

بازخوانی آموزه‌های دولت مصدق
در عبور از تحریم نفتی و راهبرد اقتصاد منهای نفت

خواب آشفته اقتصاد نفتی

«دولتمرد پسر در نخستین سال زمامداری‌اش به یکی از شاخص‌ترین شخصیت‌های سیاسی جهان در صحنه سیاست بین‌المللی مبدل شد. شهرت جهانی او نه به خاطر اینکه بهترین یا بدترین یا نیرومندترین...»

۲

فرصت امروز

برای کسب و کار آفرینی

سه شنبه
۲۸ مرداد
۱۳۹۹

Tue. 18 Aug 2020
۲۸ ذوالحجه ۱۴۴۱ - سال ششم
شماره ۱۶۰۶-۱۶۰۶ صفحه - ۵۰۰۰۰ ریال

www.forsatnet.ir

یادداشت

حلقه مفقوده برنامه توسعه

خالد توکلی
جامعه‌شناس توسعه

نگاهی انتقادی به برنامه‌ریزی توسعه در چند دهه گذشته نشان می‌دهد، توسعه تبدیل به امری ناممکن و دست‌نیافتنی در جامعه ایران شده است، بدین معنا که تمامی شاخص‌های توسعه، وضعیت مناسب و خوبی را به نمایش نمی‌گذارند بنابراین این پرسش پیش می‌آید که چرا توسعه ممکن و میسر نمی‌شود؟ یکی از پاسخ‌ها می‌تواند این باشد، از همه امکانات و سرمایه‌های جامعه که در مناطق مختلف وجود دارند، بهره گرفته نمی‌شود. اگر این نکته را بپذیریم آنگاه باید در پی پاسخ به این پرسش باشیم که چرا از ظرفیت‌های مناطق مختلف برای دستیابی به توسعه بهره گرفته نمی‌شود. این نوشتار تلاش می‌کند تا به این پرسش پاسخ داده و موانع توسعه منطقه‌ای را مورد بررسی قرار دهد. توسعه به معنای عام و توسعه منطقه‌ای در معنای خاص آن، ارتباط وسیعی با جهت‌گیری سیاسی دارد. اینکه مبنای توسعه چه باشد، از چه ظرفیت‌هایی استفاده شود، از کجا آغاز شود و به کجا ختم گردد، آرمان‌های سیاسی نقش تعیین‌کننده‌ای خواهند داشت. گاهی برای یک نظام سیاسی، توسعه در اولویت...

به موازات روند کاهشی شاخص بورس، تقاضای خانه در پایتخت افزایش یافته است

الاکلنگ بورس و مسکن

فرصت امروز، چند روزی است که شاخص کل بورس روند کاهشی به خود گرفته است و همزمان با افت شاخص بورس تهران، تقاضا برای خرید مسکن در پایتخت افزایش یافته است، آنچه که می‌توان از آن با عنوان «الاکلنگ بورس و مسکن» نام برد. آخرین خبرها از مشاوران املاک نشان می‌دهد که تقاضا برای خرید مسکن در پایتخت را تأیید کرد و گفت: «سرمایه‌گذارانی که در بورس سود بالایی انبوه‌سازان مسکن تهران افزایش تقاضا برای خرید مسکن در پایتخت را تأیید کرد و گفت: «سرمایه‌گذارانی که در بورس سود بالایی کسب کرده‌اند، برای حفظ ارزش دارایی‌های خود به بازار مسکن روی آورده‌اند.» مشاوران املاک در تهران نیز گفته‌اند که تقاضا برای خرید ملک در روزهای گذشته افزایش یافته و «حجم معاملات به ویژه در مناطق شرق و غرب پایتخت بیشتر شده است...»

۳

ریزش شاخص بورس تهران تا کجا ادامه دارد؟

هیجان متهم ردیف اول بازار سرمایه

۴

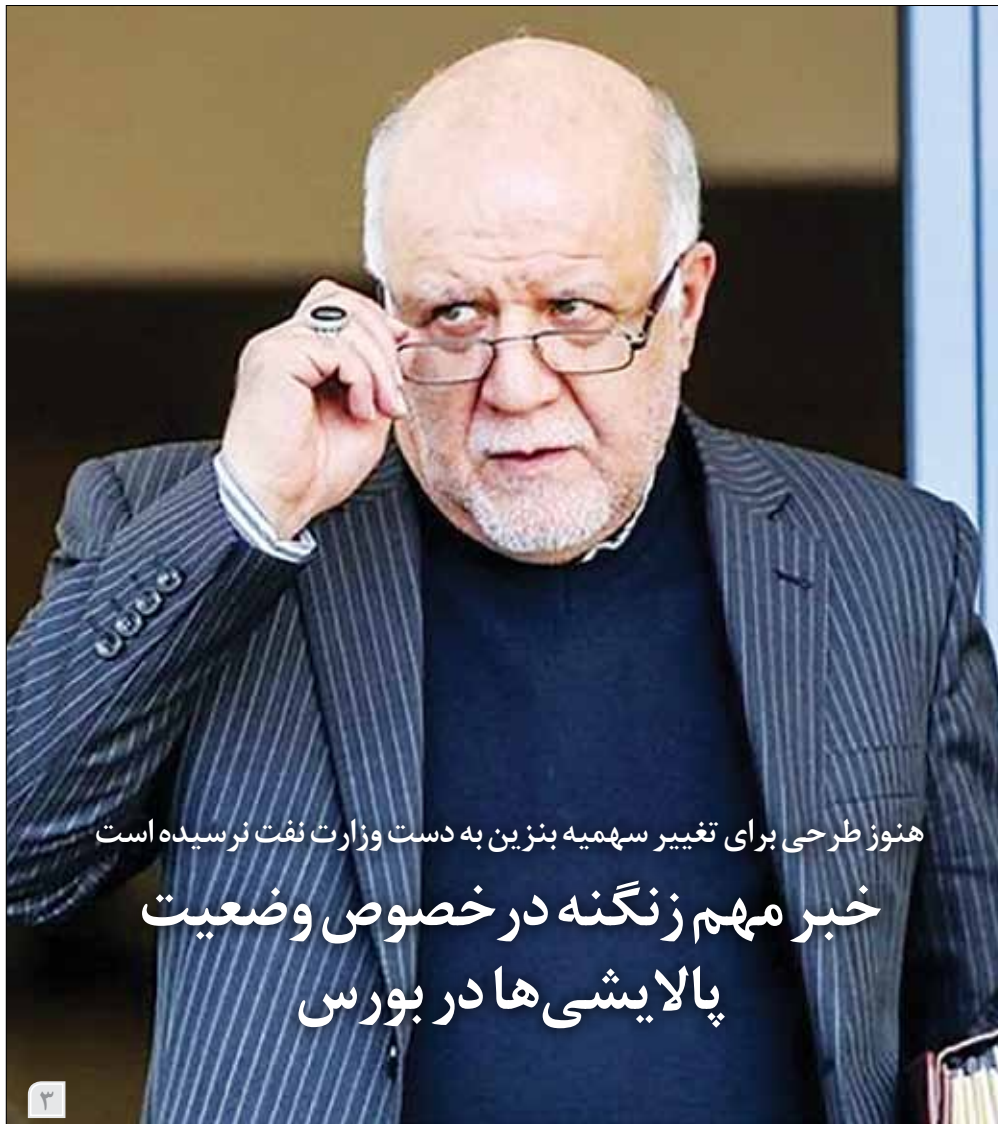
مدیریت و کسب و کار



به جای تقلید از بزرگان دنبال روش مناسب خودتان باشید

- تکنیک‌های مدیریت زمان در کسب و کارهای کوچک
- ریسک‌های طلابی کار آفرین‌ها
- نگرش قطره‌ای در بازار یابی
- اخلاق گرای بهترین شیوه بازاریابی
- شلواری که کرونا را می‌شد
- استفاده از مجسمه مفاخر در هنرهای شهری

۸ تا ۱۶



هنوز طرحی برای تغییر سهمیه بنزین به دست وزارت نفت نرسیده است

خبر مهم زنگنه در خصوص وضعیت پالایشی‌ها در بورس

۳

کوئید-۱۹ چه بر سر دنیای ما خواهد آورد؟

دنیای سبز تر پساکرونا

تأثیر متقابل اقتصاد و محیط‌زیست به واقعیت غیرقابل انکاری تبدیل شده، به طوری که سیاست‌های اقتصادی بر محیط‌زیست اثر می‌گذارد و در مقابل نیز اقتصاد از تغییرات زیست‌محیطی تأثیر می‌پذیرد. در این میان، شیوع کرونا باعث توجه بیش از پیش بشر به محیط زیست شده است. در واقع، هم ویروس کرونا و هم تغییر اقلیمی اهمیت بسزایی برای انسان پیدا کرده و اینکه پس از بحران کرونا چه سیاست‌هایی را بایستی در پیش گرفت.

در این زمینه، کامبلا کندیس، پژوهشگر دانشگاه هاروارد در «فایننشال تایمز» نوشت: «آیا می‌توانیم به عقب برگردیم و اوضاع را بهتر کنیم؟ تاکنون طرفداری از محیط‌زیست تمایل داشته وقتی که اقتصاد وارد رکود می‌شود، رو به نقصان برود، اما حالا که به نظر می‌رسد عالم‌گیری ویروس کرونا تا مدت‌ها ادامه خواهد داشت، چیزی باید در نگرش عمومی مردم تغییر کند. در یکی از جمع‌های اخیر در بریتانیا، تظاهرکنندگان حمایت شدید خود را از اینکه برای قطع انتشار کربن، اقدامات دولتی بیشتری انجام شود ابراز کرده‌اند. من شک دارم که چطور نمایندگان یک گروه از ۱۰۸ نفر آدم می‌توانند کارهایی مثل دورخمسواری یا کاهش سرانه پرواز با هواپیما را به نمر بنشانند، اما جمع‌های با تعداد نفرت نزدیک به این رقم باعث اصلاحات اجتماعی تاریخ‌ساز می‌شوند. نتایج تحقیقات نشان می‌دهد که اگر به مردم اجازه داده شود که درباره جزئیات با یکدیگر برخورد داشته باشند (مثلاً شش هفته در جمع‌های خود یا کارشانمان سرور کار داشته باشند) چنین اقداماتی می‌تواند منجر به توافق نظر و اجماع را در میان مردم بسیار بالا ببرد.

این کار می‌تواند به سیاستمداران نیز کمک بزرگی کند که می‌توانند شعارهایی که می‌دهند و اهدافی که اعلام می‌کنند خیلی از قد رای‌دهندگان بالاتر باشد. تظاهرات جلیقه‌زدها در پاریس در اصل از مالیات بر سوخت شروع شد و یادآور درگیری بین اهداف سبز زندگی کردن و حیات است، اما غیرممکن است که دایره را به شکل مربع در آورد. برای مثال، شما می‌توانید مالیات کربن را افزایش دهید و با این کار انتشار آن را کم کنید. کمیته تغییرات اقلیمی بریتانیا در آخرین گزارش خود استدلال کرده است که اکنون زمان بدی برای افزایش مالیات بر سوخت نیست چون قیمت نفت پایین است، به خصوص اگر ما بخواهیم این درآمد حاصل مالیات را دوباره در ایجاد مشاغل مربوط به انرژی‌های سبز سرمایه‌گذاری کنیم.

عالم‌گیری ویروس کرونا فرضیات در این باره را برعکس کرد و همچنین مقیاس زمانی شتابنده در این باره را معکوس ساخت. متخصصان محیط‌زیست انتظار داشتند که دور بعدی مذاکرات بر سر تغییرات اقلیمی در سازمان ملل که طبق برنامه باید در ماه نوامبر گذشته برگزار می‌شد، قدم بعدی پیشرفت در مقابله با تغییرات اقلیمی باشد، اما کوئید-۱۹ فرصت منحصر به فردی در دست داد، به ویژه به اینکه آشفته‌گی‌های اقتصادی که ویروس علتش بود کشورهای غربی را بازگرداند به جایی که بیشترین استفاده را از امکانات دولتی بکنند و دوباره یک دولت قدرتمند را به صحنه بیاورند که اراده‌اش این است که در کارها دخالت کند. چه بخواهیم چه نخواهیم، وزرای خزانه‌داری کشورهای عضو سازمان ملل برای دورانی که در پیش است، اوج‌گیری تقاضا در اقلیمات خود کنترل خواهند کرد. برخی از آنها همین حالا هم کمک‌های اقتصادی خود را به اهداف زیست‌محیطی و سبز گسیل کرده‌اند. کاخ الیزه در فرانسه از شرکت ایر فرانس خواسته است که در قبال کمک‌هایی که دولت برای بقای این شرکت می‌کند، برای کاهش انتشار کربن توسط هواپیماهای جت خود اقدام کند و اهداف مشخصی را در نظر بگیرد. کانادا تقاضای صنعت نفت و گاز خود را برای اینکه از رعایت استانداردهای محیط‌زیستی کوتاه بیاید نپذیرفته و اصرار داشته است که هر کسب و کار بزرگی که می‌خواهد از کمک‌های دولتی بهره‌مند شود باید گزارش سالانه اقلیمی خود را منتشر کند.

اکنون زمان این است که فرمان کاهش فعالیت‌هایی که باعث تغییر اقلیم می‌شوند صادر شود. این کار اگر درست مدیریت شود راهی هوشمندانه است برای اینکه کسب و کارها وارد شوند روش‌ها و مسیرهای کارآمدتری را برای کاهش انتشار کربن اتخاذ کنند. بیش از هزار شرکت داوطلبانه چارچوب «جابر به افشاری مالی مربوط به اقلیم» را پذیرفته‌اند. این تعهدنامه محیط‌زیستی در محصولات و عملیات شرکت‌ها را ردیابی و خط اقلیمی زنجیره تأمین را ارزیابی می‌کند. البته در این مسیر، دولت‌ها باید مراقب این خطر باشند که مقابله با تغییرات اقلیمی دچار نوعی دگرگونی اساسی نشود؛ بنابراین آنها باید در برابر وسوسه اینکه

چهارمین جشنواره فیلم کوتاه پاسارگاد

حمایت از تولید
ورشده اقتصاد ملی

دولت و بخش حرفه‌ای و غیر حرفه‌ای
جهت ارسال آثار، پایان شهریور ۱۳۹۹
مدت زمان آثار رسالی ۱۵ دقیقه تا ۳۰ دقیقه
جوایز جشنواره: جایزه پاسارگاد، دیپلم افتخار و جوایز نقدی
برای هویت آرندگان با مبلغ ۵۰۰ میلیون ریال
ثبت نام در جشنواره از طریق سایت دولتی
کد رهگیری می‌باشد

بحران محیط‌زیستی همین حالا هم به مرحله ناگوار رسیده است. دولت‌ها همان طور که در مواجهه با کرونا اقدام کردند، باید این فرصت را نیز غنیمت بشمارند و شجاعانه‌تر با تغییرات اقلیمی مقابله کنند.»

یادداشت

حلقه مفقوده برنامه توسعه

<div>خالد تو کلی</div>
<div>جامعه‌شناس توسعه</div>

نگاهی انتقادی به برنامه‌ریزی توسعه در چند دهه گذشته نشان می‌دهد، توسعه تبدیل به امری ناممکن و دست‌نیافتنی در جامعه ایران شده است، بدین معنا که تمامی شاخص‌های توسعه، وضعیت مناسب و خوبی را به نمایش نمی‌گذارد بنابراین این پرسش پیش می‌آید که چرا توسعه ممکن و میسر نمی‌شود؟

یکی از پاسخ‌ها می‌تواند این باشد: از همه امکانات و سرمایه‌های جامعه که در مناطق مختلف وجود دارند، بهره گرفته نمی‌شود. اگر این نکته را بپذیریم آنگاه باید در پی پاسخ به این پرسش باشیم که چرا از ظرفیت‌های مناطق مختلف برای دستیابی به توسعه بهره گرفته نمی‌شود. این نوشتار تلاش می‌کند تا به این پرسش پاسخ داده و موانع توسعه منطقه‌ای را مورد بررسی قرار دهد. توسعه به معنای عام و توسعه منطقه‌ای در معنای خاص آن، ارتباط وسیعی با جهت‌گیری سیاسی دارد. اینکه مبنای توسعه چه باشد، از چه ظرفیت‌هایی استفاده شود، از کجا آغاز شود و به کجا ختم گردد، آرمان‌های سیاسی نقش تعیین‌کننده‌ای خواهند داشت.

گاهی برای یک نظام سیاسی، توسعه در اولویت قرار دارد، در نتیجه تمامی اجزای نظام در جهت رسیدن به توسعه عمل می‌کنند، اما در برخی دیگر از نظام‌های سیاسی، توسعه حداکثر وسیله‌ای است که امکان رسیدن به اهداف دیگر را مهیا می‌سازد. برای نمونه اگر آرمان سیاسی یک حکومت، تقویت ایدئولوژی‌های دینی، سیاسی، هویت ملی و ناسیونالیسم باشد و از توسعه به مثابه ابزاری درجه دوم برای نیل به این اهداف بهره ببرد آنگاه ممکن است فرآیند توسعه با اختلال مواجه شود. این اختلال زمانی دوچندان می‌شود که هویت ملی، ناسیونالیسم یا ایدئولوژی‌های مختلف، تنوع موجود در جامعه را نادیده بگیرند. برجسته‌سازی و بساختن هویت ملی و ناسیونالیسمی که تنوع و تکثرهای اجتماعی را مبنای خود قرار ندهند، از دو جهت می‌تواند برای توسعه مانع ایجاد کند.

نخست اینکه از نتایج ناخوaste ناسیونالیسم تمرکزگرا، ظهور هویت‌های رقیب است، هویت‌هایی که در مقابل هویت مسلط، مقاومت می‌کنند و برنامه‌های تمرکزگرایانه ناسیونالیسم را با ناکامی مواجه می‌سازند. ناسیونالیسم بیش از هر چیز خود را دشمن واگرایی نشان می‌دهد و به شیوه‌های مختلف تلاش می‌کند هویت مطلوب خویش را در میان آحاد جامعه برقرار و مسلط سازد، از این رو اگر با هویتی رقیب و مقاومت آن روبرو شود، به احتمال زیاد از توسعه به عنوان ابزار فشار استفاده می‌کند تا مقاومت هویتی را در هم بشکند. برنامه‌های توسعه در این حالت از مرکز و به وسیله کارشناسانی تدوین می‌شود که نیازهای مرکز را در اولویت قرار می‌دهند، قرائت خاص خود را از توسعه دارند و احتمالاً با نیازها و وضعیت فرهنگی و اقتصادی مردم آشنا نیستند، به همین دلیل در دستیابی به توسعه موفقیت چندانی کسب نمی‌کنند. نکته دوم آنکه هر منطقه فرهنگی و جغرافیایی واجد ظرفیت‌های منحصر به فرد خود است که اگر پرورش یابند و برنامه‌ریزی درستی اعمال شود، می‌توانند راه رسیدن به توسعه را هموار سازند. هراس از واگرایی، دخالت ایدئولوژی و عوامل غیراقتصادی در اقتصاد از یک سو و تمرکزگرایی از سوی دیگر موجب می‌شود بسیاری از پتانسیل‌های موجود در جامعه و مزیت‌های نسبی مناطق مختلف نادیده گرفته شوند و هزینه‌های فراترانی بر اقتصاد و فرآیند تولید وارد شود.

در یک واحد ملی، اگر محدودسازی امر توسعه براساس ایدئولوژی یا هویتی خاص صورت پذیرد و نیازها و استعدادهای مناطق مختلف در نظر گرفته نشود، توسعه محقق نخواهد شد. اصولاً برخلاف توسعه، این توسعه‌نیافتگی است که از منطقاتی به منطقه دیگر سرایت می‌کند و در نهایت مسائل خود را حتی به مناطق توسعه‌یافته نیز منتقل می‌کند. این انتقال به شیوه‌های گوناگون صورت می‌پذیرد: ممکن است با برجسته شدن هویت‌های مقاومت، هویت ملی تضعیف شود و واگرایی رواج یابد، مهاجرت از مناطق توسعه‌نیافته به مناطق برخوردار از توسعه نیز ممکن است جمعیت‌های عظیمی را در حاشیه شهرها ساکن کند و شاخص‌های توسعه را با چالش اساسی مواجه سازند، احتمال دیگر آن است که سرمایه اجتماعی برون‌گروهی فرسوده شود و در مقابل سرمایه اجتماعی درون گروهی تقویت گردد که این امر می‌تواند در اموری چون انتخابات، نتایجی غیردموکراتیک حاصل شود.

در ایران شاید به جرأت بتوان گفت بخش‌هایی از قانون اساسی مشروطه بیشترین نزدیکی را با اصول و ارزش‌های دموکراسی دارد که در سال‌های بعد تحت تأثیر ایدئولوژی‌های دینی و ناسیونالیستی از قانون اساسی حذف یا به فراموشی سپرده شدند. قانون مربوط به انجمن‌های ایالتی و ولایتی یکی از آن بخش‌هاست که تقریباً هر گز جامه عمل نپوشید، در حالی که اجرای آن به معنای به رسمیت شناختن جنبه‌های تنوع و تکثر موجود در جامعه ایران و تمرکززدایی از قدرت است. در واقع، تمرکزگرایی موجب شده تنوع قومی، مذهبی و جنسیتی کشور به جای آنکه به فرصتی برای توسعه و تجربه متفاوت زیستن و درک جهان تلقی شوند به مبنایی برای نابرابری و تبعیض تبدیل گردند که هرگونه برنامه توسعه را با ناکامی مواجه می‌سازد.

برخلاف برخی نظر‌یه‌های توسعه که معتقدند فرهنگ توسعه، قابلیت تراوش و سرایت به جوامع توسعه‌نیافته را دارد، واقعیت این است که نتایج و پیامدهای عینی توسعه‌نیافتگی به سادگی قابلیت انتقال به جوامع توسعه‌یافته را دارند و می‌توانند برای برنامه‌های توسعه چالش جدی ایجاد کنند.

ویروس کرونا که در ماه‌های اخیر تمام جهان را در نوردیده، نمونه خوب و جالبی است که نشان می‌دهد نمی‌توان به تنهایی به توسعه اندیشید و به صورت انحصاری از فولیاد آن بهره‌مند شد. تخریب محیط زیست، بیکاری، خشونت و آسیب‌های اجتماعی نیز مانند کرونا به سادگی هرچه تمام‌تر مرزها را درمی‌نورزند و کشورهای توسعه‌یافته را دچار مشکل می‌کنند.

سیاست‌های تمرکزگرایانه در ایران از آن رو توسعه منطقه‌ای را نادیده گرفته است که مناطق مختلف ایران هر کدام به دلیلی، تهدید تلقی شده است، در نتیجه نگاه امنیتی بر برنامه‌های توسعه سایه افکنده است، بدین گونه که حاشیه‌های ایران از داشتن امکانات و حضور در مدیریت کلان کشور محروم گشته‌اند و آنچه به عنوان هدف توسعه تعریف شده عمدتاً در مرکز کشور به مرحله عمل درآمده‌اند. نتیجه عملی این برنامه‌ها نه‌تنها توسعه در مناطق مرکزی کشور نبوده بلکه انتقال معضلات مناطق توسعه‌نیافته به مرکز را به همراه داشته است. حاشیه‌نشینی در شهرهای بزرگ و مهاجرت از شهرهای محروم به کلانشهرها، نمونه بارزی از انتقال مسائل ناشی از توسعه‌نیافتگی به مناطق برخوردار است.

توسعه منطقه‌ای بدان معناست که واحد ملی و حتی جهانی را به مثابه یک سیستم در نظر گرفت تا هر تغییر و تحولی که در یک جزء صورت می‌پذیرد بر اجزای دیگر مؤثر واقع شود. حال اگر حضور هویت‌های دیگر پذیرفته نشود و در برنامه‌های توسعه لحاظ نگردد، از آنچه تحقق خواهد یافت چیزی جز «توسعه توسعه‌نیافتگی» نصیب جامعه نخواهد شد.

بازخوانی آموزه‌های دولت مصدق در عبور از تحریم نفتی و راهبرد اقتصاد منهای نفت

خواب آشفته اقتصاد نفتی



«فرفین نفت»، عارضه دیگری که در اقتصادهای نفتی مورد توجه قرار گرفته، «بیماری هلندی» است. این پدیده اولین بار در هلند مشاهده شد و در سال ۱۹۷۷ از سوی مجله «کونومیست» در توصیف رکود بخش صنعتی هلند پس از کشف گاز طبیعی به کار رفت. فارغ از قضاوت و ارزش‌گذاری درباره دوگانه موهبت یا نفرین نفت، رخدادهای سیاسی و اقتصادی زیادی از نفت تأثیر گرفته‌اند و در مقابل پسر آن تأثیر گذاشته‌اند. این طرای سنیاه بوده که در طول دهه‌های گذشته بیشترین کشمشک را در سطح جهان پدید آورده و از هیتلر تا صدام، وسوسه جنگ و غارت را در قرن بیستم برانگیخته است. در ایران کتاب چهار جلدی «خواب آشفته نفت» نوشته محمدعلی موحد، ناظر بر همین نقش تحول‌ساز نفت در فرآیند توسعه ایران است و به خوبی نشان می‌دهد که نفت در تاریخ معاصر ایران چه تأثیر زیاد و چه نقش تاریخ‌سازی داشته و این تأثیر و تاریخ‌سازی به چه اندازه آشفته و بزرگ بوده است. جایگاه این کتاب در تاریخ‌نگاری معاصر ایران، ویژه و بی‌بدیل است و کمتر اثری دوره تحریم‌های نفتی در سال‌های اخیر روایت حوادث تاریخ معاصر نشده‌است.

عملکرد دولت‌های نفتی در گذار تاریخ معاصر

از همان بدو اکتشاف نفت، طرای سنیاه جزو جدایی‌نشدنی اقتصاد ایران شده است. از دوره اکتشاف نفت، دوره بهره‌برداری آن توسط انگلستان، دوره ملی شدن صنعت نفت، دوره درآمد سرشار نفتی در ابتدا و به با افزایش قیمت نفت در همواره بخش قابل توجهی از تحولات سیاسی و اقتصادی ایران به واسطه نفت رقم خورده و طرای سنیاه بازیگر اصلی معادلات اقتصاد سیاسی بوده است.

در ایسن گذار یکصد ساله از ظهور طرای سنیاه، گرچه شاید نفت هیچ‌وقت بر سر سفره خانواده‌های ایرانی حاضر نبوده، اما همیشه سایه آن بر میبشت ایرانی سنگین بوده است. گاهی با افزایش قیمت نفت و به دنبال آن، افزایش درآمدهای نفتی، دولت‌ها دست به پول‌پاشی می‌زدند و گاهی با کاهش قیمت نفت و یا اعمال تحریم‌های نفتی، متحمل سیاست‌های انقباضی و ریاضت اقتصادی می‌شدند. حتی «حساب ذخیره ارزی» و نمونه نهادی‌تر آن، «صندوق توسعه ملی» نیز نتوانست عملکردی کاملاً موفق و هدفمند در مدیریت درآمدهای نفتی داشته باشد (انطور که فلسفه وجودی آن بوده است) و به جای صرف پول نفت در هزینه‌های جاری و روزمره دولت، آن را در زیرساخت‌های جامعه سرمایه‌گذاری کند.

با نگاهی به عملکرد دولت‌های گذشته، می‌توان دریافت که برخی دولت‌ها با خوش‌قبالی از امکان فروش راحت و بی‌دغدغه نفت برخوردار بودند و با افزایش قیمت نفت به درآمد سرشار و پیش‌بینی‌نشده‌ای دست یافتند نظیر دولت احمدی‌نژاد و سال‌های پایانی محمدرضا پهلوی. در سوی مقابل برخی از دولت‌ها همچون دولت اول اصلاحات با بدقابلی از درآمد سرشار نفتی بی‌نصیب ماندند و با کاهش قیمت جهانی نفت در تنگنای شدید درآمدی قرار گرفتند. در مرتبه سوم نیز برخی از دولت‌ها با بیشترین بدقابلی ممکن مواجه شده و فقر درآمدی آنها نه به واسطه کاهش قیمت نفت بلکه تحریم نفتی و فقدان امکان فروش و صادرات نفت صورت گرفت.

دولت مصدق و دولت روحانی (پس از خروج آمریکا از برجام)،

شاخص‌ترین این دولت‌ها هستند و جالب اینجاست که هر دو نیز از سرمایه اجتماعی و پشتوانه سیاسی برخوردار بوده‌اند. دولت مصدق به واسطه نهضت ملی شدن صنعت نفت و دولت روحانی به واسطه توافق برجام هر کدام اوجی سیاسی را در دوره خود تجربه کردند، اما چندی نگذشت که دوره عسرت و تنگدستی با اعمال تحریم‌های خارجی فرا رسید. انگلستان با ملی شدن صنعت نفت ایران، تحریم‌های نفتی را علیه دولت مصدق برقرار کرد و آمریکا با خروج یکجانبه از برجام، تحریم‌های همه‌جانبه‌ای را علیه اقتصاد ایران و دولت روحانی تحمیل نمود.

درس‌های دولت مصدق برای اقتصاد امروز ایران

با این چشم‌انداز تاریخی، سوالی که مطرح می‌شود، این است که راهبرد اقتصاد منهای نفت در دوره ۲۷ ماهه دولت محمد مصدق چگونه می‌تواند به کار اقتصاد امروز ایران بیاید؟ مصدق به عنوان نخست‌وزیر ایران پس از خلع ید انگلستان از نفت ایران و با اعمال تحریم‌ها و عدم امکان فروش نفت، رو به سوی منابع داخلی آورد، واردات را مدیریت کرد و معامله پایاپای را گسترش داد، کشاورزی را احیا کرد و ایران برای اولین بار صادرکننده گندم شد، از هزینه‌های بی‌شمار دولت کاست، مخارج سلطنت را کم کرد و اوراق قرضه ملی منتشر کرد. این اوراق قرضه قرار بود در چهار مرحله منتشر شود، اما تنها در یک مرحله انجام شد. با اینکه طبقه مرفه و طرفدار سلطنت چندان تمایلی به یاری دولت نداشتند و نرخ بهره اوراق نیز بسیار کمتر از نرخ بهره رسمی و غیررسمی بازار بود، اما عمده بازاریان و همینطور طبقه متوسط جامعه این اوراق را خریداری کردند، چنانکه می‌توان این دوره را جزو معدود برهه‌هایی در تاریخ معاصر قلمداد کرد که مردم ایران واقعا در اقتصاد مشارکت داشته‌اند.

البته رجوع مصدق به اقتصاد داخلی در شرایطی بود که او نمی‌توانست از کشورهای خارجی وام بگیرد. در واقع، اقتصاد منهای نفت برای وی انتخاب نبود، بلکه تقدیر بود. از یکسو آمریکا حاضر نبود بدون حل مناقشه نفتی ایران و انگلستان هیچ وامی به مصدق دهد و از سوی دیگر شوروی نیز زیر بار پرداخت بدهی جنگ جهانی دوم به ایران نمی‌رفت. در هر حال، نتیجه راهبرد اقتصاد منهای نفت مصدق آن بود که به تعبیر خود او، «روزی هم که دولتش سقوط کرد، وجهی معادل ۸۰۰ میلیون ریال نقد و حدود ۱۲۰۰ میلیون ریال مطالبات و جنسی وجود داشت که دولت بعد از آن استفاده نمود.»

