

فرصت امروز

برای کسب و کار آفرینی

دور جدید کاهش قیمت‌ها در بازار ارز و سکه
دلار یک کانال عقب نشست

فرصت امروز: دور جدید ریزش قیمت در بازار ارز آغاز شد و قیمت دلار به دنبال کاهش محسوس به کانال ۲۷ هزار تومان وارد شد. در بازار سکه نیز قیمت‌ها در روز گذشته (دوشنبه) روندی کاهشی داشت و قیمت...

۴

چرا خانه‌دار شدن در سال‌های آینده به امری محال تبدیل می‌شود؟

نشانه‌های بحران در بازار مسکن

احتمالا بیشتر ایرانی‌ها هنوز هم فکر می‌کنند که سرمایه‌گذاری در بازار مسکن هیچ وقت با ضرر همراه نبوده و از این پس هم نخواهد بود، اما تجربه سال‌های اخیر و به ویژه شوک‌های سنگین ارزی و تورمی در دهه ۹۰ نشان می‌دهد که در همیشه به یک پاشنه نمی‌چرخد. بازار مسکن حالا به شدت پیچیده‌تر از یک یا دو دهه قبل است و شواهد نشان می‌دهند که اوضاع مسکن وخامت بیشتری هم خواهد یافت و خانه‌دار شدن در سال‌های آینده به امری محال تبدیل می‌شود. به گزارش فرارو، برای اینکه درباب اوضاع مسکن چگونه است، می‌توان از دو زاویه به ماجرا نگاه کرد: نخست اینکه چه تعداد واحد مسکونی مورد نیاز است (سمت تقاضا) و دوم اینکه چه تعداد واحد...

۳

وقتی شوک‌های پولی مفید نیز بر اقتصاد ایران تاثیر منفی می‌گذارند

پیدا و پنهان بدهی دولت به بانک مرکزی

۲

مدیریت و کسب و کار



رئیس سامسونگ الکترونیکس درگذشت

- چگونه کارمندان مناسب برای کسب و کارمان انتخاب کنیم؟
- چالش مدیریت کسب و کار به عنوان کارآفرین تازه‌کار
- چگونه تاثیرگذاری سایت برنهمان را افزایش دهیم؟
- کمپین جدید ال‌جی با حضور سلبریتی‌ها
- هوشمندسازی کارخانه‌ها در انقلاب چهارم صنعتی
- بازاریابی موبایلی برای جلب نظر مخاطب هدف

۸ تا ۱۶

۱۸۰ شرکت قرارداد بازارگردانی امضا کردند

سیگنال‌های رئیس سازمان بورس به سهامداران



۵

یادداشت

آنچه اقتصاد امروز ایران می‌خواهد

مجید سلیمی پروجنی
کارشناس اقتصادی

سال ۱۳۹۹ به نیمه راه رسید. در این دوره، فشارهای بین‌المللی و تحریم‌های سنگین آمریکا از یک طرف و فشار غیرمنتظره کرونا بر کسب و کارها و بنگاه‌های اقتصادی از طرف دیگر، چالش‌های اقتصادی و اجتماعی را برای کشور فراهم آورده است. در حال حاضر تعطیلی یک به یک بنگاه‌های تولیدی و صنعتی و اقول در مراودات تجاری و اقتصادی با جهان و حتی توقف کامل فروش نفت و بازنگشتن دلارهای نفتی به خزانه دولت، کشور را به مرز چالشی‌ترین شرایط در ۴۰ سال گذشته سوق داده است.

در بهار امسال رشد اقتصادی منفی ۳٫۵ درصد اعلام شد؛ همه اینها در شرایطی است که ما چندین سال است با رشد منفی مواجه هستیم؛ به طوری که از تابستان ۱۳۹۷ هزینه رشد مصرف نهایی نسبت به قیمت‌های ثابت به طور مداوم منفی بوده است. همین سبب شده است تا افراد توان کمتری برای...

۳

چرا صنعت خودرو زیانده است و این زیان چگونه جبران می‌شود؟

زیان ۴۰ هزار میلیارد تومانی خودروسازان

در شرایطی که قیمت‌ها در بازار خودرو به نقطه اوج رسیده است، اما باز هم شاهد زیان دو طرف خودروساز و مصرف‌کننده در این بازار هستیم. در حال حاضر خودروسازان مدعی هستند که قیمت فروش برخی از محصولات آنها پایین‌تر از قیمت تمام شده تولید بوده است، چنانچه طبق صورت‌های مالی ارائه شده به بورس توسط سه خودروساز بزرگ کشور، زیان دهی آنها در ۶ ماه ابتدایی امسال کماکان ادامه داشته است. براساس آخرین صورت‌های مالی، سه خودروساز بزرگ کشور در نیمه اول امسال زیان ۱۲ هزار و ۶۰۰ میلیارد تومانی را در تولید تجربه کرده‌اند که در مجموع زیان انباشته آنها به ۴۰ هزار میلیارد تومان رسیده است. با توجه به این میزان زیان انباشته، در شرایط کنونی اقتصاد کشور که با پیچیدگی‌های بسیاری مواجه است، این سوال مطرح است که آیا راهی برای جبران زیان خودروسازان وجود دارد و نیز تغییر و اصلاح شرایط چقدر زمان می‌برد؟

در پاسخ به این سوال، فرید زاده کارشناس صنعت خودرو با اشاره به دلایل زیانده بودن خودروسازان گفت: «در شرایط کنونی باید تصمیمات سختی گرفت؛ این تصمیمات سخت از اصلاح اساسی ساختار اقتصاد کشور شروع می‌شود. زیاندهی خودروسازان از سه منشا اصلی اتفاق افتاده است؛ از سوءمدیریت خود خودروسازان و مدیریت منابع و مدیریت بنگاه، قیمت‌گذاری دستوری و سیاست‌های کلان وزارت صمت، در منشا اولیه، هدررفت منابع مالی ناشی از سرمایه‌گذاری‌های غیراقتصادی مانند سایت‌های داخلی و خارجی و تولید ناقص، هزینه کرد در نیروی انسانی، عدم مدیریت مالی بنگاه را می‌توان عمده‌ترین‌ها دانست.»

قیمت‌گذاری دستوری با صنعت خودرو چه کرد؟

او در گفت و گو با خبرنگاران، با بیان اینکه «سرمایه‌گذاری‌های غیراقتصادی در داخل و خارج بعد از گذشت بالغ بر ۱۰ سال، منابع مالی سازمان را هدر داده است و هیچ بازگشتی نداشته است»، ادامه داد: «این وضعیت سبب شده بخشی از سرمایه شرکت از بین برود و از طرفی برای اجرای این پروژه‌ها تسهیلات گرفته شد که طبعاً بازپرداخت نشد. خرید سهام‌های تو در تو نیز خود باعث خروج منابع مالی از شرکت‌ها شد. سایت‌های داخلی هم که بعضاً هزینه مستقیم در احداث نداشتند، به دلیل ناقص بودن فرآیند تولید در آنها فقط هزینه‌های گزاف لجستیکی بر خودروساز تحمیل می‌کند. از سوی دیگر، نیروی انسانی خصوصا در طبقه مدیران و مسئولین بسیار فراتر از حد مورد نیاز است و هزینه‌های پرسنلی سنگینی به آنها تحمیل کرده است.» این کارشناس صنعت خودرو با ذکر این نکته که «تولید ناقص هم یک عامل بسیار مضر است»، گفت: «تولید ناقص سبب می‌شود زنجیره تامین از کار بیفتد و هزینه‌های سنگینی به خودروساز تحمیل کند. زیان تحریم‌های دوره قبل هم با تجدید ارزیابی و حساب‌سازی به سرمایه وارد شده؛ در حالی که منابع نقدی نیاز داشت و طبعاً عدم ورود این منابع مالی سبب شده است که هرچند بنگاه در صورت مالی به ظاهر از ورشکستگی نجات یافت، ولی در واقع تورمی به کل کشور تحمیل کرده است.» به گفته وی، «در حوزه قیمت‌گذاری دستوری، قیمت تمام شده کالا و قیمت فروش بالاتر منفی دارند، بنابراین خودروساز عملاً با بازی پانزی و عدم بازپرداخت تسهیلات، فرآیند تولید را زنده نگاه می‌دارد، اما سیاست‌های غلط و تلاش برای پروژه‌های نمایشی مانند جهاد خودکفایی هم مزید بر علت شده است. این پروژه بلندپروازانه هرچند با تبلیغات گسترده در جریان است، ولی محل تامین سرمایه آن یا تسهیلات بانکی است و یا پیش‌فروش خودرو. واقعیت این است که سرمایه‌گذاری ثابت صرفاً از محل تسهیلات و بدون پرداخت نقدی سهامدار، فعلی خطرناک است.»

زاده با بیان اینکه «درد سرمایه در گردش از محل جیب مشتریان به سرمایه‌گذاری ثابت هم اصولاً از دید مدیریت بنگاهداری غیرمجاز است»، گفت: «باید دریافتی از مشتری را در این محل هزینه کرد، زیرا سرمایه در گردش برای تحویل خودرو باقی نمی‌ماند. این روند معیوب سبب می‌شود خودروساز دائما

باسمه تعالی

فرخوان اعطای گواهینامه و تندیس‌های ملی رعایت حقوق مصرف‌کنندگان - سال ۱۳۹۹

اطلاعه شماره ۱

بیستمین همایش روز ملی حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان مطابق برنامه‌ریزی، ۹ اسفندماه برگزار می‌شود و در جریان این همایش بنگاه‌های اقتصادی برتر در حوزه رعایت حقوق مصرف‌کنندگان معرفی و از آنها تقدیر بعمل خواهد آمد.

لذا از متقاضیان عزیز دعوت می‌شود با مراجعه به آدرس اینترنتی (www.esfand9th.ir)، نسبت به ثبت نام اولیه خود حداکثر تا دهم آذر ماه ۱۳۹۹ (۱۳۹۹/۰۹/۱۰) به صورت الکترونیکی اقدام نمایند.

آدرس دبیرخانه مربوطه:

تهران- خ ولی عصر(عج)- روبروی پارک ملت- خ ارمغان غربی- خ مهرشاد شمالی- تقاطع خ شهید انصاری(صداقت)- پلاک ۶۶- ساختمان سازمان حمایت- طبقه دوم- اتاق ۲۰۸- کد پستی: ۱۹۶۷۸۳۴۷۱۳

شماره تلفن‌های تماس دبیرخانه ذیربط جهت هماهنگی بیشتر: ۲۲۰۵۸۵۴۲-۲۶۲۰۰۵۳

آدرس اینترنتی مرتبط:

وب سایت اختصاصی دبیرخانه اجرایی همایش: (www.esfand9th.ir)

دبیرخانه سیاست‌گذاری و اجرایی
اعطای گواهینامه و تندیس ملی رعایت حقوق مصرف‌کنندگان

نگاه



کمال اطهراری پیشنهاد داد

تدوین بسته نهادی برای اقتصاد ایران

عوامل بروزنا و درهم‌تنیدگی اقتصاد یک کشور با دیگر کشورهای جهان از دلایل تاثیرپذیری اقتصاد از بحران‌های جهانی است. در این باره، کمال اطهراری، پژوهشگر اقتصاد توسعه معتقد است: برای برون‌رفت از وضعیت فعلی و گام نهادن در مسیر توسعه کشور، چند کاستی و غفلت اساسی نسبت به ساماندهی بازار و بخش خصوصی وجود دارد که لازم‌ه برخورد استراتژیک بلندمدت است و در کوتاه‌مدت باید برای آن تاکتیک‌های لازم را تدارک دید و البته این امر کوتاه‌مدت نباید در تناقض با استراتژی بلندمدت ما باشد.

او با بیان اینکه نگاه دولت‌ها به بازارسپاری اقتصاد و بخش خصوصی نگاهی سطحی و ابتدایی بوده است، به اپینا گفت: برای مثال، دیدیم که در خصوصی‌سازی شرکت‌های بزرگ، هم عموماً اشکالات گسترده‌ای رخ داد و منابع بانکی که آنها گرفتند به جای اینکه صرف توسعه تولید بشود، صرف پرداخت دیون مابه‌ازای خرید شرکت‌ها شده است.

این پژوهشگر اقتصاد توسعه افزود: از سوی دیگر، در سال‌های اخیر سیاست‌ها باعث آسیب شدید در بخش خصوصی و بنگاه‌های کوچک و متوسط شده است. اطهراری اقدامات نسنجیده دولت‌های قبل را به خصوص در حوزه خصوصی‌سازی رد کرده و ادعان کرد: لذا این نوع بازارسپاری در اقتصاد و اعتماد زیاد به دست نامرئی بازار، قاعده و نظارتی ندارد و نه‌تنها به تولید کمک نمی‌کند بلکه موجبات تنش‌های سیاسی و اجتماعی را نیز فراهم می‌کند. این اقتصاددان با تأکید بر اینکه دولت باید بین اقتصاد برنامه‌ای (رگولاتوری/تنظیم‌گری) و اقتصاد بخش خصوصی تکلیف خود را روشن کند، افزود: اگر نظارت‌ها و شاخص‌های مختلف برای اقتصاد تعریف و عملیاتی نشود اشکالات آن کاملاً مشهود می‌شود. دست نامرئی بازار بنا نیست معجزه کند. لذا باید دولت قواعد و برنامه‌های کوتاه‌مدت برای عبور از وضعیت را تدوین و اجرایی کند. در غیر این صورت، می‌شود عملکرد سازمان خصوصی‌سازی که دیدیم چه شد.

به گفته اطهراری، موضوع استراتژیک این است که باید یک بسته نهادی برای اقتصاد کشور از حوزه تولید، توزیع، واردات و صادرات گرفته تا حوزه بانکی، بیمه و مالیات تدوین شود. اگر دستنگاه‌ها در این رویکرد مشترک با هم هماهنگ نباشند آسیب‌های زیادی به دنبال خواهد داشت و شرکت‌های خصوصی نمی‌توانند به خوبی کارایی داشته باشند. وقتی بدون لحاظ کردن امکانات تولید و بدون حمایت و نظارت دقیق به یک شرکت از یک طرف وام بدهیم و از طرف دیگر مطالبات مالیاتی داشته باشیم، مانند ریختن آب در یک ظرف سوراخ است که سرمایه‌ها را سرگردان می‌کند و هدر می‌دهد. این پژوهشگر اقتصاد توسعه تصریح کرد: اتفاقی که موجب این امر شده، وجود قانون‌گذاری‌های پراکنده است که در چارچوب یک مدل نهادی واحد نیست و همین‌ها باعث می‌شود نظارت غیرممکن شود و با وجود تزریق سرمایه‌های زیاد، اما کارایی لازم را نداشته باشند. به کارگیری سیاست‌های حمایتی و نظارتی قوی‌تر در بحث بیمه و مالیات که بخش مهمی از آن زیر نظر سازمان بودجه و دیوان محاسبات عمومی است، گام ابتدایی‌تری از اقدامات بانک مرکزی است که باید ابتدا آن را به کار بندیم.

وی درباره این گزاره که تسهیلات بانکی به تولید کمک می‌کند نیز گفت: مشکل ما منابع مالی نیست، چراکه ایران منابع زیادی دارد، مشکل کانال‌های پولی و مالی است که باید در مسیر تولید استفاده شود و نیازمند یک مدیریت و نظارت یکپارچه است.

اطهراری دلیل خود از تأکید بر بازنگری در استراتژی‌های اقتصادی کشور را چنین عنوان کرد: برای مثال، در موضوع ارز، اگر همه بخش‌ها به طور جدی ورود نکنند و روابط بین دستگاهی شفاف و هدفمند نشود، همه نگاه‌ها به بانک مرکزی است، در حالی که بدون حضور دستگاه‌های دیگر، منابع ما اتلاف می‌شود یعنی چیزی که خواسته‌ش طرف تحریم‌کننده است.

این پژوهشگر اقتصاد توسعه در جمع‌بندی سخنان خود گفت: کشور بدون گرفتار شدن در سراب قانون‌گذاری‌های جدید، با اصلاح همین روندها در راستای یک استراتژی طولانی مدت و با به کارگیری تاکتیک‌های کوتاه‌مدت می‌تواند به سمت مدیریت یکپارچه در اقتصاد حرکت کند تا از اتلاف منابع مالی جلوگیری شود؛ کاری که اگر دستگاه‌ها با هم هم‌مسیر شوند بانک مرکزی نیز در آن یکی از نقش‌های اصلی را ایفا می‌کند.

دبیر کل انجمن اقتصاددانان مطرح کرد

ضرورت کنترل نقدینگی

دبیرکل انجمن اقتصاددانان ایران با بیان اینکه عوامل مختلف برونی مانند تحریم‌ها و فشارهای ناشی از کرونا بر کسب و کارها و همچنین بلوکه شدن منابع مالی ایران در کشورهای مختلف، تأثیر خود را بر سیاست‌های پولی و مالی گذاشته است، گفت: اقتصاد ایران ۴۰ سال در تحریم بوده و گامی با فشارهای حداکثری شرایط سخت‌تری را تجربه کرده که طبیعتاً بر سیاست‌های اقتصادی مانند اهداف بانک مرکزی تأثیرگذار بوده است. پیمان مولوی در گفت‌وگو با اپینا، ادامه داد: عوامل بروزنا تأثیر خود را بر سیاست‌های بانک مرکزی و اقتصاد ایران گذاشته و محدودیت‌های بسیاری را نیز به همراه داشته، اما باید مشکلات و محدودیت‌های داخلی را نیز اصلاح کنیم.

دبیرکل انجمن اقتصاددانان ایران افزود: یکی از متغیرهای بروزنا، تحریم‌هاست که بر اقتصاد ایران تحمیل شده است. از سوی دیگر کمبود منابع مالی ناشی از تحریم‌ها و همچنین فشارهایی که کرونا بر اقتصاد وارد کرد هم تبعات منفی خود را ایجاد کرد. این در حالی است که درآمدهای ارزی نفتی به شدت کاهش یافت و در نتیجه سیاست‌گذاری‌ها به درستی نتیجه‌بخش نبود. بنابراین برای بهبود این شرایط باید برنامه ویژه‌ای داشته باشیم، با توجه به مشکلات و محدودیت‌های بیرونی که بر اقتصاد تحمیل شده باید عوامل تأثیرگذار درونی مانند رشد نقدینگی را اصلاح و کنترل کنیم. رشد نقدینگی باید به سرعت کنترل شود چراکه در صورت لغو تحریم‌ها نیز اگر باز هم تولید نقدینگی داشته باشیم، مشکلات هم به قوت خود باقی می‌ماند.

به گفته دبیر کل انجمن اقتصاددانان، ریشه نقدینگی در افزایش مخارج دولت است که این افزایش مخارج کسری بودجه را به همراه دارد و به دنبال آن دولت‌ها برای اینکه بتوانند ادامه مسیر بدهند دست به هر کاری می‌زنند و نتیجه آن افزایش پایه پولی و مشکلات دیگر خواهد بود. در نتیجه باید تمام این سیکل کنترل نشود. مولوی ادامه داد: مورد بعدی حفظ ارزش پول ملی است که باید در دستور کار قرار گیرد تا با اصلاح سیاست‌های داخلی بتوانیم فشارهای بیرونی را به بهترین نحو مدیریت کنیم. با نگاهی به نمودار روند ارزش پولی ملی مشاهده می‌کنیم که در تمام دوره‌ها ارزش پولی ملی کاهشی بوده است. این امر نشان می‌دهد که نه‌تنها بانک مرکزی، بلکه اقتصاد ایران الزاما اقتصادی مبتنی بر افزایش واقعی قدرت برابری پول نبوده است.

وقتی شوک‌های پولی مفید نیز بر اقتصاد ایران تأثیر منفی می‌گذارند

پیدا و پنهان بدهی دولت به بانک مرکزی



در ادبیات اقتصادی به پیروی سیاست‌های پولی از سیاست‌های مالی «حاکمیت مالی» گفته می‌شود. حاکمیت مالی منجر می‌شود به اینکه سیاست‌های پولی حالت انفعالی پیدا کنند و هم‌جهت با سیاست‌های مالی اتخاذ شوند. در این حالت، مقام مالی به صورت مستقل با در نظر گرفتن درآمد ناشی از حق‌الضرب، تراز اصلی را تعیین می‌کند و سپس بانک مرکزی به‌صورت منفعل نرخ رشد پول را تنظیم می‌کند. بر مبنای این نرخ رشد نیز تورم در جامعه تعیین می‌شود که همان نظریه مالی تورم است. همچنین بانک مرکزی باید سطح قیمت‌ها را طوری تعیین کند که دولت در بلندمدت قادر به بازپرداخت ارزش حقیقی بدهی‌های خود با استفاده از مازاد بودجه‌های آتی باشد. بر مبنای قید بودجه میان‌دوره‌ای دولت، ارزش حقیقی بدهی‌های دولت در زمان جاری معادل یا ارزش تنزیل‌شده انتظاری مازادهای آتی بودجه دولت است. تحت برخی فروض، این امر به‌طور ضمنی دلالت بر این دارد که بدهی‌های اسمی دولت در زمان حال تعیین‌کننده سطح قیمت‌های جاری هستند بنابراین با افزایش قابل‌توجه حجم بدهی‌های دولت، سطح عمومی قیمت‌ها و تورم نمی‌تواند توسط بانک مرکزی کنترل شود.

تحت تأثیر حاکمیت مالی، نظریه مالی تورم و سطح قیمت‌ها نه‌تنها حسن شهرت بانک مرکزی خدشه‌دار می‌شود بلکه اقتصاد کلان دچار بی‌ثباتی و نااطمینانی می‌شود و در نهایت نیز رشد اقتصادی کاهش می‌یابد. وقتی نرخ رشد اقتصادی کمتر از نرخ بهره پرداختی به بدهی‌های دولت باشد، دولت در بازپرداخت بدهی‌های خود ناتوان خواهد بود. در نتیجه، دولت مجبور خواهد بود برای بازپرداخت بدهی‌های سررسیدشده خود به استقراض دوباره اما به نرخ بهره بالاتری روی آورد. به‌عبارتی، تأمین کسری دولت از «بازی پونزی» تبعیت خواهد کرد. استمرار چنین وضعیتی اقتصاد را می‌تواند به‌سمت یک بحران مالی فراگیر سوق دهد.

دولت در ایران عمدتاً سیاست‌های اقتصادی، تعهدات ارزی و ریالی خود را از محل درآمدهای نفتی تأمین می‌کند، اما با عدم کفایت درآمدهای نفتی، بانک مرکزی بخشی از بار مالی دولت را به دوش می‌کشد. به‌عنوان شواهد تجربی، با اتخاذ سیاست‌های ارزی جدید (سال ۱۳۲۲، ۱۳۸۱ و ۱۳۹۲-۱۳۹۱) حجم بدهی دولت به بانک مرکزی افزایش یافته است، بازپرداخت بدهی‌های خارجی و اجرای سیاست‌های تعدیل اقتصادی در دهه ۱۳۷۰ و همچنین اجرای هدفمندی یارانه‌ها در سال ۱۳۸۹ با استقراض از بانک مرکزی صورت گرفته است. همچنین طی دوره زمانی ۱۳۸۹-۱۳۸۱ درآمدهای نفتی روند افزایشی داشته است بنابراین در این دوره حجم بدهی دولت به بانک مرکزی کاهش یافته است. نمونه دیگر کاهش بدهی دولت به بانک مرکزی در سال ۱۳۹۰ به‌دلیل نابودن درآمدهای نفتی در سال ۱۳۸۹ و ۱۳۹۰ است. در کل، بدهی دولت به بانک مرکزی در ایران همواره با اجرای طرح‌ها و برنامه‌های فراگیر دولتی (همچون تعدیل

فرصت امروز: موضوع بدهی دولت به بانک مرکزی همواره مورد توجه نظریه‌پردازان و متخصصان اقتصادی بوده است، چراکه با وجود این نوع بدهی‌ها سیاست‌های پولی ممکن است حالت انفعالی پیدا کند و نه تنها کارکرد خود را از دست بدهد بلکه برخلاف اهداف خود عمل نماید. در واقع، با افزایش بدهی دولت به بانک مرکزی، پایه پولی افزایش و به دنبال آن نیز سیاست انبساطی پولی رخ می‌دهد. از این رو، سیاست‌های پولی از اختیار بانک مرکزی خارج می‌شود و هم‌جهت با سیاست مالی به‌صورت درون‌زا رخ می‌دهد. چنین پدیده‌ای منجر می‌شود به اینکه مقام پولی قادر نباشد با سیاست‌های پولی به اهداف تعریف‌شده خود همچون کنترل تورم و انحرافات تولید دست یابد.

در کشورهاى در حال توسعه استفاده از منابع بانک مرکزی برای نیازهای مالی دولت امری متداول است. این امر به ویژه در مورد کشورهای متکی به صادرات نفت همچون ایران که درآمدهای ارزی نفت توسط بانک مرکزی به پول داخلی تبدیل می‌شود و در اختیار دولت قرار می‌گیرد شکل پیچیده‌تری نیز به خود گرفته است. عمده اجزای بدهی دولت به بانک مرکزی در ایران شامل استقراض دولت از بانک مرکزی با هدف جبران کسری بودجه تا سال ۱۳۲۹، استقراض بابت اجرای هدفمندی یارانه‌ها در سال ۱۳۸۹، کسری حساب ذخیره تعهدات ارزی بعد از یکسان‌سازی نرخ ارز در سال ۱۳۷۲، مانده حساب حق‌الامتیاز خرید ارز در سال ۱۳۸۱ و مابه‌التفاوت نرخ خرید ارز مرجع و ارز مبادله‌ای مربوط به اقدام اساسی و دارو و همچنین ارز درمانی و دانشجویی در سال‌های ۱۳۹۱ و ۱۳۹۲ بوده است. علاوه بر اینها، افزایش اسناد به تعهد دولت دلیل اصلی افزایش بدهی‌های دولت به بانک مرکزی طی دوره زمانی ۱۳۹۱ تا ۱۳۹۵ است. البته این افزایش صرفاً رویکرد حسابداری است و منجر به تغییر پایه پولی نمی‌شود.

