

فرصت امروز

برای کسب و کار آفرینی

چه زمانی روند اصلاحی بازار سرمایه به پایان می‌رسد؟

بیم و امید بورس

فرصت امروز: اصلاح بازار سرمایه چه وقت به پایان می‌رسد؟ این سوالی است که این روزها بسیاری از فعالان بازار سهام از یکدیگر می‌پرسند و به تابلوی معاملات تالار شیشه‌ای چشم می‌دوزند تا ببینند آیا نشانه‌هایی...

۵

اقتصاد ایران بیشتر از استراتژی توسعه صنعتی به استراتژی خروج از بحران نیاز دارد

از توسعه اقتصادی تا استراتژی صنعتی

فرصت امروز: چهارمین نشست کمیته تدوین استراتژی توسعه صنعتی روز یکشنبه در اتاق بازرگانی ایران برگزار شد و از کندوکاو وضعیت کنونی اقتصاد ایران تا چگونگی تدوین استراتژی توسعه صنعتی در آن بحث و بررسی شد. از جمله بحث‌هایی که در این نشست مطرح شد، نیاز اقتصاد ایران به استراتژی خروج از بحران بود، چنانچه به گفته مسعود نیلی، شرایط امروز با دهه ۸۰ و ۹۰ متفاوت است و در شرایط حاضر شاید تدوین استراتژی توسعه صنعتی چندان با مقتضیات اقتصاد ایران همخوانی نداشته باشد؛ بلکه می‌طلبد که استراتژی خروج از بحران تدوین شود. به اعتقاد او، بخش خصوصی معتمدترین بخش برای تدوین این استراتژی و همچنین استراتژی توسعه صنعتی است. چهارمین نشست کمیته تدوین استراتژی توسعه صنعتی در کمیسیون صنایع اتاق ایران...

۳

پژوهشکده پولی و بانکی بررسی کرد

موانع پیمان‌های پولی در ایران

۴

مدیریت و کسب‌وکار



فیس‌بوک در ازای غیرفعال کردن اکانت‌ها به کاربران پول می‌دهد

- معرفی کتاب ماشین محتوا نوشته دن نوریس
- حرکات دست چطور باعث سخنرانی تأثیرگذار و موفق می‌شود؟
- هنر جذاب‌سازی کمبدها
- مدیریت روابط عمومی در دوران کرونا
- مدیریت فالوورهای برند در اینستاگرام
- رونمایی اوبر ایت از تبلیغات درون برنامه‌ای

۸ تا ۱۶



موسسه «ریستاد انرژی» از شدت انتشار کربن در صنعت نفت و گاز جهان گزارش می‌دهد

غول‌های سبز و سیاه صنعت نفت

۲

تصویب افزایش سرمایه ۳۰۰ درصدی در مجمع عمومی فوق‌العاده بیمه پاسارگاد

به ۲۰،۴۱۲،۰۰۰ میلیون ریال از محل سود انباشته و اندوخته سرمایه‌های طی دو مرحله مورد تصویب قرار گرفت.

بنابر این گزارش، «بپاس» به منظور حفظ جایگاه و توانگری مالی، افزایش ظرفیت شرکت برای قبول ریسک، گسترش فعالیت‌های بیمه انکابی، این شرکت توانست با تصویب افزایش سرمایه مرحله اول از مبلغ ۵،۱۰۳،۰۰۰ میلیون ریال به ۱۰،۲۰۶،۰۰۰ میلیون ریال (به میزان ۵،۱۰۳،۰۰۰ میلیون ریال، معادل ۱۰۰ درصد سرمایه کنونی) از محل سود انباشته و اندوخته سرمایه‌های و اعطای اختیار به هیأت مدیره شرکت به منظور اجرایی نمودن مرحله دوم افزایش سرمایه از مبلغ ۱۰،۲۰۶،۰۰۰ میلیون ریال به

در ابتدای مراسم، با توجه به حضور اکثریت سهامداران، هیأت رئیسه مجمع انتخاب شد و رئیس مجمع ضمن خیر مقدم به سهامداران محترم، رسمیت جلسه را اعلام کرد. براساس این گزارش، در این مجمع که به ریاست آقای دکتر مجید قاسمی رئیس هیأت مدیره این شرکت برگزار شده، آقایان علی‌اکبر امین نرفرشی و عباس کفافی به عنوان ناظر و خانم دکتر نعیمنیا به عنوان منشی جلسه، وی را در برگزاری مجمع همراهی کردند و همچنین نمایندگان بازرسی قانونی و بیمه مرکزی جمهوری اسلامی ایران به صورت حضوری و سازمان بورس و اوراق بهادار به صورت برخط در جلسه حضور داشتند، در این جلسه افزایش سرمایه شرکت از مبلغ ۵،۱۰۳،۰۰۰ میلیون ریال

مجمع عمومی فوق‌العاده شرکت بیمه پاسارگاد با رعایت تمام پروتکل‌های بهداشتی، به منظور افزایش سرمایه از محل سود انباشته و اندوخته سرمایه‌ای به صورت آنلاین برگزار شد.

به گزارش روابط عمومی شرکت بیمه پاسارگاد، مجمع عمومی فوق‌العاده این شرکت به منظور افزایش سرمایه با حضور بیش از ۹۱ درصد سهامداران روز یکشنبه شانزدهم شهریورماه برگزار شد و با توجه به صدور مجوز توسط بیمه مرکزی جمهوری اسلامی ایران و سازمان بورس و اوراق بهادار، افزایش سرمایه ۳۰۰ درصدی از دو محل سود انباشته و اندوخته سرمایه‌ای مورد موافقت سهامداران قرار گرفت.

اقدامات بانک پاسارگاد جهت بهبود شرایط اقتصادی هم‌میهنان در دوران شیوع ویروس کرونا

اجتماعی خود از روزهای نخست شیوع بیماری کرونا، علاوه بر ایجاد امکانات لازم جهت ویزیت مجازی بیماران از طریق دستگاه تلمه‌دیسین در پایگاه‌های تشخیص سیار، ۷۰ دستگاه ترمومتر، ۲۵۰ هزار ماسک N۹۵ و ۱۰ هزار واحد لباس مخصوص بیماران کرونایی به دانشگاه‌های علوم پزشکی سراسر کشور اهدا کرد. این بانک همچنین اعلام کرده است که از هر پروژه تحقیقاتی و تولیدی برای ساخت واکسن بیماری کرونا و همچنین تولید دارو برای این بیماری، حمایت مادی و معنوی خواهد کرد.

کارهای آسیب‌دیده ناشی از شیوع ویروس کرونا که توسط نهادهای نظارتی شناسایی و معرفی شدند، شفافت. در این راستا در مجموع، بالغ بر ۱،۷۵۰ میلیارد ریال، در قالب یک هزار و ۸۵۲ فقره پرونده تسهیلاتی پرداخت کرد.

این بانک در ادامه اقدامات خود، در راستای فراهم‌سازی مقدمات طرح اعطای تسهیلات به مستأجران کهدرآمد در شرایط اقتصادی تحمیل شده بر کشور ناشی از شیوع ویروس کرونا اقدام کرده است. گفتنی است بانک پاسارگاد در راستای ایفای مسئولیت‌های

مشمولین طرح انجام گرفت. بانک پاسارگاد همچنین در ماه‌های تیر و خرداد سال جاری، مطابق با مصوبه ستاد ملی مقابله با کرونا، پرداخت تسهیلات ارزان قیمت ۱۰ میلیون ریالی را به افرادی که از طریق حساب خود در این بانک، پارانه دریافت می‌کنند، در دستور کار قرار داد که طی آن در ۴ مرحله، در مجموع مبلغ ۱،۱۶۶،۳۴۰ میلیون ریال به تعداد ۱۱۶ هزار و ۶۳۴ خانوار تسهیلات پرداخت کرد. براساس این خبر، بانک پاسارگاد در گام بعدی، با هدف کمک و حفظ اشتغال افراد، به یاری صاحبان کسب و

بانک پاسارگاد در دوران شیوع ویروس کرونا، گام‌های مؤثری در راستای بهبود وضعیت اقتصادی هم‌میهنان برداشته است.

به گزارش روابط عمومی بانک پاسارگاد، این بانک در اوایل شیوع ویروس کرونا، با توجه به بروز مشکلات اقتصادی برای برخی از هم‌میهنان، همکاری خوبی با فعالان اقتصادی به ویژه صاحبان کسب و کارهای کوچک، در زمینه بازپرداخت تسهیلات دریافتی انجام داد. این مساعدت از طریق اعطای مهلت سه ماهه و یا عدم دریافت جرایم متعلقه به

تحولات نرخ سود و معضل سیاست‌گذاری پولی در ایران

در بازار بین بانکی بر تقاضای آن پیشی گرفت و نرخ بازار بین بانکی را که به شدت کاهش داد. این دقیقاً در زمانی اتفاق افتاد که بانک مرکزی در حال پیاده‌سازی چارچوب نوین سیاست‌گذاری پولی خود بود. از آنجا که در این چارچوب نوین، سیاست‌گذاری پولی متمرکز بر هدف‌گذاری میانی نرخ سود بازار بین بانکی بود و لذا در دستورالعمل چارچوب نوین سیاست‌گذاری پولی برای این موضوع فکر شده بود، بانک مرکزی با همان چارچوب به مقابله با این وضعیت پرداخت و با فعال کردن کف دالان نرخ سود و سپرده‌گیری از بانکها در کف دالان نرخ سود و سپس افزایش تدریجی آن، نرخ سود در بازار بین بانکی را به سرعت تحت انقیاد درآورد و اکنون نرخ سود بازار بین بانکی به طور محسوسی بالاتر از ماه‌های ابتدای سال قرار گرفته است. این موضوع نشان می‌دهد که بانک مرکزی نه تنها هیچ اقدامی برای کاهش نرخ سود نکرده است که بسیاری از تحلیلگران برجسته هم به اشتباه چنین تصور کرده‌اند، به هیچ وجه انفعالی برخورد نکرده است و با فعال کردن ابزارهایی که در دستورالعمل عملیات بازار باز تدوین شده است، مانع پایین ماندن نرخ سود در بازار بین بانکی شده است. اما تاووم افزایش نرخ سود در بازار بین بانکی مستلزم آن است که اولاد دولت اندکی هزینه بالاتر تأمین مالی از طریق عرضه و فروش اوراق را بپذیرد و ثانیاً شورای پول و اعتبار قدرت مانور بیشتری به بانک مرکزی برای معقول نمودن نرخ سود سپرده‌ها و تسهیلات اعطا نماید.

گرچه همچنان دعوی توریک راجع به ضرورت و سودمندی نرخ سود برقرار است و تحلیل اقتصاد کلان به هیچ وجه مهر تایید بر افزایش شدید نرخ سود برای کنترل تورم در شرایط محیطی اقتصاد کلان ایران و نوع شوک‌هایی که به آن وارد شده است، نمی‌زند، اما تحولات نرخ سود خارج از تصمیم‌گیری بانک مرکزی و تلاش بانک مرکزی برای مدیریت نرخ سود جهت مقابله با جهش تورمی در حدی که شورای پول و اعتبار به آن اختیار داده است، انعکاس قدرتمند بودن چارچوب سیاست‌گذاری پولی مبتنی بر مدیریت نرخ سود به عنوان چارچوب مناسب سیاست‌گذاری پولی توسط بانک مرکزی است و اینکه دادن انعطاف بیشتر برای اجرای کامل این چارچوب سیاست‌گذاری می‌تواند در دستیابی به تورم پایین پایدار در آینده بسیار امیدبخش باشد.

توسل به اضافه برداشت برای حل مشکل خود، به حجم دشواری بانک مرکزی می‌افزوده‌اند. لذا، بانک مرکزی تلاش داشته است تا بدون ایجاد تنش در نظام بانکی، بانک‌ها را به رعایت نرخ‌های مصوب وادارد. همین موضوع سبب شد به تدریج نرخ سود سپرده‌ها دچار کاهش شود که البته کاهش انتظارات تومی تا اواخر سال ۱۳۹۸ نیز در این موضوع نقش داشت. از آنجا که نرخ‌های سود مصوب شورای پول و اعتبار به عنوان هزینه قابل قبول برای محاسبه مالیات توسط سازمان امور مالیاتی مورد استفاده قرار می‌گرفت، بانکها و موسسات اعتباری پول و اعتبار بود، بدون آنکه بانک مرکزی هیچ تصمیمی برای کاهش که نرخ سودهای سپرده‌ها را کاهش داده و به نرخ مصوب برسانند. گرچه بانک مرکزی ضمن آنکه مبتنی بر نظریه اقتصادی جنگ قیمتی نرخ سود و نتیجه آن در ناترازی بانکها را نمی‌پسندید اما نرخ‌های سود پایین سپرده در شرایط تورمی را هم نمی‌پسندید، اما آنچه در اواخر سال ۱۳۹۸ و اوایل سال ۱۳۹۹ در مورد سود سپرده‌ها روی داد، نتیجه اجتناب‌ناپذیری تبعیت بانکها از مصوبه شورای پول و اعتبار بود، بدون آنکه بانک مرکزی هیچ تصمیمی برای کاهش نرخ سود سپرده‌ها اتخاذ کرده باشد. در واقع، پیرو این کاهش اجتناب‌ناپذیر بود که بانک مرکزی از شورای پول و اعتبار درخواست افزایش نرخ سود سپرده‌ها و تعریف انواعی از سپرده‌های جدید و همچنین نرخ سود تسهیلات را نمود و تنها با بخشی از آن موافقت کردید. موضوع دیگر که در ارتباط با نرخ سود در پایان سال ۱۳۹۸ و ابتدای سال ۱۳۹۹ بسیار جلب توجه کرد و حمل بر این شد که بانک مرکزی نرخ سود را کاهش داده است، کاهش نرخ سود در بازار بین بانکی بود، به گونه‌ای که از ارقام حدود ۱۸ تا ۱۹ درصد به سرعت به ارقام زیر ۱۰ درصد در ابتدای سال ۱۳۹۹ رسید. این کاهش نرخ سود بازار بین بانکی نیز اقدامی سیاستی از سوی بانک مرکزی نبود ضمن آنکه قدرت مدیریت ذخایر بازار بین بانکی و نرخ سود بازار بین بانکی را به عنوان ابزاری در چارچوب نوین بودن سیاست‌گذاری پولی به خوبی نمایان ساخت. واقعیت آن است که متأثر از کسری بودجه دولت و تأمین آن از طریق منابع صندوق توسعه و لذا وفور ذخایر در بازار بین بانکی، متأثر از اصلاحات تدریجی نظام بانکی و جلوگیری از جنگ قیمتی آنها و تا حدی متأثر از آثار رکودی کرونا، به طور طبیعی عرضه ذخایر

پیش‌داوری‌های در جهت مقابل نه تنها توصیه افزایش نرخ سود را نمی‌کنند بلکه برای کاهش مشکلات اقتصاد کلان کاهش آن را توصیه می‌نمایند، اما مستقل از پیش‌داوری‌های ذهنی اقتصاددانان، خود علم اقتصاد کلان موجود برای شرایطی شبیه به آنچه در اقتصاد ایران وجود دارد، توصیه آماده و آسانی در اختیار قرار نمی‌دهد. علاوه بر اینکه اقتصاد ایران همچنان از ناحیه تحریم‌ها با شوک منفی عرضه روبرو است که از طریق محدود کردن توان خرید دولت و مصرف‌کنندگان و همچنین عدم اطمینان منجر به کاهش مخارج سرمایه‌گذاری شوک تقاضا نیز به آن اضافه می‌کند، با مشکلات نظام بانکی و عدم انعطاف نهاد تصمیم‌گیری سیاست‌های پولی نیز روبرو است و کرونا نیز به عنوان یک شوک تشدید رکود به دشواری افزوده است. به طور معمول، در روبرو شدن با شوک منفی عرضه توصیه به افزایش نرخ سود نمی‌شود. شیوع کرونا سبب در پیش گرفتن سیاست پولی انبساطی یا کاهش نرخ سود در دنیا شده است. ناترازی نظام بانکی سبب شده است افزایش نرخ سود سیاستی نباشد که با قاطعیت و بدون درغنه پیشنهاد شود. لذا، قبل از اینکه اساساً بانک مرکزی بخواهد از چارچوب نوین سیاست‌گذاری پولی خود استفاده نماید، با معضلی تئوریک روبرو است که سیاست بهینه مرتبط با نرخ سود را به شدت دچار ابهام می‌نماید که مسئولیت عواقب آن برعهده سیاست‌گذار پولی است، در حالی که با صاحبان نهائیتا اگر توصیه ما هم اجرا شد و نتیجه مطلوب به بار نیاورد، ادعا خواهیم کرد که منظور ما بوده است، اجرا نشده است.

اما جدا از این دشواری تئوریک، لازم است نگاهی به تحولات اقتصاد کلان و همچنین تحولات نرخ سود انداخته شود تا دشواری سیاست‌گذاری و همچنین مؤثر بودن اقدامات سیاست‌گذاری روشن شود. می‌دانیم که تعیین نرخ سود سپرده‌ها و نرخ سود تسهیلات در اختیار شورای پول و اعتبار است که بانک مرکزی سهم بسیار اندکی در آرای آن دارد و انعطاف‌پذیری این نرخ سودها برای کارآمد بودن سیاست‌گذاری پولی و مکانیزم انتقال اثر سیاست پولی ضروری است. نرخ سود سپرده‌ها و تسهیلات مصوب شورای پول و اعتبار در دو سال گذشته هیچ تغییری نکرده است، اما بانکها و موسسات اعتباری نرخ‌های مصوب را رعایت نمی‌کرده‌اند و به ویژه با پرداخت نرخ سودهای بالا برای سپرده‌ها و

ادامه از همین صفحه
موضوع صرفاً این بوده است که آیا نرخ سود هدف میانی سیاست پولی باشد یا کنترل رشد کل‌های پولی بیشتر مورد توجه قرار گیرد که به طور غالب دومی بوده است. اکنون و متأثر از تجربه جهانی و دشواری‌های اقتصاد کلان که تحولات نرخ سود در یک دهه اخیر ایجاد کرده است، فشاری بر سیاست‌گذاری پولی وارد شده است که نقش محوری به نرخ سود به عنوان هدف میانی سیاست‌گذاری پولی بدهد. همین موضوع سبب شده است چارچوب سیاست‌گذاری پولی متعارف و متداول در دنیا مورد توجه بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران قرار گیرد. گرچه پیاده‌سازی این چارچوب متداول سیاست‌گذاری پولی به طور طبیعی دشوار است و در کشوری با مشکلات قابل توجه نظام بانکی و فشار تحریم‌ها پیاده کردن آن به شدت با دشواری همراه است، اما بانک مرکزی بسته‌های قانونی، سخت‌افزاری و نرم‌افزاری لازم برای آن در همراهی با سایر ارکان تصمیم‌گیری کشور را فراهم ساخته و آن را اجرایی ساخته است. درست در شرایطی که بانک مرکزی در حال تکمیل مراحل آماده‌سازی این چارچوب نوین سیاست‌گذاری پولی بوده است، اقتصاد کشور در معرض دشواری‌های بزرگی قرار گرفته است که تحریم‌های بی‌سابقه و کسری بودجه شدید دولت و وقوع کرونا و به عنوان نمونه اتمام تعداد زیادی بانک و موسسه اعتباری و اقداماتی برای اصلاح مشکلات برخی از بانکها و موسسات اعتباری بااهمیت‌ترین آنها بوده است. در نتیجه، پیاده کردن این چارچوب سیاست‌گذاری به سرعت میسر نبوده است، اما مستقل از اینکه بانک مرکزی با چه سرعتی قادر به پیاده‌سازی و استقرار کامل این چارچوب نوین سیاست‌گذاری پولی شود، مباحث‌های داغ از نظر تئوریک راجع به نرخ سود وجود دارد که سبب تردید بانک مرکزی در سرعت اجرایی این چارچوب نوین می‌شود. به طور معمول، طیفی از اقتصاددانان و به ویژه آنان که از نظر پیش‌داوری‌های ذهنی به کارکرد نظام بازار گرایش بیشتری دارند، پیشنهادشان آن است که باید در شرایط تورم شدیدی که اقتصاد ایران با آن روبرو است، نرخ سود به شدت افزایش داده شود و پس از آنکه تورم به شدت کاهش یافت، ثبات حاصله در اقتصاد کلان می‌تواند به تدریج رشد اقتصادی پایدار ایجاد کند. در مقابل، طیفی از اقتصاددانان با

دریچه

ثروت‌مندترین شرکت نفتی در حال بررسی دوباره اهدافش است

تغییر در پروژه‌های نفتی جهان

پاندمی کرونا روی صنعت انرژی سایه انداخته است و بازیکنان برتر این بازار برای ایجاد تغییرات بزرگ تحت‌فشار هستند. این تغییرات شامل آرامکو سعودی، بزرگ‌ترین و سودآورترین تولیدکننده نفت جهان هم شده است.

به گزارش سی‌ان‌ان، سقوط چشمگیر قیمت‌ها در سال جاری، غول نفتی عربستان را تحت تأثیر قرار داده که برای به دست آوردن پول موردنیاز برای پرداخت سود به سرمایه‌گذارش به پمپاژ نفت متکی است و بخش عمده‌ای از هزینه‌های دولت را تأمین مالی می‌کند.

اکنون ممکن است آرامکو مجبور به انجام کاری شود که زمانی غیرقابل تصور بود: معاملات را رها کند و دارایی‌هایش را بفروشد. اولین برنامه می‌تواند ایجاد شبکه‌ای از پالایشگاه‌ها در بزرگ‌ترین بازارهای جهان در تلاش برای استخراج بارزش‌تر از هر بشکه نفت خام باشد، اما به نظر می‌رسد معامله برای ورود به کسب‌و کار پالایشی در چین و هند، دوتا از بزرگ‌ترین مصرف‌کنندگان انرژی جهان در هفته‌های اخیر به حالت تعلیق درآمده است. حتی گزارش‌هایی منتشر شده که آرامکو توسعه پالایشگاه بزرگ در ایالات‌متحده را به تأخیر انداخته است.

تنظیم مجدد اولویت‌ها با توجه به داشتن ماهیت حساس برخی از پروژه‌ها از نظر سیاسی می‌تواند عواقب طولانی‌مدتی برای این شرکت و پادشاهی عربستان داشته باشد. مشکل بزرگ آرامکو چشم‌انداز قیمت نفت است. قیمت معاملات آتی نفت خام برنت، معیار جهانی قیمت نفت هنوز ۳۳ درصد کمتر از ابتدای سال جاری است.

بین ماه‌های آوریل و ژوئن، سود خالص آرامکو به دلیل اعمال محدودیت‌ها در سراسر جهان بیش از ۷۳ درصد سقوط کرد و به ۶٫۶ میلیارد دلار رسید. به دلیل شیوع کرونا تقاضا برای محصولات انرژی به شدت کاهش یافته است. البته که کارشناسان و مدیران امیدوارند با بازگشایی مجدد اقتصادها تقاضا بهبود نسبی را تجربه کند، اما تحلیلگران افق دید خود برای بهبود کامل بازار را عقب‌تر برده‌اند. حتی برخی این سؤال را مطرح می‌کنند آیا تقاضای جهانی در حال حاضر به اوج رسیده است.

جیم برو کهپار، رئیس بازار نفت IHS Markit می‌گوید: «تقاضا حداقل تا پایان سه ماه اول سال ۲۰۲۱ به سطح قبل از همه‌گیری نخواهد رسید. برای بازگشت کامل تقاضا باید سفر خصوصا سفر هوایی و رفت‌وآمد به محل کار به حالت عادی برگردد که تا زمانی که ویروس کرونا وجود دارد و واکسن آن تولید نشده، این اتفاق نخواهد افتاد.»

با این وضعیت، آیا نقشه اقتصادی افق ۲۰۳۰ عربستان به فنا رفته است؟ شهر هوشمند ۵۰۰ میلیارد دلاری، مزرعه خورشیدی ۲۰۰ میلیارد دلاری و میلیاردها دلار سرمایه‌گذاری در گاز و پتروشیمی از جمله موارد برنامه افق ۲۰۳۰ عربستان بودند که شاید بلندپروازترین برنامه اقتصادی جهان بود اما اکنون با سقوط قیمت نفت از هم پاشیده است. به گزارش ایسنا، آیا عربستان می‌تواند دوباره تکمه‌های این پازل را کنار هم قرار دهد و اقتصادش را که به درآمد نفتی وابسته است، متنوع کند یا برنامه‌های این کشور به جایی نمی‌رسد؟ شرکت آرامکو هفته گذشته اعلام کرد سرمایه‌گذاری چند میلیارد دلاری در پایانه LNG پورت آرئور شرکت سمپرا انرژی را منسکوت خواهد کرد. همچنین سرمایه‌گذاری در پروژه پالایش و پتروشیمی ۲۰ میلیارد دلاری در عربستان را به تأخیر می‌اندازد. علت این تصمیمات چیزی جز حفظ پول نبوده است.

منابع آگاه در دولت ریاض اوایل امسال به روزنامه وال استریت ژورنال گفتند که عربستان پروژه مزرعه بادی ۲۰۰ میلیارد دلاری که قرار بود با شرکت سافت بانک ژاپن انجام دهد را دنبال نمی‌کند. هیچ کس روی این پروژه کار نمی‌کند و ریاض سرگرم مذاکره برای جایگزین کردن پروژه‌های خورشیدی کوچک‌تر به جای پروژه مذکور است. پروژه شهر هوشمند ۵۰۰ میلیارد دلاری Noem هنوز روی میز است. وزارت نفت عربستان اخیرا اعلام کرده که به تأمین این پروژه کمک خواهد کرد و اطمینان حاصل می‌کند که به موقع تکمیل می‌شود. شهر هوشمند پروژه پرچمدان برنامه افق ۲۰۳۰ محمد بن سلمان، ولیعهد عربستان سعودی برای کاهش وابستگی به درآمدهای نفتی است. البته تحقق این برنامه متکی به درآمدهای نفتی است و اکنون که درآمدهای نفتی تحت تاثیر شیوع کرونا و سقوط تقاضا کاهش پیدا کرده، برنامه اقتصادی او هم به خطر افتاده است.

همواره تردیدهایی درباره توانایی عربستان برای به ثمر رساندن همه این پروژه‌ها وجود داشته زیرا پروژه‌های مذکور حتی برای صندوق سرمایه پولدار این کشور هم گران محسوب می‌شوند و حتی اگر این کشور نخواهد همه آنها را به تنهایی تأمین مالی کند اما همچنان وابستگی بالایی به درآمدهای نفتی آرامکو داشته است.

این شرکت اواخر سال گذشته سهام خود را در بازار عرضه کرد اما سهام عرضه شده نصف میزان برنامه‌ریزی شده بود. عملکرد آرامکو در بازار خوب آغاز شد و این شرکت به ارزشمندترین شرکت جهان تبدیل شد، اما سقوط قیمت نفت باعث افت ارزش سهام آرامکو شد. البته اکثر سهام‌های نفتی در بهار سقوط داشتند و این سقوط منحصر به آرامکو نبود اما آنچه که وضعیت آرامکو را ویژه کرد، متکی بودن برنامه تنوع‌سازی اقتصادی دولت عربستان سعودی به درآمدهای این شرکت بود. آرامکو همچنین قول پرداخت سود بالایی به سهامداران داده اما نقدینگی محدودی پیدا کرده است.

پروژه‌های بیشتری به تأخیر افتاده‌اند که ارتباط مستقیمی با برنامه تنوع‌سازی اقتصادی عربستان ندارند اما پروژه‌هایی هستند که به توسعه فعالیت بین‌المللی آرامکو مربوط می‌شوند. براساس گزارش وال استریت ژورنال به نقل از منابع آگاه، این شرکت در حال بازبینی برنامه توسعه تولید پتروشیمی ۶۶ میلیارد دلاری پالایشگاه موتیوا در آمریکا است. آرامکو طرح‌های خود برای افزایش ظرفیت تولید نفت به ۱۳ میلیون بشکه در روز را به مدت یک سال به تأخیر انداخته است که با توجه به وضعیت انرژی و تقاضای جهانی نفت تعجب آور نیست. با این حال منعکس‌کننده عقبنشینی ریاض از طرح‌های اقتصادی بلندپروازانه‌اش است.

جالب است که تا چند سال قبل برخی از ناظران نگران بودند که قیمت‌های بالاتر نفت ممکن است باعث شود عربستان برنامه تنوع‌سازی اقتصادی را به طور جدی دنبال نکند اما اکنون برعکس این اتفاق افتاده است و تهدید واقعی، پایین رفتن قیمت نفت شده است.

براساس گزارش اوپل پرایس، با همه این تفاسیر آیا افق ۲۰۳۰ همچنان پابرجاست؟ پاسخ این پرسش مثبت است اما ممکن است این برنامه یک سرراب به نظر برسد. فضای قیمت پایین نفت، زمان خوبی برای پیشبرد برنامه‌های تنوع‌سازی اقتصادی به شمار می‌رود، اما این اقدامات در عربستان به دلیل گستردگی برنامه، پرهزینه است. شاید ریاض انتعاف‌پذیری به خرج داده و برخی از برنامه‌های چند میلیارد دلاری را با برنامه‌های کوچک‌تر عوض کند. همان طور که درباره طرح‌های تجدیدپذیر چنین اقدامی کرد.

فصلت امروز در کانال تلگرام خود عضو شوید

موسسه «ریستاد انرژی» از شدت انتشار کربن در صنعت نفت و گاز جهان گزارش می‌دهد

غول‌های سبز و سیاه صنعت نفت



تا فعالان حوزه انرژی در این کشور توجه بیشتری به میزان کربن منتشرشده در جریان فعالیت اقتصادی خود داشته باشند و به‌کارگیری تکنولوژی‌های کم‌کربن و توجه به مسائل زیست محیطی در این کشور بیش از پیش اهمیت پیدا کند.

در نتیجه توجه دولت نروژ به مسائل زیست محیطی بود که بسیاری از حوزه‌های نفتی فراساحلی این کشور به طور کامل با نیروی برق کار می‌کنند و در نتیجه انتشار کربن در نتیجه کار در این حوزه‌های نفتی به حداقل رسیده است. بررسی‌های انجام شده توسط صنعت نفت کشور نروژ نشان می‌دهد در شماری از پروژه‌های نفتی این کشور هیچ ردپایی از انتشار کربن دیده نمی‌شود که موفقیت بزرگی برای آنها محسوب می‌شود.

پیش‌بینی قیمت نفت در چند سال آینده

مسئله مهم دیگر، قیمت این منابع انرژی است زیرا اگر قیمت این منابع در سطح بالایی باشد سرمایه‌گذاری شرکت‌های نفتی در این صنعت افزایش می‌یابد و امکان برخورداری از تکنولوژی‌های باکیفیت‌تر هم بیشتر می‌شود. این مسئله امکان کنترل انتشار کربن را هم فراهم خواهد کرد. «ریستاد انرژی» با تأکید بر اینکه در سال جاری ما شاهد افزایش قیمت نفت در بازار جهانی خواهیم بود ولی این روند افزایشی کند خواهد بود، نوشت: «بدون شک از نیمه دوم امسال قیمت نفت در بازار جهانی رشد می‌کند که دلیل آن را می‌توان کاهش عرضه نفت توسط کشورهای اوپک پلاس و کاهش تولید نفت شیل آمریکا به دلیل افت قیمت نفت دانست، اما این روند افزایشی بسیار کند خواهد بود و رشد ناگهانی قیمت محقق نمی‌شود. بر مبنای این مطالعه در فصل چهارم امسال متوسط قیمت هر بشکه نفت برنت دریای شمال ۴۸ دلار آمریکا خواهد بود و تا فصل آخر سال ۲۰۲۱ این روند افزایشی ادامه دارد تا اینکه هر بشکه نفت در بازار جهانی با قیمت ۶۱ دلار مبادله خواهد شد.» این موسسه همچنین متوسط قیمت هر بشکه نفت در سال‌های ۲۰۲۲ و ۲۰۲۳ را به ترتیب ۵۹ دلار و ۵۵ دلار اعلام کرد و تأکید کرد که روزهای فروش نفت ۱۰۰ دلاری به پایان رسیده و تا نیمه دهه جاری میلادی این تجربه در دنیا تکرار نمی‌شود. یک دلیل مهم برای باقی ماندن قیمت نفت در سطح ۶۰ دلار طی دو سال آینده را می‌توان ثبات هزینه‌های تولید نفت دانست که در این روزهای رکود اقتصادی این مسئله ادامه خواهد داشت. اولیور مورس یکی از تحلیلگران بازار نفت در موسسه «اس اند پی گلوبال» در این مورد به «ورلد اوپل» گفت: «با شرایط نازاری در بازار نفت روبه‌رو هستیم و باید به این وضعیت تازه عادت کنیم. در این شرایط تازه متوسط قیمت نفت در بازار جهانی پایین‌تر است و اقتصادهای صادرکننده باید سیاست‌های اقتصادی خود را متناسب با این وضعیت تنظیم کنند. مطالعات نشان داده که بازار نفت در قیمتی زیر ۶۰ دلار به تعادل خواهد رسید و حداقل تا سال ۲۰۲۵ میلادی قیمت نفت در همین سطح باقی می‌ماند.» آژانس بین‌المللی انرژی در گزارشی گفت که سطح قیمت تعادلی نفت در بازه سال‌های ۲۰۲۲ تا ۲۰۲۵ برابر با ۵۵ دلار است یا ۴۰ دلار، ولی با اطمینان می‌توان گفت که این قیمت کمتر از ۶۰ دلار است و احتمال اینکه بالاتر از ۴۵ دلار باشد بیش از ۸۰درصد است.»

در سال گذشته به طور متوسط در ازای تولید هر بشکه نفت در دنیا ۱۸ کیلوگرم دی‌اکسیدکربن تولید شده بود. در این سال کشور کانادا در مجموع ۱۱۴ میلیون تن دی‌اکسیدکربن تولید کرد و یکی از آلاینده‌ترین و سیاه‌ترین صنایع نفت و گاز دنیا را داشت. یک دلیل مهم در بالا بودن میزان انتشار کربن از پروژه‌های نفتی کانادا را می‌توان تولید نفت شیل در این کشور دانست که پروژه‌های پرهزینه‌تر و آلاینده‌تر از تولید نفت عادی است.

ایران در کجای جهان ایستاده است؟

عراق دومین کشور دنیاست و برای تولید هر بشکه نفت در این کشور بالغ بر ۳۱ کیلوگرم دی‌اکسیدکربن منتشر می‌شود. ضعف زیرساخت‌های صنعت گاز طبیعی در عراق باعث شده تا در فرآیند تولید نفت، حجم بالایی گاز طبیعی شعله‌ور شود و خود به انتشار کربن بیشتر در فرآیند تولید نفت بینجامد. این در حالی است که در کشور نروژ از دهه ۱۹۷۰ میلادی شعله‌ور کردن گاز طبیعی در پروژه‌های نفتی و به منظور استخراج نفت ممنوع شده است و شماری از کشورهای فعال در زمینه محیط زیست هم این سیاست را اجرا کرده‌اند. این کشور در سال گذشته به طور متوسط ۵ میلیون بشکه نفت در هر روز تولید کرده و سالانه ۵۶ میلیون تن دی‌اکسیدکربن تولید کرده است.

ایران نیز در سال گذشته برای تولید هر بشکه نفت ۲۱ کیلوگرم دی اکسیدکربن تولید کرده بود. در این سال میزان دی‌اکسیدکربن تولیدشده در صنعت نفت ایران برابر با ۶۶ میلیون تن بود و در زمره کشورهای بزرگ تولیدکننده دی‌اکسیدکربن قرار گرفت. ایران در رده‌بندی ارائه‌شده توسط این مرکز مطالعاتی جایگاه سوم را دارد و قبل از کشورهای چین و روسیه قرار گرفته است. در سال گذشته تولید دی‌اکسیدکربن در این دو کشور به ترتیب برابر با ۱۶ کیلوگرم و ۱۴ کیلوگرم به ازای هر بشکه نفت بود. البته چین کشور نفت‌خیزی محسوب نمی‌شود و تنها ۶٫۹ میلیون بشکه نفت در روز تولید کرد و کل دی‌اکسیدکربن منتشرشده در سال قبل در نتیجه تولید نفت برابر با ۳۶ میلیون تن بود ولی روسیه که یکی از کشورهای بزرگ مالک ذخایر انرژی در دنیا است بالغ بر ۱۱۶ میلیون تن دی‌اکسیدکربن را روانه جو زمین کرد.

نروژ پاک‌ترین صنعت نفت دنیا را دارد

آمریکا، عربستان، قطر و امارات به ترتیب جایگاه ششم تا نهم این فهرست را دارند که میزان دی‌اکسیدکربن منتشرشده از این کشورها در ازای تولید هر بشکه نفت بین ۱۲ کیلوگرم تا ۷ کیلوگرم است، اما میزان دی‌اکسیدکربن تولیدشده در صنعت نفت آمریکا در سال قبل از مرز ۱۳۳ میلیون تن گذشته است.