با وجود همه دشواری‌ها اما مهمترین عاملی که باعث موفقیت نسبی مصدق در بزنگاه تاریخ شد، سرمایه اجتماعی او بود که بر پایه اعتماد بین دولت و ملت در جریان ملی شدن صنعت نفت شکل گرفته بود، چنانکه برخی از مورخان و تاریخ‌نگاران به این رخداد نام «مشروطه دوم» داده‌اند و آن را دومین دستاورد مدنی جامعه ایران پس از انقلاب مشروطه به شمار می‌آورند. به نظر می‌رسد تجربه موفق دولت مصدق در اداره ۲۷ ماهه کشور می‌تواند منادی دولت حاضر در ادامه راهبرد اقتصاد منهای نفت باشد. از آنجا که مصدق محبوبیتی زیادی به واسطه ملی شدن صنعت نفت در بین مردم داشت، با فروش اوراق قرضه ملی کوشید دخل و خرج مملکت را مدیریت کند؛ راهبردی که به تازگی از سوی دولت دوازدهم نیز در پیش گرفته شده و اما و اگرهای فروش اوراق مشارکت نفتی به بحث روز جامعه تبدیل شده است.

رسانه‌های غربی مصدق را چگونه نشان می‌دادند؟

از آزادیخواه تا متعصب پیر

بررسی صدها شماره از روزنامه‌های آمریکا نشان می‌دهد در ابتدا با دید مثبتی به رخدادهای ایران نگاه می‌کردند. هنگامی که مصدق به نخست‌وزیری رسید، «نیویورک تایمز» او را دشمن بیگانگان نامید و وی را با آزادیخواهانی چون توماس جفرسون از بنیانگذاران آمریکا مقایسه کرد. به گفته کینزر، «تصویر دوستانه‌ای از مصدق ارائه می‌شد، مانند یک عموی پیری که ممکن است گاهی در باغ نباشد ولی در کل آدمی دوست‌داشتنی است.»

پس از وقایع ۳۰ تیر ۱۳۳۱، نگاه مطبوعات آمریکا به ایران بیشتر تحت تأثیر تحولات جنگ سرد قرار گرفت. طولی نکشید که با پیروزی دوایت آیزنهاور، نامزد جمهوریخواه، آمریکا و بریتانیا عملیات محرمانه خود را برای سرنگونی مصدق شروع کردند. روزنامه‌نگاران آمریکایی هم در گزارش‌های خود رد پای حزب توده را در همه رخدادها می‌دیدند و می‌گفتند «کمونیست‌ها در پی به دست گرفتن ایران و نفت آن هستند.»

ملکم برن، از نویسندگان کتاب «محمد مصدق و کودتای ۱۹۵۳ در ایران» این دوران را دوره خوبی برای مطبوعات آمریکا نمی‌داند و می‌گوید: «دوره تیره‌ای برای رسانه‌های غربی بود چراکه پوشش خبری

ارتباطات



با جابه‌جایی تولید تلفن همراه

باخت چین به برد هند تبدیل می‌شود

جدیدترین مشوق‌های هند برای جذب شرکت‌هایی که در حال خروج از چین هستند به نظر موثر واقع شده است و شرکت‌هایی شامل شرکای مونتاژ سامسونگ الکترونیکس و اپسل برای سرمایه‌گذاری در این کشور آسیای جنوبی ابراز علاقه‌مندی کرده‌اند. دولت نراندرا مودی، نخست‌وزیر هند در مارس مشوق‌هایی را اعلام کرد که شرکت‌هایی شامل شرکت‌های تولیدکننده محصولات الکترونیکی را واجد پرداخت چهار تا شش درصد از فروش تصاعدی آنها در پنج سال آینده می‌سازد. نتیجه این مشوق وعده ده‌ها شرکت برای ۱.۵ میلیارد دلار سرمایه‌گذاری به منظور ساخت کارخانه‌های تولید گوشی در این کشور بوده است. علاوه برسامسونگ،شرکت‌های فاکسکان،ویسترون کورپ‌وپگاترون کورپ ابراز علاقه کرده‌اند. هند مشوق‌های مشابهی را برای شرکت‌های داروسازی اعلام کرده و قصد دارد بخش‌های بیشتری را تحت پوشش قرار دهد که شامل خودروسازی، منسوجات و تولید مواد غذایی است. طبق بررسی اخیر بانک استاندارد چارترد،اگرچه شرکت‌ها در بحبوحه تنش‌های امریکا وچین وشیوع وپروس کرونا به دنبال متنوع کردن زنجیره تامین خود بوده‌اند، این موضوع به منزله سود بزرگی برای هند با وجود ارزان‌تر کردن فعالیت شرکت‌ها در این کشور نبوده‌است. ویتنام همچنان محبوب‌ترین کشور برای زنجیره تامین شرکت‌هاست و پس از آن کامبوج، میانمار، بنگلادش و تایلند قرار می‌گیرند. با این حال کاشیک داس، اقتصاددان هند دویچه بانک در این باره اظهار کرد: شانس معقولی وجود دارد که هند در میان‌مدت بتواند سرمایه‌گذاری تصاعدی زنجیره تامین را جذب کند. هدف از این برنامه افزایش سهم بخش تولید هند در تولید ناخالص داخلی است. دولت هند انتظار دارد مشوق‌هایی که برای بخش الکترونیک در نظر گرفته است به تولید محصولاتی به ارزش ۱۵۳ میلیارد دلار در پنج سال آینده و ایجاد حدود یک میلیون شغل مستقیم غیرمستقیم منتهی شود. به‌گفته‌نیلکانت میشراز گروه کپیتال سوییس، این امر ۵۵ میلیارد دلار سرمایه‌گذاری بیشتر در پنج سال آینده به‌ارمان می‌آورد و ۰.۵ درصد به تولید اقتصادی هند اضافه می‌کند و می‌تواند باعث جابه‌جایی ۱۰ درصد از تولید جهانی تلفن هوشمند از چین به هند در پنج سال آینده شود چنین اتفاقی دولت هند را به هدفش برای افزایش سهم بخش تولید در اقتصاد از ۱۵درصد فعلی به ۲۵درصد نزدیک می‌کند. دولت مودی مالیات شرکت‌ها را به پایین‌ترین نرخ در آسیا رسانده و به دنبال جذب سرمایه‌گذاری‌های بیشتر در اقتصادی است که امسال به سوی نخستین رشد منفی خود در بیش از چهار دهه گذشته پیش می‌رود.

از التهاب بازار موبایل کاسته می‌شود

بازگشت آرامش به بازار تلفن همراه

بازار تلفن همراه بعد از چند ماه التهاب که عواملی همچون شیوع کرونا، تخصیص نیافتن ارز، دیو شدن تلفن همراه در گمرک، منتشر شدن خبر ممنوعیت واردات تلفن همراه بالای ۳۰۰ یورو بر آن تأثیر گذاشته بود، این روزها آرام آرام به سمت آرامش نسبی می‌رود. به گزارش ایسنا، در ماه‌های گذشته به دلیل مشکلات مربوط به کرونا و مشکلات تولید و از سوی دیگر، مشکلات واردات، قیمت گوشی با افزایش چند برابری مواجه بود، پس از آن نیز خبر محدودیت واردات موبایل با ارزش بالای ۳۰۰ یورو مطرح شد که با

گران شدن گوشی‌های پرچمدار گره خورد.

در این راستا و به نقل از انجمن واردکنندگان موبایل، تبلت و لوازم جانبی ایران، رضا قربانی رئیس کمیسیون ساماندهی و تنظیم بازار انجمن واردکنندگان موبایل گفت: بازگشت آرامش نسبی به بازار تلفن همراه تابع دو چیز یعنی قیمت ارز و واردات روان (تخصیص ارز و ثبت سفارش) آن است و هم‌اکنون با همکاری وزارت صمت، بانک مرکزی، وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات و فعالان بازار تلفن همراه مشکلات تخصیص ارز و ثبت سفارش‌ها رفع شده و به نوعی بازار به آرامش نسبی خود بازگشته است.

رئیس کمیسیون ساماندهی و تنظیم بازار انجمن واردکنندگان موبایل گفت: با تعامل و همکاری بین فعالان و مسئولان مربوطه، تصمیمات درستی گرفته و موجب شد تا کالا در بازار افزایش یابد و قیمت واقعی شود به طوری که هم‌اکنون قیمت تلفن همراه بالای ۳۰۰ یورو و زیر ۳۰۰ یورو با نرخ فعلی ارز در تناسب است و جیبی وجود ندارد. این فعال بازار تلفن همراه با بیان اینکه قیمت تلفن همراه منطقی است، افزود: به جرأت می‌توانم بگویم که قیمت تلفن همراه نسبت به سایر کالاها مانند لوازم خانگی، صوت و تصویر مناسب‌تر و منطقی‌تر است بنابراین اگر کسی به‌دنبال خرید تلفن همراه است می‌تواند با خیال راحت بدون اینکه نگران افزایش قیمت باشد، خرید خود را انجام دهد. قربانی با بیان اینکه اگر اتفاق خاصی برای ارز نیفتد، این روند ادامه‌دار خواهد بود، گفت: افزایش قیمت به دلیل کمبود کالا و نوسان ارز و تخصیص نیافتن آن بود ولی با رفع این موانع بازار به حالت عادی خود بازگشته است و شاهد کاهش ۱۵درصدی قیمت در بیشتر مدل‌های تلفن همراه و کاهش ۳۰ درصدی در برخی از مدل‌ها (که به‌دلیل دلالت بازی و کمبات بودن افزایش یافته بود) هستیم. وی از تخصیص ارز حاصل از صادرات به تلفن همراه بالای ۳۰۰ یورو نیز خبر داد و گفت: هم‌اکنون بحث واردات تلفن همراه بالای ۳۰۰ یورو به روال مسافری واقعی در حال انجام است و ارز تخصیص می‌یابد و منعی برای رجیستر کردن وجود ندارد. حتی برای بخش واردات تجاری نیز ارز تخصیص داده شده است.

رئیس کمیسیون ساماندهی و تنظیم بازار انجمن واردکنندگان موبایل در ادامه گفت: البته میزان تقاضا برای تلفن همراه بالای ۳۰۰ یورو در کشور کاهش یافته به‌طوری که میزان تقاضا در سال ۹۸، هشت و نیم درصد بود و امسال به ۵درصد رسیده است بنابراین ۹۵درصد واردات به تلفن همراه زیر ۳۰۰ یورو اختصاص دارد. این فعال بازار درباره میزان آمار واردات در سال جاری تاکنون نیز گفت: هنوز آمار سامانه همتا در مردادماه اعلام نشده ولی تا ۱۵ تیرماه امسال تقریباً جمع تعداد دستگاه‌های تلفن همراه وارداتی مسافری و تجاری ۳ میلیون دستگاه بوده که نسبت به مدت مشابه سال قبل حدود ۸۰۰ هزار دستگاه کمتر است ولی با ترخیص تدریجی ۵۰۰ هزار دستگاه تلفن همراه موجود در گمرک و واردات جدید، پیش‌بینی می‌شود تا آخر مردادماه یک و نیم میلیون دستگاه دیگر وارد بازار تلفن همراه شود و کسری ۸۰۰ هزار دستگاهی که در بازار تلفن همراه پیش‌بینی می‌شود نیز رفع شده و ذخیره خوبی برای ماه‌های آینده حداقل تا مهرماه باشد.

به موازات روند کاهشی شاخص بورس، تقاضای خانه در پایتخت افزایش یافته است

الاکلنگ بورس و مسکن



که به استناد سامانه ملی املاک و اسکان کشور موضوع تبصره (۷)

ماده (۱۶۹) مکرر این قانون، در هر سال مالیاتی درمجموع بیش از چهار ماه به‌عنوان خانه خالی شناسایی شوند، به ازای هر ماه بیش از زمان مذکور، بدون لحاظ معافیت‌های تبصره (۱۱) ماده (۵۳) این قانون، به‌صورت ماهانه مشمول مالیاتی برمبنای مالیات بر درآمد اجاره می‌شود به‌این‌ترتیب که باید در سال اول- معادل شش برابر مالیات متعلقه؛ سال دوم- معادل ۱۲ برابر مالیات متعلقه و در سال سوم به بعد- معادل ۱۸ برابر مالیات متعلقه مالیات بپردازند.» بنابر این مصوبه: «واحدهای نوساز پس از ۱۲ ماه و در پروژه‌های انبوه‌سازی پس از ۱۸ ماه از پایان مهلت اتمام عملیات ساختمانی مندرج در پروانه ساخت موضوع ماده (۱۰۰) قانون شهرداری مصوب ۱۱ تیر ۱۳۴۴ مشمول مالیات موضوع این ماده می‌شوند.»

بعد از این مصوبه وزیر راه و شهرسازی خبر از راه‌اندازی سامانه ملی املاک داد و اعلام کرد پیش از اتمام فصل جابه‌جایی مسکن در این استان ۹۹، شناسایی خانه‌های خالی به اتمام برسد و قبوض مالیاتی این خانه‌ها نیز صادر شود. حالا بعد از گذشت چند ماه وزیر راه از پایان مأموریت شناسایی خانه‌های خالی و دسترسی سازمان امور مالیاتی به اطلاعات این سامانه داده است تا قبض‌های مالیاتی برای این خانه‌ها صادر شود. درواقع وزارت راه توپ گرفتن مالیات از خانه‌های خالی را از این به بعد در زمین سازمان امور مالیاتی انداخته و باید دید آنها از چه زمانی قانون را اجرا، قبض‌ها را صادر و برای مالکان خانه‌های خالی ارسال می‌کنند. البته وزارت راه و شهرسازی در شرایطی اعلام کرده است که خانه‌های خالی شناسایی شده‌اند که آمار جدیدی از تعداد آنها اعلام نشده است.

افزایش انتقاده‌ا از سایت‌های خرید و فروش مسکن

از سوی دیگر در چند روز گذشته انتقاده‌ا از سایت‌های خرید و فروش مسکن افزایش یافته است و نقش مخرب و منفی این سایت‌ها موجب اعتراض فعالان بازار مسکن شده است. در این زمینه، مصطفی قلی خسروی رئیس اتحادیه مشاوران املاک گفت: اگر سایت‌ها و اپلیکیشن‌ها اجازه دهند هر کس هر قیمتی دلش می‌خواهد برای مسکن یا خودروی خود تعیین کند در واقع آب به آسیاب نوسان‌گیران می‌ریزند.

قلی خسروی در گفت و گو با مهر ادامه داد: یکی از دلایل اصلی تورم بازارهای ارز، طلا، خودرو و مسکن به اعلام مداوم قیمت‌ها برمی‌گردد. به خصوص که در این چهار حوزه، خرید و فروش‌های سرمایه‌گذارانه

فرصت امروز: چند روزی است که شاخص کل بورس روند کاهشی به خود گرفته است و همزمان با افت شاخص بورس تهران، تقاضا برای خرید مسکن در پایتخت افزایش یافته است، آنچه که می‌توان از آن با عنوان «الاکلنگ بورس و مسکن» نام برد. آخرین خبرها از مشاوران املاک نشان می‌دهد که تقاضا برای خرید خانه افزایش یافته است، چنانچه محمد مافی، عضو هیأت مدیره انجمن انبوه‌سازان مسکن تهران افزایش تقاضا برای خرید مسکن در پایتخت را تأیید کرد و گفت: «سرمایه‌گذارانی که در بورس سود بالایی کسب کرده‌اند، برای حفظ ارزش دارایی‌های خود به بازار مسکن روی آورده‌اند.» مشاوران املاک در تهران نیز گفته‌اند که تقاضا برای خرید ملک در روزهای گذشته افزایش یافته و «حجم معاملات به ویژه در مناطق شرق و غرب پایتخت بیشتر شده است.» همزمانی افزایش معاملات مسکن در تهران و تشکیل صف فروش در تالار سرمایه می‌تواند ارتباط میان افت شاخص و خروج بخشی از سوداگران از بازار سرمایه و کوچ آن به بازار مسکن را تأیید کند. این در حالی است که قیمت مسکن در ماه‌های گذشته همچنان روند افزایشی داشته اما شیب آن کاهش یافته است.

قبض مالیات خانه‌های خالی کی صادر می‌شود؟

آخرین خبرها همچنین نشان می‌دهد که صاحبان خانه‌های خالی باید منتظر صورت‌حساب‌های مالیاتی خانه‌های‌شان باشند. وزیر راه و شهرسازی چندی قبل اعلام کرد که قبوض مالیاتی این خانه‌ها در تابستان صادر خواهد شد و سازمان امور مالیاتی در مورد آنها تصمیم‌گیری خواهد کرد. محمد اسلامی البته موضوع مهمی را هم بیان کرده است: «بخشی از مالکیت خانه‌های خالی متعلق به مؤسسات و صندوق‌های سرمایه‌گذاری است که آنها نیز باید به سازمان مورد مالیاتی پاسخگو باشند.»

طبق آخرین سرشماری عمومی نفوس و مسکن کشور (در سال ۹۵) ۵.۲میلیون واحد مسکونی خالی (بیش از ۵۰۰ هزار در تهران) در کشور وجود دارد که کارشناسان معتقدند در چهار سال گذشته با توجه به تحولات اقتصادی و رشد قیمت مسکن تعداد آنها افزایش یافته است.

از سال گذشته موضوع مالیات خانه‌های خالی مطرح شد و درنهایت در ماه‌های ابتدایی امسال با افزایش عجیب اجاره‌بها از سوی دولت و گروهی از نمایندگان مجلس پیگیری و به‌عنوان طرح دوفوریتی به مجلس ارائه و تصویب شد. بنا بر ماده واحده این طرح، ماده ۵۴ مکرر قانون مالیات‌های مستقیم به‌این‌ترتیب اصلاح شد: «مالکان هر واحد مسکونی واقع در کلیه شهرهای بالای یک‌صد هزار نفر جمعیت رسیده و نمی‌توان روی فرضیات نظری داد. به گزارش ایسنا، زنگنه درباره اینکه آیا گشایش اقتصادی، طرح وزارت نفت بوده، ادامه داد: ایده را وزارت نفت ن داده است. چارچوبی را ارائه دادند تا وزارت نفت اعلام کند که آیا از نظر تکنیکال قابلیت اجرا دارد.

وزیر نفت با بیان اینکه در شرایط فعلی طرح گشایش اقتصادی که مربوط به فروش قطعی نفت است با فروش اوراق اسلامی اشتباه گرفته می‌شود، ادامه داد: پیش از این نیز اوراق اسلامی برای تأمین مالی طرح‌ها به فروش می‌رسید اما طرح عرضه نفت پیش‌فروش قطعی موضوعی است که در جلسه سران قوا مطرح شده و هنوز نهایی نشده است. در این زمینه پیشنهادی دادیم که به مراحل بعدی رفته است. در هر حال هرچه که به وزارت نفت ابلاغ شود، اجرا خواهیم کرد.

به گفته وی امروز برای صنعت نفت ایران روز مهمی است، زیرا در سخت‌ترین تحریم‌ها امروز قراردادهایی به ارزش ۱.۵ میلیارد یورو با شرکت‌های ایرانی به امضا رسید که در استان‌های خوزستان، کهگیلویه و بویراحمد، فارس، بوشهر و هرمزگان اجرا می‌شود.

با حضور نمایندگان بانک مرکزی و وزارت راه بررسی شد

چالش‌های وام ودیعه مسکن

قائم‌مقام بانک مرکزی خواستار تسریع در روند رسیدگی و پرداخت تسهیلات مرایحه خرید کالا و خدمات شد.

به گزارش روابط عمومی بانک مرکزی، مشکلات اجرایی طرح اعطای تسهیلات مرایحه خرید کالا و خدمات (کمک ودیعه مسکن) در نشستِ در تاریخ ۲۶ مردادماه ۱۳۹۹ با حضور دکتر اکبر کمیجانی قائم مقام رئیس کل بانک مرکزی، محمود محمودزاده معاون مسکن و ساختمان وزارت راه و شهرسازی و نمایندگان بخش اعتباری بانک‌ها و موسسات اعتباری مورد بحث و بررسی قرار گرفت.

دکتر کمیجانی در این نشست با اشاره به گرانی قیمت و اجاره مسکن و حمایت از مستأجران کم‌درآمد در شرایط دشوار اقتصادی تحمیل شده بر کشور گفت: با تصویب ستاد ملی مقابله با کرونا مقرر شد به گروه‌های هدف و خانوارها در زمینه ودیعه مسکن مساعدت‌هایی انجام گیرد بنابراین موضوع اعطای «تسهیلات مرایحه خرید کالا و خدمات» از محل بخشی از منابع مالی اختصاص یافته از محل تلفیق منابع آزادشده ناشی از کاهش نرخ ذخیره قانونی و منابع شبکه بانکی در جلسه مورخ ۱۱ مردادماه ۱۳۹۹ ستاد ملی مقابله با کرونا مطرح و تصویب شد. برای تهیه چارچوب اجرایی کار نیز تاکنون جلسات کارشناسی متعددی در این زمینه برگزار کرده‌ایم.

وی ادامه داد: روز ۱۹ مردادماه توزیع بانکی در ۱۵ بانک کشور انجام و سهمیه استانی بانک‌ها در این زمینه تعیین و پس از هماهنگی با وزارت راه و شهرسازی، به همراه دستورالعمل طرح در روز ۲۱ مردادماه به شبکه بانکی کشور ابلاغ شد.

کمیجانی درخصوص وثائقی که در این طرح از متقاضیان اخذ خواهد شد، گفت: برای تسریع در اعطای تسهیلات، از متقاضیان وثائقی نظیر گواهی کسر از حقوق، گواهی کسر از مستمری خانوارهای تحت پوشش کمیته امداد امام خمینی(ره) و سازمان بهزیستی یا سهام عدالت اخذ می‌شود و همچنین برای سقف تسهیلات بانکی موردنظر، اخذ سفته یا چک فرد متقاضی یا ضامن برای پرداخت تسهیلات توسط بانک‌ها در نظر گرفته شده است. قائم‌مقام بانک مرکزی تأکید کرد: با توجه به شرایط کنونی و مشکلات اقتصادی که مردم عزیز را گرفتار کرده است، از بانک‌ها و موسسات اعتباری خواستار این هستیم که با درک شرایط دشوار مردم، در اعطای این تسهیلات مساعدت جدی به عمل آورند و اصل را بر سهولت انجام کار بگذارند.

مقام مسئول بانک مرکزی در پایان یادآور شد که در مرحله فعلی مهلت زمانی برای پایان این طرح، انتهای شهریورماه در نظر گرفته شده است و چنانچه ضرورت داشته باشد، قابلیت تمدید یک ماهه فراهم می‌شود.

با عنایت به نکات و پیشنهادهای مطرح شده در جلسه، توافق شد کارگروهی موارد پیشنهادی و اصلاحی را سریعاً بررسی کرده و اصلاحات لازم را در دستورالعمل اجرایی طرح، اعمال و به بانک‌ها ابلاغ کند.

همچنین در این نشست، محمود محمودزاده، معاون مسکن و ساختمان وزارت راه و شهرسازی، ضمن قدردانی از همکاری بانک مرکزی و شبکه بانکی در طرح تسهیلات مرایحه خرید کالا و خدمات، گفت: از آنجا که زمان‌بندی در اجاره مسکن بسیار مهم است و سررسید بیشتر اجاره‌نامه‌ها در فصل تابستان است، اعطای این تسهیلات نیز باید در فصل تابستان انجام گیرد.

وی افزود: در طرح اشاره شده بیش از ۲ میلیون و ۲۰۰ هزار نفر از طریق پیامک ثبت‌نام کرده‌اند و ظرف کمتر از یک هفته پایش و کنترل اطلاعات انجام گرفته است. تاکنون ۲۶ هزار نفر به شبکه بانکی برای بهره‌مندی از این تسهیلات معرفی شده‌اند.

سکه در آستانه کانال ۱۱میلیون تومانی ایستاد

افزایش قیمت دلار و یورو در صرافی‌ها

بهای طلا و سکه روز دوشنبه تحت تاثیر افزایش قیمت ارز، باز هم شاهد افزایش پرشتاب قیمت بود و سکه تمام بهار آزادی با افزایش قیمت ۴۳۰ هزار تومانی به بهای ۱۰ میلیون و ۹۳۰ هزار تومان معامله شد. سکه تمام بهار آزادی طرح قدیم نیز با افزایش ۴۵۰ هزار تومانی به ارزش ۱۰ میلیون و ۵۵۰ هزار تومان معامله شد. همچنین نیم سکه به بهای ۵ میلیون و ۳۵۰ هزار تومان، ربع سکه به قیمت ۳ میلیون و ۵۰۰ هزار تومان و هر قطعه سکه یک گرمی نیز با ارزش یک میلیون و ۷۰۰ هزار تومان معامله شدند. بازار طلا هم با افزایش قیمت روبه‌رو بود و یک گرم طلای خام ۱۸عیار به ارزش یک میلیون و ۶۹ هزار تومان فروخته شد و هر مثقال طلا نیز با قیمت ۴میلیون و ۶۳۵ هزار تومان معامله شد. همچنین در بازار جهانی نیز انس شاهد افزایش قیمت پنج دلاری بود و با قیمت یک هزار و ۹۵۰ دلار مبادله شد. بازار ارز نیز شاهد افزایش قیمت قابل توجه ارزهای عمده بود. بر این اساس فروش هر دلار در صرافی‌های بانکی با قیمت ۲۲ هزار و ۴۵۰ تومان و فروش هر یورو نیز با بهای ۲۶ هزار و ۶۰۰ تومان انجام شد.

بهای خرید و فروش هر دلار آمریکا در صرافی‌های بانکی افزایش ۵۵۰ تومانی را تجربه کرد. بر این اساس دلار در این صرافی‌ها به بهای ۲۲ هزار و ۳۵۰ تومان خریداری و بهای ۲۲ هزار و ۴۵۰ تومان فروخته شد. این در حالی است که در ابتدای روز، این صرافی‌ها قیمت خرید و فروش دلار را ۲۰۰ تومان پایین‌تر تعیین کرده بودند.

تابلیوی صرافی‌های بانکی برای خرید و فروش یورو نیز کنشسی مانند قیمت دلار را داشت. به این ترتیب خرید یورو در این صرافی‌ها با قیمت ۲۶ هزار و ۵۰۰ تومان انجام شد و عدد ۲۶ هزار و ۶۰۰ تومان نیز برای فروش هر یورو در این صرافی‌ها ثبت شد. به این ترتیب بهای خرید و فروش یورو در صرافی‌های بانکی افزایشی ۷۰۰ تومانی نسبت به روز یکشنبه داشت.

ریزش شاخص بورس تهران تا کجا ادامه دارد؟

هیجان متهم ردیف اول بازار سرمایه



«دارا دوم»، عرضه آبشاری سهام عدالت توسط کارگزاری‌ها، اختلال در هسته معاملاتی بورس و سامانه آنلاین کارگزاری‌ها، طرح فروش اوراق سلف نفتی در بازار سرمایه و… باعث سلب آرامش بورس شده و رفتار هیجانی سهامداران حقیقی و به خصوص تازه‌واردان بورسی موجب سنگین تر شدن صف فروش و ریزش بازار سرمایه در چند روز اخیر شده است. همچنین همزمانی این اتفاق با وعده «گشایش اقتصادی» رئیس‌جمهور و موج گمانه‌زنی‌های مختلفی که در سطح جامعه به راه افتاد و اختلاف نظر روسای سه قوه درباره طرح پیش‌فروش دست به دست هم داد تا جو بی‌اعتمادی در بازار سرمایه تشدید شود. این در حالی است که موفقیت بورس بیش از هر چیز مبتنی بر اعتماد عمومی است و به نظر می‌رسد فضای مغشوش و آشفته‌ای که در یکی دو هفته اخیر در فضای عمومی جامعه و فضای اقتصاد کلان مطرح بوده، اثر منفی خود را بر بازار سهام گذاشته است.

از عوامل دیگر ریزش اخیر بورس به گفته کارشناسان، این است که معمولاً از لحاظ روانی در انتهای عمر همه دولت‌ها (بین هفت تا هشت ماه قبل از تغییر دولت) ریزش در بورس اتفاق می‌افتد. بر همین منوال، این بار هم به مانند قبل، پول‌های درشت و هوشمند از بازار در حال خروج هستند و این موضوع در سهام‌های پالایشی، فلزاتی و… مشاهده می‌شود.

براساس این گزارش، یکی از اقداماتی که دولت از ابتدای سال ۹۹ انجام داد، عرضه صندوق سرمایه‌گذاری قابل معامله در بازار سرمایه بوده است. عرضه‌های موفق «شتتا» و صندوق «دارا یکم» نگاه مثبتی را در فعالان بازار سرمایه ایجاد کرد. از زمان اولین واگذاری همچنین قرار بود گروه‌های پالایش، فلزات و خودرو در قالب صندوق‌های «دارا دوم» و «دارا سوم» عرضه شوند که چندین بار به دلیل انتشار خبرهای ضدونقیض درخصوص عرضه این صندوق‌ها، بازار سرمایه و قیمت سهام این شرکت‌ها دچار نوسان شدند. سرانجام روز دوشنبه ۲۰ مردادماه سازمان خصوصی‌سازی اعلام کرد که صندوق «دارا دوم» عرضه نخواهد شد و دولت باقیمانده سهام پالایشی خود را به صورت بلوکی عرضه می‌کند. انتشار این خبر شوک منفی شدیدی به بورس تهران وارد کرد و همانا باعث شد قیمت ۸۳ درصد سهام فعال در این روز در محدوده منفی نوسان داشته باشد. متأسفانه ناهماهنگی‌ها بین دو وزارتخانه اقتصاد و نفت باعث شده سرمایه‌دارانی که دارایی‌های خرد خود را جهت حفظ ارزش پول روان بورس کرده‌اند متضرر شوند.

از سوی دیگر، رئیس‌جمهور حدود دو هفته قبل وعده «گشایش اقتصادی» داد و همین گفته او بازار گمانه‌زنی را به انداخت، چنانکه برخی این «گشایش اقتصادی» را تصویب لایحه FATF و عده‌ای

بورس از این پس واقع‌گرایانه به رشد خود ادامه خواهد داد

نقش دولت در ریزش بورس

این موضوع برای کسانی که به تاژگی وارد بازار شده‌اند، ایجاد نگرانی کرده است. به گفته میرمعینی، البته این روند از مدت‌ها قابل پیش‌بینی بود، اما در این بین اتفاقاتی افتاد که روند اصلاحی را با شدت بیشتری مواجه کرد. آزادسازی ۳۰درصد دوم سهام عدالت که باعث افزایش فشار فروش شد و همچنین حواشی و عملکرد ضعیفی که بر سر عرضه صندوق ETF پالایشی یا همان دارا دوم رخ داد، باعث شد که سهامداران دچار این حس شوند که دیگر دولت نمی‌خواهد به مانند گذشته از بازار حمایت کند، در این رابطه افزایش نرخ سلف بانکی به صورت خزنده طی چند وقت اخیر و همچنین عرضه اوراق سلف نفتی هرچند که لغو شد، موجبات آن را فراهم آورد که بازار سهام یک اصلاح شدیدی را تجربه کند. این کارشناس بورس با اشاره به اینکه شاید ماه عمل این بازار به اتمام رسیده است، افزود: در کنار مسائلی که ذکر شد، تثبیت نسبی نرخ دلار در محدوده‌های فعلی باعث شد که اثر افزایش نرخ ارز بر روی رشد بازار سهام کنار گذاشته شود، در کنار این موضوع اخباری مانند انعقاد قرارداد بلندمدت با چین باعث شد که تمامی بازارهایی که براساس نرخ دلار در حال رشد بودند، این روند آنها متوقف شود، بورس نیز از این قاعده مستثنی نبود، هرچند این خبر می‌تواند در کوتاه‌مدت رشد را از بورس بگیرد، اما در بلندمدت نوبدبخش این است که وضعیت کلی اقتصاد کشور با بهبود روبه‌رو شده و درآمدهای ارزی از طریق صادرات با افزایش روبه‌رو خواهد شد، طبیعتاً در چنین شرایطی بورس دیگر به مانند چهار ماه اول سال جاری با رشد دیوانه‌وار همراه نمی‌شود.