پیامدهای اقتصاد کلان بدهی دولت به بانک مرکزی

به دلیل اهمیت این مسئله، در پژوهشی که به تازگی با عنوان «اثرات اقتصاد کلان بدهی دولت به بانک مرکزی در ایران» در شماره ۲۲ فصلنامه «سیاست‌گذاری اقتصادی» توسط یونس سلمانی، کاظم یآوری، حسین اصغرپور و بهرام سحابی منتشر شده، پیامدهای اقتصاد کلان بدهی دولت به بانک مرکزی در سال‌های ۱۳۵۲ تا ۱۳۹۵ بررسی شده است. یافته‌های این مطالعه نشان می‌دهد که افزایش بدهی دولت به بانک مرکزی تأثیر معناداری بر نسبت تقاضای کل بر عرضه کل، نرخ ارز حقیقی و نسبت قیمت کالاهاى غیرقابل‌تجارت بر قابل‌تجارت ندارد، اما به‌صورت معناداری، سطح عمومی قیمت‌ها را طی سه سال متوالی افزایش و تولید ناخالص داخلی را طی دو سال متوالی کاهش می‌دهد. همچنین در بلندمدت حدود ۱۰٫۸ درصد تغییرات سطح عمومی قیمت‌ها و حدود ۱۱٫۲ درصد تغییرات تولید ناخالص داخلی به ازای نیروی کار شاغل توسط بدهی دولت به بانک مرکزی توضیح داده می‌شود. این نتایج نشان می‌دهد حاکمیت مالی و نظریه مالی سطح قیمت‌ها در مورد اقتصاد ایران صادق است.

آیا بانک مرکزی به نرخ تورم ۲۲ درصدی دست می‌یابد؟

اصابت نرخ ارز بر نرخ تورم

فصل پاییز امسال، بالاترین تورم ماهانه از ابتدای دهه ۹۰ به شمار می‌رود. همچنین در همراه تورم نقطه به نقطه، ۴۱٫۴ درصد ثبت شده است؛ به بیان دیگر، میانگین قیمت‌ها در مهر امسال نسبت ماه مشابه سال گذشته بیش از ۴۱ درصد افزایش یافته است. تورم نقطه به نقطه در ماه گذشته برابر با ۳۱٫۴ درصد گزارش شده بود.

پیش‌بینی می‌شود در صورت استمرار همین روند رشد ماهانه میانگین قیمت کالاها و خدمات مصرفی در ماه‌های آینده، نرخ تورم سالانه ایران تا پاییز سال آینده حتی ۳رقمی شود، بانک مرکزی تصمیم دارد نرخ تورم را تا پایان امسال در محدوده ۲۲درصد حفظ کند. افزون بر این دولت هم بر این اصرار دارد که بودجه سال ۱۴۰۰ با تورم ۲۲درصدی بسسته شود، اما سوال اصلی این است که با چه برنامه‌ریزی این اتفاق خواهد افتاد؟ در هر حال، روند نرخ تورم در مهرماه یک زنگ خطر جدی است و در این بین بانوجه به گسترش کرونا، افزایش تحریم‌ها، کاهش درآمدهای ارزی و افزایش کسری بودجه دولت به اعتقاد کارشناسان شرایط نگران‌کننده است و اگر برنامه‌ای مشخص و عملیاتی وجود نداشته باشد، تورم به شدت رشد خواهد کرد.

به گفته مرکز آمار ایران، رشد قیمت ارز باعث شده شتاب روند

اقتصادی، هدفمندی یارانه‌ها) و سیاست‌های ارزی و حمایتی افزایش پیدا کرده است. این شواهد اهمیت بررسی پیامدهای اقتصادی بدهی دولت را به بانک مرکزی در ایران نشان می‌دهد. بر همین اساس، مطالعه حاضر اثرات اقتصاد کلان بدهی دولت به بانک مرکزی را در ایران با استفاده از روش علمی رگرسیون طی دوره زمانی ۱۳۹۵-۱۳۵۲ مورد تجزیه و تحلیل قرار می‌دهد.

دستاوردهای تحقیق: مغایرت با منحنی فیلیپس

در اقتصاد ایران همواره بخشی از نیاز و تعهدات مالی دولت توسط بانک مرکزی تأمین شده است. با افزایش بدهی‌های دولت به بانک مرکزی، سیاست پولی به‌صورت درون‌زا و هم‌جهت با سیاست مالی اعمال می‌شود و در نتیجه، کارکرد سیاست‌های پولی مختل می‌شود و از اهداف تعیین‌شده برای آن منحرف می‌شود. این وضعیت پیامدهای نامطلوبی در فضای اقتصاد کلان می‌تواند به دنبال داشته باشد.

نتایج پژوهش حاضر نشان می‌دهد که شوک ساختاری به اندازه یک انحراف معیار در بدهی دولت به بانک مرکزی هرچند منجر به افزایش تقاضای کل نسبت به عرضه کل می‌شود، اما این افزایش از نظر آماری معنادار نیست. همچنین نرخ ارز حقیقی نیز تحت تأثیر شوک ساختاری بدهی دولت به بانک مرکزی از نظر آماری تغییر معناداری را تجربه نمی‌کند. این امر نشان می‌دهد که افزایش سطح قیمت‌ها و نرخ ارز اسمی بازار تحت تأثیر افزایش نقدینگی ناشی از شوک مثبت بدهی دولت به بانک مرکزی افزایش نزدیک به هم دارند. نسبت قیمت کالاهاى غیرقابل‌تجارت به قابل‌تجارت نیز با افزایش بدهی دولت به بانک مرکزی شروع به افزایش می‌کند، اما این افزایش نیز از نظر آماری معنادار نیست.

مهم‌ترین اثر شوک ساختاری بدهی دولت به بانک مرکزی، افزایش معنادار سطح عمومی قیمت‌ها طی سال دوم و سوم و چهارم بعد از شوک است، ضمن آنکه در سال اول و دوم بعد از شوک بدهی دولت به بانک مرکزی، سطح تولید ناخالص داخلی به‌ازای نیروی کاری شاغل در صورت معناداری کاهش پیدا می‌کند. کاهش رشد اقتصادی هم‌زمان با افزایش سطح عمومی قیمت‌ها برخلاف چارچوب منحنی فیلیپس است. این منحنی در علم اقتصاد نشان‌دهنده ارتباط میان نرخ تورم و نرخ بیکاری است. این منحنی بیان می‌کند که نرخ بالای اشتغال با نرخ بالای تورم رابطه معکوس دارد، به این معنا که در کوتاه مدت برای کاهش نرخ بیکاری می‌بایست نرخ بالاتر تورم را بپذیریم. مغایرت با منحنی فیلیپس نشان می‌دهد که در اقتصاد ایران نقدینگی تزریق شده به اقتصاد بیشتر جذب فعالیت‌های غیرمولد و سفته‌بازانه شده است تا جذب فعالیت‌های مورد. به همین دلیل، نه‌تنها برخی از بررسی‌های تجربی نشان می‌دهند که حجم پول در ایران بر متغیرهای واقعی اقتصاد (تولید و اشتغال) تأثیر معناداری ندارند، علاوه بر آن نشان می‌دهند که شوک‌های مثبت پولی پس از یک دوره تأثیر منفی بر رشد تولید داشته است.

یادداشت

آنچه اقتصاد امروز ایران می‌خواهد

مجیدسلیمی‌پروچنی
کارشناس اقتصادی

سال ۱۳۹۹ به نیمه راه رسید. در این دوره، فشارهای بین‌المللی و تحریم‌های سنگین آمریکا از یک طرف و فشار غیرمنتظره کرونا بر کسب‌وکارها و بنگاه‌های اقتصادی از طرف دیگر، کلکسیون بی‌مشکلات اجتماعی، اقتصادی و حتی سیاسی را برای کشور فراهم آورده است. در حال حاضر تعطیلی یک به یک بنگاه‌های تولیدی و صنعتی و افول در مراودات تجاری و اقتصادی با جهان و حتی توقف کامل فروش نفت و بازنگشتن دلارهای نفتی به خزانه دولت، کشور را به مرز چالشی‌ترین شرایط در ۴۰ سال گذشته سوق داده است. در بهار امسال رشد اقتصادی منفی ۳٫۵ درصد اعلام شد؛ همه اینها در شرایطی است که ما چندین سال است با رشد منفی مواجه هستیم؛ به طوری که از تابستان ۱۳۹۷ هزینه رشد مصرف نهایی نسبت به قیمت‌های ثابت به‌طور مداوم منفی بوده است. همین سبب شده است تا افراد توان کمتری برای خرید کالا و خدمات پیدا کنند.

در اقتصاد ایران گردش کنترل تورم و سیاست موجود با استفاده از لنگر نرخ ارز رسمی بوده که ابزار ناکارآمدی است و برای مدت کوتاهی می‌توان از آن استفاده کرد؛ نه برای بلندمدت، سیاست تورمی و ابزار کنترل تورم همیشه نرخ ارز بوده است. شوک نرخ ارز به قیمت کالا و خدمات در ایران عددهای بسیار بالاتری نسبت به سایر کشورهای دنیا دارد؛ چراکه ارز با هدف تورم مورد سوءاستفاده قرار می‌گیرد. همین موضوع سبب می‌شود در دوره‌هایی که با جهش نرخ ارز مواجه هستیم، تورم کالاهایی که به نوعی به نرخ ارز وابسته هستند، جهش شدیدی پیدا کند. قیمت‌گذاری کالاهای خوراکی درحالی که برخلاف ظاهر، امری داخلی است، اما متأسفانه بسیار وابسته به قیمت‌های جهانی و نرخ ارز شده است و همه اینها به دلیل ساختار تولید کشور و روش‌های سیاست‌گذاری تورمی است.

از سوی دیگر، کرونا دو تاثیر بزرگ بر اقتصاد ایران داشت. یکی تعطیلی بنگاه‌ها به عنوان ماشین تولید ثروت و دیگری افزایش سطح بیکاری است و نتیجه هر دو، کاهش عرضه و تقاضا در اقتصاد بود. تقریباً تمام کشورهای جهان در این شرایط کرونایی برای آنکه بتوانند در حوزه سیاست‌گذاری نوعی اجماع ایجاد کنند، به دنبال اصلاح قانون بودجه رفتند.

همه این کشورها در مجالس خود بودجه را اصلاح کردند تا بتوانند هم منابع جدیدی را برای حمایت اجتماعی و نجات بنگاه‌ها و هم منابع بیشتری را برای هزینه‌های سلامت تامین کنند. خیلی از کشورها برای اینکه بتوانند نظام نگاه‌داری خود را مدیریت کنند، چیزی معادل ۲۰ درصد بودجه ناخالص داخلی را از طریق بانک‌های‌شان وارد کمک به بنگاه‌ها کردند.

به طور کلی، آنچه در هشت ماه گذشته در کشورمان اتفاق افتاد، نشان داد که در حوزه سیاست‌های اقتصادی کلان چه در موضع حمایت از نگاه‌داری و چه در بحث حمایت از خانوارهای جامعه ایران، تصمیم‌های درست و روشنی اتخاذ نشده است. باید قبول کنیم که اقتصاد ایران بر اثر بیماری کرونا و تعطیلی کسب‌وکارها به ویژه در بازار خدمات به حدود ۷۰ درصد اقتصاد را به خودش اختصاص می‌دهد، نیاز به یک سیاست‌گذاری جدید دارد. این سیاست‌گذاری جدید باید از یک طرف مبتنی بر تسهیل تجارت باشد؛ نه بستن معاملات مالی. این در حالی است که متأسفانه زمانی که کشور نیاز به سیاست‌های تسهیلگر برای صنعت و تجارت دارد، سد محکم جلوی آن گذاشته می‌شود و زمانی که کشور نیاز به مدلی برای تامین کسری غیرتورمی بودجه دارد، تصمیم‌گیری در این باره به محاق می‌رود.

ما به یک تجدیدنظر کلی در سیاست‌گذاری کلان اقتصاد کشور برای حمایت از نظام تولید و خانواده‌ها نیاز داریم. شرایط کنونی زمانی مناسب برای بازنگری سیاست‌های کلی اقتصاد کشور است، اما اگر این بازبینی رخ ندهد و دولت برای تامین کسری بودجه و برای حمایت از بازار سهام به همان شیوه‌ای که تاکنون داشته عمل کند و در حوزه تجارت خارجی سیاست ارزی، سیاست‌های حمایتی، قوانین بیمه‌ای و مالیاتی، تعرفه‌های گمرکی و... به همین راهی که تاکنون رفته، برود، در همین ۶ ماه پیش رو دچار مشکلات بزرگ‌تری خواهیم شد که دامنه آن صرفاً در حوزه اقتصاد نخواهد ماند و به دیگر حوزه‌ها سرایت خواهد کرد.

حداقل دستمزد چقدر از هزینه کارگران را جواب می‌دهد؟

دستمزدهای حداقلی برای هزینه‌های حداکثری

مرکز آمار و اطلاعات راهبردی وزارت کار به تازگی در گزارشی نسبت حداقل دستمزد کارگران به متوسط درآمد و هزینه خانوارهای کشور را بررسی کرده است. یافته‌های این گزارش نشان می‌دهد که متوسط هزینه سالانه یک خانوار شهری با ۲۱ درصد افزایش از ۴۰۲٫۷۲۲ هزار ریال در سال ۱۳۹۷ به ۴۸۶٫۴۳۹ هزار ریال در سال ۱۳۹۸ رسیده است. از طرف دیگر، متوسط درآمد سالانه یک خانوار شهری با ۲۴ درصد افزایش از ۴۴۰٫۹۰۵ هزار ریال در سال ۱۳۹۷ به ۵۴۱٫۰۰۷ هزار ریال در سال ۱۳۹۸ رسیده است. همچنین متوسط درآمد سالانه یک خانوار روستایی با ۲۷ درصد افزایش از ۲۳۳٫۱۱۴ هزار ریال در سال ۱۳۹۷ به ۲۹۷٫۰۲۲ هزار ریال در سال ۱۳۹۸ رسیده است.

در سال ۱۳۹۸ بیشترین سهم منابع درآمدی یک خانوار شهری و روستایی به ترتیب با ۵۱ درصد و ۳۶ درصد مربوط به سایر درآمدهای یک خانوار بوده است. همچنین سهم مزد و حقوق‌گیری در سال ۹۸ برای خانوارهای شهری ۳۲٫۵ درصد و برای خانوارهای روستایی ۳۰٫۷ درصد بوده است.

در سال ۱۳۹۸، نسبت حداقل دستمزد سالانه کارگران به متوسط درآمد سالانه برای یک خانوار شهری و روستایی به ترتیب ۳۴ و ۶۲ درصد است. همچنین در سال ۱۳۹۸، نسبت حداقل دستمزد سالانه کارگران به متوسط هزینه سالانه برای یک خانوار شهری و روستایی به ترتیب ۳۸ و ۶۹ درصد است. به عبارت دیگر، حداقل دستمزد تنها به اندازه ۳۸ درصد از متوسط هزینه‌های کارگران شهری را جواب می‌دهد.



در نتیجه شرایط مناسبی برای فروش واحدهای تکمیل شده به دلیل افت قدرت خرید خانوار و دور از دسترس شدن خرید خانه برای آنها وجود ندارد.

بررسی دست‌کم ۲۳ سال گذشته از وضعیت ورود سرمایه‌ها به بخش‌های مختلف بازار ساخت و ساز این موضوع را تایید می‌کند، به طوری که هم‌زمان با بروز جهش قیمت در بازار، قدرت خرید متقاضیان از ناحیه تسهیلات به شدت سقوط می‌کند که منجر به خروج تقاضای مصرفی از بازار می‌شود؛ بنابراین در مقطعی که سازنده‌ها تصور می‌کنند با تکمیل پروژه‌های ساختمانی، می‌توانند به سرعت واحد مسکونی خود را بفروشند، به بن‌بست معاملاتی برخورد می‌کنند.

هجوم سرمایه‌ها، رکود مسکن را تشدید می‌کند

مشکل دیگر بازار مسکن در ایران که عمدتاً به دلیل شوک‌های تورمی سال‌های اخیر تشدید هم شده، پیشی گرفتن سرمایه‌گذاری در بخش مسکن به تقاضای مصرفی در این بخش است. شاخصی که می‌تواند موید این موضوع باشد، عدم افزایش میزان اجاره خانه، به اندازه افزایش قیمت ملک است که اکنون در عمده شهرهای ایران به نزدیکی سقف متعارف خود رسیده است.

براساس نتایج عملیات سنجش حباب مسکن در مراکز استان‌ها که با «نسبت قیمت به اجاره» مورد سنجش قرار می‌گیرد، در ۲۲ استان در سراسر کشور، شاخص مورد اشاره از سقف متعارف خود فراتر رفته و در ۸ استان، هرچند نسبت قیمت به اجاره همچنان پایین‌تر از سقف متعارف (عدد ۲۵) است، اما می‌تواند در صورت افزایش قیمت مسکن، این سقف را پشت سر بگذارد.

بر این اساس، بیشترین نسبت قیمت به اجاره مسکن در شهرهای اراک، شهرکرد، اردبیل، شیراز، اصفهان و زنجان قابل مشاهده بوده و این در حالی است که نسبت قیمت به اجاره در این شهرها از تهران هم بالاتر است. دلیل این موضوع می‌تواند این باشد که تورم مسکن در شهر تهران طی بهار امسال نسبت به بهار سال گذشته معادل ۴۴ درصد ثبت شده، حال آنکه تورم ملکی در بازار مسکن مراکز استان‌های کشور در همین بازه زمانی بیش از ۷۰ درصد بوده است. به طور ساده، این آمارها نشان می‌دهند که بسیاری از کسانی که سرمایه‌ای داشته‌اند، شروع به خرید املاک مسکونی، به ویژه در مراکز استان‌ها کرده‌اند، حال آنکه برای این خانه‌ها، مشتری واقعی یا مستأجر واقعی وجود ندارد. وقتی خانه‌ای می‌خرید، در نهایت یا خودتان باید از آن استفاده کنید، یا اینکه آن را به کسی اجاره دهید. حتی اگر خانه را به قصد فروش در قیمت‌های بالاتر هم خریده باشید، در نهایت کسی باید این خانه را به قصد «صرف» از شما بخرد. با این همه، ظاهراً جامعه به طور متوسط فقیرتر از آن شده که تقاضای واقعی برای مسکن داشته باشد.

چرا خانه‌دار شدن در سال‌های آینده به امری محال تبدیل می‌شود؟

نشانه‌های بحران در بازار مسکن

بوده است. به این ترتیب، به نظر می‌رسد تقاضا برای خرید واحدهای مسکونی در دل شهرها به شدت کم شده و البته عجیب هم نیست که در شهری همچون تهران که میانگین قیمت هر متر مربع مسکن در آن به حدود ۲۵ میلیون تومان رسیده است، بسیاری حاشیه‌نشینی را ترجیح بدهند.

بازار و بفروش‌ها هم دیگر خانه نمی‌سازند

وضعیت مسکن اما از سمت عرضه هم وخیم است. اگر وضعیت تهران را به عنوان مشتی نمونه خروار در نظر بگیریم، آمارها نشان می‌دهند تیراژ ساخت مسکن در پایتخت طی نیمه اول امسال با افت ۱۴ درصدی، به حدود ۲۶ هزار و ۶۴۸ واحد رسیده است. این در حالی است که حداقل نیاز سالانه تهران به واحدهای مسکونی جدید دست‌کم ۴۵ درصد بالاتر است. در دوره‌های رونق معاملاتی در دهه ۱۳۸۰، ماهانه بیش از ۱۲ هزار واحد مسکونی در تهران خرید و فروش می‌شد و این در حالی است که برآورد می‌شود تهران برای حفظ جمعیت خود و نیاز و جمعیت به مسکن، ماهانه به ساخت حدود ۸ هزار واحد مسکونی جدید نیاز دارد.

مرکز آمار در اوایل مهر امسال در گزارشی به تشریح وضعیت سرمایه‌گذاری در بازار ساخت و ساز کشور طی یک سال گذشته پرداخت. براساس برخی تفاسیر از این گزارش، بازار ساخت و ساز مسکن در کشور، براساس نوع سرمایه‌گذاری به سه دسته عمده طبقه‌بندی می‌شود: «سرمایه‌گذاری در ساختمان‌های جدید و شروع‌شده»، «سرمایه‌گذاری در ساختمان‌های نیمه‌تمام تکمیل‌نشده» و «سرمایه‌گذاری در ساختمان‌های تکمیل‌شده». جزئیات آماری این گزارش حاکی از آن است که در میان سه طبقه سرمایه‌گذاری میان انواع پروژه‌های ساختمانی، سرمایه‌گذاری در طبقه میانی گوی سبقت را از دو طبقه دیگر گرفته است. به طوری که انجماد گسترده‌ای در حوزه سرمایه‌گذاری در پروژه‌های ساختمانی نیمه تمام رخ داده است. این در حالی است که یکی از موتورهای جهش قیمت مسکن در حداقل دو سال اخیر شهرهای کشور و همچنین یک سال و نیم اخیر در شهر تهران، مربوط به یک عامل درونی بازار مسکن یعنی «کمبود عرضه آپارتمان نوساز» بوده است.

به نظر می‌رسد بساز و بفروش‌ها، تحت تاثیر شوک‌های تورمی، الگوی نادرستی را برای سرمایه‌گذاری در بخش مسکن انتخاب کرده‌اند. آنها به محض افزایش قیمت و بالا رفتن هیجانات در بازار، تلاش می‌کنند در بخش تکمیل پروژه‌های ساختمانی فعالیت کنند و از ورود به حوزه ساخت و سازهای جدید غافل می‌شوند. این اما در حالی است که در مقطع «جهش قیمت»، یک انقباض مهم در بازار معاملات مسکن از سمت متقاضیان رخ می‌دهد و آن خروج تقاضای مصرفی از بازار است.

حکم سنگین یک کار آفرین، اکوسیستم استارت‌آپی را شوکه کرد

جنجال آپارات

خورد است. در سال ۱۳۹۸ ویدئویی در آپارات پخش شد که در آن مجری از کودکان می‌پرسید آیا می‌دانند چطور به دنیا آمده‌اند؟ پس از انتشار این ویدئو شکوری مقدم به دادسرا احضار و پس از بازداشت کوتاه‌مدت با وثیقه ۵۰۰ میلیون تومانی آزاد شد. تا اینکه در هفته نخست آبان خیر صدور حکم ۱۰ سال حبس برای شکوری مقدم منتشر شد. هرچند در فرآیند صدور این حکم مسئولیت پلتفرم انتشار محتوا در ویرایش مطرح شده است، اما بعضی کاربران در رسانه‌های اجتماعی از تولید محتوای مجرمانه به سفارش آپارات خیر داده‌اند که شکوری مقدم آن را رد کرده است. او در این باره در توییته نوشت: «این ویدئو ابتدا با سفارش یا هر اعمال نظر ما ساخته نشده است. اینها مانند دیگر تولیدکننده‌های آپارات گذشته مثبتی داشتند و الگوریتم توزیع محتوای ما این ویدئو را مانند بقیه ویدئوها منتشر کرده بود.» سازمان تنظیم مقررات صوت و تصویر کشور، ساترا هم در اطلاعیه‌ای اعلام کرده در خردادماه سال جاری روند بررسی نظارت آپارات بر انتشار محتوا را بررسی کرده است و این بررسی‌ها نشان می‌دهد این رسانه به تناسب حجم بالای محتوای بارگذاری شده، تلاش جدی و

احتمالاً بیشتر ایرانی‌ها هنوز هم فکر می‌کنند که سرمایه‌گذاری در بازار مسکن هیچ وقت با ضرر همراه نبوده و از این پس هم نخواهد بود، اما تجربه سال‌های اخیر و به ویژه شوک‌های سنگین ارزی و تورمی در دهه ۹۰ نشان می‌دهد که در همیشه بر یک پاشنه نمی‌چرخد. بازار مسکن حالا به شدت پیچیده‌تر از یک یا دو دهه قبل است و شواهد نشان می‌دهند که اوضاع مسکن وخامت بیشتری هم خواهد یافت و خانه‌دار شدن در سال‌های آینده به امری محال تبدیل می‌شود.

به گزارش فرارو، برای اینکه دربایم اوضاع مسکن چگونه است، می‌توان از دو زاویه به ماجرا نگاه کرد: نخست اینکه چه تعداد واحد مسکونی موردنیاز است (سمت تقاضا) و دوم اینکه چه تعداد واحد مسکونی ساخته شده است؟ (سمت عرضه) در سمت تقاضا، بازار مسکن در دهه‌های اخیر، سالانه به طور متوسط به ساخت حدود یک میلیون واحد مسکونی جدید نیاز داشته تا بتواند تقاضای ایجادشده را پاسخ بدهد. این داده آماری البته کاملاً خام است و عمدتاً بر اساس آمار ازدواج جدید در هر سال استخراج شده است. به عبارت ساده، از آنجا که سالانه به طور متوسط یک میلیون مورد ازدواج جدید در کشور به ثبت رسیده، نتیجه‌گیری سنتی سیاست‌گذاران این بوده که ایران سالانه به یک میلیون واحد مسکونی جدید نیاز دارد.

چرا شهروندان ایرانی دیگر خانه نمی‌خرند؟

این آمار تقاضا چه درست باشد یا غلط، ایرانی‌ها در سال‌های اخیر به میزان کمتری ملک مسکونی خریدند، یعنی با وجود تخمین تقاضای جمعیت‌شناختی این شهرها و مناطق شهری مختلف به یک شکل نبوده خرید واحدهای مسکونی جدید بسیار پایین‌تر بوده است. افت چشمگیر تعداد معاملات مسکن و کوچ دسته جمعی بسیاری از شهروندان به حاشیه شهرهای بزرگ، نشان می‌دهد قیمت‌ها در بازار مسکن بسیار بالاتر از توانایی مالی خریداران و مستأجران هستند. به همین دلیل، سمت تقاضا در بازار مسکن با رکودی جدی مواجه شده است.