طبق این گزارش که بر مبنای اطلاعات سال ۲۰۱۹ تهیه شده است، نروژ در ازای تولید هر بشکه نفت در بازار جهانی تنها ۷ کیلوگرم دی‌اکسیدکربن تولید کرد و به عنوان پاک‌ترین و سبزترین صنعت نفت دنیا معرفی شد. این کشور در اوایل دهه ۱۹۹۰ میلادی مکانیزم قیمت‌گذاری دی‌اکسیدکربن را معرفی و اجرا کرد و در کنار آن، سیستم تجارت کربن اتحادیه اروپا را هم اجرا می‌کرد. همین مسئله سبب شد

فرصت امروز: انتشار کربن یکی از عوامل مهم در آلودگی هوا و تغییرات مخرب زیست محیطی است و تلاش برای مقابله با انتشار کربن به عنوان یک اصل مهم زیست محیطی در سال‌های اخیر مورد توجه قرار گرفته است. به همین دلیل، مطالعات زیادی در مورد میزان انتشار کربن در هر بخش از اقتصاد انجام شده است. در این راستا، «مرکز مطالعاتی ریستاد انرژی» به تازگی گزارشی در مورد میزان دی‌اکسیدکربن منتشرشده در فعالیت‌های بالادستی صنعت نفت و گاز طبیعی در ۱۰ کشور بزرگ تولیدکننده نفت دنیا ارائه داد. این سوئمن سالی است که «ریستاد انرژی» درباره میزان انتشار کربن در صنعت نفت و گاز گزارش می‌دهد و در گزارش نخست که در سال ۲۰۱۸ منتشر شده بود، آمریکا به عنوان کشوری که آلاینده‌ترین و به تعبیری، سیاه‌ترین صنعت نفت و گاز جهان را دارد، معرفی شد. در آن سال در نتیجه فعالیت‌های بالادستی صنعت نفت و گاز در آمریکا ۱۳۳ میلیون تن گاز دی‌اکسیدکربن منتشر شد و کشورهای روسیه و کانادا به ترتیب با انتشار ۱۱۶ میلیون تن و ۱۱۴ میلیون تن گاز دی‌اکسیدکربن در جایگاه دوم و سوم جهان قرار گرفتند.

کانادا آلاینده‌ترین صنعت نفت دنیا را دارد

«موسسه مطالعاتی ریستاد انرژی» در بخش ابتدایی این گزارش با تشریح دلایل انجام این مطالعه و اهمیت توجه به مسائل زیست محیطی در شرایط کنونی حاکم بر اقتصاد جهانی نوشت: «هدف اصلی این گزارش، مطالعه میزان کربن منتشرشده از فعالیت‌های بالادستی صنعت نفت و میزان تمرکز کشورها در به‌کارگیری تکنولوژی‌های کم‌آلاینده بود. بررسی‌های ما نشان داده است تولید نفت شیل از نفت خاورمیانه آلاینده‌تر است و برای اینکه در مقابل این آلودگی ایستادگی شود باید از تکنولوژی‌های جدید استفاده شود. البته آمریکا توانسته است میزان انتشار کربن به ازای هر بشکه نفت تولیدی را کم کند ولی باز هم باید سرمایه‌گذاری‌های بیشتری انجام شود که در وضعیت قیمتی کنونی این سرمایه‌گذاری امکان‌پذیر نیست.»

این موسسه برای مقایسه کشورها از واحدی به نام شدت انتشار کربن استفاده کرده است. شدت انتشار کربن به معنای میزان انتشار گاز دی‌اکسیدکربن به ازای هر بشکه نفت یا گاز تولیدی در کشور است. کشورهایی مانند ایران که هم صنعت نفت دارند و هم گاز، مجموع تولید آنها در نظر گرفته شده، ولی کشورهایی مانند عراق که صنعت گاز طبیعی ندارند، تنها تولید نفت در آنها معیار سنجش است.

«موسسه ریستاد انرژی» با اشاره به این مطلب که در سال ۲۰۱۸ آمریکا بیشترین میزان انتشار آلودگی به ازای هر بشکه نفت تولیدی در دنیا را داشته، نوشت: «در سال جاری وضعیت کمی تغییر کرده است. آمارهای سال گذشته نشان داد کانادا بالاترین شدت انتشار دی‌اکسیدکربن به ازای هر بشکه نفت تولیدی را دارد، در حالی که کشور نفت‌خیز نروژ در رده کشورهای قرام می‌گیرد که کمترین انتشار کربن را به خود اختصاص داده است.»

شدت انتشار کربن در ازای تولید هر بشکه نفت در کشور کانادا برابر با ۳۹ کیلوگرم است که سه تا پنج برابر متوسط انتشار کربن به ازای هر بشکه نفت تولید شده در دنیا است. طبق مطالعات انجام‌شده

پایینترین قیمت طلای سیاه در ۲ ماه گذشته

یک دلار دیگر از قیمت نفت افتاد

گرید نفت سبک «عرب لایت» برای اکتبر به مقصد آسیا را بیشتری میزان از ماه مه کاهش داد. آسیا بزرگ‌ترین بازار این صادرکننده نفت به شمار می‌رود. اوپک و متحدانش که به گروه اوپک پلاس معروف هستند نیز محدودیت تولیدشان را از اول اوت به ۷٫۷ میلیون بشکه در روز تسهیل کرده‌اند و تا پایان امسال روند مذکور را حفظ خواهند کرد. همچنین بهبود قیمت نفت شرکت‌های حفاری آمریکایی را تشویق کرد چاه‌های غیرفعال را مجدداً فعال کنند. طبق گزارش رویترز، آمار شرکت خدمات انرژی بیکر‌هیوز نشان داد شمار دکل‌های حفاری نفت و گاز آمریکا در هفته گذشته افزایش داشت که دومین افزایش هفتگی در سه هفته اخیر بوده است.

همچنین یک مقام آژانس بین‌المللی انرژی (IEA) گفت که احتمالاً کندی چشمگیری در انتظار اقتصاد جهانی نیست، اما ذخایر عظیم و ایهامات در خصوص تقاضای چین، در دورنمای احیای بازار نفت در بحبوحه ادامه شیوع کرونا سایه انداخته است.

کیسوکو ساموری، مدیر بازارهای انرژی و امنیت آژانس بین‌المللی انرژی به رویترز گفت: «بازار نفت بین موج دوم یا تداوم موج اول شیوع ویروس کروناست. ابهامات زیادی وجود دارد اما انتظار نمی‌رود کندی جدی بیشتری در ماه‌های آینده مشاهده شود. حتی اگر چه پیش‌بینی نمی‌شود رشد قوی واقعی تقاضا در بازار نفت به این زودی

^[1] قیمت نفت در معاملات روز دوشنبه بازار جهانی در پی کاهش قیمت

^[2] فروش ماهانه نفت عربستان به آسیا و ضعيف شدن خوش‌بینی به

^[3] احیای تقاضا در بحبوحه تداوم پاندمی ویروس کرونا، بیش از یک دلار

^[4] سقوط کرد. بر این اساس، بهای معاملات نفت برنت ۹۱ سنت معادل



ارتباطات

والدین دانش آموزان توجه کنند

فیشینگ اطلاعات با تله لوازم‌التحریر ارزان

با باز شدن مدارس، کلاهداران با موضوع فروش لوازم‌التحریر ارزان‌قیمت، اقدام به ارسال لینک‌های جعلی و هدایت کاربران به درگاه‌های فیشینگ بانکی برای سرقت اطلاعات بانکی شهروندان و خالی کردن حساب آنها می‌کنند.

به گزارش ایسنا، یکی از شگردهای جمع‌آوری اطلاعات کاربران، سایت‌های فیشینگ است. رصد فضای مجازی سایت‌هایی جعلی را نشان می‌دهد که برای ارائه خدمات به کاربران، اطلاعات حساب افراد را جمع‌آوری و از این اطلاعات سوءاستفاده کرده یا آن را در اختیار دیگران قرار می‌دهند.

از طرفی، شروع فعالیت مدارس بعد از یک دوره تعطیلی طولانی، جذابیت خاص خود را برای دانش‌آموزان به خصوص دوره ابتدایی دارد و اگرچه وزارت آموزش و پرورش اعلام کرده نیازی به خرید لباس فرم جدید نیست، ولی شوق و ذوق دانش‌آموزان در تهیه لوازم‌التحریر و کیف و کفش وصف‌ناشدنی است.

از سوی دیگر به دلیل شیوع ویروس کرونا، تمایل خانواده‌ها به خرید اینترنتی بیشتر شد است و تبلیغات با موضوع فروش لوازم‌التحریر ارزان‌قیمت هم در فضای مجازی کم نیست. این موضوع بهانه خوبی است برای مجرمین اینترنتی که کاربران را به سوی درگاه‌های جعلی هدایت کنند. زیرا به گفته مسئولان مرتبط با امنیت کاربران در فضای مجازی، بیشترین ارجاع به سایت‌های فیشینگ از طریق شبکه‌های اجتماعی است. به همین دلیل پلیس فتا در این زمینه هشدار داده است که برای خرید این اقلام حتماً به سایت‌های معتبر دارای ای‌نماد مراجعه کنید.

مهم‌ترین عنصر در ارزیابی اعتبار هر فروشگاه اینترنتی داشتن نماد اعتماد الکترونیک است. نماد الکترونیک فقط به فروشگاه‌های حقیقی یا حقوقی اعطا می‌شود که توسط سیستم‌های دولتی ازجمله مرکز توسعه تجارت الکترونیک، کسب‌وکار آنها تایید شده باشد. معمولاً فروشگاه‌هایی که نماد اعتماد الکترونیک دارند لوگوی نماد را در صفحه اصلی قرار می‌دهند تا همه بتوانند آنها را بررسی کنند.

با توجه به اینکه کلاهداران، اقدام به ارسال لینک‌های جعلی تحت عنوان خرید آنلاین لوازم‌التحریر با قیمت باورنکردنی در شبکه‌های اجتماعی می‌کنند، لازم است فریب پیام‌ها و آگهی‌های تبلیغات منتشرشده در فضای مجازی در کانال‌ها و گروه‌ها را نخورید و اگر قصد خرید آنلاین را دارید، حتماً از فروشگاه‌های اینترنتی دارای نماد اعتماد الکترونیک خرید کنید، زیرا این فروشگاه‌های اینترنتی در عین مجاز و معتبر بودن، ملزم به رعایت قوانین نیز هستند و از خرید کالا و خدمات تبلیغ‌شده در شبکه‌های اجتماعی خودداری کنید.

وزیر ارتباطات:

استفاده مردم از فیلترشکن طبیعی است

وزیر ارتباطات با بیان اینکه نه در فیلترینگ و نه در فروش وی‌پان منطقی وجود ندارد، گفت فیلترینگ در تمام دنیا وجود دارد و ما نمی‌توانیم پلتفرمی که مورد استفاده بیشتر مردم قرار دارد را با قانون و حکمی ببندیم و طبیعی است که مردم در مقابل آن می‌ایستند و از فیلترشکن استفاده می‌کنند.

به گزارش وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات، محمدجواد آذری جهرمی در یک برنامه تلویزیونی با اشاره به تجهیز مدارس به شبکه ملی اطلاعات، گفت: با آخرین تکنولوژی‌های روز، ۸۶ هزار مدرسه در کل کشور به شبکه ملی اطلاعات متصل شده است و همچنین با طرح موضوع مدارس کپری، در ابتدا این مدارس به شبکه متصل شدند. آذری جهرمی در پاسخ به سؤالی درباره هزینه‌های استفاده از شبکه اینترنت و شاد برای معلمان و دانش‌آموزان افزود: معلمان استفاده بیشتری از شبکه دارند چرا که باید با تعداد زیادی از دانش‌آموزان در ارتباط باشند و به همین دلیل در مهرماه گذشته یک بسته ۲۰ گیگابایتی برای سه ماه به صورت رایگان به ۷۰۰ هزار معلم تقدیم شد و این بسته به احتمال بسیار از شبیه برای معلمان فعال می‌شود.

او ادامه داد: زمانی هم که دانش‌آموزان و معلمان در مدرسه هستند از طریق شبکه دانا بر بستر شبکه ملی اطلاعات به صورت رایگان می‌توانند استفاده کنند. بالغ بر ۷۰ میلیارد تومان هزینه اینترنت معلمان بود که پرداخت شد و بیش از ۱۰۰ میلیارد تومان نیز سرمایه‌گذاری برای اتصال مدارس به شبکه ملی اطلاعات انجام شده است.

وزیر ارتباطات درباره هزینه دانش‌آموزان برای استفاده از شبکه اینترنت گفت: در تمام کل کشور استفاده از این شبکه شاد برای دانش‌آموزان رایگان است و اگر دانش‌آموزان برخی از مدارس برای آموزش تکمیلی و دلایل دیگر از شاد استفاده نمی‌کنند نیز بسته‌های اختصاصی اینترنت برای آنها تدارک دیده شده که تا شنبه آینده جزییات آن اعلام می‌شود. ویژگی این بسته این است که خارج از مطالب مورد تایید آموزش و پرورش، دسترسی ندارند تا دانش‌آموزان در برابر آفت‌های فضای مجازی قرار نگیرند.

آذری جهرمی درباره سرمایه‌گذاری در حوزه سلامت کودکان در فضای مجازی گفت: از سال ۹۶ ما در این حوزه سرمایه‌گذاری کردیم، زیرا کودکان آینده و زندگی ما هستند و اگر به آنها پرداخته نشود آفت‌های فضای مجازی آینده ما را تخریب می‌کنند به همین منظور از سال ۹۶ اینترنت کودکان که همراه اکوسیستم و ابزارهای خاصی مانند تبلت ایرانی برای کودکان تولید شده است و فقط در ایام کرونا برای کودکان محروم مناطق به کمک خیرین ۵۰۰۰ تبلت خریداری و ارسال شده است.

وی همچنین درباره آمار ۳.۵ میلیون دانش‌آموز که به امکانات فضای مجازی دسترسی ندارند، گفت: براساس اعلام آموزش و پرورش، ۳.۵ میلیون دانش‌آموز به هر دلیلی برنامه شاد را نصب نکرده‌اند که آمار بالایی است. ما در ۵۵ درصد نقاط جمعیتی پوشش اینترنت نداریم که ایراد مربوط به وزارت ارتباطات است که از این تعداد در حدود ۷۰۰ هزار دانش‌آموز در این مناطق هستند و بقیه دانش‌آموزانی هستند که ابزار دسترسی ندارند و ما اعلام کردیم تا پایان سال تمام نقاط روستایی کشور به شبکه اینترنت متصل می‌شوند تا آمار اتصال به شبکه به ۱۰۰ درصد برسد.

اقتصاد ایران بیشتر از استراتژی توسعه صنعتی به استراتژی خروج از بحران نیاز دارد

از توسعه اقتصادی تا استراتژی صنعتی



این استراتژی در نظر گرفته شد که البته به رغم تدوین نهایی و چاپ کتاب آن از سوی انتشارات دانشگاه شریف، پس از مدتی با واکنش‌هایی همراه و در نهایت منجر به توقف انتشار این کتاب شد. در دولت نهم نیز مجدد مأموریت داده شد تا استراتژی توسعه صنعتی تدوین شود که از آن زمان تاکنون گفتمان این استراتژی وجود داشته است اما هنوز به نتیجه نرسیده و بی‌نتیجه مانده است.

این اقتصاددان، «انتظارات ناهمخوان» را یکی از مهم‌ترین موانع تحقق تدوین استراتژی توسعه صنعتی عنوان کرد و افزود: در تدوین سند استراتژی توسعه صنعتی، در وهله اول باید مشخص کنیم که این سند قرار است شامل چه موضوعاتی باشد و دقیقاً هدف‌مان از تدوین این سند چیست تا تکلیف خیلی چیزها در آن مشخص شود. باید در گام اول تدوین استراتژی توسعه صنعتی در همین اتاق ایران به وفاق برسیم چراکه سند استراتژی توسعه صنعتی در کشورهای مختلف وجود داشته و نباید چیزی بنویسیم که متفاوت از تجربه جهانی باشد. نیلی ادامه داد: تاکید بر وفاق از آن جهت است که واژه استراتژی کاربردهای مختلفی دارد و باید منظورمان را دقیقاً مشخص کنیم که از استراتژی چه می‌خواهیم. متأسفانه در همان زمانی که سند اولیه استراتژی توسعه صنعتی تدوین شد، در وزارت صنعت و معدن وقت این سند با عنوان «برنامه راهبردی» معرفی شد، بدون توجه به این نکته که استراتژی توسعه صنعتی حتی برنامه‌ریزی صنعتی هم نیست؛ بلکه استراتژی توسعه صنعتی یک سند بالادستی است که خروجی آن می‌تواند صنعت و معدن باشد.

به گفته وی، در تدوین استراتژی توسعه صنعتی، باید همه بخش‌ها از جمله سیاست خارجی همگام باشند و بین مولفه‌هایی که حول محور صنعتی شدن قرار دارند، هماهنگی به وجود آید. استراتژی توسعه صنعتی مختص کشورهایی است که در آن اراده عالی برای صنعتی شدن وجود دارد و در همین ارتباط در استراتژی توسعه صنعتی مهمترین موضوع نحوه تعامل با دنیاست. از لحاظ محتوا، نحوه ارتباط و توسعه روابط اقتصادی کشور با دنیا بسیار مهم است و همین موضوع یکی از مهمترین مباحث در تدوین این سند بوده است.

او سپس به الگوی توسعه کشورهای آمریکای لاتین و آسیای دور که بر دو اصل «جایگزینی واردات» و «توسعه صادرات» قرار داشت، اشاره کرد و گفت: از دهه ۹۰ به این سو و در پی تغییر استراتژی کشورهای، شاهد شکل گرفتن یک استراتژی میانه در بین استراتژی‌های جایگزینی واردات و توسعه صادرات تحت عنوان «استراتژی مشارکت در عرصه جهانی» هستیم. مروری بر ارتباط بنگاه‌های اقتصادی در همان

فرصت امروز: چهارمین نشست کمیته تدوین استراتژی توسعه صنعتی روز یکشنبه در اتاق بازرگانی ایران برگزار شد و از کندوکاو وضعیت کنونی اقتصاد ایران تا چگونگی تدوین استراتژی توسعه صنعتی در آن بحث و بررسی شد. ازجمله بحث‌هایی که در این نشست مطرح شد، نیاز اقتصاد ایران به استراتژی خروج از بحران بود، چنانچه به گفته مسعود نیلی، شرایط امروز با دهه ۸۰ و ۹۰ متفاوت است و در شرایط حاضر شاید تدوین استراتژی توسعه صنعتی چندان با مقتضیات اقتصاد ایران همخوانی نداشته باشد؛ بلکه می‌طلبد که استراتژی خروج از بحران تدوین شود. به اعتقاد او، بخش خصوصی معتمدترین بخش برای تدوین این استراتژی و همچنین استراتژی توسعه صنعتی است.

چهارمین نشست کمیته تدوین استراتژی توسعه صنعتی در کمیسیون صنایع اتاق ایران با حضور مسعود نیلی استاد دانشکده اقتصاد و مدیریت دانشگاه صنعتی شریف، غلامحسین شافعی رئیس اتاق ایران و دیگر اعضای این اتاق برگزار شد. در این نشست، غلامحسین شافعی با اشاره به تدوین نخستین سند استراتژی توسعه صنعتی در دهه ۸۰ گفت: تا جایی که به یاد دارم همه دولت‌ها قصد داشتند تا استراتژی توسعه صنعتی را تدوین کنند، اما این کار هیچ زمان به نتیجه مطلوبی نرسید. باید اول استراتژی توسعه اقتصادی را مدنظر قرار دهیم. به عبارتی اول کل را درست کنیم و بعد به سایر اجزا توجه داشته باشیم، اما واقعیت این است که می‌تسیم اگر بخش خصوصی در این زمینه اقدامی اساسی انجام دهد به سرنوشت سایر پیشنهادات دچار شود. برای همین بخش خصوصی مردد است.

رئیس اتاق ایران ادامه داد: زمانی که بحث استراتژی توسعه صنعتی مطرح شد در حضور رئیس مجلس و معاون اول رئیس جمهور گفتیم که اتاق ایران آماده تدوین این استراتژی است؛ بدون اینکه حتی نیاز به بودجه مالی داشته باشد، اما به شرط اینکه حاکمیت، این امر به عنوان یک مأموریت به بخش خصوصی واگذار کند. نه اینکه اتاق کاری را انجام دهد اما با آمدن دولت جدید کنار گذاشته شود.

گفتمان استراتژی صنعتی هنوز به نتیجه نرسیده است مسعود نیلی نیز در این نشست گفت که تدوین استراتژی خروج از بحران توسط بخش خصوصی اولویت بالایی دارد و بخش خصوصی معتمدترین بخش برای تدوین این استراتژی و همچنین استراتژی توسعه صنعتی است.

او با اشاره به تجربه خود در تدوین نخستین سند استراتژی توسعه صنعتی ادامه داد: در سال ۱۳۸۰ که به سفارش وزارت صنعت و معدن وقت، استراتژی توسعه صنعتی تدوین شد، ۱۰ اولویت مهم برای تدوین

آرامش به بازار اجاره باز می‌گردد؟

بازی موجران بورس‌باز با بازار اجاره

باید ۵۰ میلیون تومان رهن و ماهانه ۴ میلیون تومان اجاره پرداخت کرد. همچنین در خیابان جشنواره، رضامیوه یک خانه ۷۰ متری ۱۰۰ میلیون تومان رهن و یک میلیون و ۷۵۰ هزار تومان اجاره گذاشته شده است. در میان فایل‌های اجاره در خیابان تهرانپارس، خیابان ۱۸۸ یک خانه ۸۰ متری ۱۰۰ میلیون تومان رهن و ماهانه یک میلیون و ۱۰۰ هزار تومان اجاره رفته است. همچنین در شهرزیا، شهید مرادی یک خانه ۶۱ متری حدود ۱۰۰ میلیون تومان رهن و ۲ میلیون و ۵۰۰ هزار تومان اجاره داده شده است.

به نظر می‌رسد هر چقدر در نیمه ابتدای سال ۹۹ کمترین آرامش در بازار اجاره مشاهده می‌شود، از نیمه دوم سال آرامش به بازار بازگردد. گزارش اخیر بانک مرکزی با اشاره به متوسط قیمت هر مترمربع واحد مسکونی در نیمه اول شهریور امسال، به این موضوع اشاره کرده است. اگرچه در میان آمار بانک مرکزی، گزارشی از معاملات اجاره در شهریور دیده نمی‌شود، اما با توجه به اینکه تغییر رقم اجاره از قیمت مسکن تبعیت می‌کند، این موضوع به بازار اجاره نیز تسری پیدا کند. بنا به گزارش بانک مرکزی، اطلاعات برگرفته از سامانه ثبت معاملات املاک و مستغلات کشور در نیمه اول شهریور امسال حاکی از این است که پس از یک دوره التهاب در بازار مسکن، نشانه‌هایی از بازگشت آرامش به این بازار آشکار شده و دوره تلاطم اخیر بازار مسکن رو به پایان است. براساس اطلاعات یادشده، متوسط قیمت هر مترمربع واحد مسکونی معامله شده در شهر تهران در نیمه اول شهریورماه سال جاری به حدود ۲۳.۵ میلیون تومان رسیده که در مقایسه با رقم مشابه ماه قبل تنها ۱.۹درصد رشد داشته است.

کاهش رشد قیمت مسکن تهران در شرایطی بوده که تعداد معاملات مسکن شهر تهران پس از ثبت افت ۳۵.۴ درصدی در مردادماه سال جاری (نسبت به رقم تیرماه)، در نیمه اول شهریورماه نسبت به مدت

فعالان بازار مسکن معتقدند با پایان پیک جابه‌جایی‌ها (شهریورماه) بازار اجاره در نیمه دوم سال با ثبات نسبی همراه باشد.

به گزارش خبرآنلاین، سال ۹۹ در حالی به نیمه نزدیک می‌شود که بازارها تقریباً روز به روز شرایط متفاوتی را می‌گذرانند. بازار اجاره نیز از این قاعده مستثنی نبوده و با وجود اینکه تقریباً فصل نقل و انتقال مسکن رو به پایان است، اما همچنان مالکان، تمایل به افزایش اجاره‌بها به بهانه رشد قیمت‌ها در بازارهای موازی دارند؛ تا جایی که سعی دارند عدم حضور خود در بازارهایی چون طلا، سکه، ارز و بورس را با افزایش قیمت اجاره جبران کنند.

آخرین گزارش بانک مرکزی درباره شاخص کرایه مسکن اجاری در تهران و در کل مناطق شهری در مردادماه نشان‌دهنده رشد به ترتیب ۲۷.۴ و ۳۰.۶ درصدی نسبت به ماه مشابه سال قبل است، اما گزارش‌های میدانی از دو برابر شدن نرخ اجاره خبر می‌دهد.

شرایط حاضر بازار مسکن همچنین از تغییر ذائقه موجران و مستأجران نسبت به شکل اجاره حکایت دارد. این موضوع تا حدی به میزان مسوددهی‌ای که بازار سرمایه به جیب سرمایه‌گذاران منتقل کرده است، ارتباط دارد. اگرچه شهریورماه آنچنان روزهای خوشی برای سهامداران رقم نزده، اما در طول شش ماه گذشته شاخص بورس از رشدی حدود ۲۰۰ درصدی برخوردار بوده که چنین سودی را در هیچ‌یک از بازارهای دیگر شاهد نبودیم، چنانچه در بازار طلا ۸۲ درصد، بازار سکه ۸۸ درصد و بازار دلار ۵۰ درصد سود نصیب سرمایه‌گذاران آن شده است. همین شرایط، در طول ماه‌های گذشته تمایل مالکان را رهن کامل و در مقابل، مستأجران را به سمت اجاره ماهانه سوق داده است. این در شرایطی است که همواره این وضعیت کاملاً برعکس بود. همچنین گزارش‌های میدانی از وضعیت رهن و اجاره در شهر تهران نشان می‌دهد برای اجاره یک خانه ۷۵ متری در شهر کهرغ، سپهر

بانک نامه

در هفدهمین روز شهریورماه رخ داد

کاهش قیمت سکه به موازات افزایش قیمت طلا

در حالی قیمت طلا در روز دوشنبه با افزایش ۳۰۰ تومانی همراه شد که قیمت سکه در این روز ۴۳ هزار تومان کاهش پیدا کرد. به گزارش فرصت امروز، قیمت سکه در هفدهمین روز شهریورماه افت ۴۳ هزار تومانی را تجربه کرد و هر گرم طلای ۱۸ عیار با افزایش ۳۰۰ تومانی قیمت مواجه شد. بر این اساس، قیمت سکه بهار آزادی به ۱۰ میلیون و ۹۱۳ هزار تومان رسید. قیمت سکه امامی نیز ۱۱ میلیون و ۲۶۱ هزار تومان اعلام شد. همچنین نیم سکه ۵ میلیون و ۶۰۰ هزار تومان و ربع سکه نیز ۳ میلیون و ۱۸۸ هزار تومان قیمت خورد. هر گرم طلای ۱۸ عیار نیز یک میلیون و ۹۶ هزار و ۸۰۰ تومان و هر مثقال طلا ۴ میلیون و ۷۵۳ هزار تومان معامله شد. همچنین هر دلار آمریکا در صرافی‌های بانکی بدون تغییر نسبت به روز قبل به قیمت ۲۲ هزار و ۶۰۰ تومان فروخته شد و نرخ خرید دلار از مردم در این صرافی‌ها نیز ۲۲ هزار و ۵۰۰ تومان بود. بهای فروش هر یورو نیز ۲۶ هزار و ۸۰۰ تومان و بهای خرید آن در صرافی‌های بانکی هم ۲۶ هزار و ۷۰۰ تومان بوده است.

با تصویب صندوق بازنشتگی بانک‌ها

حقوق بازنشتگان نظام بانکی با شاغلین همسان سازی می‌شود

مجوز همسان‌سازی ۹۰درصدی حقوق بازنشتگان با شاغلین با تصویب صندوق بازنشتگی بانک‌ها صادر شد.

به گزارش صندوق بازنشتستگی بانک‌ها، در نشست هیات امنای این صندوق که در وزارت اقتصاد برگزار شد، وضعیت بازنشتگان و مستمری‌بگیران شبکه بانکی بررسی شد. طبق مصوبه این نشست، افزایش سهم تعهد نقدی بانک‌ها در جبران «لاچوثری» و سهم کسورات بیمه‌ای با هدف تضمین پایداری آینده صندوق تأیید شد. همچنین با تصویب صندوق بازنشتستگی بانک‌ها، مجوز همسان‌سازی ۹۰درصدی حقوق بازنشتگان با شاغلین بعد از ابلاغ سراسری هیات وزیران صادر شد.

صدور مجوز سرمایه‌گذاری در بازارهای اولیه با هدف افزایش ارزش‌افزوده سرمایه‌گذاری‌ها و اصلاح نحوه محاسبه حقوق از کارافتادگان و لحاظ شدن آخرین حقوق دریافتی در محاسبه، از جمله مصوبات این نشست بود. همچنین اصلاح اساسنامه صندوق در مسیر جوانگرایی و چابک‌سازی نیروها، اصلاح آیین‌نامه صندوق رفاه بازنشتگان و میانگین رشد ۲۰۰ درصدی در وام‌های پرداختی و کمک‌های بلاعوض و نیز اصلاح دستورالعمل مأموریت و انتقال کارکنان شبکه بانکی دولتی جهت حفظ سرمایه انسانی بانک‌ها نیز در این نشست به تصویب رسید.

کار تخوان‌های فروشگاه‌های، صدرنشین تراکنش‌های شاپرک‌ی شدند

کارتخوان فروشگاه‌های با سهم ۸۹درصدی در مردامه‌ها بیشترین تعداد تراکنش را در بین سایر ابزارهای پذیرش داشته و ابزار پذیرش موبایلی و ابزار پذیرش اینترنتی به ترتیب در جایگاه‌های بعدی قرار گرفته‌اند. به گزارش اینبا، براساس آمار رسمی اعلام شده از سوی شرکت شاپرک از عملکرد این شرکت در مردامه ۱۳۹۹، بالغ بر ۲ میلیون و ۸۹۸ هزار تراکنش به ارزش ۴،۲۶۹ هزار میلیارد ریال در شبکه الکترونیک پرداخت کارت پردازش شده که نسبت به تیرماه رشد ۰٫۹۵ درصدی در تعداد و رشد منفی ۸،۲۸ درصدی در ارزش ریالی داشته‌است.

همچنین تعداد و ارزش تراکنش‌های شاپرک در مرداد ۱۳۹۹ نسبت به ماه مشابه سال گذشته به این صورت است که تراکنش‌های شاپرک از نظر تعداد ۲۳۰۱ درصد و از نظر مبلغ ۸۲،۲۵ درصد رشد داشته‌است. ارزش اسمی تراکنش‌های مرداد ۱۳۹۹ نسبت به ماه گذشته با رشد ۲۸۸ – درصدی همراه بوده و این در حالی است که ارزش حقیقی تراکنش‌ها در مرداد ۱۳۹۹ رشد ۲۹۰۱۱- درصدی را تجربه کرده‌است. ارزش حقیقی تراکنش‌ها در واقع ارزش تراکنش‌های شاپرک‌ی بدون در نظر گرفتن اثرات تورم است. به عبارت دیگر ارزش تراکنش‌های شاپرک‌ی که نسبت به نرخ تورم خالص‌سازی شده است، ارزش حقیقی تراکنش‌های شاپرک‌ی را تشکیل می‌دهد.

همچنین رشد ۲۵۸۲ درصدی در ارزش اسمی تراکنش‌ها در قیاس نقطه به نقطه بوده که می‌توان آن را شلهدی برای افزایش استقبال عمومی از پرداخت الکترونیکی تفسیر کرد. همچنین رشد حقیقی ارزش تراکنش‌ها بدون در نظر گرفتن اثرات تورم محاسبه شده است ۶۸،۳۹ درصد است.

تعداد ابزارهای شاپرک‌ی در مجموع نسبت به تیر ماه رشد ۰۷۰ درصدی را تجربه کرده که به نظر می‌رسد سبب این تغییر، کاهش ۹۷۰- درصدی تعداد ابزار کارتخوان فروشگاه‌های است. ابزارهای پذیرش اینترنتی در مرداد ۱۳۹۹ نسبت به تیرماه رشد ۷۸۵ درصدی را تجربه کرده‌اند و تعداد ابزار پذیرش موبایلی نیز در مدت مشابه با افزایش ۴۲،۱ درصدی همراه بوده است.

براساس این گزارش، بیشترین سهم بازار تراکنش‌های شاپرک‌ی در اختیار ابزار کارتخوان فروشگاه‌های است. این در حالی است که عواملی مانند وجود محدودیت انجام تراکنش بر روی ابزار پذیرش موبایلی، تعداد بالای ابزار کارتخوان فروشگاه‌ی، فراگیر بودن این ابزار، عدم نیاز این ابزار به تجهیزات مکمل دیگر نظیر کمپیوتر یا گوشی موبایل و عواملی از این دست را می‌توان از جمله عوامل تاثیرگذار بر تعداد تراکنش‌های ابزار پذیرش کارتخوان فروشگاه‌های دانست. این در حالی است که به منظور استفاده از ابزار پذیرش اینترنتی، به بستر اینترنتی امن و در استفاده از ابزار پذیرش موبایل به وجود دستگاه گوشی تلفن همراه نیاز است که ممکن است هنگام خرید در دسترس همگان قرار نداشته باشد. همانطور که گفته شد، کارتخوان فروشگاه‌های با سهم ۵۴،۸۹ درصدی، بیشترین تعداد تراکنش را در بین سایر ابزارهای پذیرش داشته‌است و ابزار پذیرش موبایلی و ابزار پذیرش اینترنتی به ترتیب در جایگاه‌های بعدی قرار گرفته‌اند.

متوسط تراکنش هر ابزار پذیرش شاپرک‌ی در مرداد ۱۳۹۹، ۲۵۵ تراکنش است که این تعداد نسبت به مقدار مشابه در ماه گذشته افزایش ۲۳،۲ واحدی، (۸۸۰ درصدی) را تجربه کرده است. بیشترین افزایش متوسط تعداد تراکنش مربوط به کارتخوان فروشگاه‌های است. در مردامه متوسط تعداد تراکنش‌های اینترنتی با کاهش صفر درصدی از ۱۳۷ تراکنش در تیرماه ۱۳۹۸ به ۱۳۷ تراکنش رسیده است.

www.forsatnet.ir

پول‌بانک

پژوهشکده پولی و بانکی بررسی کرد

موانع پیمان‌های پولی در ایران



فرصت امروز: در سال‌های گذشته دلارزدایی و تجارت با پول‌های ملی به مسئله‌ای مهم برای برخی از کشورها تبدیل شده است و این امر در کشورهای مواجه با تحریم همچون ایران، حساسیت و ضرورت بیشتری دارد. یکی از راهکارهای مطرح‌شده برای کاهش وابستگی به دلار و همینطور افزایش اعتبار واحد پول کشورها، استفاده از انواع موافقت‌نامه‌های پولی و ازجمله پیمان‌های پولی و به‌کارگیری پول‌های ملی کشورها در مبادلات تجاری میان آنهاست. از زمان وقوع بحران مالی جهانی، تعدادی از موافقت‌نامه‌های پولی تحت عنوان پیمان‌های پولی میان بانک‌های مرکزی کشورها منعقد شده و انتظار می‌رود در سال‌های آتی، کشورها به نحو بیشتر و وسیع‌تری از این نوع پیمان‌های پولی استفاده کنند. در اقتصاد ایران اگرچه در چند سال گذشته جایگزین نیز برای انتقال پول ایجاد شود، باید به‌تدریج به‌سمت سیستم پرداخت بین‌المللی حرکت کنیم که امکان پرداخت با ارزهای ملی را برای کالاهای مناسب ما در بازار جهانی فراهم سازد. همچنین باید با سایر کشورها کانال پرداخت ایجاد شود که حتی‌الامکان در انحصار یک یا چند کشور خاص نباشد. تصمیم آمریکا در سال ۲۰۱۲ برای حذف بانک‌های ایرانی از شبکه پرداخت سوئیفت، زنگ هشداری برای کشورهای دیگری بود که در معرض تهدید آمریکا قرار داشتند. وجود شبکه پرداخت جایگزین سوئیفت برای عبور از تحریم‌ها، می‌توانست اولین گام در این مسیر باشد. ازاین‌رو، یک نظام پرداخت جدید با عنوان نظام پرداخت‌های بین‌بانکی برون‌مرزی (CIPS) در سال ۲۰۱۵

همچنین گسترش روابط کارگزاری بانکی و افزایش کانال‌های پرداخت بین کشورها، عاملی مهم در تقویت تجارت دوجانبه با پول‌های ملی به شمار می‌آید. البته پیمان‌های پولی جایگزین کاملی برای روابط کارگزاری بانکی به شمار نمی‌آیند و لازم است کانال‌های جایگزین نیز برای انتقال پول ایجاد شود. باید به‌تدریج به‌سمت سیستم پرداخت بین‌المللی هدف حرکت کنیم که امکان پرداخت با ارزهای ملی را برای کالاهای مناسب ما در بازار جهانی فراهم سازد. همچنین باید با سایر کشورها کانال پرداخت ایجاد شود که حتی‌الامکان در انحصار یک یا چند کشور خاص نباشد. تصمیم آمریکا در سال ۲۰۱۲ برای حذف بانک‌های ایرانی از شبکه پرداخت سوئیفت، زنگ هشداری برای کشورهای دیگری بود که در معرض تهدید آمریکا قرار داشتند. وجود شبکه پرداخت جایگزین سوئیفت برای عبور از تحریم‌ها، می‌توانست اولین گام در این مسیر باشد. ازاین‌رو، یک نظام پرداخت جدید با عنوان نظام پرداخت‌های بین‌بانکی برون‌مرزی (CIPS) در سال ۲۰۱۵ توسط چین طراحی شد.

