنان را منتفع می‌کند، مراجعه به مشاوران سرمایه‌گذاری، سیدگردان‌ها و صندوق‌های سرمایه‌گذاری است. در اینجا نقش واحدهای امور رفاهی ادارات و سازمان‌ها پررنگ می‌شود.»

پیدایی توضیح داد: «در گذشته واحد رفاه هر سازمان، امور مربوط به تعاونی‌ها و مانند آن را از طرف کارکنان برعهده می‌گرفت. در حال حاضر با گسترش استقبال از بورس و بازار سهام، می‌توان وظیفه جدیدی را برای این‌ا واحدها تعریف کرد تا با شناسایی صندوق‌های سرمایه‌گذاری یا شرکت‌های سیدگردان، کارکنان را به استفاده از این خدمات ترغیب و تشویق کنند. افراد حاضر در این نهادهای مالی، تحلیلگران خبره بازار سرمایه هستند و همبسا سودآوری بالاتری نسبت به فعالیت مستقیم فرد در بورس به‌همراه داشته باشند و نیروی کار نیز فعالیت شغلی خود را با کیفیت گذشته در سازمان ادامه خواهد داد. در نتیجه هم شغل خود را حفظ کرده و هم فعالیت در بورس را به‌طور غیرمستقیم دنبال می‌کند.»



در این زمینه، مهرداد پیدایی مدرس دانشگاه و کارشناس مدیریتی منابع انسانی درباره علت تغییر رفتار نیروی کار پس از حضور در بورس معتقد است: «یک علت اصلی این موضوع مسائل معیشتی است. کارمندان می‌بینند که بدون سرمایه کلان می‌توانند وارد بازار سودآوری شوند که بازدهی بالاتری نسبت به شغل فعلی‌شان دارد بنابراین این تغییر رفتار، بیشتر ناشی از عوامل برون‌سازمانی است.»
به گفته این مدرس دانشگاه، «بازارهای رقیب کارایی بیشتری حتی برای سرمایه‌های اندک به‌وجود آورده و جذابیت استخدام و ادامه فعالیت کارمندی را کاهش داده‌اند. دیدگاه نیروی کار نیز در این زمینه مهم است. فرد می‌گوید اگر بتوانم با تخصیص زمان کمتر، درآمدی بیشتر از حقوق کنونی خود داشته باشم، چرا باید در استخدام فرد دیگری باشم؟»

وقتی تورم، انگیزه‌های شغلی فرد را کاهش می‌دهد

او با یادآوری مشاهدات خود در ماه‌های اخیر و موج استغفای کارمندان گفت: «سوارد زیادی را در این مدت دیده‌ام که کارمندان و کارشناسان به‌دلیل گرایش به معامله در بورس، از شغل خود استعفا کرده‌اند زیرا بورس جذابیت مالی بیشتری برای آنها داشته است. این موضوع ممکن است در بُعد فردی مزایایی را به همراه داشته باشد، اما سازمان‌ها را با چالش مواجه کرده است؛ در واقع به نظر می‌رسد معیشت افراد به جای اینکه به میزان تلاش‌شان وابسته باشد، به برخی نوسان‌های بورسی وابسته شده است.»

ریزش بورس‌های جهانی

بیشتر شاخص‌های مهم بورسی جهان قرمزپوش شدند

ماری نیکولا، مدیر سید داریی در موسسه «پاین بریج اینوستمنت» – گفت: فکر می‌کنم که اقتصاد جهانی در حال ورود به یک فاز احیای رشد است که می‌تواند چندین سال ادامه داشته باشد هرچند که ریسک‌هایی نیز وجود دارد. دولت‌ها و بانک‌های مرکزی با ابزارهای متنوع خود به حمایت از بازارها ادامه می‌دهند. تاکنون بیش از ۱۳ میلیون و ۸۹۵ هزار و ۳۲۷ مورد ابتلا به کرونا گزارش شده‌است که در این بین ۵۹۱ هزار و ۱۶ نفر جان خود را از دست داده‌اند. در بین کشورهای مختلف، بالاترین تلفات مربوط به آمریکا با ۱۴۰ هزار و ۹۲۱ نفر، برزیل با ۷۶ هزار و ۶۸۸ نفر، انگلیس با ۴۵ هزار و ۱۱۹ نفر، مکزیک با ۳۶ هزار و ۹۰۶ نفر و ایتالیا با ۳۵ هزار و ۱۷ نفر بوده است.

در وال استریت، همه شاخص‌ها روز جمعه نزولی بودند تا جایی که هر سه شاخص اصلی بورسی در سطح پایین‌تری از روز قبل خود بسته شدند. شاخص «داو جونز اینداستریال اوریج» با ۰۵ درصد کاهش نسبت به روز قبل و در سطح ۲۶ هزار و ۷۳۴.۴۱ واحد بسته شد. شاخص «اس اند پی ۵۰۰» با ۰۳۴ درصد ریزش تا سطح ۳۲۱۵.۵۷ واحدی پایین رفت و دیگر شاخص مهم بورسی آمریکا یعنی «نزدک کامپوزیت» با ۰۷۳ درصد کاهش در سطح ۱۰ هزار و ۴۷۳.۸۳ واحدی بسته شد.

در معاملات بازارهای بورس در اروپا نیز شاخص «فوتسی ۱۰۰» بورس لندن با ۰۶۷ درصد ریزش نسبت به روز قبل و در سطح ۶۹۰۶۲۵ واحد بسته شد. شاخص «دکس ۳۰» بورس فرانکفورت در آلمان با افت ۰۴۳ درصدی و ایستادن در سطح ۱۲ هزار و ۸۷۴.۹۷ واحدی به کار خود خاتمه داد و شاخص «کک ۴۰» بورس پاریس با ریزش ۰۴۷ درصدی در سطح ۵۰۸۵.۲۵ واحد بسته شد. در مادرید شاخص «ایبکس ۳۵» ۰۱۷ درصد پایین رفت و به ۷۴۷۴.۱۰ واحد رسید.

در معاملات بورس‌های آسیا هم شاخص‌ها عملکرد بدی داشتند؛

تا جایی که شاخص «نیک کی ۲۲۵ بورس توکیو ژاپن» با ریزش ۰۷۶ درصدی تا سطح ۲۲ هزار و ۷۷۰.۳۶ واحدی پایین رفت.

شاخص «هانگ سنگ» بورس هنگ کنگ ۲درصد پایین رفت و در سطح ۲۴ هزار و ۹۷۰.۶۹ واحد بسته شد. در چین شاخص «شانگهای کامپوزیت» افت ۴.۸۱درصدی را تجربه کرد و در سطح ۴۵۱۶.۲۵ واحد بسته شد. در استرالیا شاخص «اس اند پی اس اند ایکس ۲۰۰» بورس سیدنی با ۰۶۹ درصد کاهش و ایستادن در سطح ۱۰۹۰۰۶۰ واحدی به کار خود خاتمه داد. در بین دیگر شاخص‌های مهم آسیایی، شاخص «تاپیکس» ژاپن نزولی بود.

تب و تاب سرمایه‌گذاری در بازار سرمایه باعث شده تا اقشار مختلف جامعه از جمله کارمندان با هر توان مالی در ماه‌های اخیر راهی بورس تهران شوند. در این بین، برخی از کارمندان درخواست تغییر ساعت کاری و شروع کار بعد از ساعت ۱۲:۳۰ یعنی زمان بسته‌شدن بورس را مطرح کرده‌اند.
آنهایی هم که با پاسخ منفی کارفرما مواجه شدند، شغل خود را ترک کردند و سرمایه‌گذاری در بازار سهام را حرفه اصلی خود انتخاب کردند. از همین رو، با توجه به ساعت فعالیت بازار سرمایه، بحث «کارمندان بورس‌باز» و تداخل ساعت کاری آنها برای معامله در بورس، به عنوان یکی از مشکلات جالب کسب و کار مطرح شده و تمهیدات مختلفی برای حل این مسئله پیشنهاد شده است.

به گزارش ایرناپلاس، دو هفته قبل بود که حسین فهیمی، رئیس شرکت سپرده‌گذاری مرکزی اوراق بهادار و تسویه وجوه از صدور ۴ میلیون کد بورسی جدید در سال ۹۹ خبر داد. مقایسه ورود افراد به بورس در چهار ماهه نخست امسال و مقایسه آن با سال گذشته نشان می‌دهد که استقبال از بورس رشد چشمگیری داشته است. در حالی ۴ میلیون کد بورسی در سال جاری صادر شده که تعداد کدهای صادرشده در سال ۱۳۹۷ معادل ۱۰۰ هزار و در سال ۱۳۹۸ نیز ۹۰۰ هزار کد بوده است. استقبال از بازار سهام، تعداد فعالان این بازار را به نحو قابل توجهی افزایش داده و طبق گفته امیر هامونی مدیرعامل فراپورس ایران، در حال حاضر به جز سهامداران عدالت، ۱۵میلیون نفر دارای کد بورسی فعال هستند.

یا بورس یا استعفا؛ کارمندان استعفا می‌دهند

البته همه این ۱۵ میلیون نفر را نمی‌توان تنها و تنها سرمایه‌گذار یا معامله‌گر بورس دانست. برخی از این فعالان بورسی همزمان در بخش خصوصی یا دولتی مشغول به کار هستند. بورس‌بازانی که بازدهی قابل توجه این بازار، موجب شده رفتارهای تازه‌ای از آنها سر بزند و مسائل جدیدی را هم مقابل مدیران‌شان قرار داده است.

در ماه‌های اخیر، دیده شده‌است که برخی از کارمندان درخواست تغییر ساعات کاری و شروع کار بعد از ساعت ۱۲:۳۰ یعنی زمان بسته‌شدن بورس را مطرح کرده‌اند و حتی آنهایی که با پاسخ منفی مدیر خود مواجه شدند، شغل خود را ترک کردند. به نظر می‌رسد استقبال از بورس و فعالیت در این بازار، موجب تغییر رفتار نیروی کار و منابع انسانی شده است. با اینکه می‌دانیم حضور در بازار سهام لزوماً با ادامه فعالیت شغلی تداخل زمانی ندارد، اما گروهی از فعالان بازار با اینکه جزو سهامداران خُرد هستند، ترجیح می‌دهند که در ساعت فعالیت بورس، بازار را رصد کنند و این به معنای تحت تأثیر قرار گرفتن حدود نیمی از ساعت حضور آنها در محل کار است. همین موضوع، واکنش برخی کارفرمایان را به دنبال داشته و حتی موجب شده موضوع توسط برخی مراجع نیز پیگیری شود. به عنوان نمونه چندی پیش حجت‌الاسلام اسماعیل صادقی‌نبار کی رئیس کل دادگستری استان زنجان اعلام کرد، «کارمندانی که ساعت اداری در بورس فعالیت می‌کنند، متخلف بوده و تحت پیگرد قرار می‌گیرند.»

فتح‌الله حقیقی، استاندار زنجان نیز با بیان اینکه «برخی از مدیران و کارمندان در ساعت اداری در بورس معامله می‌کنند»، گفته بود که «مدیر بورس باید این موارد را اطلاع دهد.» با این‌حال، فعالیت در بورس تنها مسئله بخش دولتی نیست و بخش خصوصی نیز نسبت به بهره‌وری نیروی کار و تخصیص ساعات کاری به وظایف شغلی حساسیت‌هایی دارد.

به گزارش بلومبرگ، در تازه‌ترین دور از اختلافات متحدان دو سوی اقیانوس آتلانتیک، احتمال یک جنگ تجاری جدید بین آمریکا و اتحادیه اروپا شدت گرفته است. پس از آن که فرانسه اعلام کرد بر تصمیم خود برای اعمال مالیات بر فعالیت غول‌های فناوری در این کشور اصرار دارد، آمریکا نیز اعلام کرد در اقدامی متقابل بر روی محصولات وارداتی خود از فرانسه در زمینه محصولات آرایشی-بهداشتی و کالاهای لوکس تعرفه اضافه وضع خواهد کرد. ارزش مجموع این اقدام وارداتی که مشمول تعرفه ۲۵درصدی خواهند شد حدود ۱.۳ میلیارد دلار تخمین زده می‌شود.

از سوی دیگر اما تنش‌ها بین چین و آمریکا و متحدانش سر مسئله هنگ کنگ بیش از پیش بالا گرفته است. وزارت خزانه‌داری آمریکا با صدور بیانیه‌ای از تحریم چهار مقام عالی رتبه امنیتی چینی و همچنین اداره امنیت عمومی منطقه خودمختار سین کیانگ چین خبر داده است. وانگ یی- وزیر خارجه چین گفته است سطح تنش در روابط بین آمریکا و چین به سطح کم‌سابقه‌ای رسیده است.

انگلیس نیز اعلام کرد غول فناوری هواوی چین را از پروژه توسعه شبکه اینترنت نسل ۵این کشور کنار خواهد گذاشت. اسکاوت موریسون- نخست وزیر استرالیا از اتخاذ تسهیلات جدید برای اعطای اقامت دائم به اتباع هنگ کنگی خبر داده است. پکن همچنین نسبت به تبعات اقدام جاستین تردو- نخست وزیر کانادا - در صدور دستور تعلیق موافقت‌نامه استرداد مجرمان با هنگ کنگ هشدار داده است. توماس بار کین، رئیس دفتر منطقه‌ای بانک مرکزی آمریکا در ریچموند گفته است که احتمالاً نرخ بیکاری در آمریکا مجدداً افزایش یابد که این مسئله می‌تواند باعث شود تا رکود، بیش از میزان مورد انتظار طول بکشد. نرخ بیکاری آمریکا در دو ماه اخیر نزولی بوده است. مت میسکین، استراتژیست ارشد سرمایه‌گذاری در موسسه «جان هانوک اینوستمنت منیجمنت» گفت: یک نوع جنگ بین کسانی که با خوش‌بینی به آینده می‌خواهند مصارف خود را افزایش دهند و آنهایی که از ترس پیدا نشدن واکسن کرونا میل به پس‌انداز دارند در گرفته است و همین رفتار متناقض مصرف‌کنندگان، کار را برای پیش‌بینی وضعیت آینده دشوار ساخته است.

از سوی دیگر در شرایطی که به نظر می‌رسد تا تولید واکسن کرونا فاصله داشته باشیم، شمار مبتلایان این ویروس مرگبار در جهان بار دیگر سیر صعودی به خود گرفته است و در آمریکا رکورد مبتلایان در طول یک روز شکسته شده است. در ۴۰ ایالت از ۵۰ ایالت آمریکا وضعیت بار دیگر در سطح هشدار یا قرمز قرار گرفته اگرچه شمار تلفات به نسبت روزهای قبل پایین‌تر آمده است.

اخذ عوارض صادرات مرغ از ابتدای مرداد

مدیرکل دفتر صادرات گمرک ایران در بخش‌نامه‌ای اعلام کرد، عوارض ۵ هزار تومانی صادرات گوشت مرغ از ابتدای مردادماه اخذ خواهد شد.
براساس بخشنامه دفتر صادرات گمرک ایران، عوارض ۵ هزار تومانی به ازای صادرات هر کیلو مرغ از صادرکنندگان دریافت می‌شود.
پیرو بخشنامه ۲۰ خردادماه با موضوع تعیین عوارض صادراتی گوشت مرغ دفتر مقررات صادرات و واردات وزارت صنعت، معدن و تجارت، دریافت عوارض مربوطه از اول مرداد به میزان تعیین شده (هر کیلو ۵ هزار تومان) برای اجرا، ابلاغ می‌شود.

پارچه‌هایی که روی دست فروشنندگان مانند

احیای خط تولید ماسک پارچه‌ای شدنی است؟

کرونا منجر به انباشت پارچه روی دست طاقه‌فروشان شد، اما آیا می‌توان از این صنعت راكد در جهت تقویت جبهه مقابله با بیماری برای تولید ماسک و گان استفاده کرد؟

امیر قدیمی‌نژاد، رئیس اتحادیه بنکداران و طاقه‌فروشان پارچه در گفت و گو با خبرنگار صنعت، تجارت و کشاورزی باشگاه خبرنگاران جوان، گفت: با انتشار ویروس کرونا، برنامه‌ریزی‌های تاجار پارچه بهم ریخت چراکه این افراد سفارش پارچه به کارخانجات نساجی داده بودند.

رئیس اتحادیه بنکداران و طاقه‌فروشان پارچه تشریح کرد: پارچه‌های بهاره را باید به فصل خود فروخت چراکه برای ماه‌های آتی دیگر کاربردی ندارد. چه‌سا این اقلاد به علت اهمیت مد و رنگ سال در سال‌های بعد هم کاربردی ندارد. این مقام مسئول افزود: باید چاره‌ای برای فروش اندیشیده شود. این صنف صدمات جبران‌ناپذیری خورده و بسیاری از کسبه ورشکست شده‌اند. قدیمی‌نژاد ادامه داد: باید وام بیشتری به کسبه پرداخت شود تا بتوانند جبران خسارت کنند. از دولت و مردم توقع داریم بیشتر به فکر مردم و کسبه باشد چراکه اینگونه این صنف از دور خارج خواهند شد و دود آن به چشم دولت خواهد رفت.

رئیس اتحادیه بنکسداران و طاقه‌فروشان پارچه ادامه داد: بسیاری از کارخانجات به صورت نیمه‌سوز فعالیت می‌کنند. تورم و گرانی در جامعه بیداد می‌کند و در قبال آن بودجه مردم کاهش داشته است.

این مقام مسئول درخصوص علت رکود بازار پوشاک، ادامه داد: زمانی که پارچه به پوشاک تبدیل می‌شود باید پرو شود، زمانی که لباسی پرو می‌شود مشتری بدهی ترس از انتقال ویروس کرونا دارد و این استرس نمی‌گذارد افراد علاقه‌ای به خرید داشته باشند. همچنین تمامی مجالس از عروسی و جشن تولا گرفته تا عزا تعطیل شده است که همین امر باعث شد تقاضا برای خرید لباس کاهش یابد.

گفتنی است، با انباشت پارچه در انبارهای طاقه‌فروشان و کسادی بازار این صنف، این سوال مطرح می‌شود که تا چه حد صنعت پارچه این امکان را دارد که در جبهه مقابله با کرونا همانند ماه‌های ابتدایی امسال ورود کرده و در تولید ماسک و گان پزشکی همکاری کند، باید دید اتحادیه بنکداران و طاقه‌فروشان پارچه چطور پیش‌زمینه همکاری با وزارت صمت و وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی را آماده می‌کند.

در ۷ سال گذشته تحقق یافت

جذب ۴۱ هزار میلیارد تومان سرمایه‌گذاری در مناطق آزاد

معاون اقتصادی دبیرخانه شورای عالی مناطق آزاد تجاری ـ صنعتی گفت مجموع سرمایه‌گذاری‌های داخلی و خارجی طی هفت سال گذشته به ۴۱ هزار میلیارد تومان می‌رسد. «حمد جمالی» در گفت و گو با خبرنگار ایرنا، با بیان اینکه حجم سرمایه‌گذاری‌های داخلی و خارجی در مناطق آزاد قابل مقایسه با سرزمین اصلی نیست، اظهار داشت: میزان سرمایه‌گذاری‌های خصوصی و دولتی از داخل کشور طی سال‌های اخیر در مناطق آزاد قابل توجه بوده و بخش خصوصی در این راستا مشارکت خوبی داشته است.

وی با اشاره به ۴۱ هزار میلیارد تومان سرمایه‌گذاری‌های داخلی و خارجی از سال ۹۲ تا ۹۸ افزود: سال گذشته ۱۰ هزار میلیارد تومان مجموعه سرمایه‌گذاری‌های داخلی و ۲۰۰ میلیون دلار حجم سرمایه‌گذاری خارجی بوده است. جمالی با اشاره به سهم قابل توجه بخش خصوصی در رشد و توسعه مناطق آزاد عنوان کرد: نسبت تاثیر سرمایه‌گذاری‌های جذب شده بر عملکرد عمرانی سازمان‌های مناطق ۶٫۵ برابر بوده که می‌تواند الگوی مناسبی برای سرزمین اصلی باشد.

معاون اقتصادی دبیرخانه شورای عالی مناطق آزاد افزود: حضور پررنگ بخش خصوصی در مناطق آزاد این نوبد را می‌دهد که اگر بستر مناسب برای سرمایه‌گذاری داخلی فراهم شود هموطنان با همه توان خود برای توسعه کشور گام برمی‌دارند.

وی با بیان اینکه صادرات و حضور در بازارهای بین‌المللی و منطقه‌ای از مهمترین اهداف سرمایه‌گذاری در مناطق آزاد است، خاطرنشان کرد: تولید محصولات در مناطق آزاد و ورود آن به سرزمین اصلی در سال گذشته بالغ بر یک میلیارد دلار و ۲۰۰ میلیون دلار بوده است و همزمان ۹۵۰ میلیون دلار نیز صادرات به خارج از کشور را نیز داشته‌ایم.

جمالی با بیان اینکه حجم مبادلات کالای تولیدی در مناطق به خارج و داخل کشور در سال گذشته ۲ میلیارد و ۲۰۰ میلیون دلار بوده است، تصریح کرد: بیش از ۴ میلیارد دلار نیز صادرات عبوری داشته‌ایم.
وی با اشاره به اینکه کل واردات سال گذشته به مناطق آزاد از طریق کالاهای مصرفی و همراه مسافر ۷۰۰ میلیون دلار برآورد شده است، تاکید کرد: رویکرد مناطق آزاد صادراتی است یا به نوعی صادرات‌محور محسوب می‌شوند.

معاون اقتصادی دبیرخانه شورای عالی مناطق آزاد گفت: کمک به تولید و سرمایه‌گذاری در مناطق آزاد موجب اشتغال بیشتر در این محدوده‌ها می‌شود که کل اقتصاد کشور براساس این اهداف ترسیم شده است.
به گزارش ایرنا، مناطق آزاد، محدوده‌های جغرافیایی هستند که با هدف حمایت از صنعت داخلی و تسهیل واردات، صادرات و ترانزیت کالا غالباً در نزدیکی مرزها و مبادی گمرکی ایجاد شده و قوانین محدودتر و تشریفات گمرکی ساده‌تری نسبت به سرزمین اصلی دارند.

این محدوده‌ها از شمول بسیاری از قوانین سرزمین اصلی خارج هستند و به دلیل تسهیلات، امکانات، معافیت‌ها و امتیازهای در نظر گرفته شده برای آنها، می‌تواند بستر مناسبی را برای تولیدکنندگان کالاهای صادراتی، بازرگانان و فعالان صنعت ترانزیت ایجاد کند.

کیش، قشم، چابهار، ارس، انزلی، اروند، ماکو و شهر فرودگاهی امام خمینی (ره)، در حال حاضر هشت منطقه آزاد تجاری-صنعتی ایران را تشکیل می‌دهند.

با موافقت رئیس جمهور

ترخیص کالاهای اساسی و تولیدی از گمرک تسریع می‌شود



ذی‌ربط از جمله وزارت صنعت و بانک مرکزی، پیش‌بینی می‌شود، ترخیص کالاهای اساسی و ضروری و مواد اولیه و موردنیاز واحدهای تولیدی از گمرکات ظرف روزهای آینده سرعت گیرد.
ارونقی در پایان با اشاره به پیگیری مقام‌های استانی در این خصوص گفت: ظرف ماه‌های اخیر پیگیری‌های متعددی از سوی استانداران و نمایندگان مجلس در خصوص تسریع در ترخیص اقلام متعلق به واحدهای تولیدی انجام شد و گمرکات اجرایی در چارچوب قوانین و مقررات موضوعه همکاری لازم را با این واحدها در سال «جهش تولید» داشته‌اند که با اجرایی شدن پیشنهاده‌ا، تسریع و تسهیل قابل توجهی در روند ترخیص کالاهای ضروری و اساسی صورت خواهد گرفت.