افت تقاضا البته در شهرها و مناطق شهری مسکونی جدید، تقاضا برای است و همچنین کوچ شهروندان تهرانی تنها به سمت جنوب شهر نبوده و شهرهای اقماری را هم دربر گرفته است. داده‌های آمارهای مربوط به میزان رشد جمعیت در ۲۰ شهر جدید کشور (شهرهایی که در حاشیه کلانشهرها ساخته شده‌اند) نشان‌دهنده آن است که جمعیت این شهرها تنها در یک سال اخیر حدود ۹۰ هزار نفر افزایش یافته است.

داده‌های جمعیت‌شناختی این شهرها نشان می‌دهد که در سال ۱۳۷۵، تنها حدود ۵۸ هزار نفر در این ۲۰ شهر ساکن بوده‌اند، حال آنکه در پایان سال ۱۳۹۸، جمعیت این شهرها از یک میلیون نفر فراتر رفته و این در حالی است که این کوچ دسته جمعی، معادل ۲٫۲ برابر میانگین سالانه جمعیت مهاجر به این شهرها، طی دو دهه اخیر

صدور حکم ۱۰ سال حبس برای موسس سایت آپارات به دلیل انتشار یک ویدئو با محتوای مجرمانه در سال گذشته، شوکی به اکوسیستم استارت‌آپی ایران وارد کرد. انتشار خبر صدور این حکم، واکنش موسسان دیگر کسب وکارهای نوپا را به همراه داشت. میلاد منشی‌پور، موسس تپسی در شبکه اجتماعی توییتر صدور این حکم را ضعف در شناخت کارکرد و مسئولیت پلتفرم‌ها دانست و درباره تغییر آن ابراز امیدواری کرد. پویا پیرحسینلو، مدیرعامل ابراروان هم در صفحه شخصی توییتر خود از شوروی عالی فضای مجازی و دیگر سازمان‌های دولتی خواست درباره این حکم اقدام کنند. حتی وزیر ارتباطات و فناوری اطلاعات هم به این حکم واکنش نشان داد. آذری جهرمی که چهارم آبان ماه در یک برنامه تلویزیونی شرکت کرده بود، خطاب به معاون سابق دادستان کل کشور گفت که «اگر یک نفر محتوای مجرمانه‌ای را در پیام‌رسان داخلی بارگذاری کرد، شما مالک پیام‌رسان را به زندان می‌اندازید. این حمایت از تولید داخل نیست.» چالش انتشار ویدئو با محتوای مجرمانه از یک سال پیش برای آپارات کلید

دریچه

دلایل بی‌اعتمادی سرمایه‌گذاران به بورس

ریسک‌های تهدیدکننده بورس کدامند؟

یک کارشناس بازار سرمایه معتقد است: بازار سهام اکنون دارای شرایط بسیار خوبی برای سرمایه‌گذاری است البته اصل مهم سرمایه‌گذاری در بازار اعتماد است، بنابراین سرمایه‌گذاران غیرحرفه‌ای ترجیح می‌دهند تا به سمت سرمایه‌گذاری در بازاری پیش روند که ریسک چندانی آنها را تهدید نمی‌کند. مهدی آزاداری به ریسک تهدیدکننده معاملات بورس اشاره کرد و به این‌ها گفت: اگر بخواهیم ریسک‌های بازار را مورد بررسی قرار دهیم در ابتدا باید آن را به ریسک‌های سیستماتیک و غیرسیستماتیک تقسیم کرد. او به افزایش ریسک‌های سیستماتیک بازار که خارج از حیطه بورس و اختیارات فعالان بازار است تاکید کرد و گفت: بحث قیمت دلار که وابسته به انتخابات آمریکا و روند معاملات بورس است در انتظار فرد انتخاب‌شونده به عنوان رئیس جمهوری است، این مسئله باعث شده تا همه فعالان بازار حالتی از انتظار را به خود بگیرند تا بعد از مشخص شدن نتیجه انتخابات اقدام به سرمایه‌گذاری و ورود با خروج سرمایه‌های خود در بورس کنند. به گفته وی، اخیراً خروج نقدینگی و اصلاح قیمت سهام در بازار توسط افراد غیرحرفه‌ای بازار اتفاق افتاده است، به همین دلیل اکنون بسیاری از سهام‌های حاضر در بازار از نظر قیمتی در شرایط بسیار خوبی قرار دارند. این کارشناس بازار سرمایه با بیان اینکه اکنون از بازار با چنین قیمت‌هایی استقبال نمی‌شود، خاطر نشان کرد: این موضوع در کنار وضعیت مهم روند اقتصادی کشور، ناشی از بی‌اعتمادی سهامداران برای سرمایه‌گذاری در بازار سهام است که به دلیل اصلاح اخیر شاخص بورس ایجاد شده است. تاکنون اعتماد افراد برای سرمایه‌گذاری در بورس جلب نشده است تا دوباره سرمایه‌های خود را وارد بورس کنند به همین دلیل سرمایه‌گذاران درگیر بازارهای موازی هستند که این بازارها هم به دلیل برخی از تغییرات ایجادشده هنوز سرمایه‌چندانی را به سمت خود جلب نکردند و شاهد خروج نقدینگی از آن بازارها هم هستیم.

او در پاسخ به سؤالی مبنی بر اینکه روند نزولی شاخص بورس تا کجا ادامه‌دار است؟ گفت: بازار تا زمان انتخابات آمریکا، نوسان‌های به نسبت شدیدی را تجربه می‌کند و ممکن است روزهای مثبتی را هم تجربه کند اما به تناسب آن شاهد روزهای منفی خواهیم بود که البته این موضوع جزو ذات بازار است. آزاداری با اشاره به اینکه ثبات در معاملات بورس به بعد از انتخابات ریاست

جمهوری آمریکا برمی‌گردد، افزود: نوسان‌های شدید در معاملات بورس نشان‌دهنده عدم قدرت تصمیم‌گیری میان سهامداران برای سرمایه‌گذاری در بورس است. اگر سهامداران خرد به صورت ثابت به دنبال ورود سرمایه‌های خود در بورس هستند بهتر است از طریق صندوق‌های سرمایه‌گذاری اقدام به سرمایه‌گذاری در بورس کنند و همچنین افرادی که از اطلاعات خوبی برای سرمایه‌گذاری در بورس برخوردارند بهتر است به سمت سهام شرکت‌های بنیادی

که تحلیل‌های مثبت و منطقی از این شرکت‌ها در کمال منتشر می‌شوند پیش روند. وی با بیان اینکه نوسان‌های شدید در بازار باید از طریق نهادهای حقوقی مورد کنترل قرار گیرند تا سهامدار خرد ضرر و زیان زیادی را متحمل نشود، ادامه داد: اکنون باید سکان بازار بیشتر به دست مدیران حرفه‌ای بازار باشد، نهاد

متولی می‌تواند اطلاع‌رسانی بیشتری را برای نحوه ورود سرمایه‌گذارانی که مطلع از سرمایه‌گذاری در بازار نیستند داشته باشد، زیرا بازار سرمایه با بازار چند سال گذشته بسیار فرق کرده و با گستردگی زیادی همراه شده است به همین دلیل

باید به صورت روزانه اطلاع‌رسانی‌های درستی از این بازار انجام شود.



او ادامه داد: از سوی دیگر، فایلی که مدیر صندوق پالایشی یکم در اختیار شرکت سپرده‌گذاری مرکزی قرار داده بود هم شامل اطلاعات دارایکم بود و هم شامل اطلاعات پالایشی یکم. در واقع در این فایل یک سری اطلاعات اضافه شامل مبلغی که افراد برای خرید سهام پالایشی یکم و دارایکم پرداخت کرده‌اند، نحوه خرید سهام پالایشی یکم (از سوی بانک یا کارگزاری) و نظایر آن وجود داشت و به همین دلیل شرکت سپرده‌گذاری اطلاعات را به مدیر صندوق بازگرداند تا آنها اطلاعات را تفکیک کرده و فقط اطلاعات مربوط به پالایشی یکم را در اختیار شرکت قرار دهند.

مدیر امور ناشران شرکت سپرده‌گذاری مرکزی افزود: تنها اطلاعات موردنیاز شرکت سپرده‌گذاری مرکزی، مشخصات شناسنامه‌ای فرد و تعداد یونیتی که با آن سهام پالایشی یکم خریداری کرده، است. این فایل روز شنبه به آنها عودت داده شده و دو روز بعد از زمانی که اطلاعات تفکیک شده را در اختیار شرکت سپرده‌گذاری مرکزی قرار دهند، نماد پالایشی یکم قابل معامله خواهد شد.

گفتنی است پالایشی یکم باقیمانده سهام دولت در چهار پایاگاه تهران، تبریز، اصفهان و بندرعباس است و بعد از سهام دارایکم، دومین ETF (صندوق سرمایه‌گذاری دولت) دولت محسوب می‌شود. مطابق مقررات، یک ماه بعد از پایان پذیرهنویسی امکان معامله برای صندوق‌های ETF فراهم می‌شود. البته مهلت پذیرهنویسی دارایکم اول خردادماه به پایان رسید و این صندوق در هشتم تیرماه قابل معامله شد. بر این اساس و با توجه به اینکه پذیرهنویسی صندوق پالایشی یکم تا ۳۰ شهریورماه ادامه داشت بنابراین انتظار می‌رفت از اوایل آبان ماه امکان معامله برای این صندوق فراهم شود.

ما تلاش کردیم نقدینگی که وارد بازار می‌شود توسط عرضه‌های اولیه جذب شود، تقاضا می‌آمد و باید عرضه تقویت می‌شد این امر منجر به مصوبه دولت در مورد سهام شناور شد همچنین پیگیری‌های سازمان بورس باعث شد عرضه‌های خوبی از طرف دولت انجام شود.

رئیس سازمان بورس با اشاره به تلاش این سازمان برای جلوگیری از ورود مستقیم مردم به بازار خاطر نشان کرد: بر همین اساس مبلغ صندوق‌ها که ابتدای سال ۱۹۰ هزار میلیارد تومان بوده الان به ۲۳۰ هزار میلیارد تومان رسیده و سهامی شناور در بازار افزایش یافته و از ۲۲ به ۲۵ درصد رسیده است.

او با اشاره به تشکیل شورای عالی فضای مجازی در سازمان بورس خاطر نشان کرد: این فعالیت در گذشته در بازار بورس وجود نداشت با توجه به اثر این فضا بر بازار ما این کار را بجد ادامه دادیم و بعد از افت بازار نیز موضوع بازارگردانی را دنبال می‌کنیم. از ۳۳۰ شرکت ۱۸۰ شرکت قرارداد بازارگردانی امضا کردند. اگر خواهیم بازار سرمایه به تعادل برسد باید این را دنبال کنیم البته ۲۰ شرکت تمکین نکردند که به سازمان بورس اعلام شد و مستوجب تنبیه هستند.

رئیس سازمان بورس با بیان اینکه بازار سرمایه در یکی دو سال گذشته خصوصاً اول امسال رشد کرده، گفت: متأسفانه زیرساخت‌ها نتوانسته خودش را با رشد بازار تطبیق دهد لذا ما طرحی را در شورای عالی بورس ارائه کردیم که نیازمند مصوبه هیأت وزیران است و به دولت ارائه شده است. قالیباف اصل در پایان با بیان اینکه رتبه‌بندی شرکت‌ها نیز از طریق سازمان بورس مطرح شده، گفت: مصوبات شورای عالی بورس در حال حاضر منتشر می‌شود و قابل دسترس و در اختیار همگان است.

چرا سهام پالایشی یکم هنوز قابل معامله نشد؟

بورس تهران در هفته‌ای که گذشت برخلاف پیش‌بینی کارشناسان که گفته بودند شاخص بورس در مسیر صعودی قرار می‌گیرد، حرکت خود را با روند نزولی آغاز کرد و در ادامه روند نزولی بورس در سه ماه گذشته، روزهای پر فراز و نشیبی را تجربه کرد. این روند در روز شنبه و دوشنبه این هفته نیز تداوم یافت و بورس تا رقم یک میلیون و ۲۳۶ هزار واحد عقب رفت.

در همین حال و به رغم گمانه‌زنی‌ها، سهام پالایشی یکم نیز هنوز قابل معامله نشده است. درباره چرایی این موضوع، مدیر امور ناشران شرکت سپرده‌گذاری مرکزی آخرین وضعیت سهام پالایشی یکم را تشریح کرد. مریم شاه حسینی با بیان اینکه نماد و پرتفوی پالایشی یکم از ابتدای مهر ایجاد شده بود، به ایسنا گفت: یکی از دلایلی که سهام پالایشی یکم تاکنون قابل معامله نشده، این است که با توجه به اینکه دو نماد پالایشی افزایش سرمایه داشتند، هنوز سهام جایزه در نماد اصلی ادغام نشده و امور مربوط به ثبت باقی مانده است.

سیگنال‌های رئیس سازمان بورس به سهامداران

۱۸۰ شرکت قرارداد بازارگردانی امضا کردند

فرصت امروز: روز دوشنبه در حالی بورس تهران با عقب‌نشینی قابل توجه شاخص کل روبرو شد که صحن علنی مجلس درگیر بحث درباره چرایی وضعیت بازار سرمایه و تداوم اصلاح شاخص بورس بود. در حالی که حسن قالیباف اصل، رئیس سازمان بورس در صحن علنی بهارستان درباره وضعیت بازار سرمایه سخن می‌گفت، اما واکنش بورس به آنچه در بهارستان می‌گذشت، منفی بود و شاخص بورس در پایان معاملات ۳۷ هزار و ۴۷۰ واحد افت کرد و به رقم یک میلیون و ۳۳۶ هزار واحد رسید. شاخص کل (هم وزن) نیز با ۴ هزار و ۷۸۰ واحد کاهش به ۳۸۴ هزار و ۳۴۱ واحد و شاخص قیمت (هم وزن) با ۴ هزار و ۱۳۱ واحد افت به ۲۵۱ هزار و ۷۷۵ واحد رسید. در آن سوی بازار سرمایه نیز شاخص فرابورس بیش از ۲۰۵ واحد کاهش داشت و بر روی کانال ۱۶ هزار و ۴۷۰ واحد ثابت ماند.

در معاملات پنج‌مین روز آبان بیش از ۶ میلیارد و ۸۷۲ میلیون سهم، حق تقدم و اوراق بهادار به ارزش ۶۰ هزار و ۳۶۷ میلیارد ریال داد و ستد شد. گروه فلزات اساسی هم در معاملات این روز صدرنشین برترین گروه‌های صنعت شد و در این گروه ۸۲۹ میلیون و ۷۱۷ هزار برگه سهم به ارزش ۱۴ هزار و ۳۲۲ میلیارد ریال داد و ستد شد. همچنین سرمایه‌گذاری سیمان تأمین، ایران خودرو، فولاد مبارکه اصفهان، صنعتی زرمکارون، ملی صنایع مس ایران، تأمین سرمایه امین و سایپا از جمله نمادهای پریننده بورس در روز دوشنبه بودند.

رئیس سازمان بورس: بازارگردانی را دنبال می‌کنیم

رئیس سازمان بورس در صحن علنی مجلس و در جریان بررسی گزارش کمیسیون اقتصادی در مورد وضعیت بازار سهام، از امضای قرارداد بازارگردانی با ۱۸۰ شرکت خبر داد و گفت: فعال شدن کامل بازارگردان‌ها در بازار سرمایه منجر به ایجاد تعادل در بازار می‌شود.

حسن قالیباف اصل با اشاره به آزادسازی سهام عدالت و افزایش تأمین مالی از طریق بازار سرمایه ادامه داد: از نکات مهمی که در بازار رخ داد آزادسازی سهام عدالت بود. سهامداران عدالت ۱۳ هزار میلیارد تومان در بازار فروختند که عمدتاً قشر مستضعف هستند این اتفاق مهمی بود که در بازار افتاد. نکته دیگر تقویت تجهیز پس‌انداز و تأمین مالی از طریق بازار سرمایه بود. در شش ماهه امسال بازار سرمایه ۳۵۰ هزار میلیارد تومان تأمین مالی شد که از کل سال گذشته بالاتر است. به گفته وی، عرضه‌های اولیه سال قبل ۵۲۰۰ میلیارد بود اما امسال به ۲۵ میلیارد افزایش پیدا کرد علاوه بر این دولت در بازار سرمایه ۳۲ هزار میلیارد تومان سهام فروخت در حالی که فروش سهام از طرف دولت در سال گذشته صفر بوده است. فروش اوراق از طریق دولت هم ۹۰ هزار میلیارد تومان بوده است.

قالیباف اصل با اشاره به تأسیس شرکت‌های سهامی عام یادآور شد:

باسرویس سریع ایساکو
زمان فیلترشد

تعویض روغن و انواع فیلتر
با قطع‌اصل بدون اتلاف وقت

www.isaco.ir

تلفن: ۰۲۱-۸۱۷۶۶۰۰۰

پیام ایمنی: عابر پیاده نباید در حاشیه‌ی جاده یا خیابان راه برود

نوبت دوم

آگهی مناقصه عمومی
یک مرحله‌ای

وزارت راه و شهرسازی
سازمان راهداری و حمل و نقل جاده ای
اداره کل راهداری و حمل و نقل جاده ای
استان اصفهان

اداره کل راهداری و حمل و نقل جاده ای استان اصفهان در نظر دارد پروژه‌های زیر را از طریق مناقصه عمومی یک مرحله ای واگذار نماید

به این وسیله از شرکت‌های واجد شرایط طبق اسناد مناقصه با در نظر گرفتن اینکه "قیمت‌ها متناسب با کالای ساخت داخل با لحاظ کیفیت ارائه گردد برای شرکت در فرایند مناقصات زیر دعوت به عمل می‌آید.

(۱) خرید، نصب و راه اندازی سه اصله دکل خود ایستا با کلیه متعلقات و جایجایی سه سامانه نظارت تصویری (در محور آزاد راه کاشان ۲ سامانه، کمربندی خمینی شهر یک سامانه) شماره مناقصه (۱/۹۹۱۱۷۴۵)

(۲) خرید و نصب و راه اندازی سه اصله دکل خودایستا با کلیه متعلقات همراه با سه سامانه نظارت تصویری محور آزاد راه معلم - بزرگراه آزادگان و نجف آباد - تیران و نصب یک سامانه نظارت تصویری در محور آزادراه فرودگاه. شماره مناقصه (۱/۹۹۱۱۷۴۷)

(۳) خرید چهار دوربین نظارت تصویری (شماره مناقصه ۱/۹۹۱۱۷۴۶)

(۴) خرید رنگ ترافیکی سرد، گلاسیبید و تینر (شماره مناقصه ۱/۹۹۱۱۷۴۸)

مهلت دریافت فایل اسناد از چاپ اول آگهی تا ساعت ۱۳ تاریخ ۱۹۹/۰۸/۱۰ از طریق سامانه ستاد ایران مهلت ارسال فایلهای کلیه مناقصات فوق از طریق سامانه ستاد ایران تا ساعت ۱۳ تاریخ ۹۹/۰۸/۲۰ و تحویل ضمانتنامه فرایند ارجاع کار (شرکت در مناقصه تا ساعت ۱۳ تاریخ ۹۹/۰۸/۲۰ به اداره کل راهداری و حمل و نقل جاده ای استان اصفهان طبقه ششم اداره حراست می باشد)

گشایش فایلهای پاکت مناقصه از طریق سامانه ستاد ایران در ساعت ۸ صبح روز ۹۹/۰۸/۲۱ در محل سالن جلسات اداره کل راهداری و حمل و نقل جاده ای استان اصفهان انجام میشود.

نشانی: بلوار میرزا کوچک خان - بین پل وحید و ترمینال زاینده رود - کد پستی ۳۳۷۴۳ - ۸۱۷۶۶، تلفن گویا: ۰۳۱ - ۳۵۰۵۹

اخبار

انصراف دولت از قیمت‌گذاری دستوری فولاد

عضو کمیسیون عمران مجلس گفت شواهد نشان می‌دهد که دولت تمایلی به قیمت‌گذاری دستوری فولاد ندارد و از این رو سود واقعی حاصل از تولید به شرکت‌های فولادی و سهامداران می‌رسد.
به گزارش مهر، علیرضا پاک فطرت اظهار کرد: بررسی‌های انجام‌شده از سوی مجلس و رایزنی با وزارت صمت، بیانگر مشکل‌زا بودن قیمت دستوری فولاد برای صنعتگران و مصرف‌کنندگان است و قرار است بورس کالا یعنی عرضه و تقاضای واقعی بازار ملاک قیمت‌ها باشد.
وی افزود: در جلسه غیرعلنی هفته پیش با وزیر صمت موضوع فولاد به دقت بررسی شد و وزیر صمت هم از وضعیت موجود گلایه‌هایی داشت. این نماینده مجلس با تاکید بر اینکه تصمیم، بر عرضه کل فولاد در بورس کالا است، بیان کرد: تنها راه حل ممکن، عرضه تمام فولاد تولیدی کارخانجات در بورس کالاست تا قیمت‌ها به واقعیت نزدیک شوند. وی ادامه داد: با سازوکار بورس کالا می‌توان مشکل فعلی بازار فولاد را مرتفع کرد به طوری که قیمت دستوری اعمال نمی‌شود تولیدکننده و مصرف‌کننده براساس عرضه و تقاضای بازار به خریدوفروش فولاد با تریخی واقعی می‌پردازند.

این نماینده مجلس گفت: با در پیش گرفتن مبادلات کل کشور در بورس کالا و کنار رفتن قیمت‌گذاری دستوری، قطعاً زبان سهامداران و مردمی که به بورس ورود کرده‌اند جای خود را به سود می‌دهد و مجلس در این حوزه حامی مردم است.

دبیر انجمن صنفی صنایع روغن نباتی خیر داد

رفع مشکل تامین ارز واردات روغن خام تا هفته آتی

دبیر انجمن صنفی صنایع روغن نباتی ایران اعلام کرد براساس رایزنی‌های انجام شده با بانک مرکزی و وزارتخانه‌های جهاد کشاورزی و صنعت، معدن و تجارت مقرر شد مشکل تخصیص ارز روغن خام تا هفته آینده برطرف شود. «امیرهوشنگ بیرشک» روز دوشنبه در گفت و گوی اختصاصی با خبرنگار اقتصادی ایرنا، افزود: اکنون در بحث واردات روغن خام با مشکل جدی تخصیص ارز و ارزهای قابل انتقال روبه‌رو هستیم. دبیر انجمن صنفی صنایع روغن نباتی ایران اظهار داشت: زیرا به برخی کالاها از جمله روغن‌های تخصصی می‌باید که به راحتی قابل انتقال نیست یعنی این نوع از ارزها یا به دست فروشنده نرسیده یا در یک مدت زمان طولانی به دست فروشنده می‌رسد تا اسناد آزاد شود. بیرشک تصریح کرد: با رایزنی‌هایی که بانک مرکزی و وزارتخانه‌های صنعت، معدن و تجارت و جهاد کشاورزی داشته‌ایم مقرر شد مشکل تخصیص ارز ۶۰ هزارتن روغن خامی که در بنادر دیپو شده است رفع شده و این محصول وارد کارخانجات تولیدی شود.

کاهش ۵۰ درصدی واردات روغن خام طی ۶ ماه نخست سال
دبیر انجمن صنفی صنایع روغن نباتی ایران گفت: طبق آمار گمرک در ۶ ماه نخست سال جاری از لحاظ وزنی ۴۰۰ هزار تن روغن خام تامین و وارد کشور شد که نسبت به مدت مشابه سال گذشته ۵۰ درصد کاهش را نشان می‌دهد. وی اظهار داشت: این درحالی است که در ۶ ماهه نخست سال ۹۸ حدود ۸۰۰ هزارتن انواع روغن خام وارد کشور شده بود.

به گفته دبیر انجمن صنفی صنایع روغن نباتی، بیشترین واردات روغن خام در سال جاری متعلق به روغن‌های آفتابگردان، پالم و سویا است. بیرشک با اشاره به اینکه ما از سال گذشته روغن خام داشتیم که تولید و به بازار عرضه شد، افزود: اما به مرور زمان کاهش ۵۰ درصدی واردات روغن خام در ۶ ماهه دوم سال تاثیر خود را می‌گذارد که البته امیدواریم مشکل تخصیص ارز رفع شده و روغن خام به کارخانجات برسد.

توزیع ۵۰ هزارتن روغن خوراکی توسط شرکت بازرگانی دولتی در دو هفته اخیر
دبیر انجمن صنفی صنایع روغن نباتی ایران ضمن قدردانی از شرکت بازرگانی دولتی برای توزیع به موقع روغن خوراکی در بازار، گفت: در دو هفته اخیر شرکت بازرگانی دولتی ۵۰ هزار تن روغن خوراکی از ذخایر استراتژیک خود را در اختیار کارخانجات قرار داده است که به بازار عرضه شد. وی اظهار داشت: آرامش فعلی بازار روغن ناشی از ورود به موقع شرکت بازرگانی دولتی ایران است تا مردم با کمبود روغن در بازار روبه‌رو نشوند. بیرشک تصریح کرد: نیاز سالانه کشور به روغن خام یک میلیون و ۹۰۰ هزارتن است که حدود یک میلیون و ۴۰۰ هزارتن معادل ۷۵ تا ۸۰ درصد از محل واردات و ۴۰۰ تا ۵۰۰ هزار تن از استحصال دانه‌های روغنی تامین می‌شود. وی افزود: اکنون روغن خام و بخشی از دانه روغنی از کشورهای روسیه، مالزی، اوکراین، برزیل و آرژانتین تامین می‌شود.