وی با اشاره به اینکه طی این مدت، شرکت‌های دارایی محور در فرصت امروز: بازار به این نشسته است، آزادسازی سهام عدالت که به دنبال آن افراد زیادی پای‌شان به بورس باز شد و عرضه سهام شرکت‌های بزرگ دولتی در قالب صندوق‌های ETF چهار دلیل عمده‌ای بودند که رونق بورس را از ابتدای سال تا تیرماه رقم زدند، اما خوب به تبع هر فرازی یک فرودی نیز خواهد بود، بر همین اساس، طی روزهای اخیر بورس در یک روند اصلاحی شدید قرار گرفته که

آزاد شدن منابع ارزی مسدودشده ایران در کره جنوبی دانستند، اما درنهایت مشخص شد که «گشایش اقتصادی» فروش اوراق سلف نفتی به مردم با سررسید دوساله است؛ طرحی که شاید موقتا کسری بودجه دولت را پوشش دهد اما تبعات دیگری هم خواهد داشت. اولین بحث این است که با توجه به فضای نااطمینانی به آینده آیا انتشار اوراق سلف نفتی با استقبال مردم مواجه می‌شود یا نه. نکته دیگر اینکه انتشار این اوراق برای دولت‌های آینده بدهی ایجاد خواهد کرد و مشخص نیست که وضعیت بازار نفت و شرایط سیاسی و اقتصادی کشور در دو سال آینده چگونه خواهد بود.

همچنین این اوراق بر پایه ارز منتشر خواهد شد و مشخص نیست که نرخ ارز در دو سال آتی دستخوش چه تغییراتی خواهد شد. افزون بر آنکه در حال حاضر نیز چند نرخ‌ی بودن قیمت دلار اثرات منفی بر اقتصاد گذاشته و مشخص نیست دولت با چه نرخ‌ی می‌خواهد این اوراق را در سررسید خریداری کند. همچنین قیمت جهانی نفت علاوه بر بحث تحریم‌ها، یک عامل برون‌زااست و چشم‌انداز قیمت جهانی نفت در سایه شیوع کرونا در دو سال آینده مبهم و نامشخص است.

بورس تهران در یکی دو هفته گذشته روند اصلاحی را در پیش گرفته و چندین بار از کانال ۲ میلیون واحد عقب‌نشینی کرده است. اگرچه اصلاح به نفع بازار سرمایه است اما این اصلاح نگرانی سهامداران و مخصوصاً تازه‌واردان را به دنبال داشته و باعث عرضه و نقد کردن سهام شده است. همانطور که اشاره شد، اعلام خبر «گشایش اقتصادی» یا همان انتشار اوراق سلف نفتی و آزادسازی ۰۰درصد از سهام عدالت از عوامل موثر این اصلاح ناگزیر بوده است. قرار بود هفته اول شهریورماه باقیمانده سهام دولت در شرکت‌های پالایش نفت اصفهان، تهران، تبریز و بندرعباس در قالب صندوق «دارا دوم» عرضه گردد و سهامداران برمنبای اطمینان به این خبر اقدام به معامله کرده بودند، هرچند دولت در اطلاعیه بعدی بر عرضه این صندوق تأکید کرد و گفت که عرضه سهام دولت به همان منوال قبل انجام خواهد شد، اما بی‌اعتمادی و زیان سهامداران قابل بر گشت نبود.

همچنین یکی دیگر از بی‌ثباتی‌های اخیر، عدم رأی اعتماد مجلس یازدهم به سرپرست وزارت صنعت، معدن و تجارت به عنوان وزیر پیشنهادی این وزارتخانه بوده است. همه موارد گفته شده نشان‌دهنده آشفتگی در نظام تصمیم‌گیری کشور است. در شرایطی که تحریم، نوسان ارزی، تورم فزاینده، کاهش ارزش پول ملی، کاهش درآمد نفتی و شیوع کرونا، دولت را در تنگنای دشواری قرار داده است، نیاز به تشریک مساعی و لزوم گفت‌وگو در نظام تصمیم‌گیری بیش از پیش احساس می‌شود.

توجه فعالان بازار قرار گرفتند، اضافه کرد: اما به نظر می‌رسد از این به بعد شرکت‌هایی که سودساز خواهند بود مورد اقبال قرار می‌گیرند، و از نسوی دیگر بازار بار دیگر تحلیل محور خواهد شد، این مسئله اتفاق بسیار خوبی است که رخ می‌دهد و دیگر از رشدهای هیجانی که در این مدت ایجاد شد، خبری نخواهد بود، به بیان دیگر بورس واقع‌گرایانه به مسیر خود ادامه خواهد داد و سهامداران و سرمایه‌گذاران خرد باید توجه کنند که وارد هر سهمی نشوند، چرا ریسک آن بسیار بالا خواهد بود.

این فعال بازار سهام با تأکید بر اینکه بورس یک بازار مبتنی بر ریسک است، ادامه داد: این ریسک در دوره‌های مختلف فراز و فرود دارد، اما زمانی که قیمت بسیاری از سهم‌ها با افزایش چندین برابری روبه‌رو می‌شود، قدر مسلم ریسک خرید نیز افزایش می‌یابد، بنابراین به صورت کلی کسانی که قصد ماندگاری در بازار سرمایه را دارند، باید به این نکته توجه کنند، که به صورت کلی بورس دارای ریسک است و آنها نمی‌توانند همیشه توقع داشته باشند تا سهام‌شان هر روز با مثبت حداکثری همراه باشد.

میرمعینی با اشاره به اینکه دولت متهم ردیف اول این نابسامانی‌های اخیر بورس است، یادآور شد: اگر دولت برنامه‌ریزی درست و مناسبی داشت امروز بازار به این روز نمی‌افتاد، باید دقت کرد که اعتماد رکن اول هر بازاری است و زمانی که اعتماد سهامداران و فعالان به بازار سهام خنده‌دار شود، آن زمان است که باید نگران شد، متأسفانه دوشنبه نیز این اتفاق رخ داده و باید دید که دولت چه زمانی می‌خواهد به حمایت اصولی از بازار سرمایه بپردازد.

نماگر بازار سهام

یک نیمه منفی، یک نیمه مثبت

بورس به روند صعودی بازگشت

بازار سهام که از چند روز گذشته وارد فاز نزول شد و اصلاح سنگینی را تجربه کرد، روز دوشنبه در نیمه دوم معاملات، روند صعودی به خود گرفت و شاخص کل بورس با ۲ هزار و ۱۳۰ واحد رشد به رقم یک میلیون و ۸۱۵ هزار واحد رسید...

نمادهای سرمایه‌گذاری تامین اجتماعی (شستا) با ۵۵۵ هزار واحد، فولاد مبارکه اصفهان (فولاد) با ۴۰۱ هزار و ۸۰۱ واحد، ملی مس ایران (فعلی) با ۳۶۱ هزار و ۲۳۲ واحد، بانک پارسیان (پارس) با یک هزار و ۴۴ واحد، فولاد خوزستان (فخوز) با یک هزار و ۱۷ واحد، معدنی و صنعتی گل گهر (کگل) با ۶۹۵ هزار واحد، صنایع پتروشیمی خلیج فارس (فارس) با ۶۵۱ هزار واحد، پتروشیمی پارس (پارس) با ۶۴۲ هزار واحد، پتروشیمی پردیس (شپدیس) با ۵۹۹ هزار واحد، پتروشیمی نوری (نوری) با ۵۴۶ هزار واحد، سرمایه‌گذاری سیمان تامین (سیتا) با ۴۴۰ هزار واحد، مبین انرژی خلیج فارس (مبین) با ۳۶۱ هزار واحد، پتروشیمی فنائوران (شفن) با ۳۶۱ واحد بیشترین تاثیر مثبت را بر شاخص بورس داشتند...

بازار سهام که از چند روز گذشته وارد فاز نزول شد و اصلاح سنگینی را تجربه کرد، روز دوشنبه در نیمه دوم معاملات، روند صعودی به خود گرفت و شاخص کل بورس با ۲ هزار و ۱۳۰ واحد رشد به رقم یک میلیون و ۸۱۵ هزار واحد رسید...



نگاه کارشناسان به اصلاح بورس تهران

هرچه اصلاح بورس عمیق‌تر باشد، رشد آتی شاخص محکم‌تر خواهد بود

شاخص بورس مانند چهار ماه گذشته بود، تصریح کرد: روند معاملات در بازار در برخی از روزها منفی و در دیگر روزها مثبت است، اما در کل براساس پیش‌بینی‌های صورت گرفته روند بازار با شیئی آرام صعودی خواهد بود.

حمید میرمعینی، کارشناس بازار سرمایه با اشاره به اینکه وقتی شاخص از مرز روانی ۲ میلیون واحد عبور کرد، بسیاری از کارشناسان ریزش قیمت را پیش‌بینی کردند، گفت: معلوم بود این مقطع مقاومت نقطه‌ای اساسی است و قیمت سهم‌ها را نه داده‌های اقتصادی تایید می‌کرد و نه عوامل بنیادینی که در رشد شاخص موثر بودند...

قیمت جذاب شرایط دستخوش تغییر می‌شود، اما شاید برای برخی تلخ باشد که بگویم این ریزش حتی ممکن است ۲۰ تا ۳۰ درصدی باشد اما در نهایت هرچه اصلاح در این مرحله عمیق‌تر باشد، در مرحله آتی روند رشد محکم‌تر خواهد بود. پس می‌بینید که این وضعیت به ضرر سفته‌بازان و به سود سرمایه‌گذاران است. این کارشناس با اشاره به اینکه در سال ۹۹ پارادایم حاکم بر بورس از سرمایه‌محوری به سودمحوری تغییر کرد، گفت: بازار سرمایه باز هم به مدار رشد باز می‌گردد، اما بعید می‌دانم این اتفاق در روزهای آتی رخ دهد، اما در نهایت رشد بازار سرمایه از طلا و سکه و ارز و مسکن بیشتر خواهد بود.

رشد شرکت‌ها متناسب با ارزش ذاتی آنها نیست

فرزین آقابزرگی، کارشناس بازار سرمایه هم درخصوص علت آفت بازار بورس گفت:

بازار سرمایه از ابتدای سال ۹۹ تا به امروز حدود ۲۹۰ درصد بازدهی داشته و به مقطعی رسیدیم که رشد و سودآوری صنایع و شرکت‌ها با ارزش ذاتی آنها متناسب نیست. به همین دلیل شاهد اصلاح در بازار هستیم، ما اکنون به نقطه‌ای رسیدیم که شرایط بازار ایجاب می‌کند که قیمت‌ها اصلاح شود و شرکت‌های پروژن و بزرگی که به عنوان لیدر موثر در شاخص کل محسوب می‌شوند، در فرآیند اصلاح قیمت اثر خود را بر بازار گذاشتند.

این کارشناس بازار سرمایه تصریح کرد: اگر حجم معاملات به صورت افزایشی و بالای ۲۴ هزار یا ۲۵ هزار میلیارد تومان باشد، از لحاظ تکنیکال می‌توان گفت اصلاح موقتی است و بازار مجدداً به روند رشد خود باز می‌گردد، زیرا جذابیت خرید را برای عده‌ای فراهم می‌کند، اما در حال حاضر به علت اینکه شاهد آفت حجم معاملات در کنار اصلاح قیمت منفی هستیم، خریداران کماکان امیدوار و یا منتظر اصلاحات قیمت هستند.

آقابزرگی متذکر شد: براساس نمودارها پیش‌بینی می‌شود اگر شاخص کل از یک میلیون و ۸۰۰ هزار واحد به سمت منفی برود، قطع به یقین تا پایان هفته ما شاهد آفت شدید اما موقتی خواهیم بود، مجموع این اتفاقات سبب یک جهش بزرگ در بازار می‌شود به علت اینکه با آفت شدید جذابیت خرید بیشتر می‌شود.

مانند عدم رأی اعتماد یا مسائلی مانند آن را عامل افت شاخص بدانیم، تصریح کرد: بازار به این اصلاح نیاز داشت ولی مجدداً شاهد خواهیم بود بازار در مسیر صعود قرار خواهد گرفت چراکه مولفه‌هایی که سبب رشد بازار بوده است همچنان به قوت خود باقی هستند.

سیاست یک گام به پیش و دو گام به پس

همچنین سیاست‌های قاسمی، اقتصاددان در یادداشتی اینستاگرامی نوشت: احتمالاً دست حمایت دولت همین روزها از آستین حقوقی‌ها بیرون خواهد آمد و برای جلوگیری از ریزش بازار و جلوگیری از تبعات جدی سیاسی، اجتماعی و امنیتی آن، اجازه کاهش بیشتر را نخواهد داد، اما اینکه بازار پس از این اصلاح به ادامه روند شتابان خود پس از دو اصلاح اسفندماه و اردیبهشت ماه ادامه دهد، کمی بعید به نظر می‌رسد. همایون دارایی، کارشناس بازار سرمایه نیز درخصوص وضعیت



بورس تهران این روزها دوران پرنوسانی را طی می‌کند؛ تا جایی که روز یکشنبه سقوط تاریخی ۸۹ هزار واحد را تجربه کرد. شاخص کل بورس که از ابتدای سال رشد عجیبی را در پیش گرفته بود، پس از ثبت چند رکورد و افزایش غیرمنتظره، سرانجام در هفته سوم مردادماه ریزش‌های سنگینی را تجربه کرد؛ تا جایی که رکوردهای ریزش از رکوردهای صعود پیشی گرفت.

به گزارش خبرنگاران، در پنج روز معاملاتی اخیر منحنی شاخص بورس افت ۲۶۵ هزار واحدی، معادل ۱۲.۷ درصدی را به ثبت رساند. برآوردها حاکی از آن است که به دنبال نزول بازار در پنج روز، ۶۰ میلیارد دلار از ارزش بورس تبخیر شده. با این وجود، تحلیلگران بازار سرمایه اعتقاد دارند روند اصلاح شاخص بورس به تدریج متوقف می‌شود و بازار به تعادل نسبی خواهد رسید.

پیش‌بینی ۷ کارشناس از روزهای آینده بورس

در این باره، علیرضا حیدری، تحلیلگر بازار سرمایه گفت: من فکر می‌کنم ریزش بازار به شکل‌گیری حس بی‌اعتمادی در بازار باز می‌گردد. بالاخره این فضا ایجاد شد که سایر نهادها با دولت هماهنگی چندانی ندارند. طرح بحث‌های عجیب و غریب درباره طرح گشایش اقتصادی از یک‌سو و اتفاقات دیگر نظیر منتفی شدن عرضه دارا دوم از سوی دیگر، بازار را با مکت و وقفه روبه‌رو کرد.

به اعتقاد این کارشناس بازار سرمایه، ریزش قیمت یا به عبارت فنی‌تر اصلاح بازار البته تا زمانی ادامه دارد که سهامداران به این نتیجه برسند سمت و سوی برنامه‌های همه نهادها حمایت از بازار سرمایه است. در این صورت می‌توان انتظار داشت نقدینگی تازه مجدداً وارد این بازارها شود.

نوید خاندوزی، کارشناس بازار سرمایه نیز درباره علت افت شاخص کل در معاملات بازار سرمایه، گفت: به نظر من سرعت رشد بازار در چند هفته اخیر مبالغه‌آمیز بوده؛ به خصوص در گروه پتروشیمی‌ها. ضمن اینکه علاوه بر بالا بودن سرعت رشد بازار اما در روزهای اخیر دولت دست به کارهایی زد که فشار فروش و عرضه در بازار افزایش یابد. آنچه درباره علت افت معاملات مانند عدم رأی اعتماد به وزیر پیشنهادی صمت یا اختلال در هسته معاملات گفته می‌شود، بهانه‌ای برای افت شاخص است، اما در اصل بازار مایل به اصلاح قیمت‌هاست. این کارشناس بازار سرمایه ادامه داد: من با ریزش بازار موافق نیستم؛ به نظر من افت شاخص در روزهای اخیر بیشتر برای اصلاح قیمت‌ها انجام می‌شود. البته دولت نیز در این کاهش قیمت‌ها نقش داشت و با افزایش عرضه شرکت‌های پالایشی و نیز اعلام اینکه قرار است ارزش سهام شناور شرکت‌ها افزایش یابد، به این اصلاح کمک کرد.

خاندوزی اضافه کرد: اقداماتی که دولت انجام داد، سبب افزایش عرضه شد، اما از سمت تقاضا حمایتی نشد و تقاضا به سمت ضعف پیش رفت. همچنین هرچه در بازار بیشتر پیش رفتیم، قیمت سهام افزایش یافت، اما قدرت خرید فعالان بازار کاهش داشت.

او با تأکید بر اینکه عدم تعادل در عرضه و تقاضا در بازار یکی از عوامل اصلی کاهش رشد شاخص بوده و نباید حاشیه‌ها و شایعاتی

بازار سرمایه گفت: باید توجه داشت بازار در محور مقاومت ۲ میلیون واحد، وارد یک فاز نوسانی سینوسی شده است و این فضای نوسانی سینوسی بازار ادامه خواهد داشت. فعلاً بازار برای اینکه بتواند مرز ۲ میلیون واحد را پشت سر بگذارد، همان رفتاری را نشان می‌دهد که ما در مرز یک میلیون واحد یا یک و نیم میلیون واحد تجربه کردیم. این کارشناس بازار سرمایه تصریح کرد: به هر حال مدل قابل قبول سهام اینجا باید معامله شود. سهام دست به دست شود، نقدینگی جدید وارد بازار شود، تاثیرات خیرها خودش را نشان دهد و گزارش‌ها بیاید تا بازار پتانسیل شکستن این مقاومت بسیار قوی را داشته باشد. بازار در چند هفته آینده با این مقاومت همچنان دست به گریبان خواهد بود و جریان سینوسی به خیرها واکنش اصلاحی رشدی نشان می‌دهد. وی پیش‌بینی کرد که بازار همچنان در فاز نوسانی باقی بماند و سیاست یک گام به پیش و دو گام به پس را در دستور کار داشته باشد. همچنین مصطفی صفاری، کارشناس بازار سرمایه با اشاره به روند کنونی معاملات بورس، گفت: به طور معمول برگزاری مجامع شرکت‌ها در خرداد و تیرماه، تقسیم سود مجامع و افزایش سرمایه شرکت‌ها برای سال آینده باعث می‌شود تا در مرداد و شهریورماه با آرامش و تعادلی در معاملات بازار همراه شویم.

وی با بیان اینکه در این دو ماه نمی‌توان در انتظار رشد پرشتاب

کارشناسان تشریح کردند

۲ روی سکه بازار سرمایه

شد پیش‌بینی می‌شود اصلاح ضروری اتفاق افتاده در بازار سرمایه در مردادماه ۹۹ به پایان برسد به نحوی که به احتمال بسیار بالا از ابتدای شهریور، شاهد وضعیت متعادل و نرمال در بازار خواهیم بود. محمد پورناز، مدیرعامل کارگزاری بانک توسعه صادرات، اصلاح اخیر، کلیت بازار سرمایه و قیمت اغلب سهام را در سطوح جذابی قرار داده است. پارامترها و دیتاهای موجود در عملکرد و تحلیل‌های بنیادی و تکنیکی نیز این مسئله را تایید می‌کند، البته انتخاب سهام پرتانسیل و شناسایی مسیر حرکتی هم مهم است و این انتخاب باید با دید بلندمدت و با صبوری و به دور از هیجانان کاذب این روزها همراه باشد. ابوالفضل شهرآبادی، مدیرعامل شرکت سیدگردان داریک پارس: صعود و سقوط قیمت‌ها در بازار سرمایه جزو ماهیت بازار سرمایه است که همیشه وجود داشته و دارد. قیمت سهام در بلندمدت، رشد می‌کند و افراد با شناسایی سود خارج می‌شوند. این فرآیند همیشگی بازار است، بنابراین وقتی با بازار منفی مواجه می‌شویم نباید هیجان‌زده شده و براساس جو در صف قرار بگیریم. رفتار درست در این شرایط دنبال کردن واقعیت‌ها و نشانه‌های درست و دوری از شایعاتی است که این روزها بسیار زیاد شنیده می‌شود. از طرفی باید دقت کرد که بعد از بازار منفی، معمولاً انتظار بازار مثبت به وجود خواهد آمد و این فرصت جبران است. نکته مهم در این شرایط این است که از آموزش و بالا بردن سواد مالی غافل نشویم، بازار سهام بازار پیچیده‌ای است که تنها با داشتن تخصص می‌توان در آن باقی ماند و نکته آخر اینکه اگر شما سرمایه‌گذار حرفه‌ای نیستید، بهترین راه استفاده از مشاوران، صندوق‌های سرمایه‌گذاری و سیدگردان‌هاست.

عباسعلی ارجمندی، مدیرعامل گروه سرمایه‌گذاری آتیه دماوند: بازار سرمایه در تمام دنیا از جمله بازارهای پرریسک به شمار می‌رود که فعالان در آن متناسب با ریسک، بازدهی به دست می‌آورند. بازار سرمایه ایران هم از این قاعده مستثنای نیست و سهامداران علاوه بر ریسکهای سیستماتیک با ریسک‌های دیگری هم مواجه می‌شوند. شاید بتوان گفت اقتصاد ایران در حال حاضر با وجود تحریم‌ها در حال گذر از اقتصاد تک محصولی و کاهش وابستگی به صادرات نفت خام است، اما از طرف دیگر با کاهش ارزش پول ملی و تورم بالا شرایط دشواری را سپری می‌کند. در چنین شرایطی مردم برای حفظ ارزش پول خود به سرمایه‌گذاری در بازارهایی روی می‌آورند که بتوانند پاسخگوی این انتظار باشد. از جمله این بازارها، بازار سرمایه است که همواره توانسته سودآوری قابل توجهی را نصیب سهامداران کند. این

تاریخچه به ما می‌گوید که در زمانی که هیجان بر بازار حاکم می‌شود، برندها کسانی هستند که شکیبایی بیشتری به خرج داده و با درایت و عقلانیت تصمیم‌گیری کرده‌اند. بازار یک هفته گذشته، بازاری منفی بوده اما نگاهی به حجم خرید اشخاص حقیقی بیانگر کاربرد سهام بیشتر عقلانیت و تحلیل بنیادین برای سرمایه‌گذار در بازار سهام بوده است. پادش این درایت سود مناسبی است که نصیب ایشان خواهد شد.

آگهی مناقصه عمومی یک مرحله‌ای
شرکت ملی گاز ایران
شماره مجوز: ۱۳۹۹ / ۲۵۴۷
شماره مناقصه: ۹۹/۰۱۸
موضوع مناقصه: خدمات فنی، تخصصی و بهره‌برداری از واحدهای فرآیندی و تاسیسات جانبی شرکت پالایش گاز ایلام
مبلغ تضمین شرکت در فرآیند ارجاع کار (مناقصه): ۵/۸۴۲/۱۷۶/۰۰۰ ریال
نوع تضمین شرکت در فرآیند ارجاع کار (مناقصه): ضمانتنامه بانکی یا فیش نقدی به حساب ۰۱۰۰۵۵۶۶۵۲۰۰۹ بانک صادرات کد ۱۹۰
تاریخ آخرین مهلت دریافت اسناد از سامانه ستاد توسط مناقصه‌گران: ۹۹/۶/۱۲
تاریخ آخرین مهلت درج اسناد در سامانه ستاد توسط مناقصه‌گران: ۹۹/۶/۲۴
تاریخ گشایش پاکات: ۹۹/۶/۲۵ (ساعت ۸ صبح)
آدرس دریافت اسناد الکترونیکی: www.setadiran.ir
آدرس پستی مناقصه‌گزار: ایلام / بخش چوار / صندوق پستی ۱۴۴-۶۹۳۶۱ / کدپستی ۶۹۳۷۱۷۰۱۰ / دبیرخانه کمیسیون مناقصات
مناقصه‌گران می‌توانند جهت کسب اطلاعات بیشتر با شماره تلفن ۲۰۷۷ و ۳۲۹۱۲۸۵۰ - ۰۸۴ (دبیرخانه کمیسیون مناقصات) تماس حاصل فرمایند.

تاریخ انتشار نوبت دوم: ۹۹/۵/۲۹

تاریخ انتشار نوبت اول: ۹۹/۵/۲۸

روابط عمومی شرکت پالایش گاز ایلام



درج قیمت غیرواقعی بر حیوانات بسته‌بندی در فروشگاه‌های زنجیره‌ای

نایب رئیس اتاق اصناف ایران با اشاره به خساراتی که سال گذشته بر اصناف وارد شد و بیان برخی مشکلات حوزه بازرسی و نظارت اصناف، گفت که بررسی‌های میدانی حاکی از درج قیمت‌های غیرواقعی و گران‌تر از نرخ واقعی بر بسته‌بندی برخی اقلام حیوانات در فروشگاه‌های زنجیره‌ای است. مجتبی صفایی در گفت‌وگو با ایسنا، با بیان اینکه با توجه به شرایط اقتصاد و تجارت کشور یکی از اتحادیه‌های موثر در بهبود شرایط به ویژه در خصوص تامین کالا در حوزه تجارت داخلی، اتحادیه بنکداران مواد غذایی است، اظهار کرد: از جمله گلایه‌های این صنف مربوط به اقدامات شرکت‌های فروشگاه‌های زنجیره‌ای در خصوص قیمت‌گذاری روی کالا و ایجاد رقابتی ناسالم در عرصه تامین کالا به ویژه مواد غذایی بود. برخی افرادی که در صنعت بسته‌بندی حیوانات فعال هستند، بر این نکته تاکید کردند و نیز بررسی‌های میدانی ما نیز موید درج قیمت‌های غیرواقعی و گران‌تر از نرخ واقعی بر بسته‌بندی برخی اقلام حیوانات در فروشگاه‌های زنجیره‌ای است که اجزای نسبت به مصرف‌کنندگان است. نایب رئیس اتاق اصناف ایران با بیان اینکه تمامی نمایندگان صنف بنکداران اعلام کردند که توان تامین کالاهای اساسی و همکاری بیشتر با دولت را دارند، تصریح کرد: بنابراین مقرر شد به منظور تقویت اقتصادی فعالان این صنف، نقش و جایگاه این اتحادیه‌ها به عنوان تجار قدرتمند در حوزه صنفی هرچه بیشتر برای دولت شفاف و روشن شده و به اطلاع آنها برسد تا در تامین کالاها به خصوص کالاهای اساسی و توزیع آن از طریق شبکه صنفی تصمیم‌گیری شود، اما همکاری نکردن مشتریان با بنکداران مواد غذایی در اعلام کد ملی و شناسه صنفی در اجرای ماده ۱۶۹ سامانه انبارها به عنوان یک نگرانی از سوی این صنف مطرح شده است. وی افزود: با وجود اینکه در گذشته مصوب شده بود این اتحادیه به صورت کشوری در قالب کمیسیون تخصصی فعالیت کند اما اقدامات موثری در ایجاد این کمیسیون انجام نشده بود، اما اخیراً مقرر شد تا برگزاری قانونی تشکیل کمیسیون تخصصی مواد غذایی تعدادی از روسای اتحادیه‌های بنکداری مواد غذایی مراکز استان‌ها به عنوان نماینده نسبت به طرح موضوعات به اتاق اصناف ایران و بالعکس عمل کنند. صفایی در ادامه با بیان اینکه گوش شنوایی برای حل مشکلات بازرسی و نظارت وجود ندارد، تصریح کرد: مسئله تخصیص اعتبارات مطرح در تبصره ۷ ماده ۷۲ قانون، به اصناف مطالبه‌ای است که همواره آن را دنبال کردیم که به دلایل متعدد نتیجه‌ای در پی نداشت و این در حالی است که تنها مجموعه صنفی از دریافت سهم خود که در قانون نیز به صراحت به آن اشاره شده بی‌بهره مانده و دیگر دستگاه‌ها سهم خود را دریافت می‌کنند.

وی افزود: در صورتی که مسئله تامین بودجه بازرسی و نظارت اصناف بدون توجه باقی بماند و این شرایط استمرار پیدا کند این مجموعه دچار آسیب خواهد شد.

تمرکز باید بر فرارهای مالیاتی باشد

این مقام صنفی همچنین با اشاره به اینکه اصناف کشور سال بدی را پشت سر گذاشتند و حوادث سیل، افزایش نرخ بنزین و نرخ ارز و از همه مهم‌تر بیماری کرونا باعث شد عملاً فعالیت ماه آخر سال که منجر به اسفند و فروردین ماه می‌شد، تعطیل شود، گفت: این تعطیلی توأم با خسارت بود و همه کالاهای خریداری شده روی دست صاحبان بنگاه‌ها ماند و آسیب‌های زیادی هم در حوزه و هم در حوزه خدمات وارد شد.

شورای عالی خاک تشکیل شود

وزیر جهاد کشاورزی در نامه‌ای به روحانی، خواستار تشکیل شورای عالی خاک به ریاست رئیس جمهور شد. به گزارش باشگاه خبرنگاران جوان به نقل از وزارت جهاد کشاورزی، کاظم خاوازی وزیر جهاد کشاورزی در نامه‌ای خطاب به حسن روحانی، رئیس جمهوری با اشاره به اینکه خاک به عنوان ثروت ملی و بستر اصلی کشاورزی و محیط زیست و انجام فعالیت‌های اقتصادی از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است، اظهار کرد: چنانکه در رهنمودهای مقام معظم رهبری به عنوان «قبضه‌های مهم‌تر از آب» از آن یاد شده و حضرت‌تعالی نیز آن را به عنوان «اولین سرمایه بسیار بزرگ» ذکر نموده‌اید این نعمت خدادادی در مقیاس عمر بشری تجدیدنپذیر محسوب شده و آسیب‌های شدید ناشی از تخریب و آلودگی خاک از جمله فرسایش، تغییر کاربری، شوری، کاهش موادمغذی، کاهش پنبه حاصلخیزی خاک و ... این منبع پایه را دچار چالش جدی نموده است. در ادامه این نامه آمده است: خوشبختانه با تصویب قانون حفاظت از خاک و ابلاغ آن توسط قوا و سایر قوانین و مقررات ذی‌ربط، به خاک توجه ویژه مبذول و وظایف و تکالیفی برای دستگاه‌های اجرایی مختلف در مورد خاک تعیین شده است.

وزیر جهاد کشاورزی با اشاره به اینکه موضوع خاک و بهره‌برداری از آن، موضوعی چندوجهی است، از رئیس جمهور تقاضا کرده است: به منظور هماهنگی بیشتر برای تعیین و اجرای نمودن راهبردهای بهره‌برداری پایدار از خاک، شورای عالی خاک به ریاست حضرت‌تعالی و عضویت برخی از اعضای هیأت دولت، نمایندگان و صاحب‌نظران مرتبط در امر خاک و دبیری این وزارتخانه تشکیل شود تا سیاست‌گذاری، هماهنگی و نظارت در این امر برعهده داشته باشد.

قیمت مرغ در کرمان همچنان

بر روی مدار کاهشی

معاون بازرگانی سازمان صنعت، معدن و تجارت استان کرمان از کاهش ۸۳۰ تومانی گوشت مرغ ظرف دو روز متوالی خبر داد و بیان کرد قیمت گوشت مرغ برای مصرف‌کننده دوشنبه ۲۷ مردادماه ۱۸۳۶۰ تومان بود. «سینا خسروی» در گفت‌وگو با ایسنا، از کاهش مجدد قیمت گوشت مرغ در کرمان خبر داد و گفت: قیمت بالای گوشت مرغ سبب شده بسیاری از ظرفیت‌های خالی تولیدی‌ها شروع به جوجه‌ریزی کنند و چون تا همین نهادها و خوراک جوجه‌ریزی‌ها نیز در روزهای اخیر توسط جهاد کشاورزی صورت گرفت، شاهد کاهش قیمت گوشت مرغ در کشور و استان هستیم. وی روند کاهشی قیمت مرغ در چند روز آینده را ادامه‌دار دانست و بیان کرد: به نظر می‌رسد قیمت گوشت مرغ همچنان روند کاهشی داشته باشد و سپس حدود یک ماه ثابت بماند.