برآورد کرد و افزود: به تازگی دلایل ایستایی، دیو و رسوب کالاه‌ا در بنادر و گمرکات کشور احصا و به همراه راهکارهای لازم به مراجع ذی‌ربط و ذی‌صلاح اعلام شده است که این دلایل در ۴ مقطع یعنی قبل از اظهار کالا به گمرک؛ بعد از اظهار کالا به گمرک، حین انجام تشریفات گمرکی، بعد از صدور پروانه و قبل از خروج کالا از گمرک و نیز بعد از ترخیص کالا بررسی و برای هر مقطع پیشنهاد شده است.
معاون امور گمرکی گمرک ایران اظهار داشت: این پیشنهاده‌ها به استحضار رئیس جمهوری نیز رسید که با اجرایی شدن آنها موافقت و دستور لازم در این خصوص صادر شد؛ جزئیات آن نیز در روزهای آینده اعلام می‌شود بنابراین با تعامل به وجود آمده با سازمان‌ها و دستگاه‌های

معاون گمرک ایران از پذیرش پیشنهادات این نهاد از سوی ریاست جمهوری برای تسریع در ترخیص کالاهای اساسی و تولیدی از گمرک خبر داد.

به گزارش گمرک ایران، مهرداد جمال ارونقی از تسریع در ترخیص کالاهای اساسی و تولیدی از گمرک خبر داد و افزود: اکنون موجودی کالاهای اساسی در بنادر و گمرکات کشور بیش از ۳٫۵ میلیون تن است و حدود ۳٫۳ میلیون تن کالای غیراساسی غیرکانتینری نیز در بنادر و گمرکات کشور وجود دارد که حدود ۸۰درصد از این کالاه‌ا تولیدی، سرمایه‌ای و یا مربوط به پروژه‌های مختلف است.

وی موجودی کانتینرهای پُر وارداتی را بیش از ۳۰ هزار دستگاه

کریدور سبز گمرکی ایران و روسیه، راهکاری برای مقابله با تحریم

بدین ترتیب، فرصت‌های فراهم‌شده از طریق کریدور سبز سبب تشویق تولیدکنندگان ایرانی برای صادرات بیشتر می‌شود.
روسیه بر این باور است که کریدورهای سبز بدون در نظر گرفتن تحریم‌ها و جنگ اقتصادی برای کمک به یکدیگر ایجاد شود.

در نشست گروه ۲۰ کشور صنعتی دنیا موسوم به «جی ۲۰» که به صورت ویدئوکنفرانس برگزار شد بر لزوم برداشته شدن تحریم‌ها و متوقف شدن جنگ اقتصادی میان کشورها در راستای مقابله با ویروس کرونا در جهان تاکید شد.

پیش از این نیز وزیر امور خارجه کشورمان با استقبال از ایده روسیه مبنی بر ایجاد کریدور سبز به جای جنگ اقتصادی و تحریم تاکید کرد: ترامپ همچنان در مقابل خواسته جهانی برای رفع تحریم‌های ایران به منظور مقابله با کرونا مقاومت می‌کند.

«محمدجواد ظریف» در حساب کاربری خود در توئیتر به زبان روسی نوشت: «کشورهای مختلفی برای کنترل ویروس کرونا مرزهای جغرافیایی خود را بسته ولی مرزهای کمک‌رسانی خود را باز کرده‌اند.»
وی با بیان اینکه «دونالد ترامپ همچنان در مقابل خواسته جهانی برای رفع تحریم‌های ایران به منظور مقابله با کرونا مقاومت می‌کند»، اظهار داشت: «ایران از ایده روسیه مبنی بر ایجاد کریدور سبز به جای جنگ اقتصادی و تحریم استقبال می‌کند.»

این تفاهم‌نامه به شمار می‌آید.

تسریع بازرسی و ترخیص کالا و محموله‌های ایرانی در گمرک روسیه به ویژه سرعت در صادرات محصولات کشاورزی ایران به روسیه از دیگر مزایای این تفاهم‌نامه است.

براساس این تفاهم‌نامه، کنترل‌های فیزیکی در گمرکات دو کشور برای تاجر خوش سابقه حذف و در صورت نیاز در سریع‌ترین زمان ممکن صورت خواهد گرفت و پذیرش اظهارنامه گمرکی شرکت‌های مشمول با حداقل اسناد به شرط ارائه اسناد در مهلت تعیین‌شده، انجام خواهد شد.
براساس گذرگاه سبز که از بزرگ‌ترین اسناد همکاری تاریخ گمرکی دو کشور ایران و روسیه به شمار می‌رود، روند اداری صادرات محصولات کشاورزی فاسدشدنی ایران در اولویت کاری گمرک روسیه قرار می‌گیرد و افزون بر این نیز در گذرگاه سبز گمرکی این کشور ترخیص خواهد شد و گمرک ایران هم متعهد شده است، اطلاعات و ارزش گمرکی کالاه‌ا را ارسال کند تا نسبت به ترخیص سریع محصولات کشاورزی ایران اقدام شود.

از دیگر سو، تفاهم گذرگاه سبز سبب می‌شود ارزش‌گذاری اجناس توسط گمرکات دو کشور مورد قبول طرف مقابل قرار گیرد که این امر می‌تواند گام موثری برای صادرات و واقعی کردن قیمت کالاهای صادراتی باشد.

معاون سازمان زمین‌شناسی اعلام کرد

آزادسازی ۲۰ هزار کیلومتر مربع محدوده معدنی

کار امسال نیز دنبال خواهد شد.

بر پایه آمارهای وزارت صنعت، معدن و تجارت، میزان ذخایر معدنی شناسایی شده کشور حدود ۶۰ میلیارد تن است که از این رقم حدود ۳۵ میلیارد تن قطعی و بقیه احتمالی است.

مجموعه فعالیتی که برای اکتشاف ذخایر پنهان و عمقی تا پایان سال گذشته انجام شد در وسعت ۱۴۳ هزار کیلومتر مربع بود و با میزان نیاز کشور فاصله دارد و در عین حال میزان نیاز کشور به انجام ژئوفیزیک هوایی بالغ بر ۲میلیون و ۷۰۰ هزار کیلومتر خطی است.
این مقام مسئول در سازمان زمین‌شناسی و اکتشافات معدنی پیرامون حفاری اکتشافی انجام شده در دولت دوازدهم توضیح داد: این سازمان در مناطق مختلف کشور ۳۰ هزار متر حفاری اکتشافی انجام داد و برداشت‌های ژئوفیزیک زمینی هم به تعداد ۱۰۹ هزار و ۳۱۸ نقطه انجام گرفت.

به گفته وی، برداشت ژئوفیزیک هوایی در ۵۶۰ هزار کیلومتر خطی و معرفی ۵۶۰ آنومالی از مواد معدنی مختلف از دیگر دستاوردهای این بخش محسوب می‌شود.

معاون اکتشاف سازمان زمین‌شناسی و اکتشافات معدنی پیش از این گفته بود: با توجه به اینکه شناسایی و پی‌جویی معادن هزینه بالایی دارد و همچنین به دلیل ریسک اکتشاف، این کار به عنوان حوزه

عملکردی دستگاه حاکمیتی به شمار می‌رود و دولت‌ها در این زمینه وظیفه شناسایی و پی‌جویی معادن را برعهده می‌گیرند.
وی خاطرنشان کرد: امروز سازمان زمین‌شناسی به نمایندگی از دولت، کار اکتشاف را عهده‌دار است و بهره‌برداری توسط بخش‌های دولتی و خصوصی انجام می‌شود.

دری گفت: واقعیت اینکه کار اکتشاف پهنه اکتشافی به وسعت حدود ۲۰ هزار کیلومترمربع از دستاوردهای مهم سازمان زمین‌شناسی و اکتشافات معدنی کشور در دولت دوازدهم محسوب می‌شود.
وی افزود: انجام مزایده و واگذاری پروانه اکتشافی و گواهی کشف به بخش خصوصی و شرکت‌های دولتی ۳۴ نوبت بوده که به طور عمده شامل مواد معدنی طلا، مس، سرب و روی، پلی‌متال و عناصر نادر خاکی بوده است.

سازمان زمین‌شناسی و اکتشافات معدنی کشور در مدت دو سال گذشته مزایده‌ها را انجام می‌دهد و مبنای محاسبات را براساس ارزش افزوده و ارزش ماده معدنی در نظر می‌گیرد که این امر به صرفه‌تر است. گزارش‌های مربوط به معدن در معرض سنجش کارشناس رسمی دادگستری قرار می‌گیرد و قیمت‌گذاری معدن براساس نظر کارشناس و ارائه اطلاعات به خریدار انجام می‌شود و خریدار پس از راستی‌آزمایی و ارزیابی ریسک وارد عمل می‌شود.

حواس تان به سهمیه بنزین باشد

ایسنا نوشت: سقف ذخیره بنزین برای خودروهای شخصی ۹ ماه تعیین شده است. این مسئله بدین معناست که این ماه سهمیه سوخت به خودروهایی که تاکنون از سهمیه سوخت خود استفاده نکرده‌اند، تعلق نمی‌گیرد.

آبان ماه سال گذشته بنزین سهمیه‌بندی شد و کارت‌های سوخت با سقف ذخیره ۳۶۰ لیتر برای شش ماه روی کار آمدند اما شیوع ویروس کرونا و کاهش تردهای مردم حساب و کتاب شرکت ملی پخش را به هم زد و این شرکت در روزهای آخر ماه ششم اعلام کرد که سقف سهمیه بنزین به ۹ ماه و ۵۴۰ لیتر افزایش یافته است.

در واقع از ابتدای آبان ماه تا انتهای ماه جاری ۵۴۰ لیتر سهمیه سوخت به افراد داده شد که اگر شخصی از این سهمیه استفاده‌ای نکرده باشد سهمیه مردامه به آن شخص و یا در واقع خودرو مذکور تعلق نمی‌گیرد.

به عبارت دیگر هر کارت سوخت گنجایش ذخیره ۵۴۰ لیتر ذخیره بنزین را دارد. به طور مثال اگر فردی از این میزان تنها ۳۰ لیتر را استفاده کرده باشد، ۵۱۰ لیتر در کارت خود ذخیره دارد و فقط نیمی از سهمیه مردامه که ۳۰ لیتر می‌شود را دریافت می‌کند.

با این حساب افرادی که تاکنون هیچ استفاده‌ای از سهمیه سوخت خود نکرده‌اند لازم است که به این نکته توجه کنند اما افرادی که حداقل نیمی از سهمیه سوخت خود را طی این ۹ ماه استفاده کرده‌اند نگران نباشند و با خیال راحت به روال سابق ادامه دهند.

فاطمه کاھی - سخنگوی شرکت ملی پخش فرآورده‌های نفتی - نیز به تازگی در این باره به ایسنا گفت: اگر شخصی از ابتدای زمان سهمیه‌بندی ۲۴ تاکنون از سهمیه کارت سوخت خود استفاده نکرده باشد، سهمیه‌ای به کارت سوخت آن اضافه نمی‌شود، سقف ذخیره ۵۴۰ لیتر تعیین شده و اگر فردی فقط ۳۰ لیتر از این میزان را استفاده کرده باشد تنها ۳۰ لیتر مردامه به سهمیه آن شخص اختصاص داده می‌شود.

به گفته وی، افراد به هیچ عنوان نگران سهمیه سوخت خود نباشند و عدد باقیمانده در کارت سوخت آنان محفوظ باقی می‌ماند. طبق اعلام شرکت ملی پخش فرآورده‌های نفتی، میزان سهمیه ماهانه برای خودروهای شخصی بنزین‌سوز ۶۰ لیتر، دوگانه سوز ۳۰ لیتر و موتورسیکلت‌ها ۲۵ لیتر است.

آمادگی ایران خودرو برای خرید تضمینی محصولات قطعه‌سازان استان کرمانشاه

مدیرعامل گروه صنعتی ایران خودرو گفت با پیش‌خرید محصول شرکت‌های قطعه‌ساز زمینه اشتغال برای ۲۰۰ نفر با سرمایه‌گذاری ۱۲۰ میلیارد تومان فراهم خواهد شد.

به گزارش خبرنگاران، فرشاد مقیمی در دیدار با قطعه‌سازان استان کرمانشاه، با اشاره به ظرفیت بالای خودروسازی در این استان بیان کرد: در حوزه تولید خودرو از نیمه دوم سال گذشته تولید، اهنگ رو به رشدی گرفته به طوری که در پنج ماه پایانی سال، رکورد ماهانه، هفتگی و روزانه را زده‌ایم و رونق تولید را در مجموعه ایران خودرو را معنا کرده‌ایم.

وی تاکید کرد: توانستیم تعهدات معوق مشتریان که از عمده مطالبات مردمی و مورد گلایه مشتریان نیز بوده است را ۷۱درصد بهبود بخشیم به طوری که تعداد تعهدات به ۵۰ هزار دستگاه کاهش یافته است است که ظرف یکی دو ماه آینده آن را به صفر خواهیم رساند.

مقیمی بیان کرد: این در حالی است که در ۱۳ محصول نظیر پژو ۴۰۵ بتزینی، سمند ال-ایکس و پژو پارس اوتوماتیک تعهدات به صفر رسیده است.

مدیرعامل گروه صنعتی ایران خودرو افزود: در سال جهش تولید نیز بنا داریم به تولید شتاب بیشتری بدهیم، تولید ایران خودرو از ابتدای سال تاکنون نسبت به دوره مشابه ۳۳درصد رشد داشته یعنی از ۱۱۱ هزار دستگاه به ۱۵۰ هزار دستگاه خودرو رسیده‌ایم که این روند افزایشی ادامه خواهد داشت.

وی یادآور شد: امروز دغدغه مسئولان استان کرمانشاه، اشتغال است بنابراین پیشنهاد دارم که قطعه‌سازان را متناسب با صنعت خودروسازی استان پیش ببریم؛ با وجود این، ما حاضر هستیم در قالب یک تفاهم‌نامه محصول شرکت‌های قطعه‌ساز که تعداد آن ۱۰ واحد است را پیش‌خرید کنیم که با این کار زمینه اشتغال برای ۲۰۰ نفر و با سرمایه‌گذاری ۱۲۰ میلیارد تومان فراهم خواهد شد.

اعلام زمان قرعه‌کشی محصولات سایپا

مراسم قرعه‌کشی طرح پیش‌فروش سه محصول سایپا روز ۲۸ تیرماه جاری برگزار خواهد شد.

به گزارش خبرگزاری تسنیم، سایپا به اطلاع متقاضیان و نمایندگان‌های مجاز این شرکت رسانده بود در راستای ایجاد امکان فرصت برابر ثبت نام برای همه متقاضیان خرید خودرو، ایجاد سازو کار شناسایی و عرضه به مصرف‌کنندگان واقعی، شرایط جدید پیش‌فروش یک ساله محصولات گروه سایپا از ساعت ۸ صبح روز دوشنبه ۲۳ تیرماه تا چهارشنبه ۲۵ تیرماه به‌مدت سه روز و به‌صورت شبانه‌روزی انجام خواهد شد.

در این طرح پیش‌فروش سه محصول شاهین، کویک اس و ساینا اس از سوی شرکت سایپا انجام شد و حالا قرار است در روز شنبه ۲۸ تیرماه جاری مراسم قرعه‌کشی برای معرفی منتخبان مجاز به ثبت نام نهایی این خودروها انجام شود.

در طرح پیش‌فروش مورد اشاره، خودرو شاهین با پیش‌پرداخت ۸۰ میلیون تومان و موعد تحویل اسفند ماه ۹۹، « کویک اس » با پیش‌پرداخت ۴۰ میلیون و ۸۰۰ هزار تومان و موعد تحویل بهمن و اسفند ۹۹ و خودرو «ساینا اس» با پیش‌پرداخت ۳۹ میلیون و ۸۰۰ هزار تومان و موعد تحویل دی، بهمن و اسفند ۹۹ عرضه شده بود.



خودرو ۱۰۰درصد ایرانی هستند درک درستی از فرآیند تولید ندارند چراکه از بعد اقتصادی باید بررسی کرد که ارزش افزوده تولید در چه مواردی وجود دارد.»

این نکته را نیز نباید فراموش کرد که با اعمال تحریم‌های آمریکا بسیاری از خودروسازان چینی که مدت‌ها در کشورمان فعالیت داشتند صنعت خودروسازی ما را ترک کرده و تعداد اندکی از این شرکت‌ها در حال حاضر در کشورمان فعالیت می‌کنند. شرکت چری و جک از معدود خودروسازان چینی باقی مانده در ایران‌اند.

توسعه و تجاری‌سازی موتور کم‌مصرف سه استوانه از سوی ایران خودرو

انتقال فناوری، تحقیق، پژوهش و تجربه، متناسب با جغرافیای ایران و قابل رقابت با موتورهای مشابه خودروسازان بزرگ جهانی است و از این منظر، ایران را در زمره کشورهایی قرار خواهد داد که دارای مالکیت دانش طراحی و توسعه موتورهای سه استوانه کم‌مصرف تزریق مستقیم سازگار با محیط زیست است.

وی تصریح کرد: شرکت تحقیق، طراحی و تولید موتور ایران خودرو، ایپکو، به‌عنوان متولی توسعه‌قوای محرکه ایران خودرو و یکی از اعضای کمیته راهبری توسعه خودروهای کم‌مصرف، مسئولیت انجام این طرح را در گروه صنعتی برعهده دارد. این شرکت پس از الگوبرداری، طرح‌ریزی اولیه را انجام داده و توسعه طراحی مفهومی و تجاری‌سازی مبتنی بر الگوبرداری و تجارب داخلی و بومی‌سازی فناوری‌های این موتور در داخل گروه آغاز کرده است.

شرقی زمان آغاز تولید نخستین موتور سه استوانه را زمستان سال ۱۴۰۱ اعلام کرد و گفت: موتورهای بعدی با فاصله هفت ماه بعد وارد چرخه تولید خواهند شد و رونمایی از نخستین موتور این خانواده بر روی خودروی کلاس A+ در بهمن ماه امسال خواهد بود.

وی شمارگان تجمعی تولید خانواده موتور سه استوانه ایران خودرو طی شش سال پس از آغاز تولید را بالغ بر ۷۰۰ هزار دستگاه اعلام و اظهار کرد: این موتورها در محصولات جدید ایران‌خودرو و در سطح ملی بر روی دیگر کفی‌های خودروسازان داخلی قابلیت استفاده خواهد داشت.

موتور سه استوانه را یکی از این طرح‌ها برشمرد و گفت: این طرح دربرگیرنده خانواده موتور سه استوانه کم مصرف ایرانی با چهار موتور، شامل دو موتور تنفس طبیعی با فناوری تزریق درگاهی (PFI) و یک موتور ۱.۲ لیتری پرقدردت با فناوری پرخوران، تزریق درگاهی بنزین و گاز و یک موتور فن‌آورانه ۱.۲ لیتری با بهره‌گیری از فناوری پرخوران و سامانه تزریق مستقیم بنزین (GDI) با مالکیت معنوی ایران‌خودرو است. به گفته شرقی، از فناوری‌های به کار گرفته شده در این موتورها می‌توان به استفاده از فناوری‌های برقی مانند دمایان (ترموستات) برقی، تلمبه روغن دبی متغیر، فناوری کوچک‌سازی با کاهش تعداد استوانه از چهار به سه و استفاده از پرخوران و سامانه تزریق مستقیم سوخت اشاره کرد.

وی یادآور شد: این طرح به تعمیق داخلی‌سازی و توانمندسازی زنجیره تأمین برخی فناوری‌ها همانند برقی‌سازی در قطعات (electrification) و سامانه پرخوران در داخل کشور منجر خواهد شد.

مدیر توسعه و تجاری‌سازی موتور کم‌مصرف سه استوانه ایران خودرو، این موتور را متمایز از انواع موتورهای موجود در بازار خودرو دانست و افزود: مشابه این موتور تاکنون در هیچ‌یک از خودروهای تولید داخل کشور تولید و استفاده نشده و دانش توسعه و تجاری‌سازی آن در اختیار خودروسازان بزرگ جهانی است.

به گفته شرقی، موتور سه استوانه با بهره‌گیری از دانش الگوبرداری و

با توجه به گفتار یکی از کارشناسان حوزه خودرو صنعت خودروسازی چین قدم به قدم با بزرگان صنعت خودروسازی جهان گام برداشته و اگر چینی‌ها در قالب خودروسازی در کشورمان سرمایه‌گذاری کرده و زنجیره تأمین را نیز خود تأمین کنند اتفاق مثبتی رخ خواهد داد.

به گزارش گسترش‌نیوز، فرید زاوه در این خصوص توضیح داد: «هرچند هنوز نمی‌توان درخصوص قرارداد میان ایران و چین به صورت قطعی نظر داد که چقدر امکان اجرایی شدن دارد اما اگر

گروه صنعتی ایران خودرو با هدف تسریع در تحقق اهداف نقشه راه قوای محرکه محصولات آینده خود، برنامه توسعه و تجاری‌سازی موتور سه استوانه را با رویکرد جهادی دنبال می‌کند.

به گزارش گروه ایران خودرو، پیمان شرقی مدیر پروژه توسعه و تجاری‌سازی موتور کم‌مصرف سه استوانه ایران خودرو در این باره گفت: طراحی موتور سه استوانه با فرآیند الگوبرداری از موتورهای متعدد به‌روز دنیا با فناوری‌های مختلف تزریق مستقیم بنزین از سال ۹۵ آغاز شد.

وی افزود: این گروه صنعتی و شرکت تحقیق، طراحی و تولید موتور ایران خودرو (ایپکو)، با استفاده از توانمندی‌های موجود در بخش طراحی و مهندسی و زنجیره تأمین، به دنبال اجرای این طرح برای رسیدن به اهداف کلان همچون مصرف سوخت کمتر از پنج لیتر در هر ۱۰۰ کیلومتر پیمایش و سطح آلایندگی اروپا ۶ هستند.

شرقی با اشاره به بیانات رهبر انقلاب اسلامی در روز کارگر امسال و تاکید بر استفاده از فکر و توان صنعتگران برای طراحی موتور کم‌مصرف گفت: منویات رهبری سبب شد تا در ایران خودرو کمیته ویژه‌ای برای تسریع در اجرای سیاست‌ها و برنامه‌های توسعه‌ای قوای محرکه کم‌مصرف تشکیل شود و هم‌اکنون کمیته راهبری توسعه و تجاری‌سازی خودروهای کم‌مصرف در ایران خودرو، اجرای طرح‌های متعدد از جمله توسعه قوای محرکه را دنبال می‌کند.

مدیر برنامه‌ریزی و اجرای طرح‌های ایپکو، توسعه و تجاری‌سازی

هدف گذاری ۳۰۰ میلیون یورویی سایپا برای توسعه ساخت داخل در سال جاری

بیماری کرونا، سایپا توانسته با مجاهدت صورت گرفته و همکاری شبکه قطعه‌سازان کشور به این مهم دست یابد.

معاون امور صنایع وزارت صنعت، معدن و تجارت خواستار ادامه حمایت و کمک به صنعت خودرو و قطعه‌سازی کشور برای عبور از مشکلات شد و تصریح کرد: رشد تولید خودرو در کشور نشان می‌دهد این صنعت از اهمیت و ظرفیت بسیار خوبی برخوردار است و باید با هدف رشد و رونق تولید و همچنین تسریع در تحویل خودرو و کاهش تعهدات معوقه، مورد حمایت جدی قرار گیرد.

صادقی نیارکی در پاسخ به سوالی درخصوص اقدامات گروه خودروسازی سایپا در طرح ملی بومی‌سازی قطعات خودرو نیز گفت: سایپا جزو پیشخانان نهضت ساخت داخل در صنعت خودرو محسوب می‌شود و در چهار میز تخصصی تعمیق ساخت داخل هم حضوری پررنگ و فعال داشته است.