رئیس مرکز ساخت داخل وزارت صنعت:

۱۶۰ میلیون یورو صرفه‌جویی ارزی در پتروشیمی محقق شد

رئیس مرکز ساخت داخل، ماشین‌سازی و تجهیزات وزارت صنعت، معدن و تجارت گفت تاکنون با برگزاری سه میز تخصصی تعمیق ساخت داخل در صنعت پتروشیمی، شرایط برای صرفه‌جویی ارزی بیش از ۱۶۰ میلیون یورویی و جلوگیری از واردات تجهیزات مشابه خارجی در این صنعت فراهم شده است. به گزارش وزارت صنعت، معدن و تجارت، «سیدمحمد مهدی هادوی» از برگزار ی چهارمین میز تخصصی ساخت داخل تجهیزات صنعت پتروشیمی خبر داد و افزود: در میز چهارم داخلی‌سازی تجهیزات صنعت پتروشیمی، قراردادی به اعتبار ۶۰ میلیون و ۸۰۰ هزار یورو امضا می‌شود.

وی گفت: در میز نخست ساخت داخل این صنعت، شرکت‌های ماشین‌سازی اراک و شرکت آذآرآب به عنوان سازنده طرف قرارداد برای داخلی‌سازی تجهیزات سنگین پتروشیمی دهلران با ارزش ۴۳ میلیون یورو اقدام کردند. هادوی اضافه کرد: در میز دوم صنعت پتروشیمی که قرارداد بین کارفرما و شرکت ماشین‌سازی اراک به عنوان پیمانکار منعقد شد، داخلی‌سازی تجهیزات موردنیاز به مبلغ ۶۴ میلیون یورو در دست‌نظر کار قرار گرفت. وی این را هم گفت: در میز سوم صنعت پتروشیمی نیز داخلی‌سازی تجهیزات موردنیاز پتروشیمی سلمان فارسی، توسط ماشین‌سازی اراک به همراه ۱۲ شرکت دیگر به عنوان پیمانکار در مجموع به ارزش ۵۲ میلیون یورو در دستور کار قرار دارد.

مشاور عالی نظام صنفی کشاورزی و منابع طبیعی کشور در واکنش به حذف معافیت مالیاتی بخش کشاورزی، گفت این اقدام باعث از بین رفتن انگیزه سرمایه‌گذاران برای ورود به حوزه کشاورزی می‌شود. سیدجعفر حسینی، مشاور عالی نظام صنفی کشاورزی و منابع طبیعی در گفت‌وگو با خبرنگار مهر در واکنش به تصمیم کمیسیون اقتصاد دولت مبنی بر حذف معافیت مالیات بخش کشاورزی، اظهار داشت: بر کسی پوشیده نیست که مالیات منبع درآمد دولت برای ارائه خدمات به مردم و ابزاری برای انگیزه فعالان اقتصادی است و کاهش یا معافیت مالیاتی در یک بخش، به منظور جلب سرمایه‌گذاری در آن حوزه است.

وی اضافه کرد: در همین راستا با استناد به ماده ۸۱ قانون مالیات‌های مستقیم درآمد حاصل از تمامی فعالیت‌های کشاورزی، دامپروری، پرورش ماهی و زنبور عسل، پرورش طیور و ماهیگیری، نوغان‌داری، احیای جنگل‌ها، باغات اشجار و نخیلات از پرداخت مالیات معاف هستند و متأسفانه کمیسیون اقتصادی دولت به دنبال حذف این قانون حمایتی مهم از بخش کشاورزی است.

این فعال بخش خصوصی تصریح کرد: در واقع دولت‌ها مالیات دریافت می‌کنند تا به جامعه خدمات بدهند مگر خدمتی مهم‌تر از تأمین غذای مردم که برعهده کشاورزان است، وجود دارد؟ بنابراین بدون تردید وضع مالیات بر کشاورزی در راستای تأمین منافع ملی نیست.

حسینی اضافه کرد: در شرایط کنونی که در کشاورزان با مشکلات

امضای معاون اول رئیس جمهور، مصوبه مربوط به تصمیمات دومین جلسه کارگروه رفع موانع جهش تولید ابلاغ شد.
به گزارش ایسنا به نقل از پایگاه اطلاع‌رسانی دفتر هیأت دولت، در جلسه مورخ ۲۷ مهر ۱۳۹۹ هیأت وزیران، اعضای دولت به بررسی و تصویب تصمیمات دومین جلسه کارگروه رفع موانع جهش تولید پرداختند.
براساس تصمیمات مذکور، مراجع صدور مجوز به منظور یکپارچگی و انسجام نظام مجوزدهی کشور مکلف شدند حداکثر ظرف شش ماه ترتیبی فراهم نمایند که کلیه مجوزهایی که پس از ابلاغ این مصوبه صادر، تمدید یا اصلاح می‌شوند، بر روی درگاه ملی مجوزهای کشور ثبت و شناسه یکنای مجوز دریافت نمایند.
هر مجوزی که بعد از زمان راه‌اندازی این سیستم صادر شده و فاقد شناسه یکنای مجوز باشد، از درجه اعتبار ساقط خواهد بود. مراجع

عده‌های مانند افزایش هزینه‌های تولید ناشی از تخصیص ارز نیمایی به نهاده‌ها، کودهای شیمیایی و سموم، تأثیرات تورم افسارگسیخته بر این بخش و مهم‌تر از آن یأس و ناامیدی از کشت‌های نافرجام متأثر از نوسانات بازار مواجه هستند، تصمیم دولت و حذف معافیت مالیاتی بخش کشاورزی به نفع جامعه نیست.

وی تاکید کرد: در این میان این سوال نیز مطرح می‌شود که وضع مالیات بر بخش کشاورزی به نفع دولت است یا به نفع مصرف‌کننده؟ این اقدام موجب می‌شود که سرمایه‌گذاری در بخش کشاورزی با عدم استقبال روبه‌رو شود و تولید داخلی و تأمین امنیت غذایی کشور به مخاطره می‌افتد بنابراین دولت مجبور به واردات کالاهای اساسی با هزینه بیشتر می‌شود و در نهایت هم دولت و هم تولیدکننده و هم مصرف‌کننده منضر می‌شوند.

این فعال بخش خصوصی ادامه داد: دو موضوع مهم که بایستی در این زمینه مورد توجه قرار گیرد و لایحه حذف معافیت مالیات بر بخش کشاورزی ملغی شود این است که نخست، در کشور ما حدود ۷۵ درصد کشاورزان دارای زمین کمتر از ۵ هکتار هستند بنابراین نگاه به اندک کشاورزان بزرگ مالک اشتباهی بزرگ است.

حسینی افزود: کشاورزان خرده پا به دلایل ضعف درآمدی و مالی با مشکلات زیادی درخصوص دسترسی به بازار، سرمایه در گردش، فناوری و دانش و تأمین اجتماعی روبه‌رو هستند و بدون حمایت و کمک دولت نمی‌توانند به افزایش تولید و بهره‌وری پرداخته و غذای

اسحاق جهانگیری ابلاغ کرد

مصوبه تصمیمات دومین جلسه کار گروه رفع موانع جهش تولید

صدور مجوز همچنین مکلفند با اتصال الکترونیکی سامانه‌های صدور مجوز خود به درگاه فوق و ارائه داده‌های خواسته شده، این شناسه را دریافت و بر روی مجوزهای صادره ثبت نمایند. کلیه دستگاه‌هایی که مرجع قانونی استعمال جرائم و زیرساخت‌ها هستند، مکلف شدند ظرف مدت چهار ماه از ابلاغ این مصوبه، پس از تهیه لایه‌های اطلاعات مکانی عارضه‌های خود، نسبت به پاسخ استعلامات مذکور به صورت الکترونیکی، هوشمند و بدون نیاز به دخالت کاربر اقدام نمایند.

مراجع صادرکننده استعمال مرتبط با حریم‌ها و زیرساخت‌ها از جمله خطوط انتقال گاز و نفت، منابع آب و خطوط انتقال، دکل فشار قوی، میراث فرهنگی، شهر، حریم‌های زیست محیطی، منابع طبیعی و مراتع، صنایع دامپزشکی، امنیتی، فرودگاه‌ها، راه آهن، جاده و تأسیسات اتمی نیز مکلف شدند درخواست‌های واصله از طریق درگاه ملی مجوزهای

هدف گذاری صادراتی برای کسب سهم بیشتر از بازار همسایگان

درصد، کویت یک درصد و عربستان صفر بوده است.

برنامه‌ها و زمینه‌های اجرا

دولت‌های یازدهم و دوازدهم با فعال‌سازی میزهای صادراتی، حضور جدی در ۱۵ کشور همسایه را برنامه‌ریزی کردند، اما برنامه‌ها، نیازمند بسترهای اجرایی لازم است که بخشی از این مهم در کانون معادلات بین‌المللی دستخوش تغییر و تحول می‌شود. سازمان توسعه تجارت ایران ضمن فعال‌سازی رایزن‌های بازرگانی و برنامه چینش آنها در کشورهای همسایه برای رونق بخشیدن به تجارت با این کشورها تلاش می‌کند، اما این مهم شرط لازم و کافی به نظر نمی‌رسد، یکی از چالش‌های دیرینه در این ارتباط، نداشتن بودجه برای جذب و حفظ رایزنان بود، اکنون به نظر می‌رسد این مشکل برطرف شده تا فعالان این بخش، حضور مؤثر و مستمری در بازارهای همسایه داشته باشند، اما این تمام ماجرا نیست.

همسویی برنامه‌ها برای سال جهش تولید بیشتر از پیش، انتظارات را می‌تواند ضمانت کند، اما تسدید تحریم‌ها مانع از تحقق آنها شده و بحران کرونا که از اسفند ماه پارسال تمام کشورمان را به سان جهانبان درگیر ساخت، روند تحقق برنامه‌ها را کمرقم ساخت.

شریک تجاری برای حضور در بازارهای ثالث

موقعیت ممتاز ایران در منطقه و برخورداری از همسایگی با ۱۵ کشور این فرصت را فراهم ساخته که توجهی به بازارهای چند صد میلیون نفری داشته باشند. با توجه به اینکه رقبای تجاری ایران از فرصت‌های موجود در منطقه، بالاترین بهره‌برداری را می‌کنند، باید تدابیر لازم را اتخاذ کرد.

واقعیت اینکه از دیدگاه صاحب‌نظران در عرصه تجارت بین‌الملل، نبود دیپلماسی اقتصادی، ضعف در سیاست‌های ارزی، صدور بخشنامه‌های خلق‌الساعه، دسترسی نداشتن به بازارهای هدف به صورت هدفمند و پیوند تجاری ضعیف با شرکای تجاری، بخشی از چالش‌های این عرصه محسوب می‌شود.

بنابراین کارشناسان با توجه به موانع و مشکلات پیش روی، پیشنهاد فعالیت در قالب شریک تجاری برای حضور در بازارهای ثالث را مطرح کردند. این طرح باید در اتاق‌های فکر مورد گمانه‌زنی قرار گیرد که تا چه سطح می‌تواند شکل عملیاتی به خود گیرد.



موردنیاز جامعه را تأمین کنند. این فعال بخش خصوصی نکته بعدی را ریسک بالای تولید در بخش کشاورزی عنوان کرد و افزود: علاوه بر ریسک اقتصادی، سیاسی، بازار و … ریسک‌های اقلیمی مانند سرمازدگی، گرمزدگی، سیل، آفات و امراض … بر عملکرد محصول تأثیر شدید دارد و درآمد کشاورزان را در سال‌های مختلف با نوسانات شدید مواجه می‌کند. حسینی افزود: علاوه بر این، نابسامانی بازار فروش محصولات، نامناسب بودن قیمت خرید تضمینی محصولات استراتژیک، سود پایین سایر محصولات تولیدی به دلیل هزینه‌های بالای تولید و تأثیرات خشکسالی‌های متوالی دهه اخیر باعث شده اشتیاق ادامه کار در بخش کشاورزی کاهش پیدا کند و حذف معافیت مالیات بخش کشاورزی نیز باعث از بین رفتن انگیزه سرمایه‌گذاران برای ورود به این حوزه می‌شود و می‌توان گفت که تصویب این لایحه کوبیدن میخ بر تابوت کشاورزی است.

وی تصریح کرد: ما از دولت می‌خواهیم که با نگاه به پایداری تولید و رونق اقتصادی و حفظ اشتغال در بخش کشاورزی همچنان پایبند به ماده ۸۱ قانون مالیات‌های مستقیم بماند و بیش از این کشاورزان را آزرده خاطر و مأیوس نکند.

به گزارش مهر، طی روزهای گذشته اعلام شده بود که براساس مصوبه کمیسیون اقتصاد دولت درباره لایحه اصلاح قانون مالیات‌های مستقیم، تمامی معافیت‌های بخش کشاورزی و زیربخش‌های آن حذف خواهد شد.

رئیس شورای رقابت:

خودروسازان برای افزایش قیمت در پاییز مجوز گرفتند

رئیس شورای رقابت اعلام کرد براساس مصوبه اردیبهشت ماه خودروسازان می‌توانند حداکثر تا سقف اعلامی نرخ تورم بخشی از سوی بانک مرکزی در سه ماهه سوم امسال افزایش قیمت‌ها را اعمال کنند. رضا شیوا در گفت‌وگو با خبرنگار اقتصادی خبرگزاری تسنیم، با اشاره به اینکه براساس مصوبه اردیبهشت ماه امسال در شورای رقابت، خودروسازان می‌توانند هر سه ماه یک بار براساس نرخ تورم بخشی که از سوی بانک مرکزی اعلام می‌شود حداکثر افزایش قیمت‌ها را در محصولات اعمال نمایند، اظهار کرد: در حال حاضر ایدرو مسئول نظارت بر بخش خودرو هست و آنها از شورای رقابت خواستند تا افزایش قیمت‌ها را تأیید کند، این در حالی است که این موضوع نیازمند تأیید شورای رقابت نیست بلکه مطابق مصوبه امکان افزایش قیمت‌ها متناسب با نرخ تورم بخشی وجود دارد. وی تأکید کرد: البته پیشنهاد شده در سه ماهه چهارم امسال متغیرهای کیفیت و بهره‌وری نیز در دستورالعمل قیمت‌گذاری خودرو لحاظ و متناسب با آنها تصمیم‌گیری در مورد قیمت‌ها انجام شود. رئیس شورای رقابت تأکید کرد: خودروسازان می‌توانند حداکثر تا سقف نرخ تورم بخشی اعلامی از سوی بانک مرکزی افزایش قیمت‌ها را در محصولات خود یکباره یا در دو مرحله انجام دهند. به گفته شیوا تعیین دستورالعمل قیمت‌گذاری خودرو با رأی ۱۲ نفر از اعضای شورا به همراه سه ناظر انجام گرفته و این موضوع نشان می‌دهد این دستورالعمل به صورت کارشناسی تعیین شده است. این در حالی است که برخی در تماس با بنده اعلام می‌کنند که افزایش قیمت‌ها را لحاظ نکنید، که باید بگویم این دستورالعمل حاصل توافق کارشناسان مربوطه است و با اکثریت آرا به تصویب رسیده است.

در نیمه نخست امسال نسبت به مدت مشابه سال گذشته

تولید انواع خودرو افزایش شد

طبق آخرین آمار اعلام شده توسط وزارت صنعت، معدن و تجارت، در شش ماهه نخست سال جاری نسبت به مدت مشابه سال گذشته، در تولید بیشتر انواع خودروها، رشد تولید دیده می‌شود؛ در میان آمارها تنها میزان تولید اتوبوس، مینی‌بوس و ون با افت تولید ۱۰ درصدی مواجه شده است. به گزارش ایسنا، براساس گزارش عملکرد تولیدی انواع خودروها طی شش ماهه اول امسال، به ترتیب کمباین (ماشین‌های برداشت محصولات دانه‌دار کشاورزی)، وانت، انواع سواری و تراکتور رشد تولید و اتوبوس، مینی‌بوس و ون کاهش تولید داشته‌اند. در مدت مذکور سال جاری ۴۱۴ هزار و ۳۰۰ دستگاه خودرو سواری تولید شده است که نسبت به مدت مشابه سال گذشته که ۳۴۸ هزار و ۲۰۰ دستگاه بوده، رشد ۱۹ درصدی را ثبت کرده است. همچون روال چند سال اخیر که آمار تولید وانت‌ها روندی مثبت داشته و همیشه افزایشی پیش رفته است، تولید این نوع خودرو در نیمه نخست سال جاری نسبت به مدت مشابه سال گذشته رشد تولید ۳۹.۴ درصدی داشته و از ۲۸ هزار و ۳۵۴ دستگاه تولیدشده در شش ماهه ابتدایی سال ۱۳۹۸، میزان تولید را به ۳۹ هزار و ۵۲۱ دستگاه در نیمه نخست امسال رسانده است. در مدت مذکور سال جاری، با تولید ۲۶۷ دستگاه کمباین، این مدل خودروها با افزایش ۴۱.۳ درصدی تولید شده است. این در حالی است که در مدت مشابه سال گذشته میزان تولید کمباین ۱۸۹ دستگاه بوده است. براساس این گزارش، کمترین رشد تولید مختص خودروها تراکتور است که از ۹۰۶۴ دستگاه تولید شده در شش ماهه ابتدایی سال جاری به ۹۱۵۷ دستگاه در شش ماهه نخست سال ۱۳۹۹ رسیده و رشد یک درصدی را تجربه کرده است. این در حالی است که تا پیش از این، براساس آمار تولید پنج ماهه انواع خودروها، تولید تراکتورها، نسبت به پنج ماهه ابتدایی سال گذشته کاهش یافته است. در مقابل آمار تولید انواع خودروها نشان می‌دهد که در نیمه نخست سال جاری، تعداد اتوبوس، مینی‌بوس و ون‌های تولیدی نسبت به مدت مشابه سال گذشته یافته است. در شش ماه ابتدایی سال جاری، ۸۱۹ دستگاه اتوبوس، مینی‌بوس و ون تولید شده است که در مقایسه با ۹۱۳ دستگاه تولیدشده در مدت مشابه سال گذشته، افت ۱۰.۳ درصدی تولید را نشان می‌دهد. علاوه بر این، لازم به ذکر است که میزان تولید لاستیک خودرو نیز در شش ماه نخست سال ۱۳۹۹ نسبت به همین ایام در سال گذشته که ۱۰۱ هزار و ۴۰۰ تن بوده است، به ۱۲۱ هزار و ۴۰۰ تن رسیده و رشد ۲۹.۵ درصدی را رقم زده است.

در گزارش ارزیابی کیفی خودروها در شهریورماه مشخص شد

وانت‌ها؛ خودروهایی با تیراژ تولید بالا اما نهایت در سطح کیفی ۳ ستاره

آخرین ارزیابی صورت گرفته از سوی شرکت بازرسی کیفیت و استاندارد ایران (ISQI) از وضعیت کیفیت گروه وانت‌های تولیدی داخل در شهریورماه نشان می‌دهد که این وانت‌ها بین یک تا سه ستاره کیفی کسب کرده‌اند و وانت بالاتر از سه ستاره ندرایم و این در حالی است که آمارهای تولید نشان می‌دهد که وانت‌ها در دسته خودروهایی با تیراژ تولید بالا هستند. به گزارش ایسنا، براساس ارزیابی وضعیت کیفیت خودروهای وانت تولیدی در شهریورماه ۱۳۹۹، در سطح کیفی یک، وانت نیو پیکاپ فوتون دیزل سه ستاره کیفی از پنج ستاره را کسب کرده است. در گروه قیمتی دو نیز وانت کارا ۲۰۰۰ تک‌کابین تیپ ۳ وانت کارا دوکابین تیپ ۳، وانت سایپا ۱۵۱ و وانت مزدا کارا ۲۰۰۰ تک‌کابین نیز توانسته‌اند سه ستاره کیفی را به خود اختصاص دهند. در همین سطح کیفی وانت آریسان و وانت مزدا کارا ۲۰۰۰ دوکابین دو و سه ستاره کیفی را کسب کرده‌اند. همچنان طبق روال حداقل دو و سه ستاره، پایین‌ترین سطح کیفی در تولید وانت‌ها متعلق به وانت نیسان (تک‌سوز) و دوگانه سوز) در سطح قیمتی دو است که تنها یک ستاره از پنج ستاره کیفی را کسب می‌کنند. ضمن اینکه در ارزیابی کیفیت وانت‌های تولیدی شهریورماه دیده می‌شود که وانت دیزل رامپاد نیز به دسته تک ستاره‌های کیفی اضافه شده است. وضعیت کیفیت وانت‌ها مدت‌هاست که در همین سطح مانده و دیگر واکنش‌ها را از سه ستاره کیفی تولید نمی‌شود؛ این در حالی است که همسو با ثابت ماندن سطح کیفی وانت‌ها، آمار تولید وانت‌ها در ماه‌های متوالی، در صدر جدول آمار تولید انواع خودروها قرار داشته و تیراژ بالای تولید را به خود اختصاص داده است.



آمارها نشان می‌دهد میزان فروش خودروی شاسی بلند و کامیون در ماه سپتامبر افزایش ۷۶.۳ درصدی را تجربه کرده است. همچنین با افزایش تقاضا برای خرید خودرو در بازارهای آمریکا، بهای آنها نیز رو به افزایش گذاشته است. گفتنی است در ماه سپتامبر میزان فروش خودروی مسافری در چین نیز در مقایسه با سایر کشورهای دیگر روند افزایشی داشته و با ۵۸ درصد افزایش به ۲ میلیون و یکصد هزار دستگاه رسیده است. آمارها نشان می‌دهد میزان فروش خودرو در چین در ۹ ماه ابتدایی سال جاری میلادی به ۱۳ میلیون و ۱۰۰ دستگاه رسیده است. بازار خودرو در اروپا نیز در ماه سپتامبر با نخستین رشد ماهانه خود در سال جاری میلادی روبه‌رو شده است.

در ماه سپتامبر فروش خودروی اروپا در مقایسه با مدت زمان مشابه در سال گذشته با افزایش یک درصدی روبه‌رو شده و به یک میلیون و ۳۰۰ هزار دستگاه رسیده است.

تولید خودرو در ایران

به گزارش ایسنا، بررسی آمارهای منتشره وزارت صنعت، معدن و تجارت حاکی از تولید ۳۹ هزار و ۵۲۱ دستگاه وانت از سوی خودروسازان داخلی از آغاز امسال تا پایان شهریورماه است؛ آماري که در هم‌سنجی با پارسل رشد ۳۹.۴ درصدی نشان می‌دهد. خودروسازان داخلی در این مدت ۱۱۴ هزار و ۳۰۰ دستگاه خودروی سواری تولید کردند که در هم‌سنجی با سال گذشته رشد ۱۹ درصدی داشته است.

در این مدت تولید اتوبوس، مینی‌بوس و ون با افت ۱۰.۳ درصدی در مقایسه با مدت مشابه پارسل به ۸۱۹ دستگاه کاهش یافت. بر پایه آمارهای منتشره سازمان کدال در نیمه نخست امسال ایران خودرو ۲۱۱ هزار و ۶۵۰ دستگاه خودرو تولید کرد و جمع فروش محصولات این گروه خودروسازی ۱۳ هزار و ۳۵۹ میلیارد تومان بوده است.

در این مدت، گروه سایپا ۱۶۴ هزار و ۴۷۳ دستگاه خودرو تولید کرد و جمع فروش محصولات این گروه خودروسازی در مدت یادشده به ۵۴۰۱۸ میلیارد تومان رسید. همچنین در ۶ ماهه امسال پارس‌خودرو ۴۷ هزار و ۴۴۶ دستگاه خودرو تولید کرد و جمع فروش محصولات این شرکت یک‌هزار و ۱۶۵ میلیارد تومان به ثبت رسید.

این در حالی است که این رقم در سه ماه دوم سال جاری میلادی افت ۳۲.۲ درصدی تجربه کرده بود.

مقایسه میزان فروش خودرو در سه ماه سوم و سه ماه دوم سال ۲۰۲۰ از رونق میزان فروش خودرو در بازارهای آمریکا حکایت دارد. آمارها نشان می‌دهد خودروهای شاسی بلند و کامیون در سه ماه سوم سال جاری میلادی بیشترین مشتری را در آمریکا داشته است. میزان فروش خودرو در ماه سپتامبر (مرداد- شهریورماه) به یک میلیون و ۱۶۰ هزار دستگاه خودرو رسید که در مقایسه با مدت زمان مشابه در سال گذشته میلادی با افزایش ۳.۴ درصدی روبه‌رو شده است.

در حالی که هر روز به شمار قربانیان کرونا در جهان افزوده شده و خبرها حاکی از رکود فعالیت‌های اقتصادی در اکثر بخش‌هاست، جدیدترین آمارها از رشد تولید و فروش خودرو به صورت هم‌زمان در آمریکا، چین، اروپا و ایران حکایت دارد. به گزارش ایسنا، پس از آنکه بازار خودرو در آمریکا در اوایل سال جاری میلادی به سبب شیوع ویروس کرونا با رکود شدیدی روبه‌رو شد، جدیدترین آمارها از رونق وضعیت تولید خودرو در بازارهای این کشور خبر می‌دهد. براساس گزارش اس‌اندپی گلوبال مارکت، میزان فروش خودرو در سه ماه سوم سال جاری میلادی در مقایسه با مدت زمان مشابه در سال گذشته میلادی با کاهش ۹.۲ درصدی روبه‌رو شده است.

آگهی قانون تعیین تکلیف وضعیت اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی حوزه ثبتی شهرستان ساری

برابر رای شماره ۱۰۲۴۰-۰۲۵۶۰۳۱۰۳۹۹۶ مورخ ۱۳۹۹-۰۷-۱۲ که در هیات موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی منطقه ۲ ساری تصرفات مالکانه خانم آریا ساری نوانی فرزند روح اله بشماره ملی ۲۰۹۳۴۷۶۵۵۱ نسبت به ششدانگ یک قطعه زمین با بنای احدائی بمساحت ۳۱ متر مربع از ۳۱ اصلی واقع در قریه قرق بخش ۲ ثبت ساری لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی میشود در صورتیکه اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت اعتراضی داشته باشند میتوانند از تاریخ انتشار اولین آگهی بمدت دو ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم پس از اخذ رسید ظرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض دادخواست خود را مرجع قضایی تقدیم نمایند. بدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.

