

فرصت امروز

برای کسب وکار آفرینی

یادداشت

تیغ دولبه ارز
برای بازار سرمایه

مجید سلیمی پروجنی

کارشناس اقتصادی

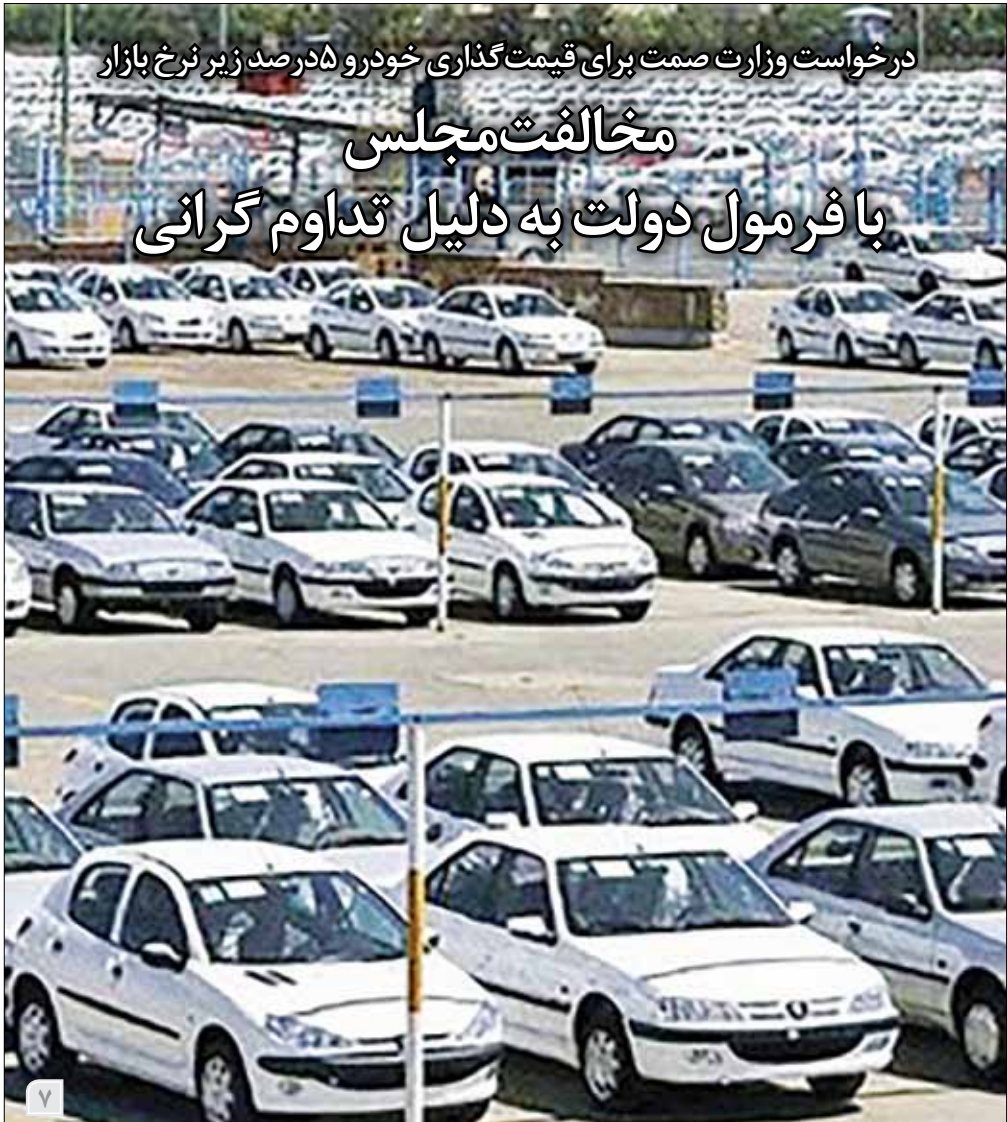
بازار سرمایه در چند هفته گذشته روزهای پرنوسان و همراه با سقوطی را تجربه کرده است. این در حالی است که این بازار از ابتدای سال ۹۸ رشد بسیار بالا و غیرمنتظره‌ای را به خود دید که پس از زنده شدن دارایی‌های بورس برای بازار، با هجوم سرمایه‌گذاران تازه وارد و ورود نقدینگی به این بازار مواجه شد. اگر به روند حرکتی دو سال گذشته نگاه کنیم، متوجه خواهیم شد از ابتدای روند رشد، شاخص تانکون افت و خیزهای بسیاری را به خود دیده است. اولین عنصر هر بازاری قیمت است؛ عنصری که بازار را به تعادل می‌رساند. اینجا قیمت باید آزاد باشد، اما دولت آن را بسته است. بازار سرمایه طی این مدت شاهد صف‌های زیاد بوده و این به دلیل دخالت‌های دولت در قیمت‌ها بوده که اجازه نداده قیمت‌ها از یک حدی بالاتر برود یا پایین بیاید. همین صف‌ها همیشه باعث ایجاد هیجان در سهامداران می‌شد و تجربه نشان داده هرگاه هیجان بالا می‌رود، تعقل نیز کنار می‌رود.

ادامه در صفحه ۴

درخواست وزارت صمت برای قیمت‌گذاری خودرو ۵۵ درصد زیر نرخ بازار

مخالفت مجلس

با فرمول دولت به دلیل تداوم گرانی



۷

شرکت حسابداری پرتو اروین پویان

انجام کلیه خدمات مالی و مالیاتی

آرامش در کسب و کارتان را با ما تجربه کنید

۰۲۱ - ۸۸۷۹۳۳۰۲

www.pooyan-acc.ir

چرا سالنامه آمار بازرگانی و شاخص‌های قیمتی واردات منتشر نمی‌شوند؟

گسل آماری
در تجارت خارجی

فرصت امروز: فرهنگ آماری ضعیف همواره یکی از چالش‌های نظام سیاست‌گذاری اقتصادی ایران بوده است. جدا از اقشار مردم که عموماً آماردهی را به ضرر و زیان خود می‌پندارند و به گمان مالیات‌ستانی دولت از ارائه آمارهای درست امتناع می‌ورزند، سازمان‌های دولتی نیز قابلیت آماری ضعیفی دارند؛ به طوری که در اغلب اوقات با آمارهای‌شان ناقص است و نمی‌توان از دل آن به تحلیل درستی رسید. به همین دلیل به ندرت می‌توان آماری درباره حوزه‌ای خاص در یک بازه مثلاً ۱۰ ساله پیدا کرد. به عنوان نمونه، سالنامه آمار بازرگانی که در گذشته توسط گمرک ایران منتشر می‌شد، چند سالی است که دیگر منتشر نمی‌شود. همچنین شاخص‌های قیمتی واردات که قبلاً توسط بانک مرکزی تهیه می‌شدند، از ۱۲ سال پیش تاکنون اعلام...

۳

«اکنونومیست» پیش‌بینی کرد

اقتصاد ایران از سال آینده به مدار رشد برمی‌گردد

۴

مدیریت و کسب‌وکار

«کارل پی» هم‌بنیانگذار وان
پلاس از این شرکت جدا شد

- با کلینکس ارتباط احساسی برقرار کنید
- چرا شیوع کرونا بهترین اتفاق برای تسلا بود؟
- ۱۰ نکته ضروری انتخاب نام دامنه سایت
- بازار بایی در لحظه چیست؟
- کمپین بازاریابی چیهوتل در تیک تاک
- ۱۰ تکنیک برای خلق یک شعار تبلیغاتی تاثیر گذار

۸ تا ۱۶

با امضای تفاهم‌نامه «کتاب پلاس» با «شرکت پرداخت الکترونیک پاسارگاد»

کتاب‌دوستان صاحب کیف پول «کیپاد» می‌شوند

به گفته سعیدی کیا، «با امضای این تفاهم‌نامه ناشران و کتابفروشان می‌توانند در کیف پول پاسارگاد با عنوان «کیپاد» برای مشتریان خود کیف پول مجازی ایجاد کنند؛ به نحوی که اعتبار و تخفیف ناشر برای مشتری، در این کیف پول ذخیره می‌شود و مشتریان با درج کد کتاب، می‌توانند بعد از خرید از جویز، هدایا و امتیازهای در نظر گرفته شده ناشر در کیف پول خود بهره‌مند شوند.» وی با اشاره به برگزاری «کارگاه بازاریابی در صنعت نشر» در محل «شرکت شناسا» نیز گفت: «در این کارگاه به استراتژی‌ها و تاکتیک‌های بازاریابی در صنعت نشر و برنامه‌های عملیاتی قبل، حین و بعد از رویدادهایی که هر ناشر برای خود برنامه‌ریزی می‌کند، پرداخته شد همچنین به طراحی یک برنامه بازاریابی مناسب با فضای صنعت نشر اشاره شد و حاضران برنامه، بازاریابی شش ماهه دوم سال خود را با توجه به احتمال برگزاری نمایشگاه مجازی کتاب در این کارگاه طراحی کردند.» مدیر «کتاب پلاس» با اشاره به دیگر مباحث طرح شده در این کارگاه ادامه داد: «مشکل اصلی در بازاریابی کتاب، نخست درک ضرورت بازاریابی و تبلیغ برای کتاب و کتابخوانی است. این ضرورت هنوز به صورت عینی احصا نشده است؛ مشکل دوم اینکه وقتی اراده داریم در بازاریابی قدم برداریم و جا پای شرکت‌های بزرگ بگیریم و از کمپین‌های موفق آنها تقلید کنیم، ما می‌خواهیم با بودجه‌ای صدها برابر کمتر از آنها نتیجه‌ای موفقیت‌آمیز مانند آنها داشته باشیم، حال آنکه به لحاظ رقم بودجه، اهداف، اندازه و اتمسفر فضای کتاب و کتابخوانی با آنها کاملاً متفاوت هستیم و عملاً پولی که خرج کمپین‌های اینچنینی می‌شود همچون قطره‌ای در اقیانوس، هیچ اثری نخواهد داشت.» به گفته وی، «دو نوع استراتژی در بازاریابی کتاب وجود دارد؛

در اولین کنفرانس «علم، فناوری و پیچیدگی اقتصادی» مطرح شد

پیچیدگی اقتصادی در جوامع توسعه‌نیافته

آنقدر در اقتصاد ساده‌سازی کرده‌ایم که دیگر نمی‌توانیم متغیرها و دلایل اصلی که در اقتصاد رخ می‌دهد را بررسی کنیم. او با بیان اینکه رویکرد پیچیدگی اقتصادی، یکی از رویکردهای جدید در حوزه اقتصاد است که نزدیک به ۱۵ سال است با سردمداری دانشگاه هاروارد و آما‌ی‌تی در حوزه اقتصاد ورود پیدا کرده، ادامه داد: این رویکرد توسعه پیدا کرد و به صورت موازی تیمی به نام «پیرگروپ» در ایتالیا، فعالیت در این حوزه را آغاز کردند. در حال حاضر، بانک جهانی، صندوق بین‌المللی، سازمان ملل، دانشگاه هاروارد، کشورهای توسعه‌یافته و در حال توسعه و کشورهای مانند شیلی، آرژانتین، برزیل و مکزیک و غالب کشورهای اروپایی و روسیه، چین، هند و اخیراً عربستان، قطر و ترکیه و به تبع آن ایران، در این حوزه ورود پیدا کرده‌اند و سامانه‌هایی راه‌اندازی شده است که رویکرد پیچیدگی اقتصادی در داخل کشورشان را رصد می‌کند. حتی بحث مربوط به توسعه اقتصادی و برنامه‌های میان‌مدت و بلندمدت آن را بر پایه این رویکرد و استراتژی‌های مربوط به آن اتخاذ کرده‌اند.

به گفته شامهرادی، خوشبختانه این رویکرد به خوبی مطرح شد و با توجه به اینکه پایه‌های منسجم علمی برای آن پیدا شده بود، در حال حاضر در داده‌های سازمان ملل نیز اطلاعات خوبی وجود دارد که منابع تجزیه و تحلیل مربوط به رشد و توسعه اقتصادی کشورها است. به نحوی که روزنامه گاردین در سال ۲۰۱۶ میلادی اعلام کرد که بهترین روش تخمین رشد و توسعه اقتصادی کشورها است.

دبیر کنفرانس ملی «علم، فناوری و پیچیدگی اقتصادی» افزود: پیش‌روی روزانه در مسائل اقتصادی، می‌بینیم که ما آنقدر در اقتصاد ساده‌سازی کرده‌ایم که دیگر نمی‌توانیم متغیرها و دلایل اصلی که در اقتصاد رخ می‌دهد را بررسی کنیم بنابراین این رویکرد تحت عنوان پیچیدگی اقتصادی به عرصه اقتصاد ورود پیدا کرد تا بتواند این پیچیدگی را به نحو احسن تحلیل کند و مسیر خوبی را پیش روی ما ترسیم

منظور از چندی پیش مجموعه «کتاب پلاس» با همکاری تعدادی از ناشران و «شرکت پرداخت الکترونیک پاسارگاد» و پشتیبانی «سنپ باکس»، کمپین «کرونا دور، کتاب نزدیک» را به راه انداخت. شهروندان با شرکت در این کمپین به راحتی به کتاب خود دست پیدا کرده و می‌توانند کتاب موردنظر خود را از طریق سامانه (Shop.ketabplus.com) سفارش داده و در درب منزل با بسته‌بندی بهداشتی تحویل بگیرند. در این سامانه همچنین بستری فراهم شده تا افراد بتوانند جهت تشکر از پرستاران و کادر درمان بیمارستان‌ها که در خط مقدم مبارزه با بیماری کرونا هستند، به آنها کتاب نیز هدیه دهند. حالا در تازه‌ترین ابتکار و با امضای تفاهم‌نامه بین مجموعه «کتاب پلاس» و «شرکت پرداخت الکترونیک پاسارگاد»، کتاب‌دوستان می‌توانند صاحب کیف پول الکترونیکی پاسارگاد (کیپاد) شوند. روز دوشنبه این هفته بود که مهدی سعیدی کیا، مدیر «کتاب پلاس» از امضای تفاهم‌نامه مشترک بین این مجموعه با «شرکت پرداخت الکترونیک پاسارگاد» خبر داد و گفت: «این تفاهم‌نامه به معنای امکان ایجاد بازار جدید از فروش سازمانی کتاب برای ناشران است.» او با اشاره به ابعاد این تفاهم‌نامه و امکاناتی که برای کتابخوانان فراهم می‌کند، به خبرگزاری کتاب ایران (ایبنا) گفت: «با همکاری باشگاه مشتریان آوند بانک پاسارگاد، همه سازمان‌ها و مؤسسات طرف قرارداد این باشگاه می‌توانند علاوه بر استفاده از خدمات رفاهی این باشگاه از فروشگاه ناشران برای خرید کتاب برای کارکنان خود استفاده و به کارکنان خود تسهیلات خرید کتاب ارائه کنند بنابراین تفاهم‌نامه مشترک «کتاب پلاس» با «شرکت پرداخت الکترونیک پاسارگاد» به معنای امکان بازار جدید از فروش سازمانی کتاب برای ناشران است.»

رئیس کنفرانس ملی «علم، فناوری و پیچیدگی اقتصادی» با بیان اینکه اگر با این نگاه به این مسئله نگاه کنیم، علم و فناوری نوشداری این بیماری می‌شود، گفت: با این نگاه، دیگر به علم و فناوری به عنوان کالای حاشیه‌ای و موضوع دست دوم نگاه نمی‌کنیم. اگر این را بپذیریم و بر این مبنا برای پیشرفت اقتصادی و ایجاد و توسعه در بنگاه‌های اقتصادی برنامه‌ریزی کنیم، نیازمند معاینه دقیق وضعیت بخش‌های مختلف اقتصادی و چارچوبی برای اولویت‌بندی و برنامه‌ریزی بخش‌های مختلف هستیم.

وی یادآور شد: چارچوب پیچیدگی اقتصادی یا به عبارت بهتر رویکرد پیچیدگی اقتصادی، نگرش و ابزار لازم برای این امر را در اختیار ما قرار می‌دهد. رویکرد پیچیدگی اقتصادی با استفاده از نقشه فضای محصول سعی می‌کند ترسیم مسیر توسعه و شکوفایی اقتصادی کشورها را ممکن کند و بر پایه این مسیر، قادر خواهیم بود برای انباشت فناوری در کشور در راستای قابلیت‌های موجود، برنامه‌ریزی کنیم. مطالعات اخیر نشان داده که کشورهای در حال توسعه، از تمرکز بر محصولات با ارزش افزوده پایین، دست کشیده‌اند و به سمت محصولات با فناوری پیچیده حرکت کرده‌اند. در این مسیر برای کشور ما، انتخاب صنایعی که همسو با قابلیت‌های کشور باشد، می‌تواند به ما کمک کند که از دام مشکلات حوزه اشتغال و صادرات رها شویم و کمک کند از صنایعی که ممکن است منابع ما را هدر دهد، دست بکشیم. قاضی در پایان اضافه کرد: کشور باید تلاش خود را به تولید و انباشت فناوری و دانش و مهارت در محصولاتی معطوف کند که دارای سه ویژگی اصلی باشند، اول اینکه از پیچیدگی بالایی برخوردار باشند، در راستای قابلیت‌های فعلی کشور قرار بگیرند و بیشتر نقش را در تولید در زنجیره ارزش به عهده داشته باشند.

همچنین بهروز شامهرادی، دبیر کنفرانس «علم، فناوری و پیچیدگی اقتصادی»، رویکرد پیچیدگی اقتصادی را مختص کشورهای توسعه‌نیافته دانست و گفت: ما

فرصت امروز: «کیپاد» یا همان کیف پول همراه پاسارگاد، از جمله خدمات بانک پاسارگاد است که پرداختی امن، سریع و آسان را برای کاربران فراهم می‌کند. حالا طبق تفاهم‌نامه‌ای که به تازگی بین مجموعه «کتاب پلاس» با «شرکت پرداخت الکترونیک پاسارگاد» امضا شده، کتاب‌دوستان صاحب کیف پول «کیپاد» می‌شوند. در واقع، ناشران و کتابفروشان می‌توانند از این طریق برای مشتریان خود کیف پول مجازی ایجاد کنند؛ به طوری که اعتبار و تخفیف ناشر برای مشتری در این کیف پول ذخیره می‌شود و مشتریان با درج کد کتاب می‌توانند بعد از خرید از جویز، هدایا و امتیازهای در نظر گرفته شده ناشر در کیف پول خود بهره‌مند شوند. نکته جالب اینجاست که اپلیکیشن «کیپاد» تنها منحصر به مشتریان بانک پاسارگاد نبوده و همه مشتریان شبکه بانکی با داشتن کارت بانکی و رمز دوم اینترنتی می‌توانند از راحتی و امنیت پرداخت بهره‌مند شوند، کما اینکه با امضای تفاهم‌نامه «کتاب پلاس» با «شرکت پرداخت الکترونیک پاسارگاد» حالا ناشران، کتابفروشان، کتابخوانان و همه فعالان بازار کتاب می‌توانند از امکانات کیف پول همراه پاسارگاد استفاده کنند.

این روزها که شیوع کرونا بین کتابخوانان و کتابفروشی‌ها فاصله انداخته و نمایشگاه کتاب امسال هم بر گزار نشد، با اینکه کتابخوان‌ها وقت بیشتری برای در خانه ماندن و کتاب خواندن دارند، اما دسترسی‌شان به کتاب‌ها سخت‌تر شده و علاوه بر آن، گرانی قیمت کتاب‌ها هم مزید بر علت شده است. به همین دلیل اغلب کتابخوانان به سراغ طرح‌های تخفیف ناشران و کتابفروشان می‌روند تا از این طریق بتوانند به کتاب موردنظر خود با قیمتی کمتر دست پیدا کنند. به همین

فرصت امروز: نخستین کنفرانس ملی «علم، فناوری و پیچیدگی اقتصادی» روز گذشته (سه‌شنبه) به صورت مجازی برگزار شد. در این کنفرانس یک روزه که به همت مرکز تحقیقات سیاست علمی کشور در دانشگاه الزهرا برگزار شد، فرشاد مومنی عضو هیأت علمی دانشگاه علامه طباطبائی و دکتر مجید قاسمی، رئیس دانشگاه خاتم سخنرانی کردند. پیچیدگی اقتصادی و توسعه اقتصادی، بازارهای مالی و پیچیدگی اقتصادی، قابلیت‌های فناوریانه و پیچیدگی اقتصادی، سیاست‌های دولت در راستای پیچیدگی اقتصادی و رویکردهای مدل‌سازی به پیچیدگی اقتصادی ازجمله محورهای مهم این کنفرانس بوده است.

ابتدا سید سروش قاضی نوری، رئیس این کنفرانس با اشاره به عوامل مشکل‌ساز در اقتصاد گفت: نباید به علم و فناوری به عنوان کالای حاشیه‌ای و موضوع دست دوم نگاه کنیم. موضوع هدف این کنفرانس برای کشور دارای اهمیت جدی است. خام‌فروشی یا تمرکز بر ساخت محصولاتی که ارزش افزوده پایینی در زنجیره ارزش دارند، بیماری مشترک کشورهای در حال توسعه است.

او ادامه داد: نشانه‌های این بیماری به شکل‌های مختلفی دیده می‌شود.

خام‌فروشی در معدن، تبدیل گاز به محصولات ساده و با ارزش افزوده نسبتاً پایین در پتروشیمی، وابستگی شدید به بنز گران قیمت خارجی، وابستگی به نژاد و واکسن و حتی در بعضی موارد خوراک خارجی در بخش دام و طیور، نمونه‌هایی از این عارضه هستند که کشورهای در حال توسعه و به ویژه کشور ما را تحت تأثیر جدی قرار می‌دهند.

به گفته قاضی‌نوری، تحقیق و توسعه، همکاری مستمر بین بنگاه‌های اقتصادی و نهادهای حوزه علم و فناوری، سرمایه‌گذاری بر افزایش قابلیت‌های استراتژیک در بنگاه‌های اقتصادی، بخش مهمی از نسخه قابل تجویز برای درمان این بیماری منابع‌کاه و فرساینده برای کشور است.



«مجمع جهانی اقتصاد» گزارش داد

۶ گام برای احیای پایدار اقتصاد

فرصت‌سازی در بحران‌های اقتصادی، مهارت بی‌نظیری است؛ مهارتی که در این روزها می‌تواند آینده اقتصادی کشورها را تضمین کند. به نظر می‌رسد پاندمی کرونا فرصتی برای رشد پایدار در اقتصاد دنیا فراهم کرده که از این فرصت باید به بهترین شکل ممکن استفاده کرد. به عنوان نمونه، در سال‌های گذشته مذاکرات زیادی در مورد ضرورت گذر در نوع انرژی مصرفی دنیا انجام شده است. گذر از انرژی‌های فسیلی به سمت انرژی‌های احیاشدنی که انتشار کربن کمتری داشته باشند، اما این مذاکرات تا به امروز عملی نشد ولی شرایط کرونایی این روزها ضرورت این تغییر را بیش از پیش نشان داده است.

«مجمع جهانی اقتصاد» به تازگی در گزارشی نوشت: «گذر به سمت اقتصاد کم‌کربن و بدون کربن باید تسریع شود در غیر این صورت بحران تغییرات جوی چالش‌های زیادی برای انسان‌های ساکن روی کره زمین ایجاد خواهد کرد. در سال‌های قبل برخی از کشورها از همسویی با این سیاست امتناع می‌کردند و بر این باور بودند که هر کشوری که احساس نیاز می‌کند در این مسیر گام بردارد ولی واقعیت این است که این بحران به دست چند کشور خاص حل نمی‌شود و تنها در صورت همراهی تمامی کشورهای دنیا است که می‌توان به حل معضل امیدوار بود.»

هم‌اکنون بخش اعظم تلاش‌های دنیا در حوزه کاهش انتشار کربن متوجه تولید برق با استفاده از انرژی‌های احیاشدنی و کاهش استفاده از انرژی‌های فسیلی در تولید برق دنیا است، اما بررسی‌ها نشان داده تنها یک چهارم از گازهای گلخانه‌ای تولیدشده در دنیا به صنعت برق ارتباط دارد. بخش صنعتی شامل پالایشگاه‌ها، کارخانه‌های فعال در حوزه

پتروشیمی، کارخانه‌های تولید کود شیمیایی، تولید فولاد و سیمان بالغ بر ۲۱درصد از گازهای گلخانه‌ای دنیا را تولید می‌کند. امروزه ۱۵ درصد انرژی مصرفی در واحدهای صنعتی مذکور در دنیا از برق تأمین می‌شود و مابقی انرژی مصرفی آنها را سوخت‌های فسیلی و آلاینده تشکیل می‌دهند. در بخش حمل و نقل هم استفاده از تکنولوژی‌های جدید و کاهش مصرف انرژی‌های فسیلی در این صنعت می‌تواند تأثیر زیادی روی حجم کربن منتشر شده در دنیا داشته باشد. هم‌اکنون صنعت حمل و نقل مسئول اصلی تولید ۱۵درصد از گازهای آلاینده در دنیا است.

«مجمع جهانی اقتصاد» با اشاره به ضرورت همکاری جهانی در این مورد نوشت: «همه‌گیری کرونا به ما نشان داد که دنیای امروز درهم‌تنیده است و نمی‌توان در یک بخش اصلاحاتی ایجاد کرد بدون اینکه بخشی دیگر اصلاح نشود. به همین دلیل است که سیاست‌های مبارزه با همه‌گیری کرونا در تمامی دنیا یکسان اجرا می‌شود و برای مبارزه با تغییرات جوی و اجرای سیاست‌های رشد پایدار اقتصادی هم باید همین روند طی شود. یعنی تمامی کشورهای دنیا باید سیاست‌های مشابه به کار گیرند و بر اهمیت رشد پایدار اقتصادی صحه بگذارند. تنها با این کار است که روزهای روشنی در انتظار اقتصاد دنیا خواهد بود.»

اما با توجه به اینکه دنیا در شرایط بسیار بحرانی و سختی قرار دارد، باید هرچه سریع‌تر وارد عمل شد و در صد اصلاح شرایط برآمد. «مجمع جهانی اقتصاد» در این گزارش، ۶ سیاستی را که باید در تمامی دنیا به صورت هماهنگ اجرا شود تا دنیا از واردشدن به بحران دیگری در امان باشد و رشد پایدار اقتصادی را تجربه کند، اعلام کرده است:

• استفاده صحیح از بسته‌های حمایتی مالی

بسته‌های مالی باید در بخش‌هایی صرف شود که بالاترین بازده را برای اقتصاد دارد و هزینه‌های کمی به اقتصاد دنیا تحمیل می‌کند. بعد از بحران اقتصادی سال ۲۰۰۸، صدها و شاید هزاران فرصت شغلی در دنیا ایجاد شد ولی تمامی این مشاغل به دنبال بی‌توجهی دنیا به تولید انرژی با منابع پاکي مانند انرژی خورشید و باد و آب به وجود آمد. این اشتباهی بود که دنیا مرتکب شد و نتیجه آن تغییرات جوی و توفان‌های بسیار زیاد بود.

• روی تکنولوژی‌های آینده سرمایه‌گذاری کنید

سرمایه‌ها را باید هدفمند استفاده کرد و به جای تمرکز روی تکنولوژی‌ها و صنایعی که در سال‌های گذشته کارایی داشتند، در حوزه‌هایی استفاده شود که برای رشد اقتصادی و توسعه صنعتی در دنیای آتی مناسب است. دیگر سرمایه‌گذاری روی توسعه صنایعی که قبلاً وجود داشته است با همان فرم و روش قبلی، نمی‌تواند کارایی داشته باشد. باید سرمایه‌گذاری‌ها با توجه به تحولات اخیر ناشی از چهارمین انقلاب صنعتی انجام شود و مکانیزه بودن و دیجیتالیزه بودن فعالیت‌های صنعتی مدنظر قرار بگیرد.

• انگیزه مصرف را افزایش دهید

نقش مصرف‌کنندگان در اقتصاد کشورها غیر قابل اغماض است. در کشورهایی که مصرف به یک فرهنگ تبدیل شده است فرصت اشتغال و رشد اقتصادی بالاتر است. هرچه قدرت خرید مردم بالاتر باشد و تمایل آنها به مصرف بیشتر باشد، اثر گذاری بسته‌های حمایتی مالی روی اقتصاد بیشتر است. باید این است که باید از مصرف‌کنندگان کالاهای کم‌آلاینده حمایت شود. حال شاید این مصرف‌کننده، تنها کالاهای مصرفی مانند خودرو یا پیچخال استفاده کند یا اینکه کارخانه‌ای باشد که ماشین‌آلات صنعتی و آلاینده را مصرف کند.

• سیاست‌های حمایتی درباره انرژی پاک طراحی کنید

در تمامی دنیا سیاست‌های اقتصادی در جهت حمایت از صنایع فسیلی و مصرف‌کنندگان سوخت‌های فسیلی است. سیاست‌های مالیاتی، یارانه‌های صنعتی و حتی وام‌هایی که به صاحبان کسب و کارها پرداخت می‌شود همگی در حمایت از صنایع نفت و گاز طبیعی است و توجهی به منابع انرژی‌های کم‌کربن ندارد. این تحول می‌تواند مزایای زیادی برای اقتصاد دنیا و محیط‌زیست داشته باشد و از تحمیل هزینه‌های بیشتر به اقتصاد دنیا جلوگیری کند.

• زیرساخت‌های کنونی را مدرنیزه کنید

طی سالیان، زیرساخت‌های صنعتی و شهری زیادی ساخته شده است که در وضعیت تازه‌ای که دنیا با آن روبه‌رو شده، کارایی زیادی ندارد. مسئله این است که باید بازسازی به گونه‌ای انجام شود که ضمن صرف هزینه کم، کارایی زیرساخت‌ها ارتقا یابد. زیرساخت‌های بازسازی‌شده باید با استانداردهای مدرن در زمینه کارایی مصرف انرژی و توجه به کیفیت آب و هوا تطابق داشته باشد.

• بوروکراسی‌های دولتی را کاهش دهید

یکی از موانع مهم سرمایه‌گذاری در انرژی‌های پاک، پیچیدگی‌های قانونی برای شروع این پروسه است. این موانع در کشورهای مختلف وجود دارد و به همین دلیل اگر دنیا بخواهد به سمت استفاده از انرژی‌های پاک حرکت کند، باید این موانع قانونی از میان برود و این فرآیند تسهیل شود.

«نفرین برنده» به روایت برندگان نوبل اقتصاد ۲۰۲۰

جایزه نوبل اقتصاد «حراج» شد



را به خود مشغول کرده است.

دشواری تجزیه و تحلیل حراجی آنجایی است که بهترین استراتژی پیشنهاددهنده به این بستگی دارد که دیگر مشارکت‌کنندگان چه پیشنهادی را در حراج مطرح خواهند کرد. آیا در ارزیابی برخی از پیشنهاددهندگان، ارزشی کمتر یا بیشتر برای مورد به حراج گذاشته شده نسبت به دیگران برآورد شده است؟ آیا این ارزیابی‌های متفاوت، منعکس‌کننده این است که برخی از پیشنهاددهندگان اطلاعات بهتری را در رابطه با مشخصات و ارزش مورد به حراج گذاشته شده در اختیار دارند؟ آیا مشارکت‌کنندگان می‌توانند برای دستکاری و پایین نگه داشتن قیمت نهایی حراج با یکدیگر همدست شوند؟

برنده نوبل اقتصاد در سال ۱۹۹۶ یعنی ویلیام ویکری، پایه‌گذار تئوری حراج در اوایل دهه ۱۹۶۰ است. او یک مورد خاص را تجزیه و تحلیل کرد که در آن پیشنهاددهندگان فقط ارزش‌های خصوصی یا مستقر را برای یک کالا یا خدمتی که به حراج گذاشته می‌شود در نظر دارند و ارزیابی شخصی شما از ارزیابی دیگر پیشنهاددهندگان متأثر نمی‌شود. در چنین حراجی، بهتر است رقم پیشنهادی ما بیشتر از ارزش گذاری‌مان نباشد. پرسش بعدی این است که آیا باید قیمت پایین‌تری را پیشنهاد دهیم؟ ویکری نشان داد در شناخته‌شده‌ترین قالب‌های حراج مانند حراج انگلیسی و هلندی همه پیشنهاددهنده‌ها ریسک خنثی هستند، یعنی نسبت ریسک بی‌تفاوتند.

موضوع ارزش‌های خصوصی نیز از موارد جدی مسئله حراج است. در بسیاری از حراج‌ها مانند حراج اوراق بهادار دارایی و حق بهره‌برداری یک ارزش مشترک وجود دارد. در چنین حراج‌هایی، برنده ارزیابی بالاتری نسبت به ارزش مورد به حراج گذاشته شده دارد. بر این اساس، مفهوم شناخته‌شده‌ای به نام مفهوم «نفرین برنده» مطرح می‌شود که در آن فرد برنده حراج یا مزایده به دلیل اینکه قیمتی بالاتر از قیمت واقعی مطرح کرده، در حراجی برنده شده است بنابراین کالایی را به قیمتی بیش از قیمت واقعی خود خریداری کرده و در معامله زیان کرده است.

رابرت ویلسون نخستین فردی بود که چارچوب تحلیلی حراج‌های با ارزش مشترک را ایجاد کرد و توضیح داد پیشنهاددهندگان در چنین شرایطی چگونه رفتار می‌کنند. او در سه مقاله که در دهه ۱۹۶۰ و ۱۹۷۰ منتشر کرد، توضیح داد استراتژی بهینه پیشنهاد برای «حراج قیمت اول» زمانی است که درباره قیمت واقعی نااطمینانی وجود دارد. در این شرایط افراد تلاش می‌کنند از یک معامله بد بربیز کنند و نفرین برنده در مورد آنها اتفاق نیفتد. در شرایط نااطمینانی، اغلب پیشنهاددهندگان بیشتر احتیاط می‌کنند و قیمت نهایی پایین‌تر خواهد بود.

در بسیاری از حراج‌ها، پیشنهاددهندگان هم ارزش‌های خصوصی دارند و هم ارزش‌های مشترک. فرض کنید در حال فکر کردن درباره قیمت پیشنهادی خود در یک حراجی خانه یا آپارتمان هستید. تمایل پرداخت شما هم به ارزش خصوصی و هم به ارزش مشترکی که تخمین زده‌اید، بستگی دارد. ارزش خصوصی یعنی تا چه میزان نسبت به شرایطی مانند نقشه، موقعیت و مواردی مانند آن رضایت دارید و ارزش مشترک یعنی قیمتی که در آینده شما قادر به فروش این خانه آپارتمان خواهید بود.

همین دو پرسش در موقعیت‌های دیگر قابل طرح هستند. یک شرکت انرژی که در حراج حق بهره‌برداری منابع گاز طبیعی شرکت کرده به ارزش خصوصی یعنی هزینه استخراج گاز و ارزش مشترک یعنی اندازه ذخیر گاز اهمیت می‌دهد. بانکی که در حراج اوراق دولتی شرکت کرده نیز به ارزش خصوصی یعنی تعداد مشتریانی که می‌خواهند این اوراق را خریداری کنند و ارزش مشترک یعنی نرخ بهره اتی بازار توجه می‌کند. ارزیابی پیشنهادها در حراج‌هایی که ارزش خصوصی و مشترک به طور همزمان در آنها وجود دارد، مسئله را پیچیده‌تر از موارد خاصی می‌کند که توسط ویکری و ویلسون تحلیل و بررسی شدند.

• **حراج‌های کاربردی بهتر از نگاه میلگرام و ویلسون**

کسی که سرانجام توانست این گره کور را باز کند، «پل میلگرام» بود که مقالاتش را در سال‌های ۱۹۸۰ منتشر کرد. تحلیل میلگرام که در برخی موارد با همکاری «رابرت ویر» همراه بود، بینش جدید و مهمی درباره حراج‌ها را ارائه داد. یکی از نگرانی‌ها این است که قالب‌های متفاوت حراج، چگونه مسئله نفرین برنده را حل‌وفصل می‌کند. کار میلگرام و ویلسون نه تنها گسترش پایه‌های تئوری که کاربرد قالب‌های بهتر و ابداع قالب‌های جدید برای موقعیت‌های پیچیده‌ای بود که قالب‌های موجود نمی‌توانستند در مورد آنها به کار گرفته شود. شناخته شده‌ترین کار آنها طراحی حراجی برای نخستین‌بار در آمریکا بود که در فروش فرانکس‌های رادیویی به اپراتورهای مخابراتی استفاده شد.

فرکانس‌های رادیویی برای ارتباطات بی‌سیم مانند ارتباطات موبایل، پرداخت‌های اینترنتی یا جلسات اینترنتی مورد استفاده قرار می‌گیرند. فرکانس‌های رادیویی منابع محدودی هستند که ارزش بالایی برای مشتریان، کسب‌وکارها و جامعه دارند. این فرکانس‌های رادیویی در

مالکیت دولت هستند، اما بازیگران بخش خصوصی اغلب می‌توانند به طور کاراتری از آنها بهره‌مند شوند بنابراین مسئولان تصمیم گرفتند تا روشی برای دسترسی آنها فراهم کنند. این کار ابتدا از طریق فرآیندی انجام شد که مشابه انتخاب دختر شایسته بود؛ یعنی هر شرکت باید دلایلی را ارائه می‌کرد که چرا باید باند‌های فرکانسی به او داده شود. بر این اساس، شرکت‌ها توانستند مجوز دسترسی را دریافت کنند. این مدل موجب شد شرکت‌های مخابراتی مبالغ هنگفتی برای چانه‌زنی و لابی‌گری پرداخت کنند با این حال درآمد ایجادشده برای دولت از طریق این فرآیند محدود بود.

در دهه ۱۹۹۰ با گسترش موبایل، مسئولان کمیسیون فدرال ارتباطات آمریکا (FCC) متوجه شدند این مسابقه دیگر پاسخگو نیست. تعداد شرکت‌های موبایل با سرعت در حال افزایش بود و FCC در حال غرق شدن زیر انبوه درخواست‌ها برای دسترسی به فرکانس‌های رادیویی. بعد از فشارهایی که FCC بر کنگره آمریکا وارد کرد، کنگره اجازه داد از قرعه‌کشی برای تخصیص باند‌های فرکانس استفاده شود بنابراین مسابقه انتخاب دختر شایسته جای خود را به فرآیند کاملاً تصادفی صدور مجوز داد اما همچنان درآمد دولت از این طریق محدود بود.

با وجود این تغییر رویه، اپراتورها همچنان ناراضی بودند. قرعه‌کشی‌ها در سطح محلی انجام می‌شد بنابراین اپراتورهای موبایل در سطح ملی معمولاً با شبکه‌های ناپیوسته‌ای مواجه بودند که باندهای فرکانسی متفاوتی را در مناطق مختلف فراهم می‌کردند. بعد از این اتفاق، اپراتورها تلاش کردند مجوزها را بین خود خریدوفروش کند و بازار ثانویه‌ای برای این مجوزها پدید آمد. در همین حال، بدهی دولت آمریکا در حال افزایش بود و ادامه توزیع مجوزهایی که تقریباً رایگان بودند، با چالش‌های سیاسی مواجه شد. ارزش بازاری مجوزها به میلیاردها دلار رسیده بود و این مبلغ هنگفتی بود که به جای اینکه در اختیار خزانه آمریکا قرار گیرد، در دست سفته‌بازان بود و به زیان همه شهروندان تمام می‌شد. سرانجام در سال ۱۹۹۳ تصمیم گرفته شد تا توزیع این مجوزها از طریق فرآیند حراج انجام شود.