به گفته وی برنامه گروه خودروسازی سایپا برای سفارش‌گذاری ساخت قطعات خودرویی در داخل و توسعه همکاری این‌گروه با شرکت‌های دانش‌بنیان و صنعتگران داخلی، زمینه دلگرمی و افزایش امید را در میان تولیدکنندگان قطعات خودرویی ایجاد کرده است.

صادقی نیارکی در ادامه با تشریح مهمترین اقدامات در صنعت خودرو، اشاره‌ای به هدف‌گذاری ۳۰۰میلیون یورویی سایپا در توسعه ساخت داخل در سال جاری کرد.

وی همچنین افزود: با برنامه گسترده‌ای که گروه سایپا در زمینه توسعه محصول و تولید خودروهای جدید دارد، تحولی اساسی در تاریخ این خودروساز رقم خواهد خورد.

معاون امور صنایع ادامه داد: اتفاقات گسترده‌ای در مرکز تحقیقات سایپا در زمینه طراحی و ساخت پلتفرم‌ها و خودروهای جدید در حال رخ دادن است.

به گفته وی اجرای چندین پروژه نظیر بهبود و ارتقای پلتفرم‌های موجود، تغییرات فیس‌لیفت بر روی محصولات فعلی، ارتقای کیفیت و آپشن‌های محصولات، در کنار انجام تست‌های شبیه‌سازی پیشرفته خودرویی از جمله موارد مهمی است که مرکز تحقیقات سایپا با برخورداری از دانش فنی روز در دست اقدام دارد.

صادقی نیارکی در ادامه با اشاره به موفقیت گروه خودروسازی سایپا در دستیابی به جایگاه خودروساز اول کشور در خردادماه، افزود: این یک اتفاق بی‌نظیر است که با وجود مشکلاتی نظیر تحریم و شیوع

معاون وزیر صمت و رئیس هیات عامل ایدرو در بازدید از خودروسازی فردا :

استفاده از خودروهای برقی مزیت و الزام روز است

را با نگاه دقیق و کارشناسی در سال جهش تولید در برنامه دارد. بیات با ابراز خرسندی از نگاه و برنامه‌های شرکت خودروسازی فردا درخصوص تولید خودروهای برقی گفت: باید به تعمیق و حداکثرسازی ساخت داخل این نوع خودروها اهتمام شود، چراکه در آینده استفاده از خودروها برقی اجتناب‌ناپذیر خواهد بود .

وی تصریح کرد: اگرچه موضوع تحریم و کرونا اقتصاد کشور را در مقطع کنونی با مشکلاتی مواجه کرده ولی همه باید برای کاهش این

معاون وزیر صمت و رئیس هیات عامل ایدرو در بازدید از شرکت صنایع اتموبیل‌سازی فردا با اشاره به موضوع آلودگی هوا در کلانشهرها و حرکت به سمت توسعه پایدار و حفاظت از محیط زیست، استفاده از خودروهای برقی در کشور را مزیت و الزام روز توصیف کرد .

به گزارش «خبار خودرو»، امیر بیات با اشاره به اینکه مشکل خودروهای برقی قیمت تمام شده و باتری آن است، گفت: وزارت صنعت و سازمان گسترش حمایت از تولید خودروها و موتورسیکلت‌های برقی



دریچه

از جنگ تجاری تا جنگ ویزایی

محمدامین مولا/ کارشناس رصدخانه مهاجرت ایران: روابط بین ایالات متحده و چین در ماه‌های اخیر به طور چشمگیری تنزل یافته است. در تاریخ ۱۵ ماه مه، رئیس جمهور دونالد ترامپ تهدید کرد که کلیه روابط با چین را بر سر همه‌گیری کووید-۱۹، که منشأ آن در ووهان بوده قطع خواهد کرد. او بیشتر کرونا ویروس را «ویروس چینی» خوانده بود و تهدید می‌کرد که برای جبران خسارات ناشی از کرونا ویروس از چین غرامت خواهد گرفت. این درگیری‌ها که ابتدا از تجارت و فناوری شروع شد، اکنون دامنگیر دانشجویان و محققان چینی شده است. طبق بیانیه کاخ ریاست جمهوری دولت ترامپ قصد دارد هزاران ویزا را برای دانشجویان فارغ‌التحصیل و اساتید چینی کاهش دهد. این طرح که نخستین بار توسط نیویورک تایمز گزارش شده است، موجب می‌شود دولت ویزای افرادی را که از تباط مستقیمی با دانشگاه‌های وابسته به ارتش آزادی‌بخش مردم چین دارند، لغو کند. این محدودیت‌ها حداقل ۳ هزار فرد را که در حال مطالعه یا تحقیق در ایالات متحده هستند، تحت تأثیر قرار می‌دهد.

تنها در سال تحصیلی ۲۰۱۸-۲۰۱۷ بیش از ۳۶۰ هزار دانشجوی چینی در کالج‌های آمریکایی ثبت نام کرده‌اند. تحصیل دانشجویان بین‌المللی در مقطع کارشناسی در کالج‌های عمومی آمریکا هزینه‌ای معادل ۳۷ هزار دلار و در دانشگاه‌های خصوصی هزینه‌ای بیش از ۴۸ هزار دلار را در پی دارد. این رقم یکی از بیشترین هزینه‌های تحصیل در میان کشورهای دنیا است اما با این حال کشور آمریکا با اختلاف مقصد اول دانشجویان چینی است. چین منابع عظیمی از دانشجویان را دارد که مایل به صرف هزینه هستند اما دولت ترامپ محدودیت‌های خود را در مورد مشاغل و شهروندان چینی به عنوان بخشی از جنگ تجاری گسترده‌تر خود تشدید کرده است. حال با بالاگرفتن تنش‌هایمن دو کشور، اکنون دانشجویان و دانشگاه‌های میزبان خود را در آتش جنگ تجاری ایالات متحده با چین می‌بینند.

از سال گذشته، واشنگتن قوانین ویزا را تشدید کرده و بعد از شیوع کرونا این محدودیت‌ها خصوصاً برای دانشجویان چینی افزایش یافته است، همچنین دولت آمریکا نظارت بر همکاری‌های پژوهشی بین دو کشور را تشدید کرده است. در همین زمان، ادعاهای جاسوسی و سرقت از مالکیت معنوی که توسط دولت آمریکا علیه دانشجویان و محققان چینی مطرح شده است، به ایجاد محیطی ناپایدار و خصمانه منجر شده است که می‌تواند نتیجه سال‌ها همکاری را خنثی کند. همچنین طرح محدودیت تحصیل دانشجویان چینی در حوزه‌های مرتبط با علم، فناوری، مهندسی و ریاضیات در مقاطع لیسانس و تحصیلات تکمیلی از دیگر محدودیت‌های در نظر گرفته شده برای دانشجویان چینی است.

در سال ۲۰۱۸ میلادی ایالات متحده با استناد به خطر جاسوسی و سرقت از مالکیت معنوی مدت زمان ویزا را برای دانشجویان فارغ‌التحصیل چینی در رشته‌های هوانوردی، روباتیک و تولیدات پیشرفته از پنج سال به یک سال کاهش داد. بنا بر گزارش‌ها، سازمان‌های اطلاعاتی آمریکا به دانشگاه‌ها در مورد خطر جاسوسی توسط دانشجویان و محققان هشدار داده‌اند و از دانش‌گامیان و مدیران دانشگاه خواسته‌اند که در زمینه شناسایی تهدیدبات احتمالی، آموزش ببینند. این سخت‌گیری‌ها بخشی از الگوی فشار بیشتر بر صادرات فناوری و دارایی معنوی از ایالات متحده به چین است. در ماه مه سال ۲۰۱۹، دولت ترامپ محدودیت‌های جدیدی را در مورد فروش نرم‌افزارها و سخت‌افزارها به شرکت هوآوی اعلام کرد.

با وجود فشار بیشتر دولت ترامپ بر چین این نگرانی در صنعت آموزش ایالات متحده وجود دارد که چین از طریق کاهش دانشجویان بین‌المللی خود در آمریکا دست به اقدامی تلافی‌جویانه بزند. در همین راستا دانشگاه‌های ایالات متحده سعی کرده‌اند از خصوصت دولت فاصله بگیرند. برخی از دانشگاه‌ها از جمله دانشگاه برکلی، دانشگاه ییل و دانشگاه نیویورک نامه‌هایی را به دانشجویان ارائه داده‌اند که از آنها پشتیبانی و حمایت می‌کنند اما با این وجود، این جو سطح جدیدی از اضطراب را برای دانشجویان و محققان به ارمان می‌آورد که بالطبع بر تصمیم دانشجویان و محققان چینی برای انتخاب کشور مقصد برای تحصیل و انجام فعالیت‌های پژوهشی اثر گذار خواهد بود.

نکته جاز: اهمیت دیگری که در کنار سایر عوامل اثرگذار بر دانشجویان بین‌المللی و انتخاب یک مقصد خاص از سوی آنها باید به آن توجه کرد این است که دانشجویان

محققان سلامت آب تهران را تایید کردند

کیفیت آب آشامیدنی یکی از موضوعات مهم در شهرها است. در شهرهای بزرگی مانند تهران که جمعیت بالایی دارند، این موضوع اهمیت بیشتری پیدا می‌کند. بررسی کیفیت آب و ارتباط آن با عوامل ویروسی یکی از موضوعات نگران‌کننده در این حوزه است. محققان دانشگاه علوم پزشکی تهران تحقیقی را در مورد آب‌های تصفیه شده تهران و حضور روتا ویروس انجام دادند. نتایج تحقیقات آنها نشان داد که آب آشامیدنی تهران فاقد این ویروس است. روتاویروس‌ها عامل اصلی بروز اسهال‌های حاد در اطفال زیر پنج سال هستند. این ویروس به علت سایز کوچک از فیلترهای شنی تصفیه‌خانه آب عبور می‌کند و مقاومت بالایی در برابر گندزداهای شیمیایی دارد. هرچند که عمده‌ترین راه ابتلا به عفونت روتا ویروس‌ها روش مدفوعی دهانی است اما از اهمیت آب آشامیدنی آلوده به عنوان ناقل این ویروس نمی‌توان گذشت.



آسیابی، با عطش آموزش بین‌المللی، تبادلات فرهنگی و تجربیات جدید یک بازار حیاتی برای بخش آموزش عالی در سراسر جهان هستند. چشمانداز آموزش عالی بین‌المللی (HE) دائماً با روندهای نوظهور، وقایع ژئوپلیتیکی و نوسانات در جمعیت سنی دانشجویان در حال تحول است بنابراین، درک فرآیندهای تفکر این دانشجویان برای ایجاد یک استراتژی قوی بین‌المللی جذاب دانشجو مهم است.

برخی از پیش‌بینی‌ها نشان می‌دهد تمامی این روندها ممکن است دستخوش تغییر شوند و با توجه به اینکه دانشجویان در شرق به طور فزاینده‌ای به دنبال تحصیل درون منطقه‌ای هستند، الگوهای تحرک در سال‌های آینده ممکن است تغییر کنند. کشور چین با فهم این تغییر و تحولات و تغییر استراتژی خود از برنامه‌های صرفاً ارسال و بازگشت دانشجویان به استراتژی‌های جذب دانشجویان بین‌المللی از سال ۲۰۱۰، طرح تحصیل در چین را با هدف جذب ۵۰۰ هزار دانشجوی بین‌المللی تا سال ۲۰۲۰ راهاندازی کرد. در واقع تبدیل چین به یک مقصد جذاب برای دانشجویان بین‌المللی هدفی است که سیاست‌گذاران چینی آن را مورد هدف خود قرار داده و برنامه‌های مختلفی از جمله بورس‌های تحصیلی اضافی برای دوره‌های آمادگی یک ساله زبان، ارائه برنامه‌های بیشتر به زبان انگلیسی و دسترسی آسان‌تر به بازار کار برای دانشجویان بین‌المللی، به منظور دستیابی به این هدف اجرایی شده است. قرار گرفتن این کشور در میان ۱۰ کشور برتر مقصد دانشجویان بین‌المللی در چندین سال گذشته همگی نشانگر برنامه‌ریزی و اجرای سیاست‌هایی از جانب کشورهای آسیایی (خصوصاً چین و ژاپن) برای جذب دانشجویان بین‌المللی است. به طور کلی سیاست‌های مطلوب‌تر پذیرش، دسترسی آسان‌تر به بازار کار برای دانشجویان بین‌المللی، تحولات کشورهای غربی و افزایش هزینه تحصیل دانشجویان بین‌المللی در کشورهای غربی، همگی از جمله عواملی هستند که کشورهای شرقی را به مکانی مناسب برای تحصیل دانشجویان بین‌المللی بدل می‌کند و این امر با توجه سرمایه‌گذاری و برنامه‌ریزی کشورهای شرق برای جذب دانشجویان بین‌المللی و سهم چشمگیر دانشجویان آسیایی از بازار کشورهای سنتی دانشجو فرست به معنای از دست رفتن سهم دانشجویان بین‌المللی منطقه آسیا برای کشورهای اصلی دانشجوییزر از جمله ایالات متحده خواهد شد.

در همین راستا بسیاری از صاحبنظران ادعان داشتند که سیاست‌گذاران آمریکایی و مدیران دانشگاه باید مواظب باشند که ایالات متحده مقصد جذابی برای دانشجویان خارجی و محققان مهاجر باقی بماند. یک مطالعه اخیر نشان داده است که ایجاد محدودیت برای ورود دانشجویان بین‌المللی و ویزاهای کاری افراد ماهر می‌تواند باعث کاهش تولید ناخالص داخلی، افزایش بیکاری و تأثیر منفی بر کارآفرینی شود. برای چندین دهه، سیستم آموزش عالی آمریکا به عنوان یک آهنربا دانشجویان روشنفکر، خلاق و بااستعداد را از سراسر جهان به خدمت گرفته است و این امر در تبدیل ایالات متحده به یک مرکز نوآوری جهانی و نیروگاه اقتصادی نقشی اساسی ایفا کرده است.

با وجود ایجاد محدودیت‌های جدید، برخی از دانشجویان در حال بررسی برنامه‌های خود هستند. به هر ترتیب به نظر می‌رسد که ایجاد محدودیت‌های شدید بر دانشجویان چینی، با توجه به اینکه این کشور بزرگ‌ترین جمعیت دانشجویان بین‌المللی در ایالات متحده را تشکیل داده است، درآمد ۳۹ میلیارد دلاری آمریکا از دانشجویان بین‌المللی را با کاهش جدی همراه سازد. علاوه بر از دست رفتن منافع اقتصادی حاصل از دانشجویان بین‌المللی، کشور آمریکا با از دست دادن سهم بازار خود از دانشجویان بین‌المللی مغلوب کشورهای رقیبی همچون کانادا، انگلستان و استرالیا خواهد شد که با بهبود برنامه‌های اشتغال پس از فارغ‌التحصیلی خود در صدد افزایش سهم خود از دانشجویان بین‌المللی هستند. برخلاف آمریکا که محدودیت‌های شدیدی را بر ویزاهای دانشجویی و اشتغال پس از فارغ‌التحصیلی ایجاد کرده است.

بسیاری از کارشناسان بر این باورند که برای حفظ این وضعیت و تقویت نقش کشور به عنوان رهبر در صنایع نوظهور که باعث ایجاد اشتغال در آینده و رشد اقتصادی خواهد شد، سیاست مهاجرت ایالات متحده باید به تشویق دانشجویان بین‌المللی برای آمدن به آمریکا برای تحصیل و کار ادامه دهد.

منبع: isti.ir



تویتر در یک

به قلم: استیسی لیبراتور / خبرنگار

است. این امر باعث شده است تا شاهد اعترا این شبکه اجتماعی محبوب، باشیم. با این گروه، رمزارزها بوده است که در حال حاضر توصیه مدیران توییتر نیز به کاربران تغییر مطمئنی محسوب شود. به همین خاطر در کاربری هزاران نفر از سراسر جهان بوده‌ای اعتماد کاربران به توییتر با کاهشی شدیدی صورت کامل فعالیت خود را متوقف کنند. در

درست در هنگامی که بسیاری از تحلیلگران پیش‌بینی کرده بودند که توییتر می‌تواند تا پایان سال جایگاه دوم ارزشمندترین شبکه‌های اجتماعی را به دست آورد، یک ضعف امنیتی در حال نابودکردن همه چیز است. درواقع این شرکت در معرض حمله‌های گسترده هکرها قرار گرفته است که به علت ضعف در سیستم‌های برخی از کارمندان، است. قربانی اصلی آن نیز چهره‌های مطرحی نظیر باراک اوباما، جو بایدن و ایلان ماسک بوده است. در این رابطه برندهای مطرحی نیز از این آسیب در امان نمانده و ایل نیز با از دست دادن برخی از اطلاعات شخصی خود مواجه شده است. درواقع در حال حاضر کلاهبرداری‌هایی نیز با استفاده از این صفحات انجام شده

راهکارهای نانویی کشاورزی را همراهی می‌کند

برای کاهش هدررفت آن گامی تاثیرگذار است. زیرا مشکل اصلی در استفاده از آن هدررفت به دلایل گوناگون مانند آب‌شویی و تصعید است.

براساس این گزارش، چالش فناوری و نوآوری یک مسابقه یا رقابت با هدف توسعه راه حل‌های فناورانه برای حل مشکلات بنگاه‌های صنعتی یا توسعه خدمات و محصولات نوآورانه است.

در این نوع مسابقات، شرکت‌های صنعتی خصوصی یا دولتی می‌توانند مناسب‌ترین راه‌حل‌های فناورانه را برای غلبه بر مشکلات فناورانه خود بیابند. شرکت‌کنندگان در چالش نوآوری را عموماً دانشجویان یا اعضای هیات علمی دانشگاه‌ها و پژوهشگاه‌ها، پژوهشگران مستقل و شرکت‌های



کوچک و متوسط خلاق و نوآور (اعم از دانش‌بنیان و غیر آن) از داخل یا خارج کشور تشکیل می‌دهند، اما هیچ منع یا محدودیتی برای شرکت در چالش‌ها وجود ندارد.

برگزاری چالش‌های نوآوری یکی از اقداماتی است که با حمایت ستاد توسعه فناوری نانو معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری انجام می‌شود تا با اقدامات فناورانه و اتکا به توان نیروی داخل نیازهای صنایع رفع شود. به تازگی نیز چالش نوآوری دیگری در حوزه کشاورزی اعلام فراخوان کرده است.

«کاهش آب‌شویی و هدررفت کود اوره در مصارف کشاورزی» عنوان این چالش نوآوری است که در آن از فعالان و فناوران این حوزه دعوت کرده است تا ۱۲ مردادماه سال جاری طرح‌های خود را برای رفع نیاز صنعت کشاورزی در این حوزه ارسال کنند. علاقه‌مندان برای کسب اطلاعات بیشتر به سایت ستاد توسعه فناوری نانو مراجعه کنند.

توسعه راهکارهای مبتنی بر فناوری

نانو برای کاهش هدررفت کود اوره در این چالش دنبال می‌شود. اوره یکی از کودهای پر مصرف و پر کاربرد در کشاورزی است که برای رفع نیازهای غذایی گیاه مهم است. پس هر گونه اقدام فناورانه

سلول‌های بنیادی درد بیماران مبتلا به آرتروز را کاهش می‌دهد

دارد و ترمیم آن دشوار است اما سلول‌های بنیادی می‌تواند درمان مناسبی در این حوزه باشد، خصوصاً برای افراد سالمند که دارو مشکلاتی را برای سیستم گوارش آنها ایجاد می‌کند. درمان با سلول‌های بنیادی به مراتب کم‌خطرتر است، زیرا سلول از بدن فرد گرفته می‌شود

و مشکلات خود ایمنی را نیز ایجاد نمی‌کند.
و دانشگاه علوم پزشکی مشهد روی چندین گروه بیمار مبتلا به آرتروز زانو با روش‌های درمان گوناگون کار شد. نتیجه تحقیقات نشان داد، در گروهی که از سلول‌های بنیادی برای درمان استفاده شده بود، بهبود عملکرد غضروف با سرعت بیشتری رخ داده است و البته ماندگاری بالاتری نیز دارد.
سلول‌های بنیادی توانمندی تبدیل به سلول‌های دیگر را دارند. این سلول‌ها با تمایز یافتن به غضروف عملکرد بیمار را بهبود می‌دهند. البته این محققان در دانشگاه علوم پزشکی مشهد نیز

ستاد توسعه فناوری‌های سلول‌های بنیادی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری نیز برای توسعه تحقیقات در این حوزه از محققان و پژوهشگران حمایت می‌کند.

فرسودگی اعضای بدن اتفاقی است که با افزایش سن رخ می‌دهد. غضروف‌ها هم پیر می‌شوند. سالمندان بسیاری را دیده‌ایم که به علت درد در پاها توان راه رفتن ندارند. اغلب در آنها غضروف زانو دچار مشکل شده است. آرتروز زانو نام بیماری است که در گیرش شده‌اند.

این بیماری راجع زانو از شایع‌ترین شکل‌های آرتروز است که بسیاری از فعالیت‌های روزمره افراد را مختل می‌کند. علاوه بر آن بیمار ناچار به تحمل درد شدیدی است. در حال حاضر درمان اساسی برای آن وجود ندارد. تنها با تزریق داروهای مسکن درد را تخفیف می‌دهند. البته دریچه‌امیدی وجود دارد، استفاده از سلول‌های بنیادی؛ سلول‌های کوچکی که توانمندی بسیار دارند و در عصر حاضر امید بیماران زیادی در سراسر جهان شده‌اند.

محققان در دانشگاه علوم پزشکی مشهد نیز روی این سلول‌ها برای درمان آرتروز زانو مشغول تحقیق و فعالیت هستند. تنها درمان بیماران مبتلا به آرتروز مسکن و تزریق کورتن داخل زانو است. از آنجا که رگی در مفصل‌ها وجود ندارد، تزریق دارو نیز سختی‌های خود را



حمل و نقل ریلی کشور هوشمند می شود

پهپادها به میدان می آیند، قرار است از این پرندehای بی سرنشین برای افزایش ایمنی و بهره‌وری خطوط ریلی استفاده شود. با یک همکاری مشترک میان ستاد توسعه فناوری‌های فضایی و حمل و نقل هوشمند معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری و راه آهن، هوشمندسازی خطوط ریلی به پهپادها سپرده می شود. این طرح با همکاری مشترک معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، مرکز ساماندهی پهپادهای غیرنظامی و راه آهن کشور با هدف افزایش ایمنی و بهره‌وری خطوط ریلی و قطارها اجرایی می شود. این خدمات در حوزه «داده مکانی (برداشت خط، ایستگاه، پل و تونل)»، «ظارت، حفاظت پیرامونی، حراستی»، «بازرسی قطعات و تجهیزات نصب شده»، «مدیریت حوادث، بحران و بلایای طبیعی و امداد» و «تشکیل کمیته ساختار، فرآیند، تحلیل، ترویج» ارائه خواهد شد.

یادداشت



تعامل سودمند

محصولات باکیفیت در کنار توسعه آزمایشگاه‌های توانمند کنترل کیفی می‌تواند نویدبخش آینده‌ای روشن برای اقتصاد کشور باشد. یکی از مهمترین چالش‌های پیش روی آزمایشگاه‌ها تعرفه‌گذاری خدمات آزمایشگاهی است. عموما این تعرفه‌ها از زمان محاسبه تا زمان تصویب و ابلاغ مسیری بسیار طولانی را طی می‌کنند به طوری که بعضا تا دو سال بعد از تاریخ محاسبه ابلاغ می‌شوند. این در حالی است که هزینه‌ها از جمله هزینه‌های نیروی انسانی و خرید مواد شیمیایی و تجهیزات آزمایشگاهی با تعرفه‌های روز پرداخت می‌شود. تعرفه‌گذاری نامتناسب همیشه درآمدهای آزمایشگاه‌ها را یک با دو گام نسبت به هزینه‌های جاری عقب نگه می‌دارد و این امر با پایین آوردن توجه اقتصادی فعالیت‌های آزمایشگاهی، انگیزه لازم را از فعالان این بخش می‌گیرد که لازم است تمهیدات لازم برای اصلاح این روند صورت گیرد.