میم الف: ۱۹۹۰۶۴۶۵
تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۳۹۹-۰۸-۰۶
تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۳۹۹-۰۸-۲۸
حسن یوسفی مدیر واحد ثبتی حوزه ثبت ملک منطقه دو ساری

آگهی فقدان سند مالکیت

خانم فاطمه خزان برابردخواست ورده به شماره ۲۷۱۱۷ مورخ ۱۳۹۹-۰۷-۲۳ ویا تقدیم در برگ استشهادیه مصدق به شماره ۱۰۳۱۷۶ مورخ ۱۳۹۹-۰۷-۲۳ دفتر اسناد رسمی بشماره ۸ کرمانشاه شش دانگ پلاک ۱۱۹۴۹ فرعی از ۳۵۸ اصلی بخش یک سومه در صفحه ۵۰۹ دفتر ۱۳۰۸ به شماره ثبت ۷۴۲۰۹ سیروس بهرام آبادی ثبت سبسی طی سند قطعی ۵۲۲۲ مورخ ۱۳۸۲-۰۹-۲۲ دفتر اسناد رسمی ۸ به نام خانم فاطمه خزان منتقل و سند بشماره ۲۲۲۹۲۴ بعلت سبل انکاری مفقود گردیده لذا طبق ماده ۱۲ این نامه قانون ثبت دریک نوبت آگهی می شود تا چنانچه فرد یا افرادی مدعی انجام معامله یا وجود سند مالکیت در نزد آنان میباشدند از تاریخ انتشار این آگهی به مدت ۱۰ روز مراتب را به این اداره اعلام دارند در غیر این صورت نسبت به صدور مالکیت طبق مقررات اقدام و سند مالکیت اولیه از درجه اعتبار ساقط وابطال خواهد شد.

محدودیت: برابر سند رهتی بشماره ۸۰۹۷۳ مورخ ۱۳۸۶-۰۳-۲۰ دفتر اسناد رسمی ۲۹ در رهن بانک مسکن میباشد.

محمد عباسی- سرپرست واحد ثبتی حوزه ثبت ملک کرمانشاه ناحیه یک شهرستان قزوین

آگهی فقدان سند مالکیت

آقای مجید مرزبان با وکالت آقای کلان حق پناه یا ارائه دو برگ استشهادیه که به تأیید دفترخانه ۱۶۲ محمودآباد رسیده طی درخواست مورخ ۱۳۹۹-۰۷-۲۲ ۷۲۰ تقاضای صدور سند مالکیت المثنی ۱۵۷۵ سهم مشاع از ۵۹۷۰ سهم ششدانگ تحت پلاک ۷۴۲ فرعی از ۲۳ - اصلی بخش ۱۱ محمودآباد که سند مالکیت آن ذیل ثبت ۷۰۶۴ صفحه ۱۶۶ جلد ۴۲ به شماره جایی ۴۹۶۲۹۲ ثبت گردیده و در اثر جا به جایی مفقود شده را نموده است. در اجرای تبصره یک ماده ۱۲۰ آیین نامه اصلاحی قانون ثبت مراتب در یک نوبت آگهی تا چنانچه اشخاص حقیقی و یا حقوقی مدعی انجام معامله و یا مالکیت و یا وجود سند مالکیت نزد خود می باشد می توانند از تاریخ انتشار آگهی ظرف مدت ده روز اعتراض خود را همراه اصل سند مالکیت یا سند معامله را به این اداره تسلیم و رسید دریافت نمایند چنانچه پس از اتمام مدت مقرر اعتراض ارائه نگردد و یا در صورت اعتراض اصل سند مالکیت یا سند معامله ارائه نشود این اداره مطابق مقررات اقدام به صدور سند مالکیت المثنی به نام مالک خواهد نمود.

م الف: ۱۹۹۰۶۴۷۴
تاریخ انتشار: ۱۳۹۹-۰۸-۰۶
رئیس ثبت اسناد و املاک محمودآباد- فرهاد آفاباتی

هیات موضوع قانون تعیین و تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمان های فاقد سند رسمی

آگهی موضوع ماده ۳ قنون و ماده ۱۳ آیین نامه قانون تعیین و تکلیف وضعیت ثبتی و اراضی و ساختمان های فاقد سند رسمی برابر رای شماره ۸۰۱۲۷۶۱ کلاسه ۲۶۱۶ سال ۹۸ موضوع قانون تعیین و تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمان های فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک تنکابن تصرفات مالکانه بلاعراض مالکیت متقاضی صغری جهان پیش به کد ملی ۲۷۰۹۸۰۴۱۲۳ صادره از لتگرد فرزند عیسی ششدانگ یک قطعه زمین مشتمل بر ساختمان در حال احداث به مساحت ۲۲۲ متر مربع دارای پلاک ۱۱۲ اصلی بخش ۴ واقع درقریه تمینجانک خریداری شده از مالک رسمی لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی میشود تا در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند میتوانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دو ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید ظرف مدت یک ماه از تاریخ اعتراض دادخواست اعتراض بر ثبت خود را به مرجع قضایی تقدیم نمایند بدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.

م الف: ۱۹۹۰۶۴۴۹
تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۳۹۹-۰۸-۰۶
تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۳۹۹-۰۸-۲۱
هادی ملا حسینی سرپرست ثبت اسناد و املاک تنکابن



فرصتی برای ارائه دستاوردهای علوم شناختی فراهم شد

در سال جهش تولید و برای حمایت از تولیدکنندگان و فناوران، فرصتی دیگر برای ارائه توانمندی‌ها و ظرفیت‌های شرکت‌های دانش‌بنیان فعال در حوزه علوم شناختی فراهم شد. این فناوران می‌توانند در هشتمین دوره نمایشگاه تجهیزات و مواد آزمایشگاهی ایران ساخت در محل نمایشگاه بین‌المللی تهران دستاوردهای خود را ارائه دهند.

ستاد توسعه علوم و فناوری‌های شناختی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری در راستای حمایت از شرکت‌های دانش‌بنیان فعال در حوزه شناختی، از این شرکت‌ها درخواست کرد برای معرفی و ارائه دستاوردها، فناوری‌ها و فعالیت‌های تحقیقاتی و پژوهشی خود در این رویداد فنی و تخصصی شرکت کنند.



دریچه

شرکت‌های خلاق حوزه رباتیک نیازمند حمایت بیشتر

شرکت‌های خلاق و دانش‌بنیان در حوزه‌های مختلف همواره از تسهیلات و حمایت‌های معاونت علمی ریاست جمهوری بهره‌مند بوده و توانسته‌اند رشد کنند در این میان شرکت‌های فعال در زمینه رباتیک به جهت هزینه‌های بالای تجهیزات و امکانات نیازمند توجه و رشد بیشتری هستند. به گزارش ایرنا، با توجه به رونق اقتصاد خلاق به عنوان رویکردی نوین در عرصه اقتصاد، صنعت و فرهنگ که در تلاش است با ایجاد پیوند و تعامل میان این حوزه‌ها، ارزش اقتصادی و فرهنگی محصولات خلاق را به مثابه تولیدات ارزشمند در عصر حاضر نشان دهد، شاهد هستیم که در کنار شکل‌گیری شرکت‌های دانش‌بنیان در مراکز علمی و دانشگاهی کشور، بخش دیگری از شرکت‌ها که عمدتاً در صنایع خلاق، فرهنگی و خدمات نوین و مبتنی بر فضای دیجیتال فعال هستند و ماهیت رشد آنها بر مبنای خلاقیت، نوآوری و ارائه مدل‌های نوین کسب و کار است، در زیست‌بوم نوآوری و کارآفرینی کشور ظهور کرده و مراحل رشد خویش را با شتاب پشت سر می‌گذارند.

در چند سال اخیر ظرفیت بالای شرکت‌های خلاق در ایجاد و رونق اشتغال کشور و فقدان یک برنامه منسجم و متمرکز به منظور حمایت از شرکت‌های فعال در حوزه صنایع خلاق، معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری را بر آن داشت، تا در راستای ایجاد و ارتقای زیست‌بوم نوآوری و کارآفرینی به منظور توسعه اقتصاد دانش‌بنیان در چارچوب سیاست‌های کلی اقتصاد مقاومتی و تدابیر مقام رهبری، با برنامه‌ریزی، ارائه و تصویب برنامه‌ای با عنوان برنامه توسعه زیست بوم شرکت‌های خلاق، بیش از پیش توجه به این حوزه از صنایع را در دستور کار خویش قرار دهد و تحت برنامه مصوب مذکور، راهکارهای سیاستی و حمایتی را در این حوزه ایجاد و تسهیل کند.

خوشبختانه با اجرای برنامه توسعه زیست بوم شرکت‌های خلاق از سوی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، شاهد شکل‌گیری ۹۵۳ شرکت خلاق و نوآور در حوزه‌های مختلف در این زیست بوم بوده‌ایم که توانسته‌اند با برنامه‌های حمایتی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری از قبیل خدمات توسعه بازار، خدمات تسهیل فضای کسب و کار و خدمات پشتیبانی، تامین مالی و جذب سرمایه رشد کنند که حوزه رباتیک نیز یکی از شاخه‌های فعال در این زیست بوم بوده است.

اما گویا این پشتیبانی‌ها نیاز حوزه شرکت‌های خلاق در زمینه آموزش رباتیک را تامین نکرده است و برخی از آنها خواستار حمایت بیشتر در این زمینه با توجه به بالا بودن قیمت تجهیزات آموزشی رباتیک با توجه به اینکه برخی از آنها با قیمت دلار دچار نوسان هستند و نیز معرفی این فعالیت‌ها در مدارس هستند.

داود صغیری، مدیر یک شرکت خلاق در حوزه رباتیک با انتقاد از اینکه در کشور ما از فعالیت‌های آموزشی حوزه رباتیک حمایت قابل توجهی صورت نمی‌گیرد، گفت: باید شرکت‌های دانش‌بنیان و خلاق که در این حوزه فعال هستند، به لحاظ دریافت مجوز و کمک‌های مالی حمایت شوند.

وی روز شنبه در گفت و گو با خبرنگار دانشگاه و آموزش ایرنا در این خصوص توضیح داد: علم رباتیک در زمینه اشتغال‌زایی به دلیل اینکه از سه علم مکانیک، الکترونیک و برنامه‌ریزی تشکیل شده، برای کودکان و نوجوانان کاربردی است.

صغیری بیان کرد: افرادی که بتوانند این سه علم را با عنوان رباتیک براساس آموزش‌های مناسب یاد بگیرند، می‌توانند در آینده در هر رشته‌ای اختراع داشته باشند. مثلاً در صنعت شیمی و آزمایشگاه، علم ربات مورد استفاده قرار می‌گیرد، در پزشکی نیز ربات جراح و در کشاورزی و هوا و فضا

شرکت‌های خلاق و دانش‌بنیان در حوزه‌های مختلف همواره از تسهیلات و حمایت‌های معاونت علمی ریاست جمهوری بهره‌مند بوده و توانسته‌اند رشد کنند در این میان شرکت‌های فعال در زمینه رباتیک به جهت هزینه‌های بالای تجهیزات و امکانات نیازمند توجه و رشد بیشتری هستند. به گزارش ایرنا، با توجه به رونق اقتصاد خلاق به عنوان رویکردی نوین در عرصه اقتصاد، صنعت و فرهنگ که در تلاش است با ایجاد پیوند و تعامل میان این حوزه‌ها، ارزش اقتصادی و فرهنگی محصولات خلاق را به مثابه تولیدات ارزشمند در عصر حاضر نشان دهد، شاهد هستیم که در کنار شکل‌گیری شرکت‌های دانش‌بنیان در مراکز علمی و دانشگاهی کشور، بخش دیگری از شرکت‌ها که عمدتاً در صنایع خلاق، فرهنگی و خدمات نوین و مبتنی بر فضای دیجیتال فعال هستند و ماهیت رشد آنها بر مبنای خلاقیت، نوآوری و ارائه مدل‌های نوین کسب و کار است، در زیست‌بوم نوآوری و کارآفرینی کشور ظهور کرده و مراحل رشد خویش را با شتاب پشت سر می‌گذارند.

در چند سال اخیر ظرفیت بالای شرکت‌های خلاق در ایجاد و رونق اشتغال کشور و فقدان یک برنامه منسجم و متمرکز به منظور حمایت از شرکت‌های فعال در حوزه صنایع خلاق، معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری را بر آن داشت، تا در راستای ایجاد و ارتقای زیست‌بوم نوآوری و کارآفرینی به منظور توسعه اقتصاد دانش‌بنیان در چارچوب سیاست‌های کلی اقتصاد مقاومتی و تدابیر مقام رهبری، با برنامه‌ریزی، ارائه و تصویب برنامه‌ای با عنوان برنامه توسعه زیست بوم شرکت‌های خلاق، بیش از پیش توجه به این حوزه از صنایع را در دستور کار خویش قرار دهد و تحت برنامه مصوب مذکور، راهکارهای سیاستی و حمایتی را در این حوزه ایجاد و تسهیل کند.

خوشبختانه با اجرای برنامه توسعه زیست بوم شرکت‌های خلاق از سوی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، شاهد شکل‌گیری ۹۵۳ شرکت خلاق و نوآور در حوزه‌های مختلف در این زیست بوم بوده‌ایم که توانسته‌اند با برنامه‌های حمایتی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری از قبیل خدمات توسعه بازار، خدمات تسهیل فضای کسب و کار و خدمات پشتیبانی، تامین مالی و جذب سرمایه رشد کنند که حوزه رباتیک نیز یکی از شاخه‌های فعال در این زیست بوم بوده است.

اما گویا این پشتیبانی‌ها نیاز حوزه شرکت‌های خلاق در زمینه آموزش رباتیک را تامین نکرده است و برخی از آنها خواستار حمایت بیشتر در این زمینه با توجه به بالا بودن قیمت تجهیزات آموزشی رباتیک با توجه به اینکه برخی از آنها با قیمت دلار دچار نوسان هستند و نیز معرفی این فعالیت‌ها در مدارس هستند.

داود صغیری، مدیر یک شرکت خلاق در حوزه رباتیک با انتقاد از اینکه در کشور ما از فعالیت‌های آموزشی حوزه رباتیک حمایت قابل توجهی صورت نمی‌گیرد، گفت: باید شرکت‌های دانش‌بنیان و خلاق که در این حوزه فعال هستند، به لحاظ دریافت مجوز و کمک‌های مالی حمایت شوند.

وی روز شنبه در گفت و گو با خبرنگار دانشگاه و آموزش ایرنا در این خصوص توضیح داد: علم رباتیک در زمینه اشتغال‌زایی به دلیل اینکه از سه علم مکانیک، الکترونیک و برنامه‌ریزی تشکیل شده، برای کودکان و نوجوانان کاربردی است.

صغیری بیان کرد: افرادی که بتوانند این سه علم را با عنوان رباتیک براساس آموزش‌های مناسب یاد بگیرند، می‌توانند در آینده در هر رشته‌ای اختراع داشته باشند. مثلاً در صنعت شیمی و آزمایشگاه، علم ربات مورد استفاده قرار می‌گیرد، در پزشکی نیز ربات جراح و در کشاورزی و هوا و فضا



رئیس سامسونگ الکترونیکس

پس از درگذشت پدرش وظیفه ریاست این سال‌های اخیر به عنوان یکی از مهم‌ترین الکترونیکس مورد توجه بوده است.

لی کان هی شخصیتی تأثیرگذار بود که فناوری در جهان داشت. وی با کمک درآه تولید ناخالص داخلی کره جنوبی را تشک شد. سامسونگ در بیانیه اخیر خود می‌گوید

جدید صحبت کرد، انگیزه‌ای برای این شر فناوری‌های خود را برای کمک به پیشرفت الکترونیکس او تنها شامل کارهای خوب زندگی‌نامه وی دیده می‌شود. در سال ۱۹۹۵ مقرر شناخته شد. همچنین در سال ۲۰۰۸

لی کان هی، رئیس شرکت سامسونگ الکترونیکس، در سن ۷۸ سالگی درگذشت. به گزارش زومیت، شرکت‌های بزرگ از روز اول به قدر تمندی اکتون نبوده‌اند و انسان‌های مختلفی برای موفقیت آنها تلاش می‌کنند. سامسونگ الکترونیکس نیز از این مسئله مستثنی نیست و یکی از رئیس‌های آن به نام لی کان هی، موفق شد در طول زمان مدیریت خود باعث پیشرفت بسیار زیاد این شرکت شود، اما به تازگی خبر ناخوشایندی درباره این فرد در فضای مجازی منتشر شده است.

سامسونگ الکترونیکس (Samsung Electronics) ساعاتی پیش خبر درگذشت لی کان هی، رئیس این شرکت را اعلام کرد. سخنگوی این شرکت می‌گوید وی در ۴ آبان (۲۵ اکتبر) در سن ۷۸ سالگی در کنار خانواده‌اش از دنیا رفته است. نایب رئیس سامسونگ الکترونیکس که پسر او بود، در لحظه مرگ در کنار پدر حضور داشت.

هنوز دلیل مرگ اعلام نشده است، اما لی از سال‌ها پیش از مرگ خود ناتوان شده بود. گفته می‌شود دلیل این امر حمله قلبی است که در سال ۲۰۱۴ داشت و باعث شد از اجتماع کناره‌گیری کند. فرض بر این است که لی جانه یونگ یا همان جی بی لی،

دانشمندان جوان برای همکاری دعوت شدند

فعالان فنار و هسته‌های علمی جوان در کشور هستند. در این دوره از جشنواره که با حمایت معاونت نوآوری و تجاری‌سازی فناوری معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری برگزار می‌شود، مبلغ ۸ میلیارد و ۳۰۰ میلیون ریال جوایز نقدی به برگزیدگان اهدا می‌شود.

جوایز جشنواره اندیشمندان و دانشمندان جوان در ۲ بخش به برگزیدگان اهدا خواهد شد. بخش اول مربوط به ایده‌پردازان است. در این حوزه ۱۲ بسته حمایتی به ایده‌پردازان در بخش‌های مختلفی علمی جشنواره اهدا می‌شود. همچنین در بخش کسب و کارهای نوپا نیز تیم‌های منتخب علاوه بر جوایز نقدی از برخی حمایت‌های دیگر مانند جذب سرمایه‌گذاری در طرح، برخورداری می‌شوند. برگزیدگان جشنواره



علاوه بر دریافت اعتبار حمایتی بنیاد نیکوکاری جمیلی، از شرایط ویژه همراهی تا تجاری‌سازی ایده برای ورود به زیست‌بوم کارآفرینی و اقتصادی کشور نیز برخوردار خواهند شد.

در راستای حمایت از ایجاد کسب و کارهای مبتنی بر فناوری، نوآوری و تحقق اقتصاد مقاومتی و نیز با هدف تبدیل ایده به ثروت، هر ساله ده‌ها رویداد بزرگ کارآفرینی با حمایت معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری در سراسر کشور برگزار می‌شود.

چهارمین جشنواره اندیشمندان و دانشمندان جوان یکی از این رویدادها است. جشنواره اندیشمندان و دانشمندان جوان همه ساله با محوریت علوم پایه شامل شیمی، فیزیک، علوم زیستی، زمین‌شناسی، ریاضی، آمار و علوم کامپیوتر برگزار می‌شود. چهارمین دوره این جشنواره در سال جاری با توجه به شیوع ویروس کرونا، محور جدیدی با عنوان تأثیر کرونا بر الگو زیستی را به موضوعات جشنواره اضافه کرده است. شرکت‌کنندگان در این دوره از جشنواره می‌توانند علاوه بر ایده‌پردازی در یکی از حوزه‌های علوم پایه در این بخش از جشنواره نیز شرکت کنند. همان‌گونه که از نام چهارمین دوره جشنواره اندیشمندان و دانشمندان جوان برمی‌آید، مخاطبان اصلی این جشنواره، محققان، پژوهشگران و

و دارای ممنوعیت سفر شناخته می‌شود. بر پایه این طرح پیشنهادی، نقشه جدید کشورها بر پایه رنگ‌بندی سبز، زرد و قرمز هر هفته توسط مرکز اروپایی پیشگیری و کنترل بیماری‌ها به‌روزرسانی و منتشر می‌شود.

البته سفر از مناطق غیرسبز در صورتی که ضوابط بهداشتی در پروازها رعایت شده باشد و مسافران در بدو ورود، خود را قرنطینه کنند و یا نتیجه منفی تست کرونا را به همراه داشته باشند، همچنان مجاز خواهد بود.

براساس این پیشنهاد غیرالزام‌آور، محدودیت‌های وضع شده تنها شامل سفرهای غیرضروری خواهد شد و در مورد رانندگان وسایل حمل و نقل باری، کارگران مرزی، دریانوردان، مسافران ترانزیت و روزنامه‌نگاران اعمال نمی‌شود.

این پیشنهاد آلمان که با مشورت کشورهای عضو اتحادیه اروپا تهیه شده، هفته آینده توسط دیپلمات‌های این اتحادیه به بحث گذاشته خواهد شد تا امکان تصویب و شانس اجرایی شدن آن مشخص شود.

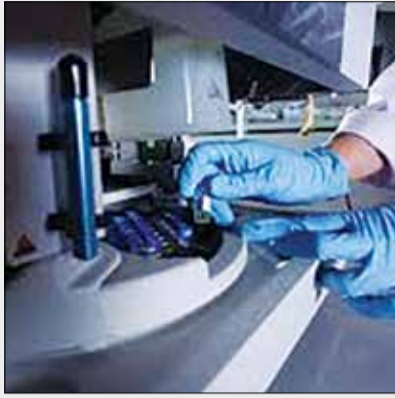
طرح جدید اروپا برای کاهش مهاجرت‌های بین‌المللی

کشورهای عضو اتحادیه اروپا قصد دارند تا براساس طرح پیشنهادی جدیدی، محدودیت‌های سفر هوایی را بین کشورهای اروپایی، در دوران شیوع ویروس کرونا کاهش دهند. براساس پیشنهادی که از سوی دولت

آلمان به عنوان رئیس دوره‌ای اتحادیه اروپا تهیه شده، سفر بدون محدودیت به مناطقی از اروپا که آمار مبتلایان به ویروس کرونا در آنها در ۱۴ روز گذشته کمتر از ۲۵ مورد به ازای هر ۱۰ هزار نفر باشد و تعداد نتایج مثبت تست‌های کرونا کمتر از ۴ درصد مجموع آزمایش‌های انجام شده باشد، ممکن خواهد شد. همچنین کشورهایی که تعداد موارد جدید ابتلا در آنها طی دو هفته مورد بررسی از ۵۰ مورد به ازای هر ۱۰ هزار نفر بالاتر شود و همزمان تعداد نتایج مثبت تست‌های کرونا کمتر از ۴ درصد مجموع آزمایش‌های انجام شده باشد، به عنوان مناطق قرمز شناخته

می‌شوند، اما اگر در کشوری تعداد ابتلای روزانه به بیماری کووید-۱۹ طی ۱۴ روز بالاتر از مقیاس ۱۵۰ نفر به ازای هر ۱۰ هزار نفر باشد، این کشور فارغ از بررسی نسبت نتایج تست‌های مثبت به عنوان مناطق قرمز





برگزاری بیش از ۶۸ هزار آزمون؛ خدمات آزمایشگاهی ارتقا یافت

برگزاری آزمون‌های مختلف برای افزایش کیفیت خدمات آزمایشگاهی ارائه شده مهم‌ترین هدفی است که در شبکه آزمایشگاهی فناوری‌های راهبردی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری دنبال می‌شود. این هدف تاکنون با برگزاری ۶۸ هزار آزمون مسیر قابل قبولی را طی کرده است. رضا اسدی‌فرد، مدیر شبکه آزمایشگاهی فناوری‌های راهبردی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری برای توضیح این موضوع، گفت: آزمون‌های مختلفی در شبکه برگزار می‌کنیم تا با این کار کیفیت خدمات ارائه شده را ارتقا دهیم؛ خدماتی که همه اعضای شبکه از آن بهره‌مند می‌شوند. به گفته وی، کارگروه‌های تخصصی شبکه، مفاهیم و موضوعات مورد نیاز را به صورت برگزاری آزمون به چالش می‌کشند تا همه اعضا با شرکت در این آزمون‌ها با آخرین دستاوردهای ارائه شده حوزه تخصصی فعالیت خود آشنا شوند.