معاون بازرگانی سازمان صنعت، معدن و تجارت استان از کاهش ۸۳۰ تومانی گوشت مرغ ظرف دو روز متوالی خبر داد و بیان کرد: قیمت گوشت مرغ برای مصرف‌کننده در روز دوشنبه ۲۷ مردادماه، ۱۸۳۶۰ تومان بود.



۵۵۰ هزار تن موز با ارزش بالغ بر ۴۲۰ تا ۴۳۰ میلیون دلار است. رئیس اتحادیه ملی محصولات کشاورزی با اشاره به اینکه ۵۰۰ میلیارد تومان سود از واردات موز وارد خزانه دولت می‌شود، بیان کرد: در سال گذشته ۴۵۰ میلیارد تومان عوارض گمرکی و سود بازرگانی از تجار دریافت شد که با احتساب ۶۰ میلیارد تومان مالیاتی که در بازارهای مصرفی و میادین میوه و تره بار از واردکنندگان گرفته شده است، رقمی بالغ بر ۵۰۰ میلیارد تومان وارد خزانه دولت شد. به گفته وی، با توجه به تنوع آب و هوایی، موقعیت جغرافیایی، نیروی متخصص و دارابودن ۱۱ اقلیم از ۱۳ اقلیم دنیا در ایران امکان تولید موز در کشور وجود دارد و علت عدم تولید موز طی سال‌های اخیر را باید در بی‌توجهی به سرمایه‌گذاران، بوروکراسی‌های پیچیده اداری در بخش کشاورزی جست و جو کرد که سرمایه‌گذاران حاضر به سرمایه‌گذاری در بخش نیستند. این مقام مسئول با بیان اینکه امکان تولید بسیاری از کالاهای وارداتی بخش کشاورزی در کشور وجود دارد، گفت: این در حالی است که به سبب چراغ سبزی که در کنار واردات داریم، دولت بدون زحمت کالای خارجی وارد می‌کند.

ناگفته نماند که خودکفایی تولید موز در داخل نیازمند احداث باغات جدید، اصلاح خاک و تامین آب موردنیاز است که جمع سرمایه‌گذاری این دو، رقم قابل توجهی است و انتظار می‌رود حمایت‌های لازم از سرمایه‌گذاران بخش صورت گیرد تا شاهد خروج ارز از کشور نباشیم. **واردات با ارز حاصل از نفت رغبت سرمایه‌گذاری در کشاورزی را گرفت**

رضا نورانی، رئیس اتحادیه ملی محصولات کشاورزی در گفت‌وگو با خبرنگار صنعت، تجارت و کشاورزی با اشاره به اینکه پتانسیل تولید موز در کشور وجود دارد، اظهار کرد: علی‌رغم پتانسیل تولید موز در کشور، اما تولید این محصول همانند دیگر محصولات به طور جدی وارد تولید ملی نشده است.

وی افزود: تا زمانی که با دلارهای نفتی در پی واردات برخی کالاها همچون موز هستیم، رغبتی برای سرمایه‌گذاری در بخش کشاورزی وجود ندارد. نورانی ادامه داد: بنابر آمار در سال گذشته، حدود ۳۰ میلیون تن کالری موز از کشورهای آمریکای لاتین و فیلیپین وارد کشور شد که حجم این ۲۰ میلیون تن کارتن‌رقمی حدود ۵۰۰ تا

کارشناسان بخش کشاورزی معتقدند که ایران توانایی خودکفایی در تولید موز با برنامه‌ریزی ۱۰ ساله را داراست.

به گزارش باشگاه خبرنگاران جوان، با وجود تنوع متعدد اقلیمی و پتانسیل بالای بخش کشاورزی امکان تولید میوه‌های گرمسیری همچون موز در برخی مناطق و تامین ۱۰۰ درصدی نیاز کشور در داخل وجود دارد. بسیاری از مسئولان بر این باورند که با وجود موقعیت جغرافیایی و دارا بودن ۱۱ اقلیم از ۱۳ اقلیم دنیا در ایران امکان تولید ۱۰۰ درصدی موز موردنیاز در داخل طی طرح ملی ۱۰ ساله وجود دارد و طی سال‌های اخیر نبود عزم ملی، بوروکراسی‌های پیچیده اداری و چراغ سبزی واردات مانع خودکفایی تولید این میوه گرمسیری در کشور شده است، در حالی که سیستان و بلوچستان قطب میوه‌های گرمسیری و چهارپار بهشت گمشده باغبانی در کشور به شمار می‌رود. بنابر آمار سال گذشته ۵۰۰ تا ۵۵۰ هزار تن موز با ارزش بالغ بر ۴۲۰ تا ۴۳۰ میلیون دلار وارد کشور شده است که با تامین نیاز ۱۰۰ درصدی در داخل دیگر شاهد هدررفت خروج ارز قابل توجهی از کشور و وابستگی به کشورهای بیگانه نیستیم.

تامین مواد اولیه تولید کاتالیست در داخل به واسطه شرکت‌های دانش‌بنیان

ستاری گفت نیازهای ما در حوزه مواد اولیه کاتالیست‌ها به واسطه فعالیت شرکت‌های دانش‌بنیان تامین خواهد شد. سورتا سناری معاون علمی و گزارش باشگاه خبرنگاران جوان، سورتا سناری معاون علمی و فناوری رئیس جمهور در مراسم رونمایی از شتاب‌دهنده حوزه معادن با تاکید بر اهمیت بخش معدن گفت: متأسفانه در برخی زنجیره‌ها از جمله منیزیم مشکلات زیادی داریم که بخشی از آنها نیاز به سرمایه‌گذاران بزرگی مثل شستا دارد.

به گفته این مقام مسئول نوآوری‌های لازم برای بخش معدن از دل نوآوری‌ها خارج می‌شود.

ستاری اظهار کرد: ما از مواد شیمیایی گرفته تا مواد اولیه کاتالیست‌ها نیازهایی داریم که به واسطه فعالیت شرکت‌های دانش‌بنیان این نیازها

تامین خواهد شد.

فولادی هنوز وابستگی‌های شدیدی داریم. در چند روز گذشته تحریم‌های جدیدی شامل ۲۲ آلیاژ فلزی اعمال شد. این موضوع باعث می‌شود توان دانشی موجود در کشور به کار گرفته شود و زمینه تولید انبوه این آلیاژها را فراهم کنیم. این اتفاق نیازمند حضور بخش‌های بزرگ و سرمایه‌گذاری‌های سنگین در این حوزه است تا ایده‌های جوانان به کار گرفته شود.

ستاری احداث این مراکز را حرکتی جدی برای جلوگیری از خام‌فروشی دانست و بیان کرد: خاک‌های نادر را در نظر بگیرید که در برخی موارد به صورت گرمی فروخته می‌شود، به کارگیری دانش فوق‌العاده‌ای که در کشور وجود دارد و فعالیت در این حوزه می‌تواند نتایج مناسبی را به همراه داشته باشد.

جهانگیری: همه دستگاه‌های اجرایی به دنبال کاهش هزینه‌ها باشند

معاون اول رئیس جمهور با اشاره به شرایط سخت و محدودیت‌های منابع بودجه در سال جاری تصریح کرد: شرایط سخت بودجه‌ای مشکلاتی را برای تولیدکنندگان ایجاد کرده و لازم است سازمان ملی استاندارد ایران در تدوین مقررات و دستورالعمل‌ها روش‌هایی را به کار گیرد تا در سالی که از سوی مقام معظم رهبری به عنوان سال جهش تولید نام‌گذاری شده، شرایط و بسترهای لازم برای تحقق جهش تولید فراهم شود.

وی افزود: در سال جاری که با تنگنای منابع بودجه‌ای مواجه هستیم لازم است همه دستگاه‌ها ضمن توجه بر اجرای کامل مأموریت‌ها و انجام تکالیف و وظایف خود، به دنبال کاهش هزینه‌ها و صرفه‌جویی باشند.

در این جلسه همچنین برخی پیشنهادات از سوی سازمان ملی استاندارد ایران مطرح شد که پس از بحث و تبادل نظر و ارائه نظرات و دیدگاه‌های مختلف با تعدادی از این پیشنهادات موافقت شد. شرح وظایف پژوهشگاه استاندارد، پیشنهاد اجرای اجباری استاندارد عسل و پیشنهاد تفویض تدوین استانداردهای صرفاً دفاعی به وزارت دفاع و پشتیبانی نیروهای مسلح از جمله موضوعاتی بود که در این جلسه مورد بررسی و تصویب قرار گرفت.

معاون اول رئیس جمهور با اشاره به شرایط سخت و محدودیت‌های منابع بودجه در سال جاری تصریح کرد: شرایط سخت بودجه‌ای مشکلاتی را برای تولیدکنندگان ایجاد کرده و لازم است سازمان ملی استاندارد ایران در تدوین مقررات و دستورالعمل‌ها روش‌هایی را به کار گیرد تا در سالی که از سوی مقام معظم رهبری به عنوان سال جهش تولید نام‌گذاری شده، شرایط و بسترهای لازم برای تحقق جهش تولید فراهم شود.

وی افزود: در سال جاری که با تنگنای منابع بودجه‌ای مواجه هستیم لازم است همه دستگاه‌ها ضمن توجه بر اجرای کامل مأموریت‌ها و انجام تکالیف و وظایف خود، به دنبال کاهش هزینه‌ها و صرفه‌جویی باشند.

در این جلسه که وزیر تعاون، کار و رفاه اجتماعی، سرپرست وزارت

۳۴۱ میلیون یورو صرفه جویی ارزی با ساخت ۱۵۴ قطعه خودرو



مطلب‌زاده، نایب‌رئیس انجمن صنایع همگن قطعه‌سازان ایران گفت طی چهار میز تمییق ساخت داخل ۱۵۴ قطعه توسط ۱۲۵ قطعه‌ساز در مسیر داخلی‌سازی قرار گرفته است که در آینده نزدیک باعث ۳۴۱ میلیون یورو کاهش ارزی می‌شود.

به گزارش بازار، میزهای تمییق ساخت داخل که از سال گذشته با هدف کاهش ارزی و وابستگی به واردات برگزار شد، اکنون در آستانه برگزاری پنجمین میز قرار گرفته است.

از جمله دستاوردهای چهار میز گذشته می‌توان به آغاز داخلی‌سازی ۱۵۴ قطعه از سوی ۱۲۵ قطعه‌ساز اشاره کرد که تا پایان سال ۹۹ انتظار می‌رود سبب ۳۴۱ میلیون یورو صرفه‌جویی ارزی در صنایع قطعه و خودرو شود، در این خصوص مهدی مطلب‌زاده نایب‌رئیس انجمن صنایع همگن قطعه‌سازان ایران در گفت‌وگو با بازار توضیح می‌دهد.

در راستای کاهش ارزی و داخلی‌سازی قطعات خودرو چهار میز تمیق ساخت داخل برگزار شده، بفرمایید چه تعداد قطعه‌ساز و قطعه در این میزها شرکت داده شده است؟

تاکنون چهار میز تمیق ساخت داخل قطعات خودرو برگزار شده است که در مجموع ۱۲۵ سازنده قطعات مشارکت داشتند و برنامه داخلی‌سازی ۱۵۴ قطعه را آغاز کردند. ارزش قراردادی سالانه این قطعات ۴ هزار و ۴۰۰ میلیارد تومان است که سبب کاهش ارزی ۳۴۱ میلیون یورویی در آینده می‌شود.

پیشرفت میزهای تمیق ساخت داخل که در سال گذشته و امسال برگزار شده است را چگونه ارزیابی می‌کنید؟

طی جلسه‌های که امروز با مسئولان وزارت صمت داشتیم پیشرفت پروژه‌ها در میزهای یک حدود ۸۰ درصد، در میز دو نزدیک ۷۰ درصد، در میز سه ۴۵ درصد و پیشرفت طرح در آخرین میز برگزار شده که در همین تیرماه گذشته بود نیز نزدیک به ۳۵ درصد است. امید داریم اکثر قطعاتی که در چهار میز ساخت داخل ارائه شده است تا پایان سال ۹۹ محقق شوند.

برنامه برگزاری چه تعداد میز ساخت داخل را برای کاهش ارزی صنعت خودرو دارید؟

برای برگزاری هشت میز برنامه‌ریزی‌هایی شده است و با توجه به اینکه در آستانه برگزاری میز پنجم هستیم، قطعات و میزان کاهش ارزی قطعات خودرو در این میز نیز تا یک هفته دیگر قطعی و اعلام خواهد شد.

با توجه به اینکه قطعه‌سازان از ابتدای سال با کمبود نقدینگی و عدم تخصیص منابع ارزی از سوی بانک مرکزی مواجه هستند، روند داخلی‌سازی قطعات در آینده دچار اختلال نمی‌شود؟

برای ادامه مسیر داخلی‌سازی قطعات خودرو نیاز به بسته‌های مشوق ساخت داخل در دو بخش مشوق‌های دولتی و خودروسازان داریم. در بخش مشوق‌های دولتی شش مشوق و در بخش خودروسازان چهار مشوق ارائه داده‌ایم.

در بخش مشوق‌های دولتی نیاز به اختصاص تسهیلات بلندمدت برای سرمایه ثابت و تسهیلات کوتاه‌مدت برای تامین سرمایه در گردش با بهره پایین، تخصیص بخشی از منابع صندوق توسعه ملی برای واردات تجهیزات و ماشین‌آلات به جای واردات کالای مصرفی، تدوین مقررات

معافیت‌ها و مشوق‌های مالیاتی، حمایت رسانه‌ای و تبلیغاتی در مقابل همگه‌های فضای رسانه‌ای کشور، تکریم و حفاظت از مالکیت معنوی و حمایت قضایی و قانونی و همچنین جلوگیری از واردات قطعاتی که ساخت داخل دارند وجود دارد.

در بخش مشوق‌های مربوط به خودروسازان نیز نیازمند خرید با قیمت تمام‌شده معادل واردات در ابتدای کار و کاهش قیمت بلندمدت و خرید نقدی قطعات تحویلی برای دوره حداقل یک‌ساله، عقد قرارداد عادلانه و تضمین خرید برای مدت بازگشت سرمایه و مشارکت خودروساز در ریسک سرمایه‌گذاری ثابت پروژه‌ها هستیم بنابراین در صورتی که مشوق‌های مذکور اعمال نشوند روند داخلی‌سازی قطعات خودرو به کندی انجام خواهد شد. چراکه قطعه‌سازان با توجه به توانایی، کاهش ارزی و حجم بالای اشتغال‌زایی که دارند، امید دارند با همکاری خودروسازان و دولت مشکلات صنعت را برطرف کنند.

تاکنون اقدامی از سوی خودروسازان و مسئولان در راستای حمایت از تولیدکنندگان قطعات خودرو انجام شده است؟

از طرف حاکمیت و خودروسازان هنوز اقدامی مشاهده نشده است. متأسفانه مطالبات قطعه‌سازان به ۳۲ هزار میلیارد تومان رسیده و به این معناست که تزریق مالی خودروسازان به زنجیره تامین بسیار ضعیف شده است. از طرفی آنچه از حاکمیت در خصوص مواد اولیه داخلی خواسته شده بود متأسفانه نه تنها تسهیل نشده بلکه سخت‌تر هم شده است بنابراین به صراحت می‌گویم نمی‌توان دست و پای قطعه‌سازان را با قوانین و سیاست‌های نامناسب بست و انتظار کاهش ارزی هم داشت.

صادرات قطعات خودرو وضعیت مساعدی ندارد

می‌بایست براساس قراردادهای منعقد به خودروسازان خارجی و با قطعه‌سازان معتبر خارجی صورت بگیرد و به دلیل مشکلات انتقال پول به ایران، صادرات نیز عملاً امکان‌پذیر نیست؛ حتی بخشی از صادرات گذشته نیز متوقف شده است.

وی در پایان در خصوص راهکار تهاوت با صادرکنندگان قطعه در جهت تامین مواد اولیه و قطعات خطوط تولید گفت: نیاز حدود هزار و ۵۰۰ تا ۲ هزار دلاری هر خودرو به واردات قطعه، تناسبی با حجم صادرات قطعه به صورت موردی و ویژه ندارد که نمی‌تواند در تامین ارز قطعات وارداتی کمک نماید.

عدم تخصیص ارز به واردات تایرهای سواری به آینده نزدیک مشکل‌ساز خواهد شد

گمرک چه می‌شود، گفت: طی جلساتی که در رابطه با این موضوع داشتیم خروجی آن این شد که این مابه‌التفاوت می‌بایست از تمامی تایرها دریافت شود.

دبیر انجمن واردکنندگان تایر در پایان خاطرنشان کرد: خوشبختانه تخصیص ارز تایرهای سنگین انجام شده اما به دلیل عدم هماهنگی بانک مرکزی و بانک‌های عامل مشکلاتی به وجود آمده که قرار است حل شود اما متأسفانه در زمینه تخصیص ارز نگاهی به تایر سواری نشده و این امر موجب کمبود تایرهای سواری در بازار شده که با توجه به وجود ۲۰ میلیون خودرو سواری در کشور این موضوع در آینده نزدیک مشکل‌ساز خواهد شد.

داشته، اما میزان دقیق لاستیک‌های ترخیص‌شده در اختیار گمرک تخصصی صنایع همگن نیرومحرکه و قطعات خودروی کشور گفت: واردکنندگان در حال حاضر می‌بایست با ارز گران‌قیمت نسبت به گذشته اقدام به واردات کالا نمایند که این یک مزیت برای ساخت داخل است و علاوه بر آن محدودیت‌های داخلی و خارجی ناشی از تحریم‌ها و قوانین داخلی، این شرایط را برای تولید داخل، فروش و مصرف آن فراهم کرده است. مقتدری در خصوص وضعیت صادرات قطعات گفت: صادرات قطعات خودرو نیز وضعیت مساعدی ندارد زیرا قطعات خودرو مورد استفاده در خطوط خودروسازان در شرایط عادی

میرعابدینی در پاسخ به این سوال که تکلیف پرداخت و یا عدم پرداخت ما به التفاوت نرخ دولتی و نیمایی برای تایرهای مانده در

الزامی برای صدور بیمه‌نامه موتورسیکلت هنگام خروج از کارخانه وجود ندارد

دبیر انجمن صنعت موتورسیکلت‌سازان ایران بیان کرد الزامی برای صدور بیمه‌نامه موتورسیکلت‌ها هنگام خروج از کارخانه وجود ندارد زیرا شرایط فروش خودرو با موتورسیکلت متفاوت است و تا زمانی که مالک اصلی موتورسیکلت مشخص نشود بیمه‌نامه‌ای برای آن صادر نمی‌شود.

به گزارش اقتصادآنلاین به نقل از چاپک آنلاین، «بهن ضیاء مقدم»، ضمن بیان اینکه مالک اصلی خودرو از روز اول مشخص است و بیمه‌نامه هم به نام مالک صادر می‌شود، افزود: در رابطه با موتورسیکلت مالک مشخص نیست و موتورسیکلت از کارخانه به نمایندگی‌ها و عاملین فروش ارسال می‌شود که ممکن است مدت‌ها در آنجا بماند و تا زمانی که صاحب اصلی مشخص نباشد از موتورسیکلت استفاده‌ای نمی‌شود که بخواهد بیمه‌ای به آن تعلق بگیرد.

وی خاطرنشان کرد که در گذشته انجمن طرحی را به بیمه ایران پیشنهاد داد که برای موتورسیکلت‌ها بیمه‌نامه بدون نام صادر کنند و تاریخ اعتبار هم از زمانی آغاز شود که صاحب اصلی موتورسیکلت مشخص شود، این طرح یک سال اجرایی شد ولی مشکلاتی پیش آمد که ادامه‌دار نشد.

ضیاء مقدم اظهار کرد: این طرح به صورت خودجوش از سمت انجمن اجرایی شد و الزامی برای آن نبود، انجمن این طرح را به عنوان کمک برای مصرف‌کننده ارائه داد اما به دلیل یکسری سوءاستفاده‌هایی که به علت بی‌نام بودن بیمه‌نامه به وجود آمده بود دیگر ادامه‌دار نشد.

وی تصریح کرد که انجمن صنعت موتورسیکلت‌سازان ایران در نظر دارد تا برای حمایت از مصرف‌کننده و کمک به کاهش تصادفات و مشکلاتی که بعد از تصادف برای راکب پیش می‌آید این طرح را مجدداً ادامه دهد اما در حال حاضر شرایط برای این کار مطلوب نیست.

دبیر انجمن صنعت موتورسیکلت ایران اظهار کرد: تولیدکننده تا زمانی که موتورسیکلت از کارخانه خارج می‌شود تعهد دارد ولی پس از آنکه موتورسیکلت به دست مصرف‌کننده برسد تعهدی در این زمینه که حتماً موتوری دارای بیمه‌نامه باشد ندارد و مسائلی از این دست ابزار کنترلی می‌خواهد.

وی با بیان اینکه تصادفات زیاد در موتورسیکلت‌ها به دلیل کیفیت پایین تولید نیست، ادامه داد: بیش از هشت سال است که تولید موتورسیکلت با ۲۷ استاندارد روز اروپا و استاندارد ملی ایران رصد می‌شود و کارخانه‌ها در صورت رعایت نکردن قوانین استاندارد اجازه تولید ندارند.

به گفته ضیاء مقدم، کیفیت موتورسیکلت‌ها به صورت جدی از طرف سازمان استاندارد و سازمان حفاظت محیط زیست رصد می‌شود و عامل اصلی تصادفات ضعف فرهنگی جامعه است که راکبین به قوانین احترام نمی‌گذارند و منجر به حادثه می‌شود.

سه‌میه کد کارتهای سوخت

باطل می‌شود؟

سختگی شرکت ملی پخش فرآورده‌های نفتی کشور در خصوص باطل شدن سه‌میه برخی از کارتهای سوخت توضیحاتی داد.

به گزارش پایگاه خبری «عصر خودرو» به نقل از باشگاه خبرنگاران، فاطمه کاهسی سختگی شرکت ملی پخش فرآورده‌های نفتی کشور در خصوص باطل شدن سه‌میه کارت سوخت گفت: اگر فردی در فروردین ماه درخواست کارت سوخت بدهد و در اردیبهشت کارت برای وی صادر شود، سه‌میه سوخت آن شخص از زمان صدور کارت شارژ می‌شود.

او ادامه داد: افرادی که کارت سوخت ندارند می‌توانند نسبت به دریافت آن اقدام کنند و از زمانی که کارت برای فرد صادر شود سه‌میه سوخت نیز به آن تعلق می‌گیرد.

سختگی شرکت ملی پخش فرآورده‌های نفتی در خصوص افرادی که کارت سوخت خود را گم کرده‌اند و درخواست کارت المثنی دارند، گفت: سه‌میه کارت سوخت این دسته از افراد در صورتی که هنگام مفقودی مورد سوءاستفاده قرار نگرفته باشد در کارت حفظ می‌شود، در واقع این افراد می‌توانند از سه‌میه‌های گذشته خود استفاده کنند و مشکلی در این راستا وجود ندارد.

کاهسی در ادامه در خصوص نحوه پیگیری کارت هوشمند سوخت افزود: متقاضیان کارتهای هوشمند سوخت ابتدا باید وارد سایت www.epolice.ir شده و سپس روی گزینه کارت سوخت کلیک کنند. بعد در قسمت پیگیری صدور کارت سوخت نسبت به واردکردن نوع و شماره پلاک خودرو اقدام و روی گزینه پیگیری کارت سوخت کلیک کنند.

او گفت: در این قسمت، شماره مرسوله پستی نشان داده می‌شود که با کلیک روی گزینه شرکت پست که به رنگ آبی نوشته شده، وارد سامانه رهگیری مرسولات می‌شوید و با فعال کردن گزینه جست‌وجو، وضعیت کارت سوخت مشخص می‌شود.

سختگی شرکت ملی پخش فرآورده‌های نفتی بیان کرد: متقاضیان به منظور اطلاع دقیق از وضعیت کارت سوخت هم با کلیک روی گزینه مشاهده جزئیات کامل مرسوله می‌توانند از آخرین وضعیت کارت خود باخبر شوند.

کاهسی گفت: همچنین افرادی که کارت سوخت آنها از سال ۱۳۹۴ صادر و در باجه‌های معطله پست مانده، می‌توانند در قسمت رهگیری مرسوله پستی آن را پیگیری کنند و با در دست داشتن کارت شناسایی معتبر و کارت و سند خودرو به اداره پست موردنظر خود مراجعه و کارت سوخت خود را دریافت کنند.

او ادامه داد: اگر کارت سوخت مربوط به خودروهای نوشماره و یا ثبت‌نامی در سایت دولت همراه (GSB) باشد، مالکان باید مبلغ مصوب شده را بابت هزینه صدور کارت سوخت به متصدی تحویل‌دهنده کارت سوخت بپردازند.



توصیه دورسی به

به جای تقلید از بزرگان دنبال

روش‌های جلوگیری از فرسودگی کاری چین وی تاکید کرد که مدیران جوان استارت‌آپ‌ها تقلید کورکورانه از کارآفرین‌های سرشناس و جواب می‌دهد. مدیرعامل توییت‌ری قبول دارد موفق کار دشواری است اما مدیران باید خودشان را بررسی کنند. چنین رویکردی غافل‌کننده دورسی به ایلان ماسک به عنوان تبدیل شده اشاره می‌کند: «مثلاً تصور می‌کنید

ایلان ماسک با ساعات کاری طولانی و مدیریت چندین شرکت موفق به الگویی برای مدیران تازه‌کار بدل شده، اما مدیرعامل توییت‌ری این الگوبرداری را مزخرف می‌داند. به گزارش دیجیاتو، الگو گرفتن از بزرگان دنیای فناوری برای هدایت کسب و کار روش متداولی است اما «چک دورسی»، مدیرعامل توییت‌ری گفت‌وگویی در پادکست «The Boardroom: Out of Office» به همه توصیه کرده به جای شبیه‌سازی این رفتارها دنبال روش‌های متناسب با شرایط خودشان باشند که برای آنها جواب می‌دهد. نکته جالب این است که ۲۰ ساعت کار در روز مثل ایلان ماسک را مزخرف می‌داند. دورسی طی این مصاحبه به مسائل مختلفی پرداخته که از برنامه روزانه او تا آنچه که به وی انگیزه داده و

دوره جامع مهارت‌های بازرگانی و تجارت برگزار می‌شود

فعالیت در حوزه فروش و بازرگانی نیاز به مهارت‌هایی دارد که به وسیله آموزش هدفمند به دست می‌آید. با توجه به نیاز شرکت‌های دانش‌بنیان به توسعه بازار و گسترش تجارت یک دوره جامع آموزش مهارت‌های بازرگانی و تجارت برگزار می‌شود. به گزارش مرکز ارتباطات و اطلاع‌رسانی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، در حال حاضر با توجه به افزایش تعداد شرکت‌های دانش‌بنیان فروش این شرکت‌ها از ۱۲۰ هزار میلیارد تومان فراتر رفته است. شرکت‌های دانش‌بنیان بزرگ برای منابع انسانی خود دوره‌های آموزشی داخلی برگزار می‌کنند، اما شرکت‌های دانش‌بنیان کوچک و متوسط و همچنین هسته‌های فناوری که به تازگی به شرکت دانش‌بنیان تبدیل شده‌اند، نیازمند کمک و بسته خدمتی آموزشی هستند.



دریچه

ستاری: جشنواره «فارابی» فرهنگ غنی ایرانی - اسلامی را به دنیا معرفی می‌کند

استعدادهای جوان برای تحصیل در این حوزه، تبیین کارکرد و نقش خطیر علوم انسانی در فرآیند برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری ملی از طریق شناخت مسائل جامعه، بخش قابل توجهی از این حرکت است. وزیر علوم، تحقیقات و فناوری با بیان اینکه در روند برگزاری یازدهمین دوره جشنواره بین‌المللی فارابی، تعداد زیادی از اساتید برجسته کشور و انجمن‌های علمی معتبر در فرآیندهای علمی و اجرایی همکاری نزدیک داشتند، بیان کرد: تحقق اهدافی که جامعه ایران معاصر مهم می‌داند، نیازمند راهنمایی محققان ایرانی و اسلامی است که این امر به استقلال نهادهای علمی بستگی دارد. در واقع هرگاه شکوفایی و پیشرفتی صورت گرفته، پیش از آن اندیشمندان و نویسندگانی بودند که با تفکر مستقل و توجه ظریف به رویدادهای اطراف خود، قلم زدند لذا هر فعالیتی با نگاه اندیشمندان امکان ظهور و بروز پیدا می‌کند.

غلامی با بیان اینکه جشنواره فارابی تمام تلاش خود را به کار برده تا پیش‌تاز حفظ استقلال علمی بماند و سهم خود را در معرفی اساتید، نخبگان و دانشمندان در این حوزه ایفا کند، گفت: بررسی نتیجه این جشنواره به نوعی پایش منظم علوم انسانی و اسلامی و برآوردی از وضعیت آن به شمار می‌رود، بیانگر آن است که باید به کیفیت آثار علمی در همه حوزه‌ها به خصوص علوم انسانی توجه بیشتری داشته باشیم.

وی با اشاره به شرایط کنونی جهان و شیوع ویروس کرونا مطرح کرد: در ماه‌های گذشته شیوع بیماری جنبه‌های مختلف زندگی اجتماعی را متأثر ساخته و لذا بیش از گذشته، نقش مهم علوم انسانی برای گذر کم‌هزینه از این بحران احساس می‌شود. مسائلی چون تحولات سبک زندگی، حفاظت از محیط زیست و سیاست‌گذاری علمی از مواردی است که پژوهشگران این حوزه با تکیه بر تجربیات ملی و جهانی، می‌توانند آموزش عالی کشور را در شرایط فعلی مساعدت کنند. وزیر علوم، تحقیقات و فناوری در پایان با بیان اینکه امیدوارم این نوع از جشنواره‌ها هر سال سبب ایجاد ارتباط بیشتر جامعه علمی کشور با اساتید و صاحب‌نظران علوم مختلف در دنیا باشد، گفت: از همه کسانی که در طول این مدت به برگزاری هرچه بهتر این جشنواره کمک کردند، کمال تشکر را دارم.

استعدادهای جوان به تحصیل و تحقیق در حوزه علوم انسانی هدایت می‌شوند

جشنواره فارابی هر سال با هدف هدایت استعدادهای جوان به تحصیل و تحقیق در حوزه علوم انسانی و اسلامی، کمک به کاربردی شدن علوم انسانی از طریق شناسایی مهم‌ترین مسائل در گستره جامعه ایران و جهان اسلام و شناسایی و معرفی استعدادهای برتر در حوزه علوم انسانی - اسلامی برای بهره‌مندی از توان آنها در فرآیند توسعه مرزهای دانش برگزار می‌شود.

ستاری با حضور در آیین اختتامیه یازدهمین دوره جشنواره بین‌المللی فارابی، گفت برگزاری چنین جشنواره‌هایی نقشی تاثیرگذار در معرفی فرهنگ غنی ایرانی - اسلامی کشور به دنیا دارد. امیدوارم با کمک این جشنواره‌ها روش خوبی برای این کار پیدا کنیم.