از قابلیت ارزهای دیجیتال تا تأسیس بانک دوجانبه

ناگفته نماند برخی کشورهای منطقه همانند عراق، افغانستان، ترکمنستان، پاکستان، آذربایجان، عمان، سوریه و لبنان به‌طور طبیعی از آمادگی بیشتری برای پذیرش ریال ایران در تجارت برخوردارند. ازاین‌رو، می‌توان با استفاده از ظرفیت پرداخت وام‌های ریالی به واردکنندگان کالاهای ایرانی در این کشورها، شرایط را برای تشویق آنها به خرید محصولات ایرانی با ریال فراهم کرد. این اقدام به رونق استفاده از ریال در کشورهای هدف منجر می‌شود و نتیجه آن اقبال بیشتر به پذیرش ریال از گردشگران و واردکنندگان ایرانی است. راهکار دیگر برای مقابله با تحریم‌های اقتصادی و بهره‌مندی از ظرفیت پیمان‌های پولی، استفاده از ظرفیت فتاوری زنجیره بلوک به‌ویژه در زمینه ارزهای دیجیتال است. هرچند که استفاده از این‌گونه ارزها در مبادلات بین‌المللی در ابتدای راه قرار دارد و با چالش‌هایی همراه است، ولی به‌عنوان گزینه‌ای ممکن، قابلیت بررسی و پژوهش مجزا را دارد. یکی از کشورها در این زمینه ونزولاست که قصد دارد از ارز مجازی ال‌پترو ونزولتا که با پشتوانه ذخایر نفتی این کشور منتشر شده است، در مبادلات خود با کشورهایی همانند روسیه استفاده کند.

تأسیس سهم دوجانبه یا چندجانبه، رویکرد دیگری است که می‌تواند تجارت با پول‌های ملی را تسهیل کند. ایجاد بانک‌های مشترک بین دو یا چند کشور مزایای گوناگونی همچون تسهیل و افزایش فرآیند تجارت و مبادلات اقتصادی و عملیات دوجانبه بانکی برای کشورهای طرف قرارداد به همراه دارد. چنین بانکی با ساختار سازمانی مناسب، پویا و سبک به همراه مالکیت خصوصی و مدیریت تخصصی می‌تواند زمینه ایجاد زنجیره ارزش و افزایش سهم کشورها در بازارهای بین‌المللی، ارتقای روابط کارگزاری بانکی و ایفای نقش مؤثر در تجارت بین‌المللی توسط آنها را فراهم سازد. به نظر می‌رسد تأسیس بانک چندملیتی توسط ایران، روسیه و ترکیه می‌تواند در راستای گسترش تجارت چندجانبه بین آنها مؤثر باشد. در عین حال، لازم است برخی ساختارهای اقتصادی کشور در حوزه‌های مختلف با تحول روبه‌رو شود، زیرا با وجود ساختارهای معیوب اقتصادی، حذف تحریم‌ها نیز نمی‌تواند به تقویت تجارت خارجی و کاهش اتکا به ارز خارجی همچون دلار و یورو کمک کند.

تورم و نوسان شدید نرخ برابری ارزهای ملی

یکی دیگر از موانع اقتصاد ایران برای توسعه و پیشبرد پیمان‌های پولی به تورم مزمن و نوسان شدید نرخ‌های ارز مرتبط می‌شود. هرچند پیمان‌های پولی می‌توانند به کاهش نوسان‌های شدید ارزی کمک کنند، ممکن است تورم مزمن و نوسان‌های ارزی متناثر شوند. از این بابت، چنانچه کشوری با نرخ تورم متوسط و بالا (کاهش ارزش پول ملی) و نوسان شدید نرخ برابری ارزهای ملی مواجه باشد، امکان متضرر شدن شرکای تجاری در هنگام تسویه پیمان‌های پولی وجود خواهد داشت که این عامل به نحو طبیعی به کاهش رغبت این شرکا منجر خواهد شد.

برای تحقق معاملات پیمان‌های پولی و تسویه‌حساب‌های تجاری باید ارز حداقل یکی از کشورها جهان‌روا باشد و سپس با تعیین نرخ تسعیر و آنی بودن معامله اسناد برای یک دوره معین، این نرخ توسط تجار دو کشور مورد پذیرش واقع شود. البته چنانچه خریدار و فروشنده دولتی باشند، پذیرش نرخ تسعیر با مشکل کمتری مواجه است. در شرایط کنونی نظام ارزی اقتصاد ایران، اولین سؤال تجار این است که بانک ایرانی با چه نرخی در مقابل صادرات به ما ریال تحویل می‌دهد؟ نرخ تفاهم‌شده بانک‌های مرکزی، نرخ نیمای، یا معدل آن و با نرخ بازار آزاد؟ سؤال بعدی آن است که بانک ایرانی چه زمانی پول را خواهد داد؟ تغییرات نرخ از زمان صادرات تا واریز وجه به حساب صادرکننده است یا سایر بازیگران؟ در هر صورت، ریسک نوسانات نرخ را با باید بانک مرکزی به عنوان متولی تفاهم‌نامه بپذیرد یا نظام بانکی و با تاجر و این نیز چالش دیگری در زمینه اجرای پیمان‌های پولی دوجانبه است. برای کمک به رفع این چالش دو راهکار وجود دارد؛ نخست، کاهش سطح نیاز به تسویه پایان دوره و دوم، برابرسازی پول‌های ملی با واحدهای پولی شاخص یا دارایی‌های ثابت.

تنش‌های سیاسی و لزوم روابط پایدار با کشورها

مسئله مهم دیگر در رابطه با پایداری و توسعه پیمان‌های پولی، وجود روابط سیاسی پایدار بین دو کشور است. کشورهایی می‌توانند از مزایای پیمان‌های پولی به‌نحو مؤثرتر استفاده کنند که روابطی مستحکم‌تر با یکدیگر داشته باشند و با وقوع تحولات سیاسی همانند تغییر دولت‌ها، روابط آنها دستخوش تغییرات جدی نشود. به منظور کاهش احتمال تضعیف پیمان‌های پولی بر اثر تغییر دولت‌ها، می‌توان از راهکارهایی مانند تصویب قوانین بالادستی برای برقراری پیمان‌های پولی استفاده کرد. همچنین وجود دیپلماسی فعال از سوی دولت برای ایجاد روابط سیاسی راهبردی و بلندمدت اهمیت زیادی دارد. لازم است دولت با همکاری بخش خصوصی و نهادهای مربوط به آن مانند اتاق بازرگانی و سازمان توسعه تجارت، ظرفیت‌ها و نیازهای موجود برای صادرات به کشورهای طرف قرارداد را براساس مزیت‌های رقابتی موجود در ایران، شناسایی و رفع موانع در میدان مبادلات تجاری با آنها را صورت دهد. از سوی دیگر، ظرفیت‌ها و نیازهای موجود در کشور به شرکای احتمالی طرف قرارداد شناسانده شود تا دولت‌ها و بنگاه‌های آنها با آگاهی بهتر از بازار ایران، انگیزه بیشتری برای انعقاد و استمرار پیمان‌های پولی داشته باشند.

با توجه به تشکیل رسمی معاونت دیپلماسی اقتصادی وزارت امور خارجه در اواخر سال ۱۳۹۶، می‌توان از ظرفیت این معاونت در راستای رایزنی اقتصادی به منظور انعقاد پیمان‌های پولی با کشورهای گوناگون استفاده کرد. در واقع، بهتر است بانک مرکزی تمرکز اصلی خود را بر طراحی سازوکار انواع موافقت‌نامه‌های پولی با دیگر کشورها قرار دهد و از ظرفیت معاونت دیپلماسی اقتصادی وزارت امور خارجه نیز برای رایزنی و رفع موانع در میدان سیاسی استفاده کند. بدین ترتیب، امکان انعقاد پیمان‌های پولی به صورت متمرکزتر فراهم می‌شود و مشکلات و چالش‌های احتمالی آنها با سهولت بیشتری قابل رفع خواهد بود.

بایمن بودن سطح استانداردهای نظام بانکی

همچنین برخی مشکلات در سطح کلان اقتصادی ایران وجود دارد که ممکن است توسعه تجارت با پول‌های ملی و به‌تبع آن انعقاد پیمان‌های پولی را تحت تأثیر قرار دهد. در حال حاضر، مسائلی از قبیل نوسان و چندنرخی بودن ارز، کمبود ابزارهای سیاست‌گذاری پولی، بالابودن رشد نقدینگی و احتمال بازگشت نرخ‌های تورم بالا در ایران وجود دارد که ممکن است در تجارت دوجانبه نیز اثر بگذارد. برطرف کردن این چالش‌ها سهم زیادی در آماده شدن شرایط اقتصادی و ترغیب دیگر کشورها برای انعقاد پیمان‌های پولی با ایران دارد. از سوی دیگر، نظام بانکی نقشی مهم در اجرای موفقیت‌آمیز پیمان‌های پولی و تجارت دوجانبه دارد. در حال حاضر، نظام بانکی ایران به‌دلایل گوناگون و ازجمله تحریم‌های اقتصادی، با استانداردها و شاخص‌های بین‌المللی در زمینه صنعت بانکداری فاصله زیادی دارد و با مشکلاتی همچون پایین بودن سطح کیفیت سرمایه، بالابودن میزان مطالبات غیرجاری، عدم نظیر کنترل و شفاف‌سازی معاملات ارزی، فراهم کردن مقدمات تشکیل بازار متشکل ارزی، اجرای عملیات بازار باز و تدوین طرح جدید بانکداری جمهوری اسلامی در مجلس، گام‌های مثبتی در مسیر بهبود شرایط کلان اقتصادی و تقویت نظام بانکی به شمار می‌آید و می‌تواند به فراهم شدن زمینه بهتر برای انعقاد پیمان‌های پولی کمک کند.

نماگر بازار سهام



نگاه سهامداران به بورس باید بلندمدت باشد

سمت و سوی آتی بازار سهام

یک کارشناس بازار سرمایه گفت سرمایه‌گذاران اگر تحمل کنند و با نگاه بلندمدت به سرمایه‌گذاری در بورس نگاه کنند، به طو حتم می‌توانند بازدهی بیشتری را از این بازار نسبت به سایر بازارها کسب کنند.

علی اسلامی در گفت و گو با ایرنا، به روند این روزهای معاملات بورس اشاره کرد و گفت: بازار سهام تا چند وقت گذشته به دلیل جریان ورود گسترده نقدینگی به صورت روزانه به این بازار و افزایش نرخ دلار در مسیر صعودی پرشتایی قرار گرفت که همه را حیرت زده کرد.

به گفته وی، این عوامل در کنار دیگر عوامل جانبی مانند محدودیت‌های ایجاد شده در بازار موازی، باعث هدایت سرمایه‌ها به سمت بازار سرمایه شدند.

اسلامی ادامه داد: رشد دلار، افزایش ریالی ارزش جایگزینی شرکت‌ها و افزایش سودآوری برخی از نگاه‌ها که محصولات صادراتی یا محصولاتی که وابستگی مستقیم به قیمت ارز دارد را با خود به همراه داشت و منجر به رشد بازار سرمایه شد.

این کارشناس بازار سرمایه به عوامل تاثیرگذار در ورود دوباره نقدینگی و تداوم رشد در این بازار تاکید کرد و گفت: بازار برای تداوم رشد خود نیاز به محرک‌های جدید دارد که این محرک‌ها می‌توانند همچنان جریان ورود نقدینگی از سمت سرمایه‌گذاران حقیقی به سمت بازار سرمایه باشد اما به دلیل بزرگ شدن اندازه بازار، قدرت ورود پول جدید به بازار سرمایه به حدی نیست که توان داشته باشد منجر به رشد بیشتر بازار سرمایه شود.

به عقیده وی، این بازار نیاز به محرک‌های جدید دارد که این محرک‌ها می‌توانند افزایش حمایت دولت، بهبود فضای کسب و کار و بهبود فضای سیاسی و اجتماعی را با خود به همراه داشته باشد و از طرفی کمک‌کننده به رشد دوباره بازار سرمایه باشند.

اسلامی با بیان اینکه بازار سرمایه، بازاری بلندمدت است و سرمایه‌گذارانی که وارد این بازار می‌شوند باید بدانند که در حال سرمایه‌گذاری در بازاری بلندمدت هستند، افزود: تجربه سال‌های گذشته به بازار سرمایه نشان داده همواره بازده بلندمدت بازار سرمایه از سایر بازارها مانند دلار، ارز، خودرو و مسکن بالاتر بوده اما طبیعی است که در این بازدهی بلندمدت در برخی از مقاطع، بازده بازار سرمایه از سایر بازارها کمتر باشد. این کارشناس بازار سرمایه خاطر نشان کرد: سرمایه‌گذاران اگر تحمل کنند و با نگاه بلندمدت به این بازار نگاه کنند، به طو حتم می‌توانند از سرمایه‌گذاری در این بازار بازدهی بیشتری را نسبت به سایر بازارها کسب کنند.

اسلامی افزود: بازار سرمایه به دلیل هوشمندبودن، در یک مقطع چند ماهه و به صورت موقتی به دلیل نوسان‌هایی که در این بازار ایجاد می‌شود و تاثیرپذیری که از ریسک‌ها دارد، بازدهی کمتری نسبت به سایر بازارها را کسب می‌کند اما به طو قطع در بلندمدت بازده متوسط بازار نسبت به سایر بازارها بیشتر خواهد بود.

او سهامداران تازه‌وارد را مورد خطاب قرار داد و گفت: در چند وقت اخیر سهامداران تازه وارد بیشتر از دیگر سرمایه‌گذاران متضرر شدند که توصیه به سرمایه‌گذاران غیرحرفه‌ای و تازه‌وارد سرمایه‌گذاری از طریق ابزار واسط مانند صندوق سرمایه‌گذاری شرکت‌های سبدگردان است زیرا مدیریت دارایی این افراد از طریق کارشناسان حرفه‌ای انجام می‌شود. سهامداران تازه‌وارد بهتر است بخشی از پس‌انداز خود که در کوتاه‌مدت به آنها نیاز ندارند را در بورس سرمایه‌گذاری کنند، این اتفاق باعث می‌شود تا بتوانند سهامداران غیرحرفه‌ای و تازه‌وارد با نگاه بلندمدت در بازار سرمایه سرمایه‌گذاری کنند.

بیم و امید بورس

چه زمانی روند اصلاحی بازار سرمایه به پایان می‌رسد؟



به رشد قیمت بسیاری از سهام در چند ماه گذشته، اغلب افرادی که اکنون سهام خود را حتی در صف فروش به فروش می‌رسانند، سودهایی کسب کرده‌اند.

آقای زنگی، ادامه روند قبلی بورس را به صلاح اقتصاد کشور نمی‌داند و می‌افزاید: تنها در یک نمونه، اقتصاد انگلستان رشد اقتصاد منفی ۲۰ درصد داشته است و چنین وضعیتی برای برخی کشورهای اروپایی دیگر نیز صدق می‌کند. دلیل آن حادثی بوده که در سال ۲۰۲۰ رخ داده است، از جمله شیوع بیماری کرونا، جنگ اقتصادی آمریکا و چین و فراز و نشیب قیمت کامودیتی‌ها. اقتصاد ایران نیز بنا به گفته مرکز آمار، ۳.۵ درصد رشد منفی را تجربه کرده است. در چنین فضایی آن هم با شرایطی که متوسط P/E بورس ما ۲۹ است، نباید انتظار داشته باشیم روند صعودی قبلی ادامه یابد و البته ادامه آن روند به صلاح اقتصاد نیست. باید چنین اصلاحاتی انجام شود. خوشبختانه به تدریج به پایان دوره اصلاح قیمت‌ها در بازار سهام نزدیک می‌شویم.

فرصت امروز: اصلاح بازار سرمایه چه وقت به پایان می‌رسد؟ این سوالی است که این روزها بسیاری از فعالان بازار سهام از یکدیگر می‌پرسند و به تابلوی معاملات تالار شیشه‌ای چشم می‌دوزند تا ببینند آیا نشانه‌هایی از پایان اصلاح بورس به چشم می‌خورد یا نه؟ آنچه امید این دسته از سهامداران و فعالان بازار را به پایان زمان اصلاح بورس در این هفته دوچندان کرده بود، رشد مثبت اما کم‌رعمق شاخص کل در دو روز متوالی ابتدای هفته بود، اما این روند صعودی دیری نپایید و درحالی که سهامداران به امید رشد ادامه‌دار شاخص کل بورس در روز دوشنبه بودند، شاخص کل در هفدهمین روز شهریورماه منفی شد و بیش از ۴۰ هزار واحد افت کرد.

این در حالی بود که شاخص کل در روزهای شنبه و یکشنبه در مجموع ۱۵ هزار و ۸۴۰ واحد افزایش یافته و روی عدد یک میلیون و ۶۴۷ هزار و ۷۸۱ واحد آرام گرفته بود، اما شاخص کل هموزن در این دو روز منفی بود و با کاهش ۷ هزار و ۵۸۸ واحدی به ۴۴۱ هزار و ۷۹۲ واحد رسیده بود. همین امر باعث شد تا برخی از تحلیلگران این روند را به معنای حمایت از سهام‌های شاخص‌ساز بدانند و معتقد باشند، در حالی که اغلب سهام‌ها منفی هستند، مثبت شدن برخی سهام‌های شاخص‌ساز باعث شده که شاخص کل مثبت باشد.

اشتیاق تازه‌واردان بورس برای فروش سهام

در پاسخ به این پرسش که اصلاح بازار سرمایه چه زمانی به پایان می‌رسد، یک کارشناس بازار سرمایه معتقد است که کوتاه‌ترین شکل اصلاح زمانی صورت می‌گیرد که بازار به صورت خودانتظام جایگاهش را بشناسد. فریدین آقای زنگی بر آزاد گذاشتن بازار سرمایه به حال خود تاکید دارد و می‌گوید که در این صورت بازار سریع‌تر راه خود را پیدا می‌کند. او اعتقاد دارد، با وجود اینکه اغلب فعالان بازار سرمایه تمایل زیادی دارند حال و روز بازار به فضای چند ماه گذشته بازگردد اما این گونه نشده و البته به صلاح هم نیست که چنین شود. اگر به سرعت به روند افزایشی سریع و بازدهی‌های بالا بازگردیم، نقدینگی از بازار سرمایه خارج می‌شود. بهترین و طبیعی‌ترین شکل ممکن ایجاد سینوس‌های نوسانی مثبت و منفی در بازار است.

آقای زنگی در گفت‌وگو با ایرناپلاس، می‌گوید: اغلب افرادی که در چند ماه گذشته وارد بورس شدند، فاقد تجربه و دانش لازم برای سرمایه‌گذاری بوده‌اند. این افراد تجربه فضای رکودی و نزول شاخص بازار و قیمت سهام را نداشته‌اند. اکنون فضا به‌گونه‌ای مدیریت می‌شود که اغلب حقوقی‌ها بازار را به‌گونه‌ای جمع می‌کنند و از ریزش‌ها و کاهش‌های مستمر و پیاپی جلوگیری می‌کنند. این نشان‌دهنده اشتیاق فعالان بازار برای فروش سهام خود است.

او با اشاره به روند معاملات بازار در روز نخست هفته ادامه می‌دهد: روز شنبه اگر چند سهامدار حقوقی بزرگ حمایت نمی‌کردند، شاید با اصلاح شدیدتری مواجه بودیم. فعالیت در بازار سرمایه برای کسانی که تحمل‌گرانند چنین روزهایی را ندارند، مناسب نیست اما با توجه

به حمایت‌های نابجا، فرصت‌های خرید را می‌سوزانیم

این کارشناس بازار سرمایه پیش‌بینی خود از میزان اصلاح بازار را این‌گونه بیان می‌کند: به شرط عدم مدیریت یا حمایت و صرف نقدینگی حجه، تصور می‌کنم شاخص کل بین یک میلیون و ۳۰۰ هزار تا یک میلیون و ۴۰۰ هزار واحد اصلاح شود. اگر حمایت‌های مختلف انجام شود، کاهش به صورت مقطعی ملاحظه نمی‌شود، اما به طو پلکانی و در عین حال شدید صورت می‌گیرد، یعنی اصلاحی که باید انجام شود به تعویق می‌افتد، مانند فتری که فشرده شده و به‌یکباره رها می‌شود. بهترین و منطقی‌ترین حالت این است که ذات بازار خود را کنترل کند.

وی درباره منفی شدن شاخص هموزن و مثبت شدن شاخص کل می‌گوید: هنگامی که شاخص هموزن منفی می‌شود، یعنی بیشتر شرکت‌ها منفی بوده‌اند. روز شنبه بیشتر شرکت‌های شاخص‌ساز مورد حمایت قرار گرفتند. برخی کارشناسان معتقدند چنین حرکتی ناگزیر است، اما معتقدم با این کار امکان خریدهای بالقوه از افرادی گرفته می‌شود که مترصد فرصتی هستند تا سرمایه خود را به بورس بیاورند. سهمی که با حمایت بالا نگاه داشته شود، جذابیت خرید را برای کسی که منتظر کاهش قیمت آن است، از دست می‌دهد.

آقای زنگی درباره نامه ۲۵ اقتصاددان خطاب به مسئولان دولتی و اثر آن روی اصلاح بازار نیز می‌افزاید: مخالفم که یک عامل را منشأ اصلی شکل‌گیری چنین روندی قرار دهیم. ارزش روز سهام از ارزش ذاتی آنها فاصله گرفته بود و هنوز هم این موضوع تا حدی مشاهده می‌شود. این مساله اصلی‌ترین اثر را برای ایجاد فضای اصلاحی به وجود آورد. بحث‌هایی مانند دارا دوم یا پالایشی یکم، عدم عرضه سهام عدالت و ... نیز اثرگذار بود.

این کارشناس بازار سرمایه ادامه می‌دهد: اگر قرار باشد بازار با حرف کسی بالا یا پایین برود، می‌توان خلاف آن را نیز مشاهده کرد. به این

نوبت دوم

شماره مجوز: ۱۳۹۹/۲۹۳۲

TENDER NO: 31-32-09999-9009-7

NISOC
NATIONAL IRANIAN SOUTH
OILFIELDS COMPANY AHVAZ-IRAN

National Iranian South Oilfields Company (NISOC) intends to purchase the following goods

Item	Material Description	Quantity
01	DRILL PIPE 2-7/8" OD,10.4 #,S-135,RANGE 2,2-7/8" IF CONN	31000(FEET)

Vendors who intend to participate in aforesaid tender are requested to send their "Intention To Participate" letter via fax to the following number along with their resume according to Qualitative Assessment Form no.1,available at:www.nisoc.ir, not later than 14 days after the second announcement, otherwise, their requests for participation in the tender will be disregarded.

The applicants should have relevant background in supplying the required goods and capability to provide and submit a bid bond of 6,229 EURO or 1,649,503,800/- RIAL, in favor of NISOC.

Tender documents including the materials thorough technical specifications and Qualitative Assessment Forms can be accessed via:www.nisoc.ir-material procurement management tab

ONLY ACCEPTABLE DELIVERY TERM IS D.D.P., NISOC,S WAREHOUSE,AGHAJARI,IRAN

PAYMENT TERM IS C.O.D., SUBSEQUENT TO NISOC,S MATERIAL APPROVAL

NO ADVANCE PAYMENT WILL BE PAID

FOREIGN PURCHASING DEPARTMENT
Bldg.No.104,Material Procurement Management Complex,
Kouy-e-Fadaeian Islam (New Site), Ahvaz, Iran
Tel.No.:061 34 12 34 55 Fax No.:061 34 45 74 37

Public Relations
www.shana.ir
www.nisoc.ir
http://iets.mporg.ir

تاریخ انتشار نوبت اول: ۹۹/۰۶/۱۵

تاریخ انتشار نوبت دوم: ۹۹/۰۶/۱۸

روابط عمومی شرکت ملی مناطق نفتخیز جنوب

آگهی تجدیدمزایده عمومی واگذاری بهره‌برداری از پارکینگ طبقاتی گلستان

سازمان عمران و بازرگانی فضاهای شهری شهرداری اراک در نظر دارد براساس بودجه مصوب سال جاری نسبت به واگذاری بهره‌برداری از پارکینگ طبقاتی گلستان از طریق مزایده عمومی به بالاترین قیمت پیشنهادی به شرح ذیل اقدام نماید.

شهرداری اراک

مزایده عمومی واگذاری بهره‌برداری از پارکینگ طبقاتی گلستان با قیمت کارشناسی اجاره ماهیانه برابر ۱۱۵۲۰۰۰۰۰ ریال و مبلغ تضمین ۹۶۷۰۰۰۰۰۰ ریال (۹۶۰-۱ خ م ز)	عنوان مزایده و مبلغ تضمین
امور حقوقی و قراردادها سازمان عمران و بازرگانی فضاهای شهری	محل توزیع اسناد مزایده
پس از تاریخ نشر آگهی به مدت ۱۰ روز	زمان توزیع و تحویل اسناد
شمارات نامه بانکی (فرایند ارجاع کار) ۳ ماه اعتبار یا فیش واریزی به حساب سپرده پیمانکاران سازمان عمران و بازرگانی فضاهای شهری شهرداری اراک به شماره حساب ۵۵۳ ۱۵۳ ۵۸۳ ۱ بانک رسالت شعبه شهید بهشتی	نحوه تسلیم سپرده شرکت در مزایده
حداکثر یک هفته پس از بازگشایی	تاریخ اعلام و ابلاغ به برنده
دفترخانه سازمان عمران و بازرگانی فضاهای شهری	محل تحویل اسناد
روزیکشنبه مورخ ۹۹ / ۰۶ / ۲۳ رأس ساعت ۱۲ در دفتر رئیس سازمان- حضور شرکت کننده ها در جلسه کمیسیون باصلاح می باشد. (آرانه معرفی نامه کتبی الزامی است)	زمان و محل جلسه کمیسیون
کتبه شرکت های فعال در زمینه ارائه خدمات پارکینگ داری	حداقل صلاحیت و رتبه شرکت کننده

شرکت در مزایده و ارائه پیشنهاد بمنزله قبول شروط و تکلیف شهرداری اراک موضوع ماده ۱۰ آیین نامه مالی می باشد. سازمان در رد یا یک یا تمام پیشنهادات مطابق آیین نامه معاملات متخار خواهد بود- به پیشنهادات مهم، مشروط، فاقد شرایط فنی، فاقد ضمانت نامه، فیش واریزی و خارج از جهت تحویل اسناد ترتیب اثر داده نمی شود. و لازم به ذکر است هنگام دریافت اسناد مزایده اراک، معرفی نامه معهود به مهر و امضا، مدیر عامل، روزنامه آخرین آگهی تغییرات انقضای شرکت، کد اقتصادی و گواهینامه صلاحیت ایمنی معتبر الزامی می باشد.

لذا متقاضیان می توانند پس از دریافت اسناد مزایده قیمت پیشنهادی خود را حداکثر ۱۰ روز پس از تاریخ انتشار آگهی در روزنامه های کنترالانتشار تحویل نمایند و نیز جهت کسب اطلاعات بیشتر می توانند به واحد حقوقی و امور قراردادهای سازمان عمران و بازرگانی فضاهای شهری شهرداری اراک واقع در اراک خیابان جهاد فاز ۲ جنب شهرداری مرکز مراجعه و یا با شماره ۰۸۲-۳۳۴۲۰۰۸۲ تماس حاصل فرمایند.



دولت با قیمت‌گذاری مناسب مانع قاچاق گندم شود

یک عضو کمیسیون کشاورزی مجلس گفت شورای اقتصاد گفته است که قیمت خرید تضمینی گندم ۴۵۰۰ تومان است این در حالی است که بیرون از مرزهای ما قیمت گندم گران‌تر از داخل است. قاچاقچی‌ها گندم را از مرز رد می‌کنند چرا که ۱۰۰ درصد سودآوری دارد.

علیرضا نظری در گفت‌وگو با ایسنا در مورد قیمت خرید تضمینی گندم در سال ۱۴۰۰ و احتمال قاچاق گندم گفت: دولت براساس قانون موظف است که تا آخر شهریورماه هر سال قیمت خرید خودش را با محاسبه میزان تورم و هزینه‌های تولید، اعلام کند. هر سال چند مشکل تکراری داریم یا این قیمت دیر اعلام می‌شود و یا قیمت‌گذاری متناسب با هزینه‌های تمام شده محصول تولیدی نیست.

این عضو کمیسیون کشاورزی مجلس افزود: آنچه وزارت جهاد کشاورزی و اتحادیه‌ها اعلام کردند، قیمت تمام شده گندم وارداتی ۷۰۰۰ تومان است. شورای اقتصاد گفته است که قیمت خرید تضمینی گندم ۴۵۰۰ تومان است. در واقع این قیمت نرخ خرید تضمینی سال آینده است. شورای اقتصاد مصر است که قیمت نسبت به سال قبل ۱۵۰۰ تومان بیشتر افزایش پیدا نکند. به نظرم، این قیمت‌گذاری‌ها هزینه‌های کشاورز را تأمین نمی‌کنند. نتیجه این وضعیت این است که کشاورزان در کشت محصول تجدیدنظر می‌کنند.

نماینده مردم خمین در مجلس نسبت به «کم شدن کشت استراتژیک گندم ایران» هشدار داد و گفت: اگر وضعیت به همین منوال پیش رود، برای تأمین گندم کشور با واردات و تهیه ارز با مشکل مواجه خواهیم شد. گندم خوراک اصلی کشور است و مشکلات اساسی برای ما ایجاد خواهد کرد. اگر قیمت را از خارج کشور بخریم، برای ما صرف نمی‌کند. پرسش اینجاست که چرا همین گندم را با قیمت مناسب از کشاورز نمی‌خریم؟

وی ادامه داد: کشاورز در چنین شرایطی ترجیح می‌دهد که گندم را به بازار آزاد بفروشد و بدل به خوراک دام شود. از طرف دیگر ممکن است تولیدکننده از تولید دست بکشد و در نهایت واردات ما افزایش پیدا می‌کند. ما اصرار داریم که از طریق کمیسیون کشاورزی، به دولت فشار بیاوریم تا دولت حداقل همان ۴۵۰۰ تومان را برای سال آینده در نظر بگیرد.

این عضو کمیسیون کشاورزی مجلس در مورد احتمال افزایش قاچاق گندم با توجه به شرایط قیمت خرید تضمینی گفت: قیمت فعلی با قیمت جهانی تفاوت فاحشی دارد. قیمت جهانی گندم هم اکنون ۲۷۵ دلار در یک تن است؛ یعنی با ارز نیمايي نزدیک به ۵۰۰۰ تومان می‌شود که با هزینه‌های دیگر، به ۷۰۰۰ تومان می‌رسد. وقتی بیرون از مرزهای ما قیمت گران‌تر از داخل است قاچاقچی‌ها گندم را از مرز رد می‌کنند؛ چرا که ۱۰۰ درصد سودآوری دارد.

افزایش ۴۸ درصدی قیمت تخم مرغ

صادرات از ۲۸ میلیون دلار گذشت

در حالی قیمت تخم مرغ حدود ۴۸ درصد نسبت به پارسال افزایش داشته و از دلایل آن صادرات عنوان می‌شود که طبق گزارش گمرک طی پنج ماهه اول امسال بیش از ۲۸ میلیون دلار صادرات تخم مرغ و انواع تخم خوراکی انجام شده است.

به گزارش ایسنا، طی مدت اخیر بازار تخم مرغ با افزایش قیمت مواجه شد و هر شانه تا ۲۵ هزار تومان هم فروش رفت. دلایل مختلفی برای این افزایش قیمت مطرح بود که فعالان بازار از جمله آن را صادرات و افزایش مصرف تخم مرغ اعلام کردند.

اما بررسی آمار مرکز آمار از وضعیت تورم تخم مرغ نشان می‌دهد که در مردادماه سال جاری هر کیلوگرم از این محصول به طور متوسط ۱۳ هزار و ۷۰۰ تومان فروش رفته که در مقایسه با مرداد سال گذشته که هر کیلو گرم ۹۲۰۰ تومان ۴۸ درصد افزایش قیمت دارد.

قیمت هر کیلو تخم مرغ نسبت به تیرماه کاهش دارد و به طور متوسط ۱۵ هزار و ۴۰۰ تومان فروش رفته که در مردادماه ۱۱ درصد کاهش پیدا کرده است.

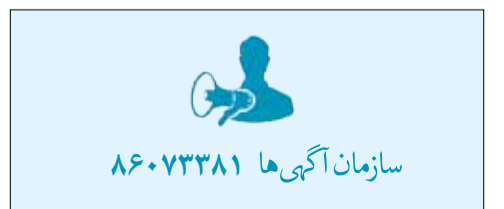
اما با توجه به اشاره‌ای که به وضعیت صادرات تخم مرغ از سوی فعالان بازار و اثرگذاری آن بر قیمت تخم مرغ شده است، پیگیری وضعیت صادرات این محصول از گمرک ایران با توضیحاتی از سوی سیدروح‌الله لطیفی - سخنگوی گمرک - به ایسنا همراه بود.

بر این اساس اعلام شد که در پنج ماهه اول امسال ۲۸ میلیون و ۸۳۵ هزار و ۲۲۰ دلار تخم مرغ و انواع تخم خوراکی صادرات شده که وزنی حدود ۴۸ هزار و ۱۱۹ تن داشته است.

این در حالی است که تا پایان تیرماه ۲۳ میلیون و ۵۱۴ هزار و ۵۸۱ دلار انواع تخم خوراکی صادر شده بود که نشان‌دهنده افزایش حدود ۵ میلیون دلاری در ماه گذشته است.

صادرات انجام شده به کشورهای مختلف این گونه بوده است که ۲۱ میلیون و ۸۸۱ هزار دلار به عراق، ۵ میلیون و ۵۷۹ هزار دلار به افغانستان، ۲۲۰ هزار دلار به عمان، ۵۹۰ هزار دلار به قطر، ۱۷ هزار دلار به پاکستان، ۱۳ هزار دلار به امارات، ۳۴ هزار و ۶۶۰ دلار به بحرین صادر شده است.

به گفته رئیس اتحادیه فروشندگان پرند و ماهی، صادرات تخم مرغ با وجود عوارض هنوز برای صادرکنندگان صرفه اقتصادی دارد؛ هرچند که ما بیشتر از مصرف داخلی، تخم مرغ تولید می‌کنیم و ناچاریم صادرات داشته باشیم.



حدود ۴۰۰ دستگاه می‌رسد.

هدایتی گفت: بخشی از این مشکلات در حوزه تشریفات و بوروکراسی‌های اداری است که باید آن را تسهیل کنیم و بخشی دیگر نیز به زیرساخت‌هایی است که باید آن را در مرزهای مشترک ایجاد کنیم. به عنوان مثال باید برای رسیدن به این هدف بلندمدت که مقامات عالی رتبه دو کشور در این زمینه به توافق رسیده‌اند گیت‌های تردد کامیون‌ها افزایش پیدا کند و از سوی دیگر تشریفات اداری باید به گونه‌ای باشد که کامیون‌ها حداقل توقف را در مرزها داشته باشند. وی با تأکید بر اینکه مرزهای هر کشور محل عبور و مرور است نه توقف، گفت: باید تشریفات اداری برای کامیون‌داران و بازرگان در پس کرانه‌های ایران و ترکیه انجام شود و با افزایش هماهنگی‌های دوجانبه کاری کنیم که سرعت عبور و مرور کامیون‌ها و تعداد گیت‌های تعبیه شده در هر یک از مرزها بیشتر شود تا حداقل تعداد عبور و مرور کامیون‌ها را تا ۲۰۰۰ دستگاه در روز افزایش دهیم.

شد در ادامه درباره تسهیل تردد کامیون‌ها در مرزهای مشترک اقدامات مناسبی انجام شود.

وی افزود: هدف‌گذاری تجارت ایران و ترکیه ۳۰ میلیارد دلار در سال بوده است و برای رسیدن به این هدف باید بستر آن را که حمل و نقل است فراهم کنیم، اما ظرفیت‌های حمل و نقل بسیار متفاوت و کمتر از این هدف‌گذاری است. در واقع یکی از دلایلی که میزان تجارت ایران و ترکیه به این عدد نرسیده همین مسئله بوده است.

مدیرکل ترانزیت و حمل و نقل بین‌المللی سازمان راهداری و حمل و نقل جاده‌ای ادامه داد: برای رسیدن به تجارت ۳۰ میلیارد دلاری در سال بین دو کشور باید حداقل یک میلیون تردد را در مرزهای مشترک پذیرش کنیم و به عنوان مثال اگر هر کامیون ترانزیتی یا تجاری حدود ۳۰ هزار دلار ارزش داشته باشد باید روزانه بیش از ۲۰۰۰ دستگاه کامیون از مرزهای ایران و ترکیه عبور کند. این در حالی است که تعداد کامیون‌های عبوری فاصله بسیار زیادی با این اعداد و ارقام دارد و به

مدیرکل ترانزیت و حمل و نقل بین‌المللی سازمان راهداری و حمل و نقل جاده‌ای اعلام کرد که با توجه به هدف‌گذاری بلندمدت ایران و ترکیه برای تجارت ۳۰ میلیارد دلاری در سال، باید ظرفیت‌های حمل و نقل را توسعه دهیم و تقریباً باید روزانه بیش از ۲۰۰۰ دستگاه کامیون از مرزهای ایران و ترکیه عبور کند اما در حال حاضر فاصله زیادی بین کامیون‌های عبوری از مرزهای جاده‌ای با این هدف‌گذاری وجود دارد که در مذاکرات اخیر با مقامات ترک در این باره صحبت شده است.