یادداشت



آزمونی برای محکم کاری

محمدمهدی توقع همدانی / مدیرعامل مجتمع دانش‌بنیان دوام‌بنیان: پیشینه استفاده از سنگ و مشتقات آن قدمتی دارد به طول حیات بشر. استفاده از فرآورده‌های خاک به عنوان سرپناهی مستحکم و قابل اطمینان در شکل‌ها و شیوه‌های گوناگون مورد استفاده بوده است و با روان تر شدن حرکت چرخ‌های فناوری، استفاده از مواد گوناگون نیز شکلی تازه و فناورانه به خود گرفت. استفاده از سنگ‌های تزئینی، مصالح فراوری شده ساختمانی، با تکیه به تکنیک‌ها و روش‌های فناورانه، کیفیت و ماندگاری ساختمان‌ها را استمرار بخشیده‌اند، اما سنجش میزان کارآمدی و استحکام این مصالح نیازمند روش‌ها و تکنیک‌هایی است که ذیل مجموعه آزمون سنجش کیفیت ساختمانی سنجیده می‌شود. برخوردار بودن از ویژگی‌های منحصر به فرد از حیث تجهیزات خاص آزمایشگاهی، نیروی انسانی دانش‌آموخته و گواهینامه‌های تایید صلاحیت از لازمه‌هایی است که انجام آزمایش‌های تخصصی بر روی مصالح ساختمانی را ممکن و افزایش کارآمدی را ممکن می‌کند. مجتمع دانش‌بنیان دوام بنیان تلاش کرده است با استفاده از این ویژگی‌ها کیفیت محصولات مورد استفاده در ساختمان‌ها مانند جدول‌های بتنی، بلوک‌های کفپوش بتنی، موزائیک‌های سیمانی که کاربردهای بیرونی یا داخلی دارند و همچنین بتن آماده را افزایش دهد. تجهیزاتی که در این مجموعه فناوری استفاده می‌شوند، جزو تجهیزات آزمایشگاهی ایران ساخت بوده و امکان انجام آزمایش‌ها بر روی دیگر مصالح ساختمانی مانند خاک، اسفالت و قیر را فراهم می‌کنند. مهم است که نتایج آزمایش‌ها را اعتبار و مرجعیت لازم برای تولید محصولات و اصلاح روند تولید مورد استفاده قرار بگیرند. بر همین اساس مجموعه‌ای از خدمات و زیرساخت‌ها را گرد هم آوردیم تا به عنوان یک آزمایشگاه مرجع مصالح ساختمانی نیازهای فناوران و

فعالان صنعت حوزه مصالح و سنگ‌های ساختمانی تأمین شود. این مجموعه دانش‌بنیان با تایید صلاحیت از سوی سازمان استاندارد، در دامنه‌های یادشده خدمات آزمایشگاهی را به مشتریان ارائه می‌کند. بخشی از مشتریان، پژوهشگران، فعالان شرکت‌های فناوری و دانش‌بنیان هستند که بر روی تولید مواد و مصالح جدید کار می‌کنند. این دست از متقاضیان خدمات آزمون و کیفیت‌سنجی از تسهیلات ویژه‌ای برای استفاده از خدمات بهره می‌برند. یکی از آزمون‌هایی که توسط متخصصان دوام‌بنیان انجام می‌شود، آزمون دانه‌بندی سنگدانه‌های ریز و درشت است. نتایج این آزمایش برای تطبیق توزیع اندازه دانه‌ها با مشخصات لازم برای مصالح سنگی و همچنین تهیه اطلاعات لازم برای کنترل تولید سنگدانه‌های مختلف و مخلوط‌هایی که از آنها مصالح سنگی به کار می‌رود، اهمیت بالایی دارد. نمونه توزیع شده‌ای از مصالح سنگی خشک، از یک سری الک که به دنبال هم از بزرگ به کوچک مرتب شده‌اند، عبور داده می‌شود و توزیع اندازه دانه‌ها تعیین می‌شود. از نتیجه این آزمون برای مطابقت بخشیدن میزان اندازه دانه‌ها با مشخصات لازم برای مصالح سنگی استفاده می‌شود. پژوهشگران می‌توانند دریافت‌های حاصل از این آزمون را در پژوهش‌های‌شان و تعریف ارتباط میان تخلخل و تراکم استفاده کنند. در مجموع باید بیان داشت، ایجاد بستری کارآمد و فناورانه برای سنجش دقیق کیفیت مصالح ساختمانی، مشتقات سنگ‌ها و سازه‌های بتنی، ضمن آنکه می‌تواند به رونق تولید و ایجاد زمینه برای صادرات منجر شود، افزایش کیفیت و دوام سازه‌های کشور را نیز به همراه خواهد داشت و تمام کوشش مجموعه دوام‌بنیان بر ایجاد و تثبیت این کارآمدی و دوام در تولیدات ساختمانی و همچنین توسعه پژوهش‌های این حوزه را یاری می‌کند.

مایکروسافت به ۵.۵ میلیون شهروند برزیلی آموزش می‌دهد

فناوری اطلاعات و ارتباطات با کمبود نیروی متخصص مواجه هستیم. جوانان برزیلی با کسب مهارت‌های لازم در این زمینه‌ها می‌توانند در مشاغل مربوطه مشغول به کار شوند.» یکی از دلایل انتخاب مایکروسافت برای ارائه چنین خدماتی این است که ردموندی هزینه اضافی برای خدمات آموزشی خود دریافت نمی‌کند. علاوه بر این مایکروسافت دوره‌های آموزشی متناسب با سطح علمی شهروندان از مبتدی تا پیشرفته ارائه می‌دهد. با توجه به همه‌گیری کرونا، نیاز به آموزش‌های معمولی تا متخصص در فضای دیجیتال بیش از پیش دیده می‌شود. این آموزش‌ها کمک می‌کند تا متخصصان بیشتری بتوانند در این حوزه‌های مربوط به فناوری اطلاعات و ارتباطات مشغول فعالیت شوند. در حال حاضر برزیل در جایگاه ۶۲ شاخص جهانی نوآوری یا «GII» قرار دارد. در سال ۲۰۱۹ نیز برزیل رتبه ۶۶ شاخص جهانی نوآوری را از آن خود کرده بود. این وضعیت برای دولت برزیل نگران‌کننده است و به نظر می‌رسد از ظرفیت‌های موجود برای مهارت‌آموزی و رشد استعدادها در برزیل استفاده نمی‌شود.

مایکروسافت طی قراردادی آموزشی قرار است تا سال ۲۰۲۳، به بیش از ۵.۵ میلیون شهروند برزیلی در حوزه‌های علوم داده، رایانش ابری و هوش مصنوعی آموزش دهد. به گزارش دیجیتو، دولت برزیل تصمیم گرفته است با همکاری مایکروسافت، میلیون‌ها شهروند خود را طی سه سال آینده در حوزه‌های فناوری آموزش دهد. این قرارداد همکاری مشترک با نام «Mais Brasil»، بستر آموزش از راه دور برای ۲۰ دوره است که سطوح آموزشی از مبتدی تا پیشرفته را شامل می‌شود. شهروندان برزیلی با هر سطح دانش حوزه فناوری می‌توانند در این دوره‌های آموزشی شرکت کنند. انتظار می‌رود کارگران و همچنین نسل جوان برزیل بتوانند از طریق این دوره‌های آموزشی، موقعیت‌های شغلی مناسبی را از آن خود کنند. در حال حاضر بیش از میلیون‌ها کارگر برزیلی نیازمند آموزش‌های حوزه فناوری هستند تا بتوانند چشم‌انداز بهتری برای آینده شغلی خود داشته باشند. «مارکوس پونتس»، وزیر علوم، فناوری و نوآوری برزیل اعلام کرد: «رشد مهارت‌های نیروی کار در برزیل، بسیار حیاتی است. در حوزه

فراخوان: امریه شوید

به ثبت‌نام اقدام کنند. بدهی است که ثبت‌نام در خارج از بازه‌های زمانی اعلام شده، مفید فایده واقع نخواهد شد. داوطلبان می‌توانند برای اطلاع از جزئیات بیشتر در مورد این بسته خدمتی به سایت‌های وابسته به مرکز شرکت‌ها و موسسات دانش‌بنیان معاونت علمی و فناوری ریاست‌جمهوری مراجعه کنند. به گفته مسئولان معاونت علمی و فناوری ریاست‌جمهوری، تاکنون تعداد پرشماری از شرکت‌های دانش‌بنیان و فناور از تسهیلات نظام‌وظیفه تخصصی بهره‌مند شدند. با توجه به گسترش فرهنگ سرباز فناور در نهادهای اجرایی و گفت‌وگوهای سازنده که در این زمینه، توسط معاونت علمی و فناوری ریاست‌جمهوری انجام گرفته است، به تازگی یک نهاد دولتی نیز برای جذب امریه تخصصی فراخوانی را منتشر کرده است. براساس شرایط اعلامی از سوی این دستگاه اجرایی، فرد داوطلب برای استفاده از امریه باید در رشته‌هایی مانند مهندسی صنایع و مدیریت، فارغ‌التحصیل شده باشد. این مسئله با توجه به نیاز این دستگاه اجرایی به این رشته‌ها اعلام شده است.

امریه سربازی نخبگان و فعالان فناور، یکی از امتیازات ویژه‌ای است که با مساعدت رهبر انقلاب، به شرکت‌های دانش‌بنیان اعطا شده است. کارمندان کلیدی این شرکت‌ها می‌توانند طول مدت خدمت خود را به جای پادگان در یک شرکت دانش‌بنیان سپری کنند. به تازگی یک دستگاه دولتی نیز برای جذب امریه در رشته‌های خاص تحصیلی فراخوانی منتشر کرده است. با توجه به اهمیت حضور برخی محققان، پژوهشگران، فعالان فناور و دانش‌بنیان و کارمندان کلیدی شرکت‌های دانش‌بنیان، معاونت علمی و فناوری ریاست‌جمهوری تلاش کرد تا در زمینه سربازی برای این جوانان ایده‌پرداز تسهیلاتی اخذ کند. با توجه به مساعدت نهادهای ذی‌ربط، این موضوع محقق شد و هر ساله در بازه‌های زمانی خاصی برای استفاده از این بسته خدمتی اطلاعیه‌های لازم منتشر می‌شود. علاقه‌مندان برخوردار از این خدمت باید ضمن اطلاع از زمان ثبت‌نام در طول سال با توجه به مشاوره‌ها و اطلاعیه‌های مرکز شرکت‌ها و موسسات دانش‌بنیان معاونت علمی و فناوری ریاست‌جمهوری، نسبت



ترونیکیس در گذشت

فرار مالیاتی و اختلاس دیده می‌شد؛ البته او به طور رسمی برای هر کدام از این محکومیت‌ها مورد عفو قرار گرفت. وزیر دادگستری کره جنوبی در آن زمان گفت: بخشش دوم در سال ۲۰۰۹ انجام شد؛ برای اینکه لی بتواند جای خود را در کمیته بین‌المللی المپیک بازپس بگیرد و شرایط بهتری برای المپیک ۲۰۱۸ در پیونگ چانگ ایجاد کند. درگذشت لی باعث شد حدس و گمان‌هایی که برای جانشین وی زده می‌شود، جان دوباره بگیرند. درست است که لی جانه یونگ از زمان بیماری پدرش ریاست را برعهده گرفته است، اما او نیز مشکلات حقوقی نسبتاً زیادی دارد. یونگ به خاطر نقش خود در رسوایی فساد مالی که رئیس جمهور سابق کره جنوبی را سرنگون کرد، تقریباً یک سال در زندان به سر برد. همچنین کره جنوبی قانونی دارد که براساس آن، هر کسی دارای لی را پس از مرگ او به دست آورد، مجبور به پرداخت چندین میلیون دلار مالیات بر ارث خواهد شد؛ این یعنی ممکن است سهام آنها در این شرکت کاهش پیدا کند.

بن شرکت را به عهده داشته باشد. او در گذشته‌های موجود برای اداره سامسونگ سهم بزرگی در سوق دادن سامسونگ از خانگی به یکی از قدرتمندترین برندهای دنیا حاصل از سامسونگ که حدود یک‌پنجم بیل می‌دهد، ثروتمندترین مرد این کشور دنیا هنگامی که لی در سال ۱۹۹۳ از مدیریت کت ایجاد شد که به آن اجازه داد بهترین جامعه جهانی ارائه دهد. نیست و چندین مشکل حقوقی نیز در وی برای پرداخت رشوه به یکی از مدیران ۲۰ پرونده‌ای برای او تشکیل شد که در آن

ورود داروهای بدون مستندات علمی به پروتکل درمانی کرونا ممنوع است

دلیل تاکنون هیچ دارویی بدون مستندات وارد عرصه درمان کرونا نشده است. به گفته وی، برخی مدعیان تولید داروهای درمانی کرونا با وجود مخالفت‌های علمی کمیته تلاش می‌کنند داروی خود را بدون انجام آزمایش روی مردم، امتحان کنند، اما خوشبختانه فعالیت این افراد با ورود نیروی انتظامی و نهادهای نظارتی محدود شد. دبیر ستاد توسعه زیست‌فناوری معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری همچنین تاکید کرد: این افراد سودجو برای فروش داروهای خود اقدام به جوسازی‌های رسانه‌ای در فضای مجازی کردند تا مردم را به خرید این داروها ترغیب کنند. قانعی ادامه داد: کمیته علمی مبارزه با کرونا با جدیت در مقابل فعالیت این افراد و جلوگیری از ورود داروهای فاقد مستندات علمی و اثربخشی درمانی به پروتکل درمان بیماری کرونا ایستاده است.

یک جوسازی رسانه‌ای چند روزی است که اذهان را به سمت خود کشیده است. «ایران به موش آزمایشگاهی داروهای نامعلوم کرونا با عوارض نامشخص بدل شده است.» قانعی با تکذیب این خبر، گفت اینها جوسازی‌های رسانه‌ای عده‌ای است برای فروش داروهای کرونایی فاقد مستندات علمی و تحقیقاتی. خیر دروغ این بود که دولت روحانی و شخص وزیر بهداشت، درمان و آموزش پزشکی پذیرفته‌اند که کشور ایران به عنوان موش آزمایشگاهی است و ایرانی‌ها را مورد آزمایش داروهای نامعلوم با عوارض نامشخص قرار می‌دهند؛ خبری که به نقل از دبیر کمیته علمی مبارزه با کرونا مطرح شده بود. مصطفی قانع، دبیر کمیته علمی مبارزه با کرونا درباره این شایعه منتشر شده، بیان کرد: از ابتدای شیوع ویروس کرونا عده‌ای مدعی تولید داروهایی با نام‌ها و عناوین مختلف حتی با اسامی مقدس شدند که اثربخشی هیچ‌کدام از این داروها توسط کمیته علمی تایید نشد. به همین



کارگاه برندینگ

کمپین جدید ال‌جی با حضور سلبریتی‌ها

به قلم: رابرت و ویلیامز کارشناس بازاریابی و تبلیغات

ترجمه: علی آل‌علی

کمپین ویدئویی ال‌جی به صورت مجموعه ویدئوهای دنباله‌دار تهیه شده است. سلبریتی‌هایی نظیر الکس رودریگز، خسه تایلر و بیلی پورتر در ویدئوهای مختلف ال‌جی حضور خواهند داشت

بنابراین مخاطب هدف شناس مشاهده نحوه عملکرد محصولات تازه ال‌جی در ویدئوهایی با حضور سلبریتی‌های مشهورشان را خواهند داشت.

کمپین ویدئویی ال‌جی به صورت مجموعه ویدئوهای دنباله‌دار تهیه شده است. سلبریتی‌هایی نظیر الکس رودریگز، خسه تایلر و بیلی پورتر در ویدئوهای مختلف ال‌جی حضور خواهند داشت بنابراین مخاطب هدف شناس مشاهده نحوه عملکرد محصولات تازه ال‌جی در ویدئوهایی با حضور سلبریتی‌های مشهورشان را خواهند داشت.

تیم بازاریابی ال‌جی برای افزایش جذابیت کمپین تازه‌اش اقدام به ایجاد هیجان بیشتر در میان مشتریان کرده است. این امر شامل برگزاری مسابقه‌ای در اینستاگرام و تیک تاک برای برنده شدن در دیدار آنلاین با سلبریتی مورد علاقه کاربران است. تیم بازاریابی ال‌جی به خوبی از اهمیت و تاثیرگذاری شبکه‌های اجتماعی آگاهی دارد بنابراین سرمایه‌گذاری بر روی اینستاگرام و تیک تاک به عنوان محبوب‌ترین پلتفرم‌های اجتماعی امری طبیعی به نظر می‌رسد.

بدون تردید کمپین ال‌جی پایان کار برای بازاریابی در سال نوی میلادی نیست. بسیاری از کمپین‌های بازاریابی ال‌جی به عنوان مقدمه‌ای برای کمپین‌های بعدی عرضه می‌شود بنابراین شاید برای کریمس سلبریتی‌هایی مشهور تر در ویدئوهای ال‌جی حضور پیدا کنند.

منبع: mobilemarketer.com

کامیون‌های پست به پویش همبازی پیوستند

طرح ملی همبازی توسط هزار پایگاه پستی سراسر کشور اقدام به جمع‌آوری کتاب و اسباب بازی و ارسال آن برای کودکان مناطق محروم می‌نماید.

به گزارش ام بی ای نیوز، حسن عمیدی مدیرکل امور استان‌ها و ارتباطات شرکت ملی پست ایران با تاکید بر نقش و اهمیت پست در ارسال به موقع هدایای مردم به دست کودکان مناطق محروم افزود: برای تسریع این اقدام کامیون‌های شرکت پست در نقاط مختلف کشور به شکل سیار حضور یافته و در کنار باجه‌های پستی در قالب هزار پایگاه تا پایان مهرماه آماده دریافت اقلام اهدایی شهروندان هستند.

وی در ادامه تصریح کرد: پویش ملی همبازی با مشارکت کمیته امداد و شرکت ملی پست ایران با تاکید بر نقش و اهمیت پست ناشران کتاب کودک دعوت نموده تا با خرید یا ساخت هر نوع اسباب بازی و کتاب، اقدامی در جهت کمک به رشد و اعتلای فکری کودکان مناطق محروم صورت گیرد.

ارسال هدایا در مدت یک هفته

عمیدی در ادامه گفت: شرکت ملی پست در راستای مسئولیت اجتماعی و همراهی در انجام خدماتی که در شرح وظایف این سازمان قرار دارد با به کارگیری پرسنل و نیروی انسانی لازم برای همکاری در اجرای این طرح، از همه امکانات موجود استفاده کرده تا در پویش همبازی همراه مراکز کمیته امداد در سراسر کشور حضور موثر داشته باشد.

در این طرح هزار مرکز پست برای جمع‌آوری کمک‌های مردمی پیش‌قدم شده‌اند، همچنین خودروهای شرکت پست در تهران و دیگر شهرها ضمن حضور در محلات و معابر، نسبت به جمع‌آوری اقلام اهدایی شهروندان اقدام و ظرف مدت یک هفته به دست کودکان در مناطق ذکرشده رسانده شود.

کامیون‌های سیار پست، پیشتاز بودند

وی گفت: استقرار کامیون‌های پست در مناطق و محلات مختلف شهرها اقدامی بود که در جهت تسریع کمک‌رسانی و همچنین تسهیل دریافت و جمع‌آوری اقلام اهدایی در شرایط خاص کرونا که امکان حضور تردد در باجه‌ها برای شهروندان با موانع و مشکلاتی همراه بود صورت گرفت.

وی تاکید کرد استقبال از این خودروهای سیار به شکل وصف‌ناپذیری زیاد بود به طوری که بخش قابل توجهی از اقلام اهدایی توسط این پایگاه‌های سیار جمع‌آوری شدند و شهروندان در محل زندگی و محله اقامت‌شان بدون نیاز به طی مسافت تا باجه‌های پست بسته‌های اهدایی را تحویل دادند.

خودروهای شرکت پست در شش پایگاه شهر تهران از جمله میدان دوم تهرانیارس، میدان تجریش، میدان شهرری، سبزه میدان، میدان صادقیه و میدان کاج در سعادت‌آباد استقرار یافتند. لازم به ذکر است امسال با توجه به ایام محرم و صفر جشن عاطفه‌ها در کنار شور عاطفه‌ها مطرح شد و پویش ملی همبازی به عنوان کمکی برای دانش‌آموزان بی‌ بضاعت تحت پوشش، توسط بهزیستی و کمیته امداد و شرکت ملی پست اجرا شد با این ویژگی که دانش‌آموزان بی‌بضاعتی که تحت پوشش نهادهای حمایتی نبودند نیز شامل طرح شدند.

در این طرح حدود ۴۵۰ میلیارد تومان کمک نقدی و کالایی جمع‌آوری شده است و در برخی استان‌ها به دلیل استقبال مردم مدت ارسال هدایا تمدید شد.



به قلم: آندی استفنز کارشناس بازاریابی دیجیتال
ترجمه:علی آل‌علی

امروزه راهکارهای بسیار زیادی برای افزایش ترافیک سایت وجود دارد. اغلب برندها در جست‌وجو برای توسعه کسب و کارشان در فضای آنلاین بیشتر به دنبال افزایش ترافیک سایت رسمی‌شان هستند. این امر شاید در ابتدای امر جذاب و تعامل‌برانگیز باشد، اما به تنهایی کافی نیست. سایت برندها برای کمک به توسعه کسب و کار باید تاثیرگذاری قابل توجهی بر روی مخاطب هدف نیز داشته باشد، در غیر این صورت افزایش بازدید سایت اصلی فقط به معنای وقت‌گذرانی کاربران در سایت برند بدون هیچ نتیجه مشخصی خواهد بود. بررسی نحوه بهبود فعالیتت برندها در زمینه افزایش تاثیرگذاری سایت رسمی دغدغه بسیاری از کارآفرینان و بازاریاب‌ها در سراسر دنیاست. موضوع اصلی مقاله کنونی به بررسی برخی از راهکارهای ساده و کاربردی برای تحقق این هدف اختصاص دارد. در ادامه این موضوع را بیشتر مورد بررسی و موشکافی قرار خواهیم داد.

تولید محتوای ارزشمند

بحث از تولید محتوا برای سایت رسمی برند همیشه همراه با اظهارنظرهای متفاوت است. امروزه هر برند برای تولید محتوی در سایتش راهکار منحصر به فردی دارد. مهم‌ترین مسئله در این میان عدم کارایی برخی از راهکارها در مقایسه با نمونه‌های دیگر است بنابراین برندها باید انگیزه کافی برای الگوبرداری از نمونه‌های موفق به منظور بهبود شرایط تولید محتوای‌شان را داشته باشند.

یکی از نکات اساسی برای جلب تعامل مخاطب هدف و بهبود تاثیرگذاری سایت مربوط به شناخت درست سلیقه آنهاست. بسیاری از برندها در این میان شرایط دشواری دارند. دلیل این امر اعتماد به کلیشه‌های بازاریابی و مدیریت سایت در زمینه تعامل با مخاطب هدف است. اگر برندها در این زمینه دست به نوآوری و تولید محتوا براساس سلیقه مخاطب هدف نزنند، مشکلات زیادی در عمل خواهند داشت. یکی از مشکلات اساسی در این میان ناتوانی برای جلب نظر مخاطب هدف است. بسیاری از برندها در عمل پس از بازدید اولیه کاربران دیگر توان جلب نظرشان را ندارند. این امر ریشه در شناخت نادرست برندها از سلیقه مخاطب هدف دارد.

امروزه بسیاری از برندهای بزرگ در زمینه پیگیری سلیقه مخاطب هدف در بازارهای مختلف به ترندهای آنلاین توجه دارند. ماهیت ترندها بیانگر تحول سلیقه کاربران و مشتریان در سطح محلی و بین‌المللی است. شاید این امر عجیب به نظر برسد، اما اغلب کسب و کارها چنین فرآیندی را دنبال نمی‌کنند. با این حساب مشاهده ریزش در سطح بازدید از سایت‌شان طبیعی خواهد بود. اگر برندهای موردنظر دارای اکانت رسمی در شبکه‌های اجتماعی باشند، همین سرنوشت را در آن پلتفرم‌ها خواهد داشت.

توجه به جلوه برند در فضای آنلاین

هر برند در فضای آنلاین جلوه‌ای خاص از کسب و کارش را به نمایش می‌گذارد. بسیاری از برندها به جلوه کسب و کارشان در فضای آنلاین توجه کافی ندارند. این امر در عمل مشکلات بسیار زیادی برای آنها ایجاد می‌کند. اگر یک برند بدون توجه به تاثیر هر فعالیتش بر روی جلوه آنلاین برند اقدام به حضور در فضای آنلاین نماید، به زودی با ضررهای مالی گسترده‌ای مواجه خواهد شد.

توجه به مفهوم جلوه آنلاین برند نیازمند ارزیابی متمرکز تمام اقدامات کسب و کار است. به عبارت دیگر، هر فعالیت برند در فضای آنلاین تصویر منسجمی از کسب و کار موردنظر را شکل می‌دهد. کارآفرینان باید در تلاش برای ترسیم تصاویر جذاب و تعاملی از برندشان در سطح اینترنت باشند. در غیر این صورت توسعه بلندمدت کسب و کارشان با چالش مواجه خواهد شد.

توجه به سئو جغرافیایی

کسب و کارهای کوچک نیازی به سئو در مقیاس جهانی ندارند. نکته مهم برای آنها توجه به بازارهای محلی است. یکی از شیوه‌های سئو کاربردی برای بازارهای محلی تحت عنوان سئو جغرافیایی شناخته می‌شود. این مفهوم به عنوان مکمل بازاریابی محلی به برندها برای شخصی‌سازی تجربه کاربران در زمینه مشاهده سایت‌شان کمک می‌کند. نتیجه استفاده از این شیوه نمایش محتوای متفاوت برای مخاطب هدف برند در موقعیت‌های جغرافیایی مختلف است.

گوگل مپ به عنوان یکی از پلتفرم‌های مسیریابی اقدام به نمایش تبلیغات براساس موقعیت جغرافیایی کاربران می‌کند. این امر یکی از نمونه‌های ساده بازاریابی و سئو جغرافیایی است. مدیریت سایت با توجه به این نکته شامل تغییر برخی از تنظیمات سایت اصلی خواهد

چگونه تاثیر گذاری سایت بر ندمان را افزایش دهیم؟



بود. کسب و کارها به طور معمول دارای مهارت بالا در این زمینه نیستند بنابراین استفاده از توصیه‌های کارشناس‌های حرفه‌ای بهترین گزینه برای آنها خواهد بود.

توجه به کاربران موبایی

امروزه بسیاری از کاربران با استفاده از دستگاه‌های موبایی اقدام به جست‌وجو در اینترنت می‌کنند. اگر سایت یک برند هماهنگی لازم برای نمایش محتوا در قالب موبایل را نداشته باشد، بخش قابل توجهی از مخاطب هدفش ریزش خواهد کرد. خوشبختانه ایجاد سازگاری میان سایت‌ها با پلتفرم گوشی همراه کار دشواری نیست. امروزه اغلب طراحی‌های سایت این نکته را مدنظر قرار می‌دهند. اگر سایت شما دارای این ویژگی کاربردی نیست، باید هرچه زودتر اقدام به آپدیت سایت‌تان نمایید.