صبح روز گذشته آیین اختتامیه یازدهمین جشنواره بین‌المللی فارابی با حضور سوزنا ستاری، معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری و منصور غلامی وزیر علوم، تحقیقات و فناوری و جمعی از فعالان حوزه علوم انسانی برگزار شد. ستاری در این مراسم با اشاره به سابقه طولانی ایران در حوزه علوم انسانی، گفت: ایران در این حوزه تجربه و سابقه طولانی دارد اما در زمینه انتشارات علوم انسانی هنوز جایگاه خوبی نداریم. معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری معتقد است که برگزاری جشنواره فارابی در شناساندن و معرفی فرهنگ غنی ایران در حوزه علوم انسانی به دیگر کشورها موثر است و باید چنین رویدادی حمایت شود.

رئیس بنیاد ملی نخبگان ادامه داد: امسال به دلیل شیوع بیماری کرونا این جشنواره باشکوه و عظمت درخور شأن خود برگزار نشد، اما این رویداد در هر شکل و شرایطی که برگزار شود باز هم یک جشنواره مهم و تاثیرگذار است.

رئیس ستاد فرهنگ‌سازی اقتصاد دانش‌بنیان معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری همچنین بیان کرد: در شرایط فعلی که همه دنیا درگیر بیماری کرونا هستند وظیفه همه ما است که به یکدیگر

کمک کنیم به خصوص در حوزه‌های مرتبط با علوم انسانی.

«فارابی» در حفظ استقلال علمی کمک‌کننده است

در ادامه این مراسم منصور غلامی وزیر علوم، تحقیقات و فناوری با بیان اینکه برنامه‌ریزی برای کاهش مشکلات و نگرانی‌ها در کشور باید معطوف به تدوین بسته‌های سیاستی دقیق و مناسب از سوی اندیشمندان حوزه علوم انسانی باشد، گفت: جشنواره فارابی تمام تلاش خود را به کار برده تا در حفظ استقلال علمی پیش‌تاز بماند. وی شناسایی و حمایت از اساتید، اندیشمندان و محققان حوزه علوم انسانی را توفیقی ارزشمند دانست و گفت: حوزه تخصصی علوم انسانی در جشنواره فارابی ایجاب می‌کند تا ما در زمینه‌های مختلف این حوزه، به توجه و شناخت هرچه بیشتر اساتید و اندیشمندان همت بگذاریم. این توفیقی است که در این ۱۱ دوره نصب ما شده است؛ هرچند دریای بزرگی از دانش و علم در حوزه علوم انسانی وجود دارد که بسیاری از غواصان زرف‌نگر این حوزه در آن تلاش می‌کنند و شاید ما فقط توفیق معرفی بخش محدودی از این عزیزان را داشته‌یم.

رئیس همچنین افزود: طبعاً راه‌اندازی و حمایت از تداوم برگزاری رویدادهای باشکوهی مانند فارابی برای تحقق اهداف مهمی چون شناسایی و تقدیر از پژوهشگران برتر علوم انسانی، ترغیب و تشویق

معافیت مالیاتی به ۲ هزار و ۳۰۰ شرکت دانش‌بنیان رسید

دانش‌بنیان از حیث دانش‌بنیان بودن مورد بررسی قرار گیرد. به این صورت این شرکت می‌تواند در صورت دارا بودن شرایط در هر سال، به مدت ۱۵ سال از معافیت‌های مالیاتی در نظر گرفته شده برخوردار شود.

عضو هیأت‌علمی پژوهشکده مطالعات فناوری همچنین افزود: شرکت‌هایی که در کارگروه ارزیابی و تشخیص شرکت‌ها و مؤسسات دانش‌بنیان معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری به‌عنوان شرکت دانش‌بنیان تولیدکننده کالا و خدمات دانش‌بنیان یا نوپا تایید شده‌اند لازم است در پایان هر سال با توجه به اطلاعیه‌های کارگروه در وبسایت دانش‌بنیان به کارتابل خود مراجعه کنند و پس از به‌روزرسانی اطلاعات درخواست خود را به دبیرخانه ارسال کنند. دبیرخانه کارگروه نیز پس از بررسی و تایید اطلاعات شرکت و به‌روزرسانی کالا و خدمات شرکت در شه‌ریوماه هر سال، اسامی شرکت‌های دانش‌بنیان را به همراه مصادیق فعالیت‌های دانش‌بنیان آنها به سازمان امور مالیاتی ارسال می‌کند.

در پایان سال مالی ۹۷ حدود ۲ هزار و ۳۰۰ شرکت دانش‌بنیان مشمول استفاده از معافیت‌های مالیاتی بودند که توسط مرکز شرکت‌ها و مؤسسات دانش‌بنیان معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری به سازمان امور مالیاتی کشور معرفی شدند. به گزارش مرکز ارتباطات و اطلاع‌رسانی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، سید محمد صاحبکار، رئیس مرکز شرکت‌ها و مؤسسات دانش‌بنیان معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری در مورد مصادیق فعالیت‌های دانش‌بنیان شرکت‌های مورد تایید معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری گفت: فعالیت‌های شرکت‌های دانش‌بنیان در هر سال به‌روزرسانی می‌شود و پس از تایید مجدد کارگروه مسئول در معاونت علمی و فناوری ریاست‌جمهوری به سازمان امور مالیاتی معرفی می‌شود. وی در ادامه گفت:

بر این اساس، تایید کالا و خدمات شرکت دانش‌بنیان در سال‌های قبل به منزله تایید آن در سال جاری نیست و هر سال پیش از ارسال مشخصات شرکت به سازمان امور مالیاتی لازم است تا مجدداً کالا و خدمات شرکت

تجهیزات صنایع با پوشش‌های فوق مقاوم «ایران ساخت» آسیب نمی‌بیند

یک شرکت دانش‌بنیان موفق به تولید پوشش‌های حفاظتی فوق مقاوم شده است. با این اقدام این محصول یک پنجم قیمت نمونه مشابه خارجی در داخل کشور تولید می‌شود. به گفته داخلی، برای سنجش کیفیت این محصول پنج شاخص وجود دارد. اندازه‌گیری میزان مقاومت این محصول نسبت به سایش، خوردگی، خراش و تعیین ضخامت و میزان چسبندگی این محصول، این پنج شاخص را تشکیل می‌دهد. در آزمایش‌هایی که توسط موسسات ناظر صورت گرفت کیفیت محصول ایران ساخت در سه حوزه خوردگی، سایش و چسبندگی بالاتر از نمونه مشابه خارجی بود.

قادری همچنین بیان کرد: محصول مشابهی نیز برای ایجاد پوشش برای فولاد ضدزنگ تولید می‌شود. با این همه برخی از شرکت‌های بزرگ به دلیل ذهنیتی که دارند محصول خارجی را به‌عنوان محصول ایرانی ترجیح می‌دهند، بدون آنکه کیفیت محصول ایرانی را مورد سنجش قرار داده باشند. لازم است تا در این زمینه فرهنگ‌سازی شود و این شرکت‌ها فرصتی در اختیار شرکت‌های دانش‌بنیان ایرانی قرار دهند تا محصول خود را عرضه کنند.

مدیرعامل شرکت دانش‌بنیان موفق به تولید پوشش‌های حفاظتی فوق مقاوم شده است. با این اقدام این محصول یک پنجم قیمت نمونه مشابه خارجی در داخل کشور تولید می‌شود. محمد قادری، مدیرعامل شرکت دانش‌بنیان آبکار عیارسنج گفت: ماده کنسانتره الکترولس یک ماده غلیظ‌شده ضد جریان الکتریسته است که با استفاده از آلایز خاص نیکل برای تولید پوشش‌های حفاظتی فوق مقاوم ضدخوردگی از آن استفاده می‌شود. وی در ادامه افزود: محصول دانش‌بنیان پوشش‌های حفاظتی فوق مقاوم برای مقابله با خوردگی و ساییدگی در صنایعی مانند نفت، گاز، پتروشیمی و به ویژه حفاری مورد استفاده قرار می‌گیرد. این پوشش‌ها باعث افزایش عمر قطعات و تجهیزات می‌شود و این دستگاه‌ها را در برابر انواع آسیب‌های محیطی محافظت می‌کند. مدیرعامل شرکت دانش‌بنیان آبکار عیارسنج همچنین گفت: درواقع می‌توان

گفت سرمایه اصلی شرکت، دانش فنی تولید این محصولات دانش‌بنیان است. واردات این محصول به دلیل تحریم و نوسانات نرخ ارز با چالش‌های بسیاری مواجه شد. همچنین قیمت نمونه مشابه خارجی به شکل قابل ملاحظه‌ای افزایش



یافته. در حال حاضر محصول پوشش‌های حفاظتی فوق مقاوم ضدخوردگی با یک پنجم قیمت نمونه مشابه خارجی در داخل کشور تولید می‌شود. به گفته قادری، برای سنجش کیفیت این محصول پنج شاخص وجود دارد. اندازه‌گیری میزان مقاومت این محصول نسبت به سایش، خوردگی، خراش و تعیین ضخامت و میزان چسبندگی این محصول، این پنج شاخص را تشکیل می‌دهد. در آزمایش‌هایی که توسط موسسات ناظر صورت گرفت کیفیت محصول ایران ساخت در سه حوزه خوردگی، سایش و چسبندگی بالاتر از نمونه مشابه خارجی بود. قادری همچنین بیان کرد: محصول مشابهی نیز برای ایجاد پوشش برای فولاد ضدزنگ تولید می‌شود. با این همه برخی از شرکت‌های بزرگ به دلیل ذهنیتی که دارند محصول خارجی را به‌عنوان محصول ایرانی ترجیح می‌دهند، بدون آنکه کیفیت محصول ایرانی را مورد سنجش قرار داده باشند. لازم است تا در این زمینه فرهنگ‌سازی شود و این شرکت‌ها فرصتی در اختیار شرکت‌های دانش‌بنیان ایرانی قرار دهند تا محصول خود را عرضه کنند.

شتاب‌دهنده تخصصی معدن و متالوژی افتتاح شد

«صدر فردا» به عنوان نخستین شتاب‌دهنده تخصصی در حوزه معدن و متالوژی با حضور سورنا ستاری، معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری افتتاح شد تا تأمین محصولات و تجهیزات فناورانه کشور در این حوزه با فعالیت تیم‌های مستقر در آن شتاب بگیرد. این شتاب‌دهنده در حوزه تخصصی معدن، صنایع معدنی و مواد پیشرفته، فعالیت می‌کند و تیم‌های مستقر در آن، محصولات، تجهیزات و خدمات فناورانه مورد نیاز بخش معدن کشور را تأمین می‌کنند. ۶۰۰ متر مربع فضا در اختیار در این شتاب‌دهنده قرار دارد. در حال حاضر شش تیم فناوری در آن مستقر هستند و ۱۰ تیم نیز به زودی مستقر می‌شوند.



یادداشت



چهارمین جشنواره ساخت فیلم‌های ۱۸۰ ثانیه‌ای؛ هنر در خدمت تولید ملی

مفاهیم بزرگ و مهم در کشور استفاده می‌کنند. برای مثال بانک پاسارگاد با توجه به شرایط خاص کشور و اهمیت تولید داخلی در سایه تحریم‌ها، چهارمین جشنواره ساخت فیلم‌های ۱۸۰ ثانیه‌ای خود را امسال با محور حمایت از تولید داخلی و رشد ملی برگزار کرده است. فقط تصور کنید از میان فیلم‌های ساخته شده توسط افراد مختلف در این جشنواره چند فیلم مورد توجه مردم قرار گیرد و در شبکه‌های اجتماعی دست به دست شود. تأثیرگذاری این فیلم‌ها برای به شوق آوردن مخاطبین بسیار بیشتر از هر کار دیگری در این زمینه است.

نکته مهم دیگر در این جشنواره علاوه بر محور مهم آن، کشف استعدادها و هنری است. یعنی با یک تیر دو نشان زده می‌شود. هم جوانان با استعداد در حوزه هنر کشف می‌شوند و هم فیلم‌های ساخته شده پیام مهم حمایت از تولید ملی را در ذهن و قلب مخاطبان می‌نشانند. از مسیر همین جشنواره در سه دوره قبل جوانانی به جامعه هنری کشور معرفی شدند که امروز جزو موفق‌ترین اعضای جامعه هنری و فیلم‌سازی هستند.

جزئیات چهارمین جشنواره فیلم‌های ۱۸۰ ثانیه‌ای بانک پاسارگاد

اگر بخواهیم توضیح بیشتری در خصوص چهارمین جشنواره فیلم‌های ۱۸۰ ثانیه‌ای بانک پاسارگاد بدهیم به نکات زیر باید اشاره کنیم:

اول اینکه این جشنواره دوساله برگزار می‌شد و آخرین آن در بهمن ماه سال گذشته بود اما به دلیل نام‌گذاری امسال به عنوان جهش تولید و اهمیت موضوع، مسئولان بانک احساس مسئولیت بیشتری در این زمینه کردند و امسال نیز خلاف رویه اقدام به برگزاری این جشنواره کردند. یکی دیگر از نکات تمایز این جشنواره نسبت به دوره‌های پیشین، دعوت از فیلم‌سازان حرفه‌ای و باتجربه در کنار جوانان و فیلم‌سازی است که در آغاز کار هستند. دلیل این دعوت هم تأکید بر اهمیت بسیار محبت تولید و حمایت از آن برای بانک پاسارگاد است. به این ترتیب احتمال تولید فیلم‌های بسیار تأثیرگذار بیشتر می‌شود و همانطور که پیش از این گفتیم این فیلم‌ها می‌تواند اثرگذاری زیادی روی جامعه داشته باشند. این کار قطعاً راهکاری بسیار مناسب برای هدایت مخاطبین به سمت تولید و در نهایت گامی مهم در جهت دست یافتن به جهش تولید است. یکی دیگر از ویژگی‌های خاص این جشنواره این است که شرکت‌ها و سازمان‌های تولیدی که در این حوزه کارهای ارزشمند همراه با خلاقیت و نوآوری انجام داده‌اند و حائز دستاوردهایی شده‌اند، می‌توانند با گروه‌های فیلم‌ساز وارد مذاکره شوند و آثار تولیدی خود را به جشنواره ارسال کنند. در حقیقت پیوندی میان جهان هنر و شرکت‌ها و سازمان‌هایی که غرق در کار اقتصادی خود هستند و ناخواسته به انعکاس و بازتاب این فعالیت‌ها از طریق هنر می‌تواند توجه بوده‌اند، ایجاد خواهد شد. جشنواره فیلم کوتاه بانک پاسارگاد هم‌اکنون در محله فراخوان ارسال آثار است. علاقه‌مندان می‌توانند تا پایان شهریور، آثار خود را با توجه به شرایط ذکر شده در سایت جشنواره به نشانی <https://pasargadfilmfestir.com/> به دبیرخانه این جشنواره ارسال کنند. لازم به ذکر است جهت ایجاد انگیزه و تقدیر از هنرمندانی که آثار آنها در مرحله داورهای نهایی برگزیده شود، جوایز ارزنده‌ای در این ترتیب در نظر گرفته شده است: 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. همچنین جوایز جشنواره در بخش فیلم‌سازان حرفه‌ای و باتجربه، 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 خواهد بود.



بدون تردید استفاده از فیلم برای رساندن پیام به مخاطبین در قرن ۲۱ و جولان شبکه‌های اجتماعی ملاحظات خاص خود را دارد. مردم دوست ندارند فیلم‌های بلند و تبلیغاتی ببینند. البته این سخن به معنای آن نیست که فیلم‌های بلند تأثیرگذار نیستند. به گزارش فارس، استفاده از هنر برای تأثیرگذاری روی جامعه سابقه بسیار طولانی دارد. از دیرباز تاکنون از سیاستمداران گرفته تا تجار و اهالی کسب و کار همواره از انواع ابزارهای هنری مانند نقاشی، داستان، فیلم و ... برای پیشبرد مقاصد خود استفاده کرده‌اند. به یک علت روانشناسی خیلی ساده اثرگذاری روی عموم مردم از طریق این ابزارها بسیار بیشتر است. افراد دوست ندارند به صورت مستقیم مورد امر و نهی قرار گیرند. اگر به جای ذهن آنها قلبشان را هدف قرار دهیم و احساسات آنها را برانگیزیم بسیار بهتر نتیجه خواهیم گرفت. اگر این کار همراه با خلاقیت و ماهرانه باشد حتی فرد متوجه نخواهد شد که چگونه به یک سمت خاص هدایت شده است. بعد از آنکه بشر موفق به ثبت تصاویر و ساختن فیلم شد و توانست جعبه جادویی و هنر هشتم را به کار گیرد استفاده از این ابزارهای هنری برای مقاصد پیش‌گفته بسیار بیشتر شد. فیلم و سینما آنچنان مورد استقبال مردم قرار گرفت که دیگر برای فعالان حوزه سیاست و اقتصاد شکی به جا نگذاشت که از این طریق می‌توانند تأثیر بسیار زیادی روی مردم بگذارند. در این مسیر به طور قطع هرچه پیامی که قرار است منتقل شود غیرمستقیم‌تر باشد اثرگذاری بیشتری خواهد داشت. مخصوصاً در عصر کنونی که افراد از طریق اینترنت و ماهواره و شبکه‌های اجتماعی به نوعی بمباران اطلاعاتی می‌شوند. بدون تردید استفاده از فیلم برای رساندن پیام به مخاطبین در قرن ۲۱ و جولان شبکه‌های اجتماعی ملاحظات خاص خود را دارد. مردم دوست ندارند فیلم‌های بلند و تبلیغاتی ببینند. سناریست‌ها و کارگردان‌ها باید نهایت خلاقیت را به خرج دهند تا بتوانند پیام خود را از طرف چند دقیقه به مخاطب هدف برسانند. البته این سخن به معنای آن نیست که فیلم‌های بلند تأثیرگذار نیستند بلکه سخن از گستردگی مخاطبین است. یک فیلم کوتاه بدون کلام ممکن است توسط میلیاردها انسان در کره

زمین دیده شود، ولی یک فیلم سینمایی بلند به زبان آلمانی قطعاً مخاطبین بسیار محدودتری خواهد داشت. چه کسی می‌تواند یک فیلم سینمایی را در شبکه‌های اجتماعی به اشتراک بگذارد؟ به همین دلیل، ساختن فیلم‌های کوتاه امروزه بسیار بیشتر مورد توجه قرار گرفته است. هرچند که ساخت آن برای رساندن پیام به مخاطب بسیار سخت‌تر است و نیاز به خلاقیت بیشتری دارد. وقتی قصد داریم جامعه را نسبت به امری تهییج کنیم و توجه آنها را به موضوع خاصی جلب کنیم ابزاری قدرتمندتر از فیلم وجود ندارد. به جرات می‌توان گفت که تأثیر صدها مقاله و توصیه شاید به اندازه یک فیلم خوش‌ساخت نباشد. بنابراین بدون شک فعالان حوزه اقتصاد و سیاست برای دستیابی به اهداف مورد نظرشان باید این ابزار یعنی ساخت فیلم‌های کوتاه را بسیار جدی بگیرند.

برای مثال هم‌اکنون که کشور ما مورد تحریم‌های ظالمانه بین‌المللی است، توجه به تولید داخلی از اهمیت بسیار زیادی برخوردار است. چه از بعد مصرف‌کنندگان که باید تشویق به خرید کالاهای داخلی شوند و چه از بعد فعالان اقتصادی و کارآفرینان که باید آنها را به بخش تولید هدایت کنیم. در این راستا علاوه بر دولت و مسئولان، هر فرد و بنگاه دلسوزی می‌تواند نقش ایفا کند و با استفاده از امکانات و ابزارهای در اختیار خود، جامعه را به این سمت هدایت کند. و چه ابزاری تأثیرگذارتر از فیلم، آن هم فیلم کوتاه می‌تواند یافت. خوشبختانه برخی از بنگاه‌های بزرگ کشور این مهم را دریافته‌اند و در راستای مسئولیت اجتماعی خود چند سالی است که از ابزار فیلم کوتاه برای جا انداختن

به استارت‌آپ‌ها:

روش مناسب خودتان باشید

مدیریت همزمان دو شرکت را شامل می‌شود. ما برای دچار نشدن به فرسودگی باید به جای ببینند چه روشی برای آنها مناسب‌تر است. د که قرار نگرستن تحت تأثیر رفتار رهبران بود آگاهی داشته و تأثیر کار بدون توقف بر گاهی می‌تواند شما را از فرصت‌های پیش رو ان یکی از مدیرانی که برای بسیاری به الگو کنید موفقیت یعنی باید روزی ۲۰ ساعت کار و فقط چهار ساعت استراحت کنیم چون ایلان ماسک به همین روش موفق شده، اما این مزخرف است. اگر به جای نگاه به درون خودمان تنها به دیگران چشم بدوزیم، نمی‌توانیم سطح استانداردهای خودمان را بالا برده و رشد کنیم.»

اشاره دورسی به یکی از مصاحبه‌های ماسک با «نیویورک تایمز» است که طی آن گفته بود هفته‌ای ۱۲۰ ساعت کار می‌کند. البته وی بعداً ساعات کاری را به ۸۰ تا ۹۰ ساعت در هفته کاهش داد. جدای از سخنان مدیرعامل توئیتر پیش از این تحقیقات نشان داده که کار بیش از حد به سلامت ذهن و قلب آسیب زده و حتی می‌تواند به سرطان و خودکشی منجر شود.

منابع حیاتی کشور با سامانه‌ای «ایران ساخت» مدیریت می‌شود

طوبت بالا کار کند، یکی از سه بخش اساسی سیستم اسکادا به شمار می‌رود که چند شرکت دانش‌بنیان داخلی این سخت‌افزار را تولید می‌کنند. بیات افزود: فعالان فناوری پوشش نظارت فرآیند به صورت تخصصی کار برنامه‌نویسی نرم‌افزاری RTU را برای سازندگان سخت‌افزار RTU انجام می‌دهند. وی با بیان اینکه سازوکارهای ارتباطی میان سخت‌افزار و مرکز کنترل یکی دیگر از بخش‌های اساسی سیستم اسکادا است، ادامه داد: چند پروتکل استاندارد برای سیستم‌های اسکادا وجود دارد که یکی دیگر از تخصص‌های متخصصان این شرکت دانش‌بنیان، توسعه پروتکل‌های اسکادا است. بیات، به استفاده از نرم‌افزارها و پروتکل‌های ساخت این شرکت دانش‌بنیان در پروژه‌های داخلی و بین‌المللی اشاره کرد و گفت: این سازوکارها هم‌اکنون در بسیاری از پروژه‌های بین‌المللی استفاده می‌شود. پروژه‌هایی مانند سیستم اسکادای برق آفریقای جنوبی، سیستم اسکادای برق فیلیپین، سیستم اسکادای برق اندونزی، چندین پست برق در آمریکا و شیلی و ... از پروتکل DNP۳ که توسط این شرکت توسعه یافته است استفاده می‌کنند.



«اسکادا» یکی از سامانه‌هایی است که در بسیاری از صنایع، کاربردی حیاتی و زیرساختی دارد. یک شرکت دانش‌بنیان توانسته است نرم‌افزارها و سازوکارهای این سامانه را بومی‌سازی کند، توسعه دهد و به صنایع داخلی و بین‌المللی عرضه کند. اسکادا، سامانه‌ای است که برای مدیریت از راه دور منابع حیاتی، مانند شبکه‌های آب، برق، گاز، نفت و بسیاری از زیرساخت‌های دیگر کاربرد دارد. سامانه‌های اسکادا تمام اطلاعات حیاتی منابع یک کشور را مدیریت می‌کنند و بنابراین از اهمیت فوق‌العاده‌ای در مدیریت منابع کشور برخوردارند. کامجو بیات، مدیرعامل شرکت دانش‌بنیان پوشش نظارت فرآیند با بیان مثالی درباره اهمیت این سامانه گفت: فرض کنید یک چاه آب در شهریار داریم که یک پمپ آب به این چاه متصل شده است. اگر بخواهیم وضعیت این پمپ را در اتاق کنترل که ۵۰ کیلومتر دورتر قرار دارد بررسی یا پمپ را خاموش و روشن کنیم، اسکادا نقش‌آفرین می‌شود. این فعالان فناوری با بیان اینکه سیستم اسکادا دارای سه قسمت اساسی است، عنوان کرد: RTU یا یک کامپیوتر صنعتی که می‌تواند در شرایط نامناسب سایت مانند دما و

شناسایی ۲۷۵۰ شرکت فعال در حوزه اقتصاد دیجیتال

با اشاره به شناسایی ۲۷۵۰ شرکت فعال در حوزه اقتصاد دیجیتال و برنامه‌ریزی برای فراهم کردن بسترهای توسعه‌ای و حمایتی از آنها گفت برنامه‌های توسعه شرکت‌های مرتبط با سه فناوری هوش مصنوعی، بلاک‌چین و اینترنت اشیا تا دو هفته آینده می‌شوند. به گزارش مهر، دبیر ستاد توسعه فناوری‌های حوزه اقتصاد دیجیتال و هوشمندسازی معاونت علمی به راه‌اندازی پایگاه داده اقتصاد دیجیتال در شش ماه اخیر اشاره کرد و اظهار داشت: این پایگاه هم‌اکنون در نشانی <http://digitalstat.ir> فعال است و ظرفیت‌های مختلف این حوزه را شناسایی و معرفی می‌کند. وی با بیان اینکه دبیر ستاد توسعه اقتصاد دیجیتال به ما برای شناسایی ظرفیت‌های این حوزه کمک می‌کند، گفت: میزان توانمندی شرکت‌های دانش‌بنیان، خلاق و استارت‌آپی در این پایگاه مشخص شده و می‌تواند بستری برای معرفی این ظرفیت‌ها در بازار اقتصادی کشور باشد. دبیر ستاد توسعه فناوری‌های حوزه



اقتصاد دیجیتال و هوشمندسازی، افزود: هم‌اکنون بیش از ۵ هزار شرکت دانش‌بنیان و خلاق و استارت‌آپی در این پایگاه داده به ثبت رسیده‌اند، گفت: از این تعداد حدود ۴۰ درصد شرکت‌های دانش‌بنیان ۵۰ درصد شرکت‌های خلاق در حوزه ICT فعال هستند. محمدی گفت: آمارها نشان می‌دهد که حدود ۲۷۵۰ شرکت از این تعداد، در حوزه اقتصاد دیجیتال فعالیت دارند که در دبیر ستاد پایگاه داده ما معرفی و شناسایی شده‌اند. وی حمایت معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری از این حوزه را در قالب فاند، مستلزم سرمایه‌گذاری بخش خصوصی عنوان کرد و گفت: تا دو هفته آینده مدل توسعه‌ای و حمایتی ما از شرکت‌های حوزه اقتصاد دیجیتال که روی فناوری‌های نو مانند هوش مصنوعی، بلاک‌چین، اینترنت اشیا کار می‌کنند، اعلام خواهد شد. محمدی خاطر نشان کرد: تأمین منابع و حمایت مالی از شرکت‌های اقتصاد دیجیتال توسط معاونت علمی به شرط سرمایه‌گذاری بخش خصوصی در این حوزه انجام می‌شود.

<div><div></div><div><div>BRAND</div></div></div>
<p>اخلاق گرایی بهترین شیوه بازاریابی</p>
<p>به قلم: شپب ها یکن کارشناس بازاریابی و فروش</p> <p>مترجم: امیر آل‌علی</p>

همواره در پاسخ به پرسش بهترین شیوه بازاریابی افراد گزینه‌هایی نظیر حضور فعال در شبکه‌های اجتماعی و یا اقداماتی از این قبیل را مطرح می‌کنند، با این حال در این مقاله قصد داریم تا شیوه‌ای به مراتب کم‌خرج‌تر با تاثیر بیشتر را بررسی نماییم. درواقع اخلاقی‌گرایی طیف وسیعی داشته و شامل رفتار شما با کارمندان، مشتری و به صورت کلی کنار گذاشتن هر اقدامی است که اخلاقی محسوب نمی‌شود. برای مثال در صنعت تولید لوازم آرایشی، یکی از اقدامات رایج، انواع آزمایش‌ها بر روی حیوانات است که در حال حاضر مورد انتقاد شدید گروه‌های دغدغه‌مند، قرار گرفته شده است. تحت این شرایط برندهایی که با عدم انجام این اقدامات، در مسیر اخلاقی‌گرایی گام برداشته‌اند، رشدی فوق‌العاده را در چند سال اخیر تجربه کرده و پیش‌بینی می‌شود که در آینده جایگاه برندهای دیگر را تصاحب نمایند. در این راستا رفتار خوب با کارمندان نیز خود یک مزیت رقابتی بوده و باعث می‌شود تا شانس جذب بهترین‌های عرصه خود را داشته باشید. نمونه این امر را می‌توان برند گوگل دانست که به علت فرهنگ سازمانی فوق‌العاده خود، به عنوان بهشت کارمندان نام برده می‌شود. بدون شک تاثیر این اقدام گوگل، از هزاران تبلیغ بیشتر است. در کنار این موضوع شما باید به مشتری خود نیز توجه داشته باشید. درواقع رفتارهای اخلاقی‌گرایانه با آنها باعث می‌شود تا به صورت طبیعی در معرض تبلیغ آنها قرار گرفته و سریعاً در جامعه هدف خود، به محبوبیت لازم دست پیدا کنید. نکته جالب این است که تحقیقات انجام شده بیانگر آن است که اخلاقی‌گرایی در هر حوزه‌ای به کمتر از نصف بودجه یک برند که صرف تبلیغات می‌شود، نیاز خواهد داشت، با این حال برای کسب بهترین نتایج توصیه می‌شود که در کنار توجه به این اصل، روش‌های سودمند بازاریابی نظیر تولید محتوای حرفه‌ای را نیز فراموش نکنید. برای کسب اطمینان از نتیجه‌بخش بودن این اقدام، تنها کافی است تا آمارهای خود را پس از شروع این طرح، با گذشته مقایسه نمایید.

منبع: *business۲community.com*

کمپین بازاریابی مستند ال‌جی برای گوشی هوشمند تازه‌ش

<div><div></div><div><div>BRAND</div></div></div>
<p>به قلم: دینا کریمیستی کارشناس بازاریابی و تبلیغات</p> <p>ترجمه: علی آل‌علی</p>

برند ال‌جی برای رونمایی از نسل تازه گوشی‌های هوشمند خود اقدام به همکاری با آژانس ساخت ویدئوهای مستند هات داکس کرده است. ال‌جی یکی از نخستین برندهای ارائه‌دهنده گوشی هوشمند با فناوری ۵G محسوب می‌شود. همین امر موجب تلاش گسترده مسئولان بازاریابی این برند برای ایجاد بستر مناسب برای جلب نظر مخاطب هدف شده است.

برند ال‌جی در طول سال‌های اخیر همکاری قابل توجهی با موسسه‌های تولید ویدئو داشته است. همین امر موجب بهبود قابل توجه کیفیت ویدئوهای تبلیغاتی آنها شده است. ال‌جی در ادامه این مسیر موفق قصد تولید مجموعه‌ای از ویدئوهای بازاریابی را دارد. این امر پس از نظرخواهی گسترده از کاربران صورت گرفت. بسیاری از برندها در طول سال‌های اخیر به سوی بازاریابی ویدئویی در قالب سریالی گرایش پیدا کرده‌اند، با این حال واکنش کاربران به این اقدام برندها مختلف بوده است. همین امر موجب احتیاط بیشتر ال‌جی در این زمینه شده است.

منبع: *marketingdive.com*

شلواری که کرونا را می‌کشد

شرکت منسوجات سویسی «هی کیو» یکی از نخستین فناوری‌های ضدویروسی در دنیا را توسعه و ارائه داده است که براساس یافته‌های علمی و تحقیقاتی جلوی انتقال کووید-۱۹ از طریق پارچه را می‌گیرد.