جواد هدایتی در گفت‌وگو با ایسنا، درباره آخرین وضعیت ترانزیت و حمل و نقل جاده‌ای بین ایران و ترکیه اظهار کرد: ترکیه پل عبوری ایران به اروپاست و به غیر از آنکه می‌تواند به عنوان ترانزیت مورد استفاده قرار گیرد خود هدف صادراتی عمده‌ای برای ایران به شمار می‌رود بنابراین در جلسه اخیر کمیته مشترک حمل و نقل جاده‌ای درباره چگونگی تسهیل تجارت از طریق شیوه‌های مختلف حمل و نقل بحث و بررسی‌های فراوانی صورت گرفت و در مذاکرات دو جانبه قرار

کمیته‌ای برای رصد روزانه رعایت پروتکل‌های بهداشتی در مدارس تشکیل شد

در مدارس و چرخشی کردن زنگ تفریح اظهار کرد: باید نظارت کافی در مدارس وجود داشته باشد تا از تجمع دانش‌آموزان جلوگیری شده و آنها همواره ماسک داشته باشند، سرویس‌های مدارس هم باید با رعایت فاصله اجتماعی فعالیت کنند. امیدواریم با رعایت این موارد و مراقبت‌های لازم از سوی مدیران و معلمان مدارس، دانش‌آموزان و اولیای آنها و همراهی در اجرای پروتکل‌های بهداشتی هیچ مشکلی به وجود نیاید. وی درباره اقدامات کمیسیون بهداشت و درمان تصریح کرد: کمیسیون بهداشت در نامه‌ای به صدا و سیما خواستار تولید برنامه‌هایی در قالب فیلم‌های کوتاه و انیمیشن در راستای ارتقای سطح سواد سلامت دانش‌آموزان شده است که این فیلم‌ها از شبکه‌های نهال و امید پخش شود. همچنین در نامه‌ای به رئیس سازمان صدا و سیما تأکید شده که باید هرچه سریع‌تر اعتباری به وزارت آموزش و پرورش برای تأمین زیرساخت‌های اولیه جهت پیشگیری از شیوع بیماری در مدارس اختصاص دهند تا شاهد اجرای دقیق پروتکل‌ها باشیم.

را انجام دهند. وی ادامه داد: باید قبل از بازگشایی مدارس آموزش‌های لازم به خانواده‌ها و دانش‌آموزان از طریق صدا و سیما داده می‌شود نه اینکه این حجم از نگرانی در خانواده‌ها ایجاد شود. اکنون که این کار صورت گرفته، لازم است از این به بعد مدیران کل آموزش و پرورش در مراکز استان‌ها، روسای دانشگاه‌های علوم پزشکی و شبکه‌های بهداشت و درمان بر حسن اجرای پروتکل‌های بهداشتی نظارت داشته باشند.

این عضو کمیسیون بهداشت و درمان مجلس شورای اسلامی خاطر نشان کرد: باید از ظرفیت انجمن اولیا و مربیان هم استفاده کرد تا آنها بر حسن اجرای پروتکل‌ها نظارت داشته باشند. باید از حضور معلمان با بیماری‌های زمینهای همچون بیماری‌های قلبی و عروقی، کلیوی و به طور کلی تمام بیماری‌هایی که باعث ضعف سیستم ایمنی بدن می‌شود در مدارس جلوگیری کرد. این شامل دانش‌آموزان هم می‌شود که برای این دسته از دانش‌آموزان باید زیرساخت آموزش به مجازی فراهم شود. میرمحمدی با تأکید بر لزوم فاصله‌گذاری اجتماعی

یک عضو کمیسیون بهداشت و درمان مجلس شورای اسلامی از تشکیل کمیته‌ای برای نظارت روزانه بر رعایت پروتکل‌های بهداشتی در مدارس خبر داد و گفت که کمیسیون بهداشت در نامه‌ای به سرپرست وزارت صنعت، معدن و تجارت خواستار افزایش تولید ماسک کودکان شده است. جلیل میرمحمدی در گفت‌وگو با ایسنا، با اشاره به بازگشایی مدارس و حضور دانش‌آموزان در کلاس‌های درس، اظهار کرد: ما در مجموع با بازگشایی مدارس منوط به اجرای دقیق و سخت‌گیرانه پروتکل‌های بهداشتی مخالفتی نداریم، مشروط به اینکه زیرساخت‌ها آماده باشد. گلابه آن است که چرا مدارس با سرعت و بدون انجام هماهنگی‌های لازم باز شده است. به جای آنکه با این فوریت حضور دانش‌آموزان در مدارس را از ۱۵ شهریورماه اعلام می‌کردند، می‌توانستند موعد بازگشایی را به ۲۵ شهریورماه موکول کرده و در این ۱۰ روز زیرساخت‌های مدارس اعم از ضدعفونی کردن مدارس به خصوص روشویی و آبخوری‌ها و تأمین ماسک و مواد ضدعفونی‌کننده

اعلام آمادگی ۲۵۰ شرکت صنعتی برای ورود به بورس

کلی برای بهبود فضای کسب و کار باید نیاز واحدها به دستگاه‌های اجرایی کمتر شود. نگاه حمایت از کالای ایرانی، نهضت ساخت داخل نیز به افزایش تولید و رفع موانع تولید کمک می‌کند. تصویب آیین‌نامه برجسب ساخت داخل از سوی دولت نیز فضا را برای تولید بیشتر فراهم می‌کند.

زرندی با اشاره به لزوم تسهیل فرآیند تخصیص ارز، تصریح کرد: وزارت صمت معتقد است روش بدون انتقال ارز باید به رسمیت شناخته شود و در کنار آن مدل‌های نظارتی را تقویت کنیم، اما بانک مرکزی هم استدلال‌های درستی را دارد. البته اگر نگاه جدیدی به فرآیند ثبت سفارش و تخصیص ارز داشته باشیم مشکلات بسیاری برطرف می‌شود. معاون طرح و برنامه وزارت صنعت، معدن و تجارت همچنین با اشاره تلاش برای کاهش مصرف ارز، گفت: در سال ۸۹ واردات کشور ۶۵ میلیارد دلار و صادرات ۲۷ میلیارد دلار بوده است، اما در سال ۹۸ واردات به ۴۳٫۷ میلیارد دلار و صادرات به ۴۱ میلیارد رسیده است که هرچند هنوز راضی‌کننده نیست اما نشان می‌دهد سعی کردیم به طور جدی مصرف ارز را کاهش دهیم.

به گفته این مقام مسئول در پی فراخوان‌های وزارت صمت برای حضور شرکت‌ها در بورس، تاکنون ۲۵۰ شرکت برای ورود به بورس اعلام آمادگی کرده‌اند که از این تعداد ۱۱۳ شرکت به قرارداد با نهادهای مالی رسیدند، ۷۰ شرکت آمادگی تنظیم کردند و ۴۰ شرکت به هیأت‌های پذیرش معرفی شدند.

زرندی با اشاره به وعده وزارت صمت مبنی بر ورود ۱۰۰ شرکت صنعتی به بازار سرمایه تا آخر امسال، گفت: شرکت‌هایی که وارد بازار سرمایه می‌شوند، هنگام عرضه عمومی شناخته می‌شوند و اتفاق دیگر انتشار اوراق است. سال گذشته از ۱۰۰ هزار میلیارد تومان اوراقی که منتشر شده بود ۲۰۰۰ میلیارد تومان مربوط به بخش صنعت بود و تا امروز این رقم به ۳۹۰۰ میلیارد تومان رسیده و این ادبیات در حال جا افتادن است. معاون طرح و برنامه وزارت صنعت، معدن و تجارت با بیان اینکه برای رفع موانع تولید لازم است همه دستگاه‌ها تغییر رویه دهند، اظهار کرد: در حوزه استراتژی و سیاست‌های صنعتی تمرکز بر صنایع پیشران بوده و اولویت‌های صنعت با ارزش افزوده بالا مشخص شده‌اند. وی افزود: برای رفع موانع تولید باید قانون‌ها را کم کرد. به طور

معاون طرح و برنامه وزارت صنعت، معدن و تجارت (صمت) گفت در پی فراخوان‌های وزارت صمت برای حضور شرکت‌ها در بورس، تاکنون ۲۵۰ شرکت برای ورود به بورس اعلام آمادگی کرده‌اند و تاکنون سهم بخش صنعت از اوراق منتشر شده به ۳۹۰۰ میلیارد تومان رسیده است. به گزارش ایسنا، سعید زرندی در برنامه تیتراژ امشب شبکه خبر گفت: یکی از جهت‌گیری‌های وزارت صمت در سال جاری استفاده از ظرفیت بازار سرمایه برای تولید بود که در این راستا لازم بود واحدهای تولیدی با این مکانیزم بیشتر آشنا شوند. از طرفی اولین اصل برای ورود شرکت‌ها به بازار بورس شفافیت و آمادگی ساختار شرکت‌ها است که تاکنون فراهم نبود.

وی با بیان اینکه سیستم بانکی توان پاسخگویی به نیاز به صنعت را ندارد، تصریح کرد: محاسبات نشان می‌دهد برای اداره بخش صنعت به اندازه سال گذشته و بدون هیچ تغییری به ۵۷۵ هزار میلیارد تومان نیاز داریم، اما سیستم بانکی در بهترین حالت می‌تواند ۳۲۵ هزار میلیارد تومان در حوزه صنعت پرداخت کند بنابراین برنامه‌ریزی کردیم برای پر کردن این خلأ از بازار سرمایه استفاده کنیم.

معیارهای شورای رقابت برای قیمت‌گذاری خودرو با واقعیت مطابقت ندارد



عضو هیأت مدیره انجمن همگن قطعه‌سازان تهران به ارزیابی تصمیم شورای رقابت مبنی بر بازنگری هر سه ماه یک بار قیمت خودرو پرداخت.

محسن رزمخواه در گفت‌وگو با خبرنگار خبر خودرو، اظهار داشت: به طور کلی بنده با حضور شورای رقابت در امر قیمت‌گذاری خودرو مخالف هستم زیرا معیارهای شورای رقابت برای قیمت‌گذاری با واقعیات مطابقت نداشته و پس از سال‌ها هنوز نتوانسته در این زمینه با خودروسازان به توافق برسد. همچنین شورای رقابت دیدگاه اقتصادی و سیاسی و خودروسازان نقطه نظر اقتصادی و صنعتی به صنعت خودرو دارند و این دو در مواردی با یکدیگر در تعارض هستند و به نتیجه نخواهد رسید.

وی در پاسخ به این سؤال مبنی بر اینکه آیا افزایش هر سه ماه یک بار قیمت خودرو بر اصلاح قراردادهای قطعه‌سازان تأثیرگذار خواهد بود، گفت: در صورتی که قیمت‌گذاری خودرو توسط شورای رقابت براساس واقعیات باشد می‌توان انتظار داشت افزایش سه ماهه قیمت‌ها بر اصلاح قراردادهای قطعه‌سازان اثرگذار باشد. به هر حال برخلاف میل شورای رقابت قیمت خودرو به دلیل تحریم‌ها و محدودیت‌های

ناشی از آن رو به افزایش است که این امر موجب افزایش قیمت مواد و قطعه نیز شده است. عضو هیأت مدیره انجمن همگن قطعه‌سازان تهران ادامه داد: از سوی دیگر توقف تولید کارخانجات در شرایط فعلی باعث می‌شود تولیدکنندگان کمتر از حداقل ظرفیت اقتصادی تولید کنند تا قیمت تمام شده را افزایش دهند و در این شرایط اگر مقیاس اقتصادی تولید رعایت نشود تولید کارخانه به صرفه نخواهد بود. در قطعه‌سازی نیز همین طور است که نهایتاً محصول نهایی گران تمام می‌شود و تا زمانی که این چرخه ادامه داشته باشد ما با افزایش قیمت خودرو مواجه خواهیم بود.

رزمخواه با بیان راهکارهای کنترل قیمت خودرو تشریح کرد: کنترل قیمت خودرو تحت تأثیر عوامل مختلف داخلی و خارجی قرار دارد. در میان عوامل داخلی می‌توان به دسترسی قطعه‌ساز به مواد اولیه با قیمت مناسب اشاره کرد که موجب کاهش قیمت خودرو می‌شود و بخشی از آن توسط داخلی‌سازی قطعات تأمین شده و هزینه آن نسبت به قیمت قطعات وارداتی کمتر خواهد بود. از سوی دیگر با حمایت قطعه‌سازان می‌توان تیراژ اقتصادی تولید را افزایش داد و به تبع آن قیمت تمام شده نیز کاهش پیدا کرده و قطعه با قیمت کمتری در

برنامه‌های داخلی‌سازی را با مشکلات عدیده‌ای مواجه خواهد کرد که می‌بایست در جهت رفع این مشکلات اقدام نمود و در غیر این صورت این ارقام در حد یک کلام باقی خواهد ماند.

وی شتاب‌دهی به نهضت تعمیق ساخت داخل و تحقق کامل آن را نیازمند همکاری و اقدام دولت دانست و درخصوص خودروسازان گفت: طی جلسات برگزارشده با مدیرعامل شرکت ایران خودرو به صورت هفتگی، وضعیت داخلی‌سازی مورد پیگیری قرار می‌گیرد به طوری که بخشی از چهار مشوق مندرج در بسته مورد پذیرش این شرکت قرار گرفته اما از سوی دولت شاهد هیچ نوع تحرک و اقدامی نبوده‌ایم. نایب رئیس هیات مدیره انجمن تخصصی صنایع همگن نیرومحرکه و قطعه‌سازان خودرو کشور تصریح کرد: تأمین مواد اولیه داخلی نظیر فولاد، مواد پلاستیکی و پتروشیمی با دشواری‌های فراوانی از طریق بورس به قیمت رقابتی، بر مبنای نرخ آزاد دلار و یورو و FOB خلیج فارس انجام می‌شود. مطلب‌زاده ضمن اشاره به تحویل مواد اولیه به قطعه‌سازان با تأخیر سه تا چهار ماهه ادامه داد: از طرف دیگر پرداخت مطالبات قطعه‌سازان از سوی خودروسازان، چهار تا پنج ماه پس از تحویل قطعه است، بدین ترتیب میزان و تأمین سرمایه در گردش مورد نیاز قطعه‌ساز طی این مدت ۱۰ ماه حائز اهمیت است.

وی همچنین با اشاره به سود واقعی و موثر بانکی به میزان ۲۴ درصد و از لحاظ اسمی ۱۸ درصدی اذعان داشت: تولید هرگز با ۲۴ درصد سود همراه نیست. با این ارقام تأمین مواد اولیه غیرممکن است

پیشنهادات یازده‌گانه واردکنندگان خودرو

که برای حفظ بازار انحصاری خودرو می‌آورند و گرنه از سال ۹۱ تعداد شاغلین صنعت خودرو از ۷۰ هزار نفر به ۹۰ هزار نفر در وضعیت فعلی رسیده اما میزان تولید افزایش نیافته است. پس اشتغال‌زایی و کارگران یک سپر برای ادامه حیات ذی‌نفعان خودرو است.

وی با بیان اینکه در صورت واردات خودرو به کشور، سقف قیمت خودروهای وارداتی ۲۵ هزار دلار خواهد بود، گفت: با در نظر گرفتن دلار ۲۰ هزار تومانی، قیمت این خودروها حداکثر ۵۰۰ میلیون تومان و با در نظر گرفتن دلار ۲۴ هزار تومانی، قیمت خودروها نهایتاً ۵۵۰ میلیون تومان تمام می‌شود که با احتساب تعرفه واردات، قیمت تمام شده خودروهای خارجی شاسی بلند یک میلیارد و ۱۰۰ میلیون تومان خواهد بود و اگر ۲۰۰ میلیون تومان سود برای واردکننده در نظر بگیریم، نهایتاً قیمت این خودروها یک میلیارد و ۳۰۰ میلیون تومان می‌شود.

وی افزود: اگر سانتافه با قیمت یک میلیارد و ۳۰۰ میلیون تومان در کشور عرضه شود، هیچ‌کس حاضر به خرید هایما با قیمت ۶۰۰ میلیون تومان نخواهد بود.

وی توضیح داد: زمانی که سانتافه با قیمت ۴۵۰ میلیون تومان عرضه می‌شد، قیمت هایما در بازار ۹۰ میلیون تومان بود و تندر ۹۰ نیز با قیمت ۴۰ میلیون تومان عرضه می‌شد.

۱۶ اقدام برای توقف واردات خودرو

دبیر انجمن واردکنندگان خودرو با بیان اینکه از سال ۹۵ با بعد با

اختیار خودروساز قرار می‌گیرد. در میان عوامل خارجی نیز تحریم‌ها و فشارهای سیاسی مشکلاکی را به وجود آورده و با اتصال به شبکه جهانی خودرو و قطعه می‌توان محصولات را با قیمت پایین‌تری در اختیار مصرف‌کننده قرار داد.

عضو هیأت مدیره انجمن همگن قطعه‌سازان تهران درباره آزادسازی قیمت خودرو اظهار داشت: با این موضوع که خودرو می‌بایست با قیمت واقعی عرضه شود کاملاً موافق هستیم اما ممکن است در این میان برخی از تولیدکنندگان شیطنت کرده و قیمت واقعی را اعلام نکنند. به طور کلی مهمترین عامل تعیین قیمت در اقتصاد مکانیزم عرضه و تقاضا است زیرا در صورت تناسب عرضه و تقاضا قیمت خودرو کنترل شده و با کاهش عرضه نسبت به تقاضا قیمت خودرو افزایش خواهد یافت. به عنوان مثال در اوایل دهه ۹۰ که تولید سالانه خودرو از مرز ۱،۵ میلیون دستگاه گذشت قیمت‌ها معقول بود و به تدریج با ایجاد محدودیت‌ها، کاهش تولید و افزایش قیمت اتفاق افتاد بنابراین در شرایط عادی مکانیزم عرضه و تقاضا بهترین ابزار تعیین قیمت خودرو است اما در شرایط بحرانی کنونی کنترل قیمت خودرو نیازمند روش‌های پیچیده‌ای است که در فوق به آن اشاره شد.

تحقق اهداف داخلی‌سازی مشروط به اجرای بسته مشوق ساخت داخل است

و علاوه بر آن بازگشت سرمایه نیز ۴ تا ۵ سال به طول می‌انجامد که با این شرایط و میزان بهره بانکی، سرمایه‌گذاری و دریافت وام نیز عملی نخواهد شد.

نایب رئیس هیات مدیره انجمن تخصصی صنایع همگن نیرومحرکه و قطعه‌سازان خودرو کشور تأکید کرد: نخستین اقدام دولت به منظور تحقق داخلی‌سازی که پیشنهاد آن نیز از سوی انجمن مطرح شده است، تخصیص وام با دریافت سود پایین‌تر به میزان حداکثر ۱۰ درصد است. مطلب‌زاده درخصوص اختصاص منابع صندوق توسعه ملی با توجه به بعد توسعه‌ای و ملی بودن پروژه ساخت داخل گفت: درخواست قطعه‌سازان اختصاص بخشی از این منابع به نهضت ساخت داخل و بازپس‌گیری آن در آینده است.

وی درخصوص وضعیت میزهای داخلی‌سازی در آینده و تداوم آن گفت: میزهای داخلی‌سازی از سال ۹۸ آغاز شد که طی برگزاری چهار میز، ۳۴۱ میلیون یورو صرفه‌جویی ارزی برآورد شده که البته در سطح قرارداد است و تاکنون تمامی پروژها به بار ننشسته است.

نایب رئیس هیات مدیره انجمن تخصصی صنایع همگن نیرومحرکه و قطعه‌سازان خودرو کشور ادامه داد: سرمایه‌گذاری کلانی از سوی قطعه‌سازان انجام شده اما با توجه به معضلات نقدینگی که بر خودروسازی‌های کشور حاکم است و شرایط پرداخت مطالبات، ۳۴۱ میلیون یورو کاهش ارزشی سالیانه به طور کامل محقق نشده که امیدواریم بخش عمده‌ای از آن تا پایان سال عملیاتی شود.

پیش‌فروش کنندگان خودرو شرکت‌های

لیزینگی نیستند

دبیرکل انجمن ملی لیزینگ ایران با اعلام اینکه پیش‌فروش کنندگان خودرو، لیزینگ نیستند و در ایران «شرکت لیزینگ خودرو» داریم، گفت افرادی که خودرو پیش‌فروش می‌کنند و یا از عموم مردم با ثبت نام، مبلغی را دریافت می‌کنند شرکت‌های لیزینگ نیستند. به گزارش پایگاه خبری «عصر خودرو» به نقل از ایسنا، محمد هادی موقعی با بیان این مطلب اظهار کرد: شرکت‌های لیزینگ خودرو شرکتی هستند که با مجوز بانک مرکزی هنگام تحویل خودرو به مشتری در صورت درخواست مشتری بخشی از بهای خودرو را با تسهیلات اجاره به شرط تملیک یا فروش اقساطی اعطا می‌کنند. وی افزود: مقامات و مسئولان محترم انتظامی، دستگاه قضایی و همچنین رسانه ملی باید این دو پدیده یعنی «لیزینگ خودرو» و «پیش‌فروش خودرو» را جداسازی کنند و از به کار بردن واژه لیزینگ خودرو و لیزینگ‌های کلاهبردار در افشای پرونده‌های شرکت‌های متقلب و پیش‌فروش کنندگان قلابی خودداری کنند. دبیرکل انجمن ملی لیزینگ ایران ادامه داد: یک پرسش مهم این است که آیا در مدارک قانونی و هویتی شرکت‌هایی که منتهم به کلاهبرداری هستند نام و واژه «لیزینگ» درج شده است؟ اگر پاسخ مثبت است که با یک فاجعه بزرگ از ناحیه ثبت شرکت‌ها روبه‌رو هستیم؛ زیرا اداره ثبت شرکت‌ها به محض دیدن واژه لیزینگ متقاضی را به بانک مرکزی ارجاع می‌دهد و اگر پاسخ منفی باشد با یک پدیده بی‌اطلاعی و ابهام نسبت به شناخت متقلبین و کلاهبرداران روبه‌رو هستیم. به گفته موقعی این موضوع به یک آسیب‌شناسی نیاز دارد به‌گونه‌ای که بخش‌های فعال و متعهد اقتصادی کشور - که مالیات می‌دهند، مقررات نظارتی دارند و حق بیمه کارکنان خود را پرداخت و مورد حساسی و بازرسی قرار می‌گیرند، عادلانه نیست که همه را با یک چوب برانیم. وی در بخشی دیگر از صحبت‌های خود بیان کرد که بانک مرکزی مدارک کاملی را بابت هویت مؤسسن، سهامداران، اعضای هیات مدیره و مدیرعامل، برنامه کسب‌وکار و احراز عدم سوء‌پیشینه و اصالت مدارک، نداشتن سوسابقه اعتباری و سوابق مشکوک به پولشویی را در پرونده و مدارک متقاضی تأسیس شرکت لیزینگ بررسی می‌کند و در یک فرآیند سخت‌گیرانه مجوزهایی را مرحله به مرحله شامل موافقت اصولی اولیه، اجازه‌نامه تأسیس، اجازه‌نامه ثبت و اجازه‌نامه فعالیت را صادر می‌کند. دبیرکل انجمن ملی لیزینگ ایران افزود: اکنون یک پرسش مهم‌تر مطرح می‌شود که چگونه در این فرآیند سخت‌گیرانه بانک مرکزی، شرکت لیزینگ شکل گرفته و فعال شده به طوری که نتوانست از مردم پول بگیرد؟ نباید پاسخ این سوالات را با پاک کردن صورت مسئله بدسیم بلکه باید برای مردم شفاف‌سازی کرد و ماهیت شرکت‌های کاذبی، شرکت‌های صوری، پیش‌فروش، نهاد اعتباری و لیزینگ را نشان داد تا شمشیری برای زدن گردن خطایان و متقلبان فرود می‌آید به ناله‌ها گردن بی‌گناهان و فعالان صدای اقتصادی را در این شرایط اقتصادی کشور قطع نکند. وی در پایان سخنانش خاطر نشان کرد: این حق برای انجمن ملی لیزینگ ایران و شرکت‌های لیزینگ مجاز محفوظ است تا از حقوق قانونی خود در نظام پولی و اعتباری کشور دفاع کنند.

طرح ساماندهی صنعت خودرو در مجلس

کلید خورد

سخنگوی کمیسیون صنایع از کلید خوردن طرح ساماندهی صنعت خودرو در مجلس شورای اسلامی خبر داد. حجت‌الله فیروزی، سخنگوی کمیسیون صنایع و معادن مجلس شورای اسلامی در گفت‌وگو با باشگاه خبرنگاران جوان، از تشکیل کارگروهی در کمیسیون صنایع به منظور ساماندهی بازار خودرو خبر داد. وی افزود: اعضای این کارگروه متشکل از کمیته صنعت ذیل کمیسیون صنایع بوده و اخیراً طرحی را با عنوان «ساماندهی صنعت خودرو» تدوین و تقدیم هیأت رئیسه کرده‌اند تا به موجب آن مطالبات مردم در حوزه گرانی و نابسامانی خودرو پاسخ داده شود. فیروزی با اشاره به محورهای این طرح تصریح کرد: نحوه عرضه، بررسی سود پیش‌فروش و پیش‌خرید و تلفات خودروسازها در حوزه کیفیت و کمیت از مهم‌ترین محورهای طرح مذکور است. سخنگوی کمیسیون صنایع مجلس بیان کرد: به نظر می‌رسد که در صورت تصویب این طرح بسیاری از مشکلات حوزه خودرو حل شود، البته این امر نیازمند اجرای خوب این طرح است. فیروزی افزود: متأسفانه صنعت خودرو به نماد بی‌کیفیتی محصول ایرانی تبدیل شده و ما مصمم هستیم که این طرز تفکر را تغییر دهیم، چراکه عملکرد شرکت‌های خودروسازی کل صنایع کشور را زیر سؤال برده است. سخنگوی کمیسیون صنایع مجلس گفت: این طرح اکنون به دست هیأت رئیسه مجلس رسیده و به زودی اعلام وصل خواهد شد.

عدم انتخاب وزیر صمت در نوسان قیمت‌ها و آشفته‌گی بازارها اثرگذار است

لایحه ساماندهی بازار خودرو به زودی راهی

صحن می‌شود

سخنگوی کمیسیون صنایع و معادن مجلس یازدهم با گلايه از دولت به دليل عدم معرفي وزير پيشنهادهي صمت، بخشي از مشکلات برآمده از رشد افسارگسيخته قیمت‌ها در بازار را ناشی از مشخص نبودن متولی رسمی صنعت و بازرگانی کشور و متعاقب آن، عدم نظارت کافی بر روند کلی قیمت‌ها ارزیابی می‌کند و از دولت می‌خواهد تا هرچه سریع‌تر نسبت به معرفی وزیر صمت اقدام کند. به گزارش پایگاه خبری «عصر خودرو» به نقل از اقتصاد آنلاین، حجت اله فیروزی با اشاره به وسعت و گستردگی موضوعات مرتبط با وزارت صمت می‌گوید: مجلس نسبت به تعلق دولت در معرفی وزیر صمت، حقیقتاً گلايه‌های جدی دارد. در شرایطی که مردم با تورم روزانه و قیمت‌های فزاینده روبه‌رو هستند؛ اینکه مهمترین ساختار اجرایی مرتبط با تولید و بازرگانی کشورمان، هنوز متولی رسمی خود را نشان‌نماید و به صورت سرپرست اداره می‌شود، قابل قبول نیست. فراموش نکنید، کل حوزه صنایع، کل حوزه معادن؛ مجموعه بازرگانی داخلی و خارجی، تنظیم بازارها، اصناف و... از جمله حوزه‌هایی هستند که مأموریت‌های‌شان در دل فعالیت‌های وزارت صمت قرار داده شده، ولی متأسفانه علی‌رغم این اهمیت، شاهد هستیم که وزیر معرفی نشده است، زمانی هم که معرفی می‌شود، رئیس دولت حاضر نیست از وزیرش دفاع کند. نماینده مردم قسا در مجلس یازدهم در ادامه افزود: با توجه به حساسیت‌های فعالیت‌های وزارت صمت و مأموریت‌هایی که این وزارتخانه مستقیماً در تولید، صادرات و واردات کلاً، تنظیم قیمت‌ها و... دارد، ضرورت دارد که هرچه سریع‌تر نسبت به انتخاب وزیر این وزارتخانه اقدام شود تا امور وزارتخانه و نظارت‌های ضروری در بازارها روند عادی به خود بگیرد



فرآیند بازاریابی دیجیتالی خدمات آزمایشگاهی سرعت می‌گیرد

توسعه فضای کسب‌وکار خدمات آزمایشگاهی هدفی است که شبکه آزمایشگاهی فناوری‌های راهبردی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری در پی تحقق آن است. چندی پیش هم مدیر شبکه درباره آن گفته بود در تلاشیم تا خدمات آزمایشگاهی را در بازارهای داخلی و خارجی توسعه دهیم. اما این روزها که شرایط تحریم‌ها و مشکلات بیماری کرونا همه تبادلات علمی و فناوری را تغییر داده است، بهترین فرصت برای توسعه خدمات آنلاین و دیجیتال است؛ خدماتی که شاید در شرایط عادی زمان بیشتری برای همه‌گیر شدن نیاز داشت، اما شیوع کرونا بهانه‌ای شد تا این خدمات در جامعه سرعت گیرد.



دریچه

«بنیاد» مسیر نخبگی استعدادهای برتر را تقویت و هموار کرده است

وی درباره فرآیند اقدام گفت: در سامانه مربوط به این طرح اساتید پروژه‌های خود را ارائه می‌دهند و دانشجویان تحت پوشش بنیاد به سامانه مراجعه و تیم خود برای انجام پروژه را تشکیل می‌دهند. پس در قالب این پروژه ضمن مهارت افزایی، کار تیمی و آموزش‌های لازم یک نیاز کشور هم رفع می‌شود.

کرمی در ادامه به سایر جوایز بنیاد اشاره کرد و افزود: جایزه شهید بهرانی مقدم حمایتی دیگر از بنیاد است که در قالب این طرح نیروی انسانی موردنیاز برای شرکت‌های دانش‌بنیان نیز تامین می‌شود. هر سال شرکت‌های دانش‌بنیان برای جذب نیروی انسانی فراخوانی را منتشر می‌کنند. بنیاد نیز دانشجویان تحت پوشش خود را ترغیب و تشویق می‌کند برای قرارگیری در این جایگاه‌ها. البته بنیاد در این مسیر دوره‌های مهارت‌افزایی را نیز برای این دانشجویان برگزار می‌کند و در این طرح با پرداخت حقوق ماه‌های کارورزی از سسوی بنیاد و بیمه از سوی شرکت مذکور انجام می‌شود. در این صورت ضمن پاسخ به درخواست شرکت‌های فناوری، اشتغال‌زایی نیز انجام شده است. به گفته وی، جوایز دیگر بنیاد مانند طرح شهید شهرداری را برای جذب هیات علمی، طرح شهید احمدری را برای ورود بدون آزمون نخبگان از مقطع کارشناسی ارشد به مقطع دکترا و طرح شهید چمران را برای دانشجویان پسادکترا دارد. همچنین طرح شهید صیاد شیرازی نیز برای ارائه خدمات به دانشجویان نخبه گذراندن دوره سربازی در شرکت‌های دانش‌بنیان با تعریف یک پروژه علمی مطرح شده است.

مشاور رئیس بنیاد ملی نخبگان در ادامه بیان کرد: البته علاوه بر تسهیلات دانشجویی جایزه دیگری نیز برای بحث اختراعات تعریف شده است. مخترعان با مراجعه به سایت بنیاد و سامانه سینا، می‌توانند از حمایت‌های بنیاد برای اختراعات کاربردی و اختراعی که امکان تجاری‌سازی آن وجود دارد، مورد ارزیابی توسط پارک فناوری پردیس قرار گرفته و یکی از سطوح سه‌گانه حمایتی را به خود اختصاص دهند.

تبدیل شدن استعداد برتر به فرد نخبه

کرمی با بیان اینکه بنیاد برای نخبگان و استعدادهای برتر تحت پوشش خود برنامه‌های متنوعی دارد، گفت: تمام تلاش‌ها در این جهت است که استعداد برتر در مسیر نخبگی خود آموزش‌های لازم را ببیند و تبدیل به فردی اثرگذار و جریان‌ساز شود. تبدیل شدن استعداد برتر به فرد نخبه در مسیر نخبگی آن چیزی که دنبال می‌کنیم و همه اقدامات و حمایت‌های ذکرشده نیز در همین راستا است.

مشاور رئیس بنیاد ملی نخبگان در پایان بیان کرد: در یک محیط واقعی و گروهی برای هدایت استعداد برتر در مسیر نخبگی باید یک منور برای شنابدهی در کنار افراد قرار گیرد. معاونت علمی و فناوری و بنیاد ملی نخبگان مانند شتاب‌دهنده در این مسیر در کنار افراد نخبه قرار می‌گیرند و برگزار این رویدادها نیز گامی در همین راستا است.

همچنین در این مراسم با حضور حسن سالاریه معاون آینده‌سازان بنیاد ملی نخبگان مسابقات ملی ره نشان نیز معرفی شد. سومین دوره از رویداد مسئله‌محور «ره نشان» توسط موسسه هدایت تخصصی رضوان شریف با حمایت بنیاد ملی نخبگان برگزار می‌شود. شناسایی دانشجویان مستعد، توانمندسازی حول مسائل صنعتی، تیم‌سازی و اتصال این دانشجویان به مجموعه‌های فناوری هدف از برگزاری این رویداد است. در این دوره، دانشجویان با تشکیل تیم‌های رقابتی، در محورهای «آب و محیط زیست»، «هوشمندسازی»، «حمل و نقل»، «انرژی» و «زیست فناوری»، با یکدیگر به رقابت می‌پردازند و در پایان، تیم‌های برگزیده می‌توانند از مزایای ویژه برگزارندگان طرح شهید بابایی بهره‌مند شوند.

«طرح شهید بابایی» رونمایی شد؛ طرحی برای حمایت از رویدادهای رقابتی مسئله‌محور که گامی برای حمایت از استعدادهای برتر در مسیر نخبگی است. مشاور معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری در مراسم رونمایی از این طرح برگزار می‌شود. بنیاد ملی نخبگان را گامی مؤثر برای حمایت از استعدادهای برتر در مسیر نخبه

شدن و اشتغال‌زایی دانست. حسن سالاریه، معاون آینده‌سازان بنیاد ملی نخبگان در این مراسم حضور داشت. حمایت از برگزاری رویدادهای رقابتی مسئله‌محور پیرامون حل موضوعات کشور یکی از اقداماتی است که بنیاد ملی نخبگان و معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری انجام می‌دهد. در همین راستا نیز برای گرمی‌داشتن یاد سرلشگر خلیان شهید عباس بابایی، شیوه‌نامه «حمایت از رویدادهای رقابتی مسئله‌محور» طراحی و با عنوان طرح «شهید بابایی» نام‌گذاری شد. ایجاد فضای نشاط علمی در دانشگاه‌ها، آشنایی دانشجویان با نیازها و مسائل کشور و ترغیب آنان برای کار گروهی، برخی از اهدافی است که این طرح‌ها دنبال می‌کند.

هم‌افزایی و فرهنگ‌سازی برای معرفی برنامه‌های بنیاد

پرویز کرمی، مشاور رئیس بنیاد ملی نخبگان در این مراسم سخنان خود را با تشکر از اصحاب رسانه در حمایت و فرهنگ‌سازی برای معرفی برنامه‌های متنوع بنیاد ملی نخبگان آغاز کرد و گفت: بنیاد در تلاش است از طریق هم‌افزایی با رسانه‌ها در آگاهی‌بخشی و اطلاع‌رسانی برنامه‌های حمایتی خود بیشتر از گذشته فعالیت داشته است.

دبیر ستاد فرهنگ‌سازی اقتصاد دانش‌بنیان در بخش بعدی، سخنان خود را با معرفی برنامه‌های حمایتی و جوایز گوناگون بنیاد از نخبگان و استعدادهای برتر کشور ادامه داد و افزود: بنیاد در راستای اجرای‌سازی سند راهبردی کشور در امور نخبگان فعالیت‌های متنوعی را انجام می‌دهد که می‌توان به هماهنگی، سیاست‌گذاری و انجام اقدامات ملی با نهادهای سازمان‌های گوناگون در این زمینه اشاره کرد.

فعالیت‌های گسترده و متنوع در ۲ حوزه

وی همچنین بیان کرد: فعالیت‌های گسترده و متنوع در دو حوزه دانشجویی و فارغ‌التحصیلان (پسادانشجویی) دو بخش مهم اقدامات بنیاد را تشکیل می‌دهد که تسهیلات و حمایت‌ها در قالب ارائه جوایز متنوع برای دانشجویان تعریف می‌شود. برای پیشرفت فعالیت‌ها در زمینه پرورش استعدادهای در کنار شناسایی آنها اقدام کند، نخبگان در این چالش‌ها به بهتر دیدن و کارآفرین شدن ترغیب و تشویق می‌شوند.

کرمی با بیان اینکه بنیاد ملی نخبگان مهارت‌های لازم و کار گروهی را به استعدادها برتر آموزش می‌دهد، ادامه داد: کمک به نخبگان برای حضور در آموزش‌ها و کار گروهی و تیمی، اقدام دیگری است که بنیاد انجام می‌دهد. همچنین در مسیر رفع مشکلات و مسائل کشور با بهره‌گیری از توان استعدادهای برتر گام برمی‌دارد. در واقع بنیاد با اجرای این برنامه‌ها ضمن توجه به نخبگان و استعدادهای برتر در زنجیره رفع مسائل و مشکلات کشور مشارکت اثرمند دارد.

رئیس مرکز ارتباطات و اطلاع‌رسانی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری در ادامه گفت: این مجموعه اقدامات با برگزاری رویدادهای گوناگونی همراهی و همپوشانی دارد. جایزه احمدری روشن یکی از آنها است که به دانشجویان دوره کارشناسی تا دکترا تعلق دارد. در این طرح به کمک دانشجویان تحت پوشش بنیاد و در کنار اساتید و سازمان‌های صاحب مسئله، یک پروژه کاری و مسئله‌محور تعریف و ظرف ۶ ماه در مسیر تحقق آن گام برداشته می‌شود.