• **حراج چند مرحله‌ای همزمان: قالب جدید حراج**

حالا یک مسئله جدید مطرح می‌شود، چگونه می‌توان حراجی را طراحی کرد که در آن هم تخصیص باندهای فرکانس رادیویی کارا باشد و هم برای مالیات‌دهندگان بیشترین فایده ممکن را داشته باشد؟ در اینجا هم مسئله ارزش خصوصی وجود دارد، هم ارزش مشترک. علاوه بر این ارزش یک باند فرکانس خاص در یک منطقه خاص بستگی به دیگر باند‌های فرکانسی دارد که یک اپراتور خاص در اختیار دارد یعنی اپراتور می‌تواند بعد از حراج، پوشش سراسری در کل کشور داشته باشد یا نه.

فرض کنید قانون گذار سوئد، باند‌های فرکانس هر منطقه را به ترتیب حراج کند و از شمال کشور شروع کرده و در جنوب آخرین حراج را برگزار کند. ارزش مجوز در منطقه جنوبی به این بستگی دارد که اپراتور در دوره‌های بعدی حراج موفق به خرید مجوز همه کشور تا منطقه جنوبی شود یا خیر و آن را در چه قیمتی تهیه کند. علاوه بر این، برخی خریداران سفته‌باز ممکن است تلاش کنند تا دقیقاً همان باند فرکانسی را خریداری کنند که اپراتور در منطقه جنوبی نیاز دارد و آن را در بازار ثانویه به قیمت بالاتر به این اپراتور بفروشند. به دلیل این شرایط عدم اطمینان بالا، اپراتور پیشنهاد خود را در قیمت پایین نگه می‌دارد یا به طور کلی از فرآیند حراج خارج می‌شود و منتظر بازار ثانویه می‌ماند. این مثال سوئدی برای تشریح مسئله واقعی آمریکا بود. آمریکا ناچار بود باندهای رادیویی در همه مناطق جغرافیایی را یک‌باره تخصیص دهد و تعداد زیادی از پیشنهاددهندگان را مدیریت کند. برای حل این مشکلات میلگرام و ویلسون با همکاری پرستون مک‌آفی، قالب جدیدی برای حراج را ابداع کردند. حراج چندمرحله‌ای همزمان یا SMRA قالبی بود که در آن حراج همه باندهای فرکانس رادیویی در مناطق مختلف جغرافیایی به طور همزمان انجام شود و در آن حراج با پایین‌ترین قیمت آغاز و اجازه داده شود پیشنهادها تکرار شوند. این حراج منجر می‌شود مسائل ناشی از نااطمینانی و نفرین برنده کاهش یابد. زمانی که FCC برای نخستین‌بار این شیوه را در جولای ۱۹۹۴ انجام داد ۱۰ مجوز در ۴۷ مرحله به فروش رسید و درآمد ۶۱۷ میلیون دلاری برای دولت آمریکا که پیش از این تقریباً تخصیص مجوزها را به صورت رایگان انجام می‌داد، فراهم شد.

نخستین استفاده از قالب جدید حراج، موفقیت بزرگی بود و بسیاری از کشورها قالب مشابهی را برای حراج طیف‌های رادیویی به کار بردند. برندگان جایزه نوبل اقتصاد ۲۰۲۰ که کاربرد این نظریه را به زندگی روزمره آوردند، خود توسعه‌دهندگان ادبیات نظری آن هستند. این گونه بود که تلاش‌های میلگرام و ویلسون در سطح تئوری باقی نماند و به‌طور کاربردی در میانه دهه ۱۹۹۰ برای توزیع دارایی‌های پیچیده عمومی نظیر باند‌های فرکانس و برق به کار رفت.

استارت آپ‌ها

چطور برای روز مجردها با شیوع کرونا آماده شویم؟

کار دشوار خرده‌فروش‌ها

روز مجردها نزدیک است و کسب و کارها باید خود را برای مدیریت حمل و نقل موثر در این روز با وجود همه‌گیری کرونا آماده کنند. در ۱۱ نوامبر سال گذشته یعنی روز مجردها، غول خرده‌فروشی در چین، علی بابا به درآمدی معادل ۳۸,۴ میلیارد دلار یا ۳۲,۲ میلیارد یورو در یک روز رسید که نسبت به سال ۲۰۱۸ رشد قابل توجهی داشت، با این حال بسیاری میزان رشد فروش در مهمترین رخداد خرده‌فروشی در سراسر جهان را کند ارزیابی کردند و دلیل آن را هم به تضعیف روابط اقتصادی چین و آمریکا و بروز جنگ تجاری نسبت دادند.

هرچند امسال، اقتصاد جهان با همه‌گیری کرونا منقبض شده و هزینه مصرف افت کرده اما باید به نیمه پَر لیوان نگاه کرد. براساس پژوهش‌های انجام شده در آسیا از رفتار مصرف‌کنندگان و با در نظر گرفتن داده‌ها و معیارهای جهانی در تحلیل‌های آژانس نیلسن، همه‌گیری کرونا نه‌تنها خرید آنلاین را افزایش داده بلکه بسیاری از فروشندگان آنلاین را به آنلاین تبدیل کرده است. در زمان همه‌گیری کرونا، شبکه حمل و نقل جهانی با افزایش میزان حمل بار رو به رو شد به ویژه که آغاز همه‌گیری با شروع تعطیلات سال نو در نوامبر و فوریه همزمان بود. همچنین در دوره همه‌گیری کرونا بسیاری از کسب و کارهای سنتی بدون هیچ تجربه‌ای در فضای دیجیتال از فرصت تجارت الکترونیک بهره بردند و خرده‌فروشی‌ها در بسترهای تجارت الکترونیک افت‌های ناشی از همه‌گیری کرونا را جبران کردند.

اوج‌های دیگری برای فروش الکترونیکی کالا در راه است چراکه پیش‌بینی می‌کنیم میزان تحویل روزانه کالا در روز مجردها و فصل تعطیلات بیش از ۴۰ درصد رشد کند. این میزان حتی بیش از همه‌گیری کرونا در سال جاری هم برای تجارت الکترونیک پیش‌بینی می‌شد. یاسمین خان از سال ۲۰۰۱ در DHL کار می‌کند. این شرکت در ۲۲۱ کشور و منطقه جهان فعال است و سطح بالایی از کیفیت تحویل را به مشتریان عرضه می‌کند. یاسمین خان در این مطلب در سایت E۲۷ به نکاتی برای عملکرد بهتر کسب و کارهای آنلاین در روز مجردها و تعطیلات پیش رو در آسیای شرقی اشاره کرده که آگاهی از آن برای فعالان اکوسیستم استارت‌آپی ایران خالی از لطف نیست.

✱ پیش‌بینی تقاضا

داده‌های جمع‌آوری شده در سال‌های گذشته نشان می‌دهد در دوره‌های مشخصی تقاضا به میزان قابل توجهی افزایش پیدا می‌کند. این افزایش تقاضا می‌تواند کسب و کار شما را با چالش رو به رو کند. با توجه به همه‌گیری کرونا، شرایط متفاوت است اما باز باید برای کاهش شکاف بین تقاضا و ذخایر کسب و کار تلاش کنید. در مورد روز مجردها، تقویت منابع داخلی کسب و کار صرفا شامل موجودی کالا نیست بلکه شامل نیروی انسانی هم می‌شود. اینکه به تعداد نفرات گروه اضافه کنید و آنها را زودتر آموزش دهید ضروری است.

✱ پیش‌بینی هزینه حمل و نقل

بعضی هزینه‌های غیرقابل پیش‌بینی حمل و نقل که در فیش نهایی پرداختی ظاهر می‌شود، عامل ناامیدی مصرف‌کنندگان است. بعضی تحلیل‌ها نشان می‌دهد بیش از ۵۵ درصد از مشتریان، اگر با هزینه‌های ناگهانی حمل و نقل رو به رو شوند، سبد خرید را هم می‌کنند و می‌روند. با در پیش گرفتن سیاستی مشخص در حمل و نقل می‌توانید از چنین رخدادهایی اجتناب کنید. هزینه حمل و نقل و عوارض و هر هزینه دیگری غیر از قیمت کالا باید در خرید شفاف شود. پیش از فروش هم باید هر نوع محدودیت مربوط به هزینه حمل به دیگر کشورها را پیش‌بینی و مشخص کنید.

✱ از کدام خدمات اسرایی استفاده می‌کنید؟

همه‌گیری کرونا با محدودیت‌های غیرقابل پیش‌بینی همراه بوده است. مشتریان ممکن است روزی در خانه کار کنند و روز دیگری به محل کار بروند. برای خدمات‌رسانی بهتر به مشتریان، درباره گزینه‌های حمل و نقل منعطف عمل کنید. می‌توانید تصمیم‌گیری درباره انتخاب گزینه‌ها را به خود مشتریان واگذار کنید. سپردن تصمیم به آنها باعث می‌شود تحویل‌های ناموفق به کمترین سطح برسد. ایجاد قدرت انتخاب برای مشتریان میزان رضایت آنها از کسب و کار شما را افزایش می‌دهد و به تکرار خرید آنها از شما کمک می‌کند.

✱ ردیابی محصول

شناسایی مسیر حرکت کالا در تعیین میزان رضایت مشتری اثر دارد. با همه‌گیری کرونا ممکن است قوانین و مقررات حمل و نقل در کشورها تغییر کند. در این شرایط به ویژه در شلوغی خرید در تعطیلات، ایجاد امکان پیگیری مسیر حرکت کالا ضروری است و می‌تواند مشتریان را راضی نگه دارد. با شفاف‌سازی مسیر انتقال کالا و شرایط آن به بسیاری از پرسش‌های مشتریان پاسخ می‌دهید.

✱ تحویل کالا بدون تماس

خرید آنلاین در همه‌گیری کرونا رشد کرده است و ایمنی، یکی از مهمترین مولفه‌ها در خرید آنلاین است. تحویل کالا بدون هیچ نوع تماسی با مشتریان یکی از گزینه‌های کاهش همه‌گیری کرونا و شکستن زنجیره انتقال است. شاید بهتر است به طور موقت کارهایی مثل گرفتن امضا از مشتری در زمان تحویل کالا را کنار بگذارید و گزینه‌های دیگر را فعال کنید. هر گزینه دیگری باید پیش از انجام خرید به آگاهی مشتریان برسد.

✱ برای بازگشت کالا آماده شوید

روز مجردها و تعطیلات، روز هجوم مشتریان برای خرید آنلاین است و بهتر است برای بازگشت بسیاری از محموله‌ها هم خود را آماده کنید. تجربه مرجوع کردن کالا، فرصتی دیگر برای پیوند هرچه بیشتر کسب و کارها با مشتریان است. می‌توانید مرجوع کردن کالا را با اضافه کردن برچسب برگشت برای مشتریان آسان کنید. مدیریت محموله‌های مرجوعی برای کسب و کارهای کوچک و خرده‌فروش‌ها بسیار پرهزینه است. در فصل پیک خرید آنلاین، تمدید دوره مرجوع کردن کالا می‌تواند از فشارها بر منابع شرکت کم کند. نکته مهم این است که پیش از رسیدن به پیک خرید آنلاین، به روش‌های مرجوع کردن و هزینه‌های آن فکر کنید.

گسل آماری در تجارت خارجی



و مرکز آمار ایران نیز با استفاده از آمارهای خام تجارت گمرکی اقدام به ارائه طبقه‌بندی‌های آمار تجارت خارجی برحسب کدهای فعالیت کرده‌اند، اما متأسفانه انسجام کافی و سازگاری مناسب در آمارهای مذکور دیده نمی‌شود. همچنین وزارت اقتصاد نیز اطلاعات مربوط به کدهای فعالیت (ISIC) یا طبقه‌بندی SITC را ارائه می‌کند، اما این اطلاعات وقفه زمانی قابل توجهی دارد. از سوی دیگر، در بسیاری از موارد مشخص نیست محتوای آمار ارائه شده با آمارهای مشابه آن چه تفاوت‌ها یا شباهت‌هایی دارد.

اختلافات آماری بین نهاده‌ها و سازمان‌های کشور

ازجمله تفاوت‌های نظام آمار بازرگانی خارجی در ایران و تجارب موفق دنیا، فرمت ارائه آمارهاست. متأسفانه در این زمینه در ایران ضعف‌های جدی وجود دارد. سازمان توسعه تجارت هنوز آمارهای خود را در قالب «گزارشات عملکرد» ارائه می‌کند که در قالب فرمت PDF هستند. در این زمینه تنها بانک مرکزی است که در قالب بانک اطلاعات سری زمانی آمارها را به صورتی مناسب ارائه می‌دهد و بعد از آن گمرک در قالب سامانه «انتشار آزاد و برخط اطلاعات» آمارهای ماهیانه و روزانه را ارائه می‌دهد. آمارهای سالانه گمرک، سازمان توسعه تجارت، وزارت امور اقتصادی و دارایی و مرکز آمار ایران هیچ‌یک در قالب یک سامانه و داشبورد مناسب اطلاعاتی ارائه نمی‌شوند. از دیگر نقاط ضعف نظام آمار بازرگانی خارجی کشور، وقفه قابل توجه ارائه آمارهاست. اگر یکی از اهداف ارائه آمارهای بازرگانی خارجی، اطلاع‌رسانی به مخاطبان است، لذا این آمارها باید در زمان مناسب و با وقفه زمانی کمتر ارائه شوند تا برای تصمیم‌سازی (چه تصمیم‌سازی تجار و چه تصمیم‌سازی سیاست‌گذاران) مفید باشند. همچنین از دیگر نقاط ضعف نظام آمار بازرگانی خارجی کشور، عدم استمرار در تهیه و انتشار برخی از آمارهای مفید است.

همچنین از دیگر موارد مهم آماری در ایران، وجود اختلاف در اعداد و ارقام منتشر شده بین نهاده‌است. این اختلاف می‌تواند ناشی از روش‌های مختلف تهیه آمار یا تعریف آمار باشد. اختلاف آماری می‌تواند ناشی از تفاوت در نمونه مورد بررسی، تفاوت در روش‌ها یا تفاوت در تعاریف باشد. یکی از مصادیق اختلافات آماری، مربوط به طبقه‌بندی صادرات غیرنفتی است که توسط گمرک و بانک مرکزی ارائه می‌شود. بخشی از این اختلاف نیز ناشی از تفاوت در مآخذ دریافت آمار است که نمونه آن در اختلاف آمار صادرات پتروشیمی از سوی گمرک و بانک مرکزی قابل مشاهده است.

بخش دیگری از اختلافات بین آمار مراجع بین‌المللی و آمارهای داخلی است. به‌طور کلی، منظور از خطای آماری عبارت است از: «ارزش‌گذاری غیرواقعی عملیات تجاری». یکی از عواملی که ممکن است زمینه شکل‌گیری خطا در اندازه‌گیری ارزش واقعی کالای تجاری را فراهم کند، فرآیند ارزش‌گذاری کالای تجاری در گمرکات است. به طور طبیعی این انگیزه وجود دارد که واردکنندگان برای کاهش میزان پرداخت عوارض و حقوق ورودی ارزش کالای وارداتی را کمتر از میزان واقعی آن اعلام کنند، اگرچه این انگیزه مختص تجار در ایران نیست و بسته به توان و تخصص گمرکات و میزان شفافیت و اعتبار اسناد

روحانی در جلسه ستاد هماهنگی اقتصادی دولت:

عرضه سهام شرکت‌های دولتی بدون تردید ادامه می‌یابد

کشورها به صورت ملموس با دیپلماسی اقتصادی گره خورده است، تصریح کرد: باید در این مقطع با تقویت اولویت‌های ارتباطی خود، با چین، کشورهای منطقه اوراسیا و همسایگان، در حوزه‌های مختلف از انرژی تا فناوری، برای توسعه روابط اقتصادی برنامه‌ریزی ویژه‌ای انجام دهیم. روحانی با اشاره به اینکه دولت به دنبال تسریع در پیگیری اجرای توافقات با کشورهای منطقه است، خاطرنشان کرد: در این زمینه فعال شدن کمیسون‌های مشترک اقتصادی با کشورهای هدف ضروری است و در اهداف اقتصادی تجارت با شرق و همسایگان، توجه به سیاست صادرات‌محور بودن باید در اولویت قرار گیرد.

رئیس‌جمهور همچنین گسترش همکاری با اتحادیه اوراسیا را از نظر اقتصادی قدم بسیار مهمی دانست و گفت: ایران علاوه بر ظرفیت تولید و تامین واردات برخی از این کشورها، با توجه به قرار گرفتن در بهترین موقعیت ترانزیتی، می‌تواند مسیری مناسب برای ترانزیت کالاهای کشورهای عضو این اتحادیه باشد.

رئیس‌جمهور در بخش دیگری از سخنان خود تاکید بر واگذاری سهام دستگاه‌های دولتی را نشان از عزم راسخ دولت برای بهینه‌سازی روند خصوصی‌سازی در کشور برشمرد و اطمینان داد که برنامه عرضه سهام شرکت‌های دولتی در بازار سرمایه بدون تردید ادامه خواهد یافت.

فرصت امروز: فرهنگ آماری ضعیف همواره یکی از چالش‌های نظام سیاست‌گذاری اقتصادی ایران بوده است. جدا از افشار مردم که عموماً آماردهی را به ضرر و زیان خود می‌پندارند و به گمان مالیات‌سستانی دولت از ارائه آمارهای درست امتناع می‌ورزند، سازمان‌های دولتی نیز قابلیت آماری ضعیفی دارند؛ به طوری که در اغلب اوقات یا آماری ندارند یا آمارهای‌شان ناقص است و نمی‌توان از دل آن به تحلیل درستی رسید. به همین دلیل به ندرت می‌توان آماری درباره حوزه‌ای خاص در یک بازه مثلاً ۱۰ ساله پیدا کرد. به عنوان نمونه، سالنامه آمار بازرگانی که در گذشته توسط گمرک ایران منتشر می‌شد، چند سالی است که دیگر منتشر نمی‌شود. همچنین شاخص‌های قیمتی واردات که قبلاً توسط بانک مرکزی تهیه می‌شدند، از ۱۲ سال پیش تاکنون اعلام نمی‌شوند. این در حالی است که انتشار مستمر این آمارها می‌تواند در توسعه نظام آماری کشور در زمینه بازرگانی خارجی مفید باشد؛ کما اینکه نهاد پژوهشی مجلس نیز به تازگی در گزارشی به آسیب‌شناسی تطبیقی آمار تجارت خارجی ایران پرداخت و از خلأ نظام آماری در تجارت خارجی کشور انتقاد کرد.

مقایسه نظام آمار بازرگانی ایران با تجارب جهانی

به گفته مرکز پژوهش‌ها، یکی از ابزارهای ضروری برای سیاست‌گذاری در نظام اقتصادی، در دسترس بودن آمارهای صحیح، به روز و جامع است. در واقع می‌توان آمار را یک کالای عمومی دانست که هم به مصرف سیاست‌گذاری می‌رسد و هم در کسب و کار موردنیاز است. بازرگانی خارجی یکی از حوزه‌های مهم اقتصادی است که معمولاً سیاست‌گذاری در این زمینه را با پیچیدگی خاصی همراه کرده است. ازاین رو اهمیت دسترسی به آمارهای صحیح، به‌روز و جامع در آن دوچندان است. در ایران دستگاه‌های مختلفی در امر تولید و انتشار آمار بازرگانی خارجی دخیل هستند که شامل گمرک ایران، سازمان توسعه تجارت ایران، مرکز آمار ایران، وزارت اقتصاد و بانک مرکزی می‌شوند.

در همین حال، تجربیات جهانی نشان می‌دهد، ساختار نظام آماری کشورهای توسعه‌یافته در زمینه بازرگانی خارجی دارای چند ویژگی است: نخست اینکه انتشار منظم آمارهای تجارت خارجی با وقفه کوتاه و برحسب تواترهای کمتر از یک سال (ماهیهانه یا حداقل فصلی) است؛ دوم اینکه آمارها در قالب‌های مناسب ازجمله Excel و به صورت یک داشبورد اطلاعاتی ارائه می‌شوند. سوم اینکه به غیر از انتشار داده‌ها در قالب کدهای HS که برحسب کالاست، داده‌ها برحسب کدهای SITC که به صورت فعالیت است نیز منتشر می‌شوند. علاوه بر این، اطلاعات برحسب طبقه‌بندی‌های دیگری از جمله ISIC یا طبقه‌بندی‌های دیگری که از نظر اقتصادی اهمیت دارند، از جمله برحسب نوع مصرف کالای تجاری) سرمایه‌ای، واسطه‌ای و مصرفی) یا محتوای فناوری کالاها و سایر طبقه‌بندی‌های مفید نیز ارائه می‌شوند. بررسی نظام آمار بازرگانی خارجی در ایران در مقایسه با تجارب موفق جهانی نشان می‌دهد که اگرچه گمرک ایران سابقه مناسبی از ارائه آمارهای تجارت برحسب کدهای HS از سال ۱۳۷۱ به بعد دارد، اما طبقه‌بندی دیگری غیر از این آمارها ارائه نمی‌دهد. اگرچه بانک مرکزی

در جلسه روز سه‌شنبه ستاد هماهنگی اقتصادی دولت، رئیس کل بانک مرکزی از تلاش‌های انجام شده برای استفاده از منابع ارزی در خارج از کشور، گزارشی ارائه کرد و با تشریح توافقات خود با مسئولین عراق در سفر به این کشور، از تلاش‌های گسترده‌تر برای استفاده از منابع ارزی در سایر کشورها و گشایش‌های مفیدی که در این خصوص صورت گرفته، خبر داد.

حجت الاسلام و المسلمین حسن روحانی پس از گزارش رئیس کل بانک مرکزی، با تاکید بر لزوم پیگیری جدی برای دسترسی و استفاده از منابع ارزی مسدودشده کشورمان در خارج از کشور گفت: هرچند تحریم‌های آمریکا شرایط سختی برای تعاملات اقتصادی کشور ایجاد کرده است، اما با تلاش‌های انجام شده، استفاده از این منابع در حال افزایش است و تخصیص منابع به مصارف کالاهای اساسی و نیازهای تولیدی کشور استمرار خواهد یافت.

در این جلسه همچنین دکتر محمدجواد ظریف وزیر امور خارجه از سفر خود به چین و دیدار و توافقات با مقامات این کشور در حوزه تبادلات مالی و پولی و روابط دو کشور در حوزه حمل و نقل دریایی گزارشی ارائه کرد.

رئیس‌جمهور پس از این گزارش، با بیان اینکه توسعه اقتصادی همه

یادداشت

تیغ دولبه ارز برای بازار سرمایه

ادامه از صفحه اول

در بازار سرمایه دیگر کشورها اگر صعود یا سقوطی در سهامی رخ دهد، نهایتا یکی دو ساعت است و بعد از آن شرایط بازار به شرایط معقول باز می‌گردد، اما بازار ما به شرایط معقول بازمی‌گردد، چون بازار را بسته‌ایم و هیجان را به آن تزریق کرده‌ایم. تزریق هیجان به بازار ضدعقلانیت است. وقتی بازار هیجانی و روبه بالاست، هر سهمی را بخرید، سود کرده‌اید، اما بورس هنگامی با ارزش و عمیق می‌شود که سرمایه شرکت‌ها افزایش پیدا کند و به مردم سود بدهد.

صرف افزایش قیمت، سهام یک شرکت دارایی مشهودی برای مردم ایجاد نمی‌کند. اینکه سهام یک شرکت مدام بالا برود، بدون اینکه ثروت جدیدی خلق شود، فایده‌ای ندارد و بدون شک این رشد حبابی شکست خواهد خورد.

سیاستمداران همیشه دوست داشته‌اند که بازار سهام مثبت باشد، اما هر بازاری قواعد خاص خود را دارد که به راحتی نمی‌توان چیزی به آن تحمیل کرد. متأسفانه برخی به اشتباه اقدام به مقایسه بازار سهام ایران و آمریکا کرده‌اند در حالی که شرایط مشخصات و حتی قواعد این دو بازار از اساس با یکدیگر متفاوت بوده است.

این روزها در اطرافمان ایرانیان زیادی را می‌بینیم که از روند نزولی بورس غمگین و ناامید هستند؛ سهامدارانی که صرفا به دلیل تشویق‌های دولتمردان و وعده سودهای آنچنانی سرمایه‌شان را به بازار سرمایه آورده‌اند و متأسفانه برخی از آنها تا بیش ۵۰ درصد از سرمایه خود را از دست رفته می‌بینند.

از زمان شروع اصلاح بورس در اواسط مرداد تا به امروز بیش از ۱۰ هزار میلیارد تومان نقدینگی از آن خارج شده است. این در حالی است که در خردادماه ورود نقدینگی یه بورس تهران روزانه حدود ۷۰۰ تا ۱۰۰۰ میلیارد تومان بوده و در تیرماه این عدد تا ۳ هزار میلیارد تومان نیز افزایش داشت. این حجم از خروج نقدینگی که در پی ترس از دست دادن سرمایه رخ داده، در حالی است که تمام بازارهای موازی همچون ارز، طلا، مسکن و خودرو رکوردهای جدید را به ثبت می‌رسانند و بدون وقفه روند صعودی داشته‌اند. اصلاح ۲۵ درصد شاخص کل بورس تهران در حالی اتفاق افتاد که کاهش قیمت در برخی سهم‌ها به حدود ۶۰ درصد هم رسیده است.

به نظر می‌رسد در چند روز گذشته بازار در حال نمایش تفاوت رفتار سرمایه‌گذاران بین سهام بنیادی و غیربنیادی است. سهام ارزنده و سهام پروژه‌محور تفاوت خود را در اینجا نشان می‌دهند. طبق عرف بازار سهم هر شرکتی با توجه به ارزش آن قیمت‌گذاری می‌شود، اما ورود حجم بالای نقدینگی که وسیع خرید سهام را داشت موجب شد در برخی موارد قیمت سهام از ارزش ذاتی آن فاصله داشته باشد. البته نباید یادمان بود که کم‌عمق بودن بازار موجب می‌شود سهام موجود به قیمت بالاتری به دست خریداران برسد؛ چراکه نه بازار دوطرفه است که ابزار فروش استقراضی برای آن تعریف شده باشد و نه اقتدر عمق و گستردگی دارد که حق انتخابی برای سرمایه‌گذار جدید قائل باشد. در زمان اصلاح بازار نیز از یک سو به جهت قفل بودن پول‌ها در صفوف فروش و از سوی دیگر ترس نقدینگی برای ورود تا زمان خراب شدن قیمت سهام بازار چشم به راه نقدینگی ماند. متأسفانه تعدد مراکز تصمیم‌گیری در حوزه‌های اقتصادی کشورمان و نبود هماهنگی‌های مشهود بین آنها موجب بروز مشکلات متعددی در بازارها می‌شود.

بارها دیدیم که حمایت دولت از یک بازار منجر به سقوط یک بازار دیگر شود. لزوم اصلاح سیاست‌های دولت در حوزه‌های اقتصادی به منظور ایجاد توسعه پایدار موضوعی با اهمیت است که آثار آن در بازار سرمایه نیز به تدریج دیده خواهد شد.

ایجاد سرمایه در بازار سرمایه چه از طریق سیاست‌گذاری و چه از طریق تزریق نقدینگی از الزامات گریزناپذیر دولت برای صیانت از سرمایه‌های بزرگ و کوچک فعال در این بخش از اقتصاد بوده و این مطلب نه‌تنها در ایران که در سایر کشورها و در مواقع بروز بحران به وفور دیده شده است. البته تزریق نقدینگی به بورس به معنای حمایت غیرمنطقی از قیمت سهام متورم شده در این بازار نبوده و صرفا با هدف بازگرداندن تعادل و ایجاد شرایط رفتار عقلایی در بازار باید صورت پذیرد. نکته مهم دیگر اینکه حضور دولت در بازار و نقدینگی تزریق شده در آن باید به صورت موقت و صرفا به منظور ایجاد ثبات صورت گرفته و به محض برگشتن شرایط به روال معقول به مرور از بورس خارج شود. در سال جاری هم‌زمان با رشد منابع مالی جذب شده به بازار در کنار رشد توان سودآوری شرکت‌های بزرگ از مهمترین عوامل شکل‌گیری مسیر صعودی قیمت سهام و به تبع آن شاخص بازار سرمایه بود.

از نیمه دوم مرداد و با نزول قیمت دلار از مرز ۲۵ هزار تومان به کانال ۲۰ هزار تومان، اولین عامل مؤثر بر سود شرکت‌های بورسی دچار تزلزل نسبی شد و در جایی که سرمایه‌گذاری اکثر فعالان بازار در سودهای کلان بود، فرود فروش سهام شروع شد و روز به روز شدت گرفت. طوری بود که با ضعیف شدن عوامل رشد بازار در پنج ماه اول سال ۹۹ روند کاهش قیمت سهام نیز شروع شد اما در ادامه و با توجه به رفتار هیجانی خیل عظیم سهامداران تازه‌وارد به بورس، فروش بخشی از بازار از دایره محاسبات ارزندگی خارج شد و حالت فروش‌های ناشی از ترس و وحشت‌زدگی به خود گرفت.

یکی از عوامل مهمی که به رشد عمومی قیمت‌ها در بازارهای مختلف منجر شده، همین رشد نقدینگی است و چنانچه در ماه‌های پیش رو شاهد رشد نقدینگی در اقتصاد باشیم، نه تنها رشد قیمت‌ها در بازار سرمایه که، رشد قیمت در تمام بخش‌های اقتصاد را تجربه خواهیم کرد. بازار ارز همیشه برای بورس به عنوان یک قیچی دو لبه عمل کرده است از یک طرف می‌تواند یک موتور محرکه عالی برای بورس باشد و از سوی دیگر، رقیب آن برای جذب نقدینگی به حساب آید. بازار سرمایه یک بازار بزرگ در هر کشور است. این بازار را نمی‌شود با اما و اگر اداره کرد یا این شایدها را می‌توان در مقالات مدل‌سازی کرد؟ اگر اینطور است، بروند و آن را مدل‌سازی کنند زیرا بازار جای تجربه‌آموزی نیست. اقدامات و سیاست‌گذاری‌ها باید مبنای منطقی و اقتصادی داشته باشند، اما و اگر‌ها بازار سرمایه و اقتصاد را به بی‌راهه خواهند برد. به نظر می‌رسد که در این روزهای پراشتباه سیاست‌گذاران بایستی کمتر حرف بزنند و دندان طمع را برای بهره‌برداری از بازارها به نفع خودشان بکشند و اجازه دهند بازار براساس رویه‌های حقیقی حرکت کند. اگر بازار سرمایه واقعا بدون پشتوانه واقعی بالا رفته باشد، نیاز است که اصلاح شود و سرمایه‌گذاران نیز باید با حوصله و وقت کافی برای آینده سرمایه‌های‌شان تصمیم بگیرند رفتارهای هیجانی برای بازار سرمایه همچون سم است.

فرصت امروز

www.forsatnet.ir

تلفن مستقیم: ۰۸۶۰ ۷۳۳۹۰

پاورساند

«اکنونومیست» پیش‌بینی کرد

اقتصاد ایران از سال آینده به مدار رشد برمی‌گردد



با این حال، کاهش درآمدهای نفتی، اخلاخ در زنجیره تامین، کاهش حجم مبادلات تجاری با همسایگان، کاهش گردشگران ورودی و تحریم‌ها باعث شده است که فشار کرونا روی اقتصاد ایران تشدید شود. واحد اطلاعات «اکنونومیست» سپس با اشاره به احتمال پیروزی جو بایدن، نامزد دموکرات‌ها در انتخابات ریاست جمهوری ۲۰۲۰ آمریکا گفته است که این مسئله می‌تواند منجر به کاهش فشار تحریمی آمریکا علیه ایران شود. همچنین با احیای تدریجی اقتصاد چین، تقاضای این کشور برای واردات نفت ایران نیز افزایش پیدا می‌کند و این مسئله می‌تواند منجر به رشد بیشتر اقتصاد ایران شود، به گونه‌ای که متوسط رشد اقتصادی بین سال‌های ۲۰۲۱ تا ۲۰۲۴ برابر با ۱٫۶ درصد پیش‌بینی شده است. در ادامه گزارش «اکنونومیست» به رشد اجزای مختلف اقتصاد ایران اشاره شده و در حوزه مصارف شخصی به رشد منفی ۷٫۱ درصدی برای سال جاری و رشد مثبت ۱٫۹ درصدی برای سال آینده اشاره شده است. در مصارف دولتی نیز رشد برآورد شده برای سال جاری منفی ۶٫۹ درصد و رشد سال آینده، مثبت ۳٫۵ درصد پیش‌بینی شده است. در زمینه سرمایه‌گذاری ثابت (ناخالص) رشد پیش‌بینی شده برای سال جاری منفی ۸٫۶ درصد و رشد برای سال آینده مثبت ۱٫۶ درصد برآورد شده است. در زمینه صادرات نیز رشد پیش‌بینی شده برای سال جاری منفی ۲۵٫۱ درصد و برای سال آینده مثبت ۲٫۶ درصد است. در حوزه واردات هم رشد پیش‌بینی شده

فرصت امروز: «اکنونومیست» پیش‌بینی کرد که اقتصاد ایران از سال آینده به مدار رشد مثبت برگردد. واحد اطلاعات «اکنونومیست» در گزارش تازه خود پیرامون اقتصاد ایران اعلام کرد که فشار تحریمی آمریکا از یک سو و تبعات ناشی از شیوع کرونا از سوی دیگر شرایط سختی را برای اقتصاد ایران رقم می‌زند، تا جایی که پیش‌بینی می‌شود رشد اقتصادی امسال این کشور منفی ۱۲درصد باشد. با وجود برآورد رشد منفی ۱۲ درصدی برای اقتصاد ایران در سال ۱۳۹۹، اما «اکنونومیست» معتقد است که ایران در سال آینده به رشد منفی باز می‌گردد. به گفته «اکنونومیست»، اقتصاد ایران در سال آینده از رشد منفی خارج و به رشد مثبت ۲درصدی دست خواهد یافت. این در حالی است که در مقام مقایسه، متوسط رشد اقتصادی امسال جهان منفی ۵٫۱ درصد و سال آینده مثبت ۴٫۶ درصد و همچنین رشد اقتصادی امسال آمریکا منفی ۵٫۳ درصد و در سال آینده مثبت ۳٫۷ درصد پیش‌بینی شده است.

رشد بخش‌های اقتصاد ایران در سال جاری و آینده

«اکنونومیست» در ادامه گزارش خود با اشاره به شیوع کرونا در ایران می‌نویسد: ایران یکی از اصلی‌ترین کانون‌های درگیر با این ویروس در جهان است و شمار مبتلایان در آن از ۲۰۰ هزار نفر فراتر رفته است. دولتمردان ایرانی با وجود نظر برخی از کارشناسان بهداشتی و با هدف احیای اقتصادی، بخش بزرگی از کسب و کارها را بازگشایی کرده‌اند.

جدال پرچالش بازارساز با نوسان‌گیران بازار ارز

قیمت دلار کاهش می‌یابد؟

تصمیم بانک مرکزی برای عرضه روزانه ۵۰۰ میلیون دلار در بازار ارز و همچنین تعیین سقف خرید ۵۰۰ هزار دلاری برای بانک‌ها و صرافی‌ها، خبر از ورود جدی بازارساز برای جدال با عوامل برهم زنده آرامش بازار ارز داشت؛ اقدامی که نشانگر آغاز فصل جدیدی از رقابت بازارساز با دلالان برای ایجاد ثبات در بازار است. به گزارش ایرنا، از یکشنبه هفته جاری، جدال بازارساز و نوسان‌گیران بازار ارز وارد مرحله جدیدی شد. گذر قیمت دلار در بازار آزاد از مرز ۳۰ هزار تومان باعث شد تا بازارساز به نقش آفرینی فعالانه‌تری روی بیسارد و در مهمترین اقدام صورت گرفته، بانک مرکزی با اعلام این خبر که سقف خرید بانک‌ها و صرافی‌ها در بازار متشکل ارزی به ۵۰۰ هزار دلار افزایش می‌یابد و بانک مرکزی روزانه ۵۰۰ میلیون دلار در بازار مزبور به صورت اسکناس عرضه خواهد کرد؛ مهم‌ترین سیگنال تقویت عرضه ارز را به نوسان‌گیران و سفته‌بازان این بازار، منتقل کرد. البته این تنها اقدام بازارساز در این روز نبود و صرافی‌های بانکی روز یکشنبه به حالی کار خود را آغاز کردند که فاصله معنادار هزار تومانی میان قیمت خرید و فروش ارزهای خود قائل شدند. این در حالی بود که طی هفته‌های اخیر، قیمت خرید ارز تنها ۱۰۰ تومان از قیمت فروش آن در صرافی‌های عامل سیاست‌های بازارساز تفاوت داشت.

ورود فعالانه و شفاف بازارساز به جدال

این اقدامات بانک مرکزی از آنجا اهمیت دارد که نشان‌دهنده عزم جدی بازارساز برای اصلاح قیمت ارز در قله قیمتی آن و مدیریت نوسان این بازار است. اعلام شفاف حجم مداخله روزانه بازارساز در بازار ارز اقدام بی‌سابقه‌ای بود که روز یکشنبه اتفاق افتاد. بازارساز با اعلام میزان سطح عرضه ارز و تاریخ ورود به بازار، شفافیت را به این عرصه وارد کرد و به فعالان بازار، پیام تطبیق معاملات خود با این سیاست جدید را داد.

البته پیش از این بانک مرکزی در چندین مرحله سقف خرید و فروش نقدی ارز را در بازار متشکل ارز افزایش داده بود، از جمله اینکه سقف خرید و فروش کارگزاران در بانک‌ها و صرافی‌ها از ۱۰ هزار دلار به ۵۰ هزار یورو با معادل آن افزایش یافته بود، اما طی تصمیم اخیر بانک مرکزی این مبلغ رشد چشمگیری یافت و به مبلغ ۵۰۰ هزار دلار رسید.

انتشار خبر عرضه هفتگی ۳۰۰ میلیون دلار در بازار، توانست جدال روز یکشنبه را به نفع بازارساز خاتمه دهد و با وجود آنکه مسیر معاملات در ادامه روند هفته گذشته، سیری صعودی داشت، اما با اعلام این خبر قیمت دلار بازار آزاد در قله ۳۱ هزار و ۷۰۰ تومانی متوقف شد و در ساعات پایانی معاملات شبانه کانال‌های مجازی به قیمت ۳۰ هزار ۷۰۰ تومان رسید.

به اعتقاد فعالان بازار، عرضه حجم سنگین روزانه ۵۰۰ میلیون دلار در بازار بر تعداد فروشندگان ارز می‌افزاید و خریداران را نسبت به خرید ارز در قیمت‌های نجومی مردد می‌سازد؛ امری که به ریزش قیمت‌ها منتهی خواهد شد. از سوی دیگر حرکت بازارساز به سمت تقویت عرضه می‌تواند تاثیرگذاری دلالان را کاهش دهد و از جو هیجانی بازار بکاهد.

هدف خود نرسیده است، اما همچنان اقتصاد ایران را تحت فشار قرار داده است.

با توجه به اینکه اعمال نرخ‌های دستوری برای ارز از سوی بانک مرکزی، به گفته کارشناسان تدبیری شکست خورده است که تنها به افزایش شلوغی صف مقابل صرافی‌ها و گرم شدن بازار سیاه کمک می‌کند، بانک مرکزی تاکنون از نرخ‌گذاری خودداری کرده و سعی کرده به صورت غیرمستقیم، بازار را کنترل کند. فشار به صادرکنندگانی که ارزهای حاصل از صادرات خود را به کشور بازنگردانده‌اند نیز همچنان با پیگیری از نهادهای نظارتی و قضایی ادامه دارد. اما تمهید دیگر بانک مرکزی برای کنترل این شرایط، یافتن راهی برای بازگرداندن ارزهای بلوکه شده ایران در کشورهای دیگر است. به اعتقاد کارشناسان منابع ارزی بلوکه شده ایران در کشورهایی مانند کره جنوبی، چین و عراق در صورت آزادسازی می‌تواند شرایط بازار ارز را به کلی متحول کرده و این جدال سنگین را به نفع بازارساز تغییر دهد.