به گزارش ام بی ای نیوز، در حال حاضر همکاری این شرکت با برندهای تولیدکننده شلوار چین به نام‌های «دی ال ۱۹۶۱» و «وارپ پلاس وقت» منجر به تولید و عرضه مجموعه لباس‌هایی با کمک فناوری ضدمیکروبی خواهد شد. این برندهای فعال در عرصه چین از فناوری فوق در قالب یک مایع خاص طی مراحل شست‌وشو بهره می‌برند. برای تهیه یک سطح مقاوم به میکروب، آن سطح ضدعفونی خواهد شد. در ساخت این سطح از نقره استفاده شده است که هنگام تماس با مولکول‌های ویروس، آنها را از بین می‌برد. ماده «هی کیو وایرو بلاک» تا ۳۰ بار شست‌وشو بر روی لباس‌ها باقی خواهد ماند.

شرکت هی کیو در ادامه دست به عرضه ماسک‌هایی با کمک گرفتن از فناوری آنتی‌ویروس زده است که در حال حاضر می‌توان آنها را در سوییس یافت. به زودی این ماسک‌ها در اروپا، انگلستان و ایالات متحده آمریکا ارائه داده خواهند شد.



نگرش قطرهای در بازاریابی



۲. می‌توانید با مخاطب ارتباطی موثر بسازید. زمانی که برای مخاطب اطلاعاتی مربوط و مداوم بفرستید می‌توانید ریشه‌های اعتماد را در وجودش بگسترانید

۳. با رعایت زمان مناسب می‌توانید مخاطب را به خرید در لحظه تشویق کنید. اگر اطلاعات مرتبط و صحیح را در زمان درست به مشتری عرضه کنید، پیام‌تان مانند یادآوری عمل می‌کند. مثلاً اگر پیام را در زمان حراج‌های بزرگ بفرستید احتمال خرید مشتری از شما بسیار افزایش می‌یابد.

۴. احتمال خرید در روش بازاریابی قطره‌ای بسیار زیاد است. چراکه در این روش، افرادی هدف قرار می‌گیرند که مشتریان بالقوه محسوب می‌شوند بنابراین نرخ پاسخگویی آنها نیز افزایش می‌یابد. به بیان دیگر اگر شما پیام‌تان را به افرادی بفرستید که به محصول شما علاقه‌ای نشان داده‌اند احتمال اینکه آن پیام به فروش محصول منجر شود بسیار بیشتر از زمانی است که تعداد زیادی پیام را به افرادی می‌فرستید که به محصول‌تان علاقه ندارند.

منبع: *hormond*

ارسال بروشور در ابتدای هر فصل، مشتریان را از محصولات جدید باخبر کنیم یا افراد را تشویق کنیم که دوباره از خدمات و محصولات شرکت خریداری کنند.

تحقیقات نشان داده است که ارسال ایمیل‌های شخصی‌سازی شده و منظم به مشتریان هدف و مشتریان فعلی می‌تواند میزان فروش برندها را به طور چشمگیری افزایش دهد. شرکت‌هایی که از این رویکرد استفاده می‌کنند توانسته‌اند تا زمان صرف شده برای فروش محصول یا خدمات‌شان را تا ۲۳ درصد کاهش دهند. همچنین این نگرش باعث می‌شود نام برند شما همیشه در ذهن مخاطب برنتان تازه باقی بماند. اگر بتوانید همیشه با مصرف‌کنندگان در تماس باشید، احتمالاً می‌توانید امیدوار باشید که به هنگام خرید، مشتریان نام شما را به یاد بیاورند و از شما خرید کنند.

نگرش قطره‌ای در بازاریابی به چهار دلیل می‌تواند در کسب‌وکارها اجرا شود:
۱. مخاطب همیشه حواسش به شما هست، کمپین‌های بازاریابی قطره‌ای با افرادی به اشتراک گذاشته می‌شوند که تا حدی به برند شما علاقه‌مند هستند بنابراین با اعمال این نوع بازاریابی همیشه می‌توانید حواس مخاطب را به سمت خودتان جلب کنید.

فاجعه بازاریابی بدن به عنوان بیلبورد

صیقل می‌دهند. بازاریابی هویت، یک استراتژیِ تفریعی است که مصرف‌کنندگان را تشویق می‌کند تا بخشی از بدن خود را در اختیار برند قرار دهند تا روی آن تبلیغ انجام دهند. ایرلاین نیوزیلند در کمپین خود به مسافران خود پیشنهاد می‌داد که هر کسی که کله خود را کچل کرده و در فرودگاه با بنر تبلیغاتیِ این ایرلاین قدم بزنند، یک بلیت رفت و برگشت رایگان به نیوزیلند بدهد.

این روزها خالکوبی‌های موقتِ برندهای مختلف روی پوست بدن رایج شده است. سازمان‌ها از این افراد مانند یک ابزار تبلیغاتی در رویدادهای ورزشی، کنسرت‌های موسیقی و دیگر گردهمایی‌های عمومی استفاده می‌کنند. هرچند این ایده جدیداً مورد استفاده قرار گرفته است اما در حقیقت ایده خالکوبی موقت برای اولین بار توسط شرکت‌های تولید آدامس در قرن نوزدهم میلادی ایجاد شد و مورد

استفاده از مجسمه مفاخر در هنرهای شهری

موسوی، هنرمند مجسمه‌ساز و مشاور هنرهای شهری شهرداری تهران نیز در رابطه با اهمیت موضوع توجه به هنرهای شهری در حوزه مجسمه‌سازی گفت: در بیشتر نقاط دنیا سالیان متعددی است که استفاده از هنر مجسمه‌سازی نقش مهمی در انتقال مفاهیم تاریخ و فرهنگ داشته و حتی جذابیت‌های توریستی خاصی برای آن کشورها ایجاد کرده و به نوعی برند یک کشور یا شهر شده است.

وی افزود: در ایران سال‌های زیادی هنر مجسمه‌سازی مورد غفلت واقع شده و حتی به عنوان رشته دانشگاهی امکان تحصیل در این حوزه برای علاقه‌مندان وجود نداشت اما ایران تنها کشوری است که این هنر از طریق بخش غیردولتی و غیردانشگاهی توسط شهرداری‌ها تاونست به پویایی و رشد قابل ملاحظه‌ای برسد. به شکلی که با برپایی سمپوزیوم‌ها استعداد‌های بسیاری شناخته شده و به جماع بین‌المللی راه یافتند.

وی با بیان اینکه از اواسط دهه ۷۰ با راه‌اندازی رشته تخصصی مجسمه‌سازی در دانشگاه‌ها شاهد رشد و توسعه این هنر نزد هنرمندان و علاقه‌مندان بودیم، افزود: اکنون علاوه بر شهر تهران در شهرهای کوچک نیز استفاده از مجسمه مشاهیر و مفاخر تاریخ و فرهنگ ایرانی در هنرهای شهری مورد استفاده قرار گرفته است.

وی در مورد سابقه برپایی سمپوزیوم مجسمه‌سازی اظهار داشت: پیشنهاد برپایی گردهمایی هنرمندان این رشته از سال‌ها قبل توسط من مطرح شده بود. در سال ۱۳۸۹ به مناسبت گرامیداشت هفته دفاع مقدس سمپوزیوم مجسمه‌سازی با موضوع ساخت سردیس و پرتره شهدای دفاع مقدس در چهار دوره مقدمه‌ای شد برای شکل‌گیری سمپوزیوم‌های فیگورسازی، پرترسازی و ساخت سردیس مفاخر علمی، فرهنگی و هنری کشور.

ایستگاه بازاریابی

ویدئو کنفرانس حرفه‌ای با ۳ نکته حیاتی

به قلم: تام کینز کارشناس تولید محتوا
مترجم: امیر آل علی

یکی از روش‌های جدید در زمینه تولید محتوا، ایجاد ویدئو کنفرانس است. اگرچه از این امر بیشتر برای ارتباط استفاده می‌شود، با این حال شما می‌توانید کاربردهای به مراتب بیشتری را داشته باشید. این امر خصوصا پس از شیوع ویروس کرونا، مورد توجه جهانی قرار گرفته است. به همین خاطر هم‌اکنون بهترین زمان برای صحبت کردن در رابطه با این موضوع است. با این حال برای موفقیت در هر اقدامی، نکاتی وجود دارد که بدون توجه به آنها، شانس شما با کاهشی شدید مواجه خواهد شد. در این راستا بدون شک تمامی افراد با اصول اولیه ایجاد ویدئو کنفرانس نظیر انتخاب پلتفرم مناسب، آشنا هستند. به همین خاطر در این مقاله به بررسی نکاتی خواهیم پرداخت که معمولا مورد توجه قرار نمی‌گیرد. نکته‌ای که باید به آن توجه داشته باشید این است که این اقدام، صرفا به شرایط حال حاضر محدود نبوده و به علت مزیت‌هایی نظیر از بین بردن مرزها، بدون شک حتی در دوران پسا کرونا نیز با روند رو به رشد خود همراه خواهد بود. به همین خاطر بیهود در این زمینه، به نفع آینده شرکت نیز است.

۱- ضبط و به اشتراک گذاری جلسه

به هر ترتیب ممکن است برخی از افراد در زمان تعیین شده، موفق به حضور در جلسه نشوند. در این راستا ضروری است تا فایل ضبط شده را در اختیار آنها قرار دهید. به صورت کلی معمولا تمامی پتفرم‌ها امکانات ضبط را دارند، با این حال شما می‌توانید از نرم‌افزارهای جانبی نیز در این رابطه استفاده نمایید. در نهایت با آرشو کردن موارد، شما می‌توانید موارد را در دست‌بندی‌های گوناگون قرار داده و در فعالیت‌های آتی خود از آنها استفاده نمایید.

۲- رعایت اصل تعامل

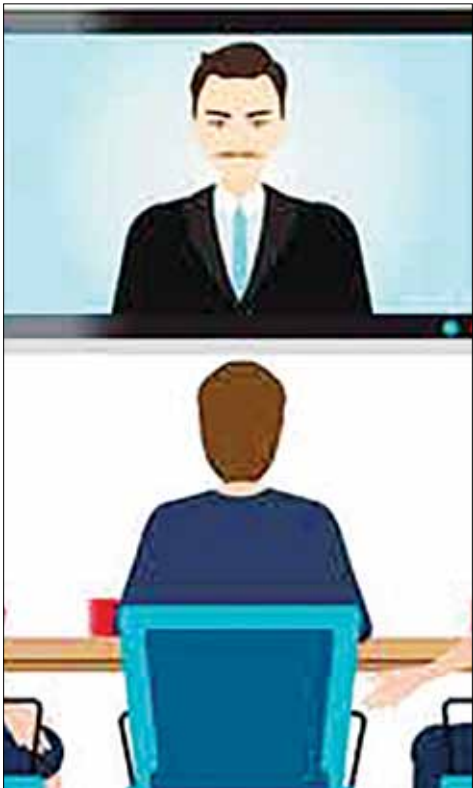
اگرچه برای برگزاری یک ویدئو کنفرانس حالت‌های مختلفی وجود دارد، با این حال توصیه می‌شود که به نحوی رفتار کنید که امکان ارتباط تصویری افراد وجود داشته باشد. این امر باعث خواهد شد تا خروجی اقدامات شما، به مراتب بیشتر شود. در این رابطه توصیه می‌شود که از قبل افراد را نسبت به موارد مورد نیاز توجهی نمایید. برای مثال وجود یک وبکم با کیفیت در کنار توجه به نور محیط، از اساسی‌ترین نکات در راستای تصویری مناسب محسوب می‌شود. همچنین این اقدام کمک خواهد کرد تا از حضور تمامی افراد اطمینان داشته باشید. در واقع در موارد متعدد مشاهده شده است که برخی صرفا وارد محیط کنفرانس شده و پس از آن اقدام به انجام سایر فعالیت‌های خود می‌کنند. این امر باعث می‌شود تا نتیجه مورد نظر را از اقدام خود به دست نیاورید.

۳- به VoIP توجه داشته باشید

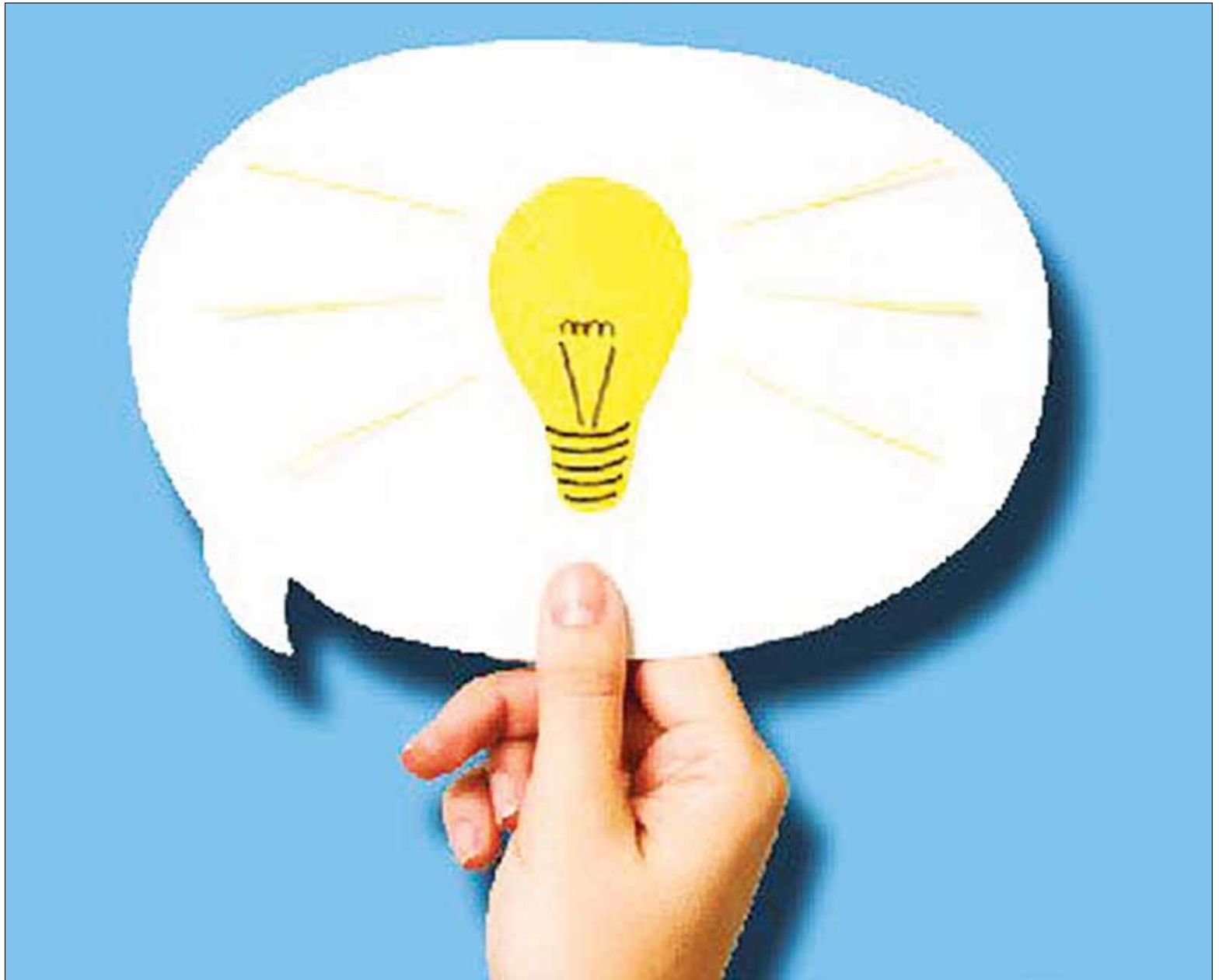
منظور از این بخش انتقال همزمان مکالمات از طریق بستر اینترنت است که باعث خواهد شد تا امکان مکالمه صوتی، مهیا باشد. با این حال معمولا افراد در ویدئو کنفرانس‌ها با مشکل صدا مواجه هستند. علت این امر نیز به خاطر استفاده از میکروفون‌های مختلف است. در این راستا توصیه می‌شود که از افراد بخواهید تا حتما از هندزفری یا هدست استفاده کنند تا صدا کیفیت لازم را داشته باشد. همچنین شما باید برنامه زمانی مشخصی را داشته باشید تا امکان گفت و گوی عادلانه برای تمامی افراد مهیا باشد. در غیر این صورت بی‌نظمی حاکم خواهد شد که زمینه ناراضی‌های گسترده را به همراه دارد. همچنین به افراد نحوه تغییر تنظیمات صدا را آموزش دهید تا خروجی کار، کاملا رسا باشد. در کنار این موضوع ضروری است تا امکان چت نیز وجود داشته باشد. در واقع تنوع بخشیدن به روش‌های ارتباطی باعث خواهد شد تا از ایجاد ترافیک جلوگیری شود. برای مثال در هنگام صحبت‌های یکی از اعضا، فردی دیگر می‌تواند سوال خود را تایپ نماید. این امر سرعت کار را افزایش خواهد داد. در این راستا بهتر است که در زمان مشخص، کنفرانس را به پایان برسانید. در واقع سایر صحبت‌ها را می‌توان در شبکه‌های ارتباطی دیگر نظیر واتس‌آپ، ادامه داد. این امر باعث می‌شود افرادی که تمایلی به بحث‌های فرعی ندارند، بتوانند به برنامه روزانه خود برسند.

در نهایت با رعایت این سه اصل، شما می‌توانید نسبت به موفقیت‌آمیز بودن اقدام خود، اطمینان بیشتری داشته باشید.

منبع: blogtrepreneur.com



۵ قانون بازاریابی که در پیدا کردن جایگاه مناسب و رونق کسب و کار به شما کمک می‌کند



پیروی کردن از چهار قانون اول، در مسیر موفقیت به شما کمک می‌کند، اما قانون پنجم، در حفظ رتبه اول مفید واقع می‌شود.

زمانی که یک شرکت به اندازه مشخصی از توسعه برسد، چه اتفاقی رخ می‌دهد؟ عمومی می‌شود. سپس چه اتفاقی خواهد افتاد؟ سهامداران می‌خواهند که افزایش سود شرکت، همچنان ادامه داشته باشد. در نهایت، مدیران اجرایی شرکت به یک نتیجه مشابه می‌رسند: تنها راه برای راضی نگه داشتن سهامداران، گسترش بیشتر برند و ایجاد خط جدیدی از محصولات است.

این روش در کوتاه‌مدت می‌تواند مفید واقع شود، اما اغلب به کوچک شدن شرکت منجر می‌شود. همین اتفاق برای IBM افتاد؛ این شرکت تلاش کرد تا خط تولید را تا فراتر از کامپیوترهای پردازنده مرکزی گسترش دهد. جنرال موتورز نیز یکی دیگر از برندهایی است که تلاش کرد تا با ظاهر یکسان ماشین‌های خود، همین کار را تکرار کند، اما خودروسازانی همچون تویوتا وارد عرصه شدند و گوی سبقت را از این کمپانی آمریکایی ربودند.

اینجاست که مسئله جدیدی مطرح می‌شود: بسیاری از کمپانی‌های موفق، با حفظ محصول و خدمات اولیه خود، توانستند به روند موفقیت ادامه دهند؛ آنها محصولات جدید را با برند جدید که تحت لقای نام اصلی شرکت قرار دارد، عرضه می‌کنند.

مایکروسافت، برند بزرگ نرم‌افزار را در اختیار دارد، اما تنها در زمینه سیستم عامل، رتبه اول را دارد. برند کرفت (Kraft)، رتبه اول بازار را در اختیار ندارد و چیزی بیشتر از محصولاتش که به فروش می‌رساند، نیست. با این حال، رتبه اول بازار پنیر خامه‌ای را از آن خود کرده است، چرا که این محصول را تحت لیبل متفاوتی (Philadelphia) به فروش می‌رساند.

هر زمان که قصد داشتید محصولات بی‌شمار، خدمات، ایده‌ها و ... را در تحت یک برند به فروش برسانید، به یاد داشته باشید که مشتریان، دچار سردرگمی می‌شوند و از ارزش برند شما نیز کاسته خواهد شد. مردم همیشه نام محصول و مدل آن را با هم همراه می‌کنند (مثل تاید، ریکا و...)، ادراک و احساس از اولین برند تولیدکننده به وجود آمده است. به همین دلیل است که پیشنهاد می‌کنیم، محصولات جدید را با برند جدید معرفی کنید.

آیا این قوانین بازاریابی شکسته خواهند شد؟

البته که این طور است؛ قوانین تا زمانی باقی می‌مانند که کسی بتواند استثنای قابل توجهی را کشف کند، اما هنوز هم در کسب و کارهای بزرگ و کوچک موثر است چرا که با توجه به آمار فعلی، بهترین ایده‌ها هستند. نزدیک به ۱۰۰ سال است که این قوانین باقی مانده‌اند.

حال از خودتان بپرسید:

- آیا شما در عرصه خودتان، اولین هستید یا اینکه باید زمینه جدیدی را ایجاد کنید؟
- شعار یا کلمه خاصی دارید که بتواند شما را مالک یک احساس در ذهن مشتری کند؟
- آیا بیش از اندازه به گسترش برند خود توجه می‌کنید یا روی حفظ جایگاه خود تمرکز کرده‌اید؟
- اینها سوالاتی است که صاحبان کسب و کار باید از خود بپرسند. دانستن پاسخ این سوالات، در صرفه‌جویی انرژی، زمان و پول تاثیرگذار خواهد بود.

منبع: Entrepreneur/ucan

موفقیت دست یافت؟ بله، اگر بتوانید یک زمینه فعالیتی کاملا جدید ایجاد کنید، موفق خواهید شد. شما می‌توانید با تخصصی کردن یکی از زمینه‌های فعالیتی موجود، این کار را انجام دهید و یا اینکه یک بازار جغرافیایی جدید افتتاح کنید.

برای مثال، کمپانی اپل می‌دانست که نمی‌تواند با وجود برندهایی همچون دل و لنوو در دنیای نوت‌بوک (سهام بازار ۷/۲۰ درصد و ۲۰ درصد)، حضور چشمگیری داشته باشد؛ چرا که خیلی دیرتر از سایرین وارد این عرصه شد بنابراین در سال ۲۰۱۲ زمینه تخصصی شده‌ای از نوت‌بوک را وارد بازار کرد: تبلت‌ها. در حال حاضر، کمپانی اپل اولین شرکتی است که این زمینه را افتتاح کرده و با ۶/۲۹ درصد از سهم بازار، در رتبه اول قرار دارد.

۳. ادراک، مهم‌تر از محصول است

طبیعتا انسان باور دارد که می‌تواند با تولید محصول بهتر در یک زمینه فعالیتی موجود پیشرفت کند. به همین دلیل است که استارت‌آپ‌های بی‌شماری با قابلیت‌های خاص، تلاش می‌کنند تا خود را از پیشگامان آن عرصه متمایز کنند. این استارت‌آپ‌ها اغلب محو می‌شوند.

این احتمال وجود دارد که مشتری‌ها برای بهتر بودن محصول جدید شما اهمیتی قائل نشوند؛ آنها به این موضوع توجه نمی‌کنند و شما نیز نمی‌توانید آنها را قانع کنید. به همین دلیل است که خوشمزه‌تر بودن پیسی از کوکاکولا، هیچ اهمیتی ندارد. صادقانه باید بگوییم، اگر اولین پیسید، پس در ذهن مشتری‌ها به عنوان بدترین شناخته می‌شود.

اما اگر بتوانید قانون ادراک را دریابید، می‌توانید از آن به نفع خود استفاده کنید؛ حتی اگر اولین نباشید.

برای مثال، کمپانی اپل در زمینه کامپیوترهای شخصی، موزیک‌پلیرهای دیجیتال و حتی گوشی‌های هوشمند لمسی، اولین نبود، با این حال توانست هر کدام از این عرصه‌ها را متغلب کند؛ چرا که درک ارزش، مهم‌تر از حقایق است.

آیا شما نیز تمام شعرهای آگهی‌های تبلیغاتی دهه‌های ۷۰ و ۶۰ که از رادیو و تلویزیون پخش می‌شد را به خاطر دارید؟ برای مثال، مک دونالد را در نظر بگیرید؛ این شرکت احتمالا بیشتر از همه شرکت‌های جهان، شعر و شعار داشت. احتمالا به همین دلیل است که امروزه کسی آنها را به خاطر ندارد. اما برند Folger از سال ۱۹۰۸ تا به حال، شعر و شعر خود را حفظ کرده است، اما چرا این موضوع اهمیت دارد؟ به این دلیل که اگر شما صاحب یک کلمه، عبارت، شعر یا شعار باشید، احتمالا جایگاه ویژه‌ای را در ذهن مشتری، از آن خود کرده‌اید. شما دارای یک احساس مستند هستید که ارزش بی‌ظنیری دارد.

برند نایک با شعار «Just do it»، نمونه بازاری از مالکیت یک احساس است. آگهی نایک با همین شعار، از سال ۱۹۸۸ تا به حال پخش می‌شود. در حال حاضر، زمانی که نام این برند به گوش مردم می‌رسد، به این فکر می‌کنند که در حال بستن بندها هستند و برای انجام کاری آماده می‌شوند.

پس جای تعجبی نیست که این برند توانست برنده اول در عرصه کفش‌های کتانی یعنی آدیداس را پشت سر بگذارد. نایک در حال حاضر، ۲/۲۷ درصد از سهم بازار جهانی را در اختیار دارد؛ این در حالی است که آدیداس، ۷/۸ درصد از سهم بازار آمریکا را به دست آورده است. شما چیزی از شعار آدیداس می‌دانید؟

۵. رقابت کردن در تمام زمینه‌ها اغلب به معنای عدم پیروزی است

اینترنت در سال ۲۰۱۶ سرشار از مقالات سفید و کتاب‌های الکترونیکی است که درباره ایجاد یک صفحه فرود بهینه، راهاندازی یک کیف بازاریابی داخلی، نقشه‌برداری از کمپین پرورش ایمیل و ... صحبت می‌کنند، اما این نکته را همیشه به یاد داشته باشید، اولین بودن همیشه از بهترین بودن، مهمتر است؛ می‌توانید از کوکاکولا یا پیسی بپرسید.

لازم به ذکر است که مشتری‌ها هرگز درباره اساس و مبنای بازاریابی سوال نمی‌پرسند. در دوره‌ای که اینترنت کاملا شخصی‌سازی می‌شود، بازاریابی نیز به مجموعه‌ای از سیستم‌ها تبدیل شده است تا اینکه تنها یک چارچوب مفهومی باشد.

اینجاست که یک سوال اساسی مطرح می‌شود: آیا بازاریابی قوانینی

دارد که به آنلاین یا آفلاین بودن مخاطب بستگی داشته باشد؟ تا چند سال آینده، بازاریابی به شکل یک مد دراماتیک تکامل خواهد یافت؛ داده‌های بزرگ از همین حالا اعمال تغییرات را آغاز کرده‌اند. اینترنت همه چیز، متغیرهای بیشتری را به این مجموعه اضافه خواهد کرد و البته نباید تغییرات واقعیت مجازی را نیز نادیده گرفت.

با تمام این اوصاف و با وجود تمام تغییراتی که به وجود خواهد آمد، این پنج قانون بازاریابی که در اینجا بیان می‌کنیم هرگز تغییر نخواهند کرد؛ چرا که براساس روانشناسی مشتری این قوانین ثابت شده هستند. این قوانین به استراتژی کسب و کار، توسعه محصول و به ویژه رشد، مفهوم می‌بخشند:

۱. اولین بودن مهم‌تر از بهترین بودن است

زمانی که یک شرکت در زمینه‌ای اولین باشد، تاثیرات آن تا نسل‌های طولانی باقی خواهند ماند؛ برای مثال کوکاکولا را در نظر بگیرید که برای اولین بار نوشابه‌های گازدار را روانه بازار کرد.

کمپانی کوکاکولا در سال ۱۸۹۲ تاسیس شد. طی ۱۲۴ سالی که از آن زمان می‌گذرد، برندهای بی‌شماری ظاهر شده و از بین رفته‌اند. تنها رقیب باقی‌مانده، پیسی است که در سال ۱۸۹۸ یعنی شش سال بعد از کوکاکولا تاسیس شد و همچنان به کار خود ادامه می‌دهد. کمپانی کوکاکولا در سال ۲۰۱۵ توانست ۴۲.۲ درصد از سهم بازار آمریکا را از آن خود کند؛ این در حالی است که سهم پیسی، ۱/۳۱ درصد بود.

به بیان دیگر، یک اختلاف شش ساله در «اولین بودن» باعث می‌شود که ۶/۱۱ درصد از سهم بازار را از دست بدهید. پیسی در آزمون‌های طعم، موفق‌تر عمل کرده است، با این حال در این شرایط بازار، پشت سر برند کوکاکولا باقی می‌ماند. این طور که به نظر می‌رسد، تاثیر خوب در برخورد اول، از آنچه که فکر می‌کنید بیشتر اهمیت دارد.

۲. اگر نمی‌توانید در یک زمینه اولین باشید، پس زمینه فعالیتی جدیدی را ایجاد کنید

تا به امروز، زمینه‌های فعالیتی بی‌شماری شکل گرفته‌اند که هر کدام از آنها، یک آغازکننده داشته و سایر افراد فعال در این زمینه تنها تقلیدکننده بوده‌اند، اما درباره کوکاکولا و پیسی، این رقابت ۱۰۰ ساله در نهایت به یک مسابقه دو نفره تبدیل شده است.

همین مسئله در زمینه رقابتی شخصی، با برندهای HP و Dell تکرار شد (به ترتیب، ۱/۲۸ درصد و ۹/۲۳ درصد از سهم بازار آمریکا). نمونه دیگری نیز در صنعت خودروسازی با برندهای جنرال موتورز و فورد با سهم بازار ۴/۱۷ و ۳/۱۵ اتفاق افتاد. اگر در این زمینه‌ها نفر سوم یا چهارم هستید، برای‌تان آرزوی موفقیت داریم.

اما آیا می‌توان بدون اولین یا دومین بودن در این زمینه‌ها، باز هم به

ریسک‌های طلایی کار آفرین‌ها

به قلم: پاول کیچرز نویسنده حوزه مدیریت و کارآفرینی
مترجم: امیر آل‌علی

یکی از مواردی که همواره به آن تاکید شده است، ریسک‌پذیر بودن یک کارآفرین است، با این حال آیا تاکنون به این موضوع فکر کرده‌اید که ضروری‌ترین ریسک‌هایی که باید برای رشد برند خود انجام دهید، کدامند؟ در واقع عدم آگاهی از بهترین و بدترین‌ها در هر فعالیتی، زمینه ناپودی شما را به وجود می‌آورد. در این راستا به بررسی سه ریسکی خواهیم پرداخت که موقعیت‌های طلایی را برای هر مدیر و کارآفرینی به وجود می‌آورد.

۱- سرمایه‌گذاری بر روی موارد نوآورانه

در این رابطه تنها کافی است تا به برندهای موفق جهان نگاهی بیندازید. آنها همواره بودجه مناسبی را صرف تحقیقات جهت بهبود جایگاه خود در آینده، می‌کنند. تحت این شرایط ممکن است تصور کنید که بدون توجه به این بخش، صرفاً زمینه رشد را از دست خواهید داد و این امر به معنای حفظ جایگاه حال حاضر است، با این حال تصور شما کاملاً نادرست بوده و با توجه به این امر که عدم فعالیت شما با تلاش‌هایی از سوی سایر برندها همراه خواهد بود، این سیاست شما را در سیرری نزولی قرار خواهد داد. در این راستا شما با تمرکز بر روی فرصت‌های موجود و یا در حال شکل صنعت خود، رشدی تضمین شده را خواهید داشت. در این راستا توجه داشته باشید که برخی از برندها، اقدام به جاسوسی از رقبای خود می‌کنند تا انتخاب‌های بهتری را داشته باشند. علت این امر که به این بخش عنوان ریسک اطلاق شده است، این است که به صورت میانگین بیش از ۵۰ درصد پروژه‌هایی که انتخاب می‌کنید، به نتایجی نمی‌رسد. به همین خاطر نیز این اقدام یک ریسک بوده و تضمینی برای موفقیت‌آمیز بودن آن وجود ندارد، با این حال اهمیت آن به حدی حیاتی است که نباید توجهی به این آمار داشته باشید. در کنار این موضوع با مطالعه و کسب تجربه به مرور زمان می‌توانید عملکرد درخشان‌تری را داشته باشید و مواردی را انتخاب کنید که شانس به اجرا درآمدن بالاتری را دارند.