صنایع خلاق همگام با دانش بنیان‌ها با کرونا مقابله می‌کند

بسیاری از شرکت‌های دانش بنیان، علی‌رغم کوهی از مشکلات، با استفاده از چالش تحریم و نوسانات ارزی، صدها قلم کالای جدید را بومی‌سازی کردند.

سجادی نیری در ادامه گفت: کرونا درس‌های متعدد دیگری نیز برای ما داشت، ساختارهای اقتصادی در مواجهه با کسب و کارهای نوپا نیازمند دگرگونی کامل است. بسیاری از استارت‌آپ‌ها و شرکت‌های نوآور و خلاق مشکلات خود را با ما در میان می‌گذارند. برای مثال، سازمان امور مالیاتی کشور و سازمان تامین اجتماعی، دو نهادی هستند که باید نگاه سنتی خود را تغییر دهند و شرایط کسب و کارهای نوپا را درک کنند.

مقابله با کرونا

وی با اشاره به اهمیت زیرساخت‌هایی مانند فضای مجازی، بیان کرد: صاحبان کسب و کارهای نوپا و تیم‌های فناوری، افرادی هستند که در خط مقدم جنگ اقتصادی قرار دارند، ایجاد بسترهای مناسب ارتباطی مانند مهمات مناسبی است که باید به این سربازان خط مقدم رسانده شود. دستگاه‌های اجرایی باید در همکاری با معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، برای احداث مکان‌های جدید نوآوری، همکاری خود را ارتقا بخشند. خوشبختانه شرکت‌های خلاق نیز همراه با شرکت‌های دانش بنیان مشغول مقابله با ویروس کرونا هستند.

دبیر ستاد توسعه فناوری‌های نرم و هویت‌ساز معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری با اشاره به افزایش تعداد شرکت‌های خلاق به ۸۰۰ شرکت فعال، گفت: تعداد این شرکت‌ها از ۳۰ شرکت به ۸۰۰ شرکت افزایش یافته است و این مسئله باعث تربیت صدها فعال حرفه‌ای در فضای صنایع خلاق شده است که زبان تجارت را درک می‌کنند، با این همه تعداد این شرکت‌ها هنوز با ظرفیت‌های کشور فاصله دارد و برای ایجاد یک رشد انفجاری در حوزه صنایع خلاق نیازمند همکاری تمام دستگاه‌های اجرایی هستیم. بی‌شک اگر این همکاری و هم‌افزایی محقق شود، می‌توان اطمینان داشت که حوزه‌هایی مانند گردشگری، صنایع دستی، انیمیشن‌سازی و تولید محتوا، صدها میلیون دلار ارز برای کشور به ارمغان بیاورد.

استارت‌آپ‌های حوزه صنایع خلاق عملکرد خوبی در مقابل کرونا از خود نشان دادند و هم‌راستا با شرکت‌های دانش بنیان، مشغول مقابله با ویروس هستند.

سیدمحمدحسین سجادی نیری، دبیر ستاد توسعه فناوری‌های نرم و هویت‌ساز معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری در «نشست نقد اندیشه و تاثیر کرونا بر کسب و کارهای نوپا» بیان کرد: تمام اجزای اقتصاد، از شیوع ویروس کووید-۱۹ تاثیر پذیرفته‌اند و صدماته کسب و کارهای نوپا نیز از این مسئله مصون نمانده‌اند. با این همه در زیست‌بوم نوآوری کشور، کسب و کارهای نوپا از این نظر به دو دسته تقسیم می‌شوند. دسته اول کسب و کارهای نوپایی هستند که مانند مشاغل سنتی از شیوع ویروس کرونا غافلگیر شدند و دسته دوم شرکت‌های نوآوری بودند که تهدید کرونا را به فرصت تبدیل کردند و از آن پله‌ای ساختند برای جهش در تولید محصولات جدید.

نیری ادامه داد: معتقد هستم که کسب و کارهای نوپای ایرانی در برخی از زمینه‌ها از کسب و کارهای نوپای غربی موفق‌تر عمل کردند. برای مثال یک شرکت دانش بنیان را که در عرض کمتر از دو ماه یک خط تولید کامل تولید ماسک و مواد ضدعفونی را در کنار دیگر محصولاتش را راه‌اندازی کرد با یک شرکت عظیم بین‌المللی مانند اوپر مقایسه کنید که نتوانست خود را با این چالش همگام سازد و ضرر و زیان قابل توجهی متوجه آن شد. کسب و کارهایی که از قبل آمادگی جهش را داشتند و از چابکی فناوریانه لازم برخوردار بودند، توانستند از این بحران به نحو مطلوب استفاده کنند.

تبدیل تهدید به فرصت

دبیر ستاد توسعه فناوری‌های نرم و هویت‌ساز معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری افزود: کرونا به ما یاد داد که باید به بخش فورس مازور (رخدادهای غیرقابل اجتناب) برنامه تجاری شرکت‌ها پیش از گذشته توجه کرد. یک استارت‌آپ باید توجه داشته باشد که ممکن است مسائلی مانند شیوع ویروس یا تحریم پیش بیاید که خارج از اراده او است، می‌توان به جای شکوه از این تهدیدها فرصتی ساخت و به موفقیت‌های خیره‌کننده دست یافت. چنانکه

«مرکز جهادی پیشرفت شرکت راه آهن» با هدف استفاده بهینه از توان داخلی برای رفع مسائل و موانع پیش روی توسعه حمل و نقل ریلی کشور افتتاح شد.

معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری و محمد اسلامی وزیر راه و شهرسازی حضور داشتند. در این مرکز قرار است موضوعاتی مانند کاهش وابستگی به خارج، بالابردن بهره‌برداری از ظرفیت‌های داخلی این حوزه بررسی شود و از توان و تخصص نیروی نوآور برای رفع چالش‌ها و مشکلات حمل و نقل ریلی بهره برده شود. ستاری در این مراسم، گفت: شرکت راه آهن در دوره مدیریت جدید بر موضوع نوآوری و استفاده از توان دانش بنیان‌ها در حل مسائل و مشکلات حمل و نقل ریلی تمرکز دارد. به گفته وی، تکیه بر توان داخلی و دانش بنیانی در زمان تحریم‌ها تنها راه برون رفت از این شرایط سخت اقتصادی است. معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری ادامه داد: تقاهم‌نامه میان معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری



ستاری: مشکلات حمل و نقل ریلی را اتکا به توان داخلی رفع می‌کند

و راه آهن هم با هدف توسعه مفهوم نوآوری و استفاده از فناوری در حل مسائل موجود در حمل و نقل ریلی به امضا رسید. همچنین محمد اسلامی، وزیر راه و شهرسازی هم در این مراسم با اشاره به ایجاد مرکز جهادی پیشرفت در شرکت راه آهن، گفت: ایجاد چنین مرکزی در همه ادارات ضروری است. این کار به استفاده درست از داشته‌های علمی کشور برای رفع مشکلات منجر می‌شود.

وی ادامه داد: در این مرکز ۲۴ مسئله و چالش حوزه حمل و نقل ریلی کشور مورد توجه قرار دارد تا با استفاده از ظرفیت‌های دانش بنیانی این مشکلات مرتفع شود. به گفته اسلامی، این کار به ارتقای جایگاه راه آهن، افزایش رضایتمندی مردم از خدمات این ناوگان و بالا رفتن انگیزه خدمت کارکنان منجر می‌شود. وزیر راه و شهرسازی در ادامه بیان کرد: با کمک معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری دیگر سرفصل‌های مرتبط با توسعه حمل و نقل ریلی کشور را هم دنبال می‌کنیم.



قدمی سقوط

برنگار - مترجم: امیر آل علی

انجام شده است که بر طبق آن نویتر با از دست دادن کاربران میلیونی مواجه خواهد شد. این امر می‌تواند باعث از دست رفتن جایگاه حال حاضر این شرکت، تا پایان سال جاری شود. نکته دیگری که ذکر آن ضروری است این است که چنین حملات گسترده‌ای در تاریخ این شبکه بی‌سابقه بوده و برخی عقیده دارند که ممکن است تنها موج اول محسوب شود. تحت این شرایط باید دید که مدیران این شبکه، طی چند روز آینده چگونه این بحران را مدیریت خواهند کرد. درواقع زمان به بدترین شکل برای نویتر در حال سپری شدن است.

منبع: dailymail.com

بزرگ‌ترین سایت هسته‌ای پر توده‌ی گاما در کشور راه‌اندازی شد

سایت‌ها از اساسی‌ترین زیرساخت‌ها در تحقق بند ۷ سیاست‌های کلی اقتصاد مقاومتی برای تامین امنیت غذا و درمان و ایجاد ذخایر راهبردی با افزایش کمی و کیفی تولید به حساب می‌آیند.

به گفته سیدرضا ربیعی، مدیرعامل شرکت دانش بنیان شارپرتوایران، این شرکت با عقد قرارداد با شرکت‌های هندوستانی، روسی و مجارستانی و با همت کارشناسان و متخصصان خود، توانسته به عنوان یکی از دارندگان دانش فنی طراحی، ساخت و بهره‌برداری از سامانه‌های پرتوده‌ی گاما در بخش خصوصی کشور معرفی کند. وی ادامه داد: سازمان خواربار و کشاورزی ملل متحد، سازمان ایمنی مواد غذایی اروپا، سازمان غذا و داروی آمریکا، آژانس بین‌المللی انرژی اتمی و سازمان بهداشت جهانی بر استفاده از مواد غذایی پرتودیده تاکید دارند و قوانین مختلفی برای جلوگیری از واردات محصولات آغشته به سموم شیمیایی چون متیل بروماید و اتیلن اکساید وضع کرده‌اند.

با تلاشی دانش بنیان، بزرگ‌ترین سایت هسته‌ای پرتوده‌ی گاما در منطقه ویژه اقتصادی استان چهارمحال و بختیاری به عنوان یک طرح کلان ملی فناوری راه‌اندازی شد. این طرح به تامین امنیت غذا، اقدامات درمانی و ذخایر راهبردی و مورد نیاز کشور می‌انجامد.

با توجه به افزایش جمعیت کره زمین، یکی از مهم‌ترین دغدغه کشورها، تامین غذای مورد نیاز مردم، انبار و نگهداری صحیح و بدون ضایعات این مواد، افزایش سطح بهداشت عمومی و جلوگیری از بروز عفونت در بدن افراد سالم هستند. این اهداف جز با استفاده از تجهیزات کاملا استریل محقق نمی‌شود.

دنیا برای رسیدن به این هدف مسیر به کارگیری پرتوی گامای ساطع شده از عنصر شیمیایی کبالت ۶۰ را پیش گرفته است. در ایران هم برای نخستین بار یک شرکت دانش بنیان با تلاشی فناوریانه در سال ۹۰ موفق به تاسیس و راه‌اندازی بزرگ‌ترین سایت هسته‌ای پرتوده‌ی گاما در منطقه سیستان و بلوچستان شد. این



کارگاه برندینگ

از فروشگاه‌های Nike Rise چه می‌دانیم؟

رونمایی نایک از فروشگاه‌های جدیدش

به قلم: کارا سالپیننی کارفرین مستقل، روزنامه‌نگار مدیریت کسب و کار ترجمه: علی آل‌علی

برند نایک در هفته جاری از یک طرح جسورانه برای توسعه تجربه مشتریان در فروشگاه‌های خود رونمایی کرد. ایده جدید نایک برای فروشگاه‌های تازه‌اش تحت عنوان «Nike Rise» شناخته می‌شود. نخستین نمونه از این فروشگاه‌ها در شهر گوانگژو چین راه‌اندازی شده است. مدیران ارشد نایک در توضیح هدف اصلی طرح تازه‌شان بر روی ارائه تجربه‌ای تعاملی براساس تحلیل داده‌های مرتبط با خریداران و همچنین ارزیابی وضعیت ورزش‌های محبوب در نقاط مختلف جهان تاکید کرده‌اند.

شعبه Nike Rise در گوانگژو نخستین گام نایک برای معرفی گونه تازه‌ای از خرده‌فروشی در سطح جهانی است. آنها اقدام برای توسعه فروشگاه مدنظرشان را به سال آینده موکول کرده‌اند. دلیل این امر نگرانی بابت ایجاد مشکل به دلیل شیوع ویروس کروناست. همچنین مسئولان نایک در تلاش برای ارزیابی وضعیت این طرح در چین هستند.

اهداف نایک برای رونمایی از گونه تازه‌ای از خرده‌فروشی در سال‌های قبل نیز دنبال شده است. بر این اساس طرح‌هایی نظیر «خانه خلایق‌ت نایک» و «نایک لایو» شعبه‌های نوآورانه نایک محسوب می‌شوند. تاکید اصلی مدیران ارشد نایک در خرده‌فروشی تازه‌شان استفاده از داده‌های آنلاین و معتبر برای پیش‌بینی سلیقه مشتریان و غافلگیری آنهاست. امروزه سطح رقابت در حوزه خرده‌فروشی لوازم ورزشی بسیار بیشتر از پیش‌بینی کارشناس‌هاست، بنابراین اقدام برای ایجاد مزیت‌های رقابتی در مسیر تعامل با مشتریان اهمیت بسیار زیادی دارد. نایک در طول سال‌های اخیر مزیت‌های بسیار زیادی برای رقابت با برندهای محلی و دیگر تولیدکنندگان بزرگ تجهیزات ورزشی به دست آورده است. برنامه این برند ادامه طراحی و معرفی طرح‌های نوآورانه برای رقابت هرچه بهتر است.

بدون تردید راه‌اندازی طرحی نو در زمینه خرده‌فروشی کار ساده‌ای نیست. طرح Nike Rise به طور گسترده‌ای بر روی اطلاعات دیجیتال تکیه دارد. در این راستا با کمک هوش مصنوعی امکان‌پردازی حجم وسیعی از داده‌ها برای تعامل با مخاطب هدف فراهم می‌شود. نکته مهم در این میان ارزیابی ابتدایی طرح در چین است. مدیران ارشد نایک کشور چین را به دلیل جمعیت بالا و سلیقه متفاوت مردم انتخاب کرده‌اند بنابراین در نسخه نهایی چنین فروشگاه‌هایی شاهد اصلاحات لازم با استفاده از تجربه چین خواهیم بود.

برند نایک در تلاش برای جلب نظر مشتریان فقط بر روی تجربه دیجیتال تمرکز ندارد. آنها فناوری تازه‌ای برای تشخیص قالب پای مشتریان و طراحی کفشی مطابق با نیازهای‌شان طراحی کرده‌اند. فناوری «Nike Fit Shoe» در همین راستا روانه بازار شده است. این فناوری تاثیر بسیار زیادی بر روی راحتی هرچه بیشتر کفش‌ها برای مشتریان دارد.

شیوع ویروس کرونا بسیاری از برندها را وادار به ارزیابی مجدد استراتژی‌های فروش شان کرده است. نایک در این میان جهت‌گیری مشخصی برای افزایش خدمات دیجیتالش داشته است. بر این اساس مدیران ارشد نایک در تلاش برای کاهش نیاز به تعامل مستقیم با مشتریان در فروشگاه‌های‌شان هستند. این امر با کاربست فناوری‌های نوین و به لطف توسعه سریع هوش مصنوعی امکان‌پذیر شده است بنابراین در آینده دیگر نیازی به تعامل بسیار نزدیک با فروشنندگان در شعبه‌های نایک نخواهد بود. در عوض بخش قابل توجهی از تجربه مشتریان در خرده‌فروشی‌های نایک به صورت دیجیتال ساماندهی می‌شود.

یکی از ایرادهای اساسی فروشگاه‌های ورزشی در سراسر دنیا ناتوانی برای واکنش سریع در قبال رویدادهای جاری ورزشی است. این امر موجب عدم علاقه مشتریان برای حضور در فروشگاه‌ها می‌شود. استفاده از فناوری‌های دیجیتال مزیت ساماندهی هرچه بهتر امور براساس رویدادهای روز را دارد. به این ترتیب دست بازاربازها برای طراحی برنامه‌های بازاریابی بسیار بازتر خواهد بود.

منبع: retaildive.com

اپل با جریمه ۹۸۰ میلیون دلاری سامسونگ مواجه شد

به قلم: چنسی میلر خبرنگار مترجم: امیر آل‌علی

در سال گذشته قراردادی بین دو برند سامسونگ و اپل به ثبت رسید که براساس آن برند آمریکایی باید تعداد مشخصی صفحه نمایش OLED را خریداری می‌کرد، با این حال بنا به دلایلی که مهمترین آن ویروس کرونا است، این شرکت موفق نشد تا به تعهدات خود عمل کند. همین امر نیز باعث شده است تا با غرامت سنگین ۹۸۰ میلیون دلاری مواجه شود. با توجه به این امر که در دوران سخت حال حاضر، حتی برندی نظیر سامسونگ نیز با کاهش فروش خود مواجه شده است، چنین مبلغی می‌تواند وضعیت شرکت را در شرایط بسیار خوبی قرار دهد. نکته جالب این است که در سال گذشته نیز چنین اتفاقی رخ داد و اپل باز هم نتوانست به تعهدات خود عمل کند. با این حال شنیده‌ها حاکی از آن است که این مبلغ به‌ صورت نقدی پرداخت نخواهد شد و مدیران اپل در تلاش هستند تا با اقداماتی نظیر ثبت سفارش بیشتر و یا تأمین برخی از ابزارهای موردنیاز سامسونگ، برطرف کند، با این حال هنوز مشخص نیست که این طرح مورد قبول مدیران سامسونگ قرار گیرد. با این حال تحلیلگران بر این باور هستند که برای حفظ روابط بین دو شرکت، بعید است که بر گرفتن کل مبلغ به صورت نقدی، تاکید شود.

منبع: ۹to۵mac.com

هر آنچه باید درباره برندینگ کارفرما بدانید



۱- **ارزش پیشنهادی منحصربه‌فردی برای شرکت‌تان در نظر بگیرید**

به منظور ایجاد یک برند کارفرمای قوی، لازم و ضروری است که ابتدا بر روی بیانیه مأموریت، ارزش‌ها، چشم‌انداز و فرهنگ شرکت‌تان تمرکز کنید؛ زیرا به کمک آن‌ها می‌توانید نیازهای کسب‌وکار‌تان را بشناسید و نیز بفهمید که به چه نیروهایی با چه ویژگی‌هایی نیاز دارید تا به اهداف و مقاصد معین شرکت‌تان دست یابید.

مثلاً، بیانیه مأموریت سازمان غیرانتفاعی «Teach for America» را در نظر بگیرید:

«یک روزی همه بچه‌ها در این کشور این فرصت را به دست خواهند آورد تا از یک آموزش خوب و عالی بهره‌مند شوند.»

با استفاده از این بیانیه، سازمان «Teach for America» می‌تواند درباره داستان جذاب برند کارفرمای خود سخن بگوید. علاوه بر این، آنها با گفتن جمله زیر به کارمندان، شانس یادگیری مستمر را به آنها وعده می‌دهند.

«ما موشکافانه و دقیق کار می‌کنیم و از ایده‌های جدید برای نوآوری و پیشرفت پایدار استقبال خواهیم کرد. ما بر خطرات غلبه می‌کنیم و از موفقیت‌ها، شکست و هر چیز دیگری یاد می‌گیریم.»

بنابراین، آنها ارزش‌ها و برند کارفرمای خودشان را با هدف کسب‌وکار هماهنگ می‌کنند و انطباق می‌دهند.

۲- **برند کارفرمای شرکت‌تان را بررسی و ارزیابی کنید**

امکان دارد که شما کاملاً از شهرت و آوازه شرکت‌تان در بین متقاضیان کار یا حتی کارمندان خودتان آگاه نباشید. بنابراین، نظرسنجی‌هایی در داخل شرکت خود انجام دهید؛ در شبکه‌های اجتماعی جست‌وجو کنید؛ بخش نظرات سایت‌هایی مانند «Glassdoor» را بررسی کنید یا با شرکت‌هایی کار کنید که می‌توانند میزان شهرت شرکت شما را بازبینی و رصد کنند.

در نهایت، جست‌وجوی شما باید ویژگی‌های جذاب و دوست‌داشتنی فرهنگ شرکت‌تان را آشکار کند تا اینکه شما بتوانید بر روی ویژگی‌های ممتاز و برجسته شرکت‌تان تمرکز کنید.

۳- **ارزش پیشنهادی کارفرما را بنویسید**

زمانی که شما جست‌وجو و تحقیقات خود را انجام دادید و لیستی از ارزش‌ها و منافع شرکت‌تان را مشخص کردید، باید ارزش پیشنهادی کارفرمای شرکت‌تان را بنویسید.

ارزش پیشنهادی کارفرما یک تعهد و پیام بازاریابی است. بنابراین، شما نباید درباره چیزهایی صحبت کنید که نادرست هستند یا کارمندان‌تان با آنها مخالفند.

شما می‌توانید ارزش پیشنهادی کارفرما را در وب‌سایت، فرم استخدام یا صفحه شرکتی لینکدین‌تان استفاده کنید. علاوه‌براین، ارزش پیشنهادی کارفرما چیزی است که تیم منابع انسانی و استخدامی‌تان می‌توانند درباره نامزد‌های بالقوه برای شغل بحث کنند. ارزش پیشنهادی کارفرما هیچ ارتباطی با پرداخت غرامت و خسارت ندارد. در عوض شما باید با بیان تأثیر مثبت شرکت‌تان بر جهان انگیز‌ای را در نامزد‌های شغلی بالقوه ایجاد کنید؛ زیرا افراد می‌خواهند احساس کنند که کارهای‌شان بامعناست، بنابراین حاضر هستند که حتی با تحویل یک چک با مبلغ بالا نیز در شرکت مشغول به کار شوند.

مثلاً شرکت اکسنچر(Accenture)، فعال در حوزه خدمات تخصصی و مشاوره‌ای مدیریت، ارزش پیشنهادی کارفرمای خود را به صورت زیر نوشته است:

«کمک کنید تا آینده را بسازیم. خودتان باشید و تفاوت ایجاد کنید. در جایی کار کنید که شور و شوق شما را برمی‌انگیزد و استعداد‌های شما را بارور می‌سازد. در برخی از جالب‌ترین پروژه‌ها از تکنولوژی‌های پیشرو برای نوآوری استفاده کنید. علاوه بر این، شما ابزارهای موردنیاز خود را برای یادگیری و رشد به دست خواهید آورد؛ بنابراین، همیشه جلوتر از دیگران خواهید بود و تمایز و تفاوت در جهان ایجاد خواهید کرد.»

آنها این ارزش پیشنهادی را در صفحه شغلی شرکت‌شان به طور برجسته نشان داده‌اند.

۴- **از کارمندان شرکت خودتان استفاده کنید**

زمانی که متقاضیان کار می‌خواهند بیشتر درباره برند کارفرمای شما بدانند، تصمیم می‌گیرند تا کارمندان شرکت شما را ملاقات کنند و صحبت‌های آنها را درباره شرکت‌تان بشنوند. از کارمندان خودتان برای برندینگ استفاده کنید. برای انجام این کار می‌توانید مصاحبه‌های کارمندان و رضایت آنها را در وب‌سایت شرکت به اشتراک بگذارید.