تمهیدات بازارساز به کاهش قیمت دلار می‌انجامد؟

در این میان اخبار خوبی هم منتشر شده که در صورت موفقیت می‌تواند در رقابت میان بازارساز و نوسان‌گیران طی روزهای آتی تاثیرگذار باشد. سفر روز دوشنبه رئیس کل بانک مرکزی به کشور عراق و دیدار و گفت‌وگو با همتای عراقی خود، از دیگر نشانه‌های مهم بازارساز است که به فعالان بازار ارز منتقل شده است. کشور ایران مرادات تجاری و بازرگانی فراوانی با کشور عراق دارد و تنها در بخش دولتی، ارزش صادرات گاز و برق ایران به عراق سالانه مشتمل بر چندین میلیارد دلار است. به گفته عبدالناصر همتی علاوه بر این، میلیارد‌ها دلار از منابع بانک مرکزی نیز در کشور عراق است که تحریم‌های یکجانبه آمریکا مانع از عمل دولت عراق به تعهدات پیشین خود و بلوکه شدن این منابع در این کشور شده است. علاوه بر این اقدام بانک مرکزی، همچنین خبرهای منتشرشده حاکی از سرعت گرفتن تامین حواله ارزی در روزهای آتی است که این موضوع می‌تواند نوسان قیمت‌ها در بازار را تا حد زیادی کنترل کند. از سوی دیگر طبق گزارش بانک مرکزی در روز دوشنبه، یعنی اولین روز اجرای سیاست جدید بازارساز در تقویت عرضه ارز، عرضه اسکناسی انجام شده در بازار ارز ۸۵ میلیون دلار بوده است. این رقم ۲۵ میلیون دلار از برنامه اعلام شده بانک مرکزی برای تزریق روزانه ۵۰ میلیون دلار ارز به بازار بیشتر است. همچنین در این روز حجم عرضه ارز به صورت حواله در بستر سامانه نیما نیز نسبت به روز کاری قبل حدود ۲۷ درصد افزایش یافت و بالغ بر ۱۶۸ میلیون یورو شد. به گفته کارشناسان این اخبار گویای عزم راسخ بازارساز در تداوم عرضه ارز به صورت اسکناس و حواله در بازار دوم است که پیش‌بینی می‌شود در پی آن بازار ارز کشور از ثبات بیشتری برخوردار شود. به هر ترتیب بازار ارز در روزهای پیش رو شاهد جدال جذاب و پرچالشی میان بازارساز و نوسان‌گیران خواهد بود و باید دید این تمهیدات جدید بازارساز تا چه حد آرامش و ثبات را در بازار ارز ایجاد می‌کند.

نماگر بازار سهام

یک کارشناس بازار سرمایه مطرح کرد

سهم تعیین کننده هیجان در بازار سهام

یک تحلیلگر بازار سهام با اشاره به سهم تعیین کننده هیجان در روند بازار سهام گفت بخش عمده‌ای از افت شاخص کل در یک ماه گذشته به رشد غیرمنطقی بازار در نخستین ماه‌های سال جاری باز می‌گردد. سرمایه‌گذارانی که در ماه‌های نخست سال با رشد شاخص کل به سود بالا رسیدند، در اواسط و اواخر تابستان، در صف عرضه ایستادند. این گروه از سرمایه‌گذاران تلاش می‌کردند با فروش سهام خود پیش از آغاز نیمه دوم سال، سود کسب شده در نیمه نخست سال را حفظ کنند. همچنین تحرک دیگر بازارهای سرمایه‌پذیر مثل مسکن، خودرو و ارز هم باعث شد نقدینگی در بازار سهام خارج شده و به بازارهای دیگر برود. علیرضا کدیور ادامه داد: اکنون با توجه به افت بازار، رشد در سایر متغیرهای کلان اقتصادی و افزایش قیمت مجموعه‌ای از کالاهای خام در سطح جهانی، می‌توان گفت ۴۰ تا ۵۰ درصد از سهام عرضه در بازار سهام ارزنده است و بازار سهام هم با توجه به این سطح از سهم ارزشمند، نسبت به دیگر بازارها، ارزش خود را حفظ کرده است.

به اعتقاد او، رفتارهای هیجانی سهامداران حقیقی به روال سابق در بازار سهام ادامه دارد و این رفتارها، به ویژه در دوره پیش‌گشایش بازار بروز می‌کند. رخدادهای ساعات پایانی معاملات یک روز، در شکل‌دهی به رفتار سرمایه‌گذاران در پیش‌گشایش روز آینده اثرگذار است. درواقع براساس این رخدادهای سهامداران یا در صف خرید یا در صف فروش می‌ایستند نه اینکه سهم خود را نگه دارند. بخش عمده‌ای از رفتار سهامداران حقیقی به سیاست‌گذاری مسئولان در بورس باز می‌گردد. تصمیم سیاستمداران در بازگشایی نمادها و بستن آنها، متوقف نگاه داشتن بعضی نمادها یا ممنوع کردن معاملات سهام در یک روز از تصمیم‌هایی است که به رفتار سهامداران حقیقی شکل می‌دهد.

کدیور در پایان گفت: بخش دیگر سهامداران بازار یعنی حقوقی‌ها، مدت زیادی است از فروش سهام منع شده‌اند بنابراین در طرف فروش شاهد حرکت خاصی از حقوقی‌ها نیستیم. درواقع رفتار حقوقی‌ها در این مدت خرید و نفروختن بوده است که رفتاری یک طرفه است بنابراین این دسته از کنشگران بازار را نمی‌توان به اندازه حقیقی‌ها و رفتارهای هیجان‌زده آنها در روند بازار موثر دانست.

هودی با بیان اینکه روند استراتژی سهامداران باید از نوسان‌گیری کوتاه‌مدت به سمت استراتژی بلندمدت پیش رود، گفت: سهامداران قدیمی در حال استفاده از تجربه‌هایی هستند که در سال ۹۳ و ۹۴ به دست آوردند در حالی که سهامداران جدید همه به فکر خروج از بازار هستند که این امر باعث کاهش ارزش و حجم معاملات بازار شده است. به اعتقاد او، خروج نقدینگی از این بازار در اوایل روند اصلاحی شاخص بورس افزایش یافت که این موضوع نشان‌دهنده تصمیم‌گیری‌های هیجانی و خروج بدون فکر سهامداران از بازار بوده است. بورس برای مدتی در نوسان خواهد بود اما سهامداران باید با صبر در این بازار در انتظار بازگشت و کاهش نوسان‌های ایجادشده باشند.

هودی بازار سرمایه را بازاری هوشمند دانست و گفت: بازار سهام زودتر از دیگر بازارها مسائل موجود را پیش‌بینی و تحت تأثیر آنها قرار می‌گیرد، مانند گرانی دلار که آن را پیش‌خور کرد و باعث صعود سنگین بازار شد.

این کارشناس سرمایه با بیان اینکه بازار سرمایه در میان مدت و تا پایان سال جاری در مسیر صعودی قرار خواهد گرفت، گفت: بهتر است سهامدارانی که اکنون در بازار حضور دارند صبری کنند و با عجله و هیجان به سمت عرضه سهام خود در بازار نروند زیرا بازار سهام زیان خود را تا پایان سال جبران خواهد کرد و پیش‌بینی می‌شود شاخص به مرز کانال ۲ میلیون واحد برسد.

او با تأکید بر اینکه برخی از اقدام‌های نظارتی بر بازار مانند بازارگردانی باید زودتر از اینها انجام می‌شد، گفت: بازارگردانی بر روی سهام اجباری شده است اما هنوز به صورت رسمی اجرایی نمی‌شود، بهتر است یک متولی یا برخی از هلدینگ‌ها مانند بنیاد شهید، بنیاد مستضعفان و آستان قدس که بیشتر از ۳۰ شرکت زیرمجموعه آنها در بازار سرمایه حضور دارند از صنایع شرکت‌های کوچک حمایت کنند. سهام شرکت‌های کوچک ریل نقدشوندگی بازار هستند و تا زمانی که شرکت‌های کوچک وضعیت بائبانی پیدا نکنند شرکت‌های بزرگ متعادل و مثبت نمی‌شوند و بازار سرمایه اصلی‌ترین عامل نقدشوندگی را از دست می‌دهد.

واحد، پتروشیمی جم (جم) با ۳۳۵ واحد و خدمات انفورماتیک (رانفور) با ۳۲۶ واحد بیشترین تأثیر مثبت را بر شاخص بورس داشتند.

در سوی مقابل، نمادهای معدنی و صنعتی گل گهر (گلگل) با یک هزار و ۹۰۷ واحد، کشتیرانی جمهوری اسلامی ایران (حکشتی) با یک هزار و ۳۱۰ واحد، معدنی و صنعتی چادرملو (کچاد) با یک هزار و ۱۰۰ واحد، بانک ملت (ویملت) با ۹۳۰ واحد، بانک پارسیان (وپارس)



با ۸۶۷ واحد، شرکت ارتباطات سیار ایران (همراه) با ۵۵۳ واحد، صنایع پتروشیمی خلیج فارس (فارس) با ۵۳۰ واحد، بانک صادرات ایران (وبصادر) با ۵۰۹ واحد، گروه مدیریت سرمایه‌گذاری امید (وامید) با ۴۸۳ واحد و گروه پتروشیمی سرمایه‌گذاری ایرانیان (پترول) با ۳۹۶ واحد با تأثیر منفی بر شاخص همراه بودند.

ضرر سهامداران بورس تا پایان سال جبران می‌شود

درباره سمت و سوی شاخص بورس در ادامه سال، یک کارشناس بازار سرمایه معتقد است که بازار سهام زیان خود را تا پایان سال جبران خواهد کرد و به همین دلیل بهتر است سهامدارانی که همچنان در بازار حضور دارند صبری کنند و تصمیم به رفتارهای هیجانی نگیرند. عرفان هودی با بیان اینکه بازار سهام از شرایطی که همه مردم از آن انتظار داشتند تا به صورت روزانه ۵ درصد سود را کسب کنند ۱۰۰ درصد فاصله گرفته است به این‌گونه گفت: بازار بورس تغییر روند داده است و از فاز صعودی مطلق خارج و در حال انجام معاملات به صورت خنثی است، حتی گاهی بازار هشدار روند نزولی را می‌دهد.

او با بیان اینکه سهامداران در وضعیت فعلی باید هوشمند عمل کنند و آنها هم مانند تغییر روند بازار، اقدام به تغییر استراتژی‌های خود برای سرمایه‌گذاری در بورس کنند، افزود: استراتژی که فعالان بازار در بازارهای صعودی در پیش می‌گیرند بلندمدت نیست و در روزهای مثبت بازار شاهد بودیم که برخی از فعالان بازار به دنبال استراتژی نوسان‌گیری هستند.

وی با اشاره به اینکه فعالان بازار استراتژی نوسان‌گیری را باید در وضعیتی که بازار در حالت خنثی قرار دارد به کار بگیرند، گفت: سهامداران نباید در وضعیتی که بازار بر مدار صعودی قرار دارد از چنین استراتژی استفاده کنند، در حالی که برخی از سهامداران استراتژی اشتباهی را دنبال کردند و در بازار به دنبال نوسان‌گیری بودند.

فرصت امروز: شاخص بورس تهران روز گذشته (سه‌شنبه) حرکتی پرنوسان داشت و در حالی که در ساعات ابتدایی معاملات تا یک میلیون و ۵۸۸ هزار واحد صعود کرد، سقوطی چشمگیر داشت و به یک میلیون و ۵۷۰ هزار واحد رسید. سپس بار دیگر روند رشد را در پیش گرفت و در نهایت با صعود ۱۳۲ واحدی در ارتفاع یک میلیون و ۵۷۹ هزار واحد ایستاد.

نزدیک بودن انتخابات ریاست‌جمهوری آمریکا، مبهم بودن آینده نرخ دلار و سیاست‌گذاری‌های متناقض اقتصادی به تردید سهامداران در روزهای گذشته منجر شده است. با وجود رشد پرقدرت بورس در دو روز ابتدای هفته، اما روز دوشنبه ورق بورس برگشت و شاخص بورس بیش از ۱۷ هزار واحد افت کرد. این در حالی بود که بازدهی ۳٫۶ درصدی بورس در روز یکشنبه امیدواری‌ها برای تداوم این روند صعودی را افزایش داده بود، اما در بیست و یکمین روز پاییز شاخص کل نزول کرد و نوار رشد ۴ روزه بورس قطع شد. در شرایطی که سهامداران تحت تأثیر سه عامل یادشده مردد شده‌اند و با احتیاط بیشتری در بورس سرمایه‌گذاری می‌کنند، اما خبرهای مثبت رئیس کل بانک مرکزی پیرامون آزادسازی منابع ارزی بلوکه شده ایران در عراق طی روز دوشنبه باعث شده بود تا بسیاری منتظر رشد شاخص بورس در روز سه‌شنبه باشند. اما در بیست و دومین روز مهرماه شاخص بورس روز پرنوسانی را تجربه کرد و درنهایت به رشد ۱۳۰ واحدی بسنده کرد.

صعود و سقوط چندباره شاخص کل در روز سه‌شنبه

شاخص بورس روز سه‌شنبه با ۱۳۲ واحد افزایش رقم یک میلیون و ۵۷۹ هزار واحد را ثبت کرد. شاخص کل (هم وزن) نیز با ۲ هزار و ۴۱ واحد کاهش به ۴۱۴ هزار و ۳۹۶ واحد و شاخص قیمت (هم وزن) با یک هزار و ۳۲۷ واحد رشد به ۲۷۱ هزار و ۵۲۶ واحد رسید. شاخص بازار اول ۵۵۲ واحد افزایش و شاخص بازار دوم یک هزار و ۵۳۰ واحد کاهش داشت. در آن سوی بازار سرمایه نیز شاخص فرابورس بیش از پنج واحد کاهش داشت و بر روی کانال ۱۸ هزار و ۲۷۳ واحد ثابت ماند. در معاملات این روز بیش از ۱۱ میلیارد و ۵۲۲ میلیون سهم، حق تقدم و اوراق بهادار به ارزش ۱۰۹ هزار و ۸۲۸ میلیارد ریال داد و ستد شد.

نمادهای بانک ملت، ایران خودرو، فولاد مبارکه اصفهان، بانک تجارت، ملی صنایع مس ایران، گروه پتروشیمی سرمایه‌گذاری ایرانیان و پالایش نفت اصفهان ازجمله نمادهای پربیننده بودند. گروه خودرو هم صدرنشین برترین گروه‌های صنعت شد و در این گروه ۴ میلیارد و ۵۷۰ هزار برگه سهم به ارزش ۱۷ هزار و ۷۸۳ میلیارد ریال داد و ستد شد.

نمادهای پالایش نفت اصفهان (شپنا) با یک هزار و ۸۶۸ واحد، شرکت سرمایه‌گذاری نفت و گاز پتروشیمی تامین (تاپیکو) با یک هزار و ۵۹۳ واحد، مخابرات ایران (اخابر) با یک هزار و ۲۲۶ واحد، پالایش نفت تهران (شتران) با یک هزار و ۲۰۹ واحد، ایران خودرو (خودرو) با یک هزار و ۱۹۵ واحد، گسترش نفت و گاز پارسیان (پارسان) با یک هزار و ۱۷۷ واحد، پالایش نفت بندرعباس (شبندر) با ۹۷۰ واحد، بانک پاسارگاد (وپاسار) با ۸۸۳ واحد، پالایش شیریز (شیریز) با ۳۹۱ واحد، شرکت سرمایه‌گذاری صنایع شیمیایی ایران (پران) با ۳۷۳



حضرت محمد مصطفی (ص)

امام رضا (ع)

رحلت پیامبر مکرم اسلام (ص)، شهادت امام حسن (ع) و امام رضا (ع) بر شیعیان تسلیت باد.

روابط عمومی شرکت آب و فاضلاب استان آذربایجان شرقی



آگهی مناقصه عمومی

دو مرحله ای (خرید) ۹۹/۱۳

شماره مجوز: ۱۳۹۹.۳۸۳۸

نوبت دوم

– نام و نشانی دستگاه مناقصه‌گزار: شرکت گاز استان کهگیلویه و بویراحمد به نشانی (یاسوج، بلوار مطهری، خیابان راهداران، پایین‌تر اداره راه و شهرسازی، واحد امور پیمانها)

موضوع مناقصه: خرید لوله پلی اتیلن در سایزهای مختلف به شرح ذیل:

ردیف	شرح	قطر	SOR	مترال
۱	لوله پلی اتیلن گازی PE ۱۰۰	۲۵۰ mm	۱۱	۱۰۰۰
۲	لوله پلی اتیلن گازی PE ۱۰۰	۳۰۰ mm	۱۱	۶۰۰۰
۳	لوله پلی اتیلن گازی PE ۱۰۰	۹۰۰ mm	۱۳.۶	۴۰۰۰
۴	لوله پلی اتیلن گازی PE ۱۰۰	۱۲۵۰ mm	۱۳.۶	۵۸۰۰۰
۵	لوله پلی اتیلن گازی PE ۱۰۰	۱۶۰۰ mm	۱۳.۶	۷۳۰۰۰
۶	لوله پلی اتیلن گازی PE ۱۰۰	۲۰۰۰ mm	۱۳.۶	۱۰۰

میزان و نوع تقسیم شرکت در فرایند ارجاع کار: ۶/۹۳۵/۰۰۰/۰۰۰ ریال (شش میلیارد و نهصد و سی و پنج میلیون ریال می‌باشد که می‌بایست مطابق مصوبه شماره ۱/۱۲۴۴۰۲ ت ۰۵۰۶۵۹ مورخ ۹۴/۰۹/۲۷ هیات محترم وزیران و ضوابط مربوطه تهیه شود و در صورت نقدی به حساب شماره ۲۱۷۴۶۳۴۰۳۴۰۰۵ بانک ملی واریز گردد.

مهلت اعلام آمادگی دریافت اسناد مناقصه از طریق سامانه دولت (ستاد) از تاریخ ۱۳۹۹/۰۷/۲۷ لغایت ۱۳۹۹/۰۸/۰۱

مهلت عودت اسناد و پاکات مناقصه: از طریق سامانه دولت (ستاد) پایان وقت اداری مورخ ۱۳۹۹/۰۸/۱۷

زمان بازگشایی پیشنهادات (مرحله اول): روز سه شنبه مورخ ۱۳۹۹/۸/۱۸ ساعت ۱۰ صبح ساختمان شماره ۲، شرکت گاز استان کهگیلویه و بویراحمد، دفتر امور پیمانها

شرایط و مدارک مورد نیاز لازم جهت شرکت در مناقصه: الف) مدارک ثبتی شرکت حاوی تصاویر برابر با اصل (شناسنامه، آگهی آخرین تغییرات شرکت، آگهی تاسیس شرکت در روزنامه رسمی و...) ب) دارا بودن تجهیزات و امکانات تخصصی لازم (حسب مورد) و توانایی فنی و مالی انجام کار مطابق استانداردهای شرکت ملی گاز ایران ج) قرار داشتن در سامانه EP وزارت نفت

– از مناقصه‌گران جهت حضور در جلسه بازگشایی پیشنهادات دعوت به عمل می‌آید.

– سایر اطلاعات و جزئیات مربوطه در اسناد مناقصه مندرج است.

– آگهی این مناقصه در پایگاه اینترنتی شرکت گاز استان کهگیلویه و بویراحمد و پایگاه اطلاع‌رسانی قابل مشاهده می‌باشد.

تلفنکس واحد امور پیمانها: ۷۴۴۳۳۴۶۲۷۷

تاریخ انتشار نوبت اول دوشنبه ۹۹/۷/۲۱

تاریخ انتشار نوبت دوم چهارشنبه ۹۹/۷/۲۳

روابط عمومی شرکت گاز استان کهگیلویه و بویراحمد



وقتی آرد دولتی از آزادپرها سر در می آورد

معاون بازرسی و نظارت سازمان صنعت، معدن و تجارت خوزستان با بیان اینکه هیچ واحد نانوائی اجازه ندارد سهمیه آرد دولتی خود را به نانوائان آزادپز بفروشد، گفت سهمیه آردی که با نرخ دولتی در اختیار نانوائان قرار می‌گیرد، برای پخت نان است تا نیاز مردم به نان تامین شود نه اینکه آرد با نرخ دیگری به فروش برسد. بهرام جباری در گفت‌وگو با ایسنا، اظهار کرد: مسائل آرد و نان از مسائل بسیار مهم و مورد توجه سازمان صمت و از دغدغه‌های مورد تاکید بازرسان است و با هر گونه تخلف در این زمینه برخورد خواهد شد.

وی با بیان اینکه هیچ واحد نانوائی اجازه ندارد سهمیه آرد دولتی خود را به نانوائان آزادپز بفروشد، افزود: با واحدهای نانوائی که سهمیه آرد دولتی خود را به نانوائان آزادپز بفروشند، برخورد خواهد شد. سهمیه آردی که با نرخ دولتی در اختیار نانوائان قرار می‌گیرد، برای پخت نان است تا نیاز مردم به نان تامین شود نه اینکه آرد با نرخ دیگری به فروش برسد. معاون بازرسی و نظارت سازمان صنعت، معدن و تجارت خوزستان گفت: متأسفانه برخی واحدهای نانوائی با فروش آرد سهمیه دولتی خود به آزادپرها، تخلف می‌کنند. برای برخورد قاطع با این نانوائان، موضوع کاهش یا قطع سهمیه آرد نانوائی‌های متخلف در دست بررسی است و در صورت تصمیم‌گیری نهایی، اجرایی خواهد شد. وی افزود: در شرایطی که دولت آرد را با نرخ پارانهای به نانوائان ارائه می‌کند، انتظار نداریم شاهد چنین تخلفاتی از سوی نانوائان باشیم.

جزئی از میوه‌های موجود در بازار قاچاق است!

رئیس اتحادیه فروشندگان میوه و تره بار تهران گفت درصد بسیار جزئی از میوه‌هایی که در سطح شهر فروخته می‌شوند، قاچاق است که قاطعانه نیز با متخلفان برخورد می‌شود.

اسدالله کارگر، رئیس اتحادیه فروشندگان میوه و تره بار تهران در گفت وگو با باشگاه خبرنگاران جوان درباره وجود میوه‌های قاچاق در واحدهای صنفی اظهار کرد: قاچاق آرد، میوه به کشور به میزان بسیار محدودی انجام می‌گیرد و بعضاً در برخی فروشگاه‌ها و واحدهای صنفی نیز عرضه می‌شوند.

وی افزود: وجود برخی انواع میوه قاچاق در واحدهای صنفی ممنوع است و در صورت مشاهده و ثبت شکایت با متخلفان برخورد می‌شود. به گفته رئیس اتحادیه فروشندگان میوه و تره بار تهران شرط برخورد با واحدهای متخلف، دارا بودن جواز کسب از سوی اتحادیه است. کارگر با ذکر این مطلب که امکان واردات ۴ نوع میوه از مبادی قانونی به کشور وجود دارد، ادامه داد: این چهار میوه شامل موز، آناناس، نارگیل و انبه است که عمده‌تاز کشورهای آسیای شرقی به کشور وارد می‌شوند. وی بیان کرد: میوه‌هایی که به کشور قاچاق می‌شوند نیز عمدتاً ۴ مورد ذکر شده‌اند و واردی دیگر به کشور قاچاق نمی‌شود چراکه گران‌تر از موارد داخلی تمام می‌شود و صرفه اقتصادی برای خریداران ندارد.

سالانه به ۵۳۰ هزار تن خاک فسفات در بخش کشاورزی نیاز داریم

به گفته مدیرکل دفتر سرمایه‌گذاری و امور طرح‌های وزارت صنعت، معدن و تجارت (صمت)، با توجه به نیاز کشور به خاک فسفات، اکتشاف و بهره‌برداری از معادن خاک فسفات به عنوان فرصتی برای سرمایه‌گذاری است که در دستور کار این دفتر قرار گرفته و میزان نیاز سالانه به این ماده حدود ۵۳۰ هزار تن برآورد شده است. به گزارش ایسنا، طبق اعلام وزارت صنعت، معدن و تجارت (صمت)، علیرضا هادی ضمن تاکید بر اینکه اکتشافات و بهره‌برداری از معادن خاک فسفات فرصت مناسبی برای سرمایه‌گذاری خواهد بود، اظهار کرد: خاک فسفات جهت تولید اسید فسفریک و کودهای سوپر فسفات ساده و تریپل مصرف می‌شود که از اقلام مهم مورد استفاده در صنعت کشاورزی به حساب می‌آید. وی با بیان اینکه مقدار خاک فسفات مورد نیاز جهت تولید این محصولات با توجه به ظرفیت واحدهای تولیدی موجود حدود ۵۳۰ هزار تن در سال برآورد می‌شود، گفت: در حال حاضر منابع خاک فسفات کشور از معادن آسفردی و چادرملو تأمین می‌شود که جمع ظرفیت اسمی تولید و فراآوری این دو معدن حدود ۱۷۸ هزار تن و ظرفیت عملی آنها در سال ۱۳۹۸ حدود ۱۳۷ هزار تن بوده است. مدیرکل دفتر سرمایه‌گذاری و امور طرح‌ها ادامه داد: طبق آمار گمرک، مقدار واردات خاک فسفات در سال گذشته برابر با ۲۱۸ هزار تن بوده که از کشورهای سوریه، اردن و آفریقای جنوبی تأمین شده است. ضمن اینکه فرصت‌های سرمایه‌گذاری در کشور و صنایع اشباع، جهت هدایت درست سرمایه‌گذاری اعلام شده است.

متقاضیان وام کرونا فقط ۱۰ روز مهلت دارند

براساس آخرین آمارها تاکنون بیش از ۲۹۰ هزار بنگاه آسیب‌دیده از کرونا موفق به دریافت تسهیلات حمایتی کرونا شده‌اند و با توجه به عدم تمدید مهلت زمان ثبت نام، متقاضیان دریافت وام کرونا تنها ۱۰ روز دیگر برای ثبت نام در سامانه کارا فرصت دارند. به گزارش ایسنا، در حالی که تا پایان مهرماه و موعد اتمام مهلت ثبت نام دریافت تسهیلات حمایتی کرونا ۱۰ روز بیشتر باقی نمانده کارگروه مقابله با پیامدهای اقتصادی کرونا در بیست و هشتمین جلسه خود اعلام کرد که زمان ثبت نام دیگر تمدید نخواهد شد. گزارش‌ها حاکی از آن است که طی هفته‌های اخیر به طور متوسط روزانه بیش از ۲۵۰۰ نفر از شاغلان کسب و کارهای آسیب‌دیده از کرونا برای دریافت تسهیلات کرونا در سامانه کارا ثبت نام کرده‌اند؛ بر همین اساس کارگروه مقابله با پیامدهای اقتصادی کرونا از بانک‌های عامل خواسته تا با جدیت بیشتری نسبت به پرداخت تسهیلات حمایتی کرونا به متقاضیان تا پایان مهرماه اقدام کنند. بنابر اعلام معاونت توسعه اشتغال وزارت کار، تاکنون ۹۹۲ هزار بنگاه آسیب‌دیده از کرونا موفق به دریافت وام کرونا شده و از مجموع ۷۰۴ هزار پرونده بررسی شده در جریان پرداخت تسهیلات کرونایی، ۵۴۴ هزار پرونده جهت پرداخت به بانک‌ها معرفی شده و ارزش تسهیلات پرداختی به ۲۹۲ هزار بنگاه آسیب‌دیده بیش از ۵۸۰۰ میلیارد تومان بوده است.



تولیدکنندگان معتقدند طبق مستنداتی که به سازمان حمایت ارائه داده‌اند باید افزایش قیمت داشته باشد.

دبیر انجمن صنایع لوازم خانگی ایران با بیان اینکه تاوam این وضعیت موجب ضرر تولیدکنندگان می‌شود، گفت: باید هرچه زودتر درباره این بازار تعیین تکلیف نهایی صورت گیرد. در حال حاضر اگر در بازار افزایش قیمت‌های نامتعارف مشاهده می‌شود ربطی به تولیدکنندگان ندارد. به عبارت دیگر در اثر اشتباهات استراتژیک سازمان حمایت و ستاد تنظیم بازار، تولیدکننده و مصرف‌کننده ضرر می‌کنند و به صورت پنهانی افرادی به صورت غیرقانونی سود می‌برند.

به گزارش ایسنا، خردادماه امسال افزایش قیمت لوازم خانگی خبرساز شده و در نهایت سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان اعلام کرد که در قیمت‌های لوازم خانگی بازنگری شده، تلویزیون حداکثر ۲۰ درصد و سایر لوازم خانگی حداکثر ۲۵ درصد مجاز به افزایش قیمت نسبت به بهمن سال گذشته هستند و همه تولیدکنندگان و عرضه‌کنندگان لوازم خانگی ملزم شدند قیمت‌های خود را در سامانه ۱۲۴ ثبت کنند، با این حال با افزایش نرخ ارز در هفته‌های گذشته دوباره گزارش‌هایی از افزایش قیمت در این بازار شنیده شده است.

او خاطرنشان کرد: با در نظر گرفتن این شرایط قیمت‌گذاری برای محصولات لوازم خانگی امکان‌پذیر نیست و ورود سازمان حمایت و ستاد تنظیم بازار به بازار لوازم خانگی بلاموضوع است. با استناد به مستندات حقوقی و قانونی که به وزیر صنعت، معدن و تجارت (صمت) ارائه کردیم، می‌توانیم بگوییم که ورود ستاد تنظیم بازار و سازمان حمایت به قیمت‌گذاری لوازم خانگی موضوعیت ندارد و اگر هم بخواهند در این بازار نظارت کنند، باید واحدهای تولیدی براساس قیمت نهاده‌های تولیدی خوداظهاری کنند و در صورت بروز تخلف سازمان حمایت ورود کند، اما اعلام تکلیف قیمت‌ها از این سازمان حمایت در بازار لوازم خانگی راه حل نیست و امکان ادامه تولید لوازم خانگی در این شرایط وجود ندارد. هاشمی از درخواست جلسه مشترک با وزیر صمت، ستاد تنظیم بازار، سازمان حمایت و تولیدکنندگان لوازم خانگی عضو انجمن صنایع لوازم خانگی ایران خبر داد و گفت: درخواست ما این است که تصمیمات اتخاذشده در حوزه فولاد و خودرو به صورت منطقی به صنعت لوازم خانگی هم تسری پیدا کند؛ چراکه طبق مصوبه ستاد تنظیم بازار در سال ۱۳۹۷ صرفاً ۲۵ قلم محصولی که از ارز دولتی استفاده می‌کنند مشمول قیمت‌گذاری هستند بنابراین

دبیر انجمن صنایع لوازم خانگی ایران از افزایش ۱۳۰ درصدی مولفه‌های تولید نسبت به سال گذشته خبر داد و گفت طبق مصوبه ستاد تنظیم بازار در سال ۱۳۹۷ صرفاً ۲۵ قلم محصولی که از ارز دولتی استفاده می‌کنند مشمول قیمت‌گذاری هستند بنابراین تولیدکنندگان معتقدند طبق مستنداتی که به سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان ارائه داده‌اند باید افزایش قیمت داشته باشند. عباس هاشمی در گفت‌وگو با ایسنا، اظهار کرد: به طور متوسط آلو مینیوم ۱۵۴ درصد فولاد ۲۱۲ درصد، برنج ۱۳۱ درصد و مس ۱۱۷ درصد نسبت به سال گذشته افزایش قیمت داشته و این در حالی است که تولیدکنندگان لوازم خانگی در خردادماه امسال مجاز شدند قیمت‌های خود را حدود ۲۵ درصد افزایش دهند. همچنین با در نظر گرفتن یورو، میانگین نرخ ارز در این صنعت در مهرماه امسال نسبت به سال گذشته ۱۶۳ درصد افزایش داشته است. وی افزود: برای مثال در بخش آبگرمکن و پکیج اگر براساس افزایش قیمت مواد اولیه قیمت‌گذاری می‌کردیم باید در مهرماه امسال در آبگرمکن ۱۳۴ درصد و در پکیج ۱۵۸ افزایش قیمت می‌داشتیم؛ یعنی نرخ برخی از کالاها پنج تا شش برابر قیمتی است که سازمان حمایت تعیین کرده است.

نرخ مصوب احتمالی ۱۳ هزار تومانی برای مرغ زنده

به گفته این مقام مسئول، در شرایطی که قیمت هر کیلو کتچاله سویا بالای ۱۵ هزار تومان است، قیمت ۱۳ هزار تومانی به ازای هر کیلو مرغ نمی‌تواند مرغدار را به امر تولید ترغیب کند.

عضو هیأت مدیره اتحادیه مرغداران گوشتی در پایان تصریح کرد: اگر نرخ واقعی مرغ متناسب با هزینه‌های تولید اعلام نشود، مرغدار به هر میزانی که نهاده در اختیارش قرار گیرد، مرغ را در سالن نگهداری می‌کند که با این وجود مرغ‌سایز ریز و خسارخ از وزن در بازار عرضه می‌شود.

نظام ارز شناور بهترین راهبرد توسعه صادرات است

عضو هیأت نمایندگان اتاق بازرگانی فارس اضافه کرد: شرایط فوق میزان تقاضا برای سرمایه‌گذاری در بنگاه‌های تولیدی را کاهش خواهد داد. آن هنگام که ارز به یک دارایی تبدیل شود، فعالان اقتصادی در صدد نگهداری ثروت خود بر پایه ارز برمی‌ایند. این شرایط منجر به جایگزینی فعالیت‌های سوداگرانه با فعالیت‌های مولد و در نهایت کاهش افق سرمایه‌گذاری خواهد شد. راهدار با تاکید بر این نکته که سردرگمی ناشی از نوسانات گسترده نرخ ارز، بالطبع محرک انجام معاملات و خرید مواد اولیه به صورت نقدی است که قاعدتاً اختلال در سیستم معاملات اقتصادی را رقم خواهد زد، افزود: از سوی دیگر با نگاه مثبت به افزایش نرخ ارز می‌توان دریافت که افزایش قیمت کالاهای وارداتی در پی کاهش ارزش پول ملی، به کاهش قیمت کالاهای صادراتی و بالطبع به رقابت‌پذیر شدن محصولات تولید داخل در سطح بین‌المللی و افزایش سود تولیدکننده خواهد انجامید. کاهش تقاضا جهت واردات کالا و افزایش تمایل به صادرات، افزایش تقاضای کل را در پی خواهد داشت. ادامه این روند در دور بعد منجر به افزایش تقاضای واردات خواهد شد.

به گفته او، افزایش نرخ ارز، رشد ناپایدار و مقطعی برخی از شرکت‌های صادرکننده را در پی دارد، لیکن در میان‌مدت به این دلیل که محصولات تولیدی از افزایش قیمت‌های نسبی ناشی از بالارفتن نرخ ارز متأثر می‌شوند، مزیت رقابتی خود را از دست داده و بنگاه‌های اقتصادی قادر به تولید محصول مشابه با مقدار، کیفیت و هزینه قبل از صادرات نخواهند بود.

اختیار استانداردان در نظر گرفته شده است. وی با اشاره به اینکه هنوز نرخ مصوب مرغ به طور رسمی اعلام نشده است، افزود: گمانه‌زنی‌ها حکایت از آن دارد که امروز نرخ جدید اعلام شود. حجت ادامه داد: معایرت هزینه تمام شده تولید با قیمت ۱۳ هزار تومانی به ازای هر کیلو مرغ زنده برای تولیدکننده و مصرف‌کننده می‌تواند آسیب‌زا باشد چراکه در صورت تأمین ۵۰ درصد نهاده با نرخ مصوب و ۵۰ درصد از بازار آزاد، نرخ منطقی هر کیلو مرغ زنده ۱۶ هزار و ۵۰۰ تا ۱۷ هزار تومان است.

گسیخته نرخ ارز بر تولید ناخالص داخلی است.

او با بیان اینکه آسیب واردشده به تولید داخلی کشور در پی افزایش قیمت مواد اولیه و کالاهای سرمایه‌ای ایجاد می‌شود، گفت: این تأثیر در ایران که نقش آفرینی واردات در تأمین مواد اولیه و حتی تکنولوژی‌ها بسیار محوری است با شدت بیشتری نمود می‌یابد.

به گفته این فعال اقتصادی، اختصاص بیش از ۹۰ درصد از واردات رسمی کشور به مواد اولیه و کالاهای سرمایه‌ای و واسطه‌ای و وابستگی ۱۰ تا ۷۰ درصدی صنایع کشور به مواد اولیه خارجی، نمایانگر وابستگی شدید تولید به واردات است.

راهدار که اعتقاد دارد با کاهش پی‌درپی ارزش پول ملی فشار تورمی بسیار شدید و لجام‌گسیخته‌ای از جانب افزایش قیمت واردات به کشور و به‌تبع آن افزایش هزینه‌های تولید و قیمت نهایی محصولات تحمیل می‌شود، خاطرنشان کرد: تورم نیز در جای خود می‌تواند بافت‌های تولیدی و سرمایه‌گذاری، همچنین وضعیت بازارهای داخلی و خارجی و بخش تجارت خارجی را متأثر سازد. افزایش هزینه‌های تولید ناشی از افزایش نرخ ارز منجر به کاهش حاشیه سود و توان رقابتی واحدهای تولیدی و محدود ساختن سرمایه در گردش بنگاه‌های اقتصادی خواهد شد.

او همچنین با بیان اینکه افزایش افسارگسیخته نرخ ارز قدرت برنامه‌ریزی و پیش‌بینی را از تولیدکنندگان سلب و نااطمینانی را در تعیین قیمت فروش برای سفارش‌های آتی القا می‌کند، گفت: از این‌رو بنگاه‌های تولیدی در تلاشند که با حفظ مواد اولیه و عدم تزریق آنها به چرخه تولید، در انتظار ایجاد شرایط بهتر بمانند.

عضو اتحادیه مرغداران گوشتی گفت امروز نرخ جدید مرغ اعلام رسمی می‌شود و شنیده‌ها حاکی از آن است که نرخ مصوب مرغ زنده ۱۳ هزار تومان تعیین شده است.

عظیم حجت عضو هیأت مدیره اتحادیه مرغداران گوشتی در گفت و گو با باشگاه خبرنگاران جوان، درباره آخرین جزئیات تصویب نرخ جدید مرغ اظهار کرد: اگرچه نرخ مصوب مرغ زنده به صورت مکتوب اعلام نشده، اما شنیده‌ها حاکی از آن است که قیمت مصوب هر کیلو مرغ زنده ۱۳ هزار تومان با احتساب ۱۰ درصد افزایش یا کاهش در

عضو هیأت نمایندگان اتاق بازرگانی فارس اعتقاد دارد که به‌کارگیری نظام ارز شناور مدیریت شده همراه با اعمال سیاست‌های اقتصادی و پولی راهی منطقی برای جلوگیری از هدررفت منابع ارزی و توسعه صادرات در شرایط تحریم‌های بین‌المللی است. یلدا راهدار در گفت‌وگو با ایسنا، به نوسانات این روزهای بازار ارز اشاره و بیان کرد: نرخ ارز به‌عنوان یکی از مهم‌ترین متغیرهای اقتصاد کلان و اصلی‌ترین مفصل ارتباطی اقتصادی بین دولت‌ها، ضمن تبیین ظرفیت‌های اقتصادی جوامع، بیانگر میزان رقابت‌پذیری هر کشور در عرصه بین‌المللی و تجارت خارجی است.