۲- اقدام بدون بودجه کافی

در هر صنعتی اگر بخواهید تا منتظر شرایط مطلوب باشید، بدون شک فرصت‌ها را از دست خواهید داد. به همین خاطر یکی از اقدامات بسیار مهم این است که حتی بدون بودجه کافی، بتوانید فعالیت خود را آغاز نمایید. در واقع در مسیر کار، شما می‌توانید امکانات بعدی را نیز مهیا نمایید، با این حال این امر نیز یک ریسک بوده و ممکن است باعث شود که نتیجه‌ای نامطلوب به دست آورید. با این حال بدون قبول این ریسک، شما همواره فرصت‌های موجود را به برندهای قدرتمند خواهید داد و این امر باعث می‌شود تا زمینه رشد شما کاملاً محدود باشد. در این رابطه فراموش نکنید که تقریباً تمامی برندهای موفق حال حاضر جهان، در ابتدای کار خود امکانات و بودجه بسیار کمی داشته ولی ایده خود را از دست نداده‌اند. در این رابطه فراموش نکنید که ایده‌ها هیچ‌گاه منتظر شما نمی‌مانند. در واقع ایده امروز شما ممکن است فردا توسط فردی دیگر به اجرا گذاشته شود. به همین خاطر بسیار مهم است که زمان را از دست ندهید.

۳- سرمایه‌گذاری بر روی جامعه هدف

در نهایت از دیگر اقدامات بسیار مهمی که شما باید انجام دهید این است که بر روی جامعه هدف خود سرمایه‌گذاری کرده و آمادگی ذهنی لازم برای قبول برند و محصولات خود را در آنها ایجاد نمایید. در این راستا طیف اقدامات بسیار گسترده بوده و نباید خود را به چند مورد محدود نمایید. با این حال ممکن است انتخاب‌های شما، نتیجه لازم را نداشته باشد. زمان و بودجه خود را از دست بدهید. این امر یک واقعیت در زمینه کارآفرینی بوده و شما باید ریسک آن را قبول نمایید. با این‌حال همواره تکنیک‌هایی وجود دارد که باعث خواهد شد تا تاثیرگذاری اقدامات شما افزایش پیدا کرده و شانس موفقیت بالاتری را داشته باشید. در این راستا برای نزدیک‌تر کردن تصورات خود به نظرات جامعه هدف، بهتر است که از روش‌هایی نظیر نمونه‌گیری و نظرسنجی استفاده نمایید.

منبع: business۲community.com



تکنیک‌های مدیریت زمان در کسب و کارهای کوچک

بررسی ۱۰ تکنیک کاربردی

۴. ارزیابی مداوم وضعیت مالی شرکت

وضعیت مالی شرکت‌ها نقش مهمی در پیشبرد پروژه‌ها دارد. اگر شما وضعیت مالی مناسبی نداشته باشید، نحوه مدیریت کسب و کار به طور کلی تغییر خواهد کرد. مهمترین نکته در زمینه انتخاب الگوی مدیریت برند آگاهی از وضعیت مالی کسب و کار است. امروزه بسیاری از برندها فقط در مواجهه با بحران‌های بزرگ متوجه اشتباهات مدیریتی و کمبودهای مالی کسب و کارشان می‌شوند. اگر شما علاقه‌مند به ادامه فعالیت در عرصه کسب و کار هستید، باید هرچه سریع‌تر نسبت به ایجاد روندهای مشخص برای ارزیابی وضعیت کسب و کارتان اقدام نمایید. در غیر این صورت وضعیت کسب و کار شما غیرقابل پیش‌بینی خواهد شد.

مشکل اصلی در زمینه ناتوانی کسب و کارها برای پیش‌بینی وضعیت‌شان مربوط به امکان بروز هرگونه تهدیدی در زمینه مدیریت کسب و کار است. امروزه نرم‌افزارهای بسیار متنوعی برای ارزیابی خودکار وضعیت مالی کسب و کار وجود دارد. توصیه این بخش تلاش برای استفاده از چنین نرم‌افزارهایی به منظور بهبود فرآیند مدیریت

به قلم: دارن دی ماتاس کارشناس کسب و کار

ترجمه: علی آل‌علی

کسب و کارها در طول روز برنامه‌های بسیار زیادی برای مدیریت دارند. این امر در صورت عدم برنامه‌ریزی درست به منظور مدیریت همزمان چند امر مختلف موجب بروز مشکلات بسیار وسیعی خواهد شد. کارآفرینان برای عملکرد مناسب در دنیای کسب و کار فقط نیازمند ایده‌های مناسب نیستند، امروزه مدیریت زمان بدل به دغدغه شماره یک اغلب برندها شده است. دلیل این امر اهمیت بالای زمان برای پیشبرد طرح‌ها و اهداف کسب و کار است. اگر شما توانایی مدیریت چند امر به صورت همزمان را نداشته باشید، در عمل با مشکلات بسیار زیادی مواجه خواهید شد.

مدیریت زمان به صورت کاربردی موجب پیشرفت دقیق و مطابق برنامه کسب و کار خواهد شد. بسیاری از برندها در گام نخست برنامه‌های دقیق و جالبی دارند، اما به محض ورود به عرصه واقعی کسب و کار تمام آنها را فراموش می‌کنند. امروزه زمان در دسترس برندها بسیار محدود است. حجم وسیع کارهای موجود برای رسیدگی نیز همین زمان محدود را کمتر می‌کند بنابراین شما برای رسیدگی درست به تمام بخش‌های کسب و کارتان به برنامه‌های دقیق نیاز دارید. هدف اصلی مقاله کنونی بررسی بهترین راهکارها برای مدیریت بهینه زمان در عرصه کسب و کار است. شما به این ترتیب فرصت کافی برای مدیریت فرآیندهای مختلف برندان در زمانی محدود را خواهید یافت.

۱. برنامه‌ریزی اصولی

ایجاد روندهای یکسان و مشخص برای برند تنها گزینه موردنیاز برای موفقیت در مدیریت زمان نیست. بسیاری از کسب و کارها در عمل تخصص بسیار زیادی در جنبش کارهای جاری ندارند. اگر شما با چندین کار در طول روز مواجه هستید، باید نوعی اولویت در میان آنها قرار دهید. در غیر این صورت کارهای مهم شاید آخر از همه سازماندهی شود. این امر مشکلات بسیاری برای برندها ایجاد می‌کند. اگر شما برنامه کاری دقیق و کاربردی نداشته باشید، همیشه نسبت به کارایی برنامه‌تان تردید خواهید داشت. توصیه مناسب در اینجا تلاش برای همکاری با کارشناس‌های کسب و کار برای بهبود فرآیند مدیریت زمان است.

وقتی ما در تلاش برای برنامه‌ریزی مناسب برای کسب و کارمان هستیم، باید جلوه‌های مختلف برندان را مدنظر قرار دهیم. اشتباه اغلب کارآفرینان تمرکز بر روی یک بخش ویژه از کسب و کارشان است. نتیجه این امر عدم موفقیت برندها برای اجرای برنامه کسب و کارشان خواهد بود. اگر شما نیز تجربه مشابهی در زمینه برنامه‌ریزی و مدیریت کسب و کار داشته‌اید، باید به نکات مختلف در مورد برندان توجه نمایید. این امر چشم‌انداز وسیع‌تری در اختیار شما برای برنامه‌ریزی قرار خواهد داد.

۲. استفاده از اپ‌های هوشمند

امروزه گوشی‌های هوشمند یکی از ابزارهای حرفه‌ای برای مدیریت کسب و کار محسوب می‌شود. این اپ‌های به ظاهر ساده تاثیر بسیار زیادی بر روی فعالیت برندها دارد. شما با استفاده از آنها امکان صرفه‌جویی در زمان

در دسترس برندان را دارید. برخی از کارهای روزمره برندها دارای ماهیت ساده و تکراری هستند. اگر شما توانایی اجرای چنین کارهایی با استفاده از اپ‌های هوشمند را داشته باشید، بسیاری از مشکلات برندان حل خواهد شد.

خوشبختانه بسیاری از اپ‌های موردنیاز کسب و کارها به صورت رایگان در بازار وجود دارد، با این حال اگر شما نیاز خاصی دارید، شاید طراحی اپ مخصوص برای برندان ایده بدی نباشد. این امر همیشه هزینه سنگینی به همراه ندارد. همکاری با برنامه‌نویس‌های حرفه‌ای یا افراد دارای مهارت در این حوزه یک بار برای همیشه نیازهای جاری و ساده شما را حل و فصل خواهد کرد.

وقتی کارهای ساده و روزمره شرکت به سادگی توان حل و فصل داشته باشد، شما دیگر نیازی به اختصاص زمان قابل توجه به آنها را نخواهید داشت. این امر به معنای وجود زمان بیشتر برای مدیریت امور مختلف کسب و کار خواهد بود. مزیت اصلی اپ‌های هوشمند امکان اجرای آنها بر روی گوشی‌های همراه است. شما به این ترتیب نیازی به فضای قابل توجه برای رسیدگی به امور موردنظر نیز نخواهید داشت.

۳. جابه‌جایی کارها در صورت امکان

برخی از کارها در روزهایی خاص دارای اهمیت بیشتری هستند. به عنوان مثال، اگر شما در پایان مهلت مقرر برای یک پروژه باشید، باید هرچه سریع‌تر نسبت به سازماندهی‌اش اقدام نمایید. بدون شک در چنین موقعیتی رسیدگی به پروژه موردنظر اولویت نخست برند شما خواهد بود. ویژگی اصلی یک برنامه مناسب در زمینه مدیریت زمان معطوف به انتعاط‌پذیری‌اش است. اگر برنامه شما انتعاط‌پذیری مناسبی داشته باشد، شما به راحتی توانایی مدیریت شرایط مختلف را خواهید داشت.

همکاری با تیم‌های مختلف شرکت برای تعیین اولویت‌های اصلی امری ضروری است. امروزه برخی از برندها بدون همکاری با دیگر تیم‌ها و کارمندان شرکت اقدام به تعیین اولویت‌ها می‌کنند. اگر شما در چنین موقعیتی دست به انتخاب‌های اشتباه بزنید، اعتبار کسب و کارتان به شدت دچار مشکل خواهد شد بنابراین همیشه پیش از تعیین اولویت‌های اصلی کسب و کار اقدام به همکاری با اعضای شرکت نمایید.



زمان است. ما در دوره کنونی باید تمام تلاش‌مان برای پرهیز از امر پرهیزه برای مدیریت کسب و کار را نشان دهیم. این امر با استفاده از نرم‌افزارهای رایج و ارزان‌قیمت به خوبی عملی خواهد بود.

۵. ضرورت حفظ تمرکز

مدیریت زمان نیازمند تمرکز بسیار زیادی دارد. اگر شما به طور مداوم با حواس‌پرتی مواجه هستید، باید به فکر ایجاد شرایط و محیط کاری بهتری باشید. در غیر این صورت برنامه‌ریزی برای کسب و کار و مدیریت زمان دست‌نیافتنی خواهد ماند. امروزه امور بسیار زیادی توانایی برهم زدن تمرکز کاری افراد را دارد. مهم‌ترین مسئله در این میان تلاش برای حذف المان‌های مزاحم و پرت‌کننده حواس از محیط کسب و کار است. طراحی دفتر کار یکی از مهم‌ترین نیازهای کسب و کارها محسوب می‌شود. اگر شما در این زمینه توانایی اجرای ایده‌های مناسب را نداشته باشید، به طور مداوم در بازه‌های زمانی حساس کسب و کارتان دچار حواس‌پرتی خواهید شد.

امروزه مقالات و اپ‌های کاربردی برای طراحی محیط‌های کاری در دسترس برندها قرار دارد. همچنین همکاری با کارشناس‌های طراحی محیط کار نیز ایده مناسبی خواهد بود. سالانه زمان بسیار زیادی از برندها به دلیل حواس‌پرتی نیروی کار در طول ساعت‌های اداری هدر می‌رود. شما با تغییر وضعیت محیط کار امکان نقش‌آفرینی در زمینه کاهش چنین فرآیندی را خواهید داشت.

۶. «نه» گفتن ترس ندارد

بسیاری از مدیران توانایی ابراز نظر منفی و یا «نه گفتن» را ندارند. این امر مشکلات بسیار زیادی برای برندها در مسیر کلی کسب و کار ایجاد می‌کند. اگر شما توانایی تاثیرگذاری مناسب بر روی کارمندان یا مشتریان را نداشته باشید، تمایل‌تان برای عدم مخالفت با ایده‌های مختلف افزایش خواهد یافت. نکته مهم درخصوص برندهای موفق توانایی بالای تیم مدیریتی‌شان برای ابراز نظرات منفی است. این امر نیاز به آموزش خاصی ندارد. تنها مسئله مهم توجه به بی‌فایده بودن موافقت با هر تصمیمی از سوی کارمندان یا مشتریان است.

ابزار مخالفت و ارائه پاسخ منفی به دیگران به معنای قطع همکاری با آنها نیست. شما برای مدیریت زمان بهتر باید طرح‌های مختلف را به سرعت مورد بررسی قرار دهید. اگر مدیران برای بیان پاسخ منفی نگرانی‌های متعددی داشته باشند، فرآیند بررسی پیشنهادهاى مختلف

بیش از اندازه طولانی خواهد شد. امروزه برندها در دنیای کسب و کار نیازمند تصمیم‌گیری سریع هستند بنابراین شما باید به سرعت نسبت به پاسخ‌های مشتریان یا کارمندان اظهارنظر نمایید.

۷. ارزیابی زمان در دسترس

مدیریت زمان بدون ارزیابی زمان در دسترس امکان‌پذیر نیست. بخش مهمی از این فرآیند مشاهده و ارزیابی تاثیر برنامه‌های مختلف و تازه برند بر روی فرآیند مدیریت زمان است. اگر شما در این زمینه توانایی قابل توجهی نداشته باشید، در عمل اجرای برنامه‌های مدیریت زمان بی‌فایده خواهد بود. بسیاری از برندها در طول بازه‌های زمانی طولانی در تلاش برای کاهش زمان موردنیاز برای مدیریت امور مختلف هستند، با این حال اگر شما معیار مشخصی برای ارزیابی وضعیت نداشته باشید، توانایی‌تان برای ارزیابی دقیق تاثیرگذاری استراتژی‌های موردنظر به شدت کاهش خواهد یافت.

توصیه مورد بحث در این بخش ارزیابی وضعیت مدیریت شرایط شما باید به طور مداوم در تلاش برای اجرای استراتژی‌های مختلف و ناتوانی برای مشاهده

تاثیر واقعی آنها باشید. وقتی کارمندان برای رسیدگی به یک پروژه مشخص زمان را مدنظر قرار می‌دهند، تمایل بیشتری برای مدیریت کسب و کار در مدت زمانی کمتر خواهند داشت. این امر نوعی گرایش عمومی در میان کارآفرینان محسوب می‌شود. شما باید پیش از شروع یک پروژه زمان دقیق آغاز کار را یادداشت نمایید. سپس هدف اصلی شما کاهش زمان موردنیاز برای رسیدگی

به فرآیند موردنظر خواهد بود. به این ترتیب با گذشت زمان مهارت شما برای انجام کارهای جاری برند در مدت زمانی کمتر افزایش می‌یابد. توصیه‌شان خواهد کرد. در غیر این صورت شما باید به طور مداوم در تلاش برای اجرای استراتژی‌های مختلف و ناتوانی برای مشاهده تاثیر واقعی آنها باشید.

۸. انجام کارهای متعدد را فراموش کنید

انجام کارهای متعدد به دو معنا مدنظر کارآفرینان قرار دارد. معنای نخست شامل تلاش برای سازماندهی امور مختلف در مدت زمانی محدود است. این فرآیند شامل پیشبرد کارهای مختلف به صورت همزمان و متداخل است. بدون تردید کمتر کارآفرینی توانایی موفقیت در چنین شرایطی را دارد. اگر شما مهارت قابل توجهی در زمینه مدیریت کسب و کار نداشته باشید، انتخاب چنین شیوه‌ای اجتناب‌ناپذیر خواهد بود. شاید در نگاه نخست این راهکار زمان موردنیاز برند شما را کاهش دهد، اما در عمل موجب افزایش نیاز شما برای مدیریت کسب و کار می‌شود. معنای دوم شامل مدنظر قرار دادن چند پروژه به طور همزمان و اختصاص زمان‌های مشخص در روز برای رسیدگی به هر کدام است. این امر همچنین شامل رسیدگی کامل به یک پروژه و سپس شروع فعالیت بر روی یک طرح دیگر است. اگر شما قصد سازماندهی چندین کار به صورت همزمان را دارید، باید این شیوه را مدنظر قرار دهید. در غیر این صورت توانایی شما برای مدیریت کارهای در دسترس‌تان به شدت کاهش خواهد یافت.

امروزه برندهای بسیار زیادی در دنیای کسب و کار نیازمند رسیدگی به وضعیت کارهای در دسترس‌شان در مدت زمانی اندک هستند. نکته مهم در این میان محدودیت توانایی‌های

کارآفرینان است. شما در هر صورت مانند دیگران نیاز به استراتحت دارید. اگر فشار کاری بیش از اندازه‌ای بر روی شما ایجاد شود، به راحتی امکان ناتوانی برای مدیریت بهینه امر پیش خواهد آمد بنابراین کارهای در دسترس‌تان را در بازه‌های زمانی مشخص و با در نظر گرفتن زمان مناسب برای استراحت مدنظر قرار دهید.

۹. شناسایی المان‌های اصلی اتلاف وقت

هر برندی در زمینه مدیریت کسب و کار برخی عادت‌ها یا رفتارهای نامناسب دارد. چنین رفتارهایی اغلب نقش مهمی در اتلاف زمان در دسترس برندها ایفا می‌کنند. اگر شما علاقه‌مند به مدیریت بهینه کسب و کارتان با صرفه‌جویی در زمان در دسترس هستید، باید نسبت به شناسایی هرچه سریع‌تر چنین المان‌هایی اقدام نمایید. در غیر این صورت وضعیت کسب و کارتان به شدت نامناسب خواهد شد.

امروزه بسیاری از برندها در تلاش برای مدیریت زمان بهتر هستند. اگر در این میان حذف رفتارهای غلط در زمینه مدیریت سازمانی مدنظر قرار نگیرد، هرگز موفقیت بلندمدت برندها به دست نخواهد آمد بنابراین شما باید در فرآیند مدیریت زمان به دنبال شناسایی و حذف رفتارهای نامناسب‌تان نیز باشید. این امر فقط در مورد تیم مدیریتی نیست. تمام بخش‌های یک برند امکان اتخاذ رفتارهای نامناسب از نقطه نظر مدیریت زمان را دارند بنابراین شما باید نگاه واقع‌گرایانه‌ای به این مسئله داشته باشید.

۱۰. مدیریت زمان به صورت شخصی

تقویت انگیزه هر کدام از اعضای شرکت برای مدیریت زمان به صورت فردی اهمیت بسیار زیادی دارد. اگر کسب و کارها در زمینه مدیریت زمان فقط به دنبال اعمال استراتژی‌های مشخص باشند، فرآیند موردنظر بسیار دشوار پیش خواهد رفت. توصیه ما در این بخش درونی ساختن فرآیند مدیریت زمان از سوی برندهاست. این امر نتیجه بسیار بهتری برای شما و کارمندان بخش‌های مختلف در بی خواهد داشت. وقتی کارمندان خودشان نسبت به مزیت‌های مدیریت بهینه زمان آگاهی پیدا کنند، دیگر نیازی برای اعمال فشار از سوی شما برای اتخاذ چنین رویکردهایی نخواهد بود. این امر به معنای کاهش زمان موردنیاز برای اجرای استراتژی و افزایش کارایی برنامه خواهد بود.

منبع: smallbusinessbonfire.com

۱۲ شخصیت مختلف در محیط کار و روش درست تعامل با آنها



یکی از مولفه‌های مهمی که بودن در محیطی را لذت‌بخش یا عذاب‌آور می‌کند، افرادی هستند که در آن محیط با آنها سروکار داریم. هر یک از همکاران در محیط کار شخصیت ویژه و خاص خودشان را دارند، بنابراین نمی‌توان با همه آنها به یک شکل رفتار کرد. توجه به این نکته اهمیت زیادی در پیشرفت شغلی ما دارد و به خاطر شغل و حرفه‌مان، شرکتی که در آن کار می‌کنیم و خودمان بهتر است که تا جای ممکن با بیشتر همکاران کنار بیاییم و روش درست تعامل با آنها را بدانیم. در ادامه ۱۲ مورد از انواع مختلف همکاران، چگونگی شناخت و تشخیص آنها و راه کنار آمدن با آنها را شرح داده‌ایم.

۱. برنده

این همکار فردی است که رئیس هر زمان که باید کاری انجام شود، به او مراجعه می‌کند. اساساً در توصیف برنده می‌توان گفت که او کارمندی ایده‌آل است. برنده فردی است که همیشه در لحظات حساس و مهم، یا پروژه‌های بزرگ به او تکیه می‌کنند. نیازی به گفتن نیست که این فرد فهرست بلندی از دستاوردها دارد، در هر شرایطی آرامش و تمرکز خود را حفظ می‌کند و توانایی مسئولیت‌پذیری دارد. برنده از دارایی‌های مهم و باارزش شرکت به شمار می‌رود.

۲. قهرمان خاموش

همیشه این نوع همکاران را حمایت و تشویق کنید، قدرتان آنها باشید و از خودتان بپرسید: «چه چیزهایی می‌توانم از این فرد بیاموزم تا حتی از او نیز بهتر شوم؟»

۳. قهرمان خاموش

قهرمان خاموش کسی است که کار خود را بدون تقدیر و قدردانی‌ای که سزاوار آن است، انجام می‌دهد. این نوع همکار فرد مهمی در گروه شماست. او ترجیح می‌دهد جلب‌توجه نکند. قهرمان خاموش هر روز تمام تلاش خود را می‌کند و بهترین کارش را ارائه می‌دهد. این فرد شباهت زیادی به «برنده» دارد ولی معمولاً دست‌کم گرفته می‌شود و توجه چندانی به او نمی‌کنند، اما وجود او برای شرکت بسیار ضروری است.

چگونه با این نوع همکار تعامل کنیم؟
کاری کنید که قهرمان خاموش حس کند که به دستاوردهایش توجه می‌شود. البته نباید در مورد این مسئله هیاهوی زیادی به راه بیندازید؛ زیرا او علاقه‌ای به جلب‌توجه کردن ندارد. سعی کنید او را از کنج خلوتش بیرون بیاورید؛ او را به موقعیت‌هایی وارد کنید که در آنها باید رهبری گروه را برعهده بگیرد و مسئولیت‌های بیشتری را بپذیرد.

۴. مربی

مربی عاشق این است که چیزهایی فراتر از جنبه‌های صرفاً فنی شغل را به شما بیاموزد. او با اشتیاق، دانش خود را در اختیارتان قرار می‌دهد

و کمک می‌کند که چشم‌انداز گسترده‌تری از شیوه کار کردن در شرکت به دست آورید. از کمک‌های مربی برای پیشرفت در حرفه‌تان نترسید؛ زیرا این همکار فقط بهترین‌ها را برای شما می‌خواهد.

۵. پیشکشوت

چگونه با این نوع همکار تعامل کنیم؟
شاگرد خوبی باشید و به تمام نصیحت‌های او گوش بدهید؛ زیرا مسیر شغلی و زندگی حرفه‌ای شما بدون داشتن مربی، کامل نخواهد شد. فرقی نمی‌کند که در حال حاضر در چه پست و موقعیتی هستید؛ چون در هر صورت، داشتن مربی خوب بسیار ارزشمند است. به بینش و شناخت او درباره شغل و حرفه خود توجه داشته باشید؛ زیرا این فرد می‌تواند مهارت‌ها و دانش کاربردی بیشتری در اختیارتان قرار دهد.

۶. پیشکشوت

پیشکشوت کسی است که مدت زیادی عضو سازمان شما بوده است؛ بی‌شک، سایر همکاران و خود او هر از گاهی به این مسئله اشاره می‌کنند.

۷. پیشکشوت

چگونه با این نوع همکار تعامل کنیم؟
آیا می‌خواهید درباره تاریخچه شرکت یا سال‌های ابتدایی شروع کار آن چیزی بدانید؟ پیشکشوت کسی است که می‌توانید سوال‌های خود را از او بپرسید. حتماً این همکار را در گفت‌وگوها و تصمیم‌گیری روزانه شرکت دهید تا احساس نکند که نادیده گرفته شده است.

۸. دوست

دوست کسی است که در محل کار و بیرون آن همراه شماست. این نوع همکار می‌تواند نقش‌های زیادی داشته باشد. او کسی است که به نظرات و ایده‌های شما گوش می‌دهد، همواره می‌تواند به او اعتماد کنید و در شرایط دشوار همراه شماست. گاهی این همکار صمیمی‌ترین و نزدیک‌ترین دوست شماست.

۹. چگونه با این نوع همکار تعامل کنیم؟

قدر روابط دوستانه‌ای را که در محل کار برقرار می‌کنید، بدانید! این همکار کسی است که همیشه می‌تواند به او تکیه کنید. اگر تازه‌کار هستید و به دنبال دوستی در محل کار می‌گردید، گشاده رو و مهربان باشید و سعی کنید با دیگران روابط خوبی برقرار کنید.

۱۰. شوخ‌طبع

همکار شوخ‌طبع، در محل کار، فضای غیررسمی و سرزنده‌ای را ایجاد می‌کند. او زندگی را زیبا می‌بیند و در جلوگیری از ایجاد موقعیت‌های تنش‌زا استاد است.

۱۱. چگونه با این نوع همکار تعامل کنیم؟

چگونه با این نوع همکار تعامل کنیم؟
از هم‌صحبتی و شوخی‌های همکار شوخ‌طبع لذت ببرید، البته تا زمانی که این شوخی‌ها موجب رنجش کسی نشده‌اند. مراقب باشید که این شوخی‌ها و سرگرمی‌ها در انجام کارهای جدی و مهم شما اختلالی

ایجاد نکنند؛ چون هر چیزی باید در جای خودش باشد و نباید شوخی و سرگرمی را با کارهای مهم خود قاطی کنید.

۱۲. سخن‌چین

سوال‌هایی مانند «شنیدی تو جلسه برای فلانی چه اتفاقی افتاد؟»، «درسته که می‌خوان کارمندان رو اخراج کنن؟»، «آیا واقعا اونها با هم رابطه دارن؟» همگی پرسش‌هایی هستند که سخن‌چین از جواب دادن به آنها خوشحال می‌شود. بعضی از همکاران سخن‌چین عاشق اختراع کردن داستان‌های تکان‌دهنده هستند و بعضی هم وقت خود را صرف گفتن داستان‌هایی جذاب درباره دیگران می‌کنند.

۱۳. چگونه با این نوع همکار تعامل کنیم؟

همیشه مراقب همکار سخن‌چین باشید. خیلی وقت‌ها او را در گوشه‌ای یا سر میز دیگران، در حال کشف آخرین شایعات و خبرها پیدا می‌کنید. اگر این داستان‌ها به گوش‌تان رسید، عاقلانه رفتار کنید و این شایعه‌ها را پیش خود نگه دارید و به دیگران نگویند. به هر چیزی که این فرد به شما می‌گوید با شک‌و‌تردید نگاه کنید. وقتی که این فرد اطراف شماست، مراقب حرف‌های‌تان باشید. اگر شما شخصیت اصلی داستان بعضی از این خبرچینی‌ها و شایعات هستید، به سراغ منبع اصلی شایعه بروید و با او برخورد کنید.

۱۴. چاپلوس

افراد چاپلوس روش ساده‌ای بلدند: آنها برای بهره‌برداری کردن از افراد بالاتر از خود تقریباً هر کاری می‌کنند، کارهایی مانند گفتن حرف‌های خوشایند و تعریف و تمجید کردن. این کار موجب می‌شود که این افراد برای پیش بردن منافع خود، از همکاران سوءاستفاده کنند؛ البته این عجیب نیست و بخشی از شخصیت آنهاست.

۱۵. چگونه با این نوع همکار تعامل کنیم؟

اینکه نقشه‌های فرد چاپلوس به جایی می‌رسد یا خیر، به خود او مربوط می‌شود. بهتر است که فقط او را تنها بگذارید و از او دوری کنید. البته این رفتار او می‌تواند به شما انگیزه بدهد و موجب شود که دستاوردهای‌تان را به دیگران نشان دهید و ارزش افزوده‌ای را که برای شرکت ایجاد کرده‌اید، به رئیس خود یادآوری کنید.

۱۶. غرغرو

تجربه نشان داده است که معمولاً تعامل با فردی که همیشه غر می‌زند و شکایت می‌کند، مفید نیست. غر زدن و شکایت کردن او می‌تواند نتیجه نامیدی و سرخوردگی، خستگی، استرس یا ناراضی بودن از محل کار باشد.

۱۷. چگونه با این نوع همکار تعامل کنیم؟

اجازه ندهید که احساسات منفی یا افکار منفی این نوع همکاران

روی شما تاثیر بگذارد. به جای اینکه تحت‌تاثیر حرف‌های منفی این فرد قرار بگیرید، سعی کنید موضوع گفت‌وگو را تغییر دهید و درباره موضوع مثبت و بهتری مانند راه‌حل غلبه بر ناامیدی و سرخوردگی‌های او صحبت کنید.

۱۸. سیاست‌باز

از فرد سیاست‌باز هیچ چیز بعید نیست. گاهی بعضی از همکارها از پشت به شما خنجر می‌زنند؛ مثلاً فردی که گمان می‌کردید دوست شماست، ایده شما را به نام خودش ارائه می‌کند. آیا تا به حال چنین مشکلی برای‌تان پیش آمده است؟

۱۹. چگونه با این نوع همکار تعامل کنیم؟

در رویارویی با افراد سیاست‌باز همیشه باید هوشیار و مراقب باشید. هرگز با او مانند افراد عادی رفتار نکنید و این هوشیاری و احتیاط خود را کنار نگذارید؛ حتی اگر همه چیز خوب به نظر برسد و ظاهراً دلیلی برای احتیاط و هوشیاری شما وجود نداشته باشد. به هر چیزی که فرد سیاست‌باز می‌گوید، با شک‌و‌تردید نگاه کنید و به راحتی حرف‌های او را نپذیرید.

۲۰. کم‌کار

افراد کم‌کار و از زیر‌کار دررو درست مانند سراب می‌مانند: در ظاهر، مشغول کار به نظر می‌رسند؛ درحالی‌که در واقع مسئولیت‌های خود را به گردن دیگران می‌اندازند و از منافع و مزایای انجام آنها بهره‌مند می‌شوند.

۲۱. چگونه با این نوع همکار تعامل کنیم؟

اگر کارهای این همکار روی شما یا گروه شما تاثیری نمی‌گذارد، بهتر است که او را نادیده بگیرید؛ ولی اگر روی کار شما تاثیر می‌گذارد، حتماً به این رفتار او اشاره کنید و به او تذکر بدهید. اگر فرد کم‌کار تحت نظارت و مدیریت شما کار می‌کند، با تعیین کردن اهداف و مهلت‌های مشخصی برای او، بیشتر از دیگران مراقب کار کردنش باشید.