علاوه‌براین، در زمانی که شرکت‌تان به کارمندان هدیه می‌دهد یا

ایستگاه بازاریابی

۷ قانون بازاریابی از طریق شبکه‌های اجتماعی

به قلم: نیل شافر کارشناس حوزه بازاریابی
مترجم: امیر آل‌علی

برای استفاده حرفه‌ای و کارآمد از هر چیزی، ضروری است تا اصول آن مورد توجه قرار گیرد، بدون شک شبکه‌های اجتماعی در چند سال اخیر، به مهم‌ترین بستر بازاریابی تبدیل شده است. علت این امر نیز به خاطر حضور فوق‌العاده افراد در آن است. برای مثال شما با نصب یک بیلبورد تبلیغاتی، در بهترین حالت ممکن می‌توانید چند نفر از افراد محل تعیین شده را به سمت خود جلب کنید، با این حال در شبکه‌های اجتماعی شما با مخاطبان میلیونی طرف بوده و این امر باعث خواهد شد تا شانس رشد بسیار خوبی را داشته باشید. در این رابطه قصد بررسی هفت اصلی را داریم که در استفاده تجاری از هر شبکه‌ای، باید مورد توجه قرار گیرد.

۱- برای هر استراتژی خود یک محدوده زمانی تعیین کنید

نخستین اقدامی که باید انجام دهید این است که برای هر یک از استراتژی‌های خود یک نقطه پایان را تعیین کنید. این امر در حالی است که بسیاری از افراد در این رابطه اقدامات لازم را انجام نداده و همین موضوع باعث می‌شود تا شاهد یک استراتژی برای چندین سال باشیم. در این رابطه اصل کلی نیز وجود ندارد. علت این امر به این خاطر است که برخی از استراتژی‌ها بلندمدت و برخی کوتاه‌مدت هستند. درواقع تنها کافی است تا به محدوده زمانی هر یک از آنها توجه داشته باشید. در این رابطه بررسی استراتژی‌های انجام شده از سوی سایر برندها نیز یک اقدام سودمند خواهد بود.

۲- اهداف خود از تبلیغات در شبکه‌های اجتماعی را بدانید

درواقع شما باید در ابتدا هدف خود را از تبلیغات تعیین کنید تا براساس آن، بهترین شیوه‌ها را بتوان انتخاب کرد. برای مثال ممکن است شما تنها بخواهید که برند شما مطرح شود تا توجهات به سمت شما و در نهایت فروش محصول شکل گیرد. تحت این شرایط دیگر نیازی به تبلیغ مستقیم محصولات نخواهد بود. برای درک بهتر از این موضوع توصیه می‌شود تا مقالات مرتبط با موضوع تبلیغات را مورد بررسی قرار دهید. این امر باعث خواهد شد تا در بودجه شما، صرفه‌جویی خوبی شود.

۳- موارد تاثیرگذار و بدون فایده را بیاید

دلیل اهمیت این موضوع برای انجام تنها اقداماتی است که به معنای واقعی تاثیرگذار خواهند بود. بدون شک شبکه‌های اجتماعی با یکدیگر متفاوت بوده و این امر باعث خواهد شد تا فعالیت یکسان در همه آنها، بدون فایده باشد. همچنین باید با تحلیل درست از مخاطبین هر شبکه و امکانات آنها، فهرست خود را تکمیل کنید. در این رابطه فراموش نکنید که این اقدام شما در نقطه‌ای به پایان نرسیده و لازم است تا همواره به آن بیفزایید.

۴- رقبای خود را بشناسید

هیچ اقدامی در زمینه بازاریابی بدون شناخت درست رقبای کامل نخواهد بود. در این رابطه ضروری است تا به خوبی رقبای اصلی و مواردی که در حال حاضر تهدید جدی محسوب نمی‌شوند را مورد بررسی قرار داده و اقدامات آنها را زیر ذره بین بگذارید. این امر باعث خواهد شد تا با مشکلات به مراتب کمتری مواجه شده و بتوانید از با آگاهی از ضعف‌های موجود، عملکرد خود را بهبود بخشید.

۵- به وضعیت بودجه خود توجه داشته باشید

بسیاری از استراتژی‌ها علی رغم جذابیت بسیار بالا، هزینه‌بر محسوب شده و ممکن است با وضعیت بودجه شما تناسبی نداشته باشد. درواقع در بازاریابی شما باید قبل از هر تصمیمی، به بودجه خود نیز نگاهی بیندازید. همواره این نکته را نیز به خاطر داشته باشید که ممکن است بنا به هر دلیلی، اقدام شما با نتایج لازم همراه نباشد. **نیل علی** ایط اگر بودجه شما به

یا پیگیری‌های لازم را نخواهید داشت، با این حال این امر به معنای این امر نخواهد بود که شما تا ابد باید موارد کم‌هزینه را انتخاب کنید. درواقع شما می‌توانید با یک دوره برنامه‌ریزی و کاهش هزینه‌های خود، به بودجه لازم برای طرح‌های بزرگ‌تر نیز دست پیدا کنید. درواقع در این رابطه تنها مسئله زمان شروع مطرح است.

۶- تفاوت میان صفحات شخصی و تجاری را بدانید

بدون شک همه ما تجربه ایجاد یک صفحه شخصی را داشته‌ایم، با این حال در رابطه با موارد تجاری، همه چیز کاملاً متفاوت بوده و لازم است تا تفاوت‌های آن را به خوبی بدانیم. اگرچه ممکن است تصور کنید که در این امر بررسی دو صفحه شخصی و تجاری به صورت همزمان، اقدامی هوشمندانه خواهد بود. با این حال بهترین اقدام در این زمینه استفاده از نظرات افراد حرفه‌ای است. به همین خاطر سخنرانی، پادکست و مقالات افراد مطرح در زمینه تولید محتوا و بازاریابی اینترنتی را مورد توجه قرار دهید. همچنین همکاری با فردی که سابقه فعالیت در این زمینه را دارد نیز یک اقدام کاملاً سودمند خواهد بود.

۷- بهترین شبکه‌ها را انتخاب کنید

همواره باید دو مورد را در انتخاب شبکه و یا شبکه‌های خود مورد توجه قرار دهید. نخست میزان محبوبیت آن در بین جامعه هدف و دیگری تناسب آن با نوع کسب و کار شما. برای مثال ممکن است شما یک برند آموزشی باشید. تحت این شرایط اولویت اول در زمینه میزان تناسب، یوتیوب خواهد بود و با این حال اگر در زمینه تولید پوشاک فعالیت دارید، اینستاگرام گزینه مناسب‌تری محسوب می‌شود، با این حال میزان محبوبیت، می‌تواند این آمارهای کلی را تغییر دهد. در نهایت فراموش نکنید که همواره انتخاب چند شبکه سودمند نبوده و ممکن است باعث شود تا فعالیت‌های شما در سطح معمولی قرار گیرد. این امر در حالی است که برخی بسیاری از برندها با انتخاب یک یا نهایت دو شبکه، امکان عمیق شدن را فراهم می‌کنند، با این حال توصیه می‌شود که در ابتدا یک شبکه را مورد توجه خود قرار داده و پس از رسیدن به جایگاه لازم، به سراغ موارد دیگر بروید. این امر باعث خواهد شد تا امکان تمرکز کردن شکل گیرد.

منبع: allbusiness.com

امروزه برندهایی نظیر اپل به دلیل سطح تاثیرگذاری بالا بر روی مخاطب هدف با موفقیت مداوم در زمینه بازاریابی و فروش مواجه می‌شوند. ایراد اغلب برندها عدم توجه به تعامل و دریافت نظرات مشتریان در شبکه‌های اجتماعی است. ما به عنوان یک کسب و کار فقط برای کسب سود و فروش در شبکه‌های اجتماعی حضور نداریم. اگر ما در گفت‌وگوهای مشتریان و کاربران پیرامون محصولات مان ورود نکنیم، فرصت طلایی برای تاثیرگذاری بر روی آنها را از دست خواهیم داد.

۷. نادیده گرفتن نظرات منفی

توجه به نظرات مخاطب هدف در توئیتر امکان بازسازی فرآیند بازاریابی را فراهم می‌سازد. بسیاری از برندها و بازاریاب‌ها میانه خوبی با مشاهده و تحلیل نظرات منفی ندارند. آنها اغلب نظرات منفی را پس از انتشار حذف می‌کنند. اگر شما به عنوان کاربر شبکه‌های اجتماعی با پست‌های یک برند بدون هیچ‌گونه نظر منفی مواجه شوید، باید نسبت به ماهیت فعالیت آنها تردید کنید.

حذف نظرات منفی و نادیده گرفتن پیام‌های انتقادآمیز روش متداولی در میان برندهاست. توصیه ما در این بخش تلاش برای تغییر این روند رایج است. ما در مواجهه با نظرات منفی باید به دنبال دلیل بروز آنها باشیم. نارضایتی بخشی از مخاطب هدف با حذف پیام یا کامنت رفع نمی‌شود. همچنین باید به دیگر کاربران انگیزه بالای‌مان در راستای فهم دلایل نارضایتی مشتریان را نشان دهیم. پس از رفع مشکلات جاری در فعالیت برند، باقی ماندن نظرات منفی کاربران مزیت‌های بازاریابی بسیار زیادی دارد. این امر بیانگر توانایی برند شما برای تاثیرگذاری بر روی مشتریان خواهد بود.

۸. بازنشر محتوای مربوط به برندگان

امروزه کاربران تمایل بسیار زیادی برای انتشار محتوا پیرامون برندهای مورد علاقه‌شان دارند. این امر نوعی گرایش عادی در میان اغلب کاربران محسوب می‌شود. نکته مهم در این میان بهره‌برداری مناسب از گرایش کاربران در این زمینه است. اغلب برندها توجه خاصی به محتوای تولیدی کاربران ندارد. این امر انگیزه کاربران برای ادامه انتشار محتوای پیرامون برندها را به شدت کاهش می‌دهد. توصیه ما در این بخش تلاش برای هماهنگی با کاربران در زمینه انتشار محتواست. این امر شامل بازنشر محتوای برتر کاربران پیرامون برندگان می‌شود. ما به این ترتیب امکان نمایش میزان اهمیت محتوای تولیدی کاربران برای برندگان را خواهیم داشت.

امروزه کاربران در شبکه‌های اجتماعی تمایل بسیار زیادی برای مشاهده محتوای تولیدی سایر کاربران دارند. این امر بیانگر ضرورت استفاده از محتوای تولیدی کاربران برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف است. در هر صورت محتوای تولیدی کاربران حقیقی در شبکه‌های اجتماعی تاثیر به مراتب سازنده‌تری در مقایسه با محتوای تولیدی برندها دارد بنابراین شما باید به دنبال استفاده از مزیت‌های چنین محتواهایی باشید.

۹. صرف نظر از ترندهای برتر

تولید محتوای بازاریابی براساس ترندهای برتر همیشه ایده مناسبی محسوب می‌شود. این امر نیازمند انعطاف فراوان در تیم‌های بازاریابی در راستای اخذ ایده‌های تازه است. بسیاری از برنها در طول سال‌های متمادی از یک یا چند ایده محدود برای تولید محتوا استفاده می‌کنند. بی‌تردید مواجهه با بی‌میلی مخاطب هدف برای واکنش نسبت به چنین محتواهای تکراری طبیعی خواهد بود. هرچه توانایی ما برای استفاده از ترندهای مطرح در سراسر دنیا برای طراحی کمپین بازاریابی بیشتر باشد، تاثیرگذاری اثر نهایی افزایش خواهد یافت. دنبال کردن اخبار روز و طراحی کمپین‌های کوچک به صورت سریع مهم‌ترین الزامات برای موفقیت در عرصه بازاریابی در توئیتر است. رویدادهای روز به سرعت جذابیت خود را از دست می‌دهند بنابراین ما باید در کمترین زمان ممکن آنها را بدل به محتوای بازاریابی کنیم. در غیر این صورت علی رغم صرف هزینه فراوان امکان تاثیرگذاری بر روی آنها را نخواهیم داشت.

۱۰. استفاده از صدای واحد برای برند

استفاده از کلمات خاص برای نگارش توپیت همیشه اهمیت بالایی داشته است. بسیاری از برندها در طول سال‌های متمادی دارای لحن خاصی برای فعالیت برندشان هستند. به این ترتیب امکان تاثیرگذاری آنها بر روی مخاطب هدف به شدت افزایش پیدا کرده است. گاهی اوقات مخاطب هدف به لحن نگارش توپیت از سسوی یک برند عادت می‌کند. این امر بیانگر موفقیت برند موردنظر در زمینه تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف است. اگر شما نیز تمایل به تکرار موفقیت‌های این‌چنینی دارید، باید نسبت به انتخاب لحن خاص برای برندگان اقدام کنید. این امر در مراحل اولیه نیازمند بازنگری مداوم در فرآیند تولید محتواست. با این حال پس از گذشت مدت زمانی اندک برند شما نیز لحن خاص خود را پیدا خواهد کرد. امروزه تمام برندهای بزرگ در سراسر دنیا دارای لحن خاصی برای بازاریابی و تبلیغات هستند بنابراین چرا برند شما دارای این ویژگی نباشد؟

۱۰. استفاده از صدای واحد برای برند

استفاده از کلمات خاص برای نگارش توپیت همیشه اهمیت بالایی داشته است. بسیاری از برندها در طول سال‌های متمادی دارای لحن خاصی برای فعالیت برندشان هستند. به این ترتیب امکان تاثیرگذاری آنها بر روی مخاطب هدف به شدت افزایش پیدا کرده است. گاهی اوقات مخاطب هدف به لحن نگارش توپیت از سسوی یک برند عادت می‌کند. این امر بیانگر موفقیت برند موردنظر در زمینه تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف است. اگر شما نیز تمایل به تکرار موفقیت‌های این‌چنینی دارید، باید نسبت به انتخاب لحن خاص برای برندگان اقدام کنید. این امر در مراحل اولیه نیازمند بازنگری مداوم در فرآیند تولید محتواست. با این حال پس از گذشت مدت زمانی اندک برند شما نیز لحن خاص خود را پیدا خواهد کرد. امروزه تمام برندهای بزرگ در سراسر دنیا دارای لحن خاصی برای بازاریابی و تبلیغات هستند بنابراین چرا برند شما دارای این ویژگی نباشد؟

توپیتر یکی از ابزارهای بازاریابی بسیار قدرتمند در سطح بین‌المللی است. نکته مهم در این میان نحوه استفاده از آن از سوی برندهای مختلف است. ما با پرهیز نسبت به کاربرد اشتباهات مدنظر در این مقاله امکان کسب موفقیت بازاریابی و تاثیرگذاری گسترده در روی مخاطب هدف را خواهیم یافت. مهم‌ترین نکته در این میان تلاش برای پرهیز از تمام اشتباهات مورد بحث در این مقاله به صورت یکجاست.

منبع: myasbn.com

هر کسب و کاری دارای تفاوت‌های قابل ملاحظه‌ای است. پرداختن به زمان‌بندی‌های مناسب در هر حوزه برای ما امکان‌پذیر نیست. محدودیت‌های مقاله کنونی امکان بحث گسترده پیرامون تمام کسب و کارها را فراهم نمی‌سازد. ما در عوض به ارائه یک راهکار جالب اکتفا خواهیم کرد. اگر شما به دنبال یافتن زمان مناسب برای بارگذاری محتوای بازاریابی‌تان هستید، توجه به عملکرد سایر برندها ضروری خواهد بود. به این ترتیب شما بدون نیاز به صرف هزینه اضافی امکان جلب توجه مخاطب هدف را پیدا خواهید کرد.

برندهای بزرگ همیشه سرمایه‌گذاری قابل توجهی بر روی شناسایی زمان‌های مناسب برای انتشار محتوای بازاریابی‌شان می‌کنند. بدون تردید صرف چنین هزینه‌هایی از سوی برندهای کوچک امکان‌پذیر نیست بنابراین شما با تقلید از برندهای بزرگ امکان یافتن زمان مناسب برای انتشار محتوا را خواهید داشت.

۴. استفاده فراوان از هشتگ

استفاده از هشتگ ایده جالبی در راستای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف است. این امر جست‌وجوی محتوا را ساده خواهد کرد. اگر نگاهی کوتاه به مطالب پرتعداد را در توئیتر انداخته باشید، اغلب آنها از هشتگ‌های کاربردی و مناسب با ماهیت متن‌شان استفاده می‌کنند. اشتباه برخی از برندها در زمینه کاربرد هشتگ استفاده از تعداد پرشماری از آنهاست. نتیجه این امر شناسایی محتوای برندهای



موردنظر تحت عنوان «محتوای آزاددهنده» است. این امر در صورت تکرار از سوی برندها موجب بسته‌شدن‌شان نیز خواهد شد. توصیه ما در این بخش برای تعداد مناسب هشتگ در هر پست بسته به ماهیت محتوای موردنظر شما دارد. ما به طور کلی استفاده از ۵ تا ۱۵ هشتگ برای هر پست را منطقی ارزیابی می‌کنیم. تعداد بیشتر هشتگ‌ها کاربرد اساسی آنها را تحت تاثیر قرار خواهد داد. بنابراین تا جای ممکن از هشتگ‌های اضافی و بی‌مورد پرهیز کنید.

۵. عدم درخواست از کاربران برای بازنشر محتوا

بازنشر محتوا در شبکه‌های اجتماعی نقش مهمی در توسعه شهرت برندها دارد. اگر محتوای شما جذابیت بالایی برای مخاطب هدف داشته باشد، تعدادی از آنها اقدام به بازنشر آن خواهند کرد، با این حال این امر به تنهایی برای تبدیل محتوای یک برند به ترند کافی نیست. برخی از برندها به هنگام صحبت از بازنشر محتوا فقط به توپیتر فکر می‌کنند. توصیه ما در این بخش توجه به سایر بخش‌ها برای تاثیرگذاری بیشتر بر روی مخاطب هدف است. اگر محتوای شما در توپیتر انتشار پیدا می‌کند، بازنشر آن در اینستاگرام موجب توجه دامنه هرچه وسیع‌تری از کاربران خواهد شد.

ما باید پس از انتشار هر محتوا از کاربران برای بازنشر آن درخواست کنیم. این امر اهمیت بسیار زیادی دارد. امروزه بسیاری از کاربران تردیدهای زیادی برای بازنشر محتوای یک برند دارند. درخواست رسمی ما از آنها نقش مهمی در اقدام کاربران برای بازنشر محتوا و غلبه بر تردیدهای‌شان خواهد داشت.

۶. تعامل اندک با مخاطب هدف

اغلب برندها برای بازاریابی در شبکه‌های اجتماعی ابتدا به سراغ شناسایی مخاطب هدف می‌روند. این نکته در ابتدا گام مهمی برای بازاریابی تاثیرگذار محسوب می‌شود، با این حال اگر سایر گام‌های اساسی در این راستا را فراموش کنیم، کمترین تاثیری بر روی فعالیت برندها نخواهد داشت. پس از شناسایی سلیقه مخاطب هدف باید نسبت به استفاده از آن در فرآیند تولید محتوا اقدام کرد. بسیاری از برندها این فرآیند را پایان بازاریابی مناسب در شبکه‌های اجتماعی قلمداد می‌کنند. توصیه اصلی ما در این بخش تلاش برای تعامل نزدیک و صمیمانه با مخاطب هدف است. بدون تردید این نکته اهمیت بسیار زیادی دارد. هرچه تعامل یک برند با مخاطب هدف بیشتر باشد، توانایی تاثیرگذاری بیشتری بر روی آنها خواهد داشت.

ترجمه: علی آل علی

توپیتر یکی از شبکه‌های اجتماعی مهم از نظر بازاریابی برای برندها محسوب می‌شود. بسیاری از برندها برای اجرای کمپین‌های بازاریابی منحصر به فردی برای توپیتر طراحی می‌کنند. دستیابی به مخاطب هدف در توپیتر به دلیل محوریت محتوای متنی در آن تفاوت‌های اساسی با دیگر شبکه‌های اجتماعی دارد، بنابراین برندهای علاقه‌مند به بازاریابی در این فضا باید نسبت به تفاوت‌های موردنظر آگاهی کاملی داشته باشند. برخی از برندها به اشتباه اقدام به بازنشر محتوای بازاریابی یکسان در شبکه‌های اجتماعی مختلف می‌کنند. نتیجه این امر ناتوانی برندهای موردنظر برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف در پلتفرم‌های اجتماعی مختلف است.

امروزه بسیاری از برندها در حال فعالیت در توپیتر هستند، با این حال تمام آنها توانایی کسب موفقیت بازاریابی را ندارند. دلیل این امر تکرار برخی از اشتباهات رایج از سوی برندهاست. این امر موجب کاهش علاقه و انگیزه مخاطب هدف برای تعامل با برندها در فضای آنلاین می‌شود. هدف ما در این مقاله بررسی برخی از اشتباهات بازاریابی رایج در توپیتر است. به این ترتیب شما فرصت کافی برای بروز رسانی الگوی بازاریابی‌تان در توپیتر را خواهید یافت.

۱. توجه بیش از اندازه به برندگان

صحبت پیرامون برندگان در توپیتر ایده جالبی محسوب می‌شود. بسیاری از برندها برای جلب نظر مخاطب هدف اقدام به معرفی کسب و کارشان و نحوه فعالیت خود می‌کنند. نکته مهم در این میان ایجاد تعادل میان صحبت از برند و پرداختن به دیگر وجوه بازاریابی مانند توجه به سلیقه مخاطب هدف است. ما در حوزه بازاریابی باید توجه مخاطب هدف را جلب کنیم بنابراین توجه به مشتریان در بخش قابل توجهی از فرآیند بازاریابی طبیعی خواهد بود. اشتباه اساسی برخی از برندها تاکید بر روی معرفی کسب و کارشان در هر موقعیتی است. این امر به طرز قابل توجهی انگیزه مخاطب هدف برای تعامل با برند ما را کاهش خواهد داد.

فضای شبکه‌های اجتماعی کاربرد بسیار زیادی برای تعامل‌های دوجانبه میان برندها و مشتریان دارد. اگر شما به دنبال کسب موفقیت بازاریابی هستید، باید از چنین فضایی به خوبی استفاده کنید. در غیر این صورت به طور مداوم در زمینه بازاریابی و جلب نظر مخاطب هدف با شکست مواجه خواهید شد. کاربران در استفاده از توپیتر فقط به دنبال آشنایی با محصولات تازه نیستند بنابراین باید اندکی نسبت به تغییر فضای کلی بازاریابی برندگان توجه نشان دهیم. این امر امکان آشنایی بیشتر با مخاطب هدف و تولید محتوا براساس سلیقه آنها را امکان‌پذیر خواهد کرد.

بازاریاب‌ها پیش از انتشار توپیت باید بازنگری اساسی در آن صورت دهند. استفاده از برخی دوستان یا همکاران به عنوان ناظران نهایی توپیت‌ها پیش از انتشار ایده مناسبی خواهد بود. به این ترتیب شما از تاثیرگذاری مناسب توپیت‌های‌تان بر روی مخاطب هدف مطمئن خواهید شد. اگر بازاریاب‌ها بدون استفاده از

نظرات دیگران اقدام به تولید محتوا و انتشار آن کنند، به سرعت با سلیقه مخاطب هدف بیگانه خواهند شد. این امر به معنای پایان فرآیند بازاریابی و جلب نظر مخاطب هدف از سوی برندها خواهد بود.