فیس‌بوک در ازای غیرفعال کردن

شبکه اجتماعی تایید کرده که به کاربرانی که عنوان بخشی از این پژوهش حساب‌های خود فیس‌بوک در تاریخ ۱۰ شهریور گزارشی پژوهشی پیش از برگزاری انتخابات ۲۰۲۰ آیا از این کمپانی در آن مشارکت خواهند داشت رای گیری تمرکز خواهند کرد. این کمپانی اعا «در راستای تقویت مواردی که برای دموکر شبکه اجتماعی مضر است، به تحقیق واقع‌گرا

فیس‌بوک در حال تحقیق درباره تاثیر شبکه اجتماعی روی دموکراسی است و در همین راستا کاربرانی که پیش از انتخابات ۲۰۲۰ آمریکا حساب‌های خود را غیرفعال کنند، از این کمپانی پول دریافت خواهند کرد. به گزارش دیجیاتو، طبق توییت یکی از خبرنگاران واشنگتن پست، «الیزابت دوسکین» فیس‌بوک نظرسنجی درباره میزان هزینه‌ای که کاربر حاضر است برای غیرفعال کردن حساب اینستاگرام و فیس‌بوک خود دریافت کند، شروع کرده است. در این نظرسنجی عنوان شده که حساب کاربر باید از اواخر سپتامبر به مدت یک یا شش هفته غیرفعال باشد و کاربر نباید در این مدت به این پلتفرم‌ها دسترسی داشته باشد. کاربر می‌تواند هزینه‌ای از ۱۰ تا ۲۰ دلار به ازای هر هفته دریافت کند. سخنگوی این

راهکارهای نوین دانش‌بنیانی به صنعت هوایی رسوخ کرد

اهداف صنعت هواپیمایی و گردشگری کشور برداریم. آنطور که این فعال دانش‌بنیان می‌گوید: این شرکت به دنبال یافتن راه‌های ساده و فناورانه برای رفع مشکلات و چالش‌های صنعت گردشگری و هوانوردی است. مثلا

گزارش فروش ایرلاین‌های ایران ایر، ماهان، آسمان، قشم ایر، آتا و ... به صورت رایگان توسط فرانتگر ارائه می‌شود. او بیان می‌کند: نرم‌افزار چاپ بلیت فارسی تمام ایرلاین‌ها برای همه کاربران به صورت رایگان قابل دسترس است. با نرم‌افزار همیار فرانتگر روند رزرو بلیت در محیط‌های رزرواسیون خودکار انجام می‌شود. تیم‌چچی در محیط‌های رزرواسیون به صورت کاملا خودکار انجام می‌شود. تیم‌چچی در ادامه تاکید می‌کند: فرانتگر جزو نخستین شرکت‌های ایرانی است که سیستم خرید بلیت هواپیما را برای سایت‌های ایرانی به



صورت کاملا آنلاین طراحی و پیاده‌سازی کرده است. ما در حوزه نرم‌افزاری سیستم‌های فرودگاهی مانند سیستم کنترل پذیرش مسافر DCS، سیستم نمایش اطلاعات پرواز FIDS و ... نیز فعالیت‌های گسترده‌ای داریم.

صنعت هوایی و گردشگری از جمله صنایعی است که ادامه حیاتش به استفاده از فناوری‌های نوین ارتباطات و اطلاعات وابسته است؛ صنعتی که چند سالی است در دنیا با روش‌های جدید مدیریتی توسعه یافته است. شرکتی دانش‌بنیان هم با هدف

ارائه راهکارهای نوین در صنعت هوایی و گردشگری به این حوزه ورود کرده است. شناخت مشکلات و کاستی‌های موجود در صنعت هوایی و گردشگری یکی از شرکت‌های دانش‌بنیان را بر آن داشت تا با کمک تخصص جوانان ایرانی اقدام به تحلیل و تولید نرم‌افزارهای جدید و مبتنی بر فناوری‌های اطلاعات و ارتباطات کند تا با این کار فعالیت خطوط هوایی و دفاتر خدمات مسافرتی در بخش‌های مختلف تسهیل شود. بنا به گفته علی تیم‌چچی، مدیرعامل شرکت دانش‌بنیان فرانتگر پارس

سیستم پویا، فعالیت‌های این شرکت در زمینه طراحی و تولید نرم‌افزارهای تخصصی از لحاظ کیفیت، حجم فروش، پشتیبانی محصولات و رضایت مشتریان است. ما تلاش کرده‌ایم با این اقدامات گامی نو برای پیشبرد

بازی «ایران ساخت» تعامل میان کاربران را افزایش داد

بر اطلاعات عمومی کاربر نیز افزوده می‌شود. البته این بازی در رده بازی‌های اجتماعی طبقه‌بندی می‌شود و باعث ایجاد ارتباط بین کاربرهای مختلف می‌شود. ناطقی همچنین بیان کرد: کاربر ایرانی این بازی را به صورت رایگان

دانلود می‌کند و در جریان بازی در صورت علاقه، می‌تواند مواردی را با پرداخت پول خریداری کند. این گزینه‌های خریداری شده به روند بازی کمک می‌کند. به گفته ناطقی، این شرکت در نظر دارد تا با ورود به حوزه صادرات محصولات خود را به کشورهای جنوب شرقی آسیا و کشورهای عربی نیز بازی رایانه‌ای صادر کند. همچنین در نظر داریم تا خدماتی را در اختیار شرکت‌های بازی‌ساز کوچک‌تر قرار دهیم. مدیرعامل شرکت دانش‌بنیان دانش‌سروران امیرکبیر همچنین گفت: این شرکت به صورت سالانه یک مسابقه برگزار می‌کند که کاربرهای بازی کوئیز آف کینگز (Quiz of Kings) می‌توانند به صورت آنلاین در آن رقابت کنند. منتخبین مسابقه به صورت حضوری با یکدیگر مسابقه می‌دهند و در نهایت یک جایزه نقدی به برترین بازیکن سال پرداخت می‌شود.

بازی‌های دانستنی یکی از جذاب‌ترین بازی‌های رایانه‌ای هستند که می‌توانند باعث افزایش تعامل میان کاربران شوند. این بازی‌ها همچنین در صورتی که از طراحی خوبی برخوردار باشند، می‌توانند به افزایش اطلاعات

عمومی کاربر منتهی شوند. شرکتی دانش‌بنیان یک بازی طراحی کرده که با استقبال گسترده کاربر ایرانی مواجه شده است. امیرحسین ناطقی، مدیرعامل شرکت دانش‌بنیان دانش‌سروران امیرکبیر گفت: این شرکت در حوزه بازی‌های رایانه‌ای فعالیت می‌کند. یکی از بازی‌های طراحی شده توسط این شرکت بازی کوئیز آف کینگز (Quiz of Kings) است که براساس طرح سوال و دانستی‌ها طراحی شده است. وی ادامه داد: در این بازی سوالات اطلاعات عمومی در حوزه‌هایی مانند ورزشی، مذهبی و علمی مطرح می‌شود. کاربرا می‌توانند با یکدیگر قرار بگیرند و در مسابقه‌ای که ترتیب داده‌اند

به این سوالات پاسخ دهند و رقابت مهمی داشته باشند. مدیرعامل شرکت دانش‌بنیان دانش‌سروران امیرکبیر افزود: این بازی توانست با استقبال کم‌نظیر کاربر ایرانی مواجه شود. علاوه بر آنکه یک بازی هیجان‌انگیز محسوب می‌شود،

پایون ملی ایران در هفته فناوری های برتر ۲۰۲۰ روسیه برپا می شود

با حمایت معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، شرکت های دانش بنیان، خلاق و نوآور می توانند در پایون ملی ایران در هفته فناوری های برتر ۲۰۲۰ روسیه شامل «مایشگاه های بین المللی سویاز ۲۰۲۰» و «ناوی تک ۲۰۲۰» حضور یابند.

با حمایت مشترک معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری و صندوق نوآوری و شکوفایی، پایون ملی ایران در هفته فناوری های برتر ۲۰۲۰ روسیه ۱۲ تا ۱۶ آبان ماه سال جاری برپا می شود. شرکت های دانش بنیان، خلاق و فناور هم تا پایان شهریورماه سال جاری فرصت دارند برای ثبت نام در این پایون اقدام کنند.



یادداشت

تسهیلات سرمایه در گردش به کمک دانش بنیان ها می آید

همچنین شرکت های دانش بنیان می توانند برای تامین هزینه بخشی از تولید سالانه محصولات دانش بنیان شرکت، درخواست کنند که به آنها تسهیلات سرمایه در گردش پرداخت شود.

این تسهیلات به صورت یکجا پرداخت نمی شود. کارشناسان با ارزیابی طرحی که تسهیلات برای آن پرداخت شده است، مراحل مختلف پیشرفت این طرح را ارزیابی می کنند و متناسب با پیشرفت طرح، یک قسمت از کل مبلغ تسهیلات را پرداخت می کنند. همچنین متقاضیان استفاده از این تسهیلات باید یک طرح مشخص ارائه دهند، این طرح باید در کار برگ تخصصی صندوق نوآوری و شکوفایی ارائه شود و تمام زوایای عملیات اجرایی اعم از مسائل فنی، مسائل مرتبط با بازار محصول دانش بنیان و همچنین مسائل مالی را شامل شود.

در نخستین درخواست شرکت برای برخورداری از این سقف ۸۰ درصد سرمایه در گردش مورد نیاز شرکت برای تولید، پرداخت می شود، اما در تسهیلات بعدی که به متقاضی پرداخت می شود، ۱۰۰ درصد مبلغ مورد نیاز شرکت به عنوان سرمایه در گردش پرداخت می شود. اظهارنامه مالیاتی یا صورت های مالی سه سال گذشته، اسناد فروش گذشته و فعلی و همچنین شرح دارایی ها، مانند دارایی های که شرکت برای تولید محصول خریداری کرده و یا اجاره کرده است، بخشی از مدارکی است که برای دریافت تسهیلات سرمایه در گردش ارائه می شود.

متقاضیان علاقه مند به برخورداری از این تسهیلات و دیگر طرح های حمایتی عرضه شده توسط صندوق نوآوری و شکوفایی می توانند به سایت این صندوق مراجعه کنند.

سرمایه در گردش موضوعی است که در بسته متنوع حمایت مالی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری قرار دارد. شرکت های دانش بنیان، فناور و خلاق، همیشه طرح های جدید و مبتکرانه ای عرضه می کنند که برای رسیدن به مرحله تولید و تجاری سازی نیاز به تامین سرمایه دارد.

همچنین خرید مواد اولیه و هزینه های جاری نیز نیازمند یک منبع مالی، تحت عنوان «سرمایه در گردش» است که از طریق تسهیلات تامین می شود. «سرمایه در گردش» در تعریف به نقدینگی عملیاتی شرکت و بنگاه تجاری اطلاق می شود. شرکت های دانش بنیان و فناور نیز برای امور مختلفی مانند خرید تجهیزات، مواد اولیه، تعمیرات اساسی و دیگر موارد نیازمند مبلغی مشخص تحت عنوان سرمایه در گردش هستند.

این شرکت ها همچنین ممکن است نیاز داشته باشند تا فرآیند تولید یک محصول را ارتقا بخشند و یا یک طرح فناورانه را تجاری سازی کنند. صندوق نوآوری و شکوفایی برای رفع این مشکل تسهیلاتی تحت عنوان «سرمایه در گردش» عرضه کرده است.

نرخ بسته تسهیلات ویژه «سرمایه در گردش» ۱۱ درصد تعیین شده است. شرکت های دانش بنیان دریافت کننده این تسهیلات، ۲۴ ماه وقت دارند تا این تسهیلات را پرداخت کنند. این زمان شامل مهلت تنفس هم می شود. این تسهیلات برای موارد مشخصی پرداخت می شود. برای مثال تسهیلات سرمایه در گردش به عنوان کمک برای تامین بخشی از هزینه های اجرای قراردادهای جاری مرتبط با محصول دانش بنیان، پرداخت می شود.



اکانت ها به کاربران پول می دهد

راستا یک همکاری تحقیقاتی جدید برای درک بهتر تاثیر فیس بوک و اینستاگرام روی نگرش ها و رفتارهای سیاسی در طول انتخابات ۲۰۲۰ آمریکا را اعلام می کنیم. این کمپانی پیش بینی کرده که ۲۰۰ تا ۴۰۰ هزار کاربر در این برنامه حضور داشته باشند. طبق گفته این شبکه اجتماعی، اطلاعات جمع آوری شده در این پژوهش برای اهداف تبلیغاتی مورد استفاده قرار نمی گیرند.

شرکت تحت مدیریت مارک زاکربرگ به دنبال اطلاع از تاثیر دخالت روسیه روی انتخابات ۲۰۱۶ ایالات متحده آمریکا است و افراد زیادی روی مسائل امنیتی این شبکه اجتماعی تمرکز کرده و در این بخش فعالیت می کنند.

به در این نظرسنجی شرکت کنند یا اینکه به را غیرفعال کنند، پول پرداخت می شود. منتشر و در آن اعلام کرد که به دنبال انجام ایالات متحده آمریکا است و متخصصان خارج . این افراد روی تاثیر شبکه اجتماعی بر روی لایم کرده بود:

اسی مفید و کاهش آنچه برای دموکراسی در یانه تر، بی طرف و تجربی نیاز داریم. در همین

تقویت هسته های تحقیقاتی و پژوهشی در دستور کار قرار گرفت

شناختی و توسعه و گسترش این دانش در سطح کشور کمک می کند. مرادی ادامه می دهد: قرار بر این است که برای بالا بردن تعاملات بین المللی میان محققان، متخصصان، پژوهشگران و اساتید در داخل و خارج از کشور، یک دبیرخانه دائمی مرکزی برای برگزاری این همایش ایجاد شود.

وی با اشاره به حمایت های ستاد توسعه علوم شناختی از برگزاری این همایش، می گوید: ستاد توسعه علوم شناختی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری متولی و سیاست گذار اهداف و برنامه های دانش علوم شناختی در کشور است. حمایت های این ستاد نقش تاثیر گذاری در رشد طرحی، ساخت و تولید تجهیزات و ابزارهای مورد نیاز علوم شناختی در کشور دارد. رئیس هشتمین همایش بین المللی علوم شناختی در ادامه درباره جزئیات این همایش اظهار می کند: در این همایش، چهارده پنل تخصصی و کاربردی توسط محققان و اساتید داخلی و خارجی در حوزه های دانش علوم شناختی برگزار شد.

هشتمین همایش بین المللی علوم شناختی با حضور سید کمال خرازی مشاور معاون علمی و فناوری ریاست جمهوری در امور توسعه علوم شناختی، مجید نیلی احمدآبادی دبیر ستاد توسعه علوم و فناوری های شناختی و جمعی از محققان و پژوهشگران کشورمان و چند کشور دیگر به صورت مجازی در دانشگاه شهید بهشتی گشایش یافت. در این همایش یافته های علمی و تخصصی در محورهای عصب شناسی شناختی، روان شناسی شناختی، آموزش و پرورش شناختی، زبان شناسی شناختی، فلسفه ذهن، هوش مصنوعی، مدل سازی شناختی، بازتوانی شناختی، عصب شناسی بالینی با تاکید بر لوتیسم و آلزایمر، نقشه برداری و تصویربرداری مغز، هنر و شناخت، رسانه و شناخت، فناوری های واسط مغز و رایانه مورد بحث و بررسی قرار گرفت.

در هشتمین همایش بین المللی علوم شناختی محققانی از کشورهای استرالیا، مالزی، کانادا، آمریکا و انگلیس، آخرین یافته های علمی جهانی در زمینه آموزش شناختی، کاربردهای بالینی و پایه علوم شناختی و مدل سازی شناختی را با شرکت کنندگان در این رویداد به اشتراک گذاشتند.

«دانش علوم شناختی در ایران در برخی زمینه ها جایگاه ممتازی نسبت به دیگر کشورها دارد. البته تقویت هسته های تحقیقاتی و پژوهشی در این حوزه هم ضروری است.» این نکته نقل قولی است از زبان رئیس هشتمین همایش بین المللی علوم شناختی؛ موضوعی که در حاشیه این همایش مطرح شد.

ایران یکی از کشورهای پیشرو در حوزه علوم شناختی است. همه کمبودها و تحریم ها نتوانست ایران را از این مسیر رو به رشد و توسعه باز دارد. اتکا به ظرفیت های داخلی ایران را به یکی از کشورهای دارای این فناوری بدل کرده است. «اتفاقی که با شکل گیری هسته های تحقیقاتی و پژوهشی سرعت و شتاب فناورانه را تجربه خواهد کرد.» علیرضا مرادی، رئیس هشتمین همایش بین المللی علوم شناختی با اشاره به مطلب بالا، می گوید: به آینده دانش علوم شناختی در داخل کشور بسیار امیدوارم. اما این روند رو به رشد به تقویت و حمایت نیاز دارد. کاری که با همکاری مشترک ستاد توسعه علوم شناختی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری و مراکز علمی و دانشگاهی محقق خواهد شد. به گفته او، همکاری های مشترک و ایجاد رشته های تخصصی این حوزه در دانشگاه ها نقش تاثیر گذاری در توسعه این علم در کشور دارند. مرادی با اشاره به برگزاری هشتمین همایش بین المللی علوم شناختی، بیان می کند: این همایش ۴ روز به صورت مجازی و غیرحضوری برای علاقه مندان برگزار شد؛ رویدادی که با استقبال خوب اساتید، محققان، علاقه مندان، دانشجویان مراکز علمی و تخصصی داخلی و اساتدان و متخصصان دیگر کشورها مواجه شد.

او در ادامه تاکید می کند: با برگزاری موفق این همایش مجازی، تلاش خواهد شد تا همایش آینده علوم شناختی به صورت تلفیقی یعنی به شکل حضوری و آنلاین برگزار شود تا زمینه شرکت بیشتر محققان و اساتید خارجی در این رویداد فراهم شود.

رئیس هشتمین همایش بین المللی علوم شناختی همچنین بیان می کند: یکی از مهم ترین اولویت هایی که در این حوزه وجود دارد، تقویت ارتباطات میان مراکز علمی و دانشگاهی داخل و خارج از کشور است. این کار به ارتقا و ترویج دانش علوم

طرح شهید بابایی به رفع مسائل واقعی و ایجاد کسب و کارهای نوپا منتج می شود

آن را حل کنند. وی افزود: رویدادهای زیادی در دانشگاه ها و مراکز علمی برگزار می شود که چون مبتنی بر نیازهای واقعی نهاد و یا بخش خاصی نیستند و در واقع صاحب مسئله ای به عنوان ذی نفع ندارند، به نتایج دلخواه نمی رسند.

سالاربه ادامه داد: طرح شهید بابایی ویژه دوره کارشناسی و کارشناسی ارشد است زیرا دانش آموختگان این دو مقطع افرادی هستند که باید قبل از پایان تحصیل، فضای واقعی کار خاصه در صنعت را تجربه کنند.

معاون آینده سازان بنیاد ملی نخبگان با بیان اینکه هیچ کار بزرگی با رویکرد فردی انجام نمی شود، اظهار داشت: به همین دلیل کار گروهی یکی از تاکید های مهم این طرح است.

وی همچنین گفت: امروزه نمی توان مسائل و چالش های مختلف را تنها با یک تخصص و اتکا به یک فناوری و مهارت حل کرد، به همین دلیل طرح شهید بابایی بر فعالیت بین رشته ای تاکید دارد.



در مراسم رونمایی از طرح «شهید بابایی» معاون آینده سازان بنیاد ملی نخبگان ضمن تشریح این طرح گفت خروجی رویدادهای رقابتی یا باید مستقیماً مشکل و چالشی از صنعت و دیگر بخش ها حل کند یا قابلیت تبدیل به کسب و کار نوپا و شرکت دانش بنیان را داشته باشد.

به گزارش مرکز ارتباطات و اطلاع رسانی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، در راستای حمایت از رویدادهای رقابتی مسئله محور، آیین رونمایی از طرح شهید بابایی بنیاد ملی نخبگان و معرفی مسابقات ره نشان با حضور حسن سالاربه معاون آینده سازان بنیاد ملی نخبگان و پرویز کریمی دبیر ستاد فرهنگ سازی اقتصاد دانش بنیان معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، برگزار شد.

در این مراسم، حسن سالاربه معاون آینده سازان بنیاد ملی نخبگان با اشاره به طرح شهید بابایی بنیاد ملی نخبگان، گفت: در این طرح، مسئله توسط یک نهاد کارگزار به مسابقه گذاشته می شود و مستعدان باید در قالب تیم و با شبکه سازی

خدمت رسانی به فناوران صنعت گیاهان دارویی افزایش یافت

شرکت های نوآور کوتاه شود و کیفیت خدمات نیز افزایش یابد. در این راستا ستاد توسعه علوم و فناوری گیاهان دارویی و طب سنتی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری تلاش می کند در جهت انجام وظیفه هماهنگی بین دستگاهی، تفاهم نامه های یک و چند جانبه ای با نهادهای دولتی و عمومی امضا کند تا این خدمات به شکل موثرتر و متمرکزتری ارائه شود. یکی از این تفاهم نامه ها، توافق با شش نهاد و دستگاه اجرایی است تا ظرفیت کاری خود را در اختیار فعالان نوآور این عرصه قرار دهند. معاونت عمران و توسعه امور شهری و روستایی وزارت کشور، دانشگاه علوم پزشکی ایران، معاونت میراث فرهنگی وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی، معاونت امور باغبانی وزارت جهاد کشاورزی، دفتر طب ایرانی وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی و معاونت امور هنری وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، نهادهای هستند که با ستاد توسعه علوم و فناوری گیاهان دارویی و طب سنتی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، تفاهم نامه منعقد کردند.

ستاد توسعه علوم و فناوری گیاهان دارویی و طب سنتی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری همواره در تلاش است تا خدمات رسانی به شرکت های فناور این حوزه را افزایش دهد. در این راستا این ستاد، دهها تفاهم نامه با دستگاه های اجرایی مختلف امضا کرده است. انعقاد تفاهم نامه با شش مجموعه دولتی نیز در همین راستا است. در حال حاضر بیش از ۲۵۰۰ گونه گیاهی در کشور وجود دارد که بسیاری از آنها دارای مواد موثره قابل استفاده در صنعت گیاهان دارویی هستند. با حمایت ستاد توسعه علوم و فناوری گیاهان دارویی و طب سنتی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری در بازه زمانی ۱۰ ساله اخیر شرکت های دانش بنیان، خلاق و فناوری که در صنعت گیاهان دارویی فعالیت می کنند به شکل چشمگیری افزایش یافته اند. در حال حاضر بیش از ۳۰۰ شرکت فعال در صنعت گیاهان دارویی فعال هستند. با توجه به اینکه این شرکت ها در تعامل با دستگاه های مختلف اجرایی در کشور نیازمند خدمات رسانی هستند، لازم است تا فرآیندهای طولانی اداری برای این



کارگاه برندینگ



تمرکز بر گر کینگ
 بر روی کاربران گوشی های همراه

به قلم: جولیبه لبتمن کارشناس بازاریابی و تبلیغات
 ترجمه: علی آل علی

برگر کینگ در تازه‌ترین اقدامش برای جلب نظر مشتریان به صورت کاربردی‌تر از شعبه‌های تازه‌اش رونمایی کرده‌اند. چنین شعبه‌هایی به صورت دیجیتال در دوران شیوع ویروس کرونا اقدام به پذیرش سفارش آنلاین و سپس تحویل سفارشات در محل‌های تعیین‌شده می‌کنند. این امر برای بسیاری از مشتریان در طول دوران کرونا اهمیت بسیار زیادی دارد. با توجه به ادامه شیوع ویروس کرونا باید نسبت به سازگاری فعالیت رستوران‌ها با این وضعیت توجه کرد. برگر کینگ به عنوان یکی از فست فودهای محبوب در سطح جهانی به خوبی با این وضعیت کنار آمده است، بنابراین در عمل نیازی به نگرانی از سوی مشتریان نیست. مهمترین اقدام برگر کینگ در طول ماه‌های اخیر ایجاد سازگاری بیشتر با کاربران گوشی‌های هوشمند برای ثبت سفارش است در ادامه این روند نیز کاربران امکان ثبت سفارش به صورت هوشمند را خواهند داشت.

منبع: mobilemarketer.com

رونمایی اوبر ایت
 از تبلیغات درون برنامه‌ای

به قلم: رابرت ویلیامز کارشناس بازاریابی و تبلیغات
 ترجمه: علی آل علی

اوبر ایت (Uber Eat) سامانه سفارش آنلاین غذا و تحویل آن است. این سامانه به عنوان بخشی از کسب و کار اوبر در سال‌های اخیر موفقیت قابل توجهی کسب کرده است. مدیران ارشد این شرکت در تازه‌ترین اقدام‌شان از تبلیغات درون برنامه‌ای در پلتفرم اوبر ایت رونمایی کرده‌اند. بر این اساس رستوران‌های مختلف امکان نمایش تبلیغاتی منوی‌شان را دارند. افزایش دامنه مشتریان اوبر ایت در سال جاری نقش مهمی در جهت‌گیری تازه اوبر ایت داشته است. اوبر ایت در نمایش محتوای تبلیغاتی رستوران‌ها از شیوه رایج CPC (پرداخت در ازای هر کلیک) استفاده می‌کند. بر این اساس رستوران‌ها فقط در صورت کلیک کاربران بر روی محتوای تبلیغاتی‌شان هزینه موردنظر را پرداخت خواهند کرد. مزیت اصلی این امر ترغیب شمار هرچه بیشتری از رستوران‌ها، حتی با بودجه‌های اندک، برای بازاریابی در اوبر ایت است. امکان شخصی‌سازی محتوای تبلیغاتی در طول چند سال اخیر موجب هدفمندی در نمایش تبلیغات و کاهش هزینه برندها شده است. اوبر ایت در این زمینه نیز از آخرین فناوری‌های موجود در بازار استفاده کرده است با این حساب خبری از ایجاد مزاحمت برای کاربران با محتوای تبلیغاتی بیش از اندازه یا غیرمرتبط با سلیقه‌شان نخواهد بود. اوبر ایت در راستای حمایت از رستوران‌ها در شرایط دشوار شیوع کرونا اقدام به اختصاص اعتبار ۲۵ میلیون دلاری به رستوران‌های کوچک و میان رده کرده است. بر این اساس چنین رستوران‌هایی در مجموعه تا ۲۵ میلیون دلار امکان تبلیغات رایگان در پلتفرم این برند را خواهند داشت. نکته مهم درخصوص اقدام کنونی اوبر ایت توجه به تعاملش با رستوران‌ها در نقاط مختلف است. کمک به فعالیت هرچه بهتر رستوران‌ها در شرایط کنونی در چشم‌اندازی وسیع موجب رونق دوباره کسب و کار اوبر ایت نیز خواهد شد. اگرچه اعتبار فعلی اوبر ایت برای رستوران‌ها جذاب به نظر می‌رسد، اما به احتمال زیادی این اعتبار پایان همراهی اوبر با رستوران‌ها نیست. با این حساب باید منتظر ارائه اعتبار و همکاری‌های نزدیک‌تر اوبر ایت با رستوران‌های دیگر نیز باشیم.

منبع: mobilemarketer.com

سناریو سیاه برای هوآوی

به قلم: جوی مک دونالد خبرنگار
 مترجم: امیر آل علی

بدون شک هوآوی را باید پرچمدار حضور برندهای چینی در بازارهای جهانی حوزه تکنولوژی دانست که در مدت زمانی کوتاه، خود را به جایگاه یکی از ۳ برند اصلی تولید گوشی‌های هوشمند، رسانده است. اگرچه به نظر می‌رسد که حتی رقبای قدرتمندی نظیر اپل و سامسونگ نیز نمی‌توانند مانع تداوم پیشرفت‌های این برند شوند، با این حال تحریم‌های آمریکا، این شرکت را با چالش‌های جدی مواجه ساخته است. در واقع تا به امروز این تحریم‌ها تنها شامل همکاری برندهای آمریکایی در زمینه نرم‌افزاری بوده و این امر باعث شده است تا برخی از مدل‌ها بدون اپلیکیشن‌های آمریکایی نظیر گوگل مپ، عرضه شود. با این حال تحریم‌های جدید که تا چند روز آینده عملی خواهد شد، بخش سخت‌افزاری را هدف قرار داده و این امر باعث می‌شود تا این شرکت در تامین قطعات مورد نیاز خود، با مشکل و کمبود مواجه شود. به همین خاطر در چند هفته اخیر، شاهد خریدهای گسترده از سوی این شرکت بوده‌ایم. با این حال تحلیلگران بر این باور هستند که چنین اقدامی تنها برای کوتاه مدت می‌تواند هوآوی را نجات دهد. به همین خاطر اگر این شرایط طولانی شود، حتی ممکن است شاهد خارج شدن هوآوی از بازار تولید گوشی‌های هوشمند باشیم. بحث این شرایط بزرگترین برند تولیدکننده گوشی‌های هوشمند بنا بر جدیدترین آمارها، ممکن است پایانی سریع را تجربه نماید. این امر در حالی است که این شرکت حتی در زمان اوج و پروس کرونا نیز روند رو به رشد خود را حفظ کرده و سودآوری خوبی را تجربه می‌کند. حال باید دید که شرایط برای این برند محبوب، به چه صورت پیش خواهد رفت.

منبع: gizchina.com

مدیریت روابط عمومی در دوران کرونا



فهم دقیق شرایط کرونایی و تلاش برای سازگاری با آن اهمیت بالایی دارد و بدون تردید تمام کسب و کارها توانایی سازگاری با شرایط موردنظر را ندارند. بنابراین شما باید به سرعت نسبت به بهبود شرایط‌تان اقدام نمایید. شناخت نیازهای مشتریان و انتظارات‌شان از برند کار دشواری نیست. شما باید خودتان را به جای مشتریان قرار دهید. در این صورت شناسایی نیازهایی آنها به هیچ وجه دشوار نخواهد بود.

۲. افزایش سطح کارایی

شرایط کاری در طول بحران کرونا متفاوت از شرایط عادی است. برخی از برندها در این شرایط اقدام به کاهش بار مسئولیت و وظایف تیم‌های مختلف می‌کنند. این امر همیشه همراه با ناتوانی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف است. تفاوت برندها در شرایط بحرانی براساس سطح فعالیت‌شان مشخص می‌شود. اگر شما در وضعیت کنونی فعالیت اندکی داشته باشید، در ذهن مخاطب هدف به عنوان یک برند پیشرو و فداکار صبت نخواهید شد.

افزایش کارایی تیم روابط عمومی در شرایط کرونایی به معنای پیگیری مداوم وضعیت مشتریان و ارتباط پایدار با آنهاست. این امر شما را به طور مداوم در کنار مشتریان ترسیم خواهد کرد. اعتماد مشتریان در شرایط کرونایی با برندها به شدت کاهش یافته است بنابراین شما باید با فعالیت مناسب در بخش روابط عمومی اندکی از این بی‌اعتمادی را جبران نمایید.

۳. ضرورت پذیرش ریسک

شرایط کرونایی بدون پذیرش ریسک برای برندها با موفقیت همراه نخواهد بود. بسیاری از برندها در شرایط کنونی به طور کامل فعالیت کاری را کنار گذاشته‌اند. این امر نیاز به کسب درآمد و حفظ مشتریان را مدنظر قرار نمی‌دهد. اگر شما برای مدت زمان طولانی در بازار کسب و کار حضور نداشته باشید، به طور کامل از یاد مشتریان خواهید رفت. نکته دیگر در این میان ضرورت تعامل با مشتریان حتی در شرایط بحرانی است. ویروس کرونا به این زودی‌ها ریشه‌کن نخواهد شد. بنابراین کسب و کار شما باید ریسک فعالیت در این شرایط را بپذیرا باشد.

کسب و کارها بدون پذیرش ریسک امکان موفقیت در بازار کسب و کار را ندارند. بنابراین شما در صورت عدم پذیرش ریسک‌های جاری

به قلم: لیزا فلنس داویت کارفرین و کارشناس روابط عمومی

ترجمه: علی آل علی

کارشناس‌ها و فعال‌های حوزه روابط عمومی در طول سال جاری شرایط بسیار دشواری را پشت سر می‌گذراند. شیوع ویروس کرونا برنامه اغلب برندها را با چالش مواجه ساخته است. انتظارات از بخش روابط عمومی برای مدیریت بهینه بحران جاری بسیار بالاست. نکته مهم در این میان محدودیت شدید منابع در دسترس برندها برای مدیریت بحران موردنظر است بنابراین شاید در عمل برخی از برندها با ورشکستگی مواجه گردند.

مدیریت بحران برای هر برندی اهمیت دارد. اگر شما نیز تمایل به ادامه کار پس از دوران کرونایی دارید، باید به نکات مورد بحث در این مقاله توجه نمایید. در ادامه برخی از مهمترین نکات برای مدیریت شرایط اضطراری در طول بحران کرونا را مورد بررسی قرار خواهیم داد.

۱. حفظ تمرکز بر روی اهداف

شناسایی اهداف مشتریان همیشه اهمیت دارد. شما به عنوان مسئول بخش روابط عمومی مسئولیت سنگینی برای تعامل با مشتریان و به طور کلی مخاطب هدف برند در شرایط کرونایی دارید. اهداف مشتریان در طول شرایط بحرانی به سرعت تغییر می‌کند بنابراین شما باید به طور مداوم آماده پاسخگویی به نیازهای مشتریان باشید. اگر این نکته مدنظر برندها قرار نگیرد، شرایط برای ادامه فعالیت‌شان به شدت دشوار خواهد شد. امروزه برندهای بسیار زیادی در عمل توانایی ارائه خدمات مناسب به مشتریان را ندارند بنابراین مواجهه با ناتوانی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف امری طبیعی در میان برندها محسوب می‌شود.

یکی از مهمترین نکات در شرایط کرونایی پرهیز از سکوت است. بخش روابط عمومی باید به طور مداوم با مشتریان در تماس و تعامل باشد. سکوت شما در این بازه زمانی به معنای مرگ کسب و کارتان خواهد بود بنابراین به ادامه فعالیت تان در بخش روابط عمومی ادامه دهید. نکته مهم در این میان ایجاد تغییر میان وضعیت فعالیت گذشته برند با نیازهای فعلی است. برخی از برندها در شرایط مختلف به طور واحد عمل می‌کنند. این امر شرایط بسیار دشواری برای برندهای ایجاد می‌کند.

به قلم: گلوسی وایت کارشناس کسب و کار

ترجمه: علی آل علی

فعالیت کسب و کارها در شرایط بحرانی حالت ویژه‌ای دارد. بسیاری از کسب و کارها آمادگی مواجهه با بحران را ندارند. این امر به طور مشخص در مورد بحران کرونا قابل مشاهده است. اگر شما توانایی مدیریت بحران به صورت تاثیرگذاری را نداشته باشید، به سرعت با شکست و ورشکستگی مواجه خواهید شد. این امر شرایط دشواری برای تمام کسب و کارها ایجاد کرده است بنابراین در عمل باید نسبت به بهبود شرایط جاری کسب و کار حتی در طول دوران بحرانی توجه کرد. مطالعه رفتار مشتریان و وضعیت بازار در وضعیت بحرانی همیشه ساده نیست. برخی از کسب و کارها در مواجهه با بحران‌ها به طور کلی این امر را به دست فراموشی می‌سپارند. هدف اصلی مقاله کنونی آشناسازی مخاطب هدف با شیوه‌های مطالعه رفتار مشتریان و به طور کلی ارزیابی بازار در شرایط ناگوار کرونایی است.

۱. تغییر سریع

یکی از انتقادهای همیشگی به کسب و کارها در شرایط بحرانی عدم سرعت عمل بالاست. برندها همیشه برای واکنش در قبال بحران‌ها نیاز به زمان فراوانی دارند. این امر موجب دلسردی مشتریان از توانایی مدیریت بحران برندها می‌شود. شما در طول مواجهه با شرایط بحرانی باید به سرعت نسبت به شناسایی بحران مورد نظر و سپس طراحی راه حل‌هایی برای تعامل پایدار با مشتریان باشید. اگر این نکته مدنظر شما قرار نگیرد، بحران‌های مالی گسترده‌ای به سراغ‌تان خواهد آمد.

تیم‌های کاری در شرایط کرونا باید به سرعت داده‌های تازه پیرامون مشتریان را گردآوری نمایند. این امر برای ادامه فعالیت آنها ضروری خواهد بود. رفتار مشتریان در طول زمان‌های بحرانی به سرعت تغییر می‌کند بنابراین اگر شما سرعت عمل مناسبی در زمینه شناسایی رفتارهای تازه مشتریان نداشته باشید، با مشکلات عمیقی مواجه خواهید شد.

۲. ایجاد فضای برای اطلاعات تازه

استفاده از اطلاعات تازه پیرامون مشتریان بدون افزایش تعداد

شاید در پایان عرصه کسب و کار نیاز به بازنگری اساسی در وضعیت فعالیت‌تان داشته باشید. این امر برای هر کسب و کاری همراه با هزینه‌های سنگین خواهد بود.

امروزه ریسک ادامه فعالیت کسب و کار و تعامل با مشتریان در قالب روابط عمومی تاثیرگذاری بسیار کمتر از تعطیلی بلندمدت است. این امر باید مدنظر مسئولان بخش روابط عمومی برای تعامل با مشتریان باشد. در غیر این صورت بسیاری از مشتریان برند شما ریزش خواهند کرد. ریزش مشتریان یک امر طبیعی در صنعت کسب و کار نیست. پس از ریزش مشتریان امکان بازمیابی آنها به شدت کاهش می‌یابد بنابراین شما در عمل با شرایط دشوار و فلجکننده‌ای مواجه خواهید شد.

۴. در دسترس مشتریان باشید

دسترس‌پذیری در شرایط کنونی اهمیت بسیار زیادی دارد. برخی از برندها به طور مداوم از دسترس مشتریان و حتی همکاران‌شان دور هستند. نتیجه این امر ترجیح دیگر برندها بر آنها از سوی مشتریان خواهد بود. اگر شما به این نکته مهم، به ویژه در شرایط کرونایی، توجه نداشته باشید، به زودی با مشکلات فراوانی در زمینه فروش مواجه خواهید شد.