یکی از معیارهای اصلی گوگل برای طبقه‌بندی سایت‌ها ارزیابی وضعیت هماهنگی با تجربه کاربری گوشی‌های هوشمند است. نظرات کاربران در مورد سایت‌ها نیز در این میان اهمیت بالایی دارد بنابراین ایجاد سازگاری میان سایت رسمی برند و کاربران گوشی هوشمند از نظر مدیریت سئو نیز ضروری است. متأسفانه بسیاری از برندها به این نکته مهم توجه لازم را ندارند بنابراین به طور مداوم با شکست در زمینه جلب نظر کاربران موبایی مواجه می‌شوند.

طراحی جذاب و چشم‌نواز سایت

درست مانند مدیریت سئو و بازاریابی، طرح جذاب قالب سایت نیز دارای اهمیت است. بسیاری از برندها از قالب‌های رایگان و ساده برای سایت‌شان استفاده می‌کنند. این امر تاثیر منفی بر روی مخاطب هدف دارد. توصیه اصلی در این بخش طراحی قالب اختصاصی برای سایت است. درج لوگوی برند به عنوان تصویر اصلی سایت ضرورت دارد. کاربران باید با مراجعه به سایت رسمی یک برند توانایی تشخیص آن در کمترین زمان ممکن را داشته باشند. در غیر این صورت شناس برندها برای نگه داشتن کاربران در سایت‌شان به شدت کاهش خواهد یافت. خوشبختانه طراحی قالب سایت کار دشواری نیست. همچنین برخی از نرم‌افزارها فرآیند طراحی قالب سایت را به شدت ساده‌سازی کرده‌اند. نتیجه این امر امکان طراحی قالب سایت از سوی افرادی بدون تخصص در زمینه برنامه‌نویسی یا طراحی سایت است.

منبع: smallbusinessbonfire.com

هوشمندسازی کارخانه‌ها در انقلاب چهارم صنعتی

در ایران هم وجود این نوع استارت‌آپ‌ها برای صنایع بالغ و بسیار پیشرفته‌ای مانند معدن، نفت و گاز اهمیت بسیار زیادی دارد. در واقع این نوع استارت‌آپ‌ها در ایران می‌توانند پیشرفت‌های چشمگیرتر و سریع‌تری داشته باشند چراکه در ایران صنایع پیر و فرسوده‌ای داریم که نیاز به بازبینی یا تولد دوباره دارند.

استارت‌آپ‌ها در سراسر جهان به رشد سریع کارخانه‌های هوشمند کمک می‌کنند

در تمامی کشورهای اروپایی، آسیایی و آمریکایی استارت‌آپ‌ها و کسب و کارهای نوپایی در حال شکل‌گیری، رشد یا فعالیت هستند که بر پایه تکنولوژی‌هایی مانند هوش مصنوعی، یادگیری ماشین و یا رایانش ابری فعالیت می‌کنند. تمامی این تکنولوژی‌ها در کارخانه‌های فناوری مورد بررسی قرار گرفته‌اند و می‌توانند کارخانه‌ها را به سمت پیشرفت هرچه بیشتر سوق بدهند.

در اینس زمینه تنها یک چالش اساسی و مهم برای نیروهای کار و اپراتورها وجود دارد و آن هم استفاده از این سیستم‌ها، نرم‌افزارها، ربات‌ها و برنامه‌های پیشرفته بدون داشتن دانش کدنویسی است. اکثر نیروها و منابع انسانی باید بدون آنکه نیاز به کدنویسی یا برنامه‌نویسی داشته باشند، قادر به اداره برنامه و پروسه تولید یا فرآیندهای اجرایی در کارخانه‌های هوشمند باشند. البته در برخی موارد خاص که هنوز رابط کاربری برای برنامه، ربات و یا … وجود ندارد، نیروهای کار چاره‌ای جز برقراری ارتباط با ربات، برنامه و یا سیستم از طریق کدنویسی ندارند. خوشبختانه این فرآیند با کمک نهادهای سازمان‌های داخلی در ایران هم در حال شکل‌گیری است و به زودی شاهد رشد و پیشرفت اساسی در این زمینه خواهیم بود.

سه‌م من در هوشمندسازی کارخانه‌ها چیست؟

هر شخصی می‌تواند در اکوسیستم انقلاب چهارم صنعتی باتوجه به جایگاه خود به عنوان نیروی فنی یا نیروی انسانی، سهمی داشته باشد. متخصصان قصد دارند با هوشمندسازی کارخانه‌ها به کاهش نرخ خطاها، توانمندسازی نیروی انسانی، افزایش بهره‌وری و کاهش هزینه‌های اجرایی برسند تا در نهایت، شاهد پیشرفت در دیگر حوزه‌های زندگی باشیم.

منبع: digiato

ایستگاه بازاریابی

کرونا و رشد تبلیغات تجارت الکترونیک

بر اساس گزارش جدید وب‌سایت خبری تحلیلیWarc، انتظار می‌رود که برندها امسال برای تبلیغات در زمینه تجارت الکترونیک ۵۸ میلیارد دلار هزینه کنند. براساس پیش‌بینی‌های انجام شده، در حالی بودجه تبلیغات در وب‌سایت خرید و فروش الکترونیکی، خرده‌فروشان جامع و فراگیر و پلتفرم‌های تجارت اجتماعی تا مرز ۱۸٫۲ درصد در سطح جهانی افزایش می‌یابد که بودجه تبلیغاتی در کل صنعت تا مرز ۸.۱ درصد کاهش خواهد یافت.

در شرایط کنونی، غول تجارت الکترونیک، آمازون، در مسیر کسب درآمد ۱۸ میلیارد و ۱۰۰ میلیون دلاری از تبلیغات گام برمی‌دارد که بازار تبلیغات با ابعادی گسترده‌تر از آن فقط ۰۶ درصد رشد کرده است. بر مبنای گزارش‌ها، در نیمه نخست سال ۲۰۲۰، تجارت تبلیغات آمازون ۴.۵ برابر سریع تر از فیس‌بوک و ۶۳ برابر سریع‌تر از Alphabet (شرکت مادر گوگل) توسعه یافته است.

افزایش بودجه تبلیغات تجارت الکترونیک در پاسخ به افزایش میزان خریدهای آنلاین به واسطه شیوع کووید-۱۹ اتفاق افتاده است. رقم کلی فروش در قالب تجارت الکترونیکی تا ۲۰۴ درصد (۶۷٪ میلیارد دلار) رشد خواهد کرد و به ۲.۹ تریلیون دلار در همه جای دنیا خواهد رسید. در نتیجه همه‌گیری کرونا، انتظار می‌رود که خریداران امسال نسبت به سال گذشته، ۱۸۳ میلیارد دلار بودجه بیشتری را به خرید آنلاین اختصاص دهند.

گزارش Warc خواهد بیشتری از تاثیر شیوع کووید-۱۹ بر روی تغییر رفتار مصرف‌کننده و تسریع حرکت به سوی تجارت الکترونیک را ارائه می‌دهد. به همین ترتیب، جهت پاسخگویی به تقاضای مصرف‌کننده، حجم تبلیغات در سایت‌های تجارت الکترونیک، خرده‌فروشان فراگیر و پلتفرم‌های تجارت اجتماعی مانند آمازون، و‌المارت و تیک تاک، به ترتیب، افزایش یافته است.

با وجود جهش در بودجه تبلیغاتی تجارت الکترونیک، این گزارش حدس می‌زند که یک نوع افت بودجه تبلیغاتی کلی در آینده نزدیک رخ دهد. این خود باتلاقی از گزارش‌های مشابهی است که به کاهش بودجه تبلیغات به طور کلی می‌پردازند. اخیراً، نتایج گزارش شرکت رسانه‌ای «Interactive Advertising Bureau» از پیش‌بینی‌ها پیرامون افت کلی بودجه تبلیغاتی تا مرز ۸ درصد حکایت داشتند. به گفته جیمز مک دونالد، مدیر محتوای داده‌ها در Warc، با توجه به ثبات یا کاهش میزان سرمایه‌گذاری در حوزه تبلیغات در بیشتر رسانه‌ها به دلیل همه‌گیری کووید-۱۹، پلتفرم‌های تجارت الکترونیک – که مغز خود را به کار انداخته‌اند – در موقعیتی عالی برای جذب بودجه‌های تخصصی یافته با استفاده از داده‌های فروش برای نشان دادن کارکرد تبلیغات در بچوحه یک اقتصاد ناپایدار قرار دارند.

گزارش Warc همچنین مشخص می‌کند که کدام یک از پلتفرم‌های تبلیغات آنلاین در طول دوران همه‌گیری کرونا پیشرفت کرده و موفق بوده‌اند. به این دلیل که کسب و کار اصلی آمازون ریشه در تجارت الکترونیکی دارد، با افزایش تقاضا برای خرید و فروش آنلاین، این شرکت از بازارهای تبلیغاتی بالغ‌تر متعلق به انحصار دوگانه فیس‌بوک و گوگل پیشی می‌گیرد. در حالی میزان بازدید از آگهی‌های تبلیغاتی «محصولات حمایتی» آمازون با افزایش سالانه ۸۷ درصدی در زمینه مقدار رشد کلیک برخوردار بود، میزان فروش مستقیم در پی مشاهده آگهی‌های تبلیغاتی ۷۰درصد رشد داشت. به گزارش آژانس بازاریابی «مرکل»، نرخ تبدیل برای این نوع آگهی‌های تبلیغاتی پنج برابر بالاتر از آگهی‌های خرید گوگل در سه ماهه نخست سال بود.

در همین حین، طبق یافته‌های گزارش فوق، علی‌بابا که براساس پیش‌بینی‌ها در سال ۲۰۲۰ مبلغ ۲۳ میلیارد و ۵۰۰ میلیون دلار از فروش آگهی درآمد به دست خواهد آورد، هم‌اکنون بر سومین پلتفرم کسب و کار تبلیغاتی بزرگ جهان پس از «Alphabet» و فیس‌بوک نظارت می‌کند. استفاده آمازون از پیشش زنده برای پیشبرد تجارت الکترونیک که در ایالات متحده آمریکا چندان مورد توجه قرار نگرفته است، انتظار می‌رود که باعث افزایش میزان فروش و رساندن آن به رقم ۱۷۱ میلیارد دلار در سال جاری میلادی شود.

منبع: marketingdive/mbanews

موس سامسونگ از دستان تان فرار می‌کند

آیا تا به حال پیش آمده که بخواهید در طول ساعات دور کاری در خانه پشت کامپیوتر به خود استراحت بدهید اما گریه‌ای نداشته باشید که بر روی کیبورد راه برود و به ناچار این فرصت را برای شما فراهم کند؟ حالا سامسونگ احتمالاً یک یار و همراه برای‌تان تدارک دیده است.

به گزارش ام بی ای نیوز، به امید تسوئوپ افراد به ایجاد تعادل میان کار و زندگی، یکی غول فناوری در کره جنوبی رویای ساخت یک دستگاه هوشمند خوب و دوست داشتنی را در سر می‌پرورانند. این دستگاه که به معنای واقعی ظاهری شبیه به یک موش را دارد، با اتمام ساعات اداری از دست شما فرار می‌کند.

ایده ساخت «موس تعادل سامسونگ»، با همکاری ژانسن تبلیغاتی «INNORED» و استودیو دیزاین «BKID co»، در ابتدا به شکل یک موس کامپیوتر بی‌سیم معمولی نمود پیدا می‌کند. به هر حال، با فرا رسیدن زمان دست کشیدن از کار، گوش‌هایش تیز می‌شود و طوری از دست‌تان می‌گریزد که نمی‌توانید بار دیگر بر روی صفحه نمایش کامپیوتر کلیک کنید. اگر اتفاقی موفق به گرفتن موس شوید، به سرعت پوست‌اندازی می‌کند و از طریق بدنه داخلی خود با سطح‌های شیب‌دار آبی و صورتی پا به فرار می‌گذارد. تعقیب موس پس از آن دیگر هیچ دلیل به خصوصی ندارد، زیرا با نزدیک شدن به موس حسگر فعال می‌شود.

این پروژه ویژه قبلاً در سال ۲۰۱۸ نیز معرفی شده بود اما در دوران کرونا با رواج دورکاری بیش از پیش‌نیز به اجرای آن احساس می‌شود. تصمیم به اجزای آن زمانی گرفته شد که براساس آمار و ارقام دریافت برآوردها حکایت از این موضوع دارند که ۷۰ درصد از کارمندان در کره جنوبی بیش از حد کار کرده‌اند. شاید تا این لحظه بر این آمار افزوده شده باشد. نتایج یک مطالعه توسط شرکت نرم‌افزاری «Oracle» نشان می‌دهند که تقریباً ۸۰ درصد از نیروی کار جهانی دچار یک نوع افت در سلامت روان شده‌اند.

«موس تعادل سامسونگ» ممکن است در حد یک ایده باقی بماند اما روش‌های کمتر ستودنی و زیبایی برای مدیریت بر سلامت‌ روان شما وجود دارد. برای مثال، شما شاید بخواهید فضاهایی را در خانه فقط به کار اختصاص دهید و از آوردن کار به رختخواب خودداری کنید. وقتی زمان خاموش کردن کامپیوتر فرا رسيد، به مکان‌های تعیین‌شده برای استراحت بروید، با گوش دادن به موسیقی آرامش پیدا کنید یا به تماشای یک فیلم بنشینید.

بازاریابی موبایلی برای جلب نظر مخاطب هدف

بررسی الگوهای بازاریابی موبایلی

جذاب برای جلب نظر مخاطب هدف به کسب و کارشان استفاده کرده‌اند. شاید در نگاه نخست با توسعه فناوری‌های دیجیتال دیگر ضرورتی برای استفاده از پیامک برای بازاریابی نباشد، اما این حوزه به دلیل سادگی و سراسرستی قابل ملاحظه دارای اهمیت بالایی است.

امروزه تمام گوشی‌های هوشمند به اینترنت دسترسی دارند بنابراین استفاده از لینک جانیی برای هدایت کاربران به سایت یا اکانت رسمی برند در شبکه‌های اجتماعی ایده جذابی خواهد بود. بسیاری از برندها در این مسیر از ایده‌های جذاب و تعاملی مختلف استفاده می‌کنند. نمایش ویژگی‌های محصولات به مخاطب هدف در قالب پیامک امکان‌پذیر نیست.

با این حال درج لینک جانبی در پیام برند ایده جذابی خواهد بود. برخی از برندها هنوز هم برای اعلام رسمی شروع دوره تخفیف‌های‌شان از پیامک استفاده می‌کنند. با این حساب دوره بازاریابی پیامکی هنوز به سر نرسیده است. ارزیابی از پایان این دوره ناشی از توجه بیش از اندازه به ابزارها و شیوه‌های بازاریابی دیگر است. همانطور که سرویس‌های ایمیل همچنان دارای اهمیت بازاریابی است، الگوی پیامکی نیز اهمیت بالایی دارد بنابراین صرف نظر از این الگوی بازاریابی برای توجه بیشتر به دیگر الگوها هیچ پایه منطقی نخواهد داشت.

برخی از ویژگی‌های منحصر به فرد بازاریابی پیامکی به شرح ذیل است:

- امکان ارزیابی وضعیت مشتریان و حتی دریافت بازخورد از آنها
- ارسال محتوای شخصی‌سازی شده و ترغیب کاربران برای مشاهده لینک‌های جانبی
- ایجاد تجربه مناسب از مشتریان برای بهبود رابطه با مخاطب هدف



بدون تردید بازاریابی پیامکی در طول دهه‌های اخیر دستخوش تحولات زیادی شده است بنابراین بازاریاب‌ها باید از شیوه‌های تازه برای تاثیر گذاری بر روی مخاطب هدف استفاده نمایند. یکی از اشتباهات برندها در این میان تمایل برای استفاده از شیوه‌های قدیمی بازاریابی پیامکی است. این امر اغلب اوقات شرایط دشواری برای برندها ایجاد می‌کند بنابراین بازاریاب‌ها باید متناسب با تغییر فضای کسب و کار و ابزارهای در دسترس اقدام به استفاده از الگوها و حتی محتوای تازه نمایند. این امر مزیت رقابتی قابل ملاحظه‌ای برای چنین برندهایی ایجاد می‌کند.

اپ‌های موبایلی

اپ‌های موبایلی در طول سال‌های اخیر همگام با توسعه گوشی‌های هوشمند توسعه یافته‌اند. امروزه هر نوع خدماتی از سوی چنین اپ‌هایی ارائه می‌شود. بنابراین استفاده از آنها باید در دستور کار هر برندی قرار گیرد. وقتی از بازاریابی با استفاده از اپ‌ها صحبت می‌شود، بسیاری از برندها به دنبال طراحی اپ رسمی برندشان هستند. این امر مزیت‌های قابل ملاحظه‌ای برای کسب و کارها به همراه دارد، اما هدف اصلی بازاریابی موبایلی نیست. اپ‌های موبایلی بسیار مشهوری در سراسر دنیا در دسترس کاربران قرار دارد. اغلب اپ‌های موردنظر به صورت رایگان در دسترس کاربران قرار دارد. استفاده از چنین اپ‌هایی در سراسر دنیا رواج دارد. یکی از پرسش‌های اساسی در این مورد نحوه درآمدزایی اپ‌های موردنظر است. استفاده از تبلیغات و نمایش الگوهای مختلف مدنظر بسیاری از اپ‌ها قرار دارد. با این حساب بازاریابی برندها در قالب نمایش آگهی در اپ‌های موردنظر ایده جذابی خواهد بود.

کاربران در طول روز توجه بسیار زیادی به اپ‌های مختلف دارند. این امر مزیت قابل ملاحظه‌ای برای برندها ایجاد می‌کند. مهمترین نکته در این میان انتخاب یک اپ مناسب برای همکاری است. این امر نیازمند توجه به نکات فراوان از قبیل ماهیت اپ موردنظر و تلاش برای شخصی‌سازی تبلیغات است. اشتباه برخی از بازاریاب‌ها همکاری تبلیغاتی با اپ‌های نامناسب است. به این ترتیب در نهایت نتیجه قابل ملاحظه‌ای در انتظار برندها نخواهد بود.

اگر یک برند در زمینه تولید خودرو فعالیت دارد، همکاری با اپ‌های مرتبط با این صنعت اهمیت بالایی خواهد داشت. این امر امکان دسترسی به دامنه وسیعی از مشتریان علاقه‌مند به صنعت خودرو را فراهم خواهد ساخت. اگر چنین برندی در حوزه‌های غیرمرتبط با کسب و کارش اقدام به بازاریابی نماید، به سرعت توانایی تاثیر گذاری بر روی مخاطب هدف را از دست خواهد داد. همچنین شاید در نهایت اعتراض‌هایی نسبت به عملکرد برند موردنظر ایجاد شود.

اپ‌های موبایلی گزینه مناسبی برای شروع فرآیند بازاریابی موبایلی است. بسیاری از برندها در این زمینه همیشه با نگرانی در مورد نحوه شروع و بازاریابی مواجه هستند. استفاده از اپ‌ها جذاب به عنوان ابزاری برای بازاریابی همیشه گزینه مطمئنی خواهد بود. بنابراین دیگر نیازی به نگرانی درباره نحوه شروع فرآیند بازاریابی نخواهد بود.

بازاریابی در صنعت گیم موبایلی

پیشرفت سخت‌افزاری گوشی‌های هوشمند امکان تولید بازی‌های جذاب را نیز بیشتر کرده است. بسیاری از برندها در طول سال‌های اخیر اقدام به

به قلم: لورن پاپ کارشناس بازاریابی دیجیتال

ترجمه: علی آل‌علی

جلب نظر مخاطب هدف در دوران کنونی یکی از سخت‌ترین کارها برای هر بازاریابی محسوب می‌شود. بسیاری از برندها در این مسیر نیاز به راهنمایی گسترده مخاطب هدف دارند. همچنین باید به نکات مختلف در این زمینه مانند سرمایه‌گذاری مناسب و همچنین استفاده از الگوهای نوین بازاریابی نیز توجه داشت. الگوهای نوین بازاریابی نقش مهمی در توسعه و موفقیت برندها بازی می‌کند. یکی از شیوه‌های تازه بازاریابی مربوط به الگوی موبایلی است. توسعه گوشی‌های هوشمند در طول سال‌های اخیر اهمیت بسیار زیادی یافته است. این امر در طول سال‌های اخیر موجب سرمایه‌گذاری گسترده برندهای مختلف شده است.

کاربران در طول سال‌های اخیر زمان به مراتب بیشتری برای حضور در گوشی‌های هوشمند و پلتفرم‌های مرتبط با آن اختصاص داده‌اند. این امر بخش قابل ملاحظه‌ای از فرآیند بازاریابی برندها را تحت تاثیر قرار داده است. هدف اصلی در مقاله کنونی بررسی ماهیت و فرآیند بازاریابی موبایلی است.

بازاریابی موبایلی چیست؟

بازاریابی موبایلی یکی از انواع نوین بازاریابی دیجیتال محسوب می‌شود. توسعه ابزارهای دیجیتال در طول سال‌های اخیر وضعیت بسیاری از کسب و کارها را تغییر داده است. بازاریاب‌ها نیز در این میان تاثیر به شدت زیادی از تغییر عرصه‌های بازاریابی پذیرفته‌اند. کاربست فناوری‌های دیجیتال و همچنین استفاده از فناوری‌های نوین نقش مهمی در توسعه کسب و کارها داشته است.

استفاده از الگوی بازاریابی موبایلی شامل بهره‌گیری از پیامک، MMS همچنین تمرکز بر روی شبکه‌های اجتماعی قابل دسترسی از طریق گوشی‌های هوشمند است. در این میان باید به نقش سرویس‌های ایمیلی نیز توجه داشت. بسیاری از برندها در طول سال‌های اخیر با استفاده از ابزارهای ایمیلی به موفقیت‌های بازاریابی دست یافته‌اند. شاید در نگاه نخست سرویس ایمیل دیگر جذابیتی برای مخاطب هدف نداشته باشد، اما روند واقعی استفاده از چنین سرویس‌هایی بیانگر عکس ماجراست.

میزان خرید مستقیم مشتریان از طریق گوشی‌های هوشمند در طول یک دهه اخیر به طور مداوم افزایش پیدا کرده است. رونمایی از سرویس خرید درون برنامه‌ای اغلب شبکه‌های اجتماعی نقش مهمی در افزایش فروش برندها داشته است بنابراین بازاریابی در شبکه‌های اجتماعی اکنون فقط با هدف توسعه آگاهی پیرامون برند صورت نمی‌گیرد. بسیاری از برندها دارای اهداف واقع‌گرایانه و همچنین فروش بیشتر طی بازاریابی موبایلی هستند.

امروزه بازاریابی موبایلی فقط شامل ارسال پیامک‌های تبلیغاتی نیست. متافسافه هنوز هم بسیاری از کسب و کارها به حداقل شیوه‌های بازاریابی بسنده می‌کنند. این امر آنها را نسبت به نوآوری در عرصه بازاریابی ناآگاه می‌سازد. هرچه توانایی یک برند برای کاربست شیوه‌های بازاریابی بهتر افزایش پیدا کند، در نهایت شانس بیشتری برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف خواهد داشت.

چرا بازاریابی موبایلی اهمیت دارد؟

بازاریابی موبایلی در طول سال‌های اخیر رشد قابل ملاحظه‌ای را تجربه کرده است. امروزه کاربران به طور مداوم در تلاش برای استفاده از گوشی‌های هوشمند به جای رایانه‌های شخصی به منظور رفع نیازهای مختلف‌شان هستند. یکی از نیازهای جالب مشتریان مربوط به خرید محصولات به صورت آنلاین است. پیش از ظهور گوشی‌های هوشمند اغلب فرآیند خرید آنلاین از طریق رایانه‌های شخصی صورت می‌گرفت. اکنون این فرآیند به طور کامل تغییر کرده است. گوشی‌های هوشمند نقش مهمی در توسعه بازاریابی و تعامل میان برندها و مشتریان بازی می‌کند.

بر اساس گزارش موسسه Siteefy، ۵۰ درصد از کل ترافیک اینترنت از سوی گوشی‌های هوشمند ایجاد می‌شود. این امر به معنای دامنه وسیع کاربری گوشی‌های هوشمند است. با این حساب سرمایه‌گذاری در این حوزه برای هر برندی سودآور خواهد بود. اگر از همین حالا به دنبال بازاریابی موبایلی باشیم، به احتمال زیاد تا زمان افزایش سهم کاربران گوشی‌های هوشمند از بازار اینترنت سهم قابل ملاحظه‌ای برای کسب و کارمان دست و پا خواهیم کرد.

تبلیغات در پلتفرم‌های مخصوص گوشی‌های هوشمند بازگشت سرمایه قابل ملاحظه‌ای دارد. تبلیغات سنتی به طور معمول نیازمند بودجه فراوانی بود. همچنین نمایش تبلیغات به مخاطب هدف در قالب شیوه توده‌ای صورت می‌گرفت. نقطه ضعف اصلی این امر ناتوانی برندها برای انتخاب دقیق مخاطب هدف و شخصی‌سازی تبلیغات‌شان بود. امروزه تبلیغات در شبکه‌های اجتماعی موبایلی علاوه بر هزینه کمتر موجب افزایش بازگشت سرمایه‌گذاری برندها نیز می‌شود بنابراین مشاهده تبلیغات برندهای مختلف در این فضا تعجبی ندارد.

انواع الگوهای بازاریابی موبایلی

بازاریابی موبایلی نیز مانند هر الگوی دیگری شامل مجموعه‌ای متنوع از تکنیک‌ها و بخش‌های مجزااست. بسیاری از برندها نسبت به آگاهی از شیوه‌های مختلف بازاریابی در یک الگوی واحد بی‌توجه هستند. این امر فرآیند بازاریابی برندها را دچار یکنواختی خواهد کرد بنابراین تلاش اصلی کسب و کارها باید استفاده از شیوه‌های مختلف بازاریابی موبایلی برای افزایش تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف باشد.