۲. عدم استفاده از فرمت‌های مختلف

توپیتر به طور سنتی یک پلتفرم متن‌محور است. این امر نقش بسیار مهمی در طراحی کمپین‌های بازاریابی برای فضای توپیتر دارد. نکته مهم در این میان تحول پلتفرم مورد بحث در طول سال‌های متمادی است. اکنون کاربران امکان بارگذاری محتوای متنوعی در این شبکه اجتماعی دارند. بنابراین تمرکز صرف بر روی توپیتر جای هیچ‌گونه توجهی ندارد. در عوض ما باید به دنبال راهکارهایی برای استفاده از سایر فرمت‌های محتوایی باشیم. امروزه ویدئو محبوبیت بسیار زیادی در میان کاربران دارد، با این حساب استفاده از فرمت ویدئو برای بازاریابی در توپیتر ایده چندان بدی نخواهد بود. بدون شک در ابتدا استفاده از فرمتی به جز متن در توپیتر عجیب و چالش‌برانگیز خواهد بود. نکته مهم در این میان طراحی چند کمپین اولیه با استفاده از تجربه دیگر برندهاست. به این ترتیب شما به تدریج مهارت بسیار بیشتری در زمینه بازاریابی پیدا خواهید کرد.

براساس گزارش رسمی توپیتر از میان ۳٫۷ میلیون اکانت پرتعداد این پلتفرم نزدیک به ۵۵درصد محتوای تولید آنها ویدئویی است. این امر به خوبی پیشرفت‌های توپیتر در طول سال‌های اخیر را نشان می‌دهد. به این ترتیب شما دیگر اجباری برای استفاده محض از فرمت متنی در راستای بازاریابی توپیتری نخواهید داشت.

۳. بارگذاری محتوا در ساعت‌های مناسب

زمان‌بندی برای انتشار محتوای بازاریابی دارای اهمیت بسیار زیادی است. بسیاری از برندها در هر زمانی که محتوای‌شان آماده شود، اقدام به بارگذاری آن می‌کنند. این امر نتیجه بسیار نامناسبی برای برندها دارد. یکی از نکات اساسی در زمینه بازاریابی ضرورت انتشار محتوا در زمان‌های مناسب است. اوایل صبح به دلیل جا به جایی مردم از خانه به محل کار به هیچ وجه زمان مناسبی برای انتشار محتوای بازاریابی نیست، بنابراین شما باید زمان دیگری را مدنظر قرار دهید. توصیه ما در این بخش تمرکز بر روی زمان استراحت اغلب کارمندان در طول روز یعنی ظهر است. همچنین پس از ساعت اداری نیز مردم زمان بیشتری برای مشاهده محتوای بازاریابی دارند.

بدون تردید ساعت‌های مناسب برای بارگذاری محتوای بازاریابی در

توسعه کسب و کار با تکنیک‌های طراحی بودجه

به قلم: آیدن وایت کار آفرین و نویسنده حوزه مالی
ترجمه: علی آل علی

مواجهه با شرایط دشوار مالی امر تازه‌ای در دنیای کسب و کار نیست. بسیاری از برندها در طول دوران فعالیت‌شان با شرایط مالی نامطمئن مواجه می‌شوند. نکته مهم در این میان برنامه‌ریزی مناسب برای ادامه روند توسعه شرکت حتی با وجود بحران‌های مالی است. امروزه وپروس کرونا بسیاری از برنامه‌های مالی برندها را به چالش کشیده است. بنابراین شما باید در چشم‌اندازی وسیع به دنبال نجات کسب و کارتان از شرایط دشوار کنونی باشید. طراحی بودجه شرکت به صورت کاربردی نقش بسیار مهمی در نجات از شرایط دشوار مالی دارد. هدف اصلی ما در مقاله کنونی بررسی شیوه‌های نجات کسب و کار و ادامه توسعه آن با استفاده از چهار تکنیک طراحی بودجه است.

۱. ارزیابی هزینه‌های کسب و کار

هنگامی که ما آمادگی لازم برای طراحی بودجه برندمان را داریم، باید نسبت به محاسبه هزینه‌های کلی کسب و کارمان اقدام کنیم. بسیاری از مدیران ارشد بدون فهم درست از هزینه‌های شرکت دست به طراحی بودجه می‌زنند. نتیجه این امر شکست کسب و کارها در همان روزهای نخست اعلام بودجه است. مقدار هزینه در دسترس هر بخش باید هماهنگی قابل توجهی با نیازهای جاری داشته باشد. در غیر این صورت فقط تا مدتی محدود امکان ادامه فعالیت از سوی بخش‌های موردنظر فراهم خواهد بود.

ایراد برخی از شرکت‌ها تلاش برای کاهش هزینه‌های شرکت بدون هماهنگی با بخش‌های مسئول است. ما در صورت نیاز برای کاهش هزینه‌های شرکت باید جلسات متعددی با مسئولان بخش‌های موردنظر ترتیب دهیم. در غیر این صورت فرایند کاهش هزینه در عمل موجب کاهش توسعه کسب و کارمان خواهد شد. امروزه تصمیم‌گیری‌های یک نفره در دنیای کسب و کار دیگر کاربرد چندانی ندارد بنابراین پیش از هرگونه تصمیم‌گیری باید نسبت به هماهنگی با دیگر اعضای شرکت اقدام کنید.

مدیریت شرکت با کمترین هزینه ممکن ایده‌آل بسیاری از مدیران است، با این حال هزینه‌های موردنظر نباید کمتر از حد موردنیاز برای توسعه کسب و کار باشد. در غیر این صورت شما در عمل بسترهای توسعه کسب و کارتان را خراب خواهید کرد.

۲. شناسایی حوزه‌های پیشرفت

ادامه جریان توسعه کسب و کار نیازمند ترسیم تصویری کلی از وضعیت کسب و کار است. بدون تردید کمتر کسب و کاری امکان پیشرفت در تمام بخش‌های فعالیتش را دارد. روند معمول در این جریان شامل توسعه برخی از بخش‌های شرکت و پیشرفت سریع آنهاست. این امر شاید در نگاه نخست نوعی نقص محسوب شود. ایده ما در اینجا امکان شخصی‌سازی فرایند توسعه کسب و کار با استفاده از اطلاعات موردنظر است. وقتی یک بخش از کسب و کار ما بهتر از سایر بخش‌ها در حال توسعه است، ما باید سرمایه‌گذاری هرچه بیشتری بر روی آن بخش داشته باشیم. به این ترتیب ما امکان کسب مهارت بالا در یکی از حوزه‌های کسب و کار را داریم. مزیت بسیاری از برندهای بزرگ کنونی تخصص بسیار زیاد در یک بخش مشخص از کسب و کار است بنابراین چنین وقایعی نباید موجب نگرانی ما شود.

سالماندهی امور هر بخش از کسب و کار امری رایج محسوب می‌شود. توصیه ما در این میان استفاده از صورت حساب‌های هر بخش برای ارزیابی میزان پیشرفت‌شان است. معیارهای ارزیابی در این میان توانایی هر بخش برای صرفه‌جویی بیشتر و همچنین توسعه پایدار است. به این ترتیب ما اطلاعات کاربردی برای شخصی‌سازی روند توسعه کسب و کارمان خواهیم داشت.

۳. پیش‌بینی نیازهای مالی آتی

آمادگی برای نیازهای مالی آتی امر مهمی در مدیریت بحران‌ها و همچنین تعیین بودجه مناسب خواهد بود. بسیاری از برندها در عمل توانایی تاثیرگذاری مطلوب بر روی مخاطب هدف را ندارند. اگر ما نسبت به حداقل نیازهای مالی برندمان در ماه‌های آتی برآورد مشخصی نداشته باشیم، برنامه‌ریزی برای ادامه روند توسعه برندمان دشوار خواهد شد. بسیاری از کسب و کارها در عمل هیچ برنامه‌ای برای توسعه مداوم برندشان ندارند. همین امر موجب مشاهده روند غیرپایدار توسعه اغلب برندها می‌شود. امروزه اغلب کسب و کارهای کوچک پس از یک دوره پیشرفت مناسب به طور کامل از عرصه کسب و کار حذف می‌شوند. کسب موفقیت در دنیای کسب و کار امر دشواری نیست. نکته مهم تداوم روند موفقیت‌هاست. اغلب کسب و کارها در این مرحله با مشکلات بسیار زیادی مواجه هستند. گام نخست برای پیش‌بینی هزینه‌های جاری در ماه‌های آینده برآورد از میزان درآمد نسبی برندمان است. به این ترتیب امکان ارزیابی مواجهه با بحران‌های مالی یا سود فزاینده فراهم خواهد شد. این امر اهمیت بسیار زیادی برای کسب و کارها دارد. ما باید همیشه به دنبال ارزیابی وضعیت کسب و کارمان به صورت دقیق باشیم. هرگاه فرایند ارزیابی وضعیت برند از سوی ما با وقفه مواجه شود، احتمال بروز مشکل در آن بازه زمانی افزایش خواهد یافت.

۴. ایجاد بودجه اضطراری

پیش‌بینی مشکلات جاری برای برندها همیشه امکان‌پذیر نیست. گاهی اوقات برخی از چالش‌ها مانند شیوع ویروس کرونا به صورت غیرمنتظره روی می‌دهد بنابراین آمادگی برندها برای مواجهه با چنین مشکلاتی بسیار دشوار خواهد بود.

شاید در نگاه نخست مواجهه با بحران‌های مالی ناشی از کرونا و موفقیت در مدیریت آنها بسیار دشوار به نظر برسد، اما با برخی از تکنیک‌های حرفه‌ای امکان عبور از این چالش نیز وجود دارد. اگر کسب و کار شما نسبت به راهاندازی بودجه اضطراری اقدام کند، امکان کسب موفقیت به صورت کاربردی را خواهد داشت. این نوع بودجه در طول زمان برای مواجهه با بحران‌های پیش‌بینی‌ناپذیر کنار گذاشته می‌شود بنابراین در صورت بروز بحران‌های مالی گسترده شانس برند شما برای بقا بیشتر از سایرین خواهد بود. امروزه بسیاری از برندها در تلاش برای بقا در دنیای رقابتی کسب و کار توجه بالایی به بودجه اضطراری دارند. این امر گاهی موجب نجات کسب و کارها از ورشکستگی کامل نیز می‌شود بنابراین باید راهاندازی این بودجه را در دستور کار برندگان قرار دهید.

منبع: smallbusinessbonfire.com

به قلم: درو هندریکس کار آفرین

مترجم: امیر آل علی

برای این امر که تیم توانایی را در اختیار داشته باشید، ضروری است تا نسبت به آموزش درست و مداوم آنها اقدام کنید. این امر در حالی است که بسیاری از مدیران تصور می‌کنند که یک کارمند، خود باید در این رابطه اقدام کرده و در صورت کاهش سطح آنها، فردی بهتر را جایگزین خواهند کرد. این امر در حالی است که نمی‌توان انتظار داشت که کارمندان، از درآمد خود برای چنین اقداماتی خرج کنند. همچنین همواره این احتمال وجود دارد که آنها مواردی را انتخاب کنند که بهترین گزینه محسوب نمی‌شود. نکته دیگری که باید به آن توجه داشته باشید این است که آموزش درست به مانند غذا خوردن است. درواقع شما نمی‌توانید یک روز با وعده‌های غذایی متنوع را سپری کنید و پس از آن وقفه‌ای دو روزه بگذارید. درواقع آموزش نیز باید مداوم و با توجه به نیاز روز باشد. تحت این شرایط سوالی که مطرح است این است که بهترین راهکارها در این رابطه کدامند؟ در ادامه چهار مورد منتخب را مورد بررسی قرار خواهیم داد.

۱- ثبت نام در دوره‌های آنلاین

اگرچه ممکن است تصور کنید که خرید کتاب می‌تواند اقدامی سودمند باشد، با این حال واقعیت این است که چنین اقدامی بیش از حد زمانبر خواهد بود. همچنین ممکن است افراد نتوانند محتوای چنین منابعی را به خوبی درک کنند. در کنار این موضوع، شما مجبور خواهید بود برای آموزش همگانی، کتاب‌های متعددی را خریداری کنید. این امر در حالی است که ثبت نام در این دوره آنلاین، گزینه به مراتب بهتری خواهد بود. درواقع فرد آموزش‌دهنده، خلاصه تمامی مطالب را به بهترین شکل به تیم شرکت منتقل خواهد کرد. همچنین آنلاین بودن این دوره‌ها باعث خواهد شد تا امکان استفاده از آن

برای همگان حتی در خانه، مهیا باشد. این امر به معنای آن است که شما می‌توانید به یک باره کل تیم شرکت را به سطحی بالاتر برسانید. نکته مهم دیگر این است که موسسات آموزشی، برای شرکت‌ها و تعداد متقاضیان بالا، تخفیف‌های ویژه‌ای را نیز تعیین می‌کنند. به همین خاطر این اقدام ابداع بودجه شرکت را با مشکل مواجه نخواهد کرد، با این حال به عنوان یک توصیه، بهتر است که همواره هزینه‌های ماهانه خود را مورد بررسی قرار داده و سعی کنید تا موارد اضافی را حذف کنید. با این اقدام همواره بودجه کافی جهت اقدامات جدید را خواهید داشت. با یک جست و جوی ساده، بهترین دوره‌ها در هر حوزه‌ای را پیدا خواهید کرد. در این رابطه مشورت گرفتن از مدیرانی که تجربه چنین اقداماتی را داشته‌اند نیز کاملاً سودمند خواهد بود.

۲- استفاده از کارمندان نمونه شرکت

جهت آموزش همواره نباید به خارج از شرکت توجه داشته باشید.

درواقع از بین کارمندا نیز افرادی را پیدا خواهید کرد که شایستگی آموزش در بخشی از حوزه‌های موردنظر شما را دارند. این امر خود به معنای امکان افزایش درآمد آنها خواهد بود که خود زمینه رضایت شغلی را به همراه دارد. همچنین استفاده از نیروی شرکت به عنوان آموزش‌دهنده، به مراتب مقرون به صرفه‌تر خواهد بود. در این رابطه تنها به کارمندان باتجربه توجه نداشته باشید. درواقع ملاک تنها توانایی افراد است. برای مثال ممکن است کارمند تازه‌کار شرکت، به یک زبان خارجی موردنیاز شما کاملاً مسلط باشد. تحت این شرایط اولویت قرار



دادن کارمندی که تجربه بالاتری را دارد، کاملاً اشتباه خواهد بود. در این رابطه تنها کافی است که از تمامی کارمندان خود بخواهید که در صورت تسلط بر یک مهارت، به دفتر شما مراجعه کرده و شرایط را برای آموزش آن بسنجید. در نهایت با توجه به این امر که کارمندان با یکدیگر ارتباط دوستانه را دارند، بدون شک آموزش دیدن توسط یکی از خودشان، جذابیت بالایی را به همراه خواهد داشت. با این حال فراموش نکنید که این اقدام نباید برای تیم شرکت، هزینه‌ای را به همراه داشته باشد. در غیر این صورت با انواع اعتراض‌ها مواجه خواهید شد. با این حال قوانینی نیز باید وجود داشته باشد تا افراد نسبت به آموزش‌ها و انجام تمرین، کاملاً جدی رفتار کنند. برای مثال می‌توانید یک سقف نمره را تعیین کرده و برای نمرات پایین‌تر، جریمه‌هایی را ایجاد کنید. نکته مهم دیگر این است که آموزش شما باید در زمان اداری انجام شود. درواقع نمی‌توان انتظار داشت که یک کارمند از وقت

۴ راهکار جهت آموزش کارمندان

در کنار خانواده بودن خود، برای این طرح شما استفاده کند. در این رابطه هر روز یک ساعت، کاملاً کافی خواهد بود. آمارها نیز حاکی از آن است که در بهترین حالت، تنها در ۷۰درصد از زمان کاری، به معنایی واقعی اقداماتی لازم انجام می‌شود. به همین خاطر امکان به اجرا درآوردن این طرح، کاملاً عملی خواهد بود. در این رابطه فراموش نکنید که صرفاً آموزش تئوری نتیجه‌بخش نبوده و هر مبحث باید در عمل نیز به قدر کافی تمرین شود. در غیر این صورت مهارت لازم شکل نخواهد گرفت.

۳- توجه به تفاوت کارمندا

نخستین نکته‌ای که در این رابطه باید به آن توجه داشته باشید اختلاف سنی افراد است. درواقع شیوه آموزش برای نیروی جوان شرکت با افراد مسن، متفاوت بوده و در این رابطه شما می‌توانید آنها را در دو گروه قرار دهید. همچنین توجه داشته باشید که مباحث، برای تمامی کارمندان اهمیت و ضرورت یکسانی را نخواهد داشت. برای مثال مسائل حوزه IT برای تیم فنی و بازاریابی شرکت به مراتب مهم‌تر خواهد بود. این امر در حالی است که مسائلی نظیر شیوه‌های تولید محتوا، بدون شک تنها برای افراد فعال در این حوزه کاربردی است، با این حال به صورت کلی برخی از آموزش‌ها وجود دارد که برای کل تیم شرکت کاربردی خواهد بود. برای مثال شیوه‌های کار تیمی، از جمله این موارد محسوب می‌شود. نکته مهم دیگری که باید به آن توجه داشته باشید این است که یک رقابت سالم را ایجاد کنید. برای مثال برای دو نفری که بهترین عملکرد را از خود نشان دهند، جوایزی را مشخص کنید. در این رابطه تعیین یک مبلغ مشخص، ساده‌ترین اقدام خواهد بود. با این حال شما می‌توانید برای کنترل هزینه‌ها از اقداماتی نظیر مرخصی‌های چند روزه نیز استفاده کنید. در نهایت فراموش نکنید که شما باید عملکرد تیم شرکت را مورد بررسی قرار دهید. درواقع ممکن است علت پیشرفت نکردن برخی از افراد، مشکلاتی باشد که

شما بتوانید آن را به خوبی برطرف کنید. به همین خاطر این دسته از کارمندان را شخصاً به دفتر خود دعوت کرده و در این رابطه صحبت کنید.

۴- حضور در سمینارها

در ابتدا باید به این نکته توجه داشته باشید که خود شما نیز عضو بسیار مهمی در تیم شرکت محسوب شده و لازم است تا در آموزش‌های لازم، شرکت کنید. با این حال به عنوان آخرین توصیه، بهتر است که در سمینارهای آموزشی شرکت کرده و افراد علاقه‌مند را نیز با خود همراه کنید. اگرچه ممکن است تصور کنید که این دسته از اقدامات ممکن است هزینه‌بر باشد، با این حال با نگاهی بلندمدت، متوجه این امر خواهید شد که این موضوع یک سرمایه‌گذاری فوق‌العاده بوده و نتایج آن در مقایسه با هزینه‌های حال حاضر، کاملاً مناسب خواهد بود. منبع: smallbiztrends.com

چطور از یک متخصص به مدیری مؤثر تبدیل شویم؟

۴. بر وسوسه پاسخ‌دادن غلبه کنید؛ سؤال‌های ساده بپرسید
مهم‌ترین پرسش مدیر در روبرویی با فردی که برای گرفتن راهنمایی به سراغش آمده، این است: «مطمئن نیستم. خودت چی فکر می‌کنی؟» البته گزینه‌تان هم فشار می‌آورد که به‌سرعت پاسخ را برمنمای دانش تخصصی‌تان ارائه کنید. گاهی هم حتی ممکن است پاسخ چنان برای‌تان روشن باشد که با خودتان بگویید: «این هم پرسیدن داره؟!» به‌رحال بهترین کار این است که بر گزینه‌تان غلبه کنید و به‌دنبال نظر و ایده دیگران باشید. با این کار تفکر انتقادی را تقویت می‌کنید و نشان می‌دهید که به آرای اعضای گروه‌تان و عمل‌کردن بر پایه آنها اعتماد دارید.
۵. یادگیری فردی و گروهی را تشویق کنید
یکی از عوامل اساسی در انجام موفقیت‌آمیز وظایف، خلق محیطی که است که مشوق رشد و پیشرفت باشد. در چنین محیط کاری، بر رفتارهای محرک و مشوق یادگیری تمرکز می‌شود. آموزش و یادگیری یعنی سرمایه‌گذاری روی آدم‌ها؛ تاجایی که می‌توانید روی اعضای گروه‌تان سرمایه‌گذاری کنید. آنها را به کلاس‌ها و دوره‌های آموزشی بفرستید. اجازه شرکت در همایش‌های آموزشی را به آنها بدهید. کتابخانه‌ای فراهم کنید. افراد را تشویق کنید تا آموخته‌های تازه‌شان را با دیگران در میان بگذارند.
۶. بازخورد مؤثر ارائه کنید
در کنار توصیه‌هایی که پیش‌تر گفته شد، باید به افراد و گروه‌هایی که خلاق و نوآورد و مشکلات دشوار کاری را پشت سر می‌گذارند، بازخورد مؤثر ارائه کنید. با تأکید بر رفتارهای مثبت و نقش آنها در نتیجه کار، بر ارزش بازخوردتان اضافه کنید. این کار را روزانه چندین بار انجام دهید.

سخن پایانی

موفقیت در جایگاه مدیر، نه از مهارت‌های فنی بلکه از توانایی تشویق افراد به انجام بهترین‌ها ریشه می‌گیرد. مهارت‌هایی را که بیش از این باعث پیشرفت شما شده‌اند، اکنون باید کنار بگذارید و بر مهارت‌هایی تمرکز کنید که به پیشرفت و توسعه دیگران کمک می‌کنند. با بازتعریف مأموریت و وظیفه‌تان آغاز کنید. سپس بر تقویت مهارت‌های تازه‌ای تمرکز کنید که باعث رشد شما به عنوان مدیر و رهبر می‌شوند. منبع: thebalancecareers/chetor

مدیرشان همه مسائل را حل کند.

• به‌طورکلی عملکرد گروه ضعیف می‌شود، چون محیط کار ناخوشایند است و مدیر تبدیل به مانعی می‌شود که همه منتظر نظر نهایی او در مورد هر موضوعی هستند.

وقتی مدیران به حال خود رها می‌شوند

تبدیل‌شدن از یک متخصص صرف به مدیر، مسیری پرچالش است. جایگزینی و حذف مدیران تازه‌کار در بسیاری از شرکت‌ها به‌شکلی غیرمنتظره رایج است؛ زیرا آموزش‌های پیش‌نیاز به‌ندرت ارائه می‌شوند و پس از ارتقا هم کسی مدیران را هدایت نمی‌کند! اغلب این مدیران در مسیر کنارآمن با وظایف جدیدشان، فقط می‌توانند به خودشان تکیه کنند؛ درنتیجه، هنگامی که با ابهام زیاد روبه‌رو می‌شوند، به آن چیزی رو می‌آورند که تاکنون به آنها کمک کرده است: توانایی گذر از مشکلات دشوار با استفاده از دانش تخصصی‌شان.

اگر شما هم در چنین موقعیتی هستید، این شش توصیه کمک می‌کند که بهتر این مسیر را طی کنید، بدون اینکه باعث استرس در محیط کار شوید:

۱. مأموریت خود را بازبینی کنید

وظیفه شما به‌عنوان مدیر، ایجاد محیطی است که اعضای گروه را تشویق کند کارشان را به بهترین شکل انجام دهند. مهارت‌های تخصصی شما دیگر محور تمرکز نیستند. مأموریت اصلی شما توانمندسازی اعضای گروه برای تقویت و ارائه مهارت‌های خودشان است.

۲. بر اعتمادسازی تمرکز کنید

با ارائه پیوسته مهارت‌های تخصصی‌تان، راه اعتمادسازی در سازمان را می‌بندید. به‌جای این کار، از دیگران سؤال بپرسید و آنها را به ارائه پیشنهاد و پیگیری آن تشویق کنید. اشتیاق شما برای اینکه به آنها اجازه تجربه و حتی خط‌اکردن بدهید، نشان‌دهنده اعتماد و حمایت شما است.

۳. آموزش دهید

در همکاری با دیگران، فرق هست میان همه‌فن‌حریف بودن، هیچ‌وقت به حرف کسی توجه نکردن و آموزش دانسته‌های‌تان به آنها. مدیرانی که به‌ویژه در خط مقدم آموزش می‌دهند، درواقع از پیشرفت اعضای گروه‌شان حمایت می‌کنند.