امروزه بخش روابط عمومی باید با استفاده از ابزارهای ارتباطی مانند شبکه‌های اجتماعی اقدام به ادامه فرآیند ارتباط با مشتریان نماید. در غیر این صورت وضعیت کسب و کارها به شدت دشوار و کنترل‌ناپذیر خواهد شد.

۵. توجه به شهرت بلندمدت

شاید تعطیلی کسب و کار برای مدت زمانی کوتاه ایده مناسبی برای مدیریت بحران‌های مقطعی باشد، نکته مهم از نقطه نظر روابط عمومی توجه به آثار بلندمدت چنین انتخابی است. اگر شما کسب و کارتان را برای مدت زمانی طولانی تعطیل نمایید، بازخوردهای مشتریان نسبت به شما به شدت منفی خواهد شد. تکلیف مشتریان وفادار شما در این میان چه خواهد شد؟ آیا شما برنامه‌ای برای ادامه تعامل با مشتریان دارید؟ اغلب برندها به دنبال تعطیلی کسب و کار هیچ برنامه‌ای در این زمینه ندارند بنابراین انتخاب تعطیلی کسب و کار در بلندمدت بدترین گزینه خواهد بود.

منبع: prdaily.com

مطالعه رفتار مشتریان در زمان‌های بحرانی

خواهد کرد بنابراین فرآیندهای تازه شما نیز با پایان بحران باید ناپدید شود. این امر از نقطه نظر روابط عمومی و مدیریت بحران اهمیت حیاتی دارد. برخی از کسب و کارها تا مدت‌ها پس از پایان بحران‌ها نیز امکان رهایی از آن را ندارند بنابراین با پایان بحران ضررهای مالی گسترده آنها به دلیل سرمایه‌گذاری بر روی روندهای بلندمدت شروع می‌شود.

۴. به اشتراک‌گذاری سریع اطلاعات با شرکت

کسب اطلاعات تازه در مورد رفتار مشتریان برای شرکت‌ها اهمیت بالایی دارد. اگر شما به عنوان مسئول بخش کسب اطلاعات از مشتریان به داده‌های تازه‌ای دست پیدا کردید، باید آن را به سرعت در اختیار شرکت قرار دهید. سرعت عمل شما در این بخش سرنوشت کسب و کار را مشخص می‌کند بنابراین در صورت بروز هرگونه خطایی شما به عنوان مقصر اصلی شناسایی خواهید شد.

برخی از برندها در تلاش برای جمع‌بندی تمام اطلاعات در دسترس‌شان و سپس اقدام برای تعامل با مشتریان هستند. این امر مدت زمان زیادی را طلب می‌کند. همانطور که پیش از این نیز بیان شد، شرایط بحرانی به طور ماهوی کوتاه مدت است بنابراین شما باید در مدت زمان کوتاه نسبت به پیاده‌سازی تکنیک‌ها و استراتژی‌های‌تان اقدام نمایید. برندهای بزرگ درست با همین شیوه پس از پایان بحران‌ها با سرعتی کم‌نظیر به فعالیت‌شان باز می‌گردند.

۵. مطالعه رفتار مشتریان را به سرعت تمام نکنید

پایان شرایط بحرانی به معنای اتمام فرآیند مطالعه رفتار مشتریان نیست. شما در زمینه بازاریابی و تبلیغات پس از پایان بحران همچنان سرمایه‌گذاری خواهید کرد بنابراین چرا مطالعه رفتار مشتریان چنین وضعیتی نداشته باشد؟ بسیاری از برندها در تمام شرایط دارای تیم مطالعه رفتار مشتریان هستند. این امر تاثیر قابل ملاحظه‌ای بر روی رفتار مشتریان دارد. وقتی شما به طور مداوم رفتار مشتریان را ارزیابی نمایید، امکان جلب نظر مخاطب هدف به صورت تاثیرگذارتر را خواهید داشت بنابراین حتی با پایان شرایط بحرانی نیز باید مطالعه رفتار مشتریان در دستور کار برند شما قرار داشته باشد.

منبع: prdaily.com

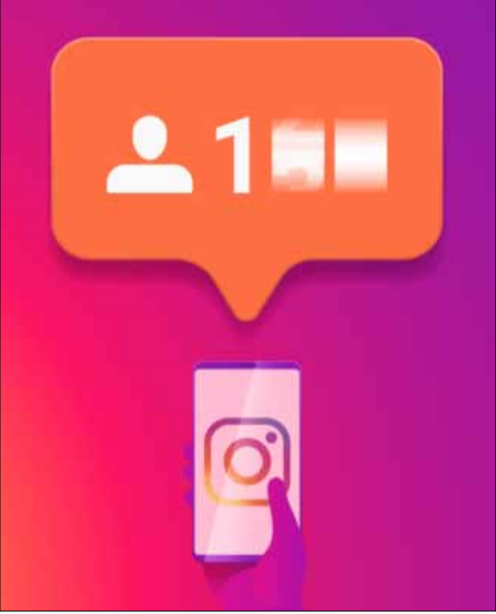
بررسی ۱۰ راهکار برای بازاریابی و مدیریت فالوور

مدیریت فالوورهای برند در اینستاگرام

تعامل با کاربران در شبکه‌های اجتماعی به معنای پاسخگویی سریع به پرسش‌های آنها نیز هست. امروزه کاربران انتظارات بسیار زیادی از برندها دارند. یکی از انتظارات اصلی آنها امکان تعامل و دریافت پاسخ‌های موردنظرشان در کمترین زمان ممکن است. استفاده از کارشناس‌های متعدد برای پاسخگویی به فالوورها شیوه سنتی برای مدیریت برند محسوب می‌شود. امروزه به لطف توسعه فناوری هوش مصنوعی امکان کاربست این فناوری سرای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف وجود دارد.

پارک ملی المپیک به عنوان یکی از سرمایه‌های جهانی مثال جذابی از مدیریت بهینه فالوورها محسوب می‌شود. ادمین‌های صفحه رسمی این پارک در اینستاگرام استفاده مناسبی از فناوری هوش مصنوعی و دیگر تکنیک‌های مدیریت فالوور دارند. البته پاسخگویی به برخی از پرسش‌های کاربران نیازمند ارزیابی کارشناسی است. بر همین اساس کاربران در صورت درج پرسش در ذیل پست‌های این پارک به سرعت با پاسخ‌های دقیق و کاربردی مواجه خواهند شد. امروزه کمتر برندی حوصله پاسخگویی به تمام پرسش‌های فالوورها را دارد. این امر در مورد پارک ملی المپیک به طور کامل برعکس است. آنها در کمترین زمان ممکن (به طور معمول کمتر از ۱۵ دقیقه) پاسخ‌های مناسب را به کاربران می‌دهند. بدون تردید همه ما تجربه دریافت پاسخ‌های اشتباه از سوی ادمین صفحات مختلف را داشته‌ایم. نکته مهم در این میان میزان اشتباه بسیار اندک ادمین‌های صفحه پارک ملی المپیک است بنابراین ما با ارزیابی صفحه‌های پارک یکی از بهترین عملکردها در زمینه مدیریت فالوورها را مشاهده می‌کنیم.

۴. نگارش کپشن جذاب برای افزایش سطح تعامل با فالوورها



اینستاگرام یک پلتفرم بصری است. استفاده از محتوای بصری در این شبکه اجتماعی دارای اهمیت بسیار زیادی است. شاید این امر در نگاه نخست به معنای عدم نیاز به هرگونه محتوای دیگری باشد. نکته مهم در این میان نقش کپشن در موفقیت پست‌های بازاریابی است. نگارش کپشن باید کوتاه و در عین حال تعامل‌برانگیز باشد. بسیاری از برندها توانایی ترکیب این دو عامل را ندارند. به همین خاطر اغلب اوقات سطح تعامل کاربران با محتوای بازاریابی برندها بسیار اندک است. یکی از راهکارهای مناسب در این میان تلاش برای بازاریابی براساس نگارش کپشن‌های جذاب است. ویژگی اصلی یک کپشن مناسب ترغیب کاربران برای ارائه بازخورد است.

یکی از بهترین عملکردها در زمینه نگارش کپشن مربوط به کلپ کتال ریزی است. این کلپ در زمینه انتشار و معرفی کتاب‌های پرفروش فعالیت دارد. اگر قصد انتخاب یک کتاب برای مطالعه یا حتی ارائه آن به عنوان هدیه به دیگران را دارید، مشاهده پست‌های این اکانت شما را به سوی بهترین انتخاب سوق خواهد داد. استفاده از کپشن در پست‌های این کلپ بسیار مؤشمنده است. شما امکان مشاهده بخش‌هایی از متن اصلی کتاب در قالب کپشن را دارید. نکته جالب اینکه ادمین این صفحه رعایت اختصار را فراموش نکرده است بنابراین شما نیازی به مرور مداوم مطالب تکراری نخواهید داشت. امروزه یکی از دغدغه‌های برندها تولید محتوای تازه به طور مداوم است. مشاهده اکانت‌های تجاری با تعداد محتوای تازه اندک هر کاربری را دلستر خواهد کرد بنابراین شما باید دست کم هر ۲ تا ۳ روز نسبت به انتشار پست‌های تازه اقدام نمایید.

۵. کاربست درست منشن و هشتگ

کپشن محتوای برندها امکان تعامل کاربران برای ارائه واکنش را دارد. این امر باید با احتیاط بسیار زیادی دنبال شود. بسیاری از برندها در طول سال‌های اخیر به دلیل استفاده از کپشن‌های نامناسب مورد انتقاد و سرزنش شدید کاربران قرار گرفته‌اند. اگر شما به دنبال ایجاد موجی از پست‌های جذاب از سوی کاربران پیرامون برندتان هستید، رونمایی از کمپین مسابقه محور با ایجاد هشتگ مناسب گزینه جذابی خواهد بود. امروزه اغلب برندها تمایل به مشارکت با برندها در فرآیند بازاریابی دارند. این امر انگیزه بازاریاب‌ها برای طراحی مسابقات مبنی بر شبکه‌های اجتماعی را دوچندان می‌کند.

بهترین برند در زمینه ایجاد هشتگ و ترغیب کاربران برای تولید محتوا موسسه مک است. این موسسه با اجرای یک کمپین یک هفته‌ای از فالوورهایش درخواست به اشتراک‌گذاری خاطرات‌شان پیرامون بهترین تجربه کمپین‌شان در طبیعت را مطرح کرد. این کمپین در طول یک هفته با بازخورد فوق‌العاده کاربران مواجه شد. موسسه مک کمپین موردنظر را به مدت یک ماه تمدید کرد حجم محتوای تولیدی پیرامون این برند به شکل باورنکردنی افزایش یافت. شاید کمتر برندی امکان دریافت بازخوردهای فراوان در شبکه‌های اجتماعی را داشته باشد. با این حال تک به خوبی از پس این کار برآمد. هشتگ #TheBigCamping توجه طول مدت یک ماه بدل به مهم‌ترین ترند در اینستاگرام شد. این امر حتی موجب کاربران ساده را نیز به خود جلب کرد بنابراین موسسه مک علاوه بر جلب نظر مخاطب هدفش امکان تاثیرگذاری بر روی سایر کاربران را نیز پیدا کرد.

۶. پاسخگویی به پیام‌های خصوصی کاربران

ارسال پیام خصوصی برای برندها گزینه‌ای رایج در میان کاربران است. گاهی اوقات پرسش‌های کاربران به صورت عمومی قابل طرح نیست. همچنین برخی از کاربران احساس مناسبی نسبت به انتشار نظرات و بازخوردهایشان به صورت عمومی ندارند. این امر موجب توجه به بخش دایرکت در اینستاگرام می‌شود. اگر شما علاقه‌مند به مدیریت مناسب فالوورهای برندتان هستید، باید به طور مداوم دایرکت‌تان را چک کنید. در غیر این صورت حجم بازخوردهای کاربران به سرعت

ایستگاه بازاریابی

باورهای مثبت در فروشندگی بیمه عمر

فروش بیمه عمر آسان است

محمدرضا محمدی
کارشناس اقتصادی

فروشندگان زیادی در دنیا هستند که در زمینه فروش بیمه‌نامه عمر بسیار موفق هستند. شاید برای شما نیز این سوال مطرح شود که چه کسانی فروشندگان موفقی هستند. آگاهی از زندگی فروشندگان موفق بیمه عمر شما را به این نتیجه می‌رساند که موفقیت آنها بیش از هر چیز به اعتماد به نفس و باورهای قدرتمند آنها برمی‌گردد.

شما هرگاه احساس کردید که می‌توانید جهان را سقف بشکافید و طر‍حی نو دراندازید موفق می‌شوید. شما باید باور داشته باشید که در فروش بیمه عمر موفق می‌شوید. فروشنده جوان می‌گوید من چگونه در مقابل کوله باری از تجربه فروشندگان موفق بتوانم رقابت کنم. هر کاری کنیم، آنها برنده‌اند. اگر این فکر را می‌کنید لطفاً بروید روی تخت دراز بکشید و با شبکه‌های مجازی ور بروید، اما اگر به خودتان ایمان دارید می‌توانید کاری کارستان را رقم بزنید.

مگر مارک زاکربرگ چند سالش بود که دنیا را با ایده‌هایش فتح کرد؟ مگر برادران محمدی مالک دیجی کالا در چند سالگی به موفقیت عالی رسیدند؟ مگر در ایران و جهان نبودند و نیستند جوانان کم سن و سالی که با کار خود مسیر موفقیت را تغییر دادند، پس اگر در جهان یک نفر بتواند با سن کم موفق شود تو هم می‌توانی.

شرایط محیطی هم هیچ تاثیری ندارد. شواهد زیادی وجود دارد که آدم‌های بزرگی در کشور‌های کوچک و فقیر بلند شدند و قله‌های بزرگ موفقیت را فتح کردند.

به باورهایی که تو را از مسیر موفقیت باز می‌دارد توجهی نکن. به کسانی که می‌گویند تو نمی‌توانی توجهی نکن. به افرادی که مزاحم پیشرفت تو هستند توجهی نکن. به دوستانی که تو را مسخره می‌کنند توجهی نکن. به رسانه‌هایی که هت دل تو را خالی می‌کنند توجهی نکن. تو می‌توانی بهترین فروشننده بیمه عمر جهان ش‍‌سوی اگر بخواهی. تو می‌توانی تمام قله‌های پیشرفت جهان را فتح کنی اگر بخواهی. تو می‌توانی با فروش بیمه عمر ثروتمندترین مرد جهان شوی اگر بخواهی. تو می‌توانی به همه ارزش‌هایت برس‍ی اگر بخواهی تو می‌توانی در ظرف زمانی کوتاهی به خواسته‌هایت جامه عمل بپوشانی اگر بخواهی.

لبونل م‍‌سی در نوجوانی نمی‌توانست درست راه برود. بچه‌های کوچک و خیابان مسخره‌اش می‌کردند. آرزو داشت یک روز پایش در کوچه‌ها به توپ بخورد و امروز بهترین فوتبالیست جهان است، چرا؟ برای اینکه به خودش باور داشت. علیرضا بیرانوند کارگری کرد، رفتگری کرد، کارسنی کرد، اما از آرزویش دست نکشید، او امروز بهترین دروازه‌بان تیم ملی ایران است. تحلیل رفتگی معناد بود. کارتن خ‍‌وابی می‌کرد اما یک روز به خود آمد که می‌تواند آدم دیگری باشد و امروز یکی از میلیاردرهای آمریکاست. شما نیز می‌توانید با تمرکز بر توانمندی خود و بالا بردن اعتماد به نفس و باورسازی درست قله‌های موفقیت را در زمینه فروش بیمه‌نامه عمر فتح کنید.

هر کس بتواند باورهای نادرست ذهن خود را اصلاح کند پس می‌تواند موفق شود. هیچ چیز در موفقیت شما تاثیر ندارد جز خود شما. لطفاً نگویید اقتصاد ما نابسامان است. نگویید تحریم پدر ما را درآورده است. نگویید وضعیت کسب و کار خوب نیست. نگویید بیکاری زیاد است. نگویید مردم اعتمادهای‌شان را از دست دادند. نگویید راهی برای موفقیت نیست؛ اینها باورهای ش‍‌ماست. بله در واقعیت چیزهای دیگری هم وجود دارد.

دوستی می‌گفت: فروشنده‌ای چند روز قبل آمد و گفت: فروش بیمه عمر کار سختی است. گفتم بله سخت است. گفتم: یعنی شما هم قبول دارید؟ گفتم من نظر شما را تایید کردم. گفت: یعنی حرف من درست است؟ گفتم: تا زمانی که شما فکر می‌کنید فروش بیمه عمر کار سختی است حتماً سخت خواهد بود. گفتم: من الان ۲۰ روز است با همه تلاش‌هایم یک بیمه عمر نتوانستم بفروشم در صورتی که قبلاً این جوری نبود. گفتم این باور ش‍‌ماست. گفت: یعنی نمی‌خواهید بپذیرید که شرایط زندگی مردم سخت شده و مردم پول ندارند. خندیدم و گفتم فلا‍‌ن را بگویید بیايد، به محض ورود گفتم: شما دیروز چند تا بیمه عمر فروختید. لبخندی زد و گفت ۲۲ تا بیمه عمر فروختم هفت تا هم امروز جواب قطعی می‌دهند. فروشننده ناامید به من و او نگاهی کرد و چیزی نگفت. گفتم: اگر شرایط سخت است، اگر فروش بیمه سخت است، اگر موقعیت خوبی وجود ندارد، اگر مردم تمایلی به بیمه عمر ندارند پس چطور همکار شما در همین شهر ۲۲ بیمه‌نامه هم فروخت اما شما ۲۰ روز هیچ بیمه‌ای نفروختید.

تا زمانی که باورهای ما نادرست باشد و تصور کنیم که با وضعیت اقتصادی و معیشتی نمی‌توان بیمه عمر فروخت، طبیعی است، بیمه عمر فروش نمی‌رود. زندگی ما ساخته ذهن ماست. چیزی به نام واقعیت از قبل تعیین شده وجود ندارد. شرایط بیرونی هم هیچ تاثیری ندارد. فروشنده ناامید نگاهی به من کرد و گفت باید چه کار کنم؟ گفتم: روی باورهای خود کار کن. قبول کن که می‌توان در همین شرایط به بیمه عمر فروخت. واقعیت‌های فروش بیمه عمر را شما بسازید. بعد به او گفتم شما از شهرستان به تهران آمدید. شما رتبه قابل قبولی در کنکور داشتید. لبخندی زد و گفت بله. گفتم: شما در یک شهرستان کوچک که امکانات حادقلی داشت رتبه‌ای کسب کردید که عالی بود. چرا؟ گفت: خوب درس خواندم. گفتم: اما قبل از درس خواندن به قبول شدن و موفقیت خود در دانشگاه باور داشتی. اگر امکانات و شرایط عامل موفقیت بودند بچه‌های تهران باید همیشه رتبه برتر می‌گرفتند. در صورتی که گاهی رتبه‌های خوب کنکور مال بچه‌های شهرهای دورافتاده است برای اینکه آنها به این باور رسیدند که موفق می‌شوند.

اگر می‌خواهید یک فروشنده موفق در زمینه بیمه‌نامه عمر شوید حتماً روی باورهای خود کار کنید و زندگی افراد موفق را در این زمینه الگوی خود قرار دهید. شما نیز مثل همه فروشندگان موفق می‌توانید در صورت علاقه‌مندی به فروش بیمه‌نامه عمر و ایجاد باورهای درست در زمینه فروش اتفاق‌های خوبی را رقم بزنید و نام خود را در صدر فروشندگان بیمه‌نامه عمر ایران قرار دهید.

در همین وضعیت کنونی ده‌ها و صدها فروشنده موفق بیمه‌نامه عمر در ایران هستند که میزان درآمد آنها چندین برابر درآمد یک بیزنس فعال است. آشنایی با این گروه از افراد می‌تواند روی باور شما تاثیر بگذارد و به این نتیجه برسید که شما نیز می‌توانید در زمان کوتاهی به موفقیت‌های چشمگیری در زمینه فروش بیمه‌نامه عمر دست پیدا کنید.

کلمه: فروش بیمه عمر آسان است

شرح: فروشندگان زیادی در دنیا هستند که در زمینه فروش بیمه‌نامه عمر بسیار موفق هستند. شاید برای شما نیز این سوال مطرح شود که چه کسانی فروشندگان موفقی هستند.

افزایش خواهد یافت.

در صورت عدم ارائه پاسخ مناسب به کاربران برندها به سرعت جایگاه‌شان در اینستاگرام را از دست خواهند داد. امروزه برندهای بسیار زیادی منتظر لغزش از سوی رقبا برای تصاحب جایگاه‌شان هستند. با این حساب شما نباید فرصت مورد نظر را در اختیار دیگران قرار دهید. در غیر این صورت با وضعیت بسیار دشواری برای حفظ و مدیریت فالوورهای آن مواجه خواهید شد.

موسسه Hootsuite یکی از بهترین عملکردها در زمینه مدیریت فالوورها را دارد. این امر موجب ارائه بازخوردهای متعدد از س‍‌وی کاربران شده است. اگر شما نیز در مدیریت فالوورهای‌تان نسبت به پاسخگویی سریع به آنها اقدام کنید، وضعیت بازاریابی‌تان به سرعت بهبود خواهد یافت.

گاهی اوقات شما امکان پاسخگویی سریع به کاربران را ندارید. دلیل این امر مواردی مانند نیاز به زمان برای پاسخگویی یا عدم دسترسی به کارشناس مورد نظر برای بخش پشتیبانی است. توصیه راهبردی در بخش کنونی ارائه پیامی مانند «پیام شما دریافت شد، پاسخ موردنظر پس از بررسی کارشناس موردنظر ارائه خواهد شد» است. این امر بیانگر توجه شما به وضعیت فالوور‌هاست. دست کم شما در این صورت واکنشی مقطعی به پیام کاربران داده‌اید.

۷.خوشامدگویی به فالوورهای تازه

اگر برند شما در اینستاگرام تازه‌کار است، مدیریت فالوورهای برند باید همراه با یک پیام خوشامدگویی باشد. شاید در نگاه نخست این امر بیش از اندازه عجیب به نظر برسد، اما در صورت تداوم مسیر موردنظر از سوی شما تعداد فالوورهای‌تان در مدت زمانی اندک افزایش خواهد یافت. نکته دیگر در این میان مربوط به سطح تعامل شما با مخاطب هدف است. ارائه پیام خوشامدگویی همیشه نقش مهمی در زمینه تعامل با مخاطب هدف دارد. اغلب کاربران در شبکه‌های اجتماعی در صورت یا پیش گذاشتن برندها برای تعامل واکنش مثبتی خواهند داشت. این امر در صورت توجه مناسب برندها موجب ایجاد تنوع در وضعیت بازاریابی و تعامل با مخاطب هدف خواهد شد.

اگر شما دارای دامنه وسیعی از کاربران در شبکه‌های اجتماعی هستید، تعامل با آنها و شناخت هرچه بهتر سلیقه‌شان باید در اولویت‌تان باشد. بسیاری از برندها و اینفلوئنسرهای مطرح در سطح جهان پس از گذشت مدت زمانی اندک دیگر شناختی از مخاطب هدف‌شان ندارند. این امر موجب ناتوانی برای تاثیرگذاری مناسب بر روی مخاطب هدف و تعامل بهینه با وی خواهد شد.

بسیاری از برندها به دنبال کسب فالوورهای میلیونی در شبکه‌های اجتماعی هستند. این امر در صورت بی‌توجهی برندها به جلب نظر مرحله به مرحله و از گامیگ فالوور شاید بدل به فرآیند خرید فالوور فیک شود. خرید فالوور فیک در نگاه نخست اعتبار برند را افزایش می‌دهد. نکته مهم در این میان امکان تشخیص اکانت‌هایی با فالوور فیک است. اغلب کاربران در یک بررسی ساده از وضعیت یک اکانت به واقعی یا فیک بودن فالوورهای آن پی می‌برند بنابراین در صورت استفاده از فالوورهای فیک اعتبار برند شما به شدت خدشه‌دار خواهد شد.

۸. ایجاد محدودیت بر روی ربات‌ها و پیام‌های اسپم

مشاهده ک‍‌م‍ن‍ت‌های منفی در ذیل پست‌ها امر رایجی است با این حال استفاده از رباتها و توهین‌های نامناسب در ذیل پست قابل تحمل نخواهد بود. شما باید میان انتقاد از کسب و کارتان و توهین‌های شدید تفاوت قائل شوید. توصیه بخش کنونی مسدودسازی امکان ارسال پیام اسپم، توهین و فعالیت رباتها در زمینه درج ک‍‌م‍ن‍ت در ذیل پست‌های‌تان است. این امر فضایی مناسب برای کاربران به منظور فعالیت و انتشار محتوای در ذیل پست‌های شما فراهم خواهد کرد.

بسیاری از برندها برای بهبود عملکردشان در زمینه مدیریت فالوور از کاربران کمک می‌گیرند. این امر شامل موارد ذیل است:

- درخواست از کاربران برای گزارش اکانت‌های مشکوک
- گزارش ک‍‌م‍ن‍ت‌های منفی به طور مداوم

• گزارش فعالیت‌های نامناسب به تیم ایستاگرام به منظور پیگیری هرچه بهتر خوشبختانه اینستاگرام و دیگر شبکه‌های اجتماعی اهمیت بسیار زیادی برای امنیت اخ‍‌راقی و محیط سالم پ‍ل‍ن‍ف‍ر‍م‌شان قائل هستند بنابراین برندها امکان مراجعه به تنظیمات اکانت‌شان و فعال‌سازی گزینه مسدودسازی پیام‌های توهین‌آمیز را خواهند داشت. این تنظیمات موجب عدم نمایش ک‍‌م‍ن‍ت‌های همراه با واژه‌های توهین‌آمیز خواهد شد. همچنین شما امکان مسدودسازی برخی از کلمات را نیز خواهید داشت. به این ترتیب ک‍‌م‍ن‍ت‌هایی با ترکیب واژگان مشخص هرگز در ذیل پست‌های شما نمایش داده نخواهد شد.

۹. ارزیابی وضعیت رشد فالوورها

رشد تعداد فالوورهای برند اهمیت بسیار زیادی دارد. اغلب برندها به دنبال راهکاری برای افزایش تعداد فالوورهای برندشان هستند. این امر موجب اعتماد به نفس بیشتر در میان بازاریاب‌ها و آگاهی از وضعیت فعالیت برند می‌شود. اگر شما به این نکته توجه نداشته باشید، به طور مداوم با مشکلاتی در زمینه ارزیابی استراتژی بازاریابی‌تان مواجه خواهید بود.

ارزیابی وضعیت رشد فالوورهای برند به معنای تضمین توسعه دامنه مخاطب هدف برند نیست. شاید شما در طول ماه‌های اخیر استراتژی‌های نامناسبی را به کار بسته باشید در این صورت نباید انتظار افزایش تعداد فالوورهای‌تان را داشته باشید. اگر شما در چنین وضعیتی بر روی تداوم استراتژی‌های قبلی تاکید نمایید، با دست خ‍‌ودتان جذابیت‌های باقیمانده برندتان برای فالوورها را نابود خواهید کرد.

توانایی انعطاف و اتخاذ رویکردهای تازه در زمینه بازاریابی و مدیریت فالوورها اهمیت بسیار زیادی دارد. اغلب برندها در این زمینه عملکرد قابل توجهی ندارند. درست به همین خاطر روزانه به تعداد کاربران ناراضی از عملکرد برندها در شبکه‌های اجتماعی افزوده می‌شود.

امروزه ارزیابی وضعیت فالوورها امر دشواری نیست. شما امکان استفاده از ابزارهای متنوع برای بازاریابی و ارزیابی وضعیت مخاطب هدف‌تان را دارید. یکی از نکات مهم در این میان مربوط به انتخاب ابزارهای مناسب است. توصیه شخصی من در این بخش استفاده از ابزار بازاریابی و مدیریت کمپین Hootsuite است. این ابزار امکانات بسیار متنوعی در اختیار کاربران قرار می‌دهد. یکی از امکانات مهم این ابزار امکان مشاهده وضعیت رشد یا ریزش فالوورهای برند است. اگر شما از وضعیت برندتان آگاهی داشته باشید، بسیار راحت‌تر امکان ارزیابی وضعیت را خواهید داشت.

۱۰. استفاده از هشتگ رسمی برای برند

استفاده از هشتگ رسمی برای برند اقدام جذابی محسوب می‌شود. بسیاری از برندها برای افزایش جذابیت محتوای بازاریابیشان همیشه از هشتگ‌های یکسان استفاده می‌کنند. مزیت اصلی این امر امکان مشاهده سده محتوای قبلی برند از س‍‌وی کاربران است. امروزه بسیاری از کاربران برای جست‌وجوی محتوای مورد علاقه‌شان از شبکه‌های اجتماعی استفاده می‌کنند. این امر رواج بسیار زیادی در میان برندهای بزرگ دارد. اگر شما نیز به دنبال عملکرد مشابه با برندهای بزرگ هستید، باید این گزینه را مدنظر داشته باشید.

منبع: blog.hootsuite.com

هنر جذاب‌سازی کمبودها

به قلم: آنا کرو نویسنده حوزه سنو و تولید محتوا
مترجم: امیر آل‌علی

در شرایطی که توجه تقریباً تمامی افراد به این موضوع است که کمبودهای خود را برطرف و یا پنهان نمایند، آیا تاکنون فکر کرده‌اید که از آنها به عنوان فرصتی تبلیغاتی استفاده کنید؟ در این راستا با توجه به شرایط حال حاضر که ویروس کرونا باعث افزایش حجم استفاده افراد از اینترنت شده است، یکی از اقدامات بسیار مثبت این است که ضعف‌های خود در این رابطه را تا حدامکان جذاب نمایید. به عنوان نمونه یکی از این مواد صفحات ۴۰۴ محسوب می‌شود که به معنای وجود مشکل در بارگذاری صفحه است. این امر بدون شک یک پیام ناراحت‌کننده برای افراد محسوب می‌شود. اگرچه رفع حداکثری این موارد باید مورد توجه شما قرار گیرد، با این حال با نگاهی واقع‌بینانه پی به این امر خواهید کرد که در عمل چنین وضعیتی امکان‌پذیر نبوده و به همین خاطر ضروری است تا به دنبال راهکارهایی برای جذاب‌سازی این موضوع باشید. در این راستا استفاده از طنز، باعث خواهد شد تا بار منفی یک پیام، تا حد زیادی کاهش پیدا کند. در این راستا به بررسی اقدامات انجام شده در این زمینه از سوی چند برند مطرح، خواهیم پرداخت.

۱-Disney

بزرگ‌ترین برند فعال در حوزه تولید انیمیشن از یکی از شخصیت‌های خود با نام رالف خرابکار برای جذاب‌سازی این صفحات استفاده کرده است. درواقع این معنا منتقل می‌شود که این شخصیت، اقدام به نابودی صفحه موردنظر کرده است که بدون شک برای هر کاربری، یک صفحه کاملاً جذاب خواهد بود. در رابطه با محبوبیت این شخصیت تنها کافی است که بدانید که در زمان انتشار، جایزه اسکار را به دست آورده و سودی بیش از ۳ برابر بودجه را داشته است.

۲-Apartment Therapy

این برند که در زمینه طراحی داخلی و دکور فعالیت دارد، برای صفحه خطا ۴۰۴ از یک متن جالب استفاده کرده است. درواقع آنها برای درگیر نگه داشتن مخاطب خود به آنها پیشنهاد می‌کنند که از سایر بخش‌ها دیدن نموده و پس از برطرف شدن مشکل، به سراغ این صفحه بیایند. همچنین آنها به افراد پیشنهاد می‌کنند که با وارد کردن ایمیل خود، از زمان برطرف شدن این خطا، آگاهی پیدا کنند. این امر خود باعث می‌شود تا مخاطب برند را در برابر اشتباهات کاملاً مسئول دانسته و احتمال کنار گذاشتن آنها و انتخاب برندی دیگر، به حداقل برسد.

۳-CoSchedule

برای بازارپاب‌ها سایت فوق کاملاً شناخته شده محسوب می‌شود که ابزارهایی را در اختیار اینن افراد قرار می‌دهد که باعث افزایش سرعت کار آنها خواهد شد. در این راستا آنها از عامل طنز برای صفحات ۴۰۴ خود استفاده کرده و عکسی از چند هاسکی را به نمایش گذاشته‌اند که در حال آفتاب گرفتن بوده و در پایین آن اعلام کرده‌اند که به نظر می‌رسد این صفحه، به تعطیلات رفته است. در این رابطه خود تصویر، به اندازه این جالب و حتی تا حدودی خنده‌دار است که فرد به صورت کامل، مشکل موجود را فراموش خواهد کرد.

۴-Red Bull

این برند جهانی برای صفحات خطا خود به جملات طنز پناه برده است. درواقع آنها به این صورت رفتار می‌کنند که خودشان نیز از نبود صفحه شوکه شده‌اند و رفتن آنها را مایه خجالت توصیف می‌کنند. در کنار این موضوع تلاش شده است تا با قرار دادن مخاطب مشابه، افراد را همچنان با سایت خود درگیر نگه دارند.

۵-Marvel

این برند تلاش کرده است تا از محبوبیت شخصیت‌های خود نظیر کاپیتان امریکا، برای فراموش کردن مشکل موجود استفاده کند. در این راستا به صورت تصادفی، یکی از شخصیت‌ها به نماش درآورده می‌شود و دلیل وضع موجود را حمله ناگهانی دشمن اصلی هر یک از شخصیت‌ها عنوان می‌شود. این موضوع اگرچه ساده است، با این حال در زمینه کاهش ناراضیاتی کاربران، تاثیر معجزه‌آسایی را داشته است.

در نهایت نکته‌ای که باید به آن توجه داشته باشید این است که تمامی موارد معرفی شده صرفاً در راستای ایده گرفتن شما بوده و توصیه می‌شود که به دنبال طرحی منحصر به فرد و با توجه به امکانات و مزیت‌های خود باشید. تحت این شرایط بهترین نتایج را به دست خواهید آورد.

منبع: searchenginejournal.com



آیا می‌دانید چطور باید با حرکت دست منظور خود را برسانید؟ در

نتایج پژوهشی، هولر (Holler) و بیتی (Beatie) اعلام کردند اشاره و حرکات بدن ارزش پیام ما را تا ۶۰ درصد افزایش می‌دهد. بهترین و تأثیرگذارترین سخنرانان به اهمیت استفاده از حرکات دست واقف هستند و از الگوهای حرکات دست خاصی استفاده می‌کنند. با ما همراه باشید تا نکات جالبی درباره تأثیر حرکات دست در مکالمات بیان کنیم. در آزمایشگاه تحقیقات رفتار انسان، هزاران ساعت از سخنرانی‌های تد مورد بررسی قرار گرفت و الگوی خوبی به دست آمد: محبوب‌ترین سخنرانان تد از طریق کلمات و دست‌های‌شان منظور خود را منتقل می‌کنند.

پیرامون تحقیق بیشتر روی سخنرانی‌های تد، قوی‌ترین و ضعیف‌ترین سخنران‌ها تحلیل شد:

• کم‌فردفردترین سخنرانان تد به طور میانگین از ۲۷۲ حرکت دست در طول ۱۸ دقیقه صحبت، استفاده کرده‌اند.
• محبوب‌ترین سخنرانان تد به طور میانگین از ۴۶۵ حرکت دست استفاده کرده‌اند؛ این یعنی دو برابر بیشتر.
نتایج تحقیق سخنرانی‌های تد فوق‌العاده بود و باعث مطرح شدن سوالات زیر شد:

- چرا حرکت دست این‌قدر مهم هستند؟
- محبوب‌ترین حرکات دست کدامند؟
- چطور می‌توان از حرکات دست استفاده کرد تا یک سخنرانی محبوب شد؟

بعد از تحلیل سخنرانی‌های محبوب تد و سخنرانی‌های برجسته در ۵ دهه اخیر، ۲۰ حرکت اصلی دست شناسایی شد که برای داشتن سخنرانی تأثیرگذارتر می‌توانید از آنها استفاده کنید.

• واقعیت‌های جالب درباره حرکات دست

• شما به دنیا آمدید تا با دست‌های‌تان حرف بزنید
پژوهشگران می‌گویند نوزادانی که در ۱۸ ماهگی بیشتر از دیگر نوزادان از حرکات دست‌شان استفاده می‌کنند، در بزرگسالی توانایی زبانی قوی‌تری خواهند داشت؛ چرا که حرکات دست با هوش افراد در ارتباط است. حرکات دست ارتباط نزدیکی با هوش افراد دارد.

• حرکات دست سبب می‌شود دیگران به شما گوش دهند
اسپنسر کلی (Spencer Kelly)، روانشناس و از مدیران مرکز زبان و ذهن دانشگاه کلمگیث گفت حرکات دست سبب جلب توجه افراد به صدای سخنرانی فرد می‌شود. بنا بر ادعای او «حرکات بدن در هنگام سخنرانی تنها بخشی از کلام ما نیستند، بلکه یکی از بخش‌های اساسی آن هستند.»

• حرکات دست در ذات شما نهفته است

اسپنسر اعلام کرد حتی افراد نابینا هم در هنگام صحبت با اطرافیان خود و دیگر نابینایان، از حرکات دست استفاده می‌کنند و این نشان می‌دهد حرکات دست در ذات شما وجود دارد.

• با استفاده از حرکات دست به حافظه‌تان دسترسی

خواهید داشت

استفاده از حرکات دست در هنگام صحبت، نه تنها به دیگران کمک می‌کند تا هر آنچه می‌گویید را به خاطر بسپارند، بلکه به شما هم کمک می‌کند سریع‌تر و بهتر صحبت کنید.