او ادامه داد: نوسانات نرخ ارز تأثیرات گسترده‌ای را بر بخش داخلی و خارجی اقتصادها اعمال می‌کند، چون از یکسو بر تراز تجاری به واسطه تأثیر بر صادرات و واردات و از سوی دیگر بر تولید و اشتغال به سبب اثرگذاری وسیع بر قدرت رقابت‌پذیری داخلی و همچنین تورم داخلی نقش‌آفرین است. از این‌رو مدیریت بازار ارز یکی از الزامات کلیدی هر اقتصادی به‌شمار می‌رود.

نایب رئیس سازمان ملی کارآفرینی افزود: در میان کشورهای در حال توسعه که با شوک‌های داخلی و خارجی متعدد مواجه هستند، اتخاذ سیاست‌های راهبردی برای تنظیم نرخ ارز و روباوری با نوسانات ارزی بسیار حیاتی است.

راهدار خاطرنشان کرد: در سال ۹۷ شوک ارزی در کشور اتفاق افتاد و از آن تاریخ تاکنون نرخ ارز رشد بیش از ۶۰۰ درصدی را به ثبت رسانده است. در روزهای اخیر نیز قیمت دلار به کانال ۳۰ هزار تومانی نیز نزدیک شده است. آنچه مسلم است تأثیر افزایش افسار

رایزنی مجلس با دولت برای اسقاط خودروهای فرسوده

عضو کمیسیون صنایع و معادن مجلس شورای اسلامی به ارزیابی فرآیند اسقاط خودروهای فرسوده پرداخت و از رایزنی مجلس با دولت و تعریف بسته جبرانی خرید خودرو برای اقشار ضعیف جامعه خبر داد.

علیرضا سلیمی در گفت‌وگو با خبرنگار خبرخودرو، بیان کرد: اسقاط خودروهای فرسوده موضوع جدیدی نیست و تاکنون فراز و نشیب‌های زیادی داشته است. مانع عمده اسقاط خودروهای فرسوده مشکل قانونی نیست و تعیین نوع خودرو فرسوده و اینکه معاینه فنی می‌تواند تنها ملاک تعیین خودرو فرسوده باشد یا خبر و مواردی از این قبیل در دست دولت است. ضمن اینکه یکی از قوانین مصوبه مجلس در سال گذشته اسقاط چند خودرو به ازای واردات یک خودرو بوده است.

وی خاطر‌نشان کرد: مجلس در طرح پیشنهادی خود با توجه به شرایط فعلی و افزایش نجومی قیمت خودرو بیشتر بر کنترل قیمت خودرو متمرکز شده است و یکی از ملاحظاتى که در این زمینه داشته توجه به قشر ضعیف جامعه است که معمولاً خودروهای فرسوده در اختیار این قشر بوده و متأسفانه قادر به تعویض خودرو فرسوده خود با نو نیستند. به همین دلیل مجلس در طرح ساماندهی صنعت خودرو سعی بر توجه به قشر ضعیف جامعه و رایزنی و مجاب کردن دولت به در نظر گرفتن بسته جبرانی برای اقشار پایین است تا در حسرت داشتن خودرو نباشند و با بتوانند خودرو فرسوده خود را تعویض کنند.

نماینده مردم محلات در مجلس شورای اسلامی ادامه داد: یکی از این اقشار تاکسیرانان هستند که دارای خودروهای فرسوده بوده و قادر به تعویض تاکسی خود نیستند. شاید در گذشته روشی برای جایگزینی خودرو فرسوده با نو وجود داشت اما در شرایط فعلی با توجه به افزایش قیمت سرسام‌آور خودرو روشی جز تعریف بسته جبرانی توسط دولت برای تعویض خودرو برای تاکسیرانان و سایر اقشار ضعیف وجود ندارد.

عضو کمیسیون صنایع و معادن مجلس شورای اسلامی درباره کندی روند اسقاط خودرو در کشور اظهار داشت: دولت فرسوده نمی‌تواند خودرو فرسوده از رده خارج کند و در فرآیند کنترل سایر امور نیز کند عمل می‌کند و علی رغم اینکه دولت آقای روحانی شعارهای مناسبی با شرکت سایکو (شرکت طراحی، مهندسی و نتیجه فرسودگی خودروها هستیم.

قطعه‌سازان کرمانشاه هنوز چشم‌انتظارند

اواخر تیرماه امسال بود که «فرشاد قمیعی» مدیرعامل گروه صنعتی ایران خودرو به کرمانشاه سفر کرد و نشستى با فعالین صنعت خودرو و قطعه‌سازان کرمانشاه داشت.

در این نشست قطعه‌سازان کرمانشاه به بیان قابلیت‌ها و ظرفیت‌های‌شان برای تامین قطعات موردنیاز خودرو خصوصا برای کارخانه خودروسازى صحنه پرداختند و حتى پیشنهاداتی درباره تدوین نقشه راه قطعه‌سازى کرمانشاه برای دو سال آینده مطرح شد و مدیرعامل ایران خودرو نیز در این جلسه بر لزوم استفاده از ظرفیت قطعه‌سازهای کرمانشاه بسیار تاکید کرد.

در پایان این جلسه امیدی در دل قطعه‌سازان ایجاد شد که بتوانند نه‌تنها همکاری بیشتری با ایران خودرو کرمانشاه داشته باشند، بلکه حتی نیازهای نقاط دیگر را نیز پوشش دهند و قراردادهای مناسبی با شرکت سایکو (شرکت طراحی، مهندسی و تامین قطعات ایران‌خودرو) داشته باشند.

اگر قطعه‌سازى کرمانشاه رونق بگیرد، بسیاری از واحدهای فعال در این عرصه می‌توانند طرح‌های توسعه‌ای اجرا کنند و جمعیت بیشتری را در مجموعه خود به کار بگیرند.

اما از آن زمان تاکنون نزدیک به سه ماه می‌شود و اگرچه پیگیری‌هایی انجام و جلساتی برگزار شده، اما عملا نتیجه خاصی نداشته و خروجی آن به صورت قراردادهای جدید قطعه‌سازان با ایران خودرو کرمانشاه خود را نشان نداده است.

نه تنها خبری از قراردادهای جدید با ایران خودرو نیست، بلکه به گفته دبیر انجمن قطعه‌سازان کرمانشاه در حال حاضر از نزدیک به ۱۵ هزار قطعه‌ای که برای یک خودرو در کارخانه خودروسازى کرمانشاه استفاده می‌شود فقط نزدیک به ۱۰۰ تا ۱۵۰ قطعه از داخل کرمانشاه تولید می‌شود.

سپروس کوهستانی در گفت و گو با ایسنا، با اشاره به سفر چند ماه قبل مدیرعامل ایران خودرو به کرمانشاه و جلسهای که با حضور قطعه‌سازان برگزار شد، اظهار کرد: اگرچه متعاقب آن جلسهای هم در شرکت سایکو در تهران برگزار شد، اما متأسفانه به نتایج ملموسی دست نیافتیم.

وی از چند عاملی که مانع انعقاد قرارداد با سایکو برای تامین قطعات از سوى قطعه‌سازان کرمانشاه می‌شود، اشاره کرد و ادامه داد: یک عامل اصلی ارزی‌ر برخی قطعات از جمله جعبه فرمان خودرو است و قطعه‌سازان باید برای تولید این قطعات از ارز آزاد استفاده کنند، اما بازپرداخت پول قطعه‌سازان از طریق خودروساز به صورت ارز مبادله‌ای با ارز رسمی انجام می‌شود که این امر زیان زیادی به قطعه‌سازان وارد خواهد کرد.

دبیر انجمن قطعه‌سازان کرمانشاه نبود پیش‌پرداخت برای قطعه‌سازان را نیز مشکل دیگر دانست و تاکید کرد: تولید قطعات خودرو نیازمند تامین مواد اولیه، قالب‌سازى و ... است و تا به مرحله تولید برسد نیازمند حدود یک سال هزینه کُرن است، این در حالی است که خودروسازان تازه بعد از ۱۲۰ روز هزینه قطعات را پرداخت می‌کنند. کوهستانی با بیان اینکه قطعه‌سازان منابع مالی کافی برای این روند در اختیار ندارند، یادآور شد: متأسفانه حمایت چندانی هم در این زمینه از سوى بانک‌ها صورت نمی‌گیرد.

وی از این دو مورد به عنوان موانع اصلی یاد کرد و افزود: مانع فرعی دیگری که با آن مواجهیم تیراز قطعات و لزوم انعقاد قراردادهای سه تا پنج ساله با قطعه‌سازان است که خودروساز عملا از این موضوع اکراه دارد و قراردادهایی که منعقد می‌شود معمولا کوتاه مدت و یک ساله است و ممکن است حجم سرمایه‌گذاری صورت گرفته را پوشش ندهد.

مخالفت مجلس با فرمول دولت به دلیل تداوم گرانی



در جلسات مشترک اعضای کمیسیون صنایع و معادن، وزارت صمت و خودروسازان، گفت: در این جلسات راهکارهای کاهش قیمت خودرو مطرح و بررسی شد؛ در وهله نخست خودروسازان و وزارت صمت، معدن و تجارت خواستار فروش خودرو با قیمت حاشیه بازار (۵ درصد زیر قیمت بازار) بودند که نمایندگان مجلس به صراحت با این راهکار مخالفت کردند. نماینده مردم فسا در مجلس شورای اسلامی افزود: فروش خودرو در بورس کالا راهکار نمایندگان برای ساماندهی بازار خودرو بود که دستگاه‌های حاضر در جلسه با آن موافقت کردند بنابراین مقرر شد طرح ساماندهی بازار خودرو که در حال حاضر در کمیسیون صنایع و معادن در حال بررسی است به عنوان راهکار بلندمدت برای بهبود شرایط صنعت خودرو و کاهش قیمت‌ها در نظر گرفته شود.

قیمت مواد اولیه، دلار و قوانین، عوامل افزایش قیمت خودرو

مواد اولیه، نخستین عامل است، برای مثال در صنعت خودرو از ورق آلوانیزه استفاده می‌شود و اگر نگاهی به این ورق داشته باشیم مشاهده می‌کنیم که تقریباً قیمت‌ها نسبت به سال گذشته ۲ برابر شده است، درنتیجه قیمت خودرو افزایش یافت.

ثابت‌ر اشاره کرد: افزایش قیمت دلار، دومین عامل در افزایش قیمت خودرو بوده است، قیمت هر دلار در سال گذشته حدود ۱۲ هزار تومان بود که با افزایش بیش از ۲ برابری آلآن ۳۰ هزار تومان است.

این دکترای علوم اقتصادی درخصوص عامل سوم افزایش قیمت خودرو به قوانین اشاره و بیان کرد: قوانینی مانند ممنوعیت واردات برخی از مواد اولیه و خودروها باعث افزایش قیمت خودرو شده است. در حقیقت ممنوعیت به خاطر حمایت از صنعت خودرو انجام شده و آن را اشتباه نمی‌دانیم ولی در افزایش قیمت خودرو مؤثر بوده است.

وی در تحلیل سطح تقاضا در بازار خودرو بیان کرد: قیمت بالای خودرو، پایین بودن کیفیت و ضعف مشوق‌ها باعث می‌شد تقاضای خریداران واقعی کاهش پیدا کند همچنین افزایش هزینه خانواده‌ها موجب شده که مشتریان واقعی نتوانند خودرو بخرند.

ثابت‌فر عنوان کرد: افت کیفیت خودروها به این دلیل است که قطعات از منابع اصلی خارجی تامین نمی‌شوند و خودروسازان مجبور هستند از بازارهای غیرمعتبر تهیه کنند. به دلیل افت کیفیت هزینه تعمیر برای مصرف‌کننده افزایش پیدا می‌کند و مشتریان مجبور هستند از تولیدات صفرکیلومتر خودرو به سمت بازارهای دست‌دوم بروند.

دلالتان بازار خودرو به جای مشتریان واقعی

یک دکترای علوم اقتصادی با اشاره به اینکه قیمت مواد اولیه، قیمت دلار و قوانین از عوامل افزایش قیمت خودرو است، گفت پیش‌بینی قیمت خودرو کار ساده‌ای نیست و نیاز به بررسی فاکتورهای بسیاری دارد، اما اگر قیمت دلار کنترل شود ممکن است قیمت خودرو در بازار کنترل شود ولی اگر روند قیمت دلار افزایشی باشد بازار خودرو هم از افزایش قیمت ارز تبعیت خواهد کرد.

پویا ثابت‌فر در گفت‌وگو با ایسنا، اظهار کرد: از روزهای اولیه خروج آمریکا از برجام، صنعت و بازار خودرو با بحران و التهاب روبه‌رو شد و شرایط به شکلی پیش رفت که صنعت با افت تولید و رشد قیمت در بازار خودرو مواجه شد.

وی ادامه داد: بعد از خروج آمریکا از برجام، اولین بازار و صنعتی که تحت تأثیر قرار گرفت خودرو بود چون شرکای صنعت خودرو از ایران رفتند و ارتباط خود را با خودروسازان داخلی قطع کردند. از سوى دیگر به خاطر تحریم و بسته شدن راه‌های انتقال پول، شرکت‌های خودروسازى برای تامین قطعاتی که خارج از کشور وارد می‌شد با مشکل مواجه شدند. در حقیقت علاوه بر مشکلات مطرح‌شده، اقتصاد کشور نیز با چالش مواجه شده بود.

عضو هیأت‌علمی دانشگاه آزاد اسلامی قزوین بیان کرد: از ابتدای سال ۹۹ شاهد افزایش نرخ ارز بودیم و تورم بالا داشتیم، علاوه بر آن با کاهش قیمت نفت با کاهش درآمدهای ارزی مواجه شدیم و شیوع کرونا نیز مزید بر علت شد و التهایی را وارد بازار خودرو کرد.

وی درخصوص عوامل مؤثر بر قیمت خودرو تشریح کرد: تأمین

رئیس شورای اسلامی شهر تهران در مورد رد لایحه افزایش ۲۵ درصدی نرخ کرایه حمل و نقل تهران توضیحاتی ارائه کرد.

به گزارش پایگاه خبری «عصر خودرو» به نقل از ایسنا، محسن هاشمی در میان جلسه صبح روز گذشته شورای شهر تهران با سپردن اداره جلسه به امینی نایب رئیس شورا با حضور در جمع خبرنگاران گفت: امروز از ساعت ۷:۳۰ جلسه هم‌اندیشی با حضور شهردار برگزار شد و اعضای شورای شهر درخصوص مسائلی همچون انتصابات، نوع مدیریت و کاهش تمرکز در ستاد و درآمدهای شهرداری مسائلی را مطرح کردند. وی با بیان اینکه شهردار تهران بدون هماهنگی یک لایحه دو فوریت درخصوص ارائه بسته‌های تشویقی و تخفیفی به بدهکاران حوزه شهرداری به شورا ارائه کرد، گفت: از آنجایی که اعضا در مورد این لایحه اطلاعی نداشتند، به دو فوریت آن رأی نداده و یک فوریت این لایحه به تصویب رسید.

رئیس شورای اسلامی شهر تهران درخصوص عدم موافقت کمیسیون حمل و نقل با لایحه پیشنهادی شهرداری در مورد افزایش ۲۵ درصدی نرخ کرایه اتوبوس و مترو نیز گفت: این موضوع در کمیسیون حمل و نقل بررسی شد و رأی نیاورد چراکه دولت یک بخشنامه دارد که در آن تاکید کرده افزایش بیش از ۲۰ درصدی نرخ ممنوع است و سازمان تعزیرات نیز به این موضوع حساس است و اگر بیشتر از این نرخ افزایش

داشته باشیم حتما هیأت تطبیق آن را رد می‌کند.

به گفته وی، البته درآمد حاصله از این لایحه نیز مشکلی از ما رفع

نمی‌کرد چراکه ما ۲۰۰ میلیارد تومان کسری داریم و این لایحه در حالت حداکثری ۴۰ تا ۵۰ میلیارد تومان آورده داشت و از آنجایی که بازتاب بدی هم در جامعه داشت قرار شد که ضمن رد این لایحه مجدانه در صحن علنی از دولت بخواهیم که یارانه خود را پرداخت کند.

وی با بیان اینکه البته دولت هم دنبال تامین منابع است، درخصوص دستاوردهای بسته محرک اقتصادی گفت: اگر می‌بینید که تا آلآن کار شهر را پوشش داده و حقوق‌ها را پرداخت کردیم به دلیل اثرگذاری بسته محرک است، اما دقت داشته باشید که ما در تامین بودجه غیرنقد مشکل داریم و ۱۰ هزار میلیارد تومان باید از طریق بودجه غیرنقد تامین می‌شد که طی ۷ ماه گذشته آورده‌ای نداشته است.

به گفته هاشمی، گلایه اعضای شورای شهر نیز به مسئله عدم تحقق بودجه غیرنقد است و بعضا معتقدند چون اختیارات به مناطق و ... داده نمی‌شود دست مدیران بسته است اما دقت داشته باشید که سازمان‌های نظارتی و بازرسی نیز این روزها مو را از ماست بیرون می‌کشند و برخی مدیران نگران هستند که باید بابت برخی جسات‌های‌شان جواب پس بدهند. وی ادامه داد: البته از سوى دیگر قیمت‌ها نیز بسیار متغیر است و می‌بینند که یک کارشناسی قیمت‌گذاری می‌کند، اما قیمت‌ها ۲۰

روز بعد و یا حتی یک ساعت بعدش تغییر می‌کند که البته به نظر

می‌رسد باید یک کمیته جمعی تشکیل شده و مدیران براساس خرد جمعی و تایید مراجع نظارتی کار را پیش ببرند.

هاشمی در مورد انتصابات اخیر شهردار تهران و نارضایتی برخی از اعضای شورا گفت: اولین نکته در این جلسه هم‌اندیشی مطرح شد این است که همه تاکید کردند که انتصابات جزو اختیارات شهردار است، اما چون از همان اول اعلام کرده بودیم که ما یک گروه یک دست هستیم و توافق نانوشته داشتیم که شهردار به خصوص در انتصاب روسای شرکت‌های الف و مدیران درجه یک مسئله را به اطلاع اعضا برساند، این انتقادات مطرح شد، چراکه سرعت عمل در انتصابات اخیر بالا بود و اعضا از نگاه دوگانه شهردار به برخی مدیران انتقاد کردند چراکه دیده شده برخی مدیران بازنشسته هستند اما عوض نشدند و برخی دیگر با عنوان بازنشسته تغییر می‌کنند. وی افزود: ما طرفدار ثبات هستیم و دنبال تغییر نیستیم و معتقدیم که معلوم نیست این تغییرات در سال آخر با چه دلیل و چه خروجی باشد و به نظر می‌رسد در شهرداری استراتژی و راهبردی مشخصی برای تغییر مدیران نیست و تغییر یک دفعه چند مدیر درست نبود که البته شهردار تهران به این انتقادات اعضا پاسخ دادند اما به دلیل ضیق وقت نتوانستم که ببینم آیا اعضا از این سخنان قانع شدند یا نه؟

یکپارچه سازی زیرساخت های آزمایشگاهی خودرو هدف قرار گرفت

«تهیه اطلس فناوری زیرساخت های آزمایشگاهی کشور در حوزه خودرو و قوای محرکه» سه مجموعه دخیل در این عرصه را بر آن داشت تا یک همکاری مشترک را با هم آغاز کنند؛ کاری که قرار است تلاشی برای رفع موانع یکپارچه سازی زیرساخت حمل و نقل متکی بر فناوری های پیشرفته باشد. ستاد توسعه فناوری های فضایی و حمل و نقل پیشرفته معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، معاونت توسعه صنایع حمل و نقل سازمان گسترش و نوسازی صنایع ایران و شرکت بازرسی کیفیت و استاندارد ایران برای تدوین اطلس فناوری زیرساخت های آزمایشگاهی کشور و برنامه ریزی برای تکمیل آنها در طراحی اجزا و قطعات در حوزه خودرو و قوای محرکه با هم همکاری می کنند.



دریچه

معافیت گمرکی به ۵۰۰ شرکت دانش بنیان تعلق گرفت

یکی از برنامه های مهم معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری تعامل با سازمان گمرک جمهوری اسلامی ایران است تا واردات و صادرات، برای شرکت های دانش بنیان و فناور تسهیل شود. در این راستا تاکنون ۵۰۰ شرکت دانش بنیان توانسته اند از بسته تسهیلات گمرکی برخوردار شوند.

بر اساس توافق صورت گرفته میان دو طرف و تدوین بسته حمایتی گمرکی، شرکت های دانش بنیان از امتیازات و معافیت های گمرکی قابل توجهی برخوردار هستند. معافیت در پرداخت هزینه های عوارض و حقوق گمرکی و همچنین معافیت در پرداخت سود بازرگانی و عوارض صادراتی از جمله حمایت های تخصیص یافته در این حوزه است. شرکت های دانش بنیان می توانند برای واردات کالاهای غیرتجاری خود در راستای فعالیتهای دانش بنیان از این معافیت ها استفاده کنند.

کالای دانش بنیان برای مهندسی معکوس، کالا و قطعات برای ساخت کالای دانش بنیان تا حد ساخت نمونه اولیه، تجهیزات آزمایشگاهی، تست و کنترل کیفیت و ماشین آلات خط تولید، از جمله مواردی هستند که شامل معافیت های گمرکی می شوند. در سال ۱۳۹۸ تعداد ۹۵ شرکت دانش بنیان از معافیت های گمرکی بهره مند شده اند. در مجموع نیز ۵۰۰ شرکت دانش بنیان توانسته اند از معافیت های گمرکی در نظر گرفته شده، بهره مند شوند.

برای واردات ماشین آلات خط تولید، ثبت سفارش الزامی است. در سایر موارد نیز چنانچه به تشخیص گمرک، ارزش کالای وارداتی بالا باشد بهتر است ثبت سفارش انجام شود.

اگر کالای وارداتی ماشین آلات خط تولید باشد و شرکت دانش بنیان دارای جواز تاسیس، پروانه بهره برداری، کارت شناسایی، گواهی

ابهامات در ذهن دانشجویان بین المللی؛ شرایط تازه مهاجرتی چه می گوید

آخرین داده های درخواست ویزای تحصیلی استرالیا پرسش های مهمی را در مورد چگونگی رفتار با دانشجویان بین المللی و اینکه مقصد مهاجرتی آنان کجاست، به وجود آورده است. براساس اعلام وزارت امور داخلی، تعداد ویزای دانشجویی دریایی استرالیا در سال مالی ۲۰۲۰-۲۰۱۹ نسبت به سال قبل، با کاهش ۸۸ درصدی درخواست ها، به یک سوم ۳۳.۵ درصد کاهش یافته است. ضرورت گذار از تکیه به شهریه به عنوان منبع درآمد به دانشگاه های استرالیا اغلب در مورد وابستگی آنها به شهریه های بین المللی به عنوان منبع درآمد هشدار داده شده است. گزارش اخیر نشان داد که این منبع، به طور متوسط ۲۶.۲ درصد از درآمد یک موسسه را تشکیل می دهد و در برخی موارد به ۴۰ درصد می رسد. شیوع Covid-۱۹ و پیش بینی کاهش ورود دانشجویان بین المللی، باعث شده است که بسیاری از مؤسسه ها برای صرفه جویی در هزینه ها برخی خدمات و امکانات رفاهی را کاهش دهند. در حالی که بیشترین افت در آخرین داده های DHAA را می توان به Covid-۱۹ نسبت داد، اما این ارقام نشان می دهد که حتی قبل از همه گیری نیز ۹ درصد کمتر از مدت مشابه سال قبل وجود داشته است. از نظر اقامت ویزای دانشجویی در انتظار، ۱۰ درصد در تعداد درخواست ها رشد ایجاد شده است، نپال و هند به ترتیب ۳۶ و ۳۹ درصد افزایش داشته اند. فیل هانی وود، مدیر انجمن بین المللی آموزش استرالیا

حضور دانش بنیان های زیستی در بورس تقویت می شود

ایران یکی از کشورهای پیشاز در حوزه زیست فناوری است؛ کشوری که رتبه نخست منطقه در بخش های مختلفی از این علم کاربردی را کسب کرده است. حالا قرار است با تمهیدات معاونت علمی و فناوری ریاست

جمهوری حضور برخی دانش بنیان های بزرگ و موثر این حوزه در بورس تقویت شود. یکصد و بیست و هشتمین جلسه کمیسیون هماهنگی و اجرایی ستاد توسعه زیست فناوری معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری به صورت برخط و با مشارکت بازیگران این حوزه برگزار شد؛ ویناری که از همه فعالان و علاقه مندان به این حوزه دعوت کرده بود تا با مشارکت خود، زمینه توسعه این فناوری در کشور را فراهم کنند. مصطفی قانع، دبیر ستاد توسعه زیست فناوری معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری در این نشست آنلاین پس از ارائه گزارش عملکرد ستاد، گفت:

برخی شرکت های دانش بنیان فعال در حوزه زیست فناوری دستاوردها و محصولات قابل توجه و عرض های دارند و این محصولات سود زیادی برای این شرکت ها به همراه دارد. به گفته وی، صندوق سرمایه گذاری ستاد



توسعه زیست فناوری معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری هم در بخشی از این سودها سهم است. برخی از این شرکت های دانش بنیان بر روی تابلوی بورس قرار گرفته اند که تلاش می کنیم حضور آنها را تقویت

کنیم. دبیر ستاد توسعه زیست فناوری معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، با اشاره به حوزه امنیت غذایی در کشور، بیان کرد: این طرح در ستاد ذیل برنامه های متنوعی پیگیری می شود، اما توسعه این حوزه به همکاری و همراهی همه بخش های مرتبط نیاز دارد. وی ادامه داد: یکی از مشکلات این حوزه، قوانین محدود کننده فعالیت مهندسان زیستی کشاورزی است که تلاش می کنیم به زودی این مشکلات را رفع کنیم. قانعی برای بیان علت توجه ستاد به حوزه دارو و توسعه خوب آن، تاکید کرد: دلیل این موضوع به همکاری همه جانبه سازمان غذا و دارو برمی گردد. ستاد تعامل خوب و تسهیل شده ای با این سازمان دارد، اما برای پیشبرد فناورانه و توسعه برخی حوزه های زیستی با قوانین دست و پاگیر و عدم همکاری ها مواجه می شود.



«کارل پی»، هم بنیانگذار وان

کارل پی ۳۱ ساله، معمولاً سخنران اصلی ر تعامل خوب با کاربران، شناخت خوبی نسبت به مهمی در توسعه جهانی برند وان پلاس ایفا می کند. هنوز به صورت دقیق مشخص نیست شرکت را ترک کرده، اما به نظر می رسد قطعاً که احتمالاً در زمینه سخت افزاری خواهد بود. کاربری به نام «JonSigur» در «ردیت» مد

«کارل پی»، هم بنیانگذار وان پلاس که نقش مهمی در توسعه جهانی برند وان پلاس برعهده داشت، پیش از فرا رسیدن رویداد رونمایی وان پلاس ۸T با این شرکت قطع همکاری کرد. هنوز مشخص نیست که کارل پی اخراج شده یا به صورت توافقی استعفا داده است. به گزارش دیجیاتو، وان پلاس در سال ۲۰۱۳، توسط «پیت لائو» و کارل پی، کار خود را آغاز کرد. پیت لائو یکی از سهامداران اصلی اوپو، وان پلاس و ریلمی است. کارل پی و پیت لائو پیش از تاسیس وان پلاس، در اوپو با یکدیگر همکاری بودند. کارل پی حتی سابقه حضور در نوکیا را دارد و مدتی نیز در سامسونگ فعالیت داشته است.

ثبت اختراعات پزشکی شتاب می گیرد

با همین هدف میان کانون پتنت معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری و وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی شکل گرفت تا اختراعات حوزه پزشکی هم با سرعت و تسهیلات بیشتر، ثبت و تجاری سازی شوند. در این تفاهم نامه تجاری سازی آن را شتاب می دهد. دی ماه سال ۹۷ بود که یک تفاهم همکاری میان کانون پتنت معاونت علمی و فناوری و وزارت علوم، تحقیقات و فناوری به امضا رسید تا زمینه برای حمایت بیشتر و موثرتر از مخترعان، اعضای هیات علمی و پژوهشگران کشور فراهم شود. براساس این توافقنامه، کانون پتنت به عنوان عامل اجرایی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری در حوزه مالکیت فکری، متعهد شد تا برنامه های وسیعی را برای توسعه و شتاب بخشیدن در این خصوص، به اجرا درآورد.

برای حمایت از ثبت اختراعات پزشکی در کشور تفاهمی دوجانبه شکل گرفت. معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری و وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی پایه های این همکاری مشترک هستند؛ کاری که ثبت اختراع و تجاری سازی آن را شتاب می دهد.

این طرح در دانشگاه های کشور در حال اجرا است و به شتاب گرفتن ثبت و تجاری سازی اختراعات منجر شده است. این بار تفاهم نامه ای میان کانون پتنت معاونت علمی و فناوری و وزارت علوم، تحقیقات و فناوری به امضا رسید تا زمینه برای حمایت بیشتر و موثرتر از مخترعان، اعضای هیات علمی و پژوهشگران کشور فراهم شود. براساس این توافقنامه، کانون پتنت به عنوان عامل اجرایی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری در حوزه مالکیت فکری، متعهد شد تا برنامه های وسیعی را برای توسعه و شتاب بخشیدن در این خصوص، به اجرا درآورد.

این طرح در دانشگاه های کشور در حال اجرا است و به شتاب گرفتن ثبت و تجاری سازی اختراعات منجر شده است. این بار تفاهم نامه ای



راه اندازی دفاتر ثبت اختراع در دانشگاه های علوم پزشکی، ترویج و تجاری سازی اختراعات این حوزه بینجامد و اساتید دانشگاهی به حمایت از ایده ها و خلاقیت های دانشجویان ترغیب شوند.



۳۴ میلیارد تومان یارانه تخفیف خدمات آزمایشگاهی ارائه شد

شبکه‌ای از خدمات آزمایشگاهی در کشور ایجاد شد تا در کنار ساماندهی به فعالیت‌ها، به ارتقای عملکرد خدمات ارائه شده هم کمک کند. این شبکه طی ۶ سال فعالیت، توانسته ۳۴ میلیارد تومان یارانه تخفیف خدماتی به اعضا ارائه کند. شبکه آزمایشگاهی فناوری‌های راهبردی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری با ارائه خدمات در حوزه‌های مختلفی مانند فنی و مهندسی، شیمی، هوا فضا، معدن، محیط‌زیست، کشاورزی و گیاهان دارویی، زیست‌فناوری و پزشکی، داروسازی، سلول‌های بنیادی، مهندسی بافت، علوم شناختی و مغز، صنایع دستی، مواد غذایی و ... ارتقای کیفی دستاوردهای این حوزه‌های فناورانه را محقق کرده است.

یادداشت



کرونا و شکوفایی صنایع خلاق

حتی عنوان می‌کردند که کسب وکار آنها آینده‌ای ندارد. با این همه آنها توانستند با کمک برخی از روش‌ها و شیوه‌های بازاریابی آنلاین حتی از تأثیر مثبت کرونا هم استفاده کنند. به لطف کرونا بسیاری از مردم این روزها به خرید آنلاین اعتماد کرده‌اند و حتی تعداد زیادی از مایحتاج خود را به صورت خرید آنلاین تأمین می‌کنند.

این روزها کسب و کارهای آنلاین بی‌شماری هستند که قادرند به صورت روزانه سود کنند و درآمد قابل ملاحظه‌ای داشته باشند. شاید می‌پرسید که آنها با چه روشی توانسته‌اند که از کرونا در امان باشند؟ چه موضوعی باعث شده است که آنها قادر باشند کسب و کارشان را تا

این اندازه رشد دهند؟ برگ برنده این صنایع خلاق چیست؟

در عصر حاضر، باتوجه به اینکه کسب و کارهای آنلاین زیادی رشد یافته‌اند و فعالیت می‌کنند، بازاریابی آنلاین و شیوه‌هایی که با کمک آنها می‌توان اعتمادسازی کرد، پیشرفت زیادی داشته‌است و شاید همین موضوع باعث شده است که یک کسب و کار قادر باشد، مشتریان بیشتری را به دست آورد. در واقع اگر بخواهیم تأثیرات کرونا بر صنایع خلاق را بررسی کنیم باید این موضوع را بررسی کرد که آن کسب و کار چگونه با کرونا رفتار کرده است. حقیقت این است که اگر کسب و کاری از کرونا استفاده کرده باشد، به‌طور قطع در حال حاضر درآمد و بازار خود را گسترش داده است، اما در نقطه مقابل کسب و کاری که فعالیت خاصی در این زمینه انجام نداده است، این روزها در حال عقبگرد است. شناخت فرصت‌های همراه این چالش به نوعی تیزبینی نیاز دارد که هر مدیری از آن بر خوردار نیست. امروزه با توجه به توسعه زیرساخت‌ها در کشور، می‌توان با کمک دیجیتال مارکتینگ و بازاریابی آنلاین، کسب و کاری را بنا کرد که روزانه دهها میلیون تومان فروش داشته باشد. از زمان شیوع کرونا، اعتماد مردم به کسب و کارهای اینترنتی بیشتر شده است. بهره‌گیری از این اعتماد و تبدیل تهدید کرونا به فرصت فروش بیشتر، کاری است که بسیاری از شرکت‌ها و استارت‌آپ‌های خلاق و موفق در این روزها انجام می‌دهند.

در قالب یک پژوهش بررسی شد

فضای مجازی؛ فرصت‌ها و تهدیدها

مجازی می‌تواند فرصت‌هایی برای سرگرمی، افزایش سطح اجتماعی شدن، همگرایی با دوستان، استفاده از اخبار و ... برای فرزندان و دانش‌آموزان فراهم کند. همچنین از نظر شرکت‌کنندگان در این مطالعه فضای مجازی در حوزه جامعه‌فایده‌ی مثل تحول، شتاب و تسهیل کارها، کارآفرینی، دستیابی به اطلاعات و آموزش و ... را دارد. شرکت‌کنندگان در این پژوهش معتقدند تهدیدهای فضای مجازی در حوزه فردی شامل: فاصله از ارزش‌ها، از دست رفتن اطلاعات، کم‌رنگ شدن ارتباطات خانواده، اتلاف وقت و... است. آنها این تهدیدها را در حوزه خانوادگی، ضرر اقتصادی، دگرگونی ارزش‌ها، عوارض جسمی و روان و ... می‌دانند. از نظر آنها فضای مجازی برای فرزندان با دانش‌آموزان می‌تواند باعث دگرگونی ارتباطات، آمیختگی مرز درست و نادرست، ایجاد زمینه برای دسترسی‌های نامناسب و ... شود. آنها معتقدند فضای مجازی می‌تواند باعث دگرگونی عرف، زمینه‌سازی تشویش در جامعه، دگرگونی دینداری و... در جامعه شود. با توجه به فرصت‌ها و تهدیدهای فضای مجازی، پژوهشگران این مطالعه می‌گویند: «شناخت آسیب‌ها و چالش‌های فرهنگی و ارزشی فضای مجازی در ساحت تربیت اجتماعی و سیاسی جامعه و نحوه عملکرد آن نباید منتج به عقب‌نشینی و گرفتن موضع تدافعی در مقابل این ابزارهای نوین فناوریانه شود؛ بلکه باید در مقابل هجومهای فرهنگی و واپاش اطلاعاتی یک‌طرفه شبکه‌های مجازی، جامعه را مجهز به شناخت و مهارت بهره‌برداری کرد. البته تمام مسئولیت اجتماعی مقابله با همه‌جهای فرهنگی و رسانه‌ای نوین برعهده جامعه نیست و مسئولان امر نیز باید با قاعده‌مندسازی و نظارت مؤثر از جامعه در برابر آسیب‌ها و بداخلاقی‌های فضای مجازی همانند فضای حقیقی محافظت کنند و به جای بستن و حذف صورت مسئله، به دنبال حل مسئله از طریق شناخت و بهره‌برداری از فرصت‌ها باشند.» نتایج این مطالعه به صورت مقاله علمی پژوهشی با عنوان «تجربه زیسته بزرگسالان از فرصت‌ها و تهدیدهای فضای مجازی: یک مطالعه کیفی» در فصل‌نامه علمی «مطالعات فرهنگ-ارتباطات» وابسته به پژوهشگاه فرهنگ هنر و ارتباطات وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی منتشر شده است.

نتایج یک مطالعه نشان داد که فضای مجازی در کنار وجود فرصت‌های بی‌شمار، به دلیل فقدان آموزش مناسب و کافی، تهدیدهایی نیز دارد بنابراین آموزش فراگیر سواد رسانه‌ای و مدیریت این فضا ضروری است. به گزارش ایسنا، در سال‌های اخیر استفاده از اینترنت و فضای مجازی گسترش بسیار زیادی داشته است. همه‌گیری ویروس کرونا نیز باعث شد اینترنت در ایجاد مختلف زندگی افراد به خصوص آموزش دانش‌آموزان و دانشجویان نفوذ کند و جزو جدانشدنی زندگی امروزه شود. فضای مجازی می‌تواند نقشی دوگانه در امنیت‌زایی و امنیت‌زدایی داشته باشد. از یک سو ابزار قدرتمندی در عرضه اطلاع‌رسانی است و از سوی دیگر در صورت فقدان آموزش مناسب و فرهنگ‌سازی می‌تواند خطرهایی برای جامعه داشته باشد. با توجه به گسترش نفوذ فضای مجازی، «ارزو غفوری» و «کیوان صالحی»، پژوهشگران دانشکده روان‌شناسی و علوم تربیتی دانشگاه تهران، در مطالعه‌ای درک بزرگسالان درباره فرصت‌ها و تهدیدهای فضای مجازی برای خود، فرزند و جامعه را بررسی کردند. در این پژوهش از طریق مصاحبه ایمیلی با ۲۲ نفر مصاحبه انجام شد. افراد شرکت‌کننده در این پژوهش ۱۴ زن و هشت مرد بودند که در گروه‌های سنی مختلف بزرگسال قرار داشتند و تحصیلات آنها از فوق دیپلم تا دکترا متفاوت بود. در این پژوهش شش امکان پرکاربرد فضای مجازی؛ شبکه‌های اجتماعی، ماهواره، وب‌سایت‌ها و وبلاگ‌ها، آموزش‌های الکترونیکی، بازی‌های رایانه‌ای و پست الکترونیکی (رایانامه) مورد بررسی قرار گرفت و مشخص شد شرکت‌کنندگان این پژوهش بیشترین استفاده را از شبکه‌های مجازی داشتند و از بازی‌های رایانه‌ای کمترین استفاده را می‌کردند. در این مصاحبه‌ها از افراد سوالاتی درخصوص فرصت‌ها و تهدیدهای فضای مجازی در چهار حوزه فردی، خانوادگی، فرزند یا دانش‌آموز و جامعه پرسیده شد. از نظر این افراد فرصت‌های فضای مجازی در حوزه فردی شامل روحیه مثبت، تسهیل ارتباطات، صرفه‌جویی، افزایش همدلی، ساماندهی امور شغلی و ... بود. آنها این فرصت‌ها را در حوزه خانواده، کارآفرینی، ارتقای روحیه مثبت، آگاهی از اخبار روز، تسهیل انجام امور خانواده و ... می‌دانستند. از نظر این افراد فضای

فناوران تا سقف ۱۰۰ میلیون تسهیلات اخذ گواهینامه دریافت می‌کنند

ارائه بسته حمایت مالی برای اخذ استانداردها و گواهینامه‌های بین‌المللی یکی از ۱۴۰ بسته حمایتی معاونت علمی و فناوری ریاست‌جمهوری محسوب می‌شود. در یک برنامه ویژه، مرکز توسعه تجارت فناوری معاونت علمی، برای اخذ استانداردها، گواهینامه‌ها و مجوزهای بین‌المللی، تا ۷۰ درصد هزینه‌ها را پوشش می‌دهد. این حمایت با هدف افزایش صادرات محصولات تخصصی یافته است و در راستای تسهیل تولید محصولات دانش‌بنیان و فناوری و یافتن مقاصد جدید صادراتی عرضه می‌شود.