- خلاقیت فردی از بین می‌رود، چون افراد عادت می‌کنند که

اخبار

مدیرعامل شرکت گاز مازندران عنوان کرد

گازدار شدن مناطق بالادست تنکابن تا سال ۱۴۰۰

ساری – دهقان: مدیرعامل شرکت گاز مازندران گفت: بر اساس برنامه‌ریزی صورت گرفته گازرسانی به مناطق دوهزار و سه‌هزار شهرستان تنکابن تا سال آینده تکمیل و بهره‌برداری می‌شود. به گزارش خبرنگار مازندران به نقل روابط عمومی شرکت گاز استان مازندران، "جعفر احمدپور" در حاشیه بازدید از روند اجرای پروژه گازرسانی به مناطق دوهزار و سه هزار شهرستان تنکابن افزود: برای گازرسانی به این مناطق پیش بینی بوجه حدود ۳۰۰ میلیارد تومان بود که تاکنون ۵۰ میلیارد تومان اعتبار تخصیص یافت و پیمانکاران مشغول به فعالیت هستند. وی اظهار داشت: فاز نخست این پروژه در حال اتمام است و تنها ۳۰۰ متر از آن باقی مانده که تا یک هفته آینده به اتمام می رسد و سپس این فاز برای مرحله تست آماده می شود. احمدپور با بیان اینکه خطوط انتقال گاز این پروژه ها باید تا قبل از فصل سرما به اتمام برسد، افزود: در قسمت بالا دست به طول ۱۳ کیلومتر به لحاظ سختی مسیر در اجرا با مشکلاتی مواجه هستیم که با جلساتی که پیرامون آن برگزار می شود، این مشکلات برطرف خواهد شد. مدیرعامل شرکت گاز مازندران همچنین با اعلام این که گازرسانی در ۹ منطقه غرب مازندران در حوزه شهری ۱۰۰ درصد و در حوزه روستایی ۹۴٫۵ درصد انجام شده است، گفت : برای لوله گذاری مسیر جاده الموت هم برنامه ریزی لازم صورت گرفته و قرار شد در هفته آینده پیمانکار این پروژه به منطقه اعزام شود. احمدپور افزود : در حاضر ۹۹٫۸ درصد جمعیت شهری و ۹۴ درصد جمعیت روستایی مازندران از مزایای گازرسانی بهره مند هستند. مازندران حدود سه میلیون و ۳۰۰ هزار نفر جمعیت دارد که ۵۷ درصد آنها در ۶۰ نقطه شهری و ۴۳ درصد بقیه در بیش از سه هزار روستا و آبادی سکونت دارند. شهرستان ۱۷۰ هزار نفری تنکابن هم در حوزه جغرافیایی غرب مازندران واقع است.



اتمام است و تنها ۳۰۰ متر از آن باقی مانده که تا یک هفته آینده به اتمام می رسد و سپس این فاز برای مرحله تست آماده می شود. احمدپور با بیان اینکه خطوط انتقال گاز این پروژه ها باید تا قبل از فصل سرما به اتمام برسد، افزود: در قسمت بالا دست به طول ۱۳ کیلومتر به لحاظ سختی مسیر در اجرا با مشکلاتی مواجه هستیم که با جلساتی که پیرامون آن برگزار می شود، این مشکلات برطرف خواهد شد. مدیرعامل شرکت گاز مازندران همچنین با اعلام این که گازرسانی در ۹ منطقه غرب مازندران در حوزه شهری ۱۰۰ درصد و در حوزه روستایی ۹۴٫۵ درصد انجام شده است، گفت : برای لوله گذاری مسیر جاده الموت هم برنامه ریزی لازم صورت گرفته و قرار شد در هفته آینده پیمانکار این پروژه به منطقه اعزام شود. احمدپور افزود : در حاضر ۹۹٫۸ درصد جمعیت شهری و ۹۴ درصد جمعیت روستایی مازندران از مزایای گازرسانی بهره مند هستند. مازندران حدود سه میلیون و ۳۰۰ هزار نفر جمعیت دارد که ۵۷ درصد آنها در ۶۰ نقطه شهری و ۴۳ درصد بقیه در بیش از سه هزار روستا و آبادی سکونت دارند. شهرستان ۱۷۰ هزار نفری تنکابن هم در حوزه جغرافیایی غرب مازندران واقع است.

بازدید عضو هیات مدیره شرکت مخابرات ایران بطور سرزده از مخابرات منطقه گلستان

گرگان – خبرنگار فرصت امروز: ابراهیم یافتیان با حضور در استان گلستان از مراکز مخابراتی و ستاد در شهر ستان گرگان بازدید و از نزدیک با کارکنان به گفتگو پرداخت.وی پس از بازدیداز بخشهای مختلف اداری،فنی وامور مشتریان در جلسه ای که با حضور مهندس مدیرعامل شرکت مخابرات منطقه گلستان ، معاون و مدیران ستادی و روسای ادارات مخابرات شهرستانها به صورت ویدئو کنفرانس با جلسه ارتباط داشتند برگزار شد، در خصوص تسریع در فرآیندهای مخابراتی تاکید نمودو خواستار تلاش در جهت رفع نیاز مشتریان علی الخصوص در مناطق روستایی شد.مهندس یافتیان عضو هیئت مدیره شرکت مخابرات ایران که هدف از بازدید سرزده خود را آشنایی با روند فعالیتها و گفتگوی نزدیک با کارکنان دانست گفت: سلامتی کارکنان برایمان ارزشمنداست و میبایست در دوران حساس کنونی به فکر کارکنان باشیم.مهندس یافتیان ایمن سازی تجهیزات مخابراتی را از راههای پیشگیری از سرقت نام برد و افزود: با پیگیری و استفاده از نظرات کار شناسانه راهکارهای مناسب برای ایمن سازی تدوین و از آن در جهت جلوگیری از سرقت استفاده شودوی همچنین استمرار و ادامه بازسازی و نوسازی شبکه مخابراتی در استان را خواستار و گفت علی الخصوص در مناطق روستایی باید بر حسب نیاز مشتریان به آنان خدمات ارائه داد. عضو هیئت مدیره شرکت مخابرات ایران گفت : باید نسبت به رفع خرابی ها حساس باشیم و بدانیم هر گونه قطع ارتباط جداز نا رضایتی مشتریان ،ابتداء ضررش به مخابرات رسیده بنابر این میبایست اقدامات مناسب و مطلوب جهت تسریع در فرآیند رفع خرابی برنامه ریزی گردد.مهندس ابراهیم یافتیان واگذاری FTTH و VDSL را از اولویت های زمان حال دانست و ادامه داد: برنامه ریزی در خصوص افزایش دایری این سرویسها و درآمد حاصله از آن مهم است که میبایست در این زمینه تمهیدات لازم صورت گیرد و در این زمینه نسبت به تامین تجهیزات از سوی شرکت مخابرات ایران قول همکاری داد.

که هدف از بازدید سرزده خود را آشنایی با روند فعالیتها و گفتگوی نزدیک با کارکنان دانست گفت: سلامتی کارکنان

برایمان ارزشمنداست و میبایست در دوران حساس کنونی به فکر کارکنان باشیم.مهندس یافتیان ایمن سازی تجهیزات مخابراتی را از راههای پیشگیری از سرقت نام برد و افزود: با پیگیری و استفاده از نظرات کار شناسانه راهکارهای مناسب برای ایمن سازی تدوین و از آن در جهت جلوگیری از سرقت استفاده شودوی همچنین استمرار و ادامه بازسازی و نوسازی شبکه مخابراتی در استان را خواستار و گفت علی الخصوص در مناطق روستایی باید بر حسب نیاز مشتریان به آنان خدمات ارائه داد. عضو هیئت مدیره شرکت مخابرات ایران گفت : باید نسبت به رفع خرابی ها حساس باشیم و بدانیم هر گونه قطع ارتباط جداز نا رضایتی مشتریان ،ابتداء ضررش به مخابرات رسیده بنابر این میبایست اقدامات مناسب و مطلوب جهت تسریع در فرآیند رفع خرابی برنامه ریزی گردد.مهندس ابراهیم یافتیان واگذاری FTTH و VDSL را از اولویت های زمان حال دانست و ادامه داد: برنامه ریزی در خصوص افزایش دایری این سرویسها و درآمد حاصله از آن مهم است که میبایست در این زمینه تمهیدات لازم صورت گیرد و در این زمینه نسبت به تامین تجهیزات از سوی شرکت مخابرات ایران قول همکاری داد.

افتتاح سوله انبار مرکزی شرکت گاز استان ایلام

ایلام- منصوری: عباس شمس الهی مدیر عامل شرکت گاز استان در مراسم افتتاح سوله انبار مرکزی شرکت گاز استان گفت:این سوله با ۱۵۰۰ متر مربع مساحت جهت نگهداری اقلام پلاستیکی ، مواد قابل اشتعال ،کنتورهای گاز و ایستگاههای گاز خریداری شده تعبیه گردیده است که برای افزایش کاربری آن در آینده ،قابلیت نصب جرثقیل سقفی و دیوار چینی نیز در طراحی آن مد نظر قرار گرفته است. وی میزان اعتبار هزینه شده برای احداث ۱۴ میلیارد ریال بوده که در مدت ۹ ماه اجرا گردیده است. شمس الهی افزود: با توجه به موقعیت قرار گیری این سوله در آینده می توان معادل ۴۸۰متر مربع پتل خورشیدی نیز روی سقف آن طراحی و نصب نمود و برق مصرفی و اضطراری مجموعه انبار مرکزی شرکت را تأمین نمود که در مبحث پانفاند غیر عمل و منبع دوم تأمین انرژی و نیز در مصرف و هزینه برق انبار نیز صرفه جویی خواهد شد. وی با بیان اینکه نگهداری اقلام مذکور در فضای باز انبار مرکزی در سالیان گذشته از ایرادات سازمان حسابرسی بوده که با احداث این سوله علاوه بر جلوگیری از فرسایش اقلام کم مصرف و قابل اشتعال ،احداث این سوله از دارایی های با ارزش افزوده زیاد برای شرکت تبدیل شده است.



مدیرعامل شرکت گازاستان مرکزی خبر داد:

تشکیل اتاق فکر پیمانکاران شرکت گاز استان مرکزی

اراک – خبرنگار فرصت امروز: مدیرعامل شرکت گازاستان مرکزی گفت : اتاق فکرپیمانکاران شرکت گازاستان مرکزی با هدف بهره گیری از تجارب ایشان تشکیل شد.محمدرضامیمی مدیرعامل شرکت گازاستان مرکزی از تشکیل اتاق فکر پیمانکاران این شرکت در راستای استفاده از افکار خلاق و تجارب ایشان خبر داد. به گزارش روابط عمومی شرکت گاز استان مرکزی سمیمی در این خصوص گفت:امید آن می رود با حضور موثر پیمانکاران در این اتاق فکر چالش های مرتبط با پیمان ها و پیمانکاران با همکاری و بهره گیری از تجارب کسب شده توسط پیمانکاران پیش از پیش شناسایی گردد و اقدامات لازم جهت رفع چالش های مذکور صورت پذیردوی در ادامه افزود:این اقدام ارزنده به همت امور پژوهش شرکت گاز استان مرکزی در اولین جلسه برگزار شده با پیمانکاران و تامین کنندگان خدمات این شرکت صورت گرفت و کلیاتی در رابطه با چگونگی کار اتاق فکر و سیستم پیشنهادها ارائه گردید و در ادامه پیمانکاران طرف قرارداد این شرکت سوالات و نقطه نظرات خود را مطرح نمودند.

بازدید استاندار اردبیل از پروژه های گازرسانی به پتروشیمی آرا

اردبیل – خبرنگار فرصت امروز: استاندار اردبیل و هیئت همراه از پروژه خط انتقال گاز ۸ اینچ پتروشیمی آرا انرژی بازدید نمودند. به گزارش روابط عمومی شرکت گاز استان اردبیل، اکبر بهنام جواستادار اردبیل در جریان بازدید از پروژه ۸ اینچ گازرسانی به شرکت پتروشیمی آرا انرژی از نزدیک در جریان روند اجرایی پروژه گازرسانی به این مجتمع صنعتی قرار گرفت و اظهار داشت: همزمان با تکمیل فرایند ساخت و تجهیز پتروشیمی آرا انرژی، پروژه خط انتقال ۸ اینچ گاز طبیعی نیز در حال اجرا می باشد. بهنام جوضمن تقدیر و تشکر از مسئولین و عوامل اجرایی پروژه گازرسانی و در راستای تسریع در فرآیند اجرایی پروژه، ابراز امیدواری نمود با هماهنگی های انجام شده با فرمانداران و بخشداران و همیاری اهالی محترم منطقه در اسرع وقت مسائل و مشکلات مربوط در رابطه با تحصیل اراضی و مقدمات قانونی این امر مرتفع گردد و تاکید نمودند پروژه گازرسانی به شرکت پتروشیمی آرا انرژی به لحاظ اقتصادی و اشتغال زایی جزء مهمترین صنایع در منطقه می باشد. در حاشیه این بازدید بهروز معز رئیس امور مهندسی و اجرای طرحهای شرکت گاز استان اردبیل گفت: پروژه گاز رسانی به شرکت پتروشیمی آرا انرژی با شبکه گذاری بیش از ۱۵۰۰ متر خطوط لوله گاز و به موازات خط انتقال ۱۴ اینچ شهر نمین احداث می شود که با توجه به اهمیت اقتصادی و صنعتی این طرح و با تاکیدات استاندار محترم اردبیل همزمان با عملیات اجرایی خطوط لوله گاز برنامه ریزی ها برای عملیات عمرانی و مکانیکال نصب ایستگاه تقلیل فشار نیز در دست اجرا می باشد.

قم – خبرنگار فرصت امروز: رئیس ستاد شهر هوشمند شهرداری قم گفت: عدم فرهنگ سازی در خصوص شهر هوشمند، یکی از چالش های مهم در مسیر تحقق این امر است و نیاز به پشتیبانی، فرهنگ سازی و سرمایه گذاری در این زمینه داریم. به گزارش روابط عمومی شهرداری قم ، همایون یزدان پناه با اشاره به اهمیت توجه به شهر هوشمند، اظهار داشت: ستاد شهر هوشمند از سال ۹۶ به دستور شهردار و تأیید شورای اسلامی شهر به عنوان نخستین مرکز در سطح کشور در شهرداری قم با هدف هوشمندسازی شهر تشکیل شد. رئیس ستاد شهر هوشمند شهرداری قم افزود: شهر هوشمند، مفهومی فراتر از یک سازمان در شهرداری دارد که در گذشته به دلیل خلأ قانونی، هوشمندسازی ساماندهی و ساختاری نداشت و برای نخستین بار در قم اتفاق افتاده است. یزدان پناه با بیان اینکه هوشمندسازی به معنای ساختن شهری خوب برای زندگی بهتر است، تصریح کرد: تصور جامعه از شهر هوشمند گاهی در فناوری اطلاعات و دولت الکترونیک خلاصه



می شود، درحالی که دولت الکترونیک و فناوری ها جزئی از شهر هوشمند و شامل ۳۰ درصد حیطه گسترده ای از خدمات را شامل می شود و مباحث گسترده ای در آن وجود دارد. وی خاطرنشان کرد: با توجه

در نشست مدیرعامل شرکت عمران با اهالی سینما مطرح شد:

احداث پردیس سینمایی گامی دیگر در جهت ارتقاء فرهنگی شهر جدید اندیشه



طرح جامع نور پردازی یک نقشه راه است در جهت افزایش و ارتقاء کیفیت زندگی شهروندان به خصوص در زندگی شبانه که بخش عمده ای از زمان مردم جهت انجام امور اجتماعی ایشان پس از ساعات اداری روز امکان پذیر می گردد ایشان گفت : این اتفاق نیازمند همکاری

در دیدار مدیران سازمان آتش نشانی و هلال احمر عنوان شد:

آتش نشانان و نجاتگران هلال احمر در حوادث مختلف و کنار همدیگر ایفای نقش می کنند



همدیگر و امکانات و ظرفیت ها و پتانسیل هم اطلاع داشته باشند تا بتوانند در زمان امدادرسانی موفق عمل کنند. دکتر حسین پور با اشاره به نقش خطیر سازمانهای امدادی خاطرنشان کرد: بایستی برنامه ریزی های سازمانهای امدادی متناسب با زمانهای بحران طراحی شود . وی در پایان ابراز امیدواری کرد؛ با تشکیل خانه های هلال در ایستگاههای آتش نشانی تبریز و شهرستانها شاهد افزایش تعامل و همکاری بیشتر و برگزاری اردوها و مانورهای مشترک بوده و آموزشهای لازم ارائه گردد و در آینده نزدیک هر امدادگر بعنوان آتش نشان و هر آتش نشان بعنوان یک امدادگر مهارتهای مربوطه را کسب نماید . در



به صورت دستی و کاغذی علاوه بر طولانی شدن زمان به دلیل ارجاع آن به واحدهای مختلف شرکت، امکان خطا و اشتباه در ثبت اطلاعات را نیز داشته است.

رئیس سازمان مدیریت حمل و نقل بار و مسافر شهرداری بندرعباس:

استفاده از ماسک در ناوگان حمل و نقل عمومی الزامی است



سازمان با انتصاب عنوان "بازرس ستاد مدیریت بیماری کرونا شهرستان بندرعباس " از سوی فرمانداری بندرعباس، بصورت مستمر کار بازرسی خود را انجام می دهند. اخلاقی با بیان

به پیچیدگی ها و مشکلات شهر، باید شهر به گونه ای خوب شود که بتوانیم زندگی خوبی را برای مردم ترسیم کنیم، در جهان پیرامون شهر هوشمند شش تعریف وجود دارد که شامل شهروند هوشمند، محیط زیست هوشمند، حمل و نقل هوشمند، حاکمیت و دولت هوشمند، اقتصاد هوشمند و سبک زندگی هوشمند است که باید مدل بومی از آن ارائه دهیم. رئیس ستاد شهر هوشمند شهرداری قم بیان کرد: شهروندی که بتواند از ابزارهای هوشمند در رفاه خود استفاده کند، شهروند هوشمند به شمار می رود. فرهنگ استفاده از ابزارها در رسیدن به شهر هوشمند نیز یکی از دغدغه های مهم است که بسیاری از شهروندان هنوز با آن آشنا نیستند. یزدان پناه گفت: عدم فرهنگ سازی در خصوص شهر هوشمند، یکی از چالش های مهم در مسیر تحقق این امر است و نیاز به پشتیبانی، فرهنگ سازی و سرمایه گذاری در این زمینه داریم و در این مورد جلسات متعددی با مراکز پژوهشی، فرهنگی و علمی برگزار شد تا در زمینه اطلاع رسانی و فرهنگ سازی تلاش شود.

و هماهنگی دستگاههای مربوطه از جمله شرکت عمران ،شهرداری و شورای اسلامی شهر و اداره برق می باشد و می بایست موضوع در کمیته سیمیا و منظر شهری اندیشه مورد بررسی و همفکری قرار گیرد. از جمله موارد دیگری که در این جلسه با حضور مشاورین طرح به بحث و گفتگو گذاشته شد ، می توان به موارد ذیل اشاره نمود:
۱- تدوین چشم انداز نور پردازی در شهر جدید اندیشه در افق ۵ ساله
۲- چگونگی مشارکت بخش خصوصی در نورپردازی فضاها با کاربری های مختلف
۳- چگونگی هماهنگی و تشریح وظایف سازمانی کلیه نهادهای درگیر در موضوع نورپردازی
۴ - اولویت بندی اقدامات و ارائه دستورالعمل های لازم جهت نورپردازی های موضوعی، و مناسبتی در شهر اندیشه
۵- تعیین معیارهای لازم جهت سهولت اجرا، تأثیر گذاری بیشتر بر بهبود سیمیا و منظر شهر و بهیچگی هزینه تحقق طرح جامع نور پردازی
۶- برنامه زمانبندی تحقق پروژه های با اولویت بندی
۷- ارائه راهکارهای افزایش تحقق پذیری طرح و ارائه تسهیلات مالی و تشویقی
۸- برآورد مالی اجرای طرح

این دیدار سرپرست سازمان آتش نشانی تبریز هم با تجلیل از خدمات نیروهای هلال احمر گفت: همه ما یک هدف مشترک داریم آنهم خدمات رسانی هر چه بهتر و بیشتر به آسیب دیدگان از حوادث می باشد. دکترعلیرضا زبردست ادامه داد: امیدواریم با ایجاد هماهنگی های لازم بین سازمان آتش نشانی و هلال احمر و بررسی و احصا موارد همکاری در کمیته راهبردی آتش نشانی، خط و مشی لازم را تعریف و شاهد افزایش همکاری های بینابین باشیم .زبردست افزود: دستگاههای امداد رسان بایستی مرزبندی های بین سازمانی در عملیاتها را با همدلی و همراهی برداشته و مانند نیروهای یک مجموعه در کنار همدیگر وارد عملیات شوند. وی از آمادگی سازمان آتش نشانی تبریز برای راه اندازی خانه های هلال در ایستگاههای آتش نشانی تبریز خبر داد. لازم به ذکر است در پایان این دیدار مدیرعامل جمعیت هلال احمر استان آذربایجان شرقی با پوشیدن لباس آتش نشانی، به عضویت افتخاری آتش نشانی تبریز در آمد و از همکاران و نجاتگران و امدادگران و داوطلبان و اعضای جمعیت هلال احمر خواست با مراجعه به سایت سازمان آتش نشانی تبریز به آدرس https://tabriz.ir.v20/ و با پرکردن فرم های مربوطه بصورت الکترونیکی عضویت افتخاری سازمان آتش نشان در آیند .

راه اندازی سامانه مدیریت فرآیندهای بهره برداری در معاونت طرح های توسعه برق

معاون طرح های توسعه برق شرکت برق منطقه ای خوزستان تصریح کرد: به همین دلایل از حدود سه سال پیش راه اندازی سامانه مدیریت فرآیندهای بهره برداری این شرکت در دستور کار قرار گرفت و در حال حاضر اجرایی شده است.

ابوعلی گلسه داری ادامه داد: در این سامانه با تخصیص یک فیلد برای هر مجری کلیه درخواست های ارسالی به صورت الکترونیکی انجام می شود و امکان رصد و پیگیری آنلاین درخواست ها فراهم شده است. وی اضافه کرد: این سامانه علاوه برصرفه جویی در وقت و هزینه و تسریع امور، امکان خطا در ارسال درخواست های مختلف را بدلیل مشخص بودن شماره دقیق و بروز شده خطوط، ترانس و دیگر تجهیزات فشار قوی و فوق توزیع به حداقل می رساند.

اینکه رانندگان تاکسی تماس زیادی با محیط اطراف و ارتباط زیادی با مردم دارند و خطر بیشتری آن ها را تهدید می کند، اظهار کرد: در راستای ایستاد حفظ سلامت مسافران و مسافران تعداد ۳۰۰۰ عدد ماسک طی ۲۴ ساعت گذشته توسط بازرسین سازمان بین رانندگان حمل و نقل عمومی درون شهری توزیع شد. رئیس سازمان مدیریت حمل و نقل بار و مسافر با اشاره به گذشت پنج ماه از شیوع ویروس کرونا، تصریح کرد: با وارد شدن به مرحله همه گیری بیماری کرونا، از شهروندان و رانندگان درخواست می شود، طرح فاصله گذاری اجتماعی را رعایت کرده و استفاده از ماسک را برای رانندگان و مسافرین را مدنظر قرار دهند. وی در پایان نیز اظهار کرد: فرایندهای ضدهقونی ناوگان نیز طبق پروتکل های ابلاغی ستاد پیشگیری از کرونا همچنان ادامه دارد.