• حرکات دست و توضیحات غیرکلامی باعث می‌شود

بیشتر بفهمید

در مطالعه‌ای مشخص شد مجبور کردن کودکان برای استفاده از حرکات در حین توضیح اینکه چطور مسائل ریاضی را حل می‌کنند، به آنها کمک می‌کند با استراتژی‌های جدید حل مسئله آشنا شوند.

چطور با دستان خود حرف بزنید

قبل از معرفی حرکات دست، باید توضیح دهیم چطور می‌توانید به شکل درست از دستان خود استفاده کنید:

• در کادر باشید

فضای مناسب حرف زدن با دست از بالای قفسه سینه تا پایان کمرتان است. اگر از کادر بیرون بروید، دچار حواس‌پرتی می‌شوید و کنترل شرایط از دست‌تان خارج می‌شود.

• حرکات دست دارای طیف هستند

دو سر طیف حرکات دست، حرکات خشک (ژست بسته) و استفاده بیش از اندازه از دست‌هاست. جایی در میانه این طیف بهترین حالت برای استفاده از دست‌هاست و خروج از این طیف از تأثیرگذاری حرکات می‌کاهد.

• با هدف حرکت کنید

موفق‌ترین سخنرانان تد از دست‌های خود به طور هدفمند برای بیان نکات مهم استفاده می‌کنند.

• دقیقاً بدانید چه می‌خواهید بگویید

اگر می‌خواهید یک سخنرانی مهم و تأثیرگذار داشته باشید، جملات خود را از قبل آماده کنید؛ در غیر این صورت، بیش از اندازه از حرکات دست خود استفاده خواهید کرد.
النا نیکولادیس (Elena Nicoladis)، پژوهشگر دانشگاه آلبرتا که پیرامون حرکات دست مطالعه می‌کند، می‌گوید افرادی که در پیدا کردن کلمات صحیح مشکل دارند، بیش از دیگران با دست‌های خود صحبت می‌کنند.
• استفاده آرام‌تر از حرکات دست

هر فردی خواستار حرکات نرم و آرام دست است. حرکات نامنظم دست سبب حواس‌پرتی می‌شود. تا جایی صحبت با حرکات دست را تمرین کنید تا به طرف مقابل القا شود حرکات‌تان طبیعی هستند.

• از خودتان فیلم بگیرید

وقتی تلفنی در حال صحبت کردن هستید، از خودتان فیلم بگیرید. قطعاً متعجب می‌شوید از چه حرکاتی استفاده می‌کنید و چند بار در طول صحبت‌های خود آنها را به کار می‌برید. بهتر است سخنرانی‌های خود را ضبط کنید. از اعضای خانواده یا دوستان‌تان بخواهید درباره حرکات دست شما نظر بدهند.

• به فرهنگ‌های مختلف توجه کنید

تمام حرکات دست معنای یکسانی ندارند و باید در صحبت با افرادی با فرهنگ‌های مختلف محتاط باشید. گاهی برخی حرکات در

فرهنگ‌های مختلف دارای معانی متضادی هستند.

۲۰ حرکت دست که باید استفاده کنید

با زیر نظر گرفتن بهترین سخنرانی‌های دنیا، با مجموعه‌ای از حرکات دست آشنا شدیم که شما هم می‌توانید برای داشتن یک سخنرانی عالی امتحان کنید. باید در مورد محتوای صحبت خود فکر کنید و حرکات دست‌تان را براساس آن تنظیم کنید.

• شمارش

بهترین و آسان‌ترین حرکت دست برای شمارش است. وقتی می‌خواهید عددی را بگویید، آن را با دست نشان دهید. این کار سبب می‌شود آن عدد بهتر در ذهن‌تان باقی بماند، زبان بدن تقویت شود و به عنوان یک گوینده غیرکلامی در صحبت‌ها عمل کند.

• یک ذره

هر وقت می‌خواهید بر مقدار کوچکی تأکید کنید، همانند چیزی که فرد نباید خیلی آن را جدی بگیرد یا یک مقدار اضافه، آن را با انگشتان خود نشان دهید.

• گوش بده

باید از این حرکت با احتیاط استفاده کنید. در این حالت، پشت یک دست را به کف دست دیگر بزنید، صدا و حرکت سبب جلب توجه‌تان خواهد شد و طرف مقابل متوجه می‌شود آنچه می‌گویید اهمیت دارد.

• مصمم هستم



هر وقت مشت‌تان را گره می‌زنید و آن را در فضا تکان می‌دهید، اقتدار و عزم و ارسخ خود را نشان می‌دهید. این حرکت را همراه با بیان یک نکته بسیار مهم به کار ببرید. وقتی از این حرکت با صدای بلند استفاده می‌کنید، مواظب باشید، زیرا ممکن است خشم شما را نشان دهد.

• همه چیز

نشان دادن حرکت «همه چیز» برای‌تان مناسب است، طوری که انگار می‌خواهید با دو دست شییی خیالی را کنار بزنید. این حرکت نشان از آن دارد شما تمام نظرات‌تان را کنار می‌گذارید تا ذهنی باز داشته باشید.

این حرکت را وقتی می‌خواهید کار جدیدی شروع کنید و اتفاقات قبلی را از یاد ببرید استفاده کنید.

• کوچک، متوسط، بزرگ

این حرکت بسیار آسان و تأثیرگذار است و می‌تواند برای نمایش سطح یک چیز استفاده شود. شما می‌توانید از این حرکت استفاده کنید تا بگویید چیزی چقدر کوچک یا بزرگ است یا یک نفر کجا می‌ایستد. می‌توانید از حرکت نشان دادن شیئی بزرگ در کنار جمله «چیز بزرگی است» یا از حرکت نشان دادن چیز کوچک در کنار جمله «او در کنار مجسمه کوچک است» استفاده کنید.

می‌توانید این حرکت را برای صحبت درباره مراحل مختلف به جای حرکت شمارش به کار ببرید؛ مثلاً، می‌توانید بگویید «ها با چشم‌اندازی که شما دارید شروع می‌کنیم» (سطح پایین)، «سپس به ساختار مطلوب می‌رسیم.» (سطح متوسط) و «مهم‌تر از همه با محصول نهایی‌تان کار را به پایان می‌رسانیم.» (سطح بالا).

• تصمیم را گرفتم

برای اینکه نشان دهید تصمیم‌تان را گرفته‌اید، نوک انگشتان دو دست را روی هم بگذارید و برج بسازید. این حرکت بسیار هوشمندانه است، اما نباید در استفاده از آن افراط کنید؛ زیرا امروزه خیلی‌ها این حرکت را انجام می‌دهند.

• اجازه بده به تو بگویم

اشاره کردن باید همراه با احتیاط باشد. خیلی‌ها دوست ندارند به آنها اشاره شود زیرا آن را نوعی اتهام می‌دانند. البته می‌توانید از اشاره کردن برای جلب توجه یک نفر یا اشاره واقعی به یک شی استفاده کنید.

• تنها یک پیش

از این حرکت می‌توان برای نمایش بخشی از یک ایده استفاده کرد. وقتی درباره جنبه‌های یک موضوع حرف می‌زنید، این حرکت نشان می‌دهد این بخش مجزاست.

می‌توانید از این حرکت در حالی که دست‌تان را می‌چرخانید استفاده کنید تا تغییر در نظر را نشان دهید؛ برای مثال، در کنار جمله «این ذهنیت مرا از ... به ... تغییر داد.»

• من بزرگوارم

زمانی‌که هر دو دست‌تان از هم جدا و کف دست‌تان به طرف مخاطب باشد، یک ژست قدرتمند از خود نشان می‌دهید. می‌توانید از این حرکت برای باوقار نشان دادن خود استفاده کنید.

• رشد

هرگاه دست خود را حرکت می‌دهید و به سمت بالا می‌برید، رشد یا افزایش اشاره را نشان می‌دهید. این حرکت می‌تواند برای نشان دادن پیشرفت موردنظر، هیجان یا مسیری که چیزی طی می‌کند، استفاده شود.

اگر در شغل کارآفرینی فعالیت دارید، مجبور هستید دائماً رشد سریع را به سرمایه‌گذاران نشان دهید. در بیشتر مواقع این حرکت با یک نمودار به شکل چوب‌هاکی و یا یک انحنای زیاد که رو به بالاست، نمایش داده می‌شود. می‌توانید نمودار رشد را در حین صحبت کردن با دست خود نشان دهید.

• شما

وقتی منظور شما فرد خاصی باشد، آن فرد را مخاطب حرف خود قرار می‌دهید. یک روش خوب برای اشاره به طرف مقابل، استفاده از دست یا کف دست باز است، زیرا اشاره با انگشت حالت تهاجمی دارد و ممکن است طرف مقابل ناراحت شود. از این حرکت وقتی استفاده کنید که طرف مقابل احساس کند موضوعی که درباره آن در حال صحبت هستید، شامل حال اوست. وقتی کسی توجه کاملی به شما ندارد، این حرکت برای‌تان مفید خواهد بود.

• من

وقتی دستان خود را به طرف قفسه سینه می‌گیریم، یعنی به خودمان اشاره داریم. سخنرانان حرفه‌ای به کاندیداهای ریاست جمهوری پیشنهاد می‌دهند هر زمان می‌خواهند درباره موضوع مثبتی صحبت کنند، به سمت خودشان اشاره کنند؛ البته باید این کار با احتیاط انجام شود.

• این و آن

وقتی می‌خواهید دو ایده مختلف یا دو چیز را از هم تفکیک کنید، می‌توانید آنها را به صورت نمادین با دستان خود نشان دهید؛ مثلاً، وقتی می‌خواهید بگویید ما کاملاً متفاوت از آنها هستیم، با دست چپ «ها» و با دست راست «آنها» را نشان دهید. این کار بهترین روش برای فاصله انداختن میان دو چیز است.

اگر می‌خواهید مسئله‌ای پیشرفته را امتحان کنید، از دستان خود برای نشان دادن دو ایده مختلف استفاده کنید. برای مثال، وقتی از حزب دموکرات و جمهوریخواه حرف می‌زنید، می‌توانید دست چپ خود را برای نمایش ایده‌ها و اقدامات دموکرات‌ها به کار ببرید و در هنگام صحبت درباره جمهوریخواهان یا دست راست به جهان‌بینی و نظرات‌شان تأکید کنید. این کار بسیار آسان است و فهم مطالب را برای مخاطب ساده‌تر می‌کند.

• ترکیب و بهم پیوستن

وقتی دو دست خود را کنار هم می‌آورید، حرکت ترکیب را نشان دهید که حرکتی مناسب برای نمایش نمادین کنار هم قرار دادن دو نیرو و یکی شدن‌شان است. حتی می‌توانید دستان خود را در هم حلقه کنید تا «کنار هم بودن کامل» را نشان دهید.

• تفکیک

از کف دستان خود به صورت عمودی و برای ایجاد یک حرکت برشی محکم استفاده کنید تا نیاز به سنجش دقیق یا جداسازی دو چیز را نشان دهید. این حرکت می‌تواند برای اشاره به یک شرایط سخت نیز به کار برود.

• من چیزی پنهان نمی‌کنم

وقتی دستان‌تان در زاویه ۴۵ درجه و با کف دستانی رو به بالاست، صراحت و صداقت خود را نشان می‌دهید.

• زمانی که کف دستان‌تان رو به بالاست و انگشتان‌تان از هم باز هستند، یعنی به چیزی نیاز دارید.

• گوش بده

کف دستان رو به پایین، قدرت و تسلط شما را نشان می‌دهد. شاید این کار خیلی درست نباشد، زیرا حالت دستوری دارد. اگر به‌عنوان مدیر می‌خواهید به زیردستان خود دستور دهید، از این حرکت دست استفاده کنید، اما نباید همیشه در این حالت باشید. در هنگام صحبت دست‌ها رو به بالا یا به شکل عمودی باشند. وقتی کف دست‌ها همیشه رو به پایین باشد، تلاش شما برای غلبه و چیرگی را نشان می‌دهد.

• مکث

زمانی که کف دست خود را نشان می‌دهید، قصد دارید طرف مقابل مکث کند یا باعث توقفش شوید. اگر از این حرکت در هنگام صحبت با هر کسی استفاده کنید، در نتیجه می‌بینید آنها سریعاً ساکت می‌شوند. البته این حرکت برای استفاده در مواقع ضروری مناسب است، زیرا ممکن است باعث ناراحتی و رنجش طرف مقابل شود. این حرکت را وقتی سوآلی می‌پرسید انجام دهید. این حرکت، نشانه‌ای برای جلب توجه مخاطب است.

• ما

از این حرکت هر زمان در یک گروه هستید یا با مخاطبی صحبت می‌کنید، استفاده کنید. برای این منظور، بازوهای خود را باز کنید، گویی آنها را در بغل می‌گیرید. حتی وقتی در کنار یک نفر ایستاده‌اید، دست خود را در پشت او قرار دهید تا بگویید او هم در گروه شما جا می‌گیرد.

در پایان ...

چند روش برای استفاده از این حرکات وجود دارد:

• از یک یا دو حرکت دست در یک زمان استفاده کنید. ممکن است استفاده زیاد از حرکات دست برای مخاطبان خسته‌کننده شود.

• بهتر است ابتدا پشت تلفن از این حرکات استفاده کنید زیرا کسی شما را نمی‌بیند و می‌توانید بدون نگرانی از اینکه چطور دیده می‌شوید، تمرین کنید.

بعد از کسب توانایی در این حرکات، می‌توانید از آنها در سخنرانی، فروش، ارائه یا به اشتراک‌گذاری ایده‌های‌تان، استفاده کنید.

منبع: scienceofpeople/ucan

مشعل گاز پنج روستا از توابع شهرستان تفرش در استان مرکزی بمناسبت هفته دولت روشن شد

اراک - خبرنگار فرصت امروز: بمناسبت گرمیادداشت هفته دولت پروژه گازرسانی به روستاهای گوگسیر، کهلو سفلی، گوجه گل، جورقین و شولک از توابع شهرستان تفرش در استان مرکزی با حضور استاندار استان مرکزی فرماندار این شهرستان مدیرعامل شرکت گاز استان مرکزی و هیئت همراه، جمعی از مسئولین محلی و خانواده معظم شهید و مردم شریف روستاهای مذکور طی مراسمی در روستای گوگسیرگرد مورد بهره برداری قرار گرفت. به گزارش روابط عمومی شرکت گاز استان مرکزی در مراسم افتتاح گازرسانی به روستاهای مذکور محمدرضا سمیعی مدیرعامل



این شرکت ضمن عرض تسلیت بمناسبت ایام شهادت سیدوسالار شهیدان حضرت اباعبدالله الحسین (ع) و یاران باوفای ایشان و گرمیادداشت هفته دولت و تشریح گازرسانی در سطح شهرستان تفرش، خلاصه گزارش افتتاح گازرسانی به روستاهای فوق را بدین شرح توضیح داد: گازرسانی به روستاهای گوگسیر، کهلو سفلی، گوجه گل، جورقین و شولک از توابع شهرستان تفرش از محل منابع داخلی شرکت گاز استان مرکزی اجرا گردیده است که هزینه تامین کالا و اجرای این پروژه بالغ بر ۴۸ میلیارد و ۲۴۶ میلیون ریال شده است. جهت گازرسانی به روستاهای فوق ۲۰ هزار و ۵۳۶ متر شبکه گاز از نوع پلی اتیلن اجرا گردیده است. مدیرعامل شرکت گاز استان مرکزی در ادامه افزود: با نصب ۲۶۰ عدد عموک گاز بیش از ۲۶۰ خانوار ساکن در این روستا از نعمت گاز طبیعی بهره مند می شوند که با جایگزینی این سوخت پاک به جای دیگر سوختها سالانه ۵۲۰ هزار لیتر در مصرف فرآورده های نفتی صرفه جویی اقتصادی خواهد شد.

تحقق شعار جهش تولید در عملکرد شرکت گاز استان ایلام در دولت

تدبیر و امید

ایلام - منصور: ۶۳ درصد از کل پروژه های اجرا شده در شرکت گاز استان ایلام از بدو تأسیس تا کنون، در دولت تدبیر و امید تحقق یافته است. عباس شمس الهی مدیر عامل شرکت گاز استان ایلام با ارائه عملکرد شرکت در دولت تدبیر و امید (دولت یازدهم و دوازدهم) گفت: عملیات گازرسانی به ۷۸ درصد از کل روستاها و ۵۸ درصد از کل شهرهای گازدار استان از بدو تأسیس شرکت گاز استان تا کنون در دولت تدبیر و امید محقق شده است. وی اظهار داشت: اجرای ۲۷۶۵ کیلومتر خطوط انتقال، تغذیه و شبکه توزیع معادل ۵۷ درصد از کل خطوط استان و نیز نصب ۱۵۲۱۲۵ انشعاب گاز و جذب ۹۷۸۳۳ جدید گاز استان معادل ۵۷ درصد از کل مشترکین استان در دولت تدبیر و امید انجام شده است. شمس الهی تصریح کرد: گازرسانی به ۱۴ شهر استان و ۳۶۰ روستای استان و گاز دار نمودن ۸ شهرک صنعتی استان و ۶۳۳ واحد صنعتی تولیدی معادل ۷۷ درصد کل صنایع گازدار استان در دولت های یازدهم و دوازدهم انجام شده است که از خدمات شایان نظام و دولت در رفع محرومیت رزائی استان و تحقق عدالت اجتماعی به ششمار می رود. شمس الهی افزود: احداث ۱۲ ایستگاه CNG معادل ۵۰ درصد از کل جایگاههای احداث شده در استان در دولت تدبیر و امید مورد بهره برداری قرار گرفته اند که نقش اساسی در کاهش هزینه های حمل و نقل، صرفه جویی در اقتصاد خانواده و جامعه داشته و نیز کمک به حفظ محیط زیست و کاهش آلودگی داشته است. مدیر عامل شرکت گاز استان از خدمات رسانی گسترده و گسترش کیفی سازی خدمات شرکت گاز استان ایلام به مشترکین و مشتریان معادل ۱۲۰ هزار نفر و متعالی کارکنان شرکت نام برد و افزود: کسب رتبه برتر و استقرار میز خدمت ادارات استان، کسب رتبه برتر دو بخش رضایت‌مندی مردم در بین شرکت های گاز استانی کشور، کسب رتبه برتر در صیانت از حقوق شهروندی، کسب گواهینامه ۴ ستاره تعالی سازمانی، کسب رتبه برتر آموزش شرکت های گاز استانی کشور، کسب مقام های برتر ورزشی و فرهنگی، استقرار سیستم های مدیریت (ISO) مختلف در حوزه های متفاوت استقرار سامانه الکترونیکی جامع ارتباط با مشتریان، اجرای پروژه های مسئولیت اجتماعی در سطح استان، اجرای طرح نظرسنجی سالیانه از ذینفعان شرکت، استقرار سیستم رسیدگی به شکایات مشتریان و... را از نمونه های بارز کیفی سازی و ارتقای گسترده خدمات شرکت گاز استان در جهت رضایت‌مندی مشتریان برشمرد.

مشارکت کارکنان منطقه ۹ عملیات انتقال گاز در مرحله دوم آزمایش

کمک مومنانه

ساری - هدقان: مدیر منطقه ۹ عملیات انتقال گاز از مشارکت کارکنان این منطقه در مرحله دوم آزمایش کمک مومنانه خبر داد. به گزارش خبرنگار مازندران به نقل روابط عمومی منطقه ۹ عملیات انتقال گاز، مقدم بیگلریان با اعلام این خبر اظهار نمود: آزمایش کمک مومنانه با تاسی از فرمایشات مقام معظم رهبری در خصوص مساوات با هدف کمک و خدمت رسانی به نیازمندان و آسیب دیدگان از بیماری کرونا با توزیع بسته های معیشتی در میان آنها، در سراسر کشور در حال انجام است. مدیر منطقه ۹ عملیات انتقال گاز با قدردانی از کارکنان منطقه در مشارکت در



مرحله دوم این آزمایش افزود: همکاران منطقه در اولین مرحله این آزمایش در ماه مبارک رمضان نیز در اقدامی شایسته و قابل تقدیر تعداد ۱۱۰ بسته مواد غذایی هر کدام به مبلغ ۲۵۰ هزار تومان را تهیه، بسته بندی و در بین نیازمندان توزیع نمودند. بیگلریان خاطر نشان کرد: در مرحله دوم آزمایش کمک مومنانه نیز تعداد ۲۰ بسته معیشتی هر کدام به مبلغ ۳۰۰ هزار تومان و همچنین ۳۰ میلیون ریال هدیه نقدی از سوی کارکنان منطقه تهیه و با کمک سازمان بسیج کارمندان و مجمع خیرین محرومیت زدایی استان مازندران میان نیازمندان توزیع گردید. مدیر منطقه ۹ عملیات انتقال گاز با تشکر از مشارکت کم نظیر احاد همکاران در مراحل اول و دوم آزمایش کمک مومنانه، افزود: امید است کمک های اینجینینی در آینده نیز استمرار داشته و همواره شاهد حضور همه اقشار مردم ایران اسلامی در این امر خدایسنده باشیم.

تسریع عملیات اجرای پروژه شهرسازی گرگان با پیگیری های مستمر

شهردار گرگان

گرگان - خبرنگار فرصت امروز: جلسه کمیته فنی پروژه شهرسازی گرگان با حضور نمایندگان قرارگاه خاتمالانیه(ص) و دکتر دادبود شهردار گرگان و مدیران شهرداری گرگان به منظور بررسی وضعیت پیشروی پروژه، نیازمندی ها و تسریع در اجرای اقدامات پروژه برگزار شد. گفتنی است، پروژه شهرسازی گرگان به عنوان یکی از مطالبات مردمی از ابتدای مسوولیت دکتر دادبود به عنوان شهردار گرگان به صورت جدی پیگیری و هفته هفتی گذشته به صورت رسمی با ورود قرارگاه خاتمالانیه(ص) کلید خورد. در برنامه ریزی های انجام شده قرار اول پروژه در بازه زمانی یک ساله به شهروندان تقدیم مردم خواهد شد. مذاکرات شهردار گرگان و رازینی انجام شده که با ورود قرارگاه سازندگی خاتمالانیه(ص) همراه بود، ورود قرارگاه به پروژه شهرسازی برای نخستین بار در پروژه های شهری تاریخ استان گلستان صورت گرفته است. پس از حضور قرارگاه سازندگی خاتمالانیه(ص) در پروژه شهرسازی گرگان که با عقد قرارداد همراه بوده است، تفاهنامه های همکاری دیگر سازمان ها و ادارات کل استان گلستان با این قرارگاه نیز صورت گرفت که به عنوان اقدام ارزشمند شهرداری گرگان در مشارکت دادن ظرفیت های بزرگ کشور برای پیشرفت استان گلستان محسوب می شود. لازم به ذکر است، قرارگاه سازندگی خاتمالانیه(ص) به دلیل مردمی بودن پروژه و ارزش آمیز فزینی و افزایش نشاط اجتماعی و توسعه همه جانبه شهر گرگان که سیاست این دوره مدیریتی شهرداری گرگان است وارد پروژه شهرسازی گرگان شده است.

استاندار بوشهر از پروژه احداث درمانگاه تامین اجتماعی شهرستان جم بازدید کرد

بوشهر - خبرنگار فرصت امروز: عبدالکریم گراوند استاندار بوشهر به منظور پیگیری روند احداث درمانگاه تامین اجتماعی شهرستان جم از این مرکز درمانی بازدید و بر ضرورت تسریع در تکمیل پروژه تاکید کرد. به گزارش روابط عمومی مدیریت درمان تامین اجتماعی استان بوشهر؛ عبدالکریم گراوند استاندار بوشهر به منظور پیگیری روند احداث درمانگاه تامین اجتماعی شهرستان جم از این مرکز درمانی بازدید و بر ضرورت تسریع در تکمیل پروژه تاکید کرد. گراوند گفت: با توجه به اقدامات صورت گرفته در خصوص تکمیل پروژه درمانگاه تامین اجتماعی این جم مرکز



درمانی تا پایان سال قابل بهره برداری خواهد بود. خدایبخش بارگامی معاون درمان مدیریت درمان تامین اجتماعی استان بوشهر در حاشیه این بازدید با اشاره به پروژه های در حال احداث تامین اجتماعی گفت: در حال حاضر ساخت سه مرکز درمانگاهی در شهرهای برازجان، خورموچ و جم با پیشرفت فیزیکی قابل ملاحظه ای در جریان می باشد و امیدواریم با راندانازی این مراکز در سال جاری خدمات مطلوب تر و بهتری به جامعه هدف ارائه نماییم. بارگامی افزود: در راستای توسعه خدمات درمانی تامین اجتماعی استان عملیات اجرایی سه پروژه توسعه ۶۴ تختخوابی بیمارستان مهر برازجان، درمانگاه دوار و درمانگاه دیلم نیز در سال جاری کلید خواهد خورد. معاون درمان مدیریت درمان تامین اجتماعی بوشهر افزود: به منظور ارائه خدمات درمانی به بیمه شدگان تامین اجتماعی در شهرستان تنگستان، مرکز درمانی در مکانی استیجاری تا زمان بهره برداری مرکز جدید در شهر دوار راهاندازی خواهد شد.

کاهش ۲۵ درصدی مراجعات حضوری مردم به شهرداری قم تا پایان شهریور ماه



قم - خبرنگار فرصت امروز: رئیس سازمان فناوری اطلاعات و ارتباطات شهرداری قم گفت: رفت و آمد حضوری مردم به شهرداری ها جهت استعلام املاک برای خرید یا فروش آن ملک، تا پایان شهریورماه سال جاری به طور کامل حذف خواهد شد و فرایند استعلام بخ صورت مجازی توسط دفاتر اسناد رسمی از طریق سامانه قم یار انجام می شود. کوروش محمدحسینی، رئیس سازمان فناوری اطلاعات و ارتباطات شهرداری قم در گفت وگویی، با اشاره به الکترونیکی کردن فرایند استعلام از دفاتر اسناد رسمی بیان کرد: شهرداری قم با هدف استفاده از میز خدمت شهرداری در سطح استان، پروژه میز خدمت الکترونیکی را در سال ۹۸ آغاز و ظرف مدت یک سال، میز خدمت الکترونیکی با نام شناسایی سامانه «قمیار» را طراحی کرده که هم اکنون آماده خدمت رسانی به شهروندان قمی است. وی افزود: در میز خدمت الکترونیک یا به اختصار با نام شناسایی سامانه «قمیار» خدمات مورد نیاز مردم به صورت ساده و مرحله به مرحله به همراه راهنمایی های مورد نیاز طراحی شده است تا مردم برای امور مربوط به شهرداری اعم از اخذ پروانه ساخت و ساز و باز مراجعه حضوری صرف نظر کرده و با صرفه جویی و مدیریت در زمان خویش و کاهش هزینه ها و مهم تر از آن حفظ سلامت و بهداشت خود و خانواده شان، کلیه امور

مدیر بازار برق شرکت برق منطقه ای خوزستان گفت:

رشد بیش از ۵ درصدی پیک بار برق خوزستان در مرداد ماه



اهواز - شبنم قاجوان: مدیر بازار برق شرکت برق منطقه ای خوزستان گفت: پیک بار مرداد ماه سال جاری نسبت به پیک بار در مدت مشابه سال قبل ۵.۴۳ درصد افزایش داشته است. فرامرز شادفر بیان کرد: کل تولید برق استان در پنج ماهه اول امسال ۲۱ هزار ۵۲۸ گیگاوات ساعت بوده است. وی افزود: سهم نیروگاه های برق آبی در این مدت برابر ۹ هزار و ۶۸ گیگاوات ساعت (معادل ۴۲ درصد)، سهم نیروگاه های حرارتی و سیکل ترکیبی برابر ۱۲ هزار و ۳۲۱ گیگاوات ساعت (معادل ۵۷ درصد) و سهم نیروگاه های تولید پراکنده ۱۳۹ گیگاوات ساعت (حدود ۰.۷ درصد) از کل انرژی تولیدی بوده است. مدیر بازار برق شرکت برق منطقه ای خوزستان بیان کرد: از ۱۲ هزار و ۳۲۱ گیگاوات ساعت برق تولیدی نیروگاه های گازی و حرارتی ۴۲ درصد توسط

احداث بنا ساخت و ساز، درخواست گواهی پایان کار، درخواست نقل و انتقال، درخواست ۱۳۷، ثبت امتیاز همپارن پسماند، جستجو درگذشتگان، درخواست سرور(مخصوص کارکنان سازمان فاوا)، از شهرداری بیرس، درخواست نصب بیلبورد، درخواست دامنه (مخصوص کارکنان سازمان فاوا) و ایستگاه صوتی از جمله خدمات و بخش های متنوع این سامانه است که در دسترس عموم مردم قرار دارد. محمدحسینی با اشاره به اینکه یکی دیگر از خدمات ارائه شده در سامانه قم یار، استعلام دفاتر اسناد رسمی از شهرداری ها است، تاکید کرد: حدود ۲۵ درصد مراجعه شهروندان به شهرداری بابت استعلام دفاتر اسناد رسمی از شهرداری ها است. وی افزود: پیش از آن، زمانی که شهروندان برای خرید و فروش یک ملک به دفاتر اسناد رسمی جهت تنظیم سند مراجعه می کردند، استعلام از شهرداری در خصوص این ملک به عهده خود شهروندان بوده که به صورت حضوری می بایست انجام می دادند. رئیس سازمان فناوری اطلاعات و ارتباطات شهرداری قم گفت: با پیگیری های شهرداری قم با همکاری استانداری، سازمان مدیریت و برنامه ریزی استان و سازمان ثبت اسناد و املاک، به صورت مجازی و توسط دفاتر اسناد رسمی، فرایند استعلام از شهرداری ها به صورت مجازی و توسط دفاتر اسناد رسمی از طریق سامانه قم یار انجام می شود.

استان در این دوره به طور متوسط در هر روز حدود ۷۹ گیگاوات ساعت برق تولید و به شبکه تحویل داده اند. وی اضافه کرد: پیک مرداد ماه سال جاری ۸ هزار و ۵۱۸ مگاوات بوده که نسبت به پیک بار در مدت مشابه سال قبل حدود ۵.۴۳ درصد افزایش داشته است. همچنین انرژی مصرفی در پنج ماهه اول سال ۹۹ برابر با ۱۹ هزار و ۹۱۷ گیگاوات ساعت بوده که نشان دهنده حدود ۴.۰۹ درصد افزایش مصرف انرژی نسبت به مدت مشابه در سال قبل است. بر اساس این گزارش، ظرفیت منصوبه تولید نیروی برق استان خوزستان در بخش انتقال برابر ۱۳ هزار و ۱۹۶ مگاوات ساعت بوده که از این مقدار ۸ هزار و ۱۶۹ مگاوات در بخش آبی و ۵ هزار و ۲۷ مگاوات در بخش حرارتی است. ظرفیت بخش DG (تولید پراکنده) نیز ۶۵ مگاوات است.

اقدامات موثری در مجموعه مدیریت جدید شهری قزوین در حوزه ورزش انجام شده است



قزوین - خبرنگار فرصت امروز: به گزارش روابط عمومی سازمان فرهنگی، اجتماعی و ورزشی شهرداری قزوین؛ محمد درافشانی معاون شهردار و رئیس سازمان فرهنگی، اجتماعی و ورزشی شهرداری قزوین در برنامه ورزشی "نشاط" سیمای مرکز قزوین افزود: یکی از وظایف ذاتی مدیریت شهری ترویج و توسعه ورزش های همگانی است که سازمان فرهنگی، اجتماعی و ورزشی شهرداری اقدامات بسیار خوبی در این حوزه انجام داده است. وی گفت: ورزش های همگانی (صبحگاهی و عصرگاهی) از ۳۳ بوستان به ۵۲ بوستان با حضور ۶۰ مربی مجرب در سطح شهر قزوین را؛ از جمله اقدامات سازمان فرهنگی اجتماعی و ورزشی شهرداری برشمرد. درافشانی اضافه کرد: البته در سال ۹۹ بدلیل شیوع ویروس کرونا در ۲۹ بوستان سطح شهر با رعایت کامل پروتکل های بهداشتی ورزش های صبحگاهی و عصرگاهی انجام می شود. وی احداث ۵۰ کیلومتر مسیر دوچرخه سواری را از دیگر اقدامات مجموعه مدیریت جدید شهری در حوزه

های همگانی در سطح کشور معرفی شود. این مقام مسئول نصب ست های ورزشی در مدارس قزوین به ویژه در مناطق محروم و کم برخوردار به خصوص مدرسه های دخترانه بدلیل شیوع فقر حرکتی را؛ از دیگر اقدامات مجموعه مدیریت جدید شهری در حوزه ورزش های همگانی برشمرد. وی احداث مسیر سلامت در جوار پل امام علی (ع) را دیگر اقدام مدیریت شهری قزوین در حوزه ترویج و توسعه ورزش همگانی نام برد. وی در پاسخ به شکایات برخی از شهروندان نسبت به پارک ماشین ها در مسیر سلامت پل امام (علی)، گفت: رفع این مشکل فقط وظیفه مجموعه مدیریت شهری نیست نیازمند ورود سایر دستگاه های متولی در این حوزه است. درافشانی در بخش دیگری از سخنانش در پاسخ به شکایات شهروندان در خصوص معضلات موجود در مسیر پیاده روی باراجین، اذعان داشت: شهرداری مأمورانی را جهت تذکر در این مسیر گذاشته است، اما برخورد با شهروندان در حیطه اختیارات مأموران شهرداری نیست.

بهره برداری از ۵۸ پروژه گازرسانی همزمان با هفته دولت در استان همدان



همدان - خبرنگار فرصت امروز: به گزارش روابط عمومی شرکت گاز استان همدان مدیرعامل شرکت گاز استان همدان اعلام نمود: در هفته دولت سالجاری ۵۸ پروژه شامل گازرسانی به ۴ روستا و ۵۴ واحد صنعتی در شهرستان های همدان، ملایر، تویسرکان، اسدآباد، نهاوند، بهار و کیودر اهنگ با بودجه ای بالغ بر ۵۴ میلیارد و ۳۳۴ میلیون ریال افتتاح میگردد و همچنین عملیات اجرایی ۵۹ پروژه شامل ساختمان اداری منطقه دو گازرسانی شهر همدان و گازرسانی به ۵۸ واحد صنعتی در استان با بودجه ای بالغ بر ۲۵۷ میلیارد و ۳۵۰ میلیون ریال کلنگ زنی و آغاز خواهد شد. وی با اشاره به خدمات گسترده نظام اسلامی به ویژه تلاش دولت تدبیر و امید طی ۷ سال گذشته در عرصه نفت و گاز تصریح کرد: از ابتدای مردادماه سال ۱۳۹۲ تا ابتدای مردادماه سال ۱۳۹۹، ۱۷۱۸ کیلومتر شبکه تغذیه و توزیع اجرا، ۴۰ هزار و ۵۰۰ انشعاب نصب، ۱۵۶ هزار و ۹۱۴ مشترک شامل ۱۴۱ هزار و ۹۳۷ مشترک خانگی

اند و تمامی روستاهای بالای ۲۰ خانوار استان از نعمت گاز طبیعی برخوردار هستند(تعداد روستاهای گازدار استان در ایام هفته دولت ۱۰۳۲ روستا خواهد بود) و نرخ بهره مندی خانوارهای شهری و روستایی از گاز طبیعی در استان همدان ۹۹۹ درصد می باشد و در دستهای ۱۳۹۷، استان همدان اولین و تنها استان سبز کشور در زمینه گازرسانی به شهرها و روستاها معرفی گردیده است. مدیرعامل شرکت گاز استان همدان در پایان اعلام نمود: از ابتدای سالجاری تاکنون ۴ هزار ۲۱۲ اشتراک پذیرش شده اند و تعداد کل مشترکین گاز طبیعی در استان ۶۲۶ هزار و ۴۲۷ اشتراک شامل ۵۸۰ هزار و ۶۳۵ اشتراک خانگی، ۴۲ هزار و ۴۲۰ مشترک تجاری و عمومی و ۳ هزار ۱۱۸ اشتراک صنعتی و ۴۸ جایگاه CNG می باشد. همچنین از ابتدای سالجاری تاکنون نزدیک به یک میلیارد و ۶۱ میلیون و ۸۷۰ هزار مترمکعب (خانگی: ۳۷۵، تجاری و عمومی: ۴، صنعتی و سی ان جی: ۵۸۵) گاز طبیعی در استان همدان مصرف شده است

تداوم اقدامات پیشگیرانه شرکت گاز استان اردبیل در مقابله با کرونا



اردبیل - خبرنگار فرصت امروز: مدیرعامل شرکت گاز استان اردبیل، از آمادگی کامل برای تداوم اقدامات بهداشتی پیشگیرانه در جهت مقابله با گسترش کرونا در سطح ادارات شرکت در استان خبر داد. به گزارش روابط عمومی شرکت گاز استان اردبیل، سردار اسماعیلی مدیر عامل این شرکت با تاکید بر اینکه در تدابیر و تمهیداتی که در این خصوص به عمل آورده ایم، صیانت و حفاظت از سلامت مراجعان و کارکنان شرکت گاز را در اولویت قرار داده ایم، افزود: از روز اول اعلام ورود ویروس کرونا به کشور تا به امروز بر اساس استانداردهای ابلاغی شرکت ملی گاز ایران و تصمیمات ستاد ملی، انجام اقدامات پیشگیرانه را با جدیت و دقت در دستور کار قرار داده ایم. وی، توجه به موضوع فاصله گذاری اجتماعی تا جای ممکن، اجرای الزامات کنترلی در زمینه بهداشت محیط، انجام عملیات ضد عفونی کردن ادارات و محیط های تردد، اختصاص تجهیزات حفاظت فردی از جمله ماسک و افشانه ضد عفونی کننده به کارکنان، کنترل

مدیرعامل شرکت گاز استان اردبیل با تاکید بر اینکه ضمن انجام غربالگری کارکنان به صورت مستمر، نسبت به ایمن سازی اماکن ارائه خدمات به مراجعان نیز اقدام کرده ایم، خاطر نشان کرد: البته تولید محتوای استانداردها و متنوع آموزشی که به صورت جداگانه، کارکنان شرکت، مراجعان و خانواده کارکنان را مخاطب قرار داده اند و توزیع این تولیدات در فضای مجازی و نصب آنها در اماکن عمومی داخل ادارات، از دیگر اقداماتی است که در زمینه آموزش و اطلاع رسانی به شهروندان و همکارانمان انجام داده ایم. اسماعیلی در پایان عدم مراجعه حضوری به ادارات را یکی از مؤثرترین راهکارهای موجود در پیشگیری از بیماری کرونا برشمرد و گفت: با توجه به گسترش اقدامات انجام یافته در حوزه دولت الکترونیک، از کلیه شهروندان عزیز تقاضا دارم در صورت ضرورت نسبت به مراجعه حضوری اقدام نمایند و در غیر این صورت از طریق سایت شرکت گاز استان اردبیل به نشانی الکترونیک WWW.NIGC-ARIR و از منسو میز خدمت الکترونیک از خدمات ارائه شده بهره مند شوند.