یکی از الزامات صادرات محصولات فناورانه به اکثر بازارهای بین‌المللی، دارابودن استانداردهای بین‌المللی است. بازارهای بسیار کمی هستند که می‌شود بدون داشتن استانداردها و تاییدیه‌های بین‌المللی با آنها داد و ستد کرد. اکثریت بازارهای بین‌المللی به تولیداتی که دارای تاییدیه‌های موردنیاز و استانداردهای لازم نیستند، اجازه ورود به کشور را نمی‌دهند. مرکز توسعه تجارت فناوری معاونت علمی و پشتیبانی معاونت علمی و فناوری ریاست‌جمهوری، در این زمینه حمایت‌هایی را برای اخذ تاییدیه‌ها، گواهینامه‌ها و استانداردهای بین‌المللی به شرکت‌های فناور و دانش‌بنیان و دیگر فعالان فناوری که در این حوزه فعال هستند را ارائه می‌دهد. این حمایت‌ها برای مهیا کردن زمینه‌های لازم جهت ورود شرکت‌ها به بازارهای بین‌المللی، به آنان اعطا می‌شود. براساس این طرح میزان قابل توجهی از هزینه‌های صرف شده توسط شرکت‌های دانش‌بنیان و فناور برای اخذ استانداردها، تاییدیه‌ها و گواهی‌های بین‌المللی، توسط مرکز توسعه تجارت فناوری معاونت علمی، پوشش داده می‌شود. این حمایت‌های مالی در قالب تسهیلات، تا سقف ۱۰۰ میلیون تومان است. تمامی هزینه‌های اخذ گواهینامه‌ها و استانداردها، شامل مشاوره، پیاده‌سازی، انجام آزمون‌های خارج از شرکت و صدور گواهینامه‌های مرتبط با سیستم‌های مدیریتی مانند و نظیر آنها و با سایر گواهینامه‌ها و نشان‌های محصول در قالب این طرح پوشش داده می‌شوند.

ارائه بسته حمایت مالی برای اخذ استانداردها و گواهینامه‌های بین‌المللی یکی از ۱۴۰ بسته حمایتی معاونت علمی و فناوری ریاست‌جمهوری محسوب می‌شود. در یک برنامه ویژه، مرکز توسعه تجارت فناوری معاونت علمی، برای اخذ استانداردها، گواهینامه‌ها و مجوزهای بین‌المللی، تا ۷۰ درصد هزینه‌ها را پوشش می‌دهد. این حمایت با هدف افزایش صادرات محصولات تخصصی یافته است و در راستای تسهیل تولید محصولات دانش‌بنیان و فناوری و یافتن مقاصد جدید صادراتی عرضه می‌شود. یکی از الزامات صادرات محصولات فناورانه به اکثر بازارهای بین‌المللی، دارابودن استانداردهای بین‌المللی است. بازارهای بسیار کمی هستند که می‌شود بدون داشتن استانداردها و تاییدیه‌های بین‌المللی با آنها داد و ستد کرد. اکثریت بازارهای بین‌المللی به تولیداتی که دارای تاییدیه‌های موردنیاز و استانداردهای لازم نیستند، اجازه ورود به کشور را نمی‌دهند. مرکز توسعه تجارت فناوری معاونت علمی

پلاس از این شرکت جدا شد

شده است. براساس این متن «امیلی دای» به جای کارل پی قرار است تصدی برخی امور از جمله مسئولیت واحد «OnePlus Nord» را برعهده بگیرد.

در متن فایل، به این موضوع نیز اشاره که امیلی دای، مدیرعامل وان پلاس یعنی «پیت لاو» ارائه شد و موظف است گزارش‌های خود را به مدیرعامل اصلی وان پلاس یعنی «پیت لاو» ارائه دهد. وان پلاس سعی می‌کند تا گوشی‌های هوشمندن پرچمدار خود را با قیمتی در حدود ۱۰۰۰ دلار یا حتی ارزان‌تر به بازار عرضه کند. به نظر می‌رسد از ابتدای موج همه‌گیری کرونا نیز توانسته در بازار هدف موردنظر خودش، تا حدی این هدف را محقق سازد.

ویدادهای رونمایی وان پلاس است و به دلیل مت به نیازهای آنها نیز دارد. کارل پی نقش رده و به نوعی چهره بیرونی شرکت محسوب شد که کارل پی اخراج شده یا با توافق دوطرفه صد دارد کسب و کار خودش را راه‌اندازی کند. می‌تواند به عنوان مدیرعامل وان پلاس

عی افشای متنی مربوط به شرکت وان پلاس



کیفیت بالا و اختلاف قیمت چشمگیر آن با نمونه‌های مشابه خارجی در بازار داخلی، توانست جای خود را در صنعت باز کند. به گفته اصغر برهانی، مدیرعامل شرکت دانش‌بنیان سرمایه‌های صنعتی اردکان،

توسعه تولید محصولات سرمایه‌های ضد سایش مورد مصرف صنایع معدنی و فولادی هدف بعدی این شرکت قرار گرفت. تولید اکتیو آلومینا با اتکا به دانش بومی و ساخت ۱۰۰درصدی تجهیزات لازم در صنایع مختلف محصول دیگر این شرکت بود. این محصول، شرکت را در لیست تولیدکنندگان کاتالیست و جاذب در اندازه صنعتی قرار داد. او می‌افزاید: قطعات ویژه آلومینایی موردنیاز صنایع مختلف کشور و تولید کاتالیست‌های بازیابی گوگرد برای پالایشگاه‌های گاز کشور و صنایع نفت گاز و پتروشیمی،

آجرهای ضد اسید در صنایع غذایی و آزمایشگاهی و فراوری سنگ آهن الیژیست مورد استفاده در گل حفاری، رنگ‌های ضدخوردگی و صنایع فولاد از محصولات دیگر شرکت ما است.

کارگاه برندینگ



با کلینکس

ارتباط احساسی برقرار کنید

شروع مدرسه همیشه سخت است اما شروع دبیرستان از همیشه سخت‌تر خواهد بود. این را هیچ‌کس بهتر از کلینکس نمی‌داند. کمپین تبلیغاتی بازگشت به مدرسه جدید برند یک آزمایش اجتماعی را نشان می‌دهد که در آن اضطراب‌های یک گروه از دانش‌آموزان پیش از روز اول دبیرستان بررسی خواهند شد. ابتدا شاهد آن هستیم که بچه‌ها به زبان خود نگرانی‌های‌شان را بیان می‌کنند. بیشتر آنها با فشارهای اجتماعی مختلفی روبه‌رو می‌شوند که اغلب اوقات طی این انتقال پیچیده بروز می‌کنند. بعدها، حین برگزاری کارگاه، همان بچه‌ها را در حال آماده‌سازی و تبادل بسته‌های دستمال کاغذی کلینکس به روشی خاص می‌بینیم. تک تک بچه‌ها بر روی هر یک از بسته‌های دستمال کاغذی که به آنها داده شده است، پیام‌های حمایتی و بی‌ریا می‌نویسند و در ادامه آنها را با همکلاسی‌های‌شان رد و بدل می‌کنند. سپس شاهد آن هستیم که حالت نگرانی و اضطراب در چهره‌های‌شان جای خود را به لبخند، اعتماد به نفس و خنده می‌دهد.

داستان تاثیرگذار این آگهی بازرگانی متفکرانه با پیام و محصول برند گرهِ خورده است و نتیجه آن برگزاری یک کمپین بازاریابی مرتبط با واقعیت، معتبر و موثق است. این کمپین تحت حمایت هشتگ #ShareKleenexCare، به دلیل تلاش جسورانه برای برقراری ارتباط احساسی با مشتریان، مورد توجه مثبت آنلاین قرار گرفت. روز به روز بر اهمیت گرایش فوق نزد برندها افزوده می‌شود. آگهی تبلیغاتی در نهایت با ارائه داده‌های اطلاعاتی جمع‌آوری شده توسط کلینکس پایان می‌یابد. این داده‌های اطلاعاتی حاکی از آن هستند که ۷۷ درصد از بچه‌ها پس از آماده‌سازی و به اشتراک‌گذاری بسته‌های مراقبتی کلینکس با یکدیگر اعتماد به نفس بیشتری پیدا می‌کنند و از تنهایی کمتری رنج می‌برند.

اهمیت دادن آمازون به آرزوهای دانش‌آموزان

امسال، فرآیند بازگشت به مدرسه تفاوت بسیار زیادی نسبت به سال‌های گذشته دارد. برخی دانش‌آموزان به مدرسه برو خواهند گشت، بعضی از آنها سر کلاس‌های کوچک‌تر با حفظ فاصله فیزیکی خواهند رفت و گروهی دیگر از داخل خانه آموزش خواهند دید. به هر حال، این بدان معنا نیست که فصل بازگشت به مدرسه فصل وداع برندها است. صرف نظر از موقعیت و شرایط آنها، نیاز دانش‌آموزان به نوشت‌افزار و پوشاک همچنان در فصل بازگشت به مدرسه به قوت خود باقی است. فصل بازگشت به مدرسه یک محیط کسب و کار بزرگ به شمار می‌رود؛ از لحاظ میزان فروش، این فصل از سال دومین موسم مناسب برای فعالیت کسب و کارها پس از تعطیلات کریسمس محسوب می‌شود و بازاریابان نمی‌توانند این فرصت را از دست بدهند.

خرده‌فروشان با نزدیک شدن به فصل اصلی بازگشت به مدرسه در اواخر جولای و اوایل آگوست روز به روز بیش از گذشته نسبت به این فرصت بزرگ و عالی وقوف پیدا می‌کنند. برای بهره‌برداری کامل از این فصل، برخی برندها در اوج تابستان کم کم دست به راهاندازی کمپین‌های بازگشت به مدرسه زدند. حتی بعضی از برندها قبل از پایان سال تحصیلی گذشته تصمیم به برگزاری کمپین‌های بازگشت به مدرسه برای سال تحصیلی آینده گرفتند.

اجرای یک کمپین بازاریابی دیجیتال موفق نیاز به ترکیبی از برنامه‌ریزی پیشرفته و سرمایه‌گذاری برای شرایط جدید دارد. پیش از این ما نمی‌توانستیم با اطمینان بگوییم که فصل بازگشت به مدرسه امسال چگونه رقم خواهد خورد اما این موضوع نمی‌بایست جلوی تولید آگهی‌های تبلیغاتی جذاب و موثر توسط برندها را می‌گرفت. اینک همگی به این نتیجه رسیده‌اند که سال به سال همیشه ابزارهای خوبی برای راه‌اندازی کمپین‌های تبلیغاتی موفق در فصل بازگشت به مدرسه را می‌توان یافت. در زیر به شرح کمپین موفق آمازون در سال ۲۰۲۰ می‌پردازیم:

آمازون به آرزوهای دانش‌آموزان اهمیت می‌دهد

آگهی تبلیغاتی بازگشت به مدرسه آمازون کوتاه، ساده و از همه مهم‌تر هوشمندانه است. در قالب یک آگهی تبلیغاتی ۱۵ ثانیه‌ای، معلم کلاس را با حضور و غیاب شروع می‌کند اما به جای صدا زدن دانش‌آموزان به اسم، او از آنها می‌خواهد که بگویند در آینده آرزو می‌کنند چه شغلی داشته باشند. معلم وقتی نام «رست شناس دریایی در آینده» را صدا می‌زند، یک دانش‌آموز با افتخار با در دست داشتن یک دفترچه با عنوان اقیانوس، دست خود را بالا می‌برد. با صدا زدن نام «ترانه‌سرا در آینده»، یک دختر بچه با دفترچه‌ای منقش به تصویر یک کلاویه پیانو در دست مشتاقانه حاضری می‌زند. اصطلاح «گره لیزری کاپیتان» (یکی از نرم‌افزارهای الحاقی مرورگر فایرفاکس) به دانش‌آموزی اطلاق می‌شود که یک تیشرت عجیب و غریب و منحصر به فرد را بر تن کرده است. آگهی تبلیغاتی با این شعار پایان می‌یابد: «هرگاه آن زمان فرا رسید که بچه‌ها به مدسه برگردند و رویاهای‌شان را دنبال کنند، آمازون همه چیز از شیر مرغ گرفته تا جان آدمیزاد (از A تا Z) را برای‌شان فراهم می‌آورد.»

آگهی تبلیغاتی جدید شرکت بر روی این موضوع تاکید می‌کند که چرا آمازون اینقدر محبوب است. دلیل محبوبیت فراوان این وب‌سایت خرید و فروش الکترونیکی آن است که شما فقط با یک کلیک بر روی وب‌سایت آمازون می‌توانید هر چیزی را که می‌خواهید در آن پیدا کنید. وجود هماهنگی میان لطافت و ظرافت نهفته در شیوه انتقال پیام برند با جذابیت کلی داستان آگهی تبلیغاتی، باعث شکلگیری و اجرای یک کمپین بازاریابی موفقیت‌آمیز می‌شود. در این آگهی تبلیغاتی، آمازون فقط نمی‌گوید که همه چیزهای موردنیاز برای بازگشت به مدرسه را می‌توانید در وب‌سایت برند بیابید، بلکه حرف اصلی مقامات و کارمندان شرکت آن است که همه ملزومات موردنیاز برای دنبال کردن رویاهای‌تان را می‌توانید در آمازون پیدا کنید.
منبع: mbanews

قبل از اینکه روش‌های خلق یک شعار تبلیغاتی تاثیرگذار را معرفی کنیم، اول ببینیم که تفاوت Tagline و Slogan چیست؟ هر دوی آنها شعار تبلیغاتی هستند و گاها با یکدیگر اشتباه گرفته می‌شوند.

Tagline:

تگ‌لاین، شعار ثابت یک برند است، مثلا:

- همراه اول: «هیچ‌کس تنها نیست!»
- دیجی کالا: «هرسی، انتخاب و خرید آنلاین»
- سایپا: «سایپا، مطمئن»
- ایران خودرو: «راه تو را می‌خواند»
- نایکی: «Just Do It»
- اپل: «Think Different»
- ... و ...

Slogan:

شعارهای متغیر یک برند، که در فعالیتهای بازاریابی و تبلیغات، معمولا برای هر کمپین، به گونه‌ای متفاوت است، مثلا:

- «خوش خطی برازنده شماست!» – همراه اول؛ کمپین فروش خطوط رند
- «حسابی راحت!» – بانک دی؛ خدمات بانکی اینترنتی (این شعار هم در نوع خود یکی از جالب‌ترین‌هاست! اگر دقت کنید، به دو طریق می‌توان آن را خواند، که هر دوی آنها مرتبط به اینترنت بانک است!)
- «خودشو نمی‌گیره!» – فامیلا؛ شعار استفاده شده در روغن ذرت ... و ...

بسیار خب حالا که تفاوت اصلی این دو نوع شعار تبلیغاتی را فهمیدیم، به شما ۱۰ روش را برای خلق یک Tagline تاثیرگذار معرفی می‌کنیم. نشریه معروف Inc از قول ۱۰ نفر از کارآفرینان چندین شرکت و استارت‌آپ، این مطلب را تهیه کرده است. با Modir TV همراه باشید.

۱- تگ لاین باید ساده باشد:

«اگر شما نتوانید در ۵ الی ۷ کلمه، مفهوم خدمات، چشم‌انداز و اهداف برند خود را بیان کنید، در ارتباط با مخاطبان خود به مشکل خواهید خورد.

یک شعار تبلیغاتی، صرفا این نیست که بخواهیم کالا یا خدمات‌مان

را توضیح دهیم! در Tagline، شما به نوعی باید راستا و چشم‌انداز شرکت‌تان را برای مخاطب به نمایش بگذارید.»

۲- از تاثیر جلسات بازاریابی در آن جلوگیری کنید:

امروزه بسیاری از جملات تبلیغاتی، برگرفته از آرزوها و خواسته‌های مدیران بازاریابی آن شرکت است.

جملاتی مصنوعی و خشک و بی‌روح، مثلا جمله «خیلی خوبه» از مک دونالد یا «می‌خواهمش!» از شرکت سورس و... این چنین جملاتی واقعا از بطن جامعه سرچشمه نگرفته و صرفا تلاش می‌کند تا یک مفهوم را تلقین کند و معمولا این روند با شکست مواجهه می‌شود.»

۳- داستان تعریف کنید:

داستان برند شما چیست؟ وقتی به کاری که در شرکت‌تان انجام می‌دهید فکر می‌کنید، چه احساسی در شما به وجود می‌آید؟ تگ‌لاین شما باید این حس را در مخاطب به وجود بیاورد؛ او باید دیدی کلی از هویت برند شما داشته باشد.»

۴- پیشنهادات خود را توضیح دهید:

«درست است که بهترین شعارها آنهایی هستند که ساده و قابل حفظ کردن باشند، اما نکته‌ای دیگر نیز وجود دارد: «شرکت شما چه کار می‌کند؟»

یک تگ‌لاین باید به مشتریان بالقوه شما بفهماند که چه کار می‌کنید و حتی‌الامکان، دلیل تمایزتان را نیز برای مشتری بالقوه روشن و مشخصی کند!»

۵- صادق باشید:

«مطمئن شوید که تگ‌لاین‌تان یک تصویر کلی را از شرکت و خدمات‌تان ارائه می‌دهد. البته با رعایت این نکته که فعالیت‌های برندسازی در صورتی موفق خواهند بود که همه چیز براساس بیان چندین شرکت و استارت‌آپ، این مطلب را تهیه کرده است. با Modir TV همراه باشید.

سعی نکنید به دروغ دلبری کنید! عشق و علاقه مشتری به یک خدمات و یا یک برند، در پی صداقت آن برند با مشتریانش به دست می‌آید.

اگر شرکت ابزارآلات لوله‌کشی دارید، شعار تبلیغاتی «آرام و زیبا» می‌تواند برای شما و برندتان مرگ محسوب شود؛ چراکه شیرآلات هرگز نباید چنین احساسی را منتقل کنند و نمی‌کنند!»

۶- بامزه هم می‌توانید باشید!

از به کارگیری کلمات بامزه یا کمی غیرمعمول خجالت نکشید! شما می‌خواهید که فقط در چند کلمه، برندتان را معرفی کنید! محصول شما چه چیزی را در زندگی مردم تغییر می‌دهد؟ هر طور که دوست دارید، با مخاطب ارتباط برقرار کنید و به او بفهمانید که چه هستید؟ که هستید؟ برای چه به نزد او آمده‌اید؟»

۷- به دوباره‌خوانی نیاز نداشته باشد:

یک شعار تبلیغاتی مناسب نیاز به بازخوانی نخواهد داشت؛ بار اولی که مخاطب با آن مواجهه می‌شود، مفهومش را درک می‌کند و می‌فهمد که با چه چیزی قرار است رو در رو شود. از جملات کنایه‌آمیز و استعاره‌ها بپرهیزید. شما قرار نیست نوبل ادبیات دریافت کنید؛ مخاطبان‌تان هم قرار نیست با خواندن شعار تبلیغاتی شما، فرهیخته شوند.»

۸- کوتاه و ساده:

«تگ‌لاین باید قوی و پرمحتوا باشد، اما کوتاه! کلمات کلی می‌توانند کمک‌تان کنند. سعی کنید جمله‌ای کوتاه اما سنگین طراحی کنید. به طور مثال «دوست» یک تعریف با مفاهیم بسیار و گسترده است. «ما دوست شما هستیم»: این جمله شامل حس پشتیبانی، خوشحالی، اعتماد، همکاری و... است؛ تنها با استفاده از سه کلمه!»

۹- مخاطب را سرگرم نکنید!

«تگ‌لاین قرار است برندتان را معرفی کند و با یک جمله کوتاه، به نحوی در مورد شما توضیح بدهد، اما قرار نیست در مورد تعداد کارمندان، سال تاسیس، حقوق دریافتی کارکنان و... توضیح دهد!» لازم نیست تگ لاین‌تان زیباترین و دل‌انگیزترین باشد، لازم نیست حتما با آهنگ و ملودی باشد، لازم نیست که حتما مانند یکی از اشعار گوته یا شکسپیر، به گونه‌ای پرمعنا باشد که همه خشک‌شان بزند! هدف تگ‌لاین معرفی شماست، نه سرگرم کردن مخاطبان‌تان!»

۱۰- با یک سناریو پیش بروید:

«سعی کنید با یک روند فکری جلو بروید و هر از چندگاهی اگر لازم باشد، تگ‌لاین‌تان را آپدیت کنید! شما و شرکت‌تان هدف مشخص و واحدی دارید و برای دستیابی به آن تلاش می‌کنید و راستای شما، راستای رسیدن به این اهداف است. این موضوع را حتی مشتریان شما نیز متوجه می‌شوند و تاثیر مثبتی بر آنها دارد.»
منبع: modir.tv

چرا شیوع کرونا بهترین اتفاق برای تسلا بود؟

شرکت برخلاف بسیاری از خودروسازهای دیگر ایده‌آل است. اگر تسلا بتواند در سال مالی ۲۰۲۱-۲۰۲۰ آمار تولید سالانه را به ۵۰۰ الی ۷۵۰ هزار خودرو برساند، یعنی دو کارخانه اصلی خودروسازی خود را به گونه‌ای مدیریت کرده که به سوددهی این شرکت کمک کرده‌اند.

شانس

اشاره به شانس شاید کمی عجیب باشد، اما شرایط به گونه‌ای پیش رفته‌اند تا تسلا با کمترین آسیب بحران کرونا را پشت سر بگذارد. تسلا آنقدر کوچک نبود و منابع مالی آن آنقدر کم نبودند تا باعث شوند این شرکت به خاطر توقف تولید دچار مشکلات جدی شود. از طرف دیگر تسلا آنقدر بزرگ نبود تا پس از زمین خوردن به خاطر بحران کرونا بلند شدن از روی زمین بسیار مشکل و زیان‌ده شود. این شرکت همچنین برای توقف خطوط تولید مجبور به صرف هزینه‌های میلیارد دلاری نشد و از واکنش سریع دولت چین به ویروس کرونا نیز سود برد و توانست به سرعت تولید خودرو در شانگهای را از سر گرفته و خسارات در آمریکا را جبران کند.

عوامل مختلف دست به دست هم داده‌اند تا کشتی تسلا از توفان با کمترین آسیب به مقصد برسد. به طور خلاصه اگر قرار بود بحرانی ایجاد شود که به وسیله آن بزرگ‌ترین شرکت‌های خودروساز آسیب ببینند ولی شرکت‌های متوسط مثل تسلا از آن در امان بمانند، ویروس کرونا بهترین گزینه به نظر می‌رسید.

بازدهی بالا

تسلا در چین و ایالت کالیفرنیا کارخانه خودروسازی دارد، کارخانه تولید باتری در ایالت نوادا است و قرار است کارخانه‌های جدید نیز در آلمان و تگزاس احداث شوند. این شرکت در حال حاضر فقط دو کارخانه تولید خودرو دارد، ولی با این وجود به گونه‌ای بی‌نقص میان تقاضا و ظرفیت توازن برقرار کرده است که نشان می‌دهد بازدهی این

ایستگاه بازاریابی

بازاربابی در لحظه چیست؟

به قلم: ربکا ریزراتو کارشناس بازاریابی در موسسه HubSpot

ترجمه: علی آل علی

بازاریابی در دهه گذشته تحولات بسیار زیادی را پشت سر گذاشته است. بسیاری از برندهای بزرگ در این فرآیند نقش اساسی را بازی کرده‌اند. رونمایی از گوشی‌های هوشمند و معرفی نسل تازه‌ای از شبکه‌های اجتماعی در به روزرسانی مداوم شیوه‌های بازاریابی موثر بوده است. یکی از الگوهای بازاریابی مشهور در سطح جهان بازاریابی در لحظه است. براساس گزارش موسسه مونیتیت در انگلستان استفاده از شیوه بازاریابی در لحظه موجب افزایش ۲۶ درصدی توجه کاربران به برندها می‌شود. امروزه بسیاری از برندها در تلاش برای استفاده از الگوی بازاریابی در لحظه هستند. نکته مهم در این میان عدم آگاهی بسیاری از بازاریاب‌ها و کسب و کارها نسبت به ماهیت و چپستی این الگوی بازاریابی است. در ادامه الگوی موردنظر به صورت گذرا و کوتاه مورد بررسی و معرفی قرار خواهد گرفت.

بازاریابی در لحظه چیست؟

بازاریابی در لحظه به معنای واکنش سریع کسب و کارها در قالب تولید محتوای بازاریابی به رویدادهای مختلف است. تلقی رویدادهای مختلف در این تعریف شامل هرگونه حادثه و اتفاق مهم برای کسب و کارها می‌شود. برخی از برندها در طور سال به غیر از رویدادهای به نسبت مهم در حوزه کسب و کارشان به هیچ رویداد دیگری توجه ندارند. نکته مهم در این میان ضرورت واکنش به رویدادهای مهم غیرمرتبط به حوزه کاری برندهاست. این امر توجه قابل ملاحظه‌ای از سوی مخاطب هدف جلب خواهد کرد.

امروزه کسب و کارها دارای هویت حقوقی قابل ملاحظه‌ای هستند. واکنش‌های آنها در بازار کسب و کار دارای اهمیت بالایی برای مخاطب هدف است بنابراین توجه به نحوه فعالیت آنها از سوی مخاطب هدف امری طبیعی محسوب می‌شود. هدف اصلی از بازاریابی در لحظه بهبود ارتباط میان برند با مخاطب هدف است. بسیاری از برندها در تلاش برای افزایش دامنه مخاطب هدف‌شان هستند. نکته مهم در این میان استفاده از الگوی بازاریابی در لحظه برای جلب نظر مخاطب هدف در حوزه‌های مختلف است.

برخی از بازاریاب‌ها برای طراحی محتوای جذاب نیاز به زمان بسیار طولانی دارند. این امر شاید در نگاه نخست ایراد چندانی نداشته باشد، اما وضعیت بازاریابی در لحظه را دشوار خواهد کرد. واکنش سریع از سوی کسب و کارها نیازمند توانایی تولید محتوا در کمترین زمان ممکن است. یکی از بهترین برندها در این زمینه نایک است. این برند به طور مداوم نسبت به رویدادهای مختلف و مهم اعلام موضع رسمی می‌کند. محتوای بازاریابی نایک برای واکنش در قبال رویدادهای مختلف اغلب اوقات مورد توجه گسترده مخاطب هدف قرار می‌گیرد. با این حساب مشاهده طرفدارهای میلیونی این برند در سراسر جهان امری طبیعی خواهد بود.

سازگاری با شرایط بازاریابی در لحظه نیازمند صبر و شکیبایی قابل توجهی است. این امر به طور ویژه در مورد تیم‌های بازاریابی ناشنا با این حوزه صحت دارد. برخی از بازاریاب‌ها تجربه حضور در این عرصه را ندارند، بنابراین نیاز به افزایش آگاهی و مهارت‌شان برای تولید محتوای جذاب در کوتاه‌ترین زمان ممکن خواهند داشت.

منبع: blog.hubspot.com

کمپین بازاریابی چپوتل در تیک تاک

به قلم: رابرت ویلیامز کارشناس بازاریابی و تبلیغات

ترجمه: علی آل علی

برند چپیتول به عنوان یکی از کسب و کارهای مشهور در صنعت رستوران‌داری در طول ماه‌های گذشته تاثیر بسیار شدیدی از شیوع ویروس کرونا پذیرفته است. همین امر تازه‌ترین کمپین بازاریابی این برند را همراه با حلال و هوایی تازه به منظور تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف ساخته است. این برند از کاربران برای ضبط ویدئوهای کوتاه و پرتاب توپ بسکتبال از فاصله ۵۳ فوتی دعوت به عمل آورده است. نکته جالب در این میان تمرکز بر روی تیک تاک به عنوان پلتفرم نوظهور و مشهور در میان کاربران نسل جوان است. بسیاری از برندها در طول ماه‌های اخیر به این پلتفرم روی خوش نشان داده‌اند.

جایزه اصلی کمپین بازاریابی چپیتول کسب شانس امتحان منوی تازه چپیتول یا تمام بلیت‌های فصل NBA تیم محبوب کاربران است. بدون تردید جایزه این کمپین هیجان لازم برای شرکت کاربران از سراسر ایالات متحده و به طور کلی آمریکای شمالی را دارد. چپیتول در طول سال‌های اخیر همیشه استفاده مناسبی از شبکه‌های اجتماعی داشته است. این امر به دلیل توجه بالای آنها به نسل جوان و استفاده از تیم بازاریابی حرفه‌ای است. با این حساب کمپین تازه این برند نیز به احتمال فراوان توجه گسترده‌ای در تیک تاک جلب خواهد کرد.

منبع: mobilemarketer.com



سازمان آگهی ما ۰۷۳۳۸۱۸۶

۱۰ نکته ضروری انتخاب نام دامنه سایت



نویسنده: مهدی گنجعلی

۱۵انتخاب نام دامنه تا چه ميزانی اهميت دارد؟ آیا واقعا نیاز است که برای انتخاب آن زمان بگذاریم؟

اگر بخواهم خلاصه بگویم، بله اهمیت دارد؛ در ادامه به صورت دقیق‌تر این موضوع را مورد بررسی قرار می‌دهیم. مطمئناً بسیاری از شما با خود می‌گویید که وقتی برند ما را همه بشناسند، دیگر اهمیتی ندارد که نام دامنه ما چه چیزی باشد؛ چراکه این وب‌سایت در روند انتخاب شده است و در جای خود، ورودی‌هایش را دارد. اما همیشه اینگونه نیست...

ببینید، نام دامنه یکی از بخش‌های کلیدی وب‌سایت شماست؛ یعنی می‌تواند موجب سود یا ضرر شما شود. در نتیجه، باید در انتخاب نام دامنه دقت بسیار بالایی به خرج دهید تا مشکلی برای کسب و کار اینترنتی شما در آینده به وجود نیاید.

چرا نام دامنه تا این اندازه اهمیت دارد؟

۱- اولین ردپای شماست؛ URL وب‌سایت‌تان، اولین چیزی است که کاربر آن را می‌بیند. یک نام دامنه مناسب می‌تواند افراد را جذب وب‌سایت شما کرده یا اینکه به کلی آنها را فراری دهد!

۲- برای سئو سایت اهمیت دارد؛ امروزه، تطبیق کامل نام دامنه با نام برند، مثل قدیم اهمیت ندارد، اما استفاده از عبارت کلیدی اصلی وب‌سایت در روند انتخاب نام دامنه بسیار می‌تواند به بهبود سئو سایت‌تان کمک کند.

۳- معرف برند شماست؛ نام دامنه موقعیتی است برای برندسازی؛ دامنه‌ای که به درستی نام‌گذاری شود، می‌تواند موقعیت‌های زیادی را برای برندسازی کسب و کار شما فراهم کند.

اینها تنها بخشی از دلایلی بودند که به شما نشان می‌دهند که نام‌گذاری دامنه وب‌سایت بسیار مهم است. در ادامه قرار است با هم بیاموزیم که چطور می‌شود بهترین نام دامنه سایت را انتخاب کرد.

آموزش انتخاب بهترین نام دامنه سایت

۱- انتخاب مناسب‌ترین پسوند دامنه (.com, .org, .net, .ir)

هنوز که هنوزه، .com. بهترین و مورداستقبال‌ترین پسوند دامنه در جهان است، چرا؟ به دلیل اینکه .com. آشنا‌ترین پسوند دامنه‌ای است که به راحتی در خاطر افراد می‌ماند.

البته نمی‌توان از این مسئله چشم پوشاند که وب‌سایت بسیار موفق‌ی در دنیای وب وجود دارند که پسوند دامنه‌های .net, .org. است، با این حال، پیشنهاد می‌کنم که به هنگام خرید دامنه سایت‌تان، علاوه بر .com. دامنه، .ir. آن را نیز خریداری کنید.

دقت داشته باشید که پسوند دامنه، بر روی سئو تاثیر داره، اما این اثر آنقدر ناچیزه که همیشه گفت فقط وب‌سایتی موفقه که پسوند دامنه‌اش، .com. باشه.

۲- برند بودن نام دامنه

همیشه گفته شده که بهتر است نام دامنه قابلیت برند شدن را داشته باشد تا اینکه بخواهید یک نام عمومی برای سایت‌تان در نظر بگیرید. مثلاً وب‌سایت دیوار، دامنه‌اش دقیقاً نام برندش است. همه می‌دانیم اگر کسی به شما بگوید که برو فلان آگهی را در دیوار ببین، منظورش چیست. دیوار علاوه بر خلاقیت فوق‌العاده‌ای که در انتخاب نام دامنه‌ای داشته، این امر را در زمینه انتخاب نام دامنه سایتش هم رعایت کرده است؛ نام دامنه‌اش divar و پسوند آن .ir. است. این نوع نام دامنه به راحتی قابلیت برندشدن را داشته و دارد.

فرض کنید که همین دیوار، به جای انتخاب چنین نام دامنه‌ای، از عبارت Advertising استفاده می‌کرد؛ آیا باز هم وقتی شما به عنوان یک کاربر این نام دامنه را در گوگل می‌دید، متوجه ارتباط آن با مجموعه دیوار می‌شدید؟

۳- نام دامنه بهتر است کوتاه باشد

بگذارید این نکته را بیان کنم که هیچ‌کدام از نکاتی که تا الان گفته‌ام یا در ادامه این مقاله قرار است بگویم، هیچ لزومی در انجام دادن‌شان وجود ندارد! اما اگر این موارد را در روند کاری خود پیاده‌سازی کنید،

سئو وب‌سایت‌تان، رشد بهتری خواهد داشت. این حرف را براساس تجربه‌ای که در نیوسئو به دست آورده‌ایم به شما می‌گویم.

ولیکن که صادقانه بگویم، حتی اگر هیچ‌کدام از نکاتی که در این مطلب می‌بینید را در روند انتخاب نام دامنه خود رعایت کنید، باز هم احتمال اینکه بتوانید موفق شوید، وجود دارد. با بررسی صفحات نتایج جست‌وجوی گوگل، چه در وب سایت های فارسی چه در وب‌سایت‌های خارجی زبان، متوجه می‌شوید که برخی از آن ها، حتی کوچک‌ترین اهمیتی به نام‌گذاری نام دامنه سایت‌شان نداده‌اند و اکنون در بین رتبه‌های برتر گوگل قرار دارند. این اتفاق بی‌دلیل نیست و متأسفانه در این مقاله نمی‌توانم به آن بپردازم.

خب، برگردیم سر موضوع اصلی خودمان! گفتیم که بهتر است که نام دامنه وب‌سایت شما کوتاه باشد. همین الان یک تب جدید باز کنید و عبارت آموزش تولید محتوا را در آن جست‌وجو کنید. تک به تک ۱۰ دامنه‌هایی که در صفحه اول وجود دارند، نام کوتاهی دارند و شما کمتر می‌توانید نام دامنه‌هایی را پیدا کنید که طولانی باشند.

شما می‌توانید ۶ الی ۱۴ کاراکتر برای نام دامنه وب‌سایت‌تان در نظر بگیرید؛ سعی کنید تا جایی که می‌توانید از نام دامنه کوتاه استفاده کنید و این کوتاه و مختصر بودن، به هیچ عنوان نباید بستر پیاده‌سازی دیگر نکات مهم انتخاب نام دامنه سایت را از بین ببرد.

۴- مطمئن شوید که به راحتی تایپ شود

چند لحظه وب‌سایت‌های برتری که در جهان از شهرت بسیار بالایی برخوردار هستند را تصور کنید؛ مثل Google, Facebook, Twitter, Yahoo, و...

ویژگی مشترکی که همه آنها با هم دارند، این است که به راحتی می‌توانید آنها را اسپل کنید. بازدیدکنندگان وب‌سایت شما نیز باید بتوانند به راحتی نام دامنه را اسپیل و تایپ کنند. اگر در ذهن خود جست‌وجو کنید، می‌بینید که هر زمان که خواستید آدرس وب‌سایت کسی را بپرسید و مجبور شدید که از او بخواهید دوباره نام سایتش را بیان کند، بسیار این مسئله برای‌تان آذیت‌کننده بوده است؛ متأسفانه این قضیه در مورد نام و نام خانوادگی افراد هم صدق می‌کند!

۵- مطمئن شوید که به راحتی تلفظ شود

اسم دامنه شما باید به راحتی تلفظ شود. اینکه اسم دامنه به راحتی تایپ شود کافی نیست؛ شما باید نامی را انتخاب کنید که همه افراد در سنین و جایگاه‌های مختلف، بتوانند به راحتی نام آن را تلفظ کنند. اصلاً فرض کنید که روند فعالیت کسب و کار اینترنتی شما به گونه‌ای شود که نیاز به تبلیغات دهان به دهان داشتید؛ در این زمان است که متوجه اهمیت این دو مورد آخری که برای شما عزیزان بیان کردم، می‌شوید.

پس نام دامنه باید ۱- به راحتی اسپیل و تایپ شود ۲- به راحتی تلفظ شود

۶- از خط فاصله یا عدد پرهیز کنید

در بالا گفتیم که نام دامنه باید تا جایی که می‌شود، به راحتی تلفظ و تایپ شود. خط فاصله و عدد یک مانع در این زمینه هستند و به همین دلیل است که پیشنهاد می‌کنیم حتی‌الامکان، از استفاده اعداد و خطوط فاصله در انتخاب نام دامنه وب‌سایت خود خودداری کنید. این نکته‌ای که به صورت چشمی هم می‌توان به آن پی برد. فرض کنید نیوسئو به جای نامه دامنه فعلی خود، از new-seo استفاده می‌کرد. در این صورت علاوه بر اینکه تایپ و تلفظ آن مشکلاتی را به وجود می‌آورد، ظاهر جذابی هم نداشت.

البته طبعاً برخی از برندها به دلایل متعدد نیاز به استفاده از اعداد دارند که خب کاری نمی‌شود کرد و ناچاراً باید از اعداد استفاده کنند. اگر شما نیز جزو این دسته از افراد هستید، حداقل سعی کنید در پیاده‌سازی دیگر نکات انتخاب اسم دامنه، نهایت سعی خود را بکنید.

۷- استفاده از عبارت کلیدی

یکی از ویژگی‌های مهمی که بدون شک در رتبه‌بندی وب‌سایت شما توسط خزنده گوگل، لحاظ می‌شود، وجود عبارت کلیدی اصلی وب‌سایت در نام دامنه است. حتماً با خود می‌گویید که زبان ما فارسی است و نام دامنه انگلیسی؛ چطور می‌شود عبارت کلیدی را در آن

گنجانند؟

اصلاً جای نگرانی نیست. به دامنه ما دقت کنید؛ عبارت SEO در آن به کار برده شده است که موضوع اصلی برند نیوسئوست. لزومی ندارد که حتماً عبارت کلیدی به کار رفته شده در نام دامنه، فارسی باشد؛ ببینید حرف اصلی من این هست که خزنده گوگل با این کار، متوجه می‌شود که وب‌سایت شما در چه حوزه‌ای فعالیت دارد و به محض اینکه متوجه شود ارتباط مناسبی بین نام دامنه و کسب و کارتان وجود دارد، مطمئن باشید در بهبود رتبه وب‌سایت شما، اقدام خواهد کرد.