خوب‌شناخته امروزه شیوه‌های بازاریابی موبایلی متنوعی در دسترس برندها قرار دارد. یکی از دلایل اصلی این وضعیت افزایش فناوری‌های دیجیتال در زمینه تولید گوشی‌های هوشمند نسل جدید است. با این حساب بازاریابی برای مخاطب هدف ساده و ارزان تر شده است. این امر توجه شمار بالایی از برندها را به بازاریابی در گوشی‌های هوشمند جلب کرده است. برخی از برندها همچنان بر روی شیوه‌هایی محدود از بازاریابی در گوشی‌های هوشمند توجه دارند. این امر موجب کاهش میزان تاثیر گذاری کسب و کارها بر روی مخاطب هدف خواهد شد. در ادامه برخی از مهمترین شیوه‌ها و گونه‌های بازاریابی موبایلی را مورد بررسی قرار خواهیم داد. این امر فرصت مناسبی در اختیار برندها برای بازاریابی و تاثیر گذاری بهینه بر روی مخاطب هدف قرار می‌دهد.

بازاریابی پیامکی

استفاده از پیامک برای بازاریابی از زمان راه‌اندازی این سرویس و دسترسی گوشی‌های همراه آن شروع شد. این فناوری سادگی و تاثیرگذاری قابل ملاحظه‌ای دارد. بسیاری از برندها در طول سال‌های مداوم از پیامک‌های

چالش مدیریت کسب و کار به عنوان
کار آفرین تازه‌کار

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

شروع کسب و کار به عنوان کارآفرین مستقل جذابیت بسیار زیادی برای اغلب افراد دارد. بسیاری از کارآفرینان پس از سال‌ها فعالیت به عنوان کارمند اقدام به ترک موقعیت مناسب‌شان در سازمان‌های بزرگ می‌کنند. این امر با هدف تاسیس کسب و کار مستقل صورت می‌گیرد. اگر چه در این میان اغلب کسب و کارهای تازه تاسیس سرنوشتی بهتر از ورشکستگی در همان سال نخست ندارند، اما بازهم رویای راهاندازی کسب و کار مستقل جذابیت‌های خاص خود را دارد.

مدیریت کسب و کار برای کارآفرینان تازه‌کار امر دشواری محسوب می‌شود. بسیاری از کارآفرینان تازه‌کار مهارت قابل ملاحظه‌ای در زمینه رقابت با برندهای بزرگ‌تر ندارند. همین امر شرایط آنها را دشوار خواهد کرد. صرف نظر از بحث رقابت با برندهای دیگر، مدیریت داخلی کسب و کار نیز دارای اهمیت زیادی است. آشنایی با این مفاهیم و تکنیک‌های مدیریت برند باید به موقع صورت گیرد. در غیر این صورت ماه‌های نخست بسیار دشواری پیش روی کارآفرینان تازه‌کار خواهد بود. در ادامه برخی از مهمترین نکات و مهارت‌ها برای مدیریت بهینه کسب و کار از سوی کارآفرینان تازه‌کار مورد بررسی قرار خواهد گرفت.

مدیریت بهینه زمان

مدیریت زمان شاید در نگاه نخست توصیه‌ای ساده و کلیشه‌ای به نظر برسد، اما اغلب موجب حل و فصل بهینه چالش‌ها می‌شود. برخی از کارآفرینان تازه‌کار برای پیشبرد اهداف برندشان اقدام به کار برای ساعت‌های طولانی می‌کنند. اگر این امر در مورد تمام اعضای شرکت تصویب شود، وضعیت بدتر نیز خواهد شد. کار زیاد همیشه به معنای پیشبرد بهینه امور و دستیابی به اهداف نیست. تکنیک زندگی شخصی از حرفه‌ای باید مدنظر کارآفرینان قرار گیرد. اغلب افراد برای زندگی بهتر اقدام به کار می‌کنند. در این میان اگر فرصت کافی برای افراد به منظور رسیدگی به زندگی شخصی‌شان نباشد، فرآیند کار بی‌معنا خواهد بود.

یکی از تکنیک‌های مناسب برای مدیریت زمان توجه به استخدام تیم‌های کاری به جای کارمندان مجزاست. تیم‌های کاری همیشه سطح هماهنگی بالاتری از خودشان نشان می‌دهند. این امر به معنای توانایی تیم‌های کاری برای پیشبرد اهداف برند به صورت کاربردی و سریع است. این امر ما را به توصیه دوم هدایت خواهد کرد.

ایجاد تیم‌های کارآمد

استخدام تیم‌های کاری حالت بسیار ایده‌آلی را بازنمایی می‌کند. اغلب کسب و کارها، به ویژه نمونه‌های کوچک و تازه تاسیس، توانایی استخدام تیم‌های کاری به صورت یکجا را ندارند بنابراین باید به دنبال راهکار جایگزین باشند. این امر شامل تشکیل تیم‌های کارآمد است. استخدام هر فرد در شرکت باید با نگاه به فرآیند کلی تشکیل تیم کاری کارآمد باشد.

ارزیابی نیازهای شرکت در ابعاد مختلف اهمیت بسیار زیادی برای کسب و کارها دارد. تیم‌ها باید نیازهای مختلف شرکت را پوشش دهند بنابراین استخدام یک کارمند بدون تعیین نقشی برای وی بی‌فایده خواهد بود. متأسفانه امروزه بسیاری از برندها بدون توجه به سطح نیازشان اقدام به استخدام افراد گوناگون می‌کنند.

مدیریت سرمایه‌گذاری کسب و کار

سرمایه‌گذاری در حوزه‌های مختلف به عنوان یک کسب و کار مستقل امر عجیبی نیست. بسیاری از برندها برای کسب سود جانی اقدام به سرمایه‌گذاری بر روی حوزه‌های مختلف می‌کنند. گاهی اوقات نیز ماهیت یک برند بر روی سرمایه‌گذاری مداوم بر روی حوزه‌های مختلف قرار دارد. در این وضعیت باید بازارهای مناسب و مقدار مطلوب برای سرمایه‌گذاری ارزیابی شود. نظارت مداوم کارآفرینان بر روی سرمایه‌گذاری شرکت امری ضروری خواهد بود. شاید اعضای تیم سرمایه‌گذاری گزینه‌های جذابی پیشنهاد نمایند، اما در نهایت تصمیم‌گیری نهایی برعهده کارآفرینان خواهد بود. این امر به دلیل آگاهی کارآفرینان از وضعیت کسب و کار و مقدار بودجه در دسترس است.

بسیاری از کسب و کارها مقدار بودجه در دسترس‌شان را به طور دقیق برای تیم‌های مختلف کار بیان نمی‌کنند. بدون شک این امر مشکلات زیادی برای برندها ایجاد می‌کند. توصیه کاربردی این بخش بیان محدودیت‌های بودجه کسب و کار و نظارت مداوم بر روی نحوه سرمایه‌گذاری بودجه در دسترس بر روی حوزه‌های مختلف است. اگر این نکته مدنظر کارآفرینان قرار نگیرد، به سرعت با مشکل کمبود منابع مالی مواجه خواهند شد.

امروزه مدیریت کسب و کار به صورت مستقل از سوی کارآفرینان ایده بسیار جذابی است. مسئله اساسی در این میان نحوه مدیریت کسب و کار برای ماندگاری در بازار است. توصیه‌های مطرح در این مقاله شروع مناسبی برای کارآفرینان تازه‌کار خواهد بود.

منبع: noobpreneur.com



ترندهای حوزه استخدام کارمندان

چگونه کارمندان مناسب برای کسب و کارمان انتخاب کنیم؟



در این زمینه مهارت چندان زیادی ندارند. همین امر در بلندمدت مشکلات فراوانی برای آنها ایجاد خواهد کرد. تقویت توانایی کار گروهی کارمندان باید در برنامه هر برندی قرار داشته باشد. نکته مهم در این میان وضعیت استخدامی کارمندان است. ارزیابی توانایی کار گروهی در میان شمار بالایی از داوطلب‌های استخدامی کار ساده‌ای نیست. بنابراین باید معیارهایی نظیر میزان رضایت محل‌های کار قبلی و همچنین تعداد دوره‌های شرکت کرده در زمینه آموزش کار گروهی توجه کرد. این امر نقش مهمی در آگاهی از میزان مهارت کارمندان خواهد داشت.

۴. ارزیابی توانایی ارتباط با مشتریان

ارتباط با مشتریان برای هر برندی دارای اهمیت است. بسیاری از کسب و کارها در عمل توانایی ارتباط مناسب با مشتریان را ندارند. همین امر موجب کاهش میزان فروش برندها می‌شود. همکاری با کارمندان دارای مهارت ارتباط مناسب با مشتریان برای برندها مزیت بزرگی خواهد بود. بخش قابل توجهی از توانایی تعامل مناسب میان برندها و مشتریان مربوط به کیفیت تیم خدمات مشتریان است. این امر اغلب مورد بی‌توجهی کارمندان شرکت‌ها قرار می‌گیرد. نتیجه این امر توانایی تعامل و ارائه خدمات مناسب به مشتریان در سطح پایین است. کسب و کارها از همان ابتدای فرآیند استخدام نیروی کار باید برنامه‌ای ویژه برای همکاری با این افراد داشته باشند. شاید این امر در ابتدا بسیار عجیب به نظر برسد، اما در بلندمدت تاثیر مناسبی بر روی سطح ارتباط با مشتریان دارد.

امروزه اغلب مشتریان برای خرید از برندها به دنبال بهترین خدمات جانبی هستند. این امر با توجه به تجربه کسب و کارهای بزرگ در زمینه ارائه خدمات مناسب به مشتریان کار را برای برندها دشوار خواهد ساخت. بسیاری از برندها در این میان به دنبال تقویت کیفی خدمات‌شان به مشتریان هستند. این امر بدون توجه به استخدام کارمندان حرفه‌ای در زمینه خدمات مشتریان امکان‌ناپذیر خواهد بود بنابراین در ارزیابی رزومه کارمندان باید به این بخش مهم نیز توجه ویژه‌ای داشت.

۵. نتیجه‌گرایی در زمینه استخدام کارمندان

امروزه کسب و کارها دارای نیازهای بسیار زیادی هستند. مسئله اساسی در این میان اولویت‌بندی میان نیازهای مختلف است. اگر کسب و کارها رتبه‌بندی درستی از نیازهای‌شان نداشته باشند، امکان رقابت موثر با دیگران را از دست می‌دهند. بسیاری از برندها در زمینه استخدام کارمندان به دنبال اهداف بلندپروازانه‌ای هستند. مهمترین مسئله در این میان توجه به نیازهای جاری کسب و کار و تلاش برای حل و فصل بهینه آنهاست. اگر این نکته مهم مدنظر کارآفرینان قرار نداشته باشد، احتمال استخدام کارمندانی با مهارت‌های غیر کاربردی برای کسب و کارها افزایش خواهد یافت.

امروزه آژانس‌های بسیار زیادی برای کارهایی مشغول به فعالیت در سراسر دنیا هستند. اگر کسب و کار شما قصد همکاری با چنین آژانس‌هایی را نیز دارد، باید به فکر ایده‌هایی مناسب برای تعیین معیارهای استخدامی‌اش باشد. یکی از معیارهای مهم در این میان توانایی هر کارمند برای رفع یکی از نیازهای اساسی برندهاست. اگر این نکته به صورت کاربردی مدنظر برندها به هنگام استخدام کارمندان قرار نگیرد، به طور مداوم شاهد تلاطم نیاز استخدامی کسب و کارها خواهیم بود.

منبع: smallbusinessbonfire.com

اجتماعی نیز صحت دارد. توانایی کار با شبکه‌های اجتماعی برای تحقق اهداف تجاری باید مدنظر کسب و کارها برای استخدام نیروی کار جدید قرار گیرد. اگر مهارت کارمندان در این زمینه قابل ملاحظه باشد، شانس بالاتری برای استخدام و ماندگاری بلندمدت در شرکت‌ها می‌یابند.

• مدیران میانی به دلیل تعامل نزدیک با کارمندان باید توانایی ارتباطی مناسبی داشته باشند. این امر شامل توانایی یادگیری مهارت ارتباطی با شخصیت‌های مختلف است بنابراین در عمل مدیران میانی شرکت‌ها باید توانایی ارتباطی با انواع تیپ‌های شخصیتی را داشته باشند. در غیر این صورت اعتراض‌های مداوم کارمندان امری طبیعی خواهد بود.

۲. توانایی مدیریت

کارمندان برای همکاری با هم در زمینه کسب و کار فقط نیاز به توانایی همکاری ندارند. بسیاری از برندها در زمینه استخدام نیروی کار بیشتر به فکر توانایی هر یک از افراد در زمینه همکاری با هم هستند. این امر یکی از نکات مهم برای هماهنگی تیم‌های کاری را مورد غفلت قرار می‌دهد. توانایی مدیریتی برای هر کدام از اعضای شرکت ضروری است. این امر در صورت ضرورت برای تصمیم‌گیری سریع از سوی کارمندان موجب بروز بحران‌های گسترده نخواهد شد.

وابستگی شدید کارمندان به تصمیم‌های مرکزی از سوی مدیران میزان بهره‌وری و توانایی واکنش سریع برندها را تحت تاثیر قرار می‌دهد. اگر یک کسب و کار توانایی مدیریت بهینه ریسک‌های موجود در این زمینه را نداشته باشد، باید مدیرانش را به طور کامل وقف رسیدگی به وضعیت کارمندان کند.

توانایی مدیریتی کارمندان در شرکت‌های مختلف به شیوه‌های گوناگونی تقویت می‌شود. برندهای بزرگ دارای برنامه‌های مشخصی برای تقویت این مهارت کارمندان هستند. برخی دیگر از برندها نیز به طور مشخص مسئولیت‌هایی را به کارمندان‌شان تفویض می‌کنند. نتیجه این امر سازگاری مداوم کارمندان با بار مسئولیتی گسترده است. بدون تردید هر کارمند برای تبدیل شدن به مدیری عالی‌رتبه استخدام نمی‌شود. نکته مهم در این میان تقویت توانایی هر کدام از کارمندان برای مواجهه بهینه با شرایط مختلف است. این امر مزیت‌های بسیار زیادی برای برندها به همراه خواهد داشت.

۳. توانایی کار گروهی

براساس گزارش موسسه گالاپ، توانایی کار گروهی کیفیت نهایی پروژه‌ها و محصولات شرکت‌ها را افزایش می‌دهد. نکات ذیل در این زمینه قابل توجه است:

• فعالیت انفرادی در حوزه کسب و کار دیگر جایی در تجارت نوین ندارد. بسیاری از برندها برای فعالیت و تاثیرگذاری مناسب اقدام به تقویت مداوم توانایی همکاری اعضای‌شان می‌کنند. شاید این امر در ابتدا بسیار عجیب به نظر برسد، اما در نهایت موجب بهبود وضعیت برندها می‌شود. نکته عجیب در این میان ضرورت تقویت توانایی همکاری حتی میان مدیران ارشد شرکت‌هاست. انگاره سنتی در این زمینه مدیریت شرکت از سوی مدیرت واحد است. امروزه این امر با مدیریت موازی و حتی مکمل میان افراد مختلف دنبال می‌شود.

• انعطاف‌پذیری کسب و کارها در زمینه مواجهه با بحران‌های مختلف بستگی به توانایی هر برند برای مدیریت بهینه ریسک‌ها و همچنین کار گروهی برای عبور از شرایط دشوار دارد. بسیاری از کسب و کارها

به قلم: رابا خاشاب موسس و مدیرعامل موسسه ezClocker
ترجمه: علی آل‌علی

مدیریت کسب و کار کوچک به هنگام مواجهه با نیاز برای استخدام کارمندان تازه همیشه همراه با نگرانی و استرس است. بسیاری از کسب و کارها برنامه‌ای برای مقایسه درخواست‌های استخدامی ندارند. امروزه بسیاری از کارمندان برای یافتن شغل موردنظرشان اقدام به ارسال رزومه برای شرکت‌های متعدد می‌کنند. اگر یک کسب و کار در این میان برنامه‌ای مشخص برای تعامل با درخواست‌های موردنظر نداشته باشد، فرآیند استخدام نیروی تازه بسیار دشوار خواهد شد. متأسفانه بسیاری از کسب و کارها در عمل توانایی تعریف فرآیندی مناسب به منظور تعیین ارزش و طبقه‌بندی داوطلب‌های استخدامی را ندارند.

استفاده از معیارهای مشخص برای ارزیابی رزومه افراد و همچنین تعامل با آنها در جلسات حضوری اهمیت بالایی دارد. کارمندان حرفه‌ای دارای سابقه مناسب در صورت مواجهه با سردرگمی مسئول مصاحبه استخدامی به سرعت قید همکاری را خواهند زد. نتیجه این امر مواجهه با شمار اندکی از درخواست‌های باقیمانده و کیفیت نامناسب اغلب آنهاست.

کسب و کارهای کوچک نیاز اساسی به کارمندان مناسب برای فعالیت بهینه در زمینه کسب و کار دارند. موفقیت یا شکست کسب و کارها به طور کامل بستگی به کیفیت کارمندان‌شان و تفاوت‌های آنها دارد. اگر کارمندان توانایی جلب نظر مخاطب کارمندان مناسب به صورت تاثیرگذار را نداشته باشند، بخش قابل توجهی از فرآیند توسعه‌شان با مشکل رو به رو می‌شود. خوشبختانه امروزه شیوه‌های متنوعی برای تاثیرگذاری بر روی افراد موردنظر برای استخدام وجود دارد. این امر در مورد شیوه‌های ارزیابی رزومه‌های مختلف و حضور تاثیرگذار در جلسات استخدامی نیز به همین ترتیب است. با این حساب کسب و کارهای کوچک امکان جلب نظر داوطلب‌های استخدام و تاثیرگذاری بر روی آنها به صورت بهینه را خواهند داشت. در ادامه به بررسی برخی از نکات مهم در این زمینه خواهیم پرداخت.

۱. اهمیت توانایی ارتباطی

بسیاری از آگهی‌های استخدامی به دنبال کیفیت بالا در زمینه ارتباطات کارمندان هستند. امروزه کسب و کارها در عصر فناوری اطلاعات و ارتباطات گسترده مشغول به فعالیت هستند. این امر نیاز به تعامل بهینه میان افراد را دوچندان می‌کند. اگر تیم‌های کاری دارای اعضای با توانایی ارتباطی اندک باشد، در نهایت توانایی فعالیت بهینه و اثرگذاری مورد انتظار بر روی وضعیت کلی کسب و کار را نخواهند داشت.

براساس گزارش موسسه اکونومیست، برخی از معیارهای مهم برای انتخاب کارمندان دارای توانایی ارتباطی مناسب به شرح ذیل است:

• تاثیر ارتباطات ضعیف بر روی کسب و کار قابل ملاحظه است. امروزه با توسعه ابزارهای ارتباطی در زمینه دیجیتال باید به آگاهی کارمندان از نحوه کار با این ابزارها توجه داشت بنابراین یکی از معیارهای مهم در این میان توجه به توانایی تعامل میان کارمندان با یکدیگر یا تعاملات برون‌سازمانی براساس کاربست فناوری‌های ارتباطی نوین است.

• کاربرد شبکه‌های اجتماعی در طول سال‌های اخیر به طور مداوم افزایش یافته است. این امر در مورد کاربرد تجاری شبکه‌های



مدیرعامل شرکت برق منطقه ای خوزستان خبر داد:

احداث ورود و خروج خط ۱۳۲ کیلوولت رامهرمز - باغملک در پست میداود

اهواز - شبنم قجاوند: مدیرعامل شرکت برق منطقه ای خوزستان از پایان عملیات احداث ورود و خروج خط ۱۳۲ کیلوولت رامهرمز- باغملک در پست میداود و برداری آن خبر داد. محمود دشت بزرگ اظهار کرد: عملیات احداث ورود و خروج خط ۱۳۲ کیلوولت رامهرمز- باغملک در پست میداود شامل تامین تجهیزات، عملیات ساختمانی، نصب برج و سیم کشی به طول ۱۶ کیلومتر به پایان رسید و بردار شد. وی ارزش سرمایه گذاری این پروژه را بالغ بر ۲۱۵ میلیارد ریال اعلام کرد. مدیرعامل شرکت برق منطقه ای خوزستان تأمین انرژی پست ۱۳۲ کیلو ولت میداود را مهم ترین هدف بهره برداری از این پروژه دانست و افزود: پایداری شبکه و کاهش بار شبکه فوق توزیع شهرستان باغملک و تامین برق بخش های خانگی، کشاورزی و ایجاد زیرساخت های لازم جهت توسعه بخش های مختلف در منطقه، از دیگر اهداف بهره برداری از این پروژه است. دشت بزرگ تصریح کرد: از مهر ماه سال ۹۸ تاکنون ۲۳۰ کیلومتر مدار خط و ۱۱۳ کیلومتر مدار هادی بر ظرفیت به بخش انتقال و فوق توزیع شبکه تحت نظارت این شرکت در استان های خوزستان و کهگیلویه و بویراحمد اضافه شده است.



مدیر آموزش الکترونیکی دانشگاه بوعلی سینا در گفتگو با بسنا:

یادگیرندگان امروزی سهم خود از هدف گذاری، تعیین محتوا، تعاملات و پیشرفت آموزش را مطالبه می کنند

همدان - خبرنگار فرصت امروز: دکتر اکبر مومنی راد گفت: با انقلاب و انفجار اطلاعات نمی توان صرفا به منابع آموزشی سنتی بسنده کرد. یادگیرندگان امروزی سهم خود از هدف گذاری، تعیین محتوا، تعاملات و پیشرفت آموزش را مطالبه می کنند. دکتر اکبر مومنی راد عضو هیات علمی گروه علوم تربیتی و مدیر آموزش الکترونیکی دانشگاه بوعلی سینا در گفتگوی اختصاصی با خبرنگار بسنا اظهار داشت: به طور کلی هر گونه ترکیب فناوری اطلاعات و ارتباطات با فرایند آموزش و یادگیری را می توان یادگیری الکترونیکی نامید. وی افزود: پیشرفت در حوزه فناوری اطلاعات و ارتباطات می تواند این حوزه را به طور جدی تحت تأثیر قرار دهد. با این حال شرایط روز و نیازهای حوزه آموزش و یادگیری، مطالبات یادگیرندگان و اساتید نیز می تواند ما را به خلق و ایجاد شیوه های نوین آموزشی رهنمون شود. مومنی خاطر نشان کرد: در حوزه یادگیری الکترونیکی و راه های همدیاف بسیاری وجود دارد. برخی از این راه ها عبارتند از یادگیری مجازی، یادگیری مبتنی بر وب، آموزش آنلاین، یادگیری با کمک کامپیوتر، آموزش مبتنی بر کامپیوتر و... که هر کدام از این راه ها به ابعادی از حوزه آموزش و یادگیری الکترونیکی اشاره می کنند. وی همچنین عنوان کرد: برخی با حضور اینترنت و برخی در غیاب اینترنت نامی متفاوت دارند. با این حال موضوعی که مبرهن است، عدم امکان مغفول گذاشتن این حوزه و بی اعتنایی به آن است. مدیر آموزش الکترونیکی دانشگاه بوعلی سینا تشریح کرد: امروزه دانش ها به سرعت کهنه شده، منسوخ گردیده و نظریات و دانش ها و روایت های جدید جایگزین آنها می شوند. وی اضافه کرد: با انقلاب و انفجار اطلاعات نمی توان صرفا به منابع آموزشی سنتی بسنده کرد. یادگیرندگان امروزی سهم خود از هدف گذاری، تعیین محتوا، تعاملات و پیشرفت آموزش را مطالبه می کنند. اکبر مومنی راد بیان داشت: معلمی که همچون دیکتاتور در پی القای صرف صحبت های خود بوده و نیازمندی های روز را در نظر نگیرد، به زودی جایگاه خود را نزد یادگیرندگان از دست داده و از گردونه خارج می شود. امروزه معلم بیش از آنکه حاکم کلاس باشد (sage on the stage)، باید راهنمای یادگیرندگان (guide on the side) باشد.

فرمانده انتظامی گلستان:

برقراری نظم و امنیت پایدار با مشارکت حداکثری مردم محقق می شود

گرگان - خبرنگار فرصت امروز: فرمانده انتظامی استان گلستان گفت: برقراری نظم و امنیت پایدار با حضور و مشارکت حداکثری مردم در عرصه های مختلف محقق می شود. سرهنگ محمد سعید فاضل دادگر در سخنرانی پیش از خطبه های نماز جمعه گرگان اظهار داشت: مشارکت سازنده پلیس و مردم در عرصه های مختلف سبب نهاده شدن امنیت و کاهش جرائم در کشور می شود. وی افزود: برقراری نظم و امنیت پایدار با حضور و مشارکت حداکثری مردم در عرصه های مختلف محقق می شود. رئیس پلیس گلستان در ادامه تصریح کرد: یکی از اهداف اصلی هفته ناجا اثر گذاری بر افکار عمومی به منظور همراستاری مردم با پلیس در ایجاد امنیت است، متولی امنیت در حقیقت خود مردم هستند و زمانی که مردم در برقراری امنیت نقش دارند نیروی انتظامی از این امنیت حفاظت می کند. سرهنگ دادگر گفت: مأموران نیروی انتظامی در کنار همه مشکلات با توسل به انیمه اظهار (علیه السلام) دوران خدمت را با عزت و افتخار طی می کنند و در این مسیر نورانی ثابت قدم هستند. وی بیان اینکه در این مقطع حساس مسئولان باید تلاش مضاعفی داشته باشند تا رنج مردم دوچندان نشود، اظهار کرد: از مرزها تا روستاها و شهرها نیروی انتظامی مأموریت دارد و در حفظ امنیت جامعه بر تلاش است. فرمانده انتظامی گلستان با بیان اینکه نیروی انتظامی جزء برترین سازمان ها در خدمت رسانی به مردم بوده به شمار می رود، متذکر شد: برنامه های متنوعی در هفته نیروی انتظامی تدارک دیده شده است.

در نشست فرمانده سپاه کربلای مازندران با رئیس دانشگاه علوم پزشکی