معرفی کتاب ماشین محتوا نوشته دن نورس



برای اینکه از بازاریابی محتوا در کسب و کارتان استفاده کنید، نیازمند تولید محتوا هستید. در کتاب «ماشین محتوا» تمام آنچه برای خلق محتوا نیاز دارید، آمده است.

یکی از بهترین روش‌های شناخته‌شده امروز برای پیدا کردن مخاطب درست در جای درست، بازاریابی محتوا است. کتاب «ماشین محتوا» نوشته دن نورس، یکی از کارآفرینان سریالی و برگزیده در حوزه بازاریابی محتوا در سراسر جهان، از استراتژی برای به کار بردن بازاریابی محتوا صحبت می‌کند. او معتقد است با استفاده از روش بازاریابی محتوا می‌توانید بدون پرداخت هزینه برای تبلیغات، برای خودتان کسب و کاری چندمیلیون دلاری راه بیندازید؛ کاری که دن نورس خودش انجام داد و به موفقیت بزرگی دست پیدا کرد و نتیجه این شد که تصمیم گرفت تجربه موفقش را در تولید محتوا با نوشتن این کتاب با دیگر افراد به اشتراک بگذارد. او در جایی از کتابش می‌گوید:

الان در هواپیما نشستهام و این کتاب را می‌نویسم. شخص کناری من در حال تماشای فیلم است و نفر جلویی موسیقی گوش می‌کند. آدم‌های پشت‌سرم هم خواب هستند، اما من نمی‌خواهم هیچ‌کدام از این کارها را انجام دهم؛ بلکه می‌خواهم بنویسم؛ چون عاشق نوشتنم. اگر روی کار دلخواه‌تان متمرکز شوید، این شما را به زودی در موقعیت مطلوبی قرار خواهد داد.

خلاصه کتاب با یادگیری اصول بازاریابی محتوا که در کتاب ماشین محتوا آموزش داده شده و اینکه چطور محتوای عالی خلق کنید و در بین رقبای‌تان برجسته و متمایز دیده شوید، فرآیند تولید محتوای اثرگذار برای‌تان بسیار ساده‌تر خواهد شد. دن نورس در کتاب «ماشین محتوا» آنچه واقعا در کسب و کار خودش مؤثر بوده، با مخاطب در میان می‌گذارد. این توصیه‌ها به صورت شفاف و مرحله‌به‌مرحله بیان شده تا کاربردی و مفید باشد. ماشین محتوا کتابی است که تقریباً همه چیز را درباره بازاریابی محتوا برای‌تان شرح می‌دهد و به‌ویژه برای شروع نوشتن و تولید محتوا بسیار اثرگذار است. کتاب ماشین محتوا دن نورس پسر از ایده و راهنمایی نه تنها برای بازاریابان محتوا، بلکه برای تمامی بازاریابان است.

بخش‌های کتاب نیل پاتل، یکی از بزرگان حوزه بازاریابی محتوا، برای کتاب حاضر پیش‌گفتاری نوشته و در آن درباره اهمیت بازاریابی محتوا سخن گفته است. او درباره تجربه خودش در استفاده از بازاریابی محتوا می‌گوید: من بازاریابی محتوا را آغاز کردم؛ چون از پس هزینه تبلیغات بر نمی‌آمدم.

او اشاره می‌کند که این روش ابزاری قدرتمند است، اما انجام آن ساده نیست و این کتاب شما را در موفقیت در بازاریابی محتوا کمک می‌کند. یکی از نکات بسیار مهم در میان صحبت‌های نیل پاتل این است که هر وقت به پروژه‌ای فکر کرده، آن را به سرعت عملیاتی کرده است.

مقدمه کتاب شامل مقدمه و پنج فصل است. در مقدمه کتاب، دن نورس درباره کسب و کارهایی که خودش راه انداخت و بعد با شکست مواجه شد و دلایل شکست آنها صحبت می‌کند. نموداری که در مقدمه کتاب آمده است، به نمودار دست‌مزد تخمینی دن مربوط می‌شود. او با این کار می‌خواهد میزان تأثیرگذاری درخور توجه بازاریابی محتوا و رشد

درآمدی‌اش بعد از استفاده از این ابزار را نشان دهد. نورس درباره وردپرس کرو (Wordpress Curve) که پروژه بسیار موفق او در سطح جهان است، توضیح می‌دهد و می‌گوید هیچ هزینه‌ای صرف تبلیغات آن نمی‌کند، بلکه مدیر محتوای تمام‌وقت و چندین نویسنده حقوق‌بگیر پروژه‌ای دارد و روی تولید محتوا به‌عنوان تنها استراتژی بازاریابی تمرکز کرده است. دن نورس می‌گوید:

من اسناد دست به کار شدیم. امیدوارم شما هم با داشتن این کتاب دست به کار شوید و با ایجاد وبلاگ یا به‌روزرسانی محتواهای قدیمی‌تان، این کار را انجام دهید. کار روی بازاریابی محتوا را هم‌اکنون شروع کنید.

فصل اول دن در فصل اول کتاب، به این موضوع می‌پردازد که چگونه با بازاریابی محتوا، کسب و کار راه‌اندازی کنیم؟ تعریف ساده‌ای که از بازاریابی محتوا دارد، این است: بازاریابی محتوا عبارت است از انتشار مطلبی جالب که باعث جلب توجه و اعتمادسازی درباره کسب و کار می‌شود. همچنین، نورس در این فصل تفاوت میان وبلاگ‌نویس و بازاریاب محتوا بودن را مطرح می‌کند. کسی که بازاریابی محتوا می‌کند، حقیقتاً کار بازاریابی برای کسب و کار را برعهده گرفته است و نویسنده صرف نیست. مطلب بعدی این فصل ۱۰ مشخصه کسب و کاری با رشد درخور توجه است که به‌صورت موردی بیان و برای هر مورد توضیح کافی داده شده است. موضوعات مهم دیگر «منطق پول‌سازی» و «توسل به ایمان در بازاریابی محتوا» هستند که دن آنها را با بیانی روان شرح می‌دهد. او معتقد است وبلاگ‌ها خیلی زود جا می‌زنند و دورگرفتن و موردتوجه مردم واقع‌شدن کاری زمان‌بر است. بنابراین، اگر به محتوا ایمان نداشته باشید، ممکن است در میانه راه کار را رها کنید. او دلایل این اتفاق را براساس تجربه شخصی خودش بین سال‌های ۲۰۰۸ تا ۲۰۱۳ موبه‌م توضیح داده است.

فصل دوم دن در دوم کتاب به اصول بازاریابی محتوا اختصاص یافته است. این بخش از کتاب به شما کمک می‌کند از همین ابتدا، کار را با استراتژی محتوای ۱۰ دقیقه‌ای آغاز کنید تا بعداً کار تولید و انتشار محتوا را هدفمند انجام دهید. در بازاریابی محتوا، علاوه‌بر توجه به اجزای استراتژی، لازم است متوجه باشید که نگرش محتوای شما چیست و درباره هدف‌تان از تولید محتوا کاملاً شفاف باشید. بعد از آن، نورس به بحث مهم مخاطب‌شناسی می‌پردازد و می‌گوید مهم است بدانید برای چه کسی محتوا ایجاد می‌کنید. هدف‌گذاری محتوا در بازاریابی محتوا بسیار حیاتی است.

فصل سوم دن در سوم فصل سوم «محتوای باکیفیت» است. کمیست محتوا در مقایسه با کیفیت آن اهمیتی ندارد و یک محتوای باکیفیت از صدها پست وبلاگ بی‌کیفیت ارزش بیشتری دارد. بنابراین، در این فصل دن نورس شما را با چیستی و چگونگی تولید محتوای باکیفیت آشنا می‌کند. از نظر او، محتوای عالی وقتی نتیجه می‌دهد که مردم با آن تعامل کنند و آن را به‌اشتراک بگذارند و درباره‌اش نظر بدهند. دن نورس درس‌های آموخته‌شده از محتوای خوب و بدش را در هفت درس بیان می‌کند که این تجربه‌ها کمک فراوانی برای افرادی است

که می‌خواهند محتوای باکیفیت تولید کنند و بتوانند آن را از محتوای بی‌کیفیت تشخیص دهند.

بخش جذاب این فصل، تولید ۱۰۰ ایده اول وبلاگ است که با کمک مطالب این بخش، به‌طور کاملاً عملی و با راهکارهای شدنی و ساده‌ای می‌توانید ۱۰۰ ایده اول پست‌های وبلاگ‌تان را آماده و درباره آنها محتوا تولید کنید. در ادامه، موضوع مدیریت ایده‌های محتوا به‌کمک تقویم محتوا و ابزاری برای این کار مطرح شده است. بدون تقویم محتوا و تنها با تکیه بر تولید محتوا، نمی‌توانید بازاریابی موفق‌تری کنید. استانداردهای کیفیت محتوا و سئو محتوای محتوا، عنوان‌های دیگری است که در این فصل به آن پرداخته شده است و راهنمای گام‌به‌گام برای خلق محتواهای باکیفیت هستند.

فصل چهارم دن در فصل چهارم «مقیاس‌سازی» است. حالا محتوای باکیفیت آماده شده و باید دید گام بعدی چیست. این فصل «تمایز» نام دارد و به این پرسش پاسخ می‌دهد که چگونه بازاریاب محتوای کارآفرین باشیم. دن نورس یکی از بزرگ‌ترین اشتباهات بازاریابان محتوای شکست‌خورده را تمرکز بر نتیجه می‌داند. او معتقد است تمرکز بر استراتژی، عامل موفقیت در این راه است. رویکرد کارآفرینانه به شما کمک می‌کند بازاریاب محتوای موفق‌تری باشید. ارائه پیشنهادها منحصربه‌فرد و ایجاد تمایز می‌تواند موفقیت کسب و کارتان را تضمین کند. در این فصل، نویسنده از اصطلاحات «پیچ‌کننده» و «اغواکننده» برای محتواهای استاندارد و باکیفیت استفاده می‌کند و ماجرای رشد زیاد کسب و کار مارکوس شریدان در ساخت استخرهای رودخانه‌ای را شرح می‌دهد.

در ادامه این فصل، درباره فضیلت بخشندگی و ارائه رایگان برخی اطلاعات و ابزارهای مفید صحبت می‌شود؛ یعنی موضوعی که از نظر دن نورس حتی در فضای بازاریابی آنلاین نادر است و باعث تمایز شما می‌شود. او از تجربه‌های خودش در این باره می‌گوید که کمک زیادی در دیده‌شدن و شهرت‌تش کرده است. مطلب مهم دیگری که در این فصل به آن پرداخته شده، تحلیلگری محتوا با استفاده از ابزارهای موجود است. اینکه چگونه تحلیلگر خوبی باشید و بتوانید از نتایج تحلیل‌های‌تان گزارش تهیه کنید، یکی از کارهایی است که در بازاریابی محتوا باید جدی گرفته شود. برنامه‌ریزی کلیدواژه‌ها، استفاده از گوگل‌تندز، تحلیل رقیب، سرعت منابع، گزارشگری، هنرمند خوب‌بودن از زیرعنوان‌های دیگر این فصل است. در پایان، زمان ساختن ماشین محتوا فرا رسیده است.

فصل پنجم دن در فصل پنجم «مقیاس‌سازی» است. در این فصل، پیدا کردن روشی برای راه‌اندازی کسب و کار برپایه محتوا و سپس رشد دادن و پایدار نگه‌داشتن این استراتژی در درازمدت، به‌عنوان مفهوم اصلی «ماشین محتوا» توصیف شده است. مؤلفه بسیار مهم در استفاده از بازاریابی محتوا به‌عنوان استراتژی مهم کسب و کار، طراحی و تبدیل بازدیدکننده به مشتری است. دن نورس توضیح می‌دهد چطور با طراحی مناسب، حذف جزئیات اضافه، متقارن کردن نوارهای کناری وبلاگ، دقت کردن به جزئیات صفحه، مقایسه خود با بهترین طراحی‌ها و نه تقلید از آنها و مشورت‌گرفتن از متخصصان طراحی، می‌توانید به‌چشم بیابید. قیف تبدیل خودتان را طراحی و ایجاد کنید و از هر یک از انواع آن (ایمیل و محصول و محتوا) بهره بگیرید که برای کارتان مناسب‌تر است. روش طراحی قیف تبدیل، محتوای‌تان را

همه‌جانبه تحت‌تأثیر قرار می‌دهد.

سپس، دن نورس پنج رشته محتوای ضروری را برای بازاریابان محتوا موردبهمورد شرح می‌دهد. در اینجا، تمرکز بر کارهایی است که می‌توانید بعد از به‌دست‌آوردن ایمیل طرفداران‌تان انجام بدهید. علاوه‌براین، مدیریت افراد تأثیرگذار و برقراری ارتباط با آنها می‌تواند راه مؤثری در دیده‌شدن‌تان باشد. در این باره شرح مفصلی در این فصل می‌خوانید. در ادامه، فهرستی از استانداردهای محتوای باکیفیت برای ارزیابی ارزش محتوا پیش روی شما قرار داده شده است که با کمک آن می‌توانید محتوای خلق شده‌تان را بسنجید. در این قسمت، دن نورس درباره ریزترین جزئیات تولید محتوا از جمله سبک تصاویر، چکیده پست‌ها، یادداشت‌های ویرایشی و درنهایت وظایفی که درون وردپس باید هر نویسنده انجام دهد، راهنمایی‌های مفیدی ارائه و در پایان، درباره شبکه‌های اجتماعی و استراتژی آنها نیز توضیحاتی داده است.

کلام آخر دن در کلام آخر، توصیه‌هایی کلی و مهم در مسیر بازاریابی محتوا را می‌خوانید که کمک‌تان می‌کند جزو ۵ درصد افرادی باشید که کارها را به‌طور مؤثر و پربار انجام می‌دهند. در انتهای کتاب، واژه‌نامه‌ای در اختیارتان است که درباره برخی واژه‌های استفاده‌شده در متن کتاب شرح مختصری داده شده است.

کتاب ماشین محتوا اثری از دن نورس، کارآفرین برگزیده در حوزه بازاریابی محتوا، در سال ۲۰۱۵ در ۲۲۶ صفحه منتشر شد. می‌توان گفت این کتاب یکی از کتاب‌های مرجع و اصلی در زمینه بازاریابی محتوا است. نورس علاوه‌بر این کتاب، منابعی روی وب‌سایت کتاب منتشر کرده است که برای انجام کارهای عملی کاربرد دارد که در متن به آنها توصیه شده است.

کتاب ماشین محتوا را دکتر علیرضا دهقانی در سال ۱۳۹۷ به فارسی ترجمه و نشر کانون ترجمان سابق (نورندوبوک فعلی) آن را با مجوز رسمی از مؤلف کتاب، منتشر کرده است. ناگفته نماند محمدمهدی محمودی نیز در ترجمه این کتاب مشارکت کرده است.

چه کسانی باید این کتاب را بخوانند؟ برای بازاریابان محتوا که تازه می‌خواهند مسیرشان را شروع کنند یا وبلاگ‌نویسانی که به تغییر نگرش خود در وبلاگ‌نویسی تمایل دارند و می‌خواهند مؤثرتر و کاربردی‌تر عمل کنند، این کتاب راهنمای بسیار مفیدی است. همچنین، مدیران بخش بازاریابی کسب و کار برای چیدن استراتژی و کارآفرینان برای اینکه هزینه‌ای بابت تبلیغات ندهند، می‌توانند از این کتاب استفاده کنند.

درباره نویسنده دن نورس (Dan Norris)، کارآفرین و بازاریاب محتوای برگزیده و سخنران بین‌المللی است که توانسته با ارائه این کتاب و کتاب «استارت‌آپ هفت‌روزه» به‌جمع نویسندگان پر فروش آمازون در زمینه کسب و کار بپیوندد. او پروژه بزرگ وردپرس کرو را در سال ۲۰۱۳ آغاز کرد که شرکتی در حمایت و پشتیبانی از تمام کاربران وردپرس و به ۴۵ عضو تیم در هفت کشور جهان وسعت یافته است. این شرکت هزاران مشتری دارد و در کمتر از دو سال، یک‌میلیون دلار سود داشته است. دن نورس برای تقویت این پروژه و رساندن آن به این مرحله، از تمام تکنیک‌ها و توصیه‌هایی استفاده کرده که در کتاب ماشین محتوا نوشته است.

منبع: zoomit



فروش موفق در شرایط کرونایی

چالش فروش در ملاقات‌های مجازی

به قلم: سیدنی مک گاورن کارشناس فروش و کارآفرین

ترجمه: علی آل‌علی

اگر شما نیز در طول ماه‌های اخیر به دنبال راهکاری برای فروش محصولات به مشتریان بوده‌اید، بدون تردید با مشکلات بسیار زیادی مواجه شده‌اید. اکنون شرایط فروش به دلیل شیوع ویروس کرونا و ناتوانی برای ملاقات‌های رو در رو بسیار دشوار شده است. برخی از فروشندگان نسبت به تغییرات مورد نظر توجه کافی ندارند بنابراین همچنان با استفاده از شیوه‌های رو در رو به دنبال فروش از پشت تلفن یا دیگر ابزارهای ارتباط از راه دور هستند. تغییر وضعیت کلی در سراسر دنیا بر روی عرصه کسب و کار و حوزه فروش نیز تاثیر داشته است. بسیاری از برندها در طول ماه‌های اخیر فعالیت‌شان را کاهش داده‌اند. نکته مهم در این میان ناتوانی کارآفرینان برای ادامه این روند است بنابراین باید به سرعت نسبت به تغییر شرایط اقدام کرد. هدف اصلی مقاله کنونی بررسی برخی از راهکارها برای فروش بهتر در دوران شیوع ویروس کروناست. این امر برای کسب و کارها در راستای دستیابی به اهداف‌شان بسیار مهم و ضروری خواهد بود.

۱. حضور حرفه‌ای در کار مشتریان

فروشندگان حرفه‌ای مهارت بالایی در گفت‌وگوهای کوتاه دارند. آنها توانایی صحبت و ایجاد ارتباط نزدیک با هر کسی را دارند بنابراین تلاش برای نزدیکی با مخاطب هدف امر بسیار جذابی خواهد بود. نکته مهم در این میان نحوه برخورد شما با مخاطب هدف است. نکته مهم در این میان توانایی ارتباط کلامی اغلب فروشندگان در صورت ملاقات حضوری است بنابراین شاید در ارتباط از راه دور یا ابزارهایی نظیر اسکایپ توانایی تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را نداشته باشند. این امر در طول ماه‌های اخیر مشکلات بسیار زیادی برای کسب و کارها ایجاد کرده است بنابراین اگر شما علاقه‌مند به ادامه فعالیت در حوزه فروش هستید، باید هرچه سریع‌تر با شرایط کنونی سازگاری یابید. وقتی مشتریان یک برند در ملاقات‌های مجازی حاضر می‌شوند، انتظار برخورد مشابه در زندگی واقعی را دارند بنابراین کار فروشندگان بسیار دشوار خواهد بود. برخی از افراد برای ساماندهی فرآیند فروش اقدام به صحبت از هر دری می‌کنند. شاید در نگاه نخست این امر به بهبود وضعیت گفت‌وگو کمک نماید، اما در چشم‌اندازی بلندمدت موجب کاهش انگیزه مشتریان برای تعامل با شما خواهد شد. بسیاری از برندها به دلیل حضور مداوم در کنار مشتریان برجسب مزاحم دریافت می‌کنند. شما باید در مواقع موردنیز کنار مشتریان باشید. سایر اوقات باید به آنها زمان کافی برای سازگاری با شرایط موردنظر را داد.

۲. اهمیت دونات رایگان

هیچ فروشندگای به صورت مستقیم برای فروش با مشتریان ارتباط برقرار نمی‌کند و شما همیشه نیازمند مقدمه‌چینی برای بهبود رابطه‌تان با طرف مقابل و سپس تاثیرگذاری بر روی وی هستید. این امر در زندگی روزمره و ملاقات‌های رو در رو شامل صرف یک وعده غذایی یا دست‌کم یک دونات با هم است. اگر شما در این زمینه مهارت کافی را ندارید، باید به دقت الگوی فعالیت فروشندگان بزرگ را مدنظر قرار دهید. در غیر این صورت چالش‌های شما برای فروش، به ویژه در زمان کرونایی، ادامه خواهد یافت.

بدون شک صف وعده غذایی و گفت‌وگو در مورد نکات مختلف در شرایط عادی ساده‌تر از هر زمانی خواهد بود. این نکته باید مدنظر شما به عنوان بازاریاب و فروشنده باشد. وقتی تمام کارهای کسب و کار از طریق سامانه‌های آنلاین ساماندهی می‌شود، شما باید با فروش از طریق ابزارهای ارتباط جمعی عادت کنید. این امر امکان ارائه دونات رایگان به مشتریان را سخت می‌کند. شاید در نگاه نخست استفاده از عبارت سخت به جای غیرممکن در جمله قبل عجیب باشد. بی‌شک شرایط فروش در وضعیت کنونی دشوار است، اما شما امکان غلبه بر آن را دارید.

یکی از گزینه‌های جذاب برای تعامل با مخاطب هدف شامل ارسال ایمیل‌های مقدماتی برای ایجاد آمادگی ذهنی در وی است. این امر امروزه از سوی برندهای بزرگ و کوچک مورد توجه قرار می‌گیرد. نکته مهم در این میان ضرورت آمادگی مشتریان برای خرید از شما در مقابل ارائه پیشنهادهای ناگهانی بدون هرگونه آمادگی و آشنایی قبلی است.

۳. توجه به سلیقه مشتریان

تعامل با مشتریان، به ویژه در کسب و کارهای B2B، شرایط خاصی را طلب می‌کند. شما باید به خوبی با سلیقه مشتریان و رفتارشان آشنایی داشته باشید. این امر شامل آگاهی از محصولات مورد علاقه آنها و همچنین شیوه ارتباطی متداول در کسب و کارشان است. اگر شما به این نکته مهم توجه نداشته باشید، به سرعت در تعامل با مشتریان دچار مشکل می‌شوید. برخی از برندها برای خرید محصولات موردنیازشان اقدام به ایجاد تیم‌های خرید می‌کنند. این امر نیازمند بررسی دقیق نحوه فعالیت اعضای تیم موردنظر از سوی برند ماست.

بخش توسعه و تحقیقات در اغلب شرکت‌ها وظیفه مطالعه بر روی رفتار مشتریان را برعهده دارد. فروشندگان موفق همیشه ارتباط نزدیکی با این بخش دارند. دسترسی به داده‌های دقیق پیرامون مشتریان نقش مهمی در بهبود وضعیت برندها دارد بنابراین فروشندگان با استفاده هر چه بیشتر از داده‌های مربوط به رفتار مشتریان امکان افزایش نرخ فروش را خواهند داشت. سلیقه مشتریان در طول زمان تغییر می‌کند. این امر در طول دوران کرونا شدت بیشتری یافته است بنابراین شاید شما نیاز به تحلیل سلیقه مشتریان به طور مداوم را داشته باشید. این امر نیاز به تعامل نزدیک با مشتریان را بیش از هر زمان دیگری برجسته می‌سازد.

۴. اهمیت رعایت رفتار حرفه‌ای

رفتار حرفه‌ای در محیط کسب و کار مهمترین عامل برای ارزیابی وضعیت کارمندان از سوی برندها محسوب می‌شود. رفتار حرفه‌ای باید در تمام روندهای کاری مورد توجه قرار گیرد. یکی از نکات مهم در این میان رفتار حرفه‌ای با مشتریان است. سازگاری با شرایط دورکاری برای تمام فروشندگان ضروری است. امروزه اغلب کارمندان سازمانی با شرایط دورکاری کنار آمده‌اند. چنین امری نیازمند آشنایی با شیوه‌های تاثیرگذاری بر روی مشتریان از راه دور نیز هست. فروشندگان در چنین وضعیتی شرایط بسیار دشواری را تجربه می‌کنند. شاید در نگاه نخست ارتباط با مشتریان از طریق ابزارهای ارتباط آنلاین نیاز به رعایت رفتار حرفه‌ای را کاهش دهد. نکته مهم در این میان ضرورت رفتار حرفه‌ای برای تاثیرگذاری بر روی مشتریان به شیوه سابق است. شما باید همیشه بخشی از گذشته کسب و کار برنداتن را برای مشتریان زنده کنید.

امروزه اغلب افراد آرزوی بازگشت به شرایط عادی کسب و کار را دارند. اگر شما در این میان به بهبود وضعیت کسب و کارتان توجه نداشته باشید، شاید هرگز توانایی بازگشت به شرایط عادی را نیابید. فروش در شرایط کنونی نیازمند ادامه رفتار حرفه‌ای با مشتریان است. در غیر این صورت وضعیت شما به شدت دشوار خواهد شد.

۵. سازگاری با داشته‌های برند

امکانات در دسترس برندها در طول مدت زمانی اندک تغییر نمی‌کند. بدون تردید فعالیت در راستای بهبود وضعیت برند با استفاده از بودجه‌های کلان بسیار ساده است، اما در عمل کارمندان فرآیند موردنظر را باید همراه با بودجه‌های اندک ساماندهی نمایند. بخش فروش نیز همین شرایط را دارد. شما باید با بودجه‌های اندک و مشکلات فراوان همچنان نرخ فروش را بالا نگه دارید.

بی‌تردید سازگاری با شرایط فروش در وضعیت دشوار بسیار سخت خواهد بود. نکته مهم در این میان تلاش برای تمرکز بر روی داشته‌ها و امکانات فعلی برند است. شما به عنوان فروشنده برند باید بهترین استفاده از امکانات و ابزارهای در دسترس را داشته باشید. در غیر این صورت به هیچ روی امکان بهبود وضعیت برنداتن را نخواهید یافت.

منبع: **business.com**

فرصت امروز

روزنامه مدیریتی – اقتصادی

| سه‌شنبه | ۱۸ شهریور ۱۳۹۹ | شماره ۱۶۱۹ | صفحه ۱۶ |

صاحب امتیاز: موسسه مطبوعاتی فرصت سازان امروز

مدیر مسئول و سردبیر: محمدرضا قدیمی

چاپ: هنر سرزمین سبز

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

دفتر مرکزی: ۸۸۳۱۷۷۳۸

سازمان آگهی‌ها: ۸۸۳۲۰۹۶۰

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

WWW.FORSATONLINE.COM

INFO@FORSATONLINE.COM



مسیر موفقیت

بهبانیهایی که اجازه نمی‌دهند به رویاهای تان دست یابید

هر فردی در زندگی خود حسرت‌هایی دارد که به خاطر دست نیافتن به شغل رویایی، برنامه‌ریزی برای زندگی بهتر و یادگیری مهارت جدید است. وقتی یاد فرصت‌های از دست رفته خود می‌افتیم، دچار حسرت می‌شویم اما واقعا علت تنبلی و به تعویق افتادن فرصت‌های‌مان چیست؟
۵ بهانه وجود دارد که اجازه نمی‌دهند رویاهای تان را دنبال کنید. این بهانه‌ها نشان می‌دهد تنها مانع برای دنبال کردن رویاهای تان خودتان هستید.
آیا از ابتدا یک فرد موفق به دنیا آمده‌اید یا با تصمیم‌گیری‌های درست و قرارگیری در مسیرهای مختلف به موفقیت می‌رسید؟ وقتی خوب فکر کنید گزینه دوم به واقعیت نزدیک‌تر است. بدون شک برخی افراد در شرایط بهتری نسبت به دیگران به دنیا می‌آیند، اما هر فردی خودش انتخاب می‌کند آیا می‌خواهد در مسیر موفقیت قرار بگیرد یا نه.

برخی افراد در وضعیت بهتری قرار دارند، اما عده دیگری مدام با گرفتاری‌های شغلی و حرفه‌ای مواجه می‌شوند. به آسانی نمی‌توانید از مسیر شغلی خود در آینده مطلع شوید. شما نمی‌توانید خیلی چیزها را مطابق میل خود جلو ببرید، اما می‌توانید برخی جنبه‌ها را به کنترل درآورید. خیلی از مردم از ریسک کردن گریزان هستند. آنها هر روز از ۹ صبح تا ۵ عصر به محل کار می‌روند و به حقوق پایین و شرایط ناپایدار شغلی‌شان راضی هستند. هرچند نمی‌توان به این طرز تفکر ایراد گرفت، اما بیشتر افرادی که ذهنیت اقتصادی دارند، برای اجرای ایده‌های‌شان، شکل دادن به یک کسب و کار یا انجام کاری که عاشقش هستند، روهای بزرگی در سر دارند. در ادامه مقاله، ۵ بهانه‌ای را معرفی می‌کنیم که شما را از دستیابی به خواسته‌های‌تان دور می‌کند. این ۵ بهانه عبارتند از:

وقت کافی ندارم

بهبانه اصلی که خیلی‌ها برای انجام ندادن وظایف‌شان بیان می‌کنند این است که به اندازه کافی وقت ندارند. در زندگی امروز مشغله‌های زیادی داریم، پس بهانه آوردن یکی از ساده‌ترین راه‌است. شاید در طول هفته در میان کارهای تمام وقت، رسیدگی به کارهای شخصی و سرگرمی‌ها فقط ۲ یا ۳ ساعت وقت خالی داشته باشید. پس دیگر فرصتی برای دنبال کردن رؤیاهای خود نخواهید داشت.

در دنیای امروز هر کسی گرفتاری‌های خودش را دارد، با این حال، همیشه راهی برای گریز از آن وجود دارد. بدون توجه به محل زندگی، منابع مالی که در اختیار دارید یا استعدادهای درونی‌تان، شما همانند خیلی از مردم تنها ۲۴ ساعت در طول روز زمان دارید.
آیا فکر می‌کنید افرادی که به موفقیت‌های زیاد رسیده‌اند بیشتر از شما فرصت دارند؟ نه اصلا. آنها در هر هفته بین ۸۰، ۹۰ یا ۱۰۰ ساعت کار می‌کنند تا رویاهای‌شان را به واقعیت

مبدل کنند. آنها برای کارهایی که نسبت به آن اشتیاق دارند، وقت کافی برای خود فراهم می‌کنند. مهم‌ترین مسئله برای رسیدن به بازدهی موردنظر، اولویت‌بندی کارها و ساماندهی زندگی‌تان است. پس ۴۰ ساعت کار در هفته نمی‌تواند دلیل خوبی برای دنبال نکردن رویاهای تان باشد.

منابع و امکانات لازم در اختیار ندارم

بهبانه دیگری که بیشتر شنیده می‌شود کمبود منابع و امکانات است. این محدودیت که از جانب خودمان به ما تحمیل شده، به این باور برمی‌گردد که برای انجام کارهای موردعلاقمان نیاز به پول زیاد و ارتباطات گسترده داریم. این بهانه برای این است راه گریزی از چالش‌های جدید داشته باشیم.

برای این منظور، تمرین خوبی برای شما تدارک دیده‌ایم. در موتور جست و جوگر موردهلاقه‌تان درباره کارهایی که با بودجه شخصی تأمین شده تحقیق کنید. شاید با موارد کمی مواجه شوید، اما به سرعت متوجه می‌شوید کارهایی که با سرمایه شخصی رونق گرفته‌اند بسیار محدود هستند. موفق‌ترین و باارزش‌ترین شرکت‌ها از یک استارت‌آپ با بودجه شخصی ایجاد شده‌اند. در بیشتر مواقع، آنها در بین دوستان، اعضای خانواده، همکاران و سرمایه‌گذاران به دنبال تأمین منابع مالی موردنیازشان بوده‌اند. پس شما برای دنبال کردن رؤیاهای خود نیازی به میلیون‌ها دلار پول در حساب پس‌انداز شخصی‌تان ندارید. در واقع، انگیزه برای دستیابی به موفقیت خیلی مهم‌تر از مبلغ موجودی حساب بانکی‌تان است. با داشتن اعتماد به نفس کافی می‌توانید یک منبع مناسب پیدا کنید و به رویاهای تان برسید.

من برای این کار خیلی جوان یا پیر هستم

نیاید سن را عاملی محدودکننده برای دستیابی به موفقیت شغلی بدانید، اما خیلی از افراد چنین باوری دارند. حقیقت این است خیلی از ما فکر نمی‌کنیم سن مناسبی برای دنبال کردن رویاهای‌مان داریم. وقتی در دهه ۲۰ یا ۳۰ زندگی‌تان هستید شاید به این فکر کنید: «من خیلی کم سن و سال هستم، برای پیشرفت باید منتظر سال‌های بعدی باشم.» وقتی ۴۰ یا ۵۰ ساله شدید با خود می‌گویید: «من برای امتحان کردن مسیر جدید خیلی پیر هستم.»

شاید این سؤال برای تان به وجود بیاید سن مناسب برای دنبال کردن رؤیاها و اهداف چه زمانی است؟ پاسخش همین الان است. تفاوتی ندارد ۲۱ یا ۶۱ ساله باشید، همین حالا به دنبال دستیابی به رویاهای‌تان باشید. شاید نقوصی در خیلی پیر یا جوان بودن وجود داشته باشد، اما هر یک مزایای خود را دارد. قطعاً هر فردی در سن ۲۱ سالگی، انرژی و اشتیاقی دارد که در سنین بالا کم‌رنگ‌تر است. وقتی ۶۱ سال دارید از خرد و دانایی بیشتری بهره‌مندید که در هنگام شروع کار و فعالیت در شما وجود نداشت. پس بهانه پایین



یا بالا بودن سن را کنار بگذارید و به دنبال برنامه‌ریزی برای اهداف جدیدتان باشید.

دانش من به قدر کافی نیست

بهبانه دیگری که در بین بیشتر مردم رواج دارد این است فکر می‌کنند دانش برای موفقیت الزامی است. این بهانه‌تراشی‌ها به خاطر نبود اعتماد به نفس است که می‌تواند تاثیر مخربی هم داشته باشد. حقیقت این است هیچ کس درباره همه چیز اطلاعات ندارد.

اگر استیو جابز منتظر می‌ماند تا همه چیز بداند و بعد به سراغ اختراع کامپیوتر شخصی‌اش برود تا حالا هیچ کاری انجام ننداده بود. اگر مارك زاكربِرك فكر می‌کرد قبل از راه‌اندازی فیس‌بوک باید از دانشگاه فارغ‌التحصیل شود، شاید هیچ وقت این شبکه اجتماعی راه‌اندازی نمی‌شد. پس چرا فکر می‌کنید تمام افراد موفق قبل از دنبال کردن رؤیاهای‌شان درباره همه چیز اطلاع دارند؟

نیاز نیست برای موفق شدن، راجع به همه چیز بدانید. شما با افرادی ارتباط دارید که شما را در برطرف کردن نیازهای‌تان یاری می‌کنند و در این مسیر چیزهای زیادی یاد خواهید گرفت. نبود دانش کافی برای انجام ندادن کارهایی که دوست دارید و می‌خواهید انجام دهید، بهانه خوبی نیست.

شاید شکست بخورم

بهبانه دیگر برای دنبال نکردن رؤیاها، ترس از شکست است. خیلی افراد از بهانه‌های قبلی برای پیگیری نکردن آرزوهای‌شان استفاده می‌کنند، اما در حقیقت ترس از شکست است که برای برداشتن گام بعدی مانع کارآفرینان می‌شود.

ترس از شکست دلیل خوبی برای دنبال نکردن رؤیاها نیست. بدتر از اجرای ایده جدید و شکست خوردن در آن، دیدن کسی است که رؤیای شما را دنبال می‌کند و به موفقیت هم می‌رسد. پس امکان شکست همیشه وجود دارد، اما این مسئله نباید مانعی برای شما باشد. تمام افراد موفق در دنیا، در مرحله‌ای تجربه شکست دارند، اما آنها انتخاب می‌کنند دوباره در مسیر دستیابی به اهداف‌شان قرار بگیرند.

در پایان ...

تمام محدودیت‌هایی که مانع‌تان می‌شود را کنار بگذارید. این بهانه‌ها محدودیتی خودساخته برای دنبال نکردن رویاهای‌مان هستند. هیچ کس نمی‌تواند شما را از دنبال کردن رؤیاها و اهداف دورتان کند. شاید این طور فکر نکنید، اما حقیقت این است خود شما باعث موفقیت یا شکست‌تان می‌شوید. با دقت به این پنج بهانه نگاه کنید و ببینید کدام یک بیشتر شما را محدود کرده و از تغییر و تلاش برای انجام کار جدید واهمه نداشته باشید. قطعاً شما هم از احساس آزادی که همراه با دنبال کردن علایق‌تان می‌آید لذت می‌برید. بدون شک شما هم می‌توانید با تلاش و سختکوشی در مسیر موفقیت قرار بگیرید.

منبع: **ucan inc/**