هنوز نمی‌دانید عبارت کلیدی وب‌سایت شما چه چیزی است؟

بگذارید در پاسخ به این سوال، اینگونه بگویم که مگر می‌شود فردی قصد راه اندازی وب‌سایتی را داشته باشد و حوزه فعالیت خود یا کسب و کارش هم مشخص است، نداند که قرار است برای چه عبارت کلیدی در گوگل رتبه‌بندی شود؟

اگر قانع نشدید بگذارید راهنمایی‌تان کنم تا عبارت کلیدی اصلی سایت‌تان را انتخاب کنید. در ذهن خود جست‌وجو کنید و ببینید که چه چیزی باعث شده است که به فکر راه‌اندازی وب‌سایت بیفتید. شک ندارم که در گوگل عبارتی را جست‌وجو کردید و متوجه شدید که چقدر خوب است که شما نیز مانند آن وب‌سایت‌هایی که در بین رتبه‌های برتر قرار دارند، اعلام حضور کنید و کسب و کارتان را از طریق آنلاین ارتقا و رشد دهید؛ آن عبارتی که جست‌وجو کردید، همان عبارت کلیدی وب‌سایت شما خواهد بود عزیز دل.

۸- به چشم استراتژی بلندمدت به نام دامنه نگاه کنید

نمی‌دانم چه مرضی است که مدت‌هاست بین هموطنان ما وجود داشته است؛ متأسفانه برخی از افراد طمع خرید دامنه دارند و نمی‌توانند در این زمینه جلوی خودشان را بگیرند، اما خواهش می‌کنم شما جزو این افراد نباشید. این افراد کاری کرده‌اند که امروزه تعداد زیادی از نام دامنه‌هایی که از اعتبار خوبی برای شروع به کار برخوردار هستند، در اختیار این افرادند.

کاری که می‌کنید این باشد که تصور کنید قرار است تا آخر عمر، این نام دامنه همراه شما باشد. این مسئله سبب می‌شود تا شما از سر خوش‌گذرانی، نام گذاری دامنه را انجام ندهید و بهترین عملکرد را در این زمینه داشته باشید.

۹- چک کنید که در حال حاضر مورد استفاده برند خاصی نباشد این اتفاقی است که کم و بیش در انتخاب نام دامنه سایت رخ می‌دهد. فردی نامی را برای دامنه سایتش انتخاب کرده است، اما بعد از راه‌اندازی سایتش متوجه می‌شود که برند دیگری با همین نام در شبکه‌های اجتماعی در حال فعالیت است و یا اینکه نام دامنه سایت دیگری با اندکی تغییر مختصر، در حال فعالیت در گوگل است.

۱۰- استفاده از ابزارهای انتخاب نام دامنه وب‌سایت

کلافه شدید؟ با بیان نکاتی که گفتیم، باز هم حوصله انتخاب نام دامنه خود را ندارید؟

هیچ اشکالی ندارد؛ شما می‌توانید از ابزارهایی استفاده کنید که کار شما در این زمینه را راحت می‌کنند. سازوکار این ابزارها به این گونه است که شما یک کلمه به آنها تحویل می‌دهید و آنها مجموعه‌ای از ایده‌های مختلف را به شما ارائه می‌کنند.

برای پیدا کردن این ابزارها کافی است عبارت domain name generator را در گوگل جست‌وجو کنید.

سخن آخر

امیدوارم که توانسته باشم به شما عزیزان در انتخاب کردن نام دامنه سایت‌تان کمکی کرده باشم. شاید با خود بگویید که نام دامنه آنقدر مسئله مهمی نیست که نیوسئو آنقدر شلوغش کرده است، اما باور بفرمایید که براساس تجربه‌ای که به دست آورده‌ایم، در برخی از زمان‌ها، تنها همین ارتباط بین نام دامنه سایت و عبارت کلیدی جست‌وجو شده، سبب قرار گرفتن سایت موردنظر در رتک یک نتایج گوگل شده است. پس، حوصله به خرج دهید و نامی برای دامنه سایت خود در نظر بگیرید که موجب پیشرفت شما در بین رقبای‌تان شود.

منبع: newseo

۳ نکته درباره چالش‌ها و فرآیند استخدام کارمند در دوران کرونا

فرآیند به کارگیری کارمندان جدید همیشه نیازمند اصلاح است ولی این مسئله، به ویژه، در شرایط همه‌گیری بیماری کرونا که کارها به صورت دور کاری انجام می‌شوند، اهمیت بیشتری پیدا می‌کند. در ادامه این نوشتار با ما همراه باشید تا ۳ نکته درباره چالش‌ها و فرآیند استخدام کارمند در دوران کرونا را بدانید.

۱. مراحل ضروری برای شکلگیری هر تیم کاری در دهه ۱۹۶۰، یک پژوهشگر در زمینه پویایی گروه، به نام بروس تاکر، روندی را شناسایی کرد که از دیدگاه وی همان مراحل ضروری برای هر تیم یا گروه کاری است: شکل گرفتن، به هم ریختن، سامان یافتن و به کار افتادن. هر زمان یک فرد جدید به گروه اضافه می‌شود، این روند از نو آغاز می‌شود. از دیدگاه کسب و کاری، این مسئله به این معنا است که با استخدام هر نیروی جدید، سرپرستان احتمالا موج‌های تازه‌ای را بر سطح برکه آرام سازمان خود مشاهده خواهند کرد و باید این برکه متلاطم را مجدداً به یک اکوسیستم متعادل بازگردانند.

در همین شرایط است که فرآیند تسهیل به کارگیری نیروهای جدید

می‌تواند مزایای زیادی به همراه داشته باشد. وقتی برای آموزش و رشد

کارمندان جدید از پروتکل‌هایی استفاده می‌کنید که پیش‌تر امتحان‌شان را

به خوبی پس داده‌اند، به همه آدم‌های شاغل در محیط کار یا دیارتان‌تان

کمک می‌کنید به سرعت به بالاترین سطح کارایی خود بازگردند. به علاوه،

نیروی کار جدید از همان ابتدای کار احساس می‌کند مورد استقبال و

پشتیبانی قرار گرفته است؛ به این ترتیب، احتمال ماندگاری و افزایش

اشتیاق کاری وی بیشتر می‌شود.

البته، حرف زدن در این مورد بسیار آسان‌تر از عمل کردن است. طبق

نتایج پژوهش‌های صورت گرفته توسط موسسه گالوپ از ماه مارس ۲۰۲۰،

کسب و کارهای سراسر ایالات متحده در فرآیند استخدام و به کارگیری

نیروهای جدید با مشکل مواجه هستند. وقتی از اعضای گروه هر سازمان

درباره میزان رضایت‌شان از اقدامات کارفرمایان درخصوص استخدام و به

کارگیری نیروهای جدید سوال پرسیده شد، فقط ۱۲ درصد از آنها از این

اقدامات رضایت داشتند.

ولی امروز، فرآیند به کارگیری نیروهای جدید حتی نسبت به زمان انجام

مطالعه بالا نیز چالش‌برانگیزتر شده است. با شروع گسترش همه‌گیری

کرونا در سراسر ایالات متحده (و همچنین در جهان) بی‌شمار کسب و کار

به طور ناگهانی مجبور شدند فعالیت‌های حضوری خود را متوقف کنند

و آنها را به صورت دورکاری ادامه دهند. در این روند جدید، رهبران هر

سازمان که مجبور به مصاحبه و استخدام نیروی کار جدید هستند، باید

دقیقا چه کار کنند؟

۲. چالش‌های استخدام کارمند در دوران کرونا

پیش از ماه مارس، شرکت ما تلاش می‌کرد نیروهای جدیدی را برای

دو پست خالی پیدا کند. در پایان ماه مارس، آگهی‌های استخدامی منتشر

کردیم که با استقبال زیادی رو به رو شدند. با وجود این، متوجه شدیم

فرآیند به کارگیری نیروهای جدید را در سازمان باید به شکل اساسی تغییر

دهیم. گذشته از آن، در این روزها تمام اعضای گروه به صورت دورکاری با

سازمان همکاری می‌کنند.

در بهترین وضعیت‌ها نیز فرآیند به کارگیری نیروهای جدید به خودی

خود پیچیده و دارای موانع مختلفی است. برای مثال، شاید در ابتدای

کار، پیش خودتان فکر کنید به راحتی می‌توانید تمام اطلاعات مهم و

لازم به‌شروع کار را در اختیار کارمندان جدیدتان بگذارید، ولی سپس

متوجه می‌شوید یک نکته کلیدی را فراموش کرده‌اید یا احتمالاً در توضیح

دستگاه‌های مختلف به فردی به نازگی از وارد سازمان شده است، آنچنان

صریح نبوده‌اید. به علاوه، کارکنان جدید شاید ندانند باید چه سوال‌هایی

را از شما بپرسند. به عبارت دیگر، آنها نمی‌دانند چه چیزهای را نمی‌دانند

و همین مسئله می‌تواند به بروز بسیاری از مشکلات کوتاه و بلندمدت

منجر شود. وقتی مجبور هستید از راه دور کار کنید، این موانع در برابر

ایجاد اشتیاق کاری زود هنگام و به کارگیری مناسب نیروهای جدید تشدید

می‌شوند. در این شرایط، نه تنها توضیح هر آنچه کارمندان جدید باید به

صورت دورکاری انجام دهند، برای‌تان دشوار خواهد بود، بلکه در ارزیابی

نحوه عملکرد آنها از داخل خانه‌شان نیز ممکن است دچار مشکل شوید.

برای پی بردن به سازگاری وضعیت کارمندان جدید با فرهنگ سازمانی‌تان

نمی‌توانید فقط به سازوکارهای رایج شرکت در روزهای عادی اتکا کنید و

این خود یک مشکل و مانع بزرگ است.

وقتی شما در کنار سایر اعضا و همچنین نیروهای جدید کار می‌کنید، به

آسانی می‌توانید هرگونه گسستگی را میان کارمندان‌تان شناسایی کنید. در

این شرایط، می‌توانید عدم اشتیاق کاری یا وجود هر نوع مشکل را از جانب

اعضای جدید گروه در مورد پروژه‌ها یا پروتکل‌های خاص تشخیص دهید.

همچنین، اگر کارکنان‌تان بتوانند وظیفه‌ای را که به آنها محول کرده‌اید، به

خوبی انجام بدهند و منتظر اعلام وظایف جدید باشند، می‌توانید به سرعت

این کار را انجام دهید. گذشته از اینها، شما می‌توانید رو در رو در یک اتاق

با آنها تعامل داشته باشید.

۳. فرآیند استخدام کارمند در دوران کرونا

هموار کردن مسیر به کارگیری نیروهای جدید بسیاری ضروری است؛ به

خصوص، در این بازار نامطمئن. یک‌پنجم از تمام جا به جایی‌های کارمندان

(استعفا، اخراج و استخدام) ظرف ۴۵ روز نخست پس از شروع کار اتفاق

می‌افتد؛ این آمار را در کنار هزینه‌های بالای استخدام یک کارمند جدید

بگذارید – هزینه‌های آگهی و مصاحبه، آموزش، دستمزد، مزایا، هماهنگی

در محیط کار و تحقیق درباره پیشینه آنها. بنابراین از دست دادن آنها در

چارچوب زمانی کوتاه به هیچ عنوان برای سازمان مناسب نیست.

با این حال، به سادگی می‌توان مشاهده کرد که کارمندان جدید و

دورکار در طول فرآیند به کارگیری‌شان ممکن است دچار بی‌علاقگی و

اجتراف از هدف اصلی شوند. این کارمندان با همکاران‌شان برخورد و تعامل

شخصی و رو در رو ندارند، بنابراین به سختی ممکن است در آنها تعلق

خاطر ایجاد شود. هر گونه رابطه‌ای باید به صورت هدفمند ایجاد شود، نه

مثل شرایط عادی (فعالیت در محیط کار) که به صورت طبیعی به عنوان

بخشی از جریان کار. در این شرایط، بسیاری از آدم‌ها ممکن است دچار

فرسودگی شوند و به تدریج کار را رها کنند. با وجود این، سرپرستان ممکن

است خیلی دیر به فرسودگی کارمندان پی ببرند – آنقدر دیر که ممکن

است نتوانند آنها را از ارائه برگه استعفا‌ی‌شان منصرف کنند.

آیا این بدترین اتفاقی است که ممکن است پیش بیاید؟ شاید. با وجود

این، باید همیشه، در هر حال، این قبیل مشکلات را مدنظر قرار دهید، به

خصوص هنگامی که در حال به کارگیری اعضای جدید گروهی هستند

که همه یا بخشی از آن قرار است به صورت دورکار با شما همکاری داشته

باشند – درست مانند شرکت ما.

چرا کار بیش از اندازه برای سلامت و سابقه حرفه‌ای کارمندان مضر است؟

اما در بسیاری از کشورها دامنه وسیعی از کارمندان با چنین مشکلاتی دست و پنجه نرم می‌کنند.

کار بیش از اندازه در طول روز تمایل افراد برای استفاده از نوشیدنی‌های الکلی را افزایش می‌دهد. تاثیر مقطعی چنین نوشیدنی‌هایی افزایش نسبی تمرکز و بهبود واکنش افراد به کار طولانی مدت است. چنین نوشیدنی‌هایی به طور کلی توانایی افراد برای کار دشوار را افزایش می‌دهد. مشکل اصلی در این میان اعتیاد سریع افراد به چنین نوشیدنی‌هایی است بنابراین در بازه‌های زمانی طولانی افراد درگیر اعتیاد شدید به الکل می‌شوند.

کاهش ساعت‌های کاری در وهله نخست برای برندها گزینه بسیار دشواری خواهد بود. اغلب برندها در واکنش به این امر مقاومت بسیار زیادی نشان می‌دهند. نکته مهم در این میان ضرورت اتخاذ چنین تصمیم‌هایی از سوی برندهاست. در غیر این صورت هزینه‌های بلندمدت ناشی از کار طولانی کارمندان به شدت افزایش خواهد یافت.

کاهش درآمد کارمندان

کار پرفشار همیشه به معنای کسب سود و حقوق بیشتر از سوی کارمندان نیست. بسیاری از اوقات کیفیت کاری کارمندان در پی فعالیت طولانی کاهش پیدا می‌کند. این امر تمایل برندها برای همکاری با آنها را از بین می‌برد. کارمندانی با ساعت‌های کاری طولانی ۷۰ درصد بیشتر از سایر کارمندان در خطر اخراج قرار دارند. وقتی یک کارمند از سازمانی، حتی معتبر، اخراج شود، مسیر دشواری برای یافتن کار مناسب خواهد داشت. اخراج از سازمان همیشه در رزومه حرفه‌ای کارمندان باقی می‌ماند بنابراین بهترین راهکار تلاش برای کاهش ساعت‌های کاری و حتی در صورت نیاز ترک شرکت پیش از بروز مشکلات وسیع‌تر است.

ارتباط میان سلامت روحی و جسمی افراد جای تردید ندارد. کار پرفشار فقط جسم کارمندان را ضعیف نخواهد کرد. بسیاری از کارمندان و مدیران با ساعت‌های کاری طولانی در عمل توانایی خلاقیت سازمانی‌شان را نیز از بین می‌برند. این امر به معنای ضرر دوجانبه کسب و کارهاست.

بسیاری از کسب و کارها در فرآیند تحمل ساعت‌های کاری طولانی به کارمندان و مدیران ارشد فقط به فکر سود نهایی شرکت‌شان هستند. این امر به دلیل تاثیر متقابل میان کیفیت عملکرد کارمندان و مدیران بر روی وضعیت شرکت هیچ‌گاه محقق نمی‌شود. شرکت‌هایی با کارمندان ضعیف و همیشه خسته در بازارهای مختلف شکست خواهند خورد. بنابراین در تحلیلی گسترده باید پای برندها را نیز به ماجرای کار طولانی باز کرد.

تاثیر کار بیش از اندازه بر روی کسب و کارها

راہاندازی کسب و کار و مدیریت آن کار ساده‌ای نیست. اغلب کارآفرینان دلسوزی بسیار زیادی نسبت به کسب و کارشان دارند. این امر نوعی واکنش طبیعی از سوی آنها محسوب می‌شود. نکته مهم در این میان توجه به استانداردهای کسب و کار است. یکی از مشکلات همیشه‌گی کارآفرینان و صاحبان کسب و کار تلاش برای موفقیت بسیار سریع است. این امر آنها را به سوی بازارپایی و تبلیغات فشرده همراه با تحمل ساعت‌های کاری طولانی سوق می‌دهد. شاید این امر در ماه‌های نخست برای توسعه کسب و کار و رقابت با برندهای بزرگ قابل توجیه باشد، اما به صورت مداوم موجب نارضایتی گسترده کارمندان می‌شود.

بسیاری از مدیران ارشد در صورت مواجهه با ساعت‌های کاری طولانی اقدام به ترک شرکت می‌کنند. این امر در صورت تداوم استراژیی موردنظر از سوی کارمندان قابل دنبال خواهد شد. سالانه شمار بالایی از کسب و کارها با کمبود نیروی انسانی در پی استفاده از استراژی‌های کاری نامناسب مواجه می‌شوند. تنها راهکار مناسب در این میان کاهش ساعت‌های کاری طولانی است. این نوع تصمیم‌گیری برای برندها همیشه دشوار است بنابراین گاهی اوقات باید از دیگر کارآفرینان یا حتی برندها الگوبرداری کرد. در ادامه به بررسی برخی از ضررهای سازمانی و گسترده اضافه کاری طولانی در شرکت‌ها خواهیم پرداخت.

کار بیشتر به معنای خروجی بهتر نیست

کار بیشتر همیشه به معنای خروجی و سود مناسب نیست. برخی از برندها به‌طور مداوم در تلاش برای افزایش ساعت‌های کاری و همچنین کار مداوم تیم مدیریتی هستند. نکته مهم در این میان توجه به نتیجه نهایی چنین جهت‌گیری‌هایی است. اگر یک کسب و کار در بازه زمانی طولانی چنین استراژی را دنبال کند، در نهایت با مشکلات گسترده‌ای مواجه خواهد شد. براساس گزارش موسسه بیزینس اینسایدر، کار بیشتر همیشه خروجی

مناسب در پی ندارد. دلیل این امر تاثیر سایر عوامل بر روی کاهش کیفیت کلی کارهاست بنابراین باید به طور گسترده به حفظ سلامت اعضای شرکت توجه کرد. بسیاری از سازمان‌های بزرگ برای استخدام نیروی کار تازه اقدام به بیان دقیق ساعت‌های کاری و همچنین دامنه مسئولیت‌های‌شان می‌کنند. این امر بسیاری از کارمندان را از همان ابتدا با شرایط کاری آشنا می‌سازد. نکته مهم در این میان توجه به وضعیت سلامت کارمندان است. اگر برخی از کارمندان در طول ماه وضعیت جسمی یا روحی مناسبی ندارند، ارائه مرخصی‌های یک یا دو روزه ایده مناسبی خواهد بود. همانطور که برندها گاهی اوقات نیاز به اضافه کاری کارمندان دارند، کارمندان نیز نیاز به مساعدت برندها خواهند داشت بنابراین درک متقابل گامی اساسی برای موفقیت کسب و کارها محسوب می‌شود.

افزایش اشتباهات سازمانی

افزایش ساعت‌های کاری در معنای کاهش تمرکز کارمندان است. بسیاری از برندها به همین دلیل ساعت‌های کاری متعادلی را تعیین می‌کنند. وقتی کارمندان در طول روز ۱۸ ساعت کار می‌کنند، نباید انتظار تصمیم‌های مناسب از سوی آنها را داشت.

بسیاری از شرکت‌های بزرگ فقط در موقعیت‌های اضطراری اقدام به ایجاد ساعت‌های کاری طولانی می‌کنند. دلیل این امر امکان بروز اشتباهات گسترده در فعالیت کارمندان و عدم کارایی کار طولانی است. هدف اصلی از کار طولانی کارمندان بهبود ساعت‌های کاری است. اگر این هدف با اشتباهات مکرر کارمندان به حاشیه رانده شود، دیگر دلیلی برای ادامه روند از سوی برندها وجود نخواهد داشت بنابراین در موقعیت‌های دشوار باید به دنبال کاهش ساعت‌های کاری و ایجاد روندهای استاندارد در فعالیت شرکت بود. در غیر این صورت وضعیت کسب و کار به شدت دشوار و پیچیده خواهد شد.

نا توانی برای تاثیرگذاری بر روی کارمندان

برندهایی با ساعت‌های کاری طولانی در عمل اعتماد کارمندان را از دست می‌دهند. بسیاری از برندها تمایل به تاثیرگذاری مناسب بر روی کارمندان نکته مهم در این میان ناتوانی کسب و کارها در زمینه تاثیرگذاری بر روی کارمندان همیشه خسته است. این امر اهمیت توجه به وضعیت روحی و جسمی کارمندان را بیش می‌کشد. هرچه ساعت‌های کاری استانداردتر باشد، کارمندان تاثیرپذیری بهتری از سازمان متبوع‌شان خواهند داشت بنابراین چنین نکته‌ای باید به‌طور مداوم مدنظر برندها قرار داشته باشد.

منبع: blog.hubspot.com

در دسترس‌شان قرار می‌دهند. شاید این امر در کوتاه‌مدت پاسخگوی نیازهای کارمندان باشد، اما خستگی بیش از اندازه ناشی از کار فراوان در نهایت موجب بروز مشکلاتی خواهد شد.

کلینیک پزشکی کلیولند در مورد کار بیش از اندازه بر روی تاثیر منفی آن بر سلول‌های خاکستری مغز تاکید دارد. بر این اساس کار بیش از اندازه و خستگی ناشی از آن توانایی ذهنی افراد را به شدت تحت تاثیر قرار می‌دهد. با این حساب توجه به وضعیت کاری کارمندان و مقایسه عملکردشان در بازه‌های زمانی مختلف باید در دستور کار برندها قرار گیرد.

نکته مهم درخصوص تاثیر کار زیاد بر روی سلامت جسمانی و روحی افراد مربوط به کاهش سطح خلاقیت و توانایی پردازش امور به صورت روشن در ذهن است. همین امر موجب تصمیم‌گیری‌های نادرست از سوی کارمندان می‌شود. تیم مدیریت ارشد شرکت‌ها نیز از مشکلات ناشی از کار زیاد در امان نیستند. مدیران ارشد شرکت‌ها اغلب باید تصمیم‌های مهمی را اتخاذ نمایند بنابراین عدم تمرکز و توجه آنها به کاهش ساعت‌های کاری در عمل تصمیم‌های نادرستی را به همراه دارد.

اغلب افراد با ساعت‌های کاری زیاد شاهد اضافه وزن قابل توجه هستند. دلیل این امر تاثیر بی‌خوابی ناشی از کار فراوان بر روی بخش آمیگدالا مغز است. بخش فوق تصمیم‌گیری کلی فرد را پردازش می‌کند. وقتی افراد خواب کافی نداشته باشند، تصمیمات موردنظر به صورت نادرست گرفته می‌شود. نتیجه نهایی این امر انتخاب‌های ناسالمی در زمینه وعده‌های غذایی و همچنین پرخوری مفرط است. در نهایت بسیاری از افراد به دلیل کار بیش از اندازه دچار اضافه وزن نیز می‌شوند.



تاثیر منفی بر روی وضعیت قلبی

مطالعه گسترده‌ای از سوی تیم پزشکی دانشگاه کمبریج بر روی ۱۰ هزار کارمند مختلف در شهر لندن بیانگر خطر ابتلا به بیماری‌های قلبی در کارمندان سازمانی است. براساس مطالعه موردنظر کارمندان سازمانی ۶۰ درصد بیشتر در معرض انواع بیماری‌های قلبی هستند. دلیل این امر فشار کاری مداوم بر روی کارمندان و انتظارات فزاینده سازمان‌ها از آنهاست. بسیاری از اوقات سازمان‌ها حتی زمان کافی برای گوش دادن به شکایت‌های کارمندان را ندارند. همین امر موجب افزایش مداوم فشار کاری و نیاز به اضافه کاری از سوی کارمندان می‌شود. اگر تیم‌های مدیریت ارشد شرکت‌ها به دنبال همکاری بلندمدت با کارمندان و حفظ سلامتی‌شان هستند، باید فشار کاری را به‌طور معناداری کاهش دهند.

بیماری‌های قلبی بسیاری از کارآفرینان بزرگ را دچار مشکل کرده است. این امر توانایی فعالیت افراد را به شدت کاهش می‌دهد. همچنین شانس ابتلا به انواع بیماری‌های روحی و روانی را نیز افزایش می‌دهد. انواع بیماری‌های وسواس گونه در این دسته از کارمندان بیشتر یافت می‌شود. موسسه WebMD در مطالعه‌ای تازه تاثیر کم‌خوابی و کار پرفشار بر روی سلامت قلبی کارمندان سازمان‌های دولتی ایالات متحده را مورد ارزیابی قرار داده است. نکته جالب در این میان افزایش فشار کاری به موازات ارتقای سازمانی کارمندان است بنابراین هرچه دامنه مسئولیت و وظایف یک کارمند بیشتر باشد، استرس بالاتری را تجربه خواهد کرد.

بدون تردید توانایی مدیریت استرس از سوی افراد متفاوت است. سکنه‌های قلبی اغلب اوقات به دلیل ناتوانی افراد برای مدیریت استرس‌ها در محیط کاری روی می‌دهد. بدون شک سکنه قلبی دلایل متعددی دارد، با این حال در طول یک دهه اخیر میزان سکنه قلبی کارمندان سازمانی ۵۰ درصد بیشتر از سایر افراد و حتی گروه‌های سنی بوده است.

توجه به شخصیت مناسب برای استخدام کارمندان فقط بخش اندکی از مشکلات برندها را حل و فصل می‌کند. چالش اساسی در این میان توجه به سلامت کارمندان است. متأسفانه برخی از برندها به دلیل فقدان قوانین مشخص در کشورهای خاص اقدام به تحمیل اضافه کاری بر کارمندان‌شان می‌کنند. این امر نیازمند رسیدگی سازمان‌های دولتی برای کاهش فشار بر روی کارمندان است. در غیر این صورت هزینه‌های درمانی در مناطق و کشورهای موردنظر به شدت افزایش خواهد یافت.

بدون استفاده از کارمندان سالم و دارای وضعیت روحی و جسمی مناسب توسعه کسب و کار امکان‌ناپذیر به نظر می‌رسد. همین امر در بلندمدت مشکلات زیادی برای برندهای دارای ساعت کاری طولانی ایجاد می‌کند. درست به همین خاطر اغلب چنین برندهایی در بازه‌های زمانی کوتاه اقدام به تغییر کارمندان‌شان می‌کنند.

افزایش عادت‌های نامناسب

عادت‌های مضر و نامناسب کارمندان در صورت ساعت‌های کاری طولانی افزایش خواهد یافت. یکی از نمونه‌های رایج در این میان میزان مصرف کافئین و همچنین تلاش برای یافتن داروهای کاهش میزان خواب و افزایش تمرکز است. بسیاری از کارمندان در پی فعالیت طولانی با شرایط فشار کاری فراوان دچار اعتیاد به داروهای مختلف می‌شوند. شاید این امر در ابتدا عجیب به نظر برسد،

به قلم: لیندسی گلوپ
یچ کارشناس بازاریابی در موسسه HubSpot
ترجمه: علی آل علی

فناوری در طول سال‌های اخیر بسیاری از کارها و نیازهای انسان را کاهش داده است. عرصه کسب و کار در این میان بیشترین تاثیر از توسعه فناوری را پذیرفته است. امروزه دیگر نیازی به پیگیری بسیاری از فرآیندهای کاری به صورت شخصی و همراه با نظارت عامل انسانی نیست. فناوری‌های نوین در زندگی شخصی نیز نفوذ قابل توجهی پیدا کرده‌اند. یکی از نمونه‌های اصلی این امر نحوه یافتن پاسخ‌های مربوط به پرسش‌های کاربردی مردم است. اکنون یک جست‌وجوی ساده در گوگل پاسخ تمام پرسش‌های کاربران را فراهم می‌سازد. بسیاری از کسب و کارها در شرایط کنونی وضعیت بسیار ستادی پیدا کرده‌اند. نکته مهم در این میان تداوم کار سخت و پشت سر هم از سوی برخی از کارآفرینان و حتی کارمندان است.

بسیاری از برندها کار سخت و مداوم را نوعی ارزش و مزیت رقابتی ارزیابی می‌کنند. بسیاری از کسب و کارهای موفق در طول دهه‌هایتمادی با همین شیوه موفق به جلب نظر مخاطب هدف و حضور در بازارهای مختلف شده‌اند. توسعه فناوری در این میان فقط حجم کاری چنین شرکت‌هایی را افزایش می‌دهد. هدف اصلی چنین کسب و کارهایی انجام بیشترین کار در کمترین زمان ممکن است.

بدون تردید فعالیت طولانی در طول روز دشواری‌های بسیار زیادی دارد. اغلب کارمندان پس از یک روز خسته‌کننده کار پرفشار دیگر حوصله و انرژی لازم برای رسیدگی به زندگی شخصی را ندارند. درست به همین دلیل تعداد اندکی از افراد توانایی فعالیت بلندمدت در شرکت‌هایی با فشار کاری بالا را دارند. تاثیر منفی کار فراوان بر روی سلامت، روحیه و توان ذهنی افراد انکارناپذیر است. بنابراین شاید با کار طولانی و خسته‌کننده در عمل کیفیت کاری افراد کاهش پیدا کند.

بدون تردید اغلب کارآفرینان نسبت به ضررهای کار طولانی و پشت سر هم آگاهی دارند. نکته مهم در این میان غفلت ارادی برندها نسبت به این نکته است. هنوز هم بسیاری از برندها در تلاش برای حضور موفق در بازارهای مختلف اقدام به تعیین قواعد سفت و سخت می‌کنند. شاید این امر در وهله نخست طبیعی به نظر برسد، اما همانطور که در بخش فوق تاکید کردیم، در بلندمدت تاثیر منفی بر روی وضعیت کارمندان و حتی شرکت دارد.

امروزه مطالعات بسیار زیادی بر روی نحوه فعالیت کاری مناسب صورت گرفته است. بدون شک هیچ راهکار یگانه‌ای برای بهبود کیفیت کاری شرکت‌ها وجود ندارد. نکته مهم در این میان ضرورت توجه به تعادل میان زندگی حرفه‌ای و شخصی کارمندان است. در غیر این صورت شرکت‌ها پس از دورهای کوتاه از موفقیت با سخنکوشی کارمندان به طور ناگهانی با شکست مواجه خواهند شد. متأسفانه بسیاری از برندها نسبت به این نکته توجه ندارند. همین امر موضوع اصلی مقاله کنونی را شکل داده است. در ادامه به بررسی برخی از مهمترین ضررهای کار بیش از اندازه برای کارمندان و شرکت‌ها خواهیم پرداخت.

برخی از کسب و کارها ضررهای کار فشرده را فقط متوجه کارمندان می‌دانند، بر این اساس پس از گذشت مدت زمانی مشخص اقدام به استخدام کارمندان تازه می‌کنند. شاید این امر در نگاه نخست ایرادی نداشته باشد، اما به تدریج شهرت برندها را از بین می‌برد. وقتی یک برند شهرت منفی در زمینه کار بیش از اندازه پیدا کند، کمتر کارمندی تمایل به همکاری با برند موردنظر نشان خواهد داد. این مشکل گاهی اوقات برخی از برندها را به طور کامل ورشکسته می‌سازد. با این حساب باید به برخی از ایرادات اصلی کار بیش از اندازه پرداخت.

تاثیر کار بیش از اندازه بر روی سلامت کارمندان

کاهش زمان خواب

مطالعه‌ای در موسسه هاروارد بیزینس ریویو بیانگر اهمیت خواب مناسب در بهره‌وری مناسب نیروی کار است. اگر شرکت‌ها ساعت‌های طولانی فعالیت بر کارمندان‌شان تحمیل نمایند، آنها برای رسیدگی به زندگی شخصی‌شان مجبور به کاهش ساعت‌های خواب‌شان هستند. این امر در نهایت تمرکز کارمندان در محیط کاری را کاهش می‌دهد. هیچ کارمندی توانایی فعالیت کاری روزانه ۱۰ یا ۱۲ ساعت را ندارد. این امر شاید در بازه‌های زمانی محدود و اضطراری برای شرکت‌ها قابل پذیرش باشد، اما در بلندمدت باعث کاهش شدید کیفیت سلامت کارمندان می‌شود.

کمبود خواب در طول روز موجب کاهش سطح تمرکز افراد و ناتوانی‌شان برای تمرکز بر روی موضوعات اساسی کسب و کار می‌شود. اگر کارمندان شرکت شما در طول ماه‌های اخیر خلاقیت و نوآوری اندکی از خودشان نشان می‌دهند، باید بازنگری اساسی در ساعت‌های کاری آنها صورت داد. کمبود خواب تاثیر مستقیمی بر روی سلامت روحی و جسمی افراد دارد. بسیاری از برندها در تلاش برای تاثیرگذاری بر روی کیفیت عملکرد کارمندان به دنبال کاهش ساعت‌های کاری و رعایت قوانین استاندارد در این زمینه هستند.

بسیاری از مسردم در طول روز به دلیل کمبود خواب تمرکز کافی بر روی فعالیت‌شان را ندارند. نتیجه این امر کاهش کیفیت مدیریت پروژه‌ها و کار بر روی فرآیندهای مختلف شرکت است. شاید برخی از کسب و کارها در کوتاه مدت با فشار بیشتر بر روی کارمندان موفقیت‌های مقطعی کسب کنند، اما در بلندمدت شرایط برای آنها دشوار و پیچیده خواهد شد. امروزه برندهای بزرگ نظیر مایکروسافت یا گوگل ساعت‌های کاری انعطاف‌پذیر برای کارمندان تعیین می‌کنند. این امر بهترین شیوه مدیریت کسب و کار و کسب موفقیت در عرصه بازاریابی است. توجه به سلامت کارمندان پایه اساسی برای توسعه پایدار برند است. کسب و کارهای موفق همیشه بر روی دوش کارمندان‌شان بنا می‌شوند. بنابراین توجه به وضعیت خواب و سلامتی آنها باید در اولویت نخست برندها قرار گیرد.

بهترین راهکار برای ارزیابی وضعیت برند مقایسه کیفیت کاری کارمندان در بازه‌های زمانی مختلف است. اگر کیفیت کاری کارمندان شرکت رو به افول است، باید به سرعت بررسی‌های بیشتر برای یافتن دلیل اصلی در دستور کار قرار گیرد. برخی از برندها به دلیل عدم توجه به این حوزه با شکست‌های گسترده‌ای مواجه می‌شوند.

ممانعت از یادگیری عادت‌های مناسب

عادت‌های کاری مناسب نقش مهمی در بهبود کیفیت کاری دارد. تمرین‌های ورزشی، خواب کافی و استراحت در مواقع خستگی اهمیت بالایی برای خلاقیت در محیط سازمانی دارد. شرکت‌های موفق و خلاق در زمینه تعامل با کارمندان همیشه نتایج مناسبی کسب می‌کنند. شاید این امر در نگاه نخست ساده به نظر برسد، اما بسیاری از برندها همین نکتات ساده را نیز رعایت نمی‌کنند. برخی از عادت‌های نامناسب در زمینه فعالیت کارمندان تاثیر کوتاه‌مدت بر روی بهبود کیفیت کاری‌شان دارد. به عنوان مثال، استفاده از کافئین بالا به منظور رفع خستگی عادت خطرناکی است. بسیاری از برندها برای سر حال نگه داشتن کارمندان‌شان به‌طور مداوم انواع قهوه و نوشیدنی‌های دارای کافئین

معاون وزیر نیرو :

اقدامات ارزشمندی در مدیریت مصرف در خوزستان انجام گرفته است



به موضوع نقدینگی بر می گردد در عین حال باید با یک کار جهادی و برنامه ریزی شده در حوزه های که مشکلات وجود دارد، آن را برطرف کرد. معاون وزیر نیرو در امور برق و انرژی افزود: فرسودگی شبکه برق یکی از چالش های صنعت برق بوده

ثبت نام وام حمایتی کرونا برای مشاغل فرهنگی هنری تا پایان مهرماه تمدید شد

همه گیری آسیب دیده‌اند را جهت ثبت نام دریافت وام معرفی و پیگیری نمود. ایشان افزود: برای درخواست وام در مجموعه ۳۷۱ پرونده برای ۹۲۳ اشتغال به نفر اقدامات لازم انجام شده است که نیمی از میزان درخواست تسهیلات توسط بانک‌های استان به متقاضیان پرداخت شده است، رشته‌های پرونده‌های تشکیل شده عبارتند از: صحافی ۱۱مورد، بازی‌های رایانه‌ای ۱۲ مورد، انواع تایپ با تحریرنامه و چاپ ۲۹ مورد، خدمات فرهنگی ۱۸۶ مورد، دفتر روزنامه و خبرگزاری و کانون تبلیغاتی ۸ مورد، عکاسی و خدمات عکس ۴۲ مورد، فروشگاه‌های فرهنگی و هنری ۲۸ مورد، چاپخانه و لیتوگرافی ۱۸ مورد، موسسات فرهنگی و انتشاراتی ۱۰مورد، نشر ۲۷مورد. گفتنی است: براساس ابلاغیه ستاد ملی مدیریت کرونا اعلامی این وام تا پایان مهرماه تمدید شد و دستورالعمل مذکور از سوی بانک مرکزی به تمامی بانک‌های عامل ابلاغ شده است. از اینرو به اطلاع تمامی صنف آسیب دیده مرتبط با این اداره کل می‌رساند در صورت تمایل در سامانه کارا ثبت نام تا پیگیری‌های لازم صورت پذیرد.

در آئین معارفه رئیس اداره بازرسی ورسیدگی به شکایات مخابرات منطقه قزوین بیان شد:

اطلاع فر آیندها، ریشه یابی مشکلات و ارتقاء سلامت اداری از وظایف اصلی ادارات بازرسی است

پیش از این به عنوان رئیس اداری بازرسی مخابرات منطقه بود ، نیز در این آیین در خصوص اهمیت و جایگاه اداره بازرسی سخنانی را بیان کرد و در ادامه گزارشی از عملکرد اداری بازرسی در زمان تصدی بست ریاست آن اداره را ارائه داد. سرپرست مخابرات منطقه در ادامه افزود: بازرسی سعی نموده در مجرای قوانین و دستورالعمل ها حرکت کرده و از نگاه مچگیرانه پرهیز و در راستای چرخه ی تداوم کسب و کار و ایجاد شرایط محیا برای ادامه ی کار همکاران ، قدم بردارد. وی در ادامه افزود: توجه ویژه به مشتریان وپاسخگوبودن مجموعه مخابرات به مطالبات مشترکین، رعایت مقررات وسلامت مجموعه و ارزیابی سیستم ها ازجمله وظایف حساس حوزه بازرسی ونظارت است که همدلی وهمکاری تمامی مجموعه مخابرات رامی طلبد. نوروزی سرپرست بازرسی مجموعه مخابرات منطقه قزوین در این مراسم ضمن تشکر و قدردانی از حاضران در جلسه گفت:امیدوارم با تعامل و همراهی بیشتر بتوانم ماموریت سازمان که رضایت مردم و مشتریان می باشد را به خوبی محقق سازیم. گفتنی است مهندس نوروزی پیش از این رئیس اداره مخابرات شهرستان البرز بود.