این گفته‌اش هشدارهای مکرر سید سعید شاهرخی استاندار همدان را برایم تداعی می‌کند که اجرای بی‌چون و چرای مصوبات کارگروه استاد تسهیل را به بانک‌ها و دستگاه‌های اجرایی گوشزد می‌کرد و

۶ تکنیک بازاریابی برای دهه میلادی جدید

چگونه در صنعت بازاریابی دوام بیاوریم؟

به قلم: نیشالا مور تی کواشیک مسئول بخش بازاریابی در شرکت ویرپو

ترجمه:علی آل‌علی

بازاریابی در دوران کنونی همراه با دشواری‌های خاصی است. بسیاری از برندها هنوز از فضای مالی وپروس کرونا رهایی پیدا نکرده‌اند. همچنین فعالیت بازاریابی به دلیل شرایط نامساعد کنونی در سطح جهان در اولویت نخست برندها نیست. براساس گزارش خبرگزاری CNBC اغلب برندهای بزرگ از جمله گوگل در تلاش برای کاهش بودجه بازاریابی‌شان هستند. این امر به معنای پیچیدگی بیشتر در زمینه فعالیت بازاریابی در سراسر دنیا خواهد بود. بدون تردید هدف اصلی برندهای بزرگ توقف کامل فعالیت بازاریابی نیست. این امر به دلیل وابستگی بالای فروش برندها به تبلیغات و بازاریابی امکان اجرایی ندارد. چالش اصلی پیش روی اغلب برندها در شرایط کنونی چگونگی پیشبرد فرایند بازاریابی با بودجه‌های محدود است. بازاریاب‌هایی که موفق به یافتن راهکاری مناسب برای این چالش نشوند، در عمل از عرصه بازاریابی حذف خواهند شد.

ما در این مقاله قصد بررسی چند ایده مهم در زمینه بازاریابی با وجود شرایط دشوار کنونی را داریم. به این ترتیب بازاریاب‌ها و برندهای طرف قراردادشان امکان ادامه فعالیت را پیدا خواهند کرد. مهارت‌های مورد بحث در این مقاله برای موفقیت بازاریابی در دهه پیش رو ضروری خواهد بود.

داستان‌سرایی

برایان ایسنبرگ یکی از کارشناس‌های موفق در زمینه بازاریابی دیجیتال محسوب می‌شود. وی در زمینه بازاریابی بر روی تجربه موفقیت‌آمیز برندها برای تاثیرگذاری بر روی مخاطبه هدف از طریق بیان داستان‌های جذاب تاکید دارد. امروزه تمام مردم مشتاق شنیدن داستان‌های تازه و هیجان‌انگیز هستند، با این حساب برند ما باید داستان مناسب در اختیار مخاطب هدفش قرار دهد. این امر نقش مهمی در کسب موفقیت بازاریابی خواهد داشت.

براساس گزارش موسسه فوربس، کمپین‌های بازاریابی دارای داستان اصلی ۲۲ برابر بیشتر از سایر محتوای بازاریابی مورد توجه مخاطب هدف قرار می‌گیرد، با این حساب تمام بازاریاب‌ها در سال‌های پیش رو باید توانایی داستان‌سرایی‌شان را تقویت کنند. در غیر این صورت امکان تداوم فعالیت آنها در حوزه بازاریابی و تولید محتوا با شکست و تردیده‌ای اساسی مواجه خواهد شد.

داستان‌سرایی در حوزه تجاری همیشه دشواری‌های خاص خود را داشته است. این امر نیازمند یافتن ایده‌های جذاب برای تعامل با مخاطب هدف است. در غیر این صورت داستان ما در کنار خیل عظیمی از دیگر محتوای بازاریابی کلیشه‌ای مورد بی‌توجهی قرار خواهد گرفت. ترکیب مزیت‌های برند و سلیقه مخاطب هدف همیشه بهترین راه برای خلق داستان‌های جذاب محسوب می‌شود بنابراین شما در این مرحله باید چنین الگویی را مدنظر قرار دهید.

تحلیل داده‌های کاربردی

ما اکنون در دوره دیجیتال زندگی می‌کنیم. استفاده از داده‌های معتبر برای بهبود فرایند بازاریابی دیجیتال اهمیت فراوانی دارد. بدون تردید در نگاه نخست استفاده از داده‌های مختلف برای ساماندهی کمپین‌های بازاریابی امری دشوار به نظر می‌رسد، با این حال ابزارهای بهره‌مند از هوش مصنوعی کار برندها را بسیار ساده کرده است. شرکت در کلاس‌های تحلیل محتوا به صورت آنلاین یا حضوری امکان آشنایی با ابزارهای مختلف در این زمینه را فراهم می‌سازد. شما به این ترتیب دیگر نیازی به همکاری با ژانس‌های بازاریابی جداگانه نیز نخواهید داشت.

طراحی منحصر به فرد محتوا

کریستا نهر، کارشناس بازاریابی در شبکه‌های اجتماعی، فرمت بصری را تاثیرگذارترین نوع محتوا در شبکه‌های اجتماعی می‌داند. دلیل این امر گرایش هرچه شدیدتر کاربران برای مشاهده تصاویر به جای مطالعه محتوای متنی است. بدون تردید طراحی جلوه‌های بصری منحصر به فرد در اغلب موارد از سطح تخصص بازاریاب‌ها خارج است. نکته مهم در این میان تلاش برای استفاده از مهارت‌های سایر اعضای شرکت در این زمینه است. امروزه در هر شرکتی افراد دارای مهارت کار با فوتوشاپ پیدا می‌شود بنابراین همکاری با این افراد باید در اولویت‌های اصلی تیم‌های بازاریابی قرار گیرد.

نکته جالب اینکه اغلب نرم‌افزارهای حرفه‌ای طراحی عکس، مانند فوتوشاپ، دارای دوره‌های آموزشی گسترده هستند. برخی از ویدئوهای مربوط به آموزش کار با فوتوشاپ به طور رایگان در سطح اینترنت در دسترس قرار دارد بنابراین با جست‌وجویی ساده در سطح اینترنت امکان دسترسی به چنین محتوایی فراهم خواهد شد.

کاربست هرچه بیشتر فناوری

فناوری‌های بازاریابی در طول سال‌های اخیر توسعه بسیار زیادی پیدا کرده است. امروزه اغلب برندها در مسیر بازاریابی بهتر از فناوری‌های جدید استفاده می‌کنند. این امر باید در دستور کار هر تیم بازاریابی قرار داشته باشد. در غیر این صورت آنها شانس چندانی برای موفقیت در عرصه بازاریابی نخواهند داشت. مزیت اصلی استفاده از فناوری‌های تازه برای بازاریابی امکان کاهش هزینه‌های جاری برند است. به این ترتیب شما امکان مواجهه با چالش مالی کرونا به بهترین شکل ممکن را خواهید داشت. بازاریاب‌های حرفه‌ای باید قبل از تبدیل فناوری‌های تازه به ترند در حوزه بازاریابی نسبت به استفاده از آنها اقدام کنند. دلیل این امر امکان تبدیل فناوری موردنظر به مزیت رقابتی بردنمان است.

افزایش آگاهی‌مان از حوزه کسب و کار

برخی از بازاریاب‌ها با وجود فعالیت طولانی در یک حوزه نسبت به کسب اطلاعات تازه در صنعت موردنظر اقدامی نمی‌کنند. نتیجه این امر اطلاعات همیشه قدیمی بازاریاب‌ها در ارتباط با حوزه تخصصی‌شان است بنابراین ناتوانی بازاریاب‌ها برای جلب نظر مخاطب هدف‌شان در قالب کمپین‌های بازاریابی امری طبیعی خواهد بود. وظیفه اصلی ما به عنوان بازاریاب به‌روز رسانی مداوم اطلاعات ما در زمینه بازاریابی و تلاش برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف با استفاده از اطلاعات موردنظر است.

برنامه‌ریزی مناسب برای صرف بودجه برند

طراحی برنامه‌های پیش روی برند در حوزه بازاریابی کار ساده‌ای نیست. یکی از نکات مهم در این زمینه ایجاد هماهنگی میان بودجه در دسترس و اهداف بخش بازاریابی است. اگر برنامه‌های ما نیازمند بودجه بسیار بالایی باشد، به احتمال زیادی در میانه راه با مشکلات مالی شدید مواجه خواهیم شد. همچنین باید نسبت به فقدان انگیزه در مدیران ارشد برندها برای سرمایه‌گذاری بر روی طرح‌های بازاریابی پرهزینه نیز توجه داشته باشیم.

منبع: blog.marketo.com

فرصت امروز

روزنامه‌مدیریتی –اقتصادی

| **شنبه** **|** ۲۸ تیر ۱۳۹۹ **|** شماره ۱۵۸۴ **|** صفحه ۱۶ **|**

صاحب امتیاز: موسسه مطبوعاتی فرصت سازان امروز

مدیر مسئول و سردبیر: محمدرضا قدیمی

چاپ: هنر سرزمین سبز

دفتر مرکزی: میدان هفت تیر، خیابان بهار شیراز، میدان بهار شیراز، پلاک ۱۴۹

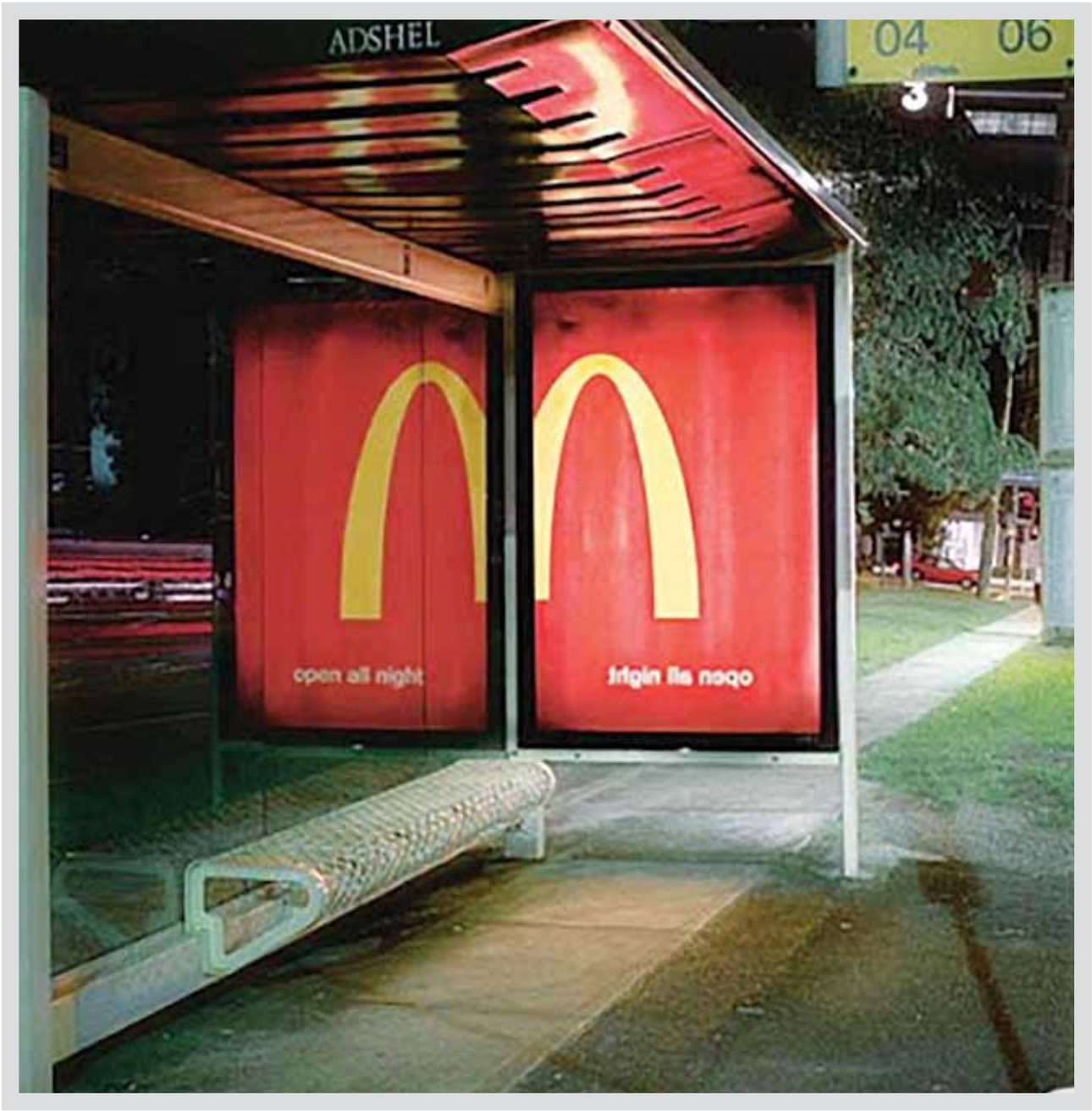
دفتر مرکزی: ۸۸۳۱۷۷۳۸

سازمان آگهی‌ها: ۸۸۳۲۰۹۶۰

آیین نامه اخلاق حرفه ای روزنامه: WWW.FORSATNET.IR/REGULATIONS

WWW.FORSATONLINE.COM

INFO@FORSATONLINE.COM



مسیر موفقیت

۱۵ تفاوت فکری مثبت‌اندیش‌ها با افراد منفی‌نگر

۱۱. من بدترین دشمن یا بهترین دوست خودم هستم
افراد مثبت‌اندیش خودگویی‌های خوبی با خودشان دارند. آنها روی آنچه در ذهن‌شان می‌گذرد کنترل دارند و به افکار خود اجازه نمی‌دهند دل‌برشان کنند. همچنین، انتظارات واقع‌بینانه‌ای از خود دارند. آنها در مورد نقاط ضعف خود و سختی موقعیت‌شان به خود دروغ نمی‌گویند. بلکه به خودشان می‌گویند برای موفقیت چه کاری باید انجام داد؟

افراد منفی‌نگر بدترین دشمن خود هستند. آنها خوبی‌ها را نمی‌بینند و همیشه به نیمه خالی لیوان نگاه می‌کنند، حتی اگر واقعا به موفقیت رسیده باشند. آنها قادرند روی تمام جوانب منفی تمرکز کنند و با این کار، اعتماد به نفس خود را کاهش می‌دهند.

۱۲. زبان بدن‌شان چه می‌گوید؟

مثبت‌اندیش‌ها با خودشان همانند قهرمان رفتار می‌کنند. با دیگران رفتار خوبی دارند و مثبت‌اندیشی از حالت چهره‌شان هویداست، اما افراد منفی‌نگر خود را کوچک می‌دانند و همیشه نگاه‌شان به سمت پایین است. شاید در نگاه اول تصور کنید عقل‌شان کم است، یا دچار افسردگی شده‌اند یا حتی بی‌تفاوت‌ند...؛ خلاصه اینکه چهره‌شان ناراحت است و اصلا راضی به نظر نمی‌رسند.

۱۳. بهترین نتیجه با کار گروهی به دست می‌آید

افراد مثبت‌اندیش عاشق کار گروهی هستند. آنها به ایده‌هایی که از جانب خودشان مطرح نشده هم، اهمیت می‌دهند و از آن حمایت می‌کنند، حتی اگر موافق آن ایده‌ها نباشند. در مقابل، منفی‌نگرها اگر به این نتیجه برسند ایده‌ای موفقیت‌آمیز نیست، هیچ حمایتی از آن نمی‌کنند. افراد منفی‌نگر وقتی ایده‌ای به بن‌بست می‌رسد، از جملاتی مانند «هن که از اول گفتم...» برای سرزنش طرف مقابل‌شان استفاده می‌کنند.

۱۴. باید جوانب مثبت هر چیزی را ببینم

مثبت‌اندیش‌ها بسیار قدردان هستند و در هر موقعیتی نیمه پر لیوان را می‌بینند. افراد منفی‌نگر نمی‌توانند در سختی‌ها جوانب مثبت را در نظر بگیرند و اصلا برای بررسی جوانب مثبت یک وضعیت وقت نمی‌گذارند.

۱۵. کارهای خوب دیگران را تحسین می‌کنم

مثبت‌اندیش‌ها به دنبال آند که مثبت‌اندیشی را گسترش دهند. وقتی طرف مقابل‌شان کار خوبی انجام می‌دهد، به او توجه کرده و به سرعت تحسین‌اش می‌کنند، اما منفی‌نگرها می‌گویند: «چرا برای کاری که باید خوب انجام دهد، تحسین‌اش کنم؟» آدم‌های منفی‌نگر به این درک نرسیده‌اند که تشویق و تحسین چقدر اهمیت دارد، بلکه فکر می‌کنند توجه کردن به دیگران اهمیت دارد. این در حالی است که یک تشویق ساده می‌تواند باعث تقویت و بهبود روابط شود و برای انجام بهتر کارها به فرد انگیزه دهد، اما مثبت‌اندیش‌ها به چنین درکی رسیده و به تاثیر و قدرت کلمات واقفند.

منبع: lifehack/ucan

۵. چه کارهایی را می‌توانم بهتر انجام دهم؟

افراد مثبت‌اندیش از دیگران نظرخواهی کرده و از بازخوردها استقبال می‌کنند. آنها با هر چیزی که به مهارت‌های‌شان بیفزاید با روی باز برخورد می‌کنند، زیرا همیشه می‌خواهند پیشرفت کنند، اما منفی‌نگرها وقتی مورد انتقاد دیگری قرار می‌گیرند یا بازخوردی دریافت می‌کنند، احساس بی‌ارزشی می‌کنند. افراد منفی‌نگر بازخورد را ابزاری برای بهبود خود نمی‌دانند، بلکه نشانه ناشایستگی خود تلقی می‌کنند.

۶. روی هر چیزی تمرکز کنم، به آن انرژی می‌دهم

افراد مثبت‌اندیش روی چیزهایی تمرکز می‌کنند که می‌توانند کنترل‌شان کنند. رضایت این افراد در گرو نوع واکنش‌شان به اتفاقات است. مثبت‌اندیش‌ها معتقدند به هر آنچه روی آن تمرکز کنند قدرت می‌دهند، پس با درایت از آن استفاده می‌کنند. اما منفی‌نگرها تمرکز خود را روی چیزهایی می‌گذارند که نمی‌توانند کنترل کنند. مثلا اختلاف خود با دیگران را مرور می‌کنند، خود را برای اشتباهات گذشته سرزنش می‌کنند و از آینده هراس دارند و به رویاهای‌شان اجازه تحقق نمی‌دهند.

۷. همه می‌توانند تغییر کنند

مثبت‌اندیش‌ها باور دارند تنها چیزی که تغییر نمی‌کند، خود تغییر است. آنها باور دارند که می‌توانند تغییر کنند و دیگران هم می‌توانند تغییر کنند.

در مقابل، افراد منفی‌نگر می‌گویند آدم‌ها شخصیت ثابتی دارند و تغییر‌ناپذیرند؛ پس هیچ تلاشی برای بهبود رفتارهای‌شان نمی‌کنند و با خود می‌گویند «چه فایده‌ای دارد؟» البته منفی‌نگرها به دیگران هم امکان تغییر نمی‌دهند. وقتی یک فرد منفی‌نگر به چیزی برچسب بزند، دیگر نمی‌تواند طور دیگری به آن نگاه کند.

۸. چیزهای زیادی هست که می‌توانم یاد بگیرم

افراد مثبت‌اندیش از یادگیری لذت می‌برند. آنها می‌دانند اطلاعات روز به روز تکامل می‌یابد و ممکن است چیزی که ۱۰ سال پیش موثر بود، امروز هیچ اثری نداشته باشد. منفی‌نگرها فکر می‌کنند همه چیز را می‌دانند و اگر اطلاعات جدید با دانسته‌های قبلی آنها در تضاد باشد، بعید است آن را بپذیرند. آنها قبل از اینکه تشخیص دهند چه چیزی درست یا غلط است، به گونه‌ند آن توجه می‌کنند.

۹. باید کار بزرگی انجام دهم

مثبت‌اندیش‌ها هیچ ترسی از بلندپروازی ندارند، اما منفی‌نگرها تفکر محدودی دارند و همواره سعی می‌کنند دیگران را متقاعد کنند که رویاهای‌شان دست‌نیافتنی است.

۱۰. با تحقیر دیگران، من بزرگ نمی‌شوم

مثبت‌اندیش‌ها حتی پشت سر دیگران هم سعی می‌کنند شخصیت آنها را بالا ببرند، اما منفی‌نگرها بقیه را خراب می‌کنند تا خودشان احساس بزرگی پیدا کنند.

حتما شما هم قبول دارید، معاشرت با افراد مثبت‌اندیش چقدر لذت‌بخش‌تر از منفی‌نگر‌هاست و بودن با این افراد چقدر متفاوت از وقتی است که با افراد منفی‌نگر تعامل داریم. تقریبا اکثر مردم دوست دارند اعضای خانواده، دوستان و اطرافیان‌شان افراد مثبت‌اندیش باشند و همیشه نیمه پر لیوان را ببینند، اما خودمان چه تفکری داریم؟ آیا همان فرد مثبت‌اندیشی هستیم که از دیگران انتظار داریم؟ یا ما همراه باشید تا درباره تفاوت طرز فکر افراد مثبت‌اندیش و منفی‌گرا بیشتر بدانید.

۱. شکست اجتناب‌ناپذیر است

افراد مثبت‌اندیش نگاه بلندی به شکست دارند و آن را فرصتی می‌دانند برای یادگیری و بهتر شدن. آنها به این درک رسیده‌اند که شکست یک اتفاق است و هویت و آینده زندگی‌شان را تغییر نمی‌دهد. در مقابل، منفی‌نگرها شکست را نقطه پایان می‌دانند و بعد از شکست از پا درمی‌آیند، چون به شکست اجازه می‌دهند هویت فردی آنها را تغییر دهد. آنها این درک را ندارند که شکست جزئی از مسیر یادگیری و پیشرفت است.

۲. از عهده انجام کارهای سخت برمی‌آیم

مثبت‌اندیش‌ها دوست دارند همیشه به چالش کشیده شوند. آنها باور دارند زندگی بدون چالش، به هیچ پیشرفتی نخواهد رسید.

افراد مثبت‌اندیش نگاه روشنی به سختی‌ها دارند و با روی باز، به دنبال راه‌هایی برای غلبه بر آن هستند. در مقابل، افراد منفی‌نگر همیشه به دنبال راه‌های آسان و میان‌بر هستند. آنها موانع را بلایی برای رسیدن به اهداف‌شان می‌دانند و معتقدند موانع، احتمال شکست آنها را بالا می‌برد. برای افراد منفی‌نگر، سختی‌های زندگی سازنده نیستند، بلکه شکننده‌اند.

۳. همیشه بیشترین تلاشم را می‌کنم

مثبت‌اندیش‌ها به جای تمرکز روی اوضاع، روی تلاش برای رسیدن به موفقیت متمرکزند. آنها می‌دانند چیزهای زیادی وجود دارد که از کنترل‌شان خارج است، اما تلاش شاملش نمی‌شود. افراد مثبت‌اندیش همواره بیشترین تلاش خود را می‌کنند، حتی اگر خیلی زیاد نباشد، اما افراد منفی‌نگر به دنبال راحتی هستند و از کمترین تلاشی دست می‌کشند. البته اگر قرار باشد تلاشی هم بکنند، معتقدند کاری از دست‌شان برنمی‌آید و خیلی زود تسلیم می‌شوند. اگرچه این افراد وقتی احساس کنند زیر نظر دیگراند، احتمال دارد تلاش خود را دوچندان کنند.

۴. از موفقیت دیگران استفاده می‌کنند

افراد مثبت‌اندیش از موفقیت دیگران الهام می‌گیرند، آنها اطرافیان‌شان را زیر نظر می‌گیرند و از خود می‌پرسند: «چه چیزی می‌توانم از او یاد بگیرم؟» اما منفی‌نگرها به موفقیت دیگران حسادت کرده و آن را تهدیدی برای خود می‌دانند. برای منفی‌نگرها، موفقیت دیگران یعنی شکست خودشان.