۲۲. تازه‌کار

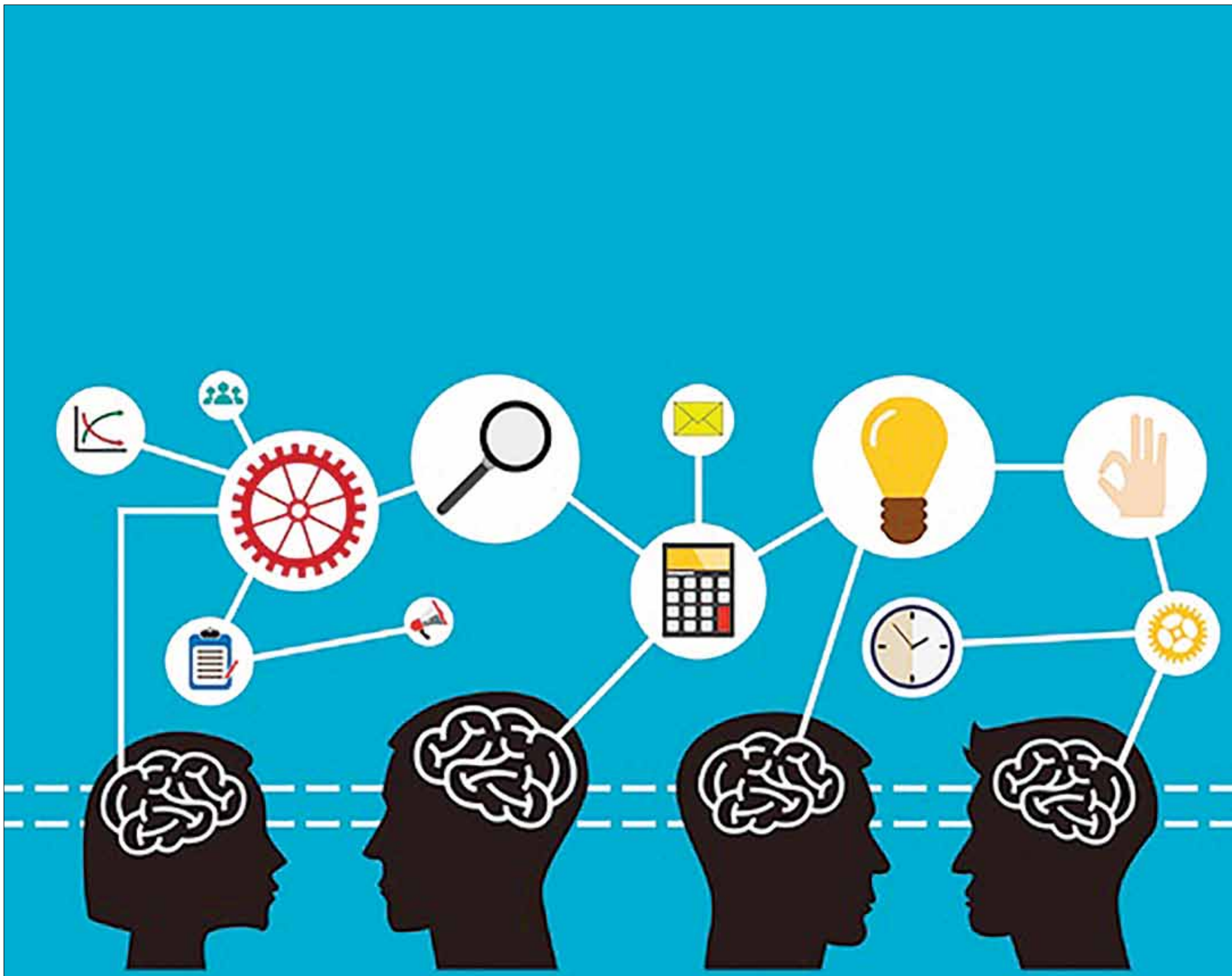
همکار تازه‌کار معمولاً فردی است که به تازگی تحصیلات خود را به پایان رسانده و مشغول کار شده یا تازه در شرکت شما استخدام شده است.

۲۳. چگونه با این نوع همکار تعامل کنیم؟

آیا روزهای اولی را که تازه مشغول کار شده بودید و مهارت کافی نداشتید، به یاد می‌آورید؟ وقت آن رسیده که قدم جلو بگذارید و مربی او شوید. اگر لازم است، همکار تازه‌کار و مبتدی‌تان را زیر پرورال خود بگیرید و هر روز چیزهای تازه‌ای به او بیاموزید. این همکار تازه‌کار به خاطر آموزش و کمک‌هایی که به او کرده‌اید، سپاسگزارتان خواهد بود.

منبع: hays/chetor

کسب و کارهای کوچک چطور می‌توانند با تقویت محتوا به بازگشت سرمایه بهتر برسند؟



مخاطبان خود را دریافت کنید تا آنها را در زمینه بازگشت سرمایه به کار بگیرید. ابزارهایی مثل Hootsuite، SproutSocial و Buffer. با جمع‌آوری اطلاعات درباره بهترین زمان‌ها برای پست گذاشتن و نوشتن محتوا در زمان‌هایی که بیشترین تعامل را با کاربر دارد، به شما کمک می‌کند تا استراتژی‌های دقیق‌تری را تعیین کنید. بدین ترتیب می‌توانید کتابخانه‌ای از محتوای فوق‌العاده را تهیه کنید و آنها را هر چند وقت یکبار به اشتراک بگذارید.

۹. مراقب هزینه‌هایی که پرداخت می‌کنید باشید

تولید و اشتراک‌گذاری محتوای تعاملی می‌تواند پرهزینه باشد. تصاویر شخصی‌سازی شده، الگوهای رفتاری، گرافیک‌های باارزش و بازاریابی گسترده، پرهزینه است. تصاویر باکیفیت را نمی‌توان در کتابخانه محتوا نادیده گرفت، اما بیشتر بودن آن، به منزله بهتر بودن نیست. گاهی اوقات اضافه کردن یک تصویر فوق‌العاده با کیفیت و بزرگ، هیچ تاثیری را در میزان درآمد شما نخواهد داشت.

مراقب هزینه‌های تان باشید و اگر در حال نزدیک شدن به میزان درآمد اصلی هستید و یا متوجه شدید که بازگشتی ندارد، متوقف شوید.

۱۰. کیفیت فروش خود را بهینه‌سازی کنید

همیشه راه‌هایی برای بهتر شدن بازگشت سرمایه در تمامی مراحل پروسه خرید وجود دارد. در بالاترین قسمت کیف، به مخاطبان بالقوه نگاهی بیندازید، کسانی که در واقع در حال تلاش برای جذب آنها هستند و مطمئن شوید که توانایی خرید محصولات شما را دارند. ترافیک زیادی که آن را افرادی ایجاد کرده‌اند که قصد خرید ندارند، بی‌فایده خواهد بود.

در بخش میانی کیف، محتوا قرار دارد. آیا می‌تواند تعامل برقرار کند؟ اعتماد مخاطب را جلب می‌کند؟ آیا حس اضطراب را به وجود می‌آورد، به گونه‌ای که افراد همین حالا برای خرید اقدام کنند؟ با مطرح کردن سوالات به فراخور مرحله‌ای از کیف که در آن حضور دارید، باید مطمئن شوید که در حال ترغیب و تشویق مشتریان هستید. پیشرفت و بهتر کردن بازگشت سرمایه، همیشه به معنای کار کردن بیشتر نیست. موضوع این است که باید روی کاری که انجام می‌دهید، متمرکز شوید تا تلاش‌های شما به سمت یک هدف مشخص حرکت کند.

منبع: Entrepreneur/ucan

می‌شوند، علاقه‌ای به جست‌وجو کردن در اینترنت ندارند. این افراد اغلب ترجیح می‌دهند که به فیس‌بوک یا وب‌سایت پرسش و پاسخ Quora مراجعه کنند.

اگر در گروه‌های این پلتفرم‌ها و وب‌سایت‌هایی که مخاطبان تان در آنها به دنبال پاسخ هستند، خود را به عنوان یک متخصص صمیمی معرفی کنید، افراد نیز از اینکه پست‌هایی را منتشر کرده و به سوالات آنها پاسخ دهید، خوشحال خواهند شد. اگر به طور دائم در بحث‌ها شرکت کنید، لینک‌ها و پست‌های شما با استقبال روبه‌رو خواهد شد.

۶. محتوای خود را طراحی کنید

همانطور که در بحث‌ها شرکت می‌کنید و موضوعات مختلف در عرصه فعالیت‌های خود را بررسی می‌کنید، متوجه می‌شوید که کدام پرسش‌ها بیشتر از همه مطرح می‌شوند. محتوای خود را به گونه‌ای بنویسید که پاسخی به این پرسش‌ها باشد و زمانی که سوالات مشابه بار دیگر مطرح شد، آنها را با یک یادداشت صمیمانه و دوستانه به اشتراک بگذارید.

زمانی که در حال نوشتن این محتواها هستید، بازگشت سرمایه را به خاطر داشته باشید. لینک‌های خرید مرتبط را نیز در آنها بگنجانید تا بتوانید ترافیک ناشی از آنها را به فروش تبدیل کنید؛ علاوه بر این، باید به گونه‌ای بنویسید که خواننده‌های جدید را برای دنبال کردن صفحات شما ترغیب کند.

۷. عنوان یا تیترهای خوبی را انتخاب کنید

اگر محتوای فوق‌العاده شما از یک عنوان عالی و قانع‌کننده برخوردار نباشد، تمامی تلاش‌های شما در زمینه محتوای خوب، جایگاه بالا در موتور جست‌وجو، اشتراک‌گذاری تعاملی و استراتژی‌های پر قدرت جذب می‌کنند که محتوا را بخوانند و آن را به اشتراک بگذارند. آنها گاهی اوقات بدون اینکه محتوا را بخوانند، عنوان تاثیرگذار شما را به اشتراک می‌گذارند. نوشتن تیترهایی که علاقه مردم را جلب کند و در عین حال واقعتاً دور نباشد، یک مهارت است که باید آن را فرا گرفت.

۸. از ابزارهای مناسب شبکه‌های اجتماعی استفاده کنید

برخی از ابزارهای اشتراک‌گذاری شبکه‌های اجتماعی از لحاظ دریافت بازخورد بهتر از سایرین هستند. شما باید بتوانید که بازخوردهای

ذخیره کرده‌اید برای یادگیری بیشتر جدول‌های زمانبندی موثر و بهترین انواع پست برای موثرترین کانال‌ها استفاده کنید.

۳. بهترین محتوای خود را به صورت مستمر به‌روز رسانی کنید
شما زمان زیادی را اختصاص می‌دهید تا بهترین محتوا با قدرت فوق‌العاده برای تبدیل شدن به فروش را تولید کنید، پس اجازه ندهید که این محتوا بی‌فایده بماند و یا منقضی شود. باید تشخیص دهید که کدام پست‌ها بالاترین نتیجه را داشته‌اند و زمان خود را به گونه‌ای تقسیم بندی کنید که هر ۳ تا ۶ ماه آنها را به‌روز رسانی کنید. محتوای خود را بخوانید و بررسی کنید که آیا به آپدیت منابع نیاز دارد و یا اینکه باید تازه‌های صنعت را به آن اضافه کرد یا خیر.

این به‌روز رسانی به شما اجازه می‌دهد تا محتوای خود را بار دیگر در سراسر شبکه‌های اجتماعی و خبرنامه ایمیلی خود منتشر کنید. آپدیت محتوا باعث می‌شود که همچنان مرتبط باقی بماند و در نتایج موتورهای جست‌وجو نیز عملکرد بهتری خواهد داشت.

۴. تصاویر را به گونه موثری به کار بگیرید

استفاده موثر و درست از تصاویر یکی از بهترین روش‌ها برای کسب و کارهای کوچک است تا محتوای خود را بهینه‌سازی کنند. اولین کاری که باید انجام دهید این است که محتوای شما، حداقل باید از یک تصویر مناسب و مربوط برخوردار باشد؛ با توجه به برآوردهای انجام‌شده، مطالبی که در آنها از تصویر استفاده شده، تا ۹۴ درصد بازدید بیشتری دارند و احتمال اشتراک‌گذاری آنها در شبکه‌های اجتماعی، ۴۰ برابر بیشتر است. علاوه بر این، تنها گذاشتن یک عکس مهم نیست، بلکه باید تنظیمات درستی را برای تصاویر انتخاب کنید. به بیان دیگر، نسبت‌های درست تصویر، اندازه‌های طول و عرض تصویر و اضافه کردن المان‌های ستو مثل ALT و عنوان متن را نیز به درستی در نظر بگیرید.

۵. ترویج و ترفیع تعاملی

اگر بخواهید که محتوای خود را در زمان مناسب، در مقابل دید مردم قرار دهید و آنها را به خرید کردن ترغیب کنید، باید تلاش‌هایی را در این زمینه به کار بگیرید. استفاده از سنو و تاکتیک‌های تبلیغاتی که باعث می‌شود در زمان جست‌وجوی مخاطب در گوگل، به عنوان یکی از ریزال‌های خوب به نمایش گذاشته شوید، تمرین خوبی است. با این حال، برخی به روابط انسانی‌تر علاقه دارند و زمانی که با مشکلی مواجه

چطور می‌توان مطمئن شد که زمان و سرمایه‌گذاری روی تولید و بازاریابی محتوا ارزشمند خواهد بود؟ محتوای عالی و ترافیک بالای حساب‌های کاربری شما می‌تواند حساب‌های بانکی تان را تغذیه کند. حسابرسی بازگشت سرمایه پست‌های بلاگ و دیگر محتواهای آنلاینی که منتشر می‌شود، یکی از ساده‌ترین گام‌ها به سمت سودآوری بیشتر شرکت‌ها به شمار می‌رود. در ادامه چند ترفند برای افزایش سودآوری محتوایی که تولید کرده‌اید را معرفی می‌کنیم.

۱. درک درست از تجزیه و تحلیل ترافیک

اگر می‌خواهید در بالاترین حالت بازگشت سرمایه قرار بگیرید، به داده‌های قابل اطمینان برای اندازه‌گیری ترافیک و نتایج نیاز دارید. گوگل آنالیتیکس، یک منبع قدرتمند از اطلاعات است که می‌تواند به شما بگوید که مشتريان شما دقیقاً از کجا می‌آیند، با این حال قابلیت‌های فراوان این ابزار قدرتمند می‌تواند کاربران خود را سردرگم کرده و آنها را از استفاده موثر باز دارد.

خوشبختانه گوگل، آموزش رایگان این ابزار را ارائه کرده و به شما کمک می‌کند تا اهداف خود را تعیین کنید، در آزمون‌های جانبی شرکت کنید، به درک درست از کیف فروش برسید و نتایج تلاش‌های خود را پیگیری کنید. این پروسه، ارزش زمانی که برای آن صرف می‌کنید را دارد و اندازه‌گیری دقیقی از نتایج را در اختیار شما قرار می‌دهد.

۲. روی تلاش‌های مربوط به شبکه‌های اجتماعی تمرکز کنید

مدیریت تمامی کانال‌های شبکه‌های اجتماعی، انرژی و زمان زیادی را طلب می‌کند. این کار شرایطی را فراهم می‌کند تا محتوای خود را در انواع مختلفی از اپلیکیشن‌ها و پلتفرم‌ها منتشر کنید، اما در عین حال می‌تواند زمان را به طور کل تلف کند. انواع مختلف شبکه‌های اجتماعی، جمعیت کاربران و نتایج مخصوص به خود را دارد، بنابراین باید بدانید که از کدام مسیر به فروش بیشتر دست پیدا می‌کنید، نه اینکه تنها بازدیدکننده‌های خود را افزایش دهید.

برای مقایسه بازگشت سرمایه در هر کدام از این شبکه‌ها، باید در واقع میزان فروش جمع‌آوری شده آنها را با ارزش زمان و سایر منابعی که روی آن سرمایه‌گذاری کرده‌اید، مقایسه کنید. تلاش‌هایی که در آینده به کار می‌گیرید را روی یک یا دو کانالی متمرکز کنید که بیشترین بازگشت را داشته‌اند. علاوه بر این، می‌توانید از زمانی که



اشتباهات بازاریابی همیشه کم‌هزینه نیستند

۶ اشتباه بازاریابی پرهزینه

به قلم: شائل ترنو کارشناس بازاریابی

ترجمه:علی آل‌علی

فعالیت در دنیای بازاریابی همیشه همراه با بروز اشتباهات مختلف است. بسیاری از برندها و بازاریاب‌ها فقط به روی پیروی و موفقیت صنعت بازاریابی توجه دارند. اگر شما قصد ارزیابی دقیق این عرصه را داشته باشید، باید به وجه شکست و ناکامی صنعت بازاریابی نیز توجه نمایید. ما در این مقاله قصد بررسی هرچه دقیق‌تر اشتباهات بازاریابی را داریم. یکی از بهترین راهکارها برای پرهیز از اشتباهات بازاریابی آگاهی از آنهاست بنابراین بررسی آنها در این مقاله فقط جنبه سرگرمی ندارد. اگرچه اشتباهات بازاریابی تنوع بسیار زیادی دارد، اما همه آنها به یک اندازه تاثیر منفی بر روی آینده کسب و کارها ندارد. برخی از اشتباهات بازاریابی هزینه‌های بسیار زیادی روی دست برندها می‌گذارد. ما در ادامه این مقاله به بررسی برخی از اشتباهات پرهزینه بازاریابی خواهیم پرداخت.

عدم شناخت درست مخاطب هدف

بازاریابی همیشه با هدف جلب نظر مخاطب هدف روی می‌دهد. این امر اهمیت بسیار زیادی برای برندها دارد. اگر شما در زمینه جلب نظر مخاطب هدف مهارت بالایی نداشته باشید، به سرعت با مشکل بازاریابی مواجه خواهید شد. یکی از اشتباهات پرهزینه برندها در زمینه بازاریابی هدف‌گذاری بر روی مخاطب اشتباه است. این امر ناشی از اطمینان بی‌مورد به توانایی بازاریابی برندمان است. اغلب برندهای بزرگ پیش از هدف‌گذاری کامل بسر روی مخاطب هدف اقدام به ارزیابی چندباره وضعیت کسب و کارشان می‌کنند بنابراین شما نیز باید چنین اقدامی را مدنظر قرار دهید.

امروزه بازاریابی با عرصه ارتباطات پیوند نزدیکی دارد. اگر شما ارتباط مناسبی با مخاطب هدف برنداتان داشته باشید، فرآیند بازاریابی برای آنها بسیار ساده و بی‌خطرتر خواهد بود. مشکل اساسی برندها عدم انگیزه و حوصله کافی برای تعامل درست با مخاطب هدف‌شان است.

عدم سازگاری محتوای برند با جست‌وجوی صوتی

امروزه شمار بالایی از کاربران برای جست‌وجوی محتوا اقدام به استفاده از گزینه جست‌وجوی صوتی می‌کنند. شاید این امر در نگاه نخست اهمیت چندان زیادی نداشته باشد، اما دامنه هرچه وسیع‌تر کاربران در زمینه استفاده از جست‌وجوی صوتی برای هر برندی دارای اهمیت خواهد بود. براساس گزارش گوگل اکنون نزدیک به ۶۵درصد از کاربران به طور منظم برای جست‌وجوی محتوا از گزینه صوتی استفاده می‌کنند. برندها در صورت تمایل برای مدیریت ستوی بهتر باید از کلیدواژه‌های صوتی نیز استفاده نمایند. این امر اغلب مورد بی‌توجهی برندها قرار می‌گیرد بنابراین شما در عمل توانایی جلب نظر مخاطب هدف را نخواهید یافت. آگاهی از تحولات عرصه بازاریابی برای تاثیرگذاری هرچه بهتر بر روی مخاطب هدف اهمیت بالایی دارد. بسیاری از برندها در طول سال‌های متمادی کمترین اقدامی برای بهبود وضعیت بازاریابی برندشان نمی‌کنند. این امر همیشه با مشکلات متعددی نیز همراه است بنابراین شما در نخستین گام استراتژیک برنداتان در زمینه مدیریت سغو باید از کلیدواژه‌های صوتی نیز به خوبی استفاده نمایید. در غیر این صورت موفقیت برنداتان در هاله‌ای از ابهام قرار خواهد گرفت.

عدم شخصی‌سازی ایمیل‌ها

شخصی‌سازی محتوا نقش مهمی در موفقیت برندها دارد. امروزه کمتر برندی به شخصی‌سازی محتوای بازاریابی‌اش برای مخاطب هدف بی‌توجه است. البته این امر به معنای توجه سراسری تمام برندها به این نکته مهم نیست. شما مانند هر برند دیگری باید به این نکته توجه ویژه‌ای داشته باشید. بسیاری از برندها در عمل شیوه بازاریابی‌شان را برای مدت‌های طولانی حفظ می‌کنند. این امر بیانگر ناتوانی برندها برای یادگیری نکات تازه است بنابراین شما باید از ارتکاب چنین اشتباهی پرهیز نمایید.

بی‌توجهی به طراحی سایت سازگار با کاربری موبایل

استفاده از گوشی‌های همراه در طول سال‌های اخیر به شدت افزایش یافته است. براساس گزارش گوگل در سال ۲۰۱۷ بیش از ۵۰درصد ترافیک سراسر دنیا از طریق گوشی‌های هوشمند صورت گرفته است. با این حساب کاربران رایانه‌های شخصی دیگر تنها گزینه مدنظر برندها نخواهند بود. توجه به تمام کاربران در سراسر دنیا برای بازاریابی و جلب توجه‌شان اهمیت بالایی دارد بنابراین شما نیز باید در این فرآیند مشارکت داشته باشید. اشتباه اغلب برندها تلقی کاربران و مخاطب هدف به مثابه یک گروه یکدست است. این امر با تنوع کنونی مخاطب همسویی چندانی ندارد بنابراین شما باید با واقعیت‌های عرصه بازاریابی در زمان کنونی سازگاری پیدا نمایید. در غیر این صورت توانایی ادامه کار در چنین فضای پر از فشار و رقابتی را نخواهید داشت.

ناتوانی در ایجاد کانال فروش تاثیرگذاری

اغلب کمپین‌های بازاریابی با هدف فروش بیشتر به مخاطب هدف ایجاد می‌شود. این امر اهمیت بسیار زیادی برای برندها دارد. اگر شما توانایی تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف به شیوه مناسب را نداشته باشید، فرآیند فروش نیز با مشکلات جدی مواجه خواهد شد. هدف یک فرآیند بازاریابی مناسب هدایت مخاطب هدف به سوی کانال‌های فروش برند است بنابراین اگر شما استراتژی مناسبی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف ندارید، باید نسبت به وضعیت برنداتان تجدیدنظر اساسی نمایید.

بسیاری از برندها در عمل تمایلی برای تجدیدنظر در وضعیت برندشان ندارند. این امر مشکلات بسیار زیادی برای آنها ایجاد می‌کند. اگر شما علاقه‌مند به بهبود وضعیت کسب و کارتان هستید، باید به طور مداوم الگوهای بازاریابی‌تان را تغییر دهید. فقط در این صورت امکان ادامه حضور در عرصه پر از رقابت بازاریابی برای شما فراهم خواهد شد.

فراموشی فرمت ویدئو

بازاریابی با استفاده از فرمت ویدئو اهمیت بسیار زیادی دارد. امروزه کاربران توجه بسیار زیادی به فرمت ویدئو به عنوان یک گزینه جذاب دارند. همین امر موجب توجه بیش از اندازه برندها به بازاریابی ویدئویی شده است. اگر شما نیز به دنبال تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف هستید، باید بازاریابی ویدئویی را مدنظر قرار دهید. این امر اهمیت بسیار زیادی برای معرفی کسب و کارتان در قالبی جذاب برای مخاطب هدف دارد. امروزه کاربران توجه بسیار کمتری به محتوای متنی دارند. همین امر ضرورت استفاده از ویدئو را دوچندان می‌کند. اگر شما هنوز هم نسبت به بازاریابی متن‌محور خوشبین هستید، به احتمال زیاد مدت‌ها از عرصه واقعی کسب و کار دور بوده‌اید.

منبع: myasbn.com

فرصت امروز

روزنامه مدیریتی - اقتصادی

| سه‌شنبه | ۲۸ مرداد ۱۳۹۹ | شماره ۱۶۰۶ | 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، پلاک۱۴۹

دفتر مرکزی: ۸۸۳۱۷۷۳۸

سازمان آگهی‌ها: ۸۸۳۲۰۹۶۰

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

WWW.FORSATONLINE.COM

INFO@FORSATONLINE.COM

تبلیغات خلاق



مسیر موفقیت

یک ساعت در روز برای ایجاد عادت‌های مثبت در خود کنار بگذارید!

تا دستیابی به موفقیت. اگر تمرکز داشته باشید موفق خواهید شد. زمانی که شما یاد بگیرید که تمام توجه و تمرکز خود را معطوف به کار خود نمایید، درک و مشاهدات شما تغییر خواهد کرد. در واقع تمرکز شما، واقعیت را تعیین می‌کند.

۴- باعث ایجاد تجربه‌های جدید می‌شود. بیشتر انسان‌های پشیمان، افرادی هستند که به خاطر ترس‌شان کاری را انجام نداده‌اند.

برای بعضی از زنگ ساعت‌ها، سعی کنید کار جدیدی را انجام دهید و یا کاری را به طور متفاوت انجام دهید.

تجربه جدید باعث یادگیری چیزهای جدید می‌شود، آموزه‌های جدید نیز قطعا در پیشرفت‌های فردی موثر است. به راحتی می‌توانید این عادت را در خود ایجاد کنید که در روز به انجام چندین کار متفاوت و یادگیری و کسب تجربه بپردازید.

۵- باعث به دست آوردن احترام می‌شود. زمانی که شما بالاتر و فراتر از افراد دیگر هستید، به طور ناخود آگاه، احساس برجسته بودن می‌کنید، مخصوصا اگر کاری که انجام می‌دهید، معنا و تاثیر بالقوه‌ای باشد.

۶- باعث کمک می‌کند معنای کارتان را پیدا کنید. زمانی که کاری را انجام می‌دهید یا آن ارتباط برقرار کنید. در این حالت با احساس و شور و اشتیاق آن را انجام خواهید داد و این ارتباط باعث می‌شود که همه چیز برای شما پامعنا جلوه کند.

این تست را برای یک روز انجام دهید. چه کسی می‌داند، شاید زندگی‌تان را تغییر دادا یک روز در ساعت‌های مختلف، آرام موبایل خود را تنظیم کنید و این آرام‌ها را برای به جدیت انجام دادن کاری را که در دست دارید، برای فکر کردن به انجام کار جدید، انجام امور عقب افتاده و دریافت انگیزه‌های انجام کار، اختصاص دهید. دیدگاه و تجربیات خود را با ما به اشتراک بگذارید.

منبع: inc/ucan

به بهره‌وری بالاتری برسید، باید بدانید که سخت کار کردن ساده‌ترین روش برای به چالش کشیدن خودتان است که برای همیشه می‌تواند زندگی شما را دستخوش تغییرات مثبت کند.

در ادامه چند دلیل توجه را برای این مدل ایجاد عادت، بیان می‌کنیم:

۱- به شما اعتماد به نفس بیشتری می‌دهد. اعتماد به نفس، از به چالش کشیدن و شکست دادن چالش‌ها به وجود می‌آید. زمانی که شما سخت‌تر کار می‌کنید، چیزهای بیشتری برای ارائه خواهید داشت و بهره‌وری در نتیجه تلاش و کارهای‌تان بیشتر می‌شود. بدیهی است که دسترنج بیشتر و افزایش بازدهی در کارها، باعث اطمینان بیشتری به توانایی‌ها، خواهد شد. زمانی که کاری را بهتر از قبل انجام دهید، در شما حس اعتماد به نفس به وجود می‌آید. همانطور که می‌دانید داشتن اعتماد به نفس از ملزومات پیشرفت در امور است. درواقع می‌توان گفت که تنها چیزی که برای موفقیت در زندگی نیاز دارید اعتماد به نفس است.

۲- باعث از بین برن محدودیت‌های گذشته می‌شود. معمولاَ ما خودمان محدودیت‌ها را تعیین می‌کنیم، مانند کارهایی که هیچ وقت شروع نکردیم، ایده‌ای که هیچ وقت تبدیل به برنامه نشد، مشارکتی که هیچ وقت همکاری آن شروع نشد. اینها محدودیت‌هایی است که ما به وجود می‌آوریم.

هر از چند گاهی، زمانی که زنگ ساعت‌تان خاموش می‌شود از خودتان بپرسید، چه کاری را از لیست کارهای روزانه می‌توانید بردارید و به جای آن، تماس و یا کاری را که ناتمام مانده است را انجام دهید.

می‌توانید خودتان یک بار این محدودیت‌ها را از بین ببرید، این شکستن برای شما خوب است. با به چالش کشیدن خود می‌توانید دیوارهای ذهنی که برای خود ایجاد کرده‌اید را در هم فرو ریزید. بدانید دیواری که ساخته ذهن فرد باشد از دیوارهای واقعی نیز استوارتر است.

۳- باعث تمرکز بیشتر شما می‌شود. تمرکز یعنی ادامه دادن یک کار

به نظر شما چه کارهایی را در یک ساعت از روز می‌توانید انجام دهید که باعث بهتر شدن زندگی‌تان برای همیشه شود؟

با چیزهایی که در زندگی ما در جریان است، معمولاً تمایل به حواس‌پرتی داریم. بیشتر اوقات آنقدر مشغله کاری برای ادامه زندگی داریم که خیلی به ندرت به روشی که برای زندگی کردن خود، در نظر گرفته‌ایم، توجه می‌کنیم. با عادت به اینکه روزانه رأس ساعت‌های مشخصی به انجام دادن برخی اقدامات بپردازیم، می‌توانیم زندگی خود را تغییر دهیم. اقداماتی وجود دارد که می‌تواند منجر به ایجاد تمرکز و کنترل شده و تعیین‌کننده نیازهای شما باشد.

می‌توانید به طور جدی تمرین ساده‌ای را برای چند روز امتحان کنید و ببینید چه اتفاقی می‌افتد و سپس آن کار را به صورت دائمی انجام دهید و زندگی خود را برای همیشه عوض کنید.

پیشنهاد ما این است که در طول روز آرام موبایل خود را در زمان‌های متفاوتی تنظیم کنید و هر دفعه که زنگ را خاموش می‌کنید، خودتان را به چالش بکشید. مثلا اینکه هر کاری را انجام می‌داید، متوقف کنید و یک گام به عقب بردارید و از خود بپرسید که چگونه می‌توانید باعث بهتر انجام دادن آن کار شوید. اگر روی یک پروژه کار می‌کنید، از خودتان بپرسید چگونه می‌توانید پروژه کار را آسان‌تر کنید. اگر در حال مکالمه هستید، سعی کنید صحبت‌های مفهومی‌تری داشته باشید. اگر در حال ورزش کردن هستید، سخت‌تر ورزش کنید.

• اگر کارهای جزئی را که پیش‌نیاز کارهای دیگر هستند، مثل ارسال ایمیل، تماس تلفنی و ... را به تعویق انداخته‌اید در همان زمان خود را ملزم به انجام آن کنید.

• اگر برای کاری که در حال انجام آن هستید، انگیزه ندارید و دلیل انجام آن را به خوبی درک نکرده‌اید، دقایقی را به ایجاد انگیزه و تعیین هدف، اختصاص دهید.

• اگر تصمیم دارید روی ساعات زندگی روزانه خود، بیشتر تمرکز کنید و