قرار دهیم. مهندس رضوانی همچنین برای سرپرست جدید اداره بازرسی مخابرات منطقه قزوین اظهار امیدواری کرد که با اتکال به ذات لاینتاهی خداوند و با همکاری و همراهی سایر مدیران و کارکنان در تحقق اهداف شرکت موفق و پیروز باشند. مهندس نصرآبادی که به عنوان سرپرست مخابرات منطقه ی قزوین که

معاون وزیر نیرو :

مديرعامل شرکت توزیع برق مازندران خبر داد :

بدهکاری ۳۵۰میلیارد تومانی شرکت توزیع برق مازندران

نرم افزارهای موجود اتفاق می افتد دارای ارزش بسیار زیادی است . وی به اهمیت شایسته سалاری در انتخاب مدیران اشاره و یادآور شد : انتخاب مدیران می بایست با توجه به داده های آزمون کلینیک مدیریت صورت پذیرد ، چه بسا نیروهای نخبه در شرکت وجود دارند که ناشناخته مانده اند . سیری به اهمیت اجرایی شدن طرح سیمای پرداخت و ادامه داد: رتبه بندی عملکرد معاونت ها و مدیران در پیشبرد عملکرد و اهداف شرکت بسیار حائز اهمیت بوده و این طرح می بایست به زودی پیاده سازی شود. مدیرعامل شرکت توزیع برق مازندران تعداد خدمات غیر حضوری شرکت را ۴۰ درصد برشمرد و اظهار داشت : امیدواریم با تلاش تمامی همکاران؛ این رقم به ۸۰ درصد افزایش یافته و با این کار ورود مشترکین را به شرکت به صفر برسانیم.

با هدف روان سازی ترافیک؛

عملیات همسطح سازی در یچه های فاضلاب شهر بندر عباس در حال انجام است



وی افزود: در پایش کلی توسط گروه بازدید پیمانکاران اتفاقات فاضلاب مناطق یک و دو شهر بندرعباس در یچه های فاضلابی که نیاز به عملیات همسطح سازی و همسان سازی داشتند شناسایی و

اهواز – شینم قجوانند: معاون وزیر نیرو در امور برق و انرژی با بیان اینکه اقدامات ارزشمندی در دو سال گذشته در زمینه مدیریت مصرف در خوزستان صورت گرفته است، بیان کرد: یک مشکل که در خوزستان وجود دارد این است که مصرف پیک با غیر پیک تا ۴ برابر فرق می کند. یعنی باید یک ظرفیت بالا ایجاد شود تا پیک تابستان را پوشش دهد و در زمستان این ظرفیت ها بدون استفاده می ماند. همایون حائری در جلسه بررسی وضعیت برق شهرستان های مسجد سلیمان، اندیکا، لالی و هفتکل که با حضور نماینده این حوزه انتخابیه در مجلس، مسئولین محلی و مدیران صنعت برق خوزستان در فرمانداری مسجد سلیمان برگزار شد، گفت: برق منطقه ای خوزستان دومین برق منطقه ای در کشور از لحاظ مصرف انرژی است با این وجود در دو سال گذشته اقدامات ارزشمندی در زمینه مدیریت مصرف و پیک سایه در خوزستان انجام گرفته که جای تقدیر دارد. وی تصریح کرد: مشکلاتی در صنعت برق وجود دارد که اصل آن

قم – خبرنگار فرصت امروز: مدیرکل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان قم از تمدید اعطای وام مشاغل آسیب دیده از کرونا تا پایان مهرماه خبر داد. به گزارش روابط عمومی اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان قم، سیدموسی حسینی کاشانی با اعلام این خبر اظهار داشت: بر اساس مصوبه سی و هفتمین جلسه ستاد ملی مدیریت کرونا، پرداخت وام به مشاغل و کسب و کارهای فرهنگی و هنری آسیب دیده از کرونا تا پایان مهر سال جاری تمدید شد. ایشان افزود: با شروع همه گیری کوید ۱۹ در کشور و تعطیلی بسیاری از مشاغل و ضرر و زیان آنها دولت با تمهیدات لازم درصد حمایت از این مشاغل بر آمد. وی گفت: پرداخت تسهیلات حمایتی به کسب و کارهای آسیب دیده از کرونا از جمله سیاست های دولت در راستای حفظ اشتغال بنگاهها و صنایع از نیروهای کار است و بر این اساس ۱۴رسته شغلی منتخب که بیشترین آسیب از شیوع ویروس کرونا را متحمل شده و دارای لیست بیمه در قالب کارفرمایی یا خویش فرمایی بودند، برای استفاده از تسهیلات مذکور به سامانه کارا به نشانی **kara**.

قزوین – خبرنگار فرصت امروز: آیین معارفه سرپرست اداره بازرسی و رسیدگی به شکایات مخابرات منطقه قزوین با حضور مهندس رضوانی مشاور مدیر عامل و مدیر کل دفتر مرکزی بازرسی ونظارت شرکت مخابرات ایران، مدیر مخابرات منطقه قزوین، معاونین، مدیران و جمعی از رؤسای ادارات ستادی بصورت آنلاین در سالن ویدئو کنفرانس ساختمان مرکزی مخابرات برگزار شد. در این مراسم از زحمات چندین ساله مهندس نصرآبادی بعنوان رئیس سابق اداره بازرسی و رسیدگی به شکایات مخابرات منطقه قزوین تقدیر و تشکر ویژه بعمل آمد و غلامعلی نوروزی بعنوان سرپرست جدید اداره بازرسی و رسیدگی به شکایات مخابرات منطقه قزوین معرفی شد. در این نشست رضوانی مشاور مدیرعامل و مدیرکل بازرسی ونظارت شرکت مخابرات ایران با بیان شعار نظارت فراگیر و در اداره کل بازرسی مخابرات ایران افزود: امیدواریم با همکاری و همیاری تمامی مسئولین و کارکنان مخابرات منطقه قزوین و با اقدامات پیشگیرانه از بروز مشکلات در سازمان جلوگیری و اهداف مخابرات محقق شود و ما موظفیم تا رفع نهایی مشکل پیگیری های لازم را انجام داده و تکريم مشتریان و ذینفعان را سرلوحه امور خود

معاون وزیر نیرو :

سارۛ – دھقان : فرامرز سیری در جلسه شورای مدیران شرکت توزیع نیروی برق مازندران که با حضور معاونین و مدیران دفاآر ستادی این شرکت برگزار شده بود با اشاره به بدهکاری ۳۵۰میلیاردی این شرکت در بخش های مختلف ، وجود برنامه جامع جهت برون رفت از مشکلات موجود را ضروری دانست و گفت: نیاز رسیدن به کارنامه مطلوب در برنامه داشتن است و امیدواریم با تلاش یکایک همکاران در سطح شرکت توزیع نیروی برق مازندران با توجه به تلاش های صورت گرفته از این مشکلات گذر کنیم و در این بین ، همت و تلاش مضاعف در اقدامات را باید در سرلوحه خود قرار دهیم. مدیرعامل شرکت توزیع برق مازندران خاطرنشان کرد : روش های اجرایی فعلی پاسخگوی پیشبرد کارها نبوده و روش های اجرایی که در فرایند مدیریتی وجود دارد می

معاون وزیر نیرو :

سارۛ – دھقان : فرامرز سیری در جلسه شورای مدیران شرکت توزیع نیروی برق مازندران که با حضور معاونین و مدیران دفاآر ستادی این شرکت برگزار شده بود با اشاره به بدهکاری ۳۵۰میلیاردی این شرکت در بخش های مختلف ، وجود برنامه جامع جهت برون رفت از مشکلات موجود را ضروری دانست و گفت: نیاز رسیدن به کارنامه مطلوب در برنامه داشتن است و امیدواریم با تلاش یکایک همکاران در سطح شرکت توزیع نیروی برق مازندران با توجه به تلاش های صورت گرفته از این مشکلات گذر کنیم و در این بین ، همت و تلاش مضاعف در اقدامات را باید در سرلوحه خود قرار دهیم. مدیرعامل شرکت توزیع برق مازندران خاطرنشان کرد : روش های اجرایی فعلی پاسخگوی پیشبرد کارها نبوده و روش های اجرایی که در فرایند مدیریتی وجود دارد می

بندرعباس – خبرنگار فرصت امروز: معاون بهره برداری و توسعه فاضلاب شرکت آب و فاضلاب هرمزگان از همسطح سازی و همسان سازی دریچه های آدمو فاضلاب در سطح شهر بندرعباس تا پایان آبان ماه خبر داد. به گزارش روابط عمومی و آموزش همگانی شرکت آب و فاضلاب هرمزگان، علایمیریان نژاد با بیان اینکه عملیات سسالانه روکش آسفالت خیابان ها باعث غیر همسطح شدن دریچه های آدمو فاضلاب با سطح خیابان ها می شود، افزود: با هدف پیشگیری از اختلال در تردد ، بهبود عبور و مرور وسائط نقلیه، رفاه و آسایش شهروندان و مدفون ماندن دریچه های آدموها، عملیات همسان سازی دریچه های فاضلاب به صورت مداوم و با مدیریت ونظارت مستقیم امورهای آب و فاضلاب مناطق یکک و دو بندرعباس در دستور کار قرار گرفته است.

معاون وزیر نیرو :

اجرای ۹۱۰ کیلومتر شبکه گاز رسانی در شهرستان بوشهر

مدیر عامل شرکت گاز استان خبر داد:

بوشهر– خبرنگار فرصت امروز : مدیر عامل شرکت گاز استان بوشهر گفت: تا کنون ۹۱۰ کیلومتر شبکه گازرسانی در شهرستان بوشهر اجرا شده است. به گزارش روابط عمومی شرکت گاز استان بوشهر مدیر عامل شرکت گاز استان بوشهر گفت: از این میزان شبکه گذاری، ۶۶۵ کیلومتر در شهرها و ۲۴۵ کیلومتر نیز در روستاهای شهرستان بوشهر اجرا گردیده است. مهندس مسلم رحمانی در ادامه افزود : در حال حاضر سه شهر بوشهر ، چغادک و عالیشهر و نیز کلیه روستاهای شهرستان بوشهر به شبکه سراسری گاز متصل شده اند که بدین ترتیب میزان ضریب نفوذ گاز در بخش شهری ۹۷ درصد و در بخش روستایی این شهرستان افزون بر ۷/۹۹ درصد می باشد. وی گفت: در این شهرستان تا کنون ۳۸۵۸۶ انشعاب نصب گردیده است که روند نصب انشعاب ها همچنان تداوم خواهد داشت. رحمانی در پایان افزود: تعداد مشترکین گاز شهرستان بوشهر تاامروز ۶۰۰۳۱۱ مشترک می باشد که در بخش شهری ۵۸۰۳۹ مشترک و، در بخش روستایی ۲۲۹۲ مشترک بهرمند از گاز طبیعی می باشند.

معاون وزیر نیرو :

شکوفایی صنعت در شرق اصفهان

نقش آفرینی شرکت توزیع برق اصفهان در رشد تولید

اصفهان –قاسم اسد: شرکت توزیع برق اصفهان در همه بحرانهای اجتماعی ،اقتصادی با مردم اصفهان همراه بود و به عنوان مثال می توان ظهور و بروز این همراهی را در خشکسالی ها بیماری کرونا و بیکاری های شرق اصفهان مشاهده کرد. از آنجا که اهمیت "تولید" با نامگذاری مقام معظم رهبری در دوسال متوالی به خوبی نشان داد که این امر دغدغه مهمی برای ایشان بوده است مدیران ارشد سازمان نیز با درک این دغدغه توجه ویژه ای برای به گردش در آمدن چرخ تولید نمودند و برای این مهم مدیر عامل شرکت با ایجاد دو امورجدید در شرق اصفهان برای رسیدگی بیشتر به مردم این مناطق برق رسانی به مراکز صنعتی شرق اصفهان و همچنین مشاغل مکمل کشاورزی مردم این قسمت را با شرایط یاداری و افزایش قابلیت اطمینان شبکه بیشتری فراهم نمود. در این راستا باب گفتگو را با مدیریت مهندس محمد رضا خاکسار مدیر برق منطقه ۹ باز نمودید وی به اصلاح ساختار شبکه های این منطقه بازسازی و بهینه سازی شبکه ها ،افزایش روشنایی و رفع حريم های این منطقه اشاره کرد و گفت تامین برق مشاغل و کشت های جایگزین غرق آبی نیز از مهمترین فعالیت هایی است که در این منطقه صورت گرفت. وی از احداث ۳۰کیلومتر شبکه فشار متوسط هوایی در یک سال گذشته با هزینه ای بالغ بر ۳۰ میلیارد ریال خبر داد و گفت :در محدوده این امور به منظور برق رسانی به مشاغل مکمل کشاورزی نظیر پرورش ماهی ،گلخانه و دامداری اشتغال زایی بیش از ۲۰۰ نفر از مردم این منطقه صورت گرفته است. وی در ادامه گفت :نزدیک به ۱۶ کیلومتر شبکه فشار متوسط نیز با هزینه ای بالغ بر ۳۰ میلیارد ریال نیز در دستور کار قرار گرفته است. وی خاطر نشان کرد: به منظور اصلاح ساختار شبکه های برق در محدوده این امور، ۶۰۰ کیلومتر تبدیل شبکه مسی به کابل خوندگه دار، ۶ کیلومتر شبکه فشار متوسط هوایی و ۱۶ و ۱۶ کیلومتر پست هوایی با هزینه ای بالغ بر ۱۱۰ میلیارد ریال اجرا شده است. وی تصریح کرد :احداث شبکه روشنایی بین روستاهای جور و تهميرات از دیگر پروژه های این امور بوده است که با توجه به تردد زیاد در طول شبانه روز، نیاز به احداث شبکه روشنایی بیش از پیش ضرورت پیدا کرد و در این راستا حدود ۲۳۰۰ متر شبکه روشنایی و حدود ۱ کیلومتر شبکه فشار متوسط با هزینه ای بالغ بر ۲۸۰۰ میلیون ریال احداث شد.

معاون وزیر نیرو :

مدیرکل اوقاف و امور خیریه استان:

۶مورد وقف در همدان ثبت شد

همدان – خبرنگار فرصت امروز: مدیرکل اوقاف و امور خیریه همدان با اشاره به ترویج و توسعه فرهنگ وقف در این استان گفت: ۶ مورد وقف از ابتدای امسال تاکنون توسط واقفان نیک اندیش با نیت‌های متفاوت ثبت شده است که ارزش آنها نسبت به ارسال رشد چشمگیری دارد. حجت الاسلام رضا حاجی زین العابدینی اظهار داشت: ارزش موفقیت‌های سال جاری ۱۰ میلیارد تومان برآورد شده که ۲ مورد از آنها در همدان، یک وقف در ملایر و سه وقف در شهرستان بهار ثبت شده است. مدیرکل اوقاف و امور خیریه همدان گفت: نيات واقفان از ایجاد این موقوفه ها تهیه چیزیبه برای نوعروسان بی بضاعت، کمک به مستمندان و برگزاری آیین های مذهبی شامل شادی و عزاداری برای ائمه اطهار(ع) است. به گفته حاجی زین العابدینی جدیدترین موقوفه یک منزل مسکونی با ارزش هشت میلیارد تومان است که توسط یک بانوی همدانی با نیت احداث خانه سالمندان وقف شد. وی خدمات دارو و درمان، مجالس روضه خوانی و کمک به مدارس علوم دینی، مساعدت به نیازمندان و محرومان و تقویت دانش آموزان و مدارس را از بیشترین نيات واقفان استان برشمرد و افزود: در اجرای نيات واقفان ققت می شود تا مطابق خواسته آنها عمل شود. مدیرکل اوقاف و امور خیریه همدان با بیان اینکه با نهادینه کردن فرهنگ وقف بسیاری از مشکلات به ویژه موضوع ازدواج و مسکن جوانان رفع می شود یادآوری کرد: همه افراد با هر سطح درآمدی می توانند در کار نیک وقف مشارکت کنند و منابع مالی زیاد، ملاک و معیار کمک رسانی نیست. همدان از استان‌های غنی در حوزه وقف است و طبق آمار ثبت شده در سایت اداره کل اوقاف و امور خیریه از ۸۳۳ موقوفه در آمدترا و انتفاعی برخوردار است.

معاون وزیر نیرو :

رئیس اداره اسناد پزشکی بیمه سلامت گلستان :

طرح نسخه نویسی الکترونیک در ۸۶ درصد مطب های گلستان اجرا شد

گرگان – خبرنگار فرصت امروز: حسینیعلی انصاری فرد در خصوص اجرای طرح نسخ الکترونیک اظهار کرد : با عنایت به تکلیف قانونی سازمان بیمه سلامت و تبع آن اداره کل بیمه سلامت استان گلستان ، از ابتدای سال ۹۹ طرح نسخه نویسی الکترونیک در مطب پزشکان و نسخه پیچی الکترونیک در مراکز داروخانه و پاراکلینیک به صورت رسمی اجرا شد. وی افزود : در شهریورماه ، طرح نسخه نویسی الکترونیک در ۸۶ درصد مطب های طرف قرار داد اجرا شده و پزشکان مجری طرح ، نسخ خود را به تعداد ۴۸ هزار و ۲۳۴ نسخه به صورت الکترونیک و بااجرای رسیدگی آنلاین قواعد بیمه ای با ایجاد هزینه ای بالغ بر ۶ میلیارد و ۸۷۲ میلیون ریال اجرا کردند .انصاری فرد ادامه داد : همچنین ۸۴ درصد مراکز طرف قرارداد (داروخانه ، آزمایشگاه ، پرتو پزشکی) در اجرای طرح نسخه پیچی الکترونیک ، نسخ خود را به تعداد ۴۷ هزار و ۶۹۷ نسخه ، به صورت الکترونیک با بررسی آنلاین قواعد بیمه ای با ایجاد هزینه ای بالغ بر ۳۸ میلیارد و ۳۳۲ میلیون ریال به اداره کل بیمه سلامت استان ارسال کردند وی بیان کرد : کل هزینه الکترونیک ایجاد شده توسط پزشکان و مراکز طرف قرارداد مجری طرح مذکور در استان در شهریور ماه به مبلغ ۴۵ میلیارد و ۲۱۱ میلیون ریال بوده که بر مبنای تولید هزینه در رتبه پنج کشوری قرارداریم .انصاری فرد گفت : در طرح نسخه الکترونیک به تدریج نسخه کاغذی حذف و تجویز و ارائه خدمات توسط پزشکان و مراکز طرف قرارداد به صورت الکترونیک انجام می شود.

معاون وزیر نیرو :

۹۵ درصد جمعیت مراوه تپه تحت پوشش بیمه سلامت قرار دارند

گرگان – خبرنگار فرصت امروز: سیفی گفت : با وجود کمبود نیروی انسانی در بیمه سلامت شهرستان مراوه تپه ۹۵ درصد افراد تحت پوشش بیمه سلامت قرار گرفتند. " خدایار سیفی " گفت : هماهنگی های لازم برای اجرای طرح مشوق های بیمه ای جهت خدمات پیشگیرانه و مراقبت های ارتقاء سلامت در شهرستان مراوه تپه انجام شده است و تصور می کنیم که مردم استقبال خوبی از این طرح داشته باشند. معاون سیاسی و امنیتی فرمانداری شهرستان مراوه تپه ادامه داد: با وجود کمبود نیروی انسانی در بیمه سلامت شهرستان مراوه تپه ، ۹۵ درصد جمعیت این شهرستان تحت پوشش بیمه سلامت قرار گرفتند و به عنوان نماینده دولت از این عملکرد رضایت داریم. سیفی بیان کرد : از نزدیک نیز خدمات دفترچه الکترونیک و نسخه نویسی را بررسی نموده و در خصوص مزیت های آن با حضور رئیس بیمه سلامت شهرستان در بخش های مختلف صحبت کردیم و ضمن نشست و هم اندیشی با ائمه جمعه اهل سنت این شهرستان از ایشان تقاضا نموده تا در نماز جمعه این مزیت ها را بیان کنند. وی گفت : خوشبختانه نماینده مجلس شورای اسلامی در شرق استان نیز عضو کمیسیون بهداشت و درمان مجلس است و در مسیر سلامت مردم در این منطقه گام های خوبی برداشته است و دغدغه های سلامت مردم را در مراوه تپه به صورت ملی و استانی پیگیری می کند .

رشد ۱۵۰ درصدی سوخت رسانی به راه آهن اراک

اراک – خبرنگار فرصت امروز: مدیرعامل شرکت پخش فرآورده های نفتی استان مرکزی از رشد ۱۵۰ درصدی سوخت رسانی به راه آهن اراک در مرداد ۹۹ خبر داد. سعید جمشیدی در جلسه مشترک کمیسیون مبارزه با قاچاق کالا و ارز استان مرکزی و استان قم بیان کرد: سوختی که به راه آهن داده می شود به صورت اعتباری است و براساس خوداظهاری راه آهن انجام می گیرد، اما در سال ۹۹ برای تامین سوخت مشکلاتی برای راه آهن ایجاد شد. وی با بیان اینکه اعتباری در اختیار شرکت پخش فرآورده های نفتی نیست و باید براساس سهمیه این سوخت رسانی انجام گیرد که محدود است، گفت: این شرایط باعث بروز مشکلاتی شده است و اگر بخواهیم سهمیه را افزایش دهیم باید به مدیران بالادست پاسخگو باشیم. جمشیدی افزود: با وجود این شرایط، میزان سوخت رسانی از این راه در طول چهار سال اخیر بسیار رشد داشته است به طوری که سوخت رسانی در فروردین ماه ۵۰ درصد، اردیبهشت ماه، خرداد و تیرماه ۹۹ نسبت به مدت مشابه سال گذشته ۱۰۰ درصد و در مردادماه با توزیع ۸۸۵ هزار لیتر سوخت، ۱۵۰ درصد افزایش صورت گرفته است، در حالی که باید توزیع سوخت براساس سیر و تعداد ترن انجام گیرد. به گزارش ایسنا، مدیرکل راه آهن استان مرکزی نیز در این جلسه بیان کرد: تا ۲۰ مردادماه، راه آهن اراک ۵۰۰ هزار لیتر سوخت خود را دریافت کرده است و پس از آن نیز ۲۹۰ هزار لیتر سهمیه دریافت کردیم، اما این افزایش سهمیه به دلیل افزایش عملکرد این مجموعه بوده است. محمدرضا قربانی اظهار کرد: در پنج ماهه نخست سال جاری ۴۲ هزار تن بار در شبکه راه آهن استان بارگیری شده است در حالی که این میزان بار در مدت مشابه سال گذشته ۳۱۱ هزار تن بوده و در واقع ۵۰ هزار تن افزایش بارگیری رقم خورده است.

۶ راه ساده برای ایجاد اعتماد به نفس



اعتماد به نفس در زندگی و به خصوص کسب و کار، حیاتی است. نداشتن اعتماد به نفس کافی منجر به عدم رسیدن به موفقیت و پیشرفت می‌شود. افرادی که از فقدان خودباوری رنج می‌برند، در پیشبرد امور ناتوان خواهند شد.

هنری فورد می‌گوید: «وقتی فکر می‌کنید می‌توانید کاری را به ثمر برسانید و یا فکر می‌کنید که نمی‌توانید آن را انجام دهید، در هر صورت درست فکر کرده‌اید.» این به این معناست که همه چیز همانطوری

اعتماد به نفس، به شما شجاعت ریسک کردن معقول و منطقی و دنبال کردن اهداف را می‌دهد. این دقیقاً همان چیزی است که برای ایجاد و رشد یک کسب و کار ضروری است. همچنین باعث می‌شود که ساخت و مدیریت تیم‌ها ساده‌تر شود، زیرا رویکرد همراه با اعتماد به نفس، طبیعتاً در دیگران نیز الهام‌بخش اعتماد به نفس خواهد بود.

بهبتر است بدانید که همه افراد در جنبه‌های مختلف، درگیر اعتماد به نفس هستند، حتی برخی به طور طبیعی و ذاتی به شدت در این زمینه مشکل دارند. بنابراین اگر شما نیز برای داشتن اعتماد به نفس با خود مبارزه می‌کنید، بدانید که فرد غیر معمولی نیستید.

اعتماد به نفس مانند ماهیچه است، می‌توان آن را از طریق آموزش و تمرین، به صورت آگاهانه، ایجاد کرد. در این مقاله قصد داریم شش راه ساده برای ایجاد اعتماد به نفس را بیان کنیم. اینکه مدت کوتاهی است که با این موضوع درگیر شده‌اید و یا اینکه مدت‌هاست با آن در کشمکش هستید، فرقی نمی‌کند، در ادامه با این شش راهنمایی ساده می‌توانید برای ایجاد اعتماد به نفس تمرین کنید.

۱. صحبت‌های منفی را از کلام خود حذف کنید

بهبتر است که سختگیری را در مورد خود، متوقف کنید. جالب است که وقتی می‌خواهیم خودمان را نقد کنیم، به مراتب سختگیرتر از زمانی هستیم که دیگران را نقد می‌کنیم. ما به شما توصیه می‌کنیم که دفعه بعدی که با مشکلی مواجه شدید، این الگو را بشکنید. به جای اینکه روی کارهایی که به درستی آن را انجام نداده‌اید، تمرکز کنید، راه حل مشکل را بیابید و از جملات منفی استفاده نکنید. استفاده از

کلام ناخوشایند با بار منفی، مشکل را حل نخواهد کرد، بلکه تنها باعث عدم داشتن اعتماد به نفس و تخلیه انرژی خواهد شد.

یک راه ساده برای رسیدن به این موضوع این است که مشاوره‌هایی را که در وضعیت مشابه به یک دوست خوب می‌دهید، برای خود تکرار کنید.

۲. تظاهر به اعتماد به نفس کنید تا زمانی که واقعا به آن دست یابید تحقیقات نشان می‌دهد که با تظاهر به داشتن اعتماد به نفس، می‌توانید آن را احساس کنید. بدن می‌تواند ذهن را کنترل کند بنابراین با کمک ایجاد تغییرات کوچکی در زبان بدن، می‌توانید در خود اعتماد به نفس ایجاد کنید.

بیشتر مواقع لیخند بزنید، این لیخند نشان می‌دهد که شما آرام هستید و در مقابل دیگران احساس راحتی دارید. همچنین وضعیت بدن خود را بهبود بخشید. وضعیت بدن شما بر روی هورمون‌های بدن‌تان تاثیر می‌گذارد و در نتیجه خلق و خوی شما تغییر خواهد کرد. از خمیده بودن اجتناب کنید، بدن افتاده و خمیده، دفاعی به نظر می‌رسد. اگر ایستاده‌اید، در بلندترین حالت خود بایستید و شانه‌ها را عقب بگیرید. اگر نشست‌ه‌اید، صاف بنشینید. به یاد داشته باشید که زبان بدن فردی که اعتماد به نفس دارد، باید باز و گشوده باشد.

خوب لباس بپوشید. طرز لباس پوشیدن می‌تواند تفکر شما را تحت تاثیر قرار دهد، به همین خاطر باید اطمینان حاصل کنید که لباسی که بر تن دارید، احساس اعتماد به نفس در شما ایجاد می‌کند. خوب لباس پوشیدن نگاه شما را نسبت به خودتان تغییر داده و نشان می‌دهد که دوست دارید دیگران شما را چطور ببینند. وقتی ظاهر خوبی داشته باشید، حس خوبی هم خواهید داشت و این احساس خوب به دیگران نیز منتقل می‌شود.

۳. سختی را تمرین کنید

هر چقدر که خود را بیشتر در موقعیت‌های خاص و دشوار قرار دهید، بهتر می‌توانید از پس مشکلات و غلبه بر این نوع موقعیت‌ها، برآیید. با گذشت زمان، در برخورد با شرایط سخت و موقعیت‌های مشکل‌ساز، راحت‌تر خواهید شد. از همه مهمتر زمانی که شما قادر باشید غلبه بر

مشکلات را بیاموزید، احساس اعتماد به نفس بیشتری خواهید کرد و در موقعیت‌های ناراحت‌کننده و سخت، واکنش بهتری نشان می‌دهید. با تمرینات می‌توانید فرصتی برای بهبود خود ایجاد کنید، به تدریج چالش‌هایی را برای خودتان در نظر گرفته و برای حل آن تمرین کنید.

۴. از مقایسه کردن بپرهیزید

مقایسه خود با دیگران، مثل آتش زدن به زندگی است که باعث بدبختی و عدم اعتماد به نفس می‌شود. همیشه کسی وجود دارد که از شما موفق‌تر و ثروتمندتر است.

انسان‌ها به طور طبیعی خود را با دیگران مقایسه می‌کنند، باید چگونگی کنترل این عمل طبیعی را یاد بگیریم. باید به این موضوع برسید که مقایسه کردن، هیچ‌گاه سازنده و مفید نیست.

همیشه ما در مورد خودمان بدترین چیزها را تصور می‌کنیم، یعنی از آن چیزی که هستیم خود را کمتر می‌دانیم، زمانی که بنا بر تمایل طبیعی، خود را با دیگران مقایسه می‌کنیم، با این نوع قضاوت در مورد خود، قطعاً حس سرخوردگی و شکست را برای خودمان ایجاد می‌کنیم. به یاد داشته باشید که ما هرگز نمی‌توانیم میزان موفقیت و ارجحیت افراد را اندازه‌گیری کنیم.

بنابراین دفعه بعدی که خود را با دیگران مقایسه کردید، به خود یادآوری کنید که این بازی نیست که در آن برنده باشید، پس بهتر است به آن پایان دهید. به جای این کار زمان بگذارید و به کارهایی که برای زندگی با نشاط می‌توانید انجام دهید، بپردازید.

۵. از طفره رفتن اجتناب کنید

طفره رفتن به اعتماد به نفس شما لطمه می‌زند و شما را در یک ورطه ناخوشایند خواهد انداخت. از جملات منفی که باعث می‌شود، اسرور را به تعویق بیندازید دوری کنید، این کار باعث از دست دادن اعتماد به نفس خواهد شد. حتی اگر شرایط دشوار است، باید به آن بپردازید تا چرخه زندگی تداوم یابد. درجا زدن کاری را از پیش نخواهد برد و شما را از وضعیت کنونی نجات نخواهد داد. برای ایجاد اعتماد به نفس باید کال تو اکشن کنید.

برای شروع کافی است تنها یک گام کوچک به سمت اهداف بردارید. این کار ذهن شما را به سمت چیزهای مثبت، متمرکز خواهد کرد. به این فکر کنید که چه می‌خواهید و برای خواسته خود چه می‌کنید، از خطرات و مشکلات احتمالی نهراسید و حصار دور خود را درهم بشکنید. این رویکرد به شما نشان می‌دهد که می‌توانید از نگرانی‌های خود عبور کرده، کال تو اکشن کنید و در نتیجه پیشرفت کنید.

اگر چالش بزرگی پیش رو دارید، احتمالاً بهترین کار این است که کمی با آن مواجه شوید و ذره ذره به حل آن بپردازید. این کار اعتماد به نفس شما را برای مقابله با چالش بزرگ بالا می‌برد.

۶. از کمالگرایی دوری کنید و پیروزی‌های خود را جشن بگیرید زمانی را برای جشن گرفتن موفقیت‌های بزرگ و کوچک خود، صرف کنید. به خودتان یادآوری کنید که پیشرفتی که کسب کرده‌اید و مشکلاتی که بر آن غلبه نموده‌اید، بسیار چشمگیر بوده‌اند. این عمل طبیعتاً باعث پیشرفت شما خواهد شد. بسیاری از مردم از پروژه‌ای به پروژه بعد می‌روند، بدون اینکه کمی برای لذت بردن از موفقیت خود توقف کنند.

به یاد داشته باشید که جشن گرفتن موفقیت‌ها و دوری از کمال‌طلبی نابجا، بسیار مفید خواهد بود، موفقیت‌های کوچک نیز نباید به طور کامل نادیده گرفته شوند. با تمرین و تکرار این شش روش ساده می‌توانید در خود ایجاد اعتماد به نفس کرده و نتیجه آن را در بهبود کارها و موفقیت‌های کسب و کاری خود، نظاره‌گر باشید.

منبع: businessknowhow/ucan

مفقودی

برگ سبزبرگ کمیابیی سواری براید تیب جی تی ایکس آی برنگ بژ متالیک مدل ۱۳۸۵ به شماره موتور ۰۱۴۰۴۴۷۸ به شماره شاسی S1۴1۲۲۸۲۷۵۲۸۷۳ به شماره انتظامی ۷۵۵ ص ۳۳ ایران ۷۹ بنام سجاد زارع کلاسی مفقود واژ درجه اعتبار ساقط می باشد.

شهرستان قزوین

آگهی بند ۹۱۳ و ۹۱۴ مجموعه بخشنامه های ثبتی

نظر باینکه مالک پلاک ثبتی ۱۲۸ فرعی از ۳۹ اصلی واقع در قریه افجه بخش ۱۱ تهران مجاور شما تقاضای درج مساحت و طول اضلاع پلاک مذکور را از این اداره نموده است و از طرفی سند مالکیت پلاک مرقوم بدون مساحت و طول ابعاد صادر گردیده و از اینرو بدینوسیله به اطلاع می رساند که روز یکشنبه مورخ ۱۳۹۹/۰۹/۳۰ ساعت ۱۰:۰۰ به منظور تعیین طول ابعاد و مساحت پلاک یاد شده، نماینده و نقشه بردار این اداره در معیت متقاضی به محل وقوع ملک عزیمت خواهند نمود از اینرو شایسته است در موعد مقرر در محل موقوف ملک حضور بهم رسانید بدیهی است که عدم حضور شما مانع از انجام عملیات تعیین حدود و مساحت نمی گردد.

کفیل واحد ثبتی حوزه
ثبت ملک لواسانات

۱۴۸۸۷ م الف

شناسه آگهی ۱۰۱۹۸۸۶

آگهی اجرای کد ۹۱۴ مجموعه بخشنامه های ثبتی

نظر به اینکه آقا/خانم مسعود حاجی براتی از مالکین سه دانگ مشاع از شش دانگ پلاک ثبتی ۲۶ فرعی از ۸ اصلی واقع در بخش ۱۱ تهران رودبار قصران تقاضای صدور سند مالکیت کاداستر (تک برگ) نموده با توجه به اینکه سند مالکیت اولیه فاقد مساحت طول ابعاد میباشد و صدور سند مالکیت پلاک بصورت تک برگ با درج طول و ابعاد و مساحت (کاداستری) صورت میگیرد لذا در صورت اجرای کد ۹۱۴ مجموعه بخشنامه های ثبتی و ماده ۱۲ قانون حد نگار جهت بازدید محل و تهیه نقشه از محدوده پلاک مذکور دوشنبه مورخ ۹۹/۸/۱۹ ساعت ۱۰ صبح تعیین وقت شده است بدینوسیله به اطلاع مالکین مجاور و سایر مالکین مشاعی پلاک فوق می رساند جهت حصول اطمینان از عدم تضییع حقوق با در دست داشتن اصل سند مالکیت در روز موعد در محل وقوع ملک حضور بهم رسانند تا برابر مقررات اقدام لازم معمول گردد. ضمناً عدم حضور مانع از ادامه عملیات ثبتی نخواهد شد.

رئیس اداره ثبت اسناد و
املاک فشم - علی نجفی بانه

۱۴۸۸۶ م الف

شناسه آگهی ۱۰۱۹۸۷۸

آگهی فقدان سند مالکیت

۳۴۹۰۲ مورخ ۹۴/۱۰/۱۶ دفتر ۱۰۲۲ تهران نزد بانک ۱۰۲۲ در قید رهن می باشد به علت سهل انگاری مفقود گردیده لذا مراتب در اجرای تبصره یک ماده ۱۲۰ آیین نامه قانون ثبت در یک نوبت آگهی می گردد تا چنانچه کسی مدعی انجام معامله نسبت به آن و یا وجود سند مالکیت مذکور نزد خود باشد از تاریخ انتشار این آگهی ظرف مدت ده روز اعتراض خود را ضمن ارائه اصل سند مالکیت یا سند معامله به این اداره تسلیم نماید تا مورد رسیدگی قرار گیرد بدیهی است چنانچه در مهلت مقرر اعتراضی واصل نگردد المثنی سند مالکیت مرقوم صادر و به متقاضی تسلیم می شود.

رئیس واحد ثبتی حوزه
ثبت ملک رودکی تهران

۱۴۸۸۹ م الف

شناسه آگهی ۱۰۱۹۸۹۲

آگهی فقدان سند مالکیت

آقای حسین شعبانی با اعلام مفقودی سند مالکیت ملک مورد آگهی با تسلیم استشهادهیه گواهی امضاء شده ذیل شماره ۴۶۷۸۶ مورخ ۹۹/۰۶/۱۱ دفترخانه ۱۶۳ تهران طی درخواست وارده ۱۴۴۸۶ مورخ ۹۹/۰۶/۱۵ تقاضای صدور المثنی سند مالکیت را نموده اند که مراتب در اجرای ماده ۱۲۰ آیین نامه قانون ثبت به شرح زیر آگهی می گردد:

۱- نام و نام خانوادگی: حسین شعبانی مالک دو سهم از هشت سهم عرصه و اعیان شش دانگ
۲- شماره پلاک: ۱۰ فرعی از ۴۰۴۶ اصلی بخش هشت ثبت تهران
۳- علت مفقودی: نامعلوم
۴- خلاصه وضعیت مالکیت: سند مالکیت دو سهم مشاع از هشت سهم عرصه و اعیان شش دانگ یک قطعه خانه به مساحت ۰ متر مربع تحت پلاک ثبتی ۱۰ فرعی از ۴۰۴۶ اصلی مغز و مجزی شده از اصلی مزبور واقع در بخش هشت تهران ذیل ثبت ۷۵۱۵۸ صفحه ۲۶ دفتر ۱۹۵ املاک شماره سریال ۴۶۲۹۲۲ بنام آقای حسین شعبانی ثبت صادر و تسلیم گردیده است پلاک فوق با عنایت به گواهی دفتر املاک و دفتر بازداشتی در قید رهن و بازداشت نمی باشد. لذا با توجه به اعلام فقدان سند مالکیت ملک فوق الذکر و درخواست صدور المثنی آن مراتب اعلام تا هر کس نسبت به ملک مورد آگهی معامله کرده که در قسمت چهارم این آگهی ذکر نشده یا مدعی وجود سند مالکیت نزد خود می باشد باید تا ده روز پس از انتشار آگهی به ثبت محل مراجعه و اعتراض خود را ضمن ارائه اصل سند مالکیت یا سند معامله تسلیم نماید و اگر ظرف مهلت مقرر اعتراض نرشد و یا در صورت اعتراض اصل سند مالکیت یا سند معامله ارائه نشود اداره ثبت المثنی سند مالکیت را طبق مقررات صادر و به متقاضی تسلیم خواهد کرد. نشانی ثبت محل: خیابان شیخ هادی نورسیده به خیابان جمهوری نبش کوچه رجب بیگی پلاک ۳۶۶ اداره ثبت اسناد و املاک مولوی

رئیس واحد ثبتی حوزه
ثبت ملک مولوی تهران

۱۴۸۹۱ م الف

شناسه آگهی ۱۰۲۰۱۱۱

آگهی فقدان سند مالکیت

نظر به اینکه آقای داود ابراهیمی بولایت از طرف دوشیزه هستی ابراهیمی و هلیا ابراهیمی مالک شش دانگ بالسویه یکدستگاه آپارتمان قطعه ۲ تفکیکی واقع در طبقه اول به مساحت ۶۴/۲۶ متر مربع به پلاک ۵۱۳۷۱۴ فرعی از ۴۴۷۶ اصلی واقع در بخش ۷ تهران بانضمام انباری شماره ۲ و پارکینگ مزاحم قطعه دوم تفکیکی که سند مالکیت آن به شماره چایی های و ۹۶۹۱۲۱ ۹۶۹۱۲۰ بنام نامبرده ثبت و صادر و تسلیم شده است که نامبرده با ارائه دو برگ استشهادهیه که بامضاء شهود رسیده است و ذیل آن طی شماره ۳۴۶۶۹ و ۳۴۶۷۰ - ۹۹/۰۶/۲۹ توسط دفترخانه ۳۸۶ تهران گواهی امضاء گردید مدعی است که اصل سند مالکیت به علت در اثر جا ماندن در پارک مفقود شده و تقاضای صدور المثنی سند مالکیت پلاک فوق را نموده لذا مراتب باستناد ماده ۱۲۰ آئین نامه قانون ثبت در یک نوبت آگهی می شود تا چنانچه کسی مدعی انجام معامله نسبت و یا در اختیار داشتن سند مالکیت نزد خود می باشد ظرف مدت ۱۰ روز از انتشار این آگهی به این منطقه مراجعه و اعتراض خود را ضمن ارائه اصل سند مالکیت اقدام نماید بدیهی است در این صورت پس از تنظیم صورت مجلس اصل سند مالکیت به ارائه کننده مسترد خواهد شد و صدور المثنی سند مالکیت منوط به ارائه دادنامه از مراجع ذیصلاح قضایی خواهد بود و پس از انقضای مدت مذکور و عدم هرگونه اعتراض این منطقه نسبت به صدور المثنی سند مالکیت اقدام خواهد نمود.

رئیس ثبت اسناد و املاک
خاوران تهران

۱۴۸۹۰ م الف

شناسه آگهی ۱۰۱۹۸۹۳

آگهی اختاریه ماده ۱۰۱ - اموال غیر منقول

کارشناس تجدیدنظر به مبلغ ۲۲۸/۶۹۰/۰۰۰ ریال به دفتر اداره چهارم به نشانی تهران میدان ونک چهارراه جهان کودک معاونت اجرای ثبت منطقه چهارم اداره چهارم تسلیم نمایند. ضمناً به اعتراضی که خارج از موعد یا فاقد فیش بانکی دستمزد کارشناس تجدیدنظر باشد ترتیب اثر داده نخواهد شد.

رئیس اداره چهارم اجرای
اسناد رسمی تهران - شبیبی

۱۴۸۹۲ م الف

شناسه آگهی ۱۰۲۰۱۱۸

آقای احمد رضا ذبیحی در خصوص پرونده اجرایی کلاسه ۱۳۲۷۹۰۰ به موجب گزارش مورخ ۱۳۹۸/۱۱/۲۸ کارشناس رسمی دادگستری به شرح تصویر پیوست، پلاک ثبتی ۱- فرعی: ۱۴۶۵ از پلاک اصلی ۸ در بخش: ۱۱ ناحیه: ندارد واقع در: شمیران به مبلغ ۱۸۰/۰۰۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال ارزیابی گردیده. لذا چنانچه به مبلغ ارزیابی پلاک مذکور معترض می باشید اعتراض کتبی خود را ظرف مدت پنج روز از تاریخ ابلاغ این آگهی اختاریه به ضمیمه فیش بانکی دستمزد هیات سه نفره



آگهی تسلیم سند مالکیت موروث پلاک ثبتی ۲۹۶۹۴ فرعی از ۸۸ اصلی بخش ۱۱ تهران

۲۶۰ تهران استعلام شده و دفترخانه مرقوم برابر نامه شماره ۱۳۹۸۸۵۶۵۱۱۶۲۰۰۰۹۷ مورخ ۹۸/۰۸/۰۴ اعلام داشته که سند مذکور و تاریخ آن هیچگونه مطالبیتی با سلسله اسناد تنظیمی دفترخانه مذکور ندارد که مراتب به اداره کل محترم استان تهران گزارش شده و متعاقب اعزام بازرس محترم اداره کل ثبت استان تهران منتج به گزارش وارده شماره ۱۰/۹۸/۸۶۲۷۳ مورخ ۹۸/۰۹/۲۵ و صورتجلس بازرسی و منضمات مبنی بر تایید عدم اصالت سند صلح شماره ۴۵۶۳۵ مورخ ۷۰/۰۵/۱۶ دفترخانه ۲۶۰ تهران شده و در نهایت مراتب عدم اصالت سند صلح فوق الذکر در سوابق پرونده ثبتی جهت دقت نظر ملاحظه متصدیان منعکس گردیده است. ضمناً مطابق گواهی دفتر املاک، سند صلح اخیرالذکر در سوابق دفتر املاک ثبت نشده است. انتهای مراتب برابر نامه شماره ۱۰/۷۹/۰۲۵۶۷۹ مورخ ۹۸/۱۰/۱۵ جهت استحضار به حفاظت و اطلاعات اداره کل ثبت استان تهران نیز اعلام گردیده است. ضمناً وراثت مالک (بجز خاتم شهناز باشتنی) از طریق دفترخانه اسناد رسمی و به طریق پستی درخواست صدور اسناد مالکیت سهم الارث خود را نموده اند که با توجه به عدم ارائه اصل سند مالکیت بمنظور ابطال/اخبار، مراتب جهت رفع نقص بصورت پیامک به ایشان اعلام و متعاقباً ورثه مرحوم سید احمد میراحمدی برابر وارده شماره ۳۲۹۰۴ مورخ ۹۹/۰۵/۲۹ اعلام داشته اند که اصل سند مالکیت پلاک موصوف نزد خاتم شهناز باشتنی قرار دارد. لذا مراتب در اجرای تبصره ۳ ذیل ماده ۱۲۰ آئین نامه اصلاحی قانون ثبت و برابر اختاریه شماره ۱۰/۷۹/۰۱۱۹۳۱ مورخ ۱۳۹۸۸۵۶۰ مورخ ۱۳۹۹/۰۶/۳۰ به نشانی دارنده سند مالکیت اخطار شده تا نسبت به ارائه اصل سند و یا مستند نگهداری آن اقدام و رسید اخذ نماید لیکن مطابق گواهی بایگانی و دفتر املاک، سند مالکیت صادره ظرف مهلت تعیین شده ده روزه به این اداره ارائه نگردیده است. لذا مراتب به دستور تبصره ۳ ذیل ماده ۱۲۰ آئین نامه قانون ثبت یک نوبت در این روزنامه کثیرالانتشار آگهی می شود تا دارنده سند مالکیت، ظرف مدت ۱۰ روز از تاریخ انتشار این آگهی سند مذکور را به اداره ثبت اسناد و املاک تهرانپارس نشانی: بزرگراه شهید زین الدین - بلوار توحید - خیابان نوروزیان - جنب پارکینگ مجتمع قضایی شهید باهنر تسلیم و یا مجوز قانونی نگهداری آن را ضمن اعتراض خود به این اداره اعلام نمایند. بدیهی است در صورت انقضای مدت تعیین شده و عدم وصول اعتراضی موجه و یا اصل سند مالکیت پلاک مارالذکر، این اداره به وظیفه قانونی خود مبنی بر صدور اسناد مالکیت بنام وراثت فوق الذکر عمل خواهد نمود.

رئیس واحد ثبتی حوزه
ثبت ملک تهرانپارس

۱۴۸۹۳ م الف

شناسه آگهی ۱۰۱۹۹۰۲

نظر به اینکه سند مالکیت شش دانگ یک قطعه زمین با بنای احدائی در آن بمساحت ۱۵۰ متر مربع به پلاک ثبتی شماره ۲۹۶۹۴ فرعی از ۸۸- اصلی مغز و مجزی شده از پلاک ۷۰۱۶ و ۷۰۱۷ فرعی از اصلی مذکور واقع در بخش ۱۱ تهران مورد ثبت ذیل شماره ۲۲۸۸۴۰ صفحه ۴۰۰ دفتر ۸۱۰ املاک بنام سید احمد میراحمدی ثبت و تحت چایی شماره ۸۰۷۷۹۶ صادر شده است. ضمناً نامبرده فوت شده و به اعتبار دادنامه انحصار وراثت شماره ۹۸۰۰۲۹ مورخ ۱۳۹۸/۰۷/۰۶ قاضی شورای حل اختلاف منطقه ۴ تهران و گواهی مالیات بر ارث شماره ۸۳۶۹۸ مورخ ۹۸/۱۲/۰۴ اداره کل امور مالیاتی شرق تهران وراثت وی عبارتند از: شهناز باشتنی (همسر متوفی)، سیداسماعیل میراحمدی و سیدابوطالب میراحمدی و سیدجلال الدین میراحمدی و سیدجواد میراحمدی (همگی برادران متوفی) و فاطمه میراحمدی و عصمت میراحمدی (خواهران متوفی)، همچنین سیداسماعیل میراحمدی فوت شده و به اعتبار دادنامه انحصار وراثت شماره ۱۲۸۸۶ مورخ ۹۸/۱۲/۰۴ قاضی مجتمع ۱۲ و ۱۳ شورای حل اختلاف استان تهران و گواهی مالیات بر ارث شماره ۱۲۵۵۵ مورخ ۹۹/۰۲/۱۹ اداره کل امور مالیاتی استان تهران اداره امور مالیاتی ۳۵۱۶ وراثت وی عبارتند از: کبری اسدکی (همسر متوفی) و سعیده میراحمدی و سعیده سادات میراحمدی (دختران) و سیدمحمد ابراهیم میراحمدی و سیدحسن میراحمدی (پسران متوفی)، ضمناً آقای کاظم باشتنی و خاتم شهناز باشتنی با ارائه وکالتنامه های شماره ۲۲۸۹۶۱ مورخ ۸۷/۰۱/۲۸ و ۲۲۳۹۶۵ مورخ ۸۵/۰۵/۲۶ دفترخانه ۴۳ تهران با اعلام فقدان سند مالکیت بعلت سرقست، درخواست صدور المثنی سند موصوف را به این اداره تسلیم نموده و انتهای المثنی سند مالکیت ذیل شماره ۱۳۹۶۲۰۳۰۱۰۷۹۰۰۹۰۰۰ دفتر الکترونیکی املاک بنام سید احمد میراحمدی ثبت و تحت چایی شماره ۹۲۳۶۹۳ الف ۹۵ صادر شده است. همچنین برابر سند وصیت به شماره ۱۵۵۱۴۳ مورخ ۸۴/۰۴/۰۹ دفترخانه ۹۴ تهران مقدار دو دانگ مشاع از شش دانگ از طرف آقای سیداحمد میراحمدی به خاتم شهناز باشتنی وصیت گردیده است. ضمناً تقاضای مجدد صدور المثنی سند بعلت فقدان سند مالکیت در اثر سرقست به این اداره تسلیم شده لیکن به دلیل عدم پیگیری متقاضی منتج به صدور سند مالکیت المثنی دوم نگردیده است. اضافه می نماید برابر یک فقره تصویر سند صلح غیرمنقول شماره ۴۵۶۳۵ مورخ ۸۵/۰۸/۰۵ دفترخانه ۲۶۰ تهران که در جوف پرونده ثبتی ضبط شده لیکن در دفتر املاک ثبت نگردیده آقای سیداحمد میراحمدی بعنوان مصالح مقدار چهار دانگ مشاع از شش دانگ پلاک مورد ثبت را به خاتم شهناز باشتنی بعنوان مصالح واگذار نموده است. از طرفی اداره کل امور مالیاتی شرق تهران جریان ثبتی پلاک مذکور را استعلام نموده که مستند تنظیم سند صلح از دفترخانه

۵ نشانه که هشدار می‌دهد تحول شغلی مطلوب‌تان روی نخواهد داد

یک کارشناس مالی (مثلا اسمش را می‌گذاریم چین)، بسیار صریح گفت که می‌خواهد شغلش را از یخش فروش به بخش توسعه و آموزش تغییر دهد و چون به مدت یک سال این دو کار را به صورت هم‌زمان انجام می‌داد اما چیز خاصی تغییر نکرد، احساس می‌کرد که علاوه بر کار اصلی خود، یک بار اضافی نیز به دوش می‌کشد. در همان حین که بقیه اعضای گروه از او پرسیدند که چگونه می‌خواهد به‌طور رسمی تغییر شغل دهد و نمک بر زخمش می‌پاشیدند، من متوجه الگوهای رفتاری خاصی در جین شدم که نشان می‌داد او هرگز نمی‌تواند شغلش را تغییر دهد.

کارهای جین شبیه به دیگر افراد مشتاق تحول شغلی بود که هیچ‌کدام‌شان موفق نبودند. با این کارها و باورها، حتی کارشناسان بااستعداد هم نمی‌توانند در شغل خود تحولی ایجاد کنند. آیا احساس می‌کنید مدت‌هاست برای تحول شغلی مطلوب‌تان تلاش می‌کنید اما آب از آب تکان نمی‌خورد؟در اینجا پنج علامت که هشدار می‌دهد تحول شغلی شما روی نخواهد داد را فهرست کرده‌ایم:

۱. علاقه‌ای به ایجاد تحول ندارید

اولین نشانه برای جین این بود که دیگر نتوانست چیزی را تغییر دهد. او در ابتدا روی پروژه‌های مربوط به توسعه و آموزش که بسیار هم به آن علاقه داشت کار می‌کرد و آنچنان خوب بود که در آن زمینه، مشهور شد. البته او برای تغییر شغل داخلی درخواست داد، اما نه عنوانش، نه حقوقش و نه وظایفش، هیچ کدام به طور رسمی تغییری نکرد. به اینجا که رسید، اعضای گروه پیشنهادهایی مطرح کردند: می‌توانست باز هم روی پیشنهاد تغییر شغل داخلی پافشاری کند، سراغ سازمان‌های دیگری برود و از همان ابتدا شروع به کار در شغل جدیدش کند یا حتی اگر می‌خواست بیشتر کار کند، کارهای جانبی دیگری انجام دهد. چین گفت که همه این پیشنهادها را در نظر گرفته بود، اما هیچ‌کدام از این راه‌ها را امتحان نکرده است.

تحول شغلی هم مانند جست‌وجوی شغلی، سختی‌های خود را دارد. امکان ندارد کسی با پشت‌سر نگذاشتن مشکلات، شغل جدیدی کسب کند. ممکن است ارائه‌تان رد شود، ممکن است از کسی کمک بخواهید اما جوابی نگیرید یا حتی ممکن است برای شرکتی رزومه یا تبلیغ کسب و کار خودتان را بفرستید اما از آنها خبری دریافت نکنید. بهتر است درباره کارهای خود فکر کنید تا اگر نیاز شد، استراتژی و تاکتیک‌های‌تان را تغییر دهید. در هر صورت، تا خودتان نخواهید، چیزی تغییر نخواهد کرد. شما تحت هیچ شرایطی نباید بیکار بنشینید.

۲. انتظار دارید کارفرمایان و استخدام‌کنندگان، درک‌تان کنند

به گفته چین، یکی از دلایلی که باعث شد او روی تحول شغلی‌اش پافشاری نکند، این بود که او قبلا سر کارفرمای‌اش علی را چند استخدام‌کننده دیگر، تمام تلاش خود را کرد اما فایده‌ای نداشت. کارفرمایش می‌خواست او سر همان شغل فعلی‌اش بماند. همچنین به دلیل ۱۰ سال سابقه کاری که داشت، از نظر بانک‌ها و کارفرمایان مشاغل دیگر، او فقط به‌درد بخش فروش می‌خورد. ممکن است کارفرمای فعلی شما با تغییر شغل شما موافقت نکند، چون برایش به‌صرفه نیست. انتقال‌تان، جور کردن‌تان با شغل جدید و پر کردن جای خالی‌تان، باعث ایجاد اختلالات می‌شود. تازه این کار برای کارفرمایان و استخدام‌کنندگان دیگر سخت‌تر هم خواهد بود، زیرا آنها از کیفیت کار شما به اندازه کارفرمای فعلی‌تان آگاه نیستند. احتمالا فکر می‌کنید انتقال زمینه شغلی‌تان کار آسانی است، اما این‌طور نیست. انتظار نداشته باشید که کارفرمایان با استخدام‌کنندگان درک‌تان کنند و به شما کمک کنند. درخواست تغییر شغل شما، برای کارفرمایان یک ریسک است، چراکه می‌توانند به جای شما، شخصی که قبلا هم در این شغل تجربه داشته را بپذیرند چراکه کارفرمایان همیشه تا جای ممکن ریسک را کاهش می‌دهند.

۳. خود را بیش از حد، وقف شغل قدیمی خود می‌کنید

ما علاوه بر تشویق جین به انتقال داخلی یا رفتن به شرکت‌های دیگر، پیشنهاد تغییرات کوچک‌تری هم دادیم. مثلا گفتیم او می‌تواند برای تمرکز روی شغل مطلوبش، برنامه فعلی خود را کمی تغییر دهد و بقیه کارها را به بعد محول کند. می‌تواند مخاطبین شبکه‌سازی (Networking) خود را از فروشندگان به مربیان، کارشناسان منابع انسانی و دیگر ارتباطاتی که به شغل جدید او مرتبط است، تغییر دهد. همچنین می‌تواند در شغل فعلی‌اش کمی زمان برای کارهای جانبی شغل جدیدش خالی کند اما خب، جین به فکر اهداف پیشرفت بخش فروش بود و می‌خواست همچنان فرد برجسته‌ای باقی بماند.

شما قطعاً نمی‌خواهید به طور کامل با کارفرمای‌تان قطع رابطه کنید، اعتبار خود را به خطر بیندازید یا شغل خود را از دست بدهید. باید در حد قابل قبولی بازده داشته باشید، اما احتمالا می‌دانید که قبلا هم نتوانسته‌اید با تلاش نه‌چندان زیاد، موقعیت فعلی خود را حفظ کنید. اگر می‌خواهید شغل جدیدی به‌دست آورید، بی خیال شغل قدیمی خود شوید تا فکر و زمان‌تان خالی شود و به اندازه کافی برای شغل دیگر‌تان انرژی داشته باشید. اگر همچنان در گذشته سیر کنید، فقط در همان حرفه نتیجه می‌گیرید. شما در حرفه قدیمی‌تان نقش بسیار مهمی دارید، بنابراین شغل جدیدتان هیچ‌گاه به پای شغل قدیمی‌تان نمی‌رسد، مگر اینکه توجه خود را فقط به آن معطوف کنید. درست است که این‌گونه در حرفه قدیمی‌تان پیشرفت نمی‌کنید، اما مگر قرار نبود شغل قدیمی‌تان را ترک کنید؟

۴. فکر می‌کنید شغل‌تان باید تمام‌وقت یا دستمزد بالا باشد

یکی از مراجعه‌کنندگانم (بگذارید صدایش بزнім جان) برخلاف جین، توانست تمرکزش را از شغل قبلی‌اش (ندارک شرکت‌های بزرگ) روی هدف جدیدش (استراتژی استارت‌آپ) بگذارد. جان همه تلاش‌های داخلی خود را روی هر چیز مربوط به استارت‌آپ متمرکز کرد. او برنامه خود را به حداکثر انعطاف‌پذیری رساند تا وقت انجام پروژه‌های جانبی با استارت‌آپ‌ها و همچنین شرکت در رویدادهای کارآفرینی را داشته باشد. او حتی بارها استراتژیک و کارآفرین بودن را با خود تمرین می‌کرد.

جان توانست نقش‌های مشورتی با چندین استارت‌آپ را به دست آورد، اما هنوز هم یک شغل تمام‌وقت نداشت. همین مشکل باعث شده او هرچه نخ تا حالا ریسیده را پنبه کند! حتی هنگامی که برای او شغل تمام‌وقتی در نظر می‌گیرند (او حتی تا مرحله آخر مصاحبات، پیش رفته است)، هنوز احساس بدی نسبت به خود دارد، زیرا حس می‌کند تجربه‌هایی که او از پروژه‌های جانبی و خودیادگیری کسب کرده است، کافی نیستند و هنگامی که در مرحله آخر مصاحبه است، عدم اعتماد به نفس نمایان می‌شود. این درست است که حقوق بالا و حرفه‌های تمام‌وقت، مهم‌تر از کارهای جانبی، داولطبی یا خودیادگیری است، اما تحول شغلی به این معنا است که شما در حرفه یا جای جدیدی کار کنید، آن هم بدون اینکه یک شغل تمام‌وقت و حقوق بالایی داشته باشید. وقتی تا این حد نزدیک به موفقیت هستید، اعتماد به نفس خود را از دست ندهید و از هر راهی برای به‌دست آوردن تجربه‌های جایگزین تلاش کنید.

۵. به اینکه می‌توانید تحولی ایجاد کنید، باور ندارید

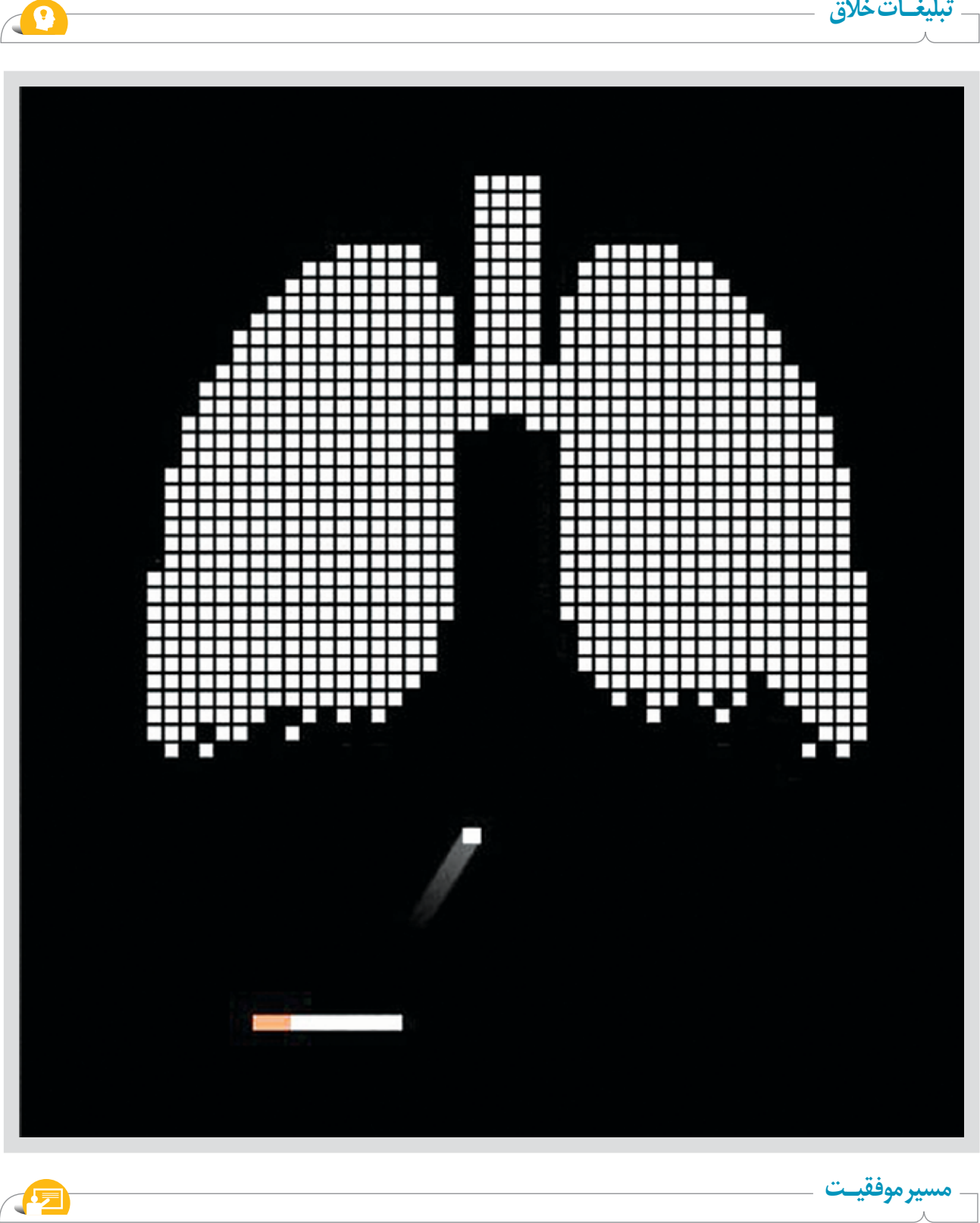
در پایان شام، جین متوجه شد که هنوز راه‌های زیادی برای امتحان کردن وجود دارد و تحول شغلی او، آنقدرها هم که فکر می‌کرده ناامید‌کننده نبوده است. این یک نشانه مهم و مثبت است، زیرا باید قبل از رسیدن به هدف‌تان، درست آن را برانداز کنید. اگر واقعا به اینکه می‌توانید تغییری ایجاد کنید باور نداشته باشید، هزار دلیل برای تسلیم شدن پیدا می‌کنید.

این، دقیقا همان مشکلی است که یکی دیگر از مشتریان مالی من با آن مواجه شد. با اینکه او هم مانند جین قصد داشت از بخش فروش خارج شود، شغل مدنظر جدیدش به بخش فروش بیشتر مربوط بود، برای همین نمی‌شود آن را تغییر چندان بزرگی به حساب آورد. ما یک استراتژی و مجموعه‌ای از تاکتیک‌ها را برای اهدافش چیدیم، برنش را تغییر دادیم، نتورکش را گسترش دادیم و آماده جست‌وجوی کارهای ناگهانی شدیم. این مشتری من بیش از دو سال ناپدید شد و هنگامی که دوباره با هم حرف زدیم، او همچنان در همان شرکت بود و اصرار داشت با اینکه واقعا خواهان تحول است، نمی‌تواند تغییری ایجاد کند، اما آیا او هیچ کدام از تاکتیک‌های موقت را امتحان کرده است؟ خیر، چون فکر می‌کرد هیچ تاکتیک‌ی جواب نمی‌دهد و هیچ‌کس یک زن ۴۰ و خورده‌ای ساله که از یک شرکت بزرگ به استارت‌آپی کوچک منتقل شده را استخدام نمی‌کند.

تحول شغلی، امری امکان‌پذیر است

من قبلا هم از تحولات شغلی موفقیت‌آمیز بست گذاشتم‌ام، از جمله یک کارشناس رسانه که از قضا زنی ۵۰ساله بود، از یک شرکت بزرگ اخراج شد و توسط شرکت کوچکی با یک شغل جدید، حقوق بیشتر و پست و مقام بالاتر استخدام شد. ملبند، کارشناس رسانه، هم‌زمان که سر شغل قدیمی‌اش بود، با پروژه‌های جانبی و نتورکی قدرتمند، اساس تحول شغلی‌اش را بنا کرد. او منتظر نماند تا کارفرمایان، او را استخدام کنند، بلکه شبکه‌سازی‌اش باعث موفقیتش شد. او در توانایی‌هایش لحظه‌ای شک نکرد، بلکه حاضر بود حرفه‌ای خارج از شغل همیشگی‌اش امتحان کند. شما چطور؟

منبع: Forbes/ucan



رفتارهای متفاوتی که افراد موفق نسبت به انسان‌های عادی دارند

در ادامه به شما می‌گوییم افراد موفق و خوشبخت چه

شاید تصور کنید افراد موفق، ذاتاً موفق هستند یا موفق به دنیا می‌آیند. در حالی که تفکر اشتباهی دارید، زیرا کسب برخی خصوصیات و ویژگی‌ها سبب رشد و موفقیت آنها در زندگی شده است. در ادامه با ما همراه باشید تا به شما بگوییم افراد موفق چه کارهایی را متفاوت از دیگران انجام می‌دهند.

راه موفقیت هموار است، هرچند ممکن است آن را پیچیده و غیرقابل دسترس ببینید. تنها کافی است قوانین موفقیت را فرا گیرید و در زندگی خود به کار ببرید.

موفقیت و احساس شادی و خوشبختی رابطه نزدیکی با هم دارند، اما به ندرت موفقیت سبب شادی پایدار خواهد شد. شاید دستیابی به اهداف و رویاها، در همان لحظه بسیار شیرین و لذت‌بخش باشد، اما این لذت برای برخی‌ها زودگذر است و بعد از چند روز عادی می‌شود.

شاید موفقیت‌های زیادی به دست آورید، اما همواره به دنبال پروزی‌های بیشتر هستید، زیرا بعد از مدت کمی تازگی خود را از دست می‌دهند. وقتی به هدفی که در سر دارید می‌رسید، ناگهان با اهداف جدید و غیرمنتظرآمی مواجه خواهید شد. البته گاهی احساس خوشبختی و رضایت از کسب بعضی موفقیت‌ها تا مدتی طولانی باقی می‌ماند.

افراد موفق هر فرهنگ، زبان، اقلیم، سن و نژادی که داشته باشند، خصوصیات مشترکی دارند. به تازگی تحقیقاتی در دانشگاه هاروارد انجام شده که نشان می‌دهد افراد موفق برخی کارها را به طریق متفاوتی از دیگر افراد به انجام می‌رسانند.

پژوهشگران دانشگاه هاروارد به این نتیجه رسیده‌اند تمام افرادی موفق و خوشبخت، کارهای خود را پیرامون ۴ اصل مهم انجام می‌دهند.

آنها به دنبال کارهایی می‌روند که:
• احساس رضایت و شادی به همراه داشته باشد.
• نتیجه‌ای ملموس داشته باشد.
• روی اطرافیان‌شان تأثیر مثبت بگذارد.
• دانش و ارزش آنها را به نسل آینده منتقل کند.
پس برای اینکه شما هم به موفقیت و شادی پایدار برسید، باید به سراغ انجام کارهایی بروید که این ۴ اصل را دربرگیرد. وقتی یکی از آنها را نادیده بگیرید، این حس به سراغ‌تان می‌آید که باید بیشتر کار کنید یا به دنبال کار متفاوتی بروید.

در ادامه به شما می‌گوییم افراد موفق و خوشبخت چه تفاوتی با دیگران دارند:

آنها سرشار از حس شور و هیجان هستند
افراد موفق شور و اشتیاق زیادی برای انجام کارهای خود دارند، همین شور و هیجان سبب می‌شود تا تحمل

سختی‌های مسیر را داشته باشند. آنها خود را وقف اهداف و رویاهای خود می‌کنند.
«جین گودال»، پژوهشگر رفتارشناسی جانوران، در سن ۲۶ سالگی خانه و وابستگی‌هایش را رها کرد و برای تحقیق درباره شامپانزه‌ها به تانزانیا رفت. او زندگی‌اش را وقف کاری کرد که از آن لذت می‌برد و با این کارش به دیگران نشان داد رویاهای‌شان را دنبال کنند و هیچ وقت علاقه‌مندی‌های خود را از یاد نبرند.

دنباله رو دیگران نیستند و گاهی برخلاف جریان آب می‌روند

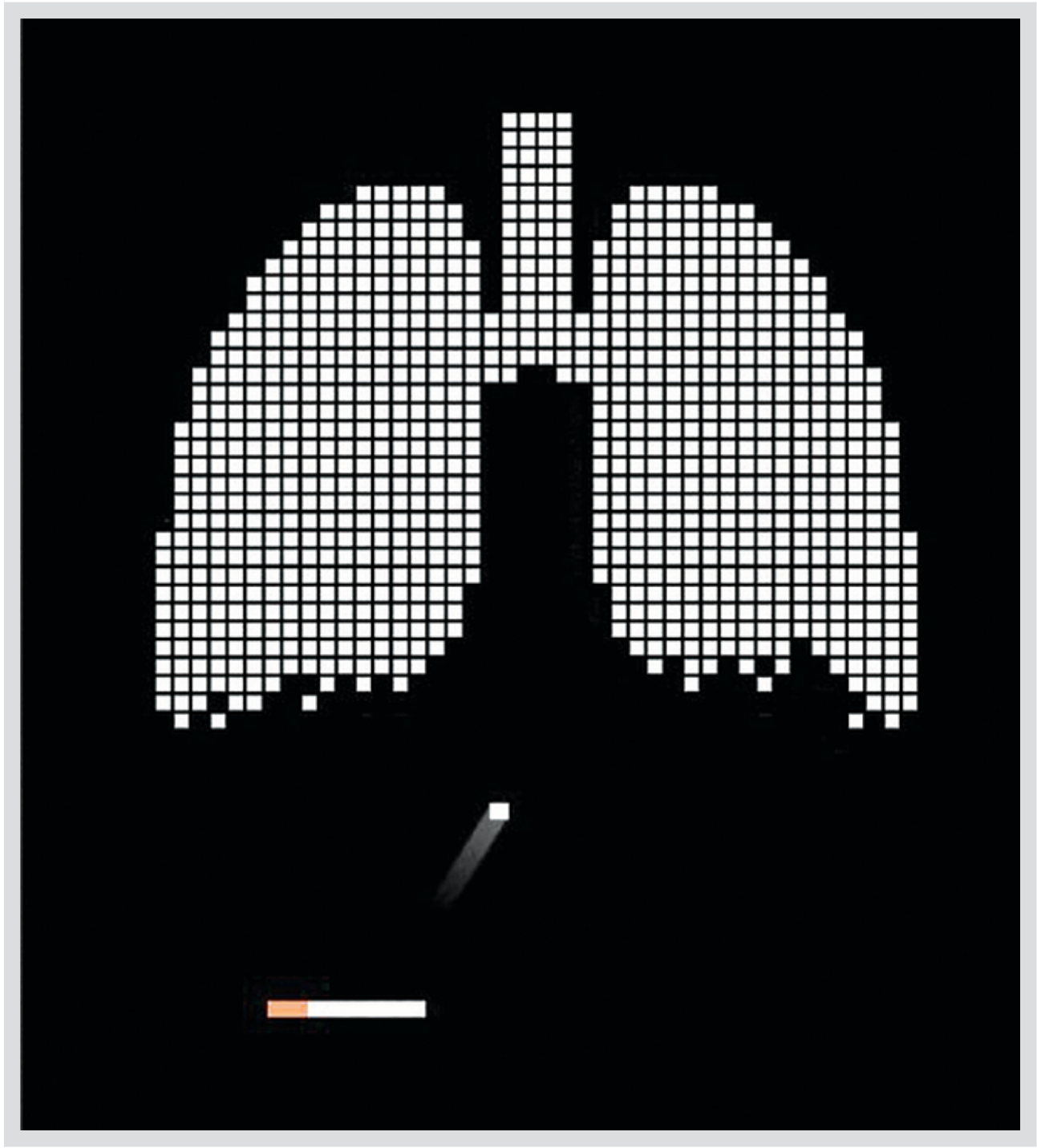
افراد موفق و خوشبخت از شکست و ریسک کردن واهمه‌ای ندارند و با اشتیاق فراوان، اهداف، آرمان‌ها و علاقه‌مندی‌های خود را دنبال می‌کنند.
افراد بازاری هستند که با شور و شوق فراوان به دنبال ارزش‌های خود رفته‌اند. «بیل گیتس» دانشگاه را رها کرد و تمام وقت و انرژی خود را روی مایکروسافت گذاشت؛ «پجارد برانسون» در سن ۱۶ سالگی ترک تحصیل کرد؛ «استیون کینگ» تمام اوقات فراغتش را به نوشتن رمان اختصاص داد. تصور کنید اگر این افراد به دنبال آرزوهای خود نمی‌رفتند، دنیای امروز چه کمبودهایی داشت؟

اگر کاری را شروع کنند، حتماً تمام می‌کنند
وقتی ایده‌های ناب و جدید ارزش دارند که آنها را به اجرا برسانید. افراد موفق عاشق کار کردن در شرایط سخت و مشکل هستند. آنها به‌راحتی از چالش‌های نو عبور می‌کنند، نتیجه کار را در ذهن خود متجسم می‌شوند و تا دستیابی به هدف از هیچ تلاشی فروگذار نمی‌کنند.

انعطاف‌پذیری بالایی دارند
افراد موفق در زندگی خود بسیار منعطف هستند، وقتی مرتکب اشتباهی شوند خیلی خوب از آن درس می‌گیرند. شاید گاهی آنها خطاکار و احمق به نظر برسند. پس شما هم از آنها درس بگیرید و ذهن خود را برای کسب تجربیات جدید و اشتباه کردن آماده کنید.
به تازگی تحقیقی در دانشگاه «ویلیام اند مری» روی ۵۰۰ داوطلب انجام شده که نشان می‌دهد افراد موفق دارای دو خصوصیت مشترک هستند:

• هیچ وقت شکست و ناکامی را تصور نمی‌کنند.
• به نظر و قضاوت دیگران درباره خودشان بی‌اهمیت هستند.

پس این افراد هیچ‌گاه وقت و انرژی خود را برای فکر کردن درباره نظر دیگران و تصور شکست صرف نمی‌کنند. آنها شکست را برای دستیابی به موفقیت ضروری می‌دانند و به این باور رسیده‌اند اگر چه شکست دلنشین نیست، اما مقدمه موفقیت است.



به سلامتی خود اهمیت می‌دهند

سلامتی، موفقیت و خوشبختی ارتباط تنگاتنگی با هم دارند. افراد موفق، سلامتی را برای دستیابی به موفقیت لازم می‌دانند. بر این اساس همواره در تلاشند عادت‌های سلامتی را در خود به وجود آورند. یکی از این عادات، خواب کافی و مناسب است که سبب مقابله با استرس، افزایش تمرکز و بهبود خلق و خو می‌شود. آنها می‌دانند تغذیه سالم و ورزش نیز سبب بالارفتن تمرکز و اعتماد به نفس‌شان می‌شود.

خیلی روی مشکلات و سختی‌های زندگی زوم نمی‌کنند
وقتی خیلی روی مشکلات متمرکز شوید، استرس و هیجانات منفی به سراغ‌تان می‌آید که نتیجه‌ای جز دور شدن از اهداف ندارد، اما اگر به دنبال راه حل مناسب باشید، بهره‌وری‌تان نیز بیشتر خواهد شد.

از موفقیت اطرافیان خود خوشحال می‌شوند
افراد موفق ارزش خود را می‌دانند و به این درک رسیده‌اند موفقیت دیگران سبب می‌شود دیدشان بازتر شود و فرصت‌های بیشتری پیش روی خود ببینند. پس برای موفقیت دیگران ارزش قائلند و هیچ وقت خود را با کسی مقایسه نمی‌کنند.

فراتر مرزها را می‌بینند

افراد موفق خارج از چارچوب فکر دیگران فکر می‌کنند. آنها بسیار خلاق هستند و هیچ وقت از عدم پذیرش رفتارشان توسط دیگران ناراحت نمی‌شوند.

وقتی دیگران در منطقه امن و راحت خود قرار گرفته‌اند، افراد موفق از این محدوده خارج شده و خود را به چالش می‌کشند تا به ایده‌های جدید برسند.

ذهن بازی دارند

افراد موفق با داشتن ذهن باز، از ایده‌های جدید و بکر استقبال می‌کنند. آنها می‌دانند هر دیدگاهی ممکن است سبب رشد و پیشرفت‌شان شود. آنها می‌توانند نظر خود را در مواجهه با اتفاقات جدید تغییر دهند و مشکلات را از زاویه دیگری ببینند. توصیه می‌شود از هر صحبتی یک نکته مفید استخراج کنید تا از این طریق ذهن خود را باز نگه دارید.

هیچ کسی نمی‌تواند شادی را از آنها بگیرد

وقتی بتوانید خود را با دیگران مقایسه نکنید، همیشه خوشحال خواهید بود. افراد موفق وقتی درباره کاری که انجام می‌دهند احساس خوبی دارند، اجازه نمی‌دهند هیچ کسی شادی‌شان را تحت تأثیر قرار دهد. البته غیرممکن است نسبت به نظر دیگران سبب واکنشی نداشته باشیم، اما باید بدانیم نظر اطرافیان خیلی هم دقیق نیست. پس همیشه با دید شک و تردید به نظرات دیگران نگاه کنید.

منبع: linkedin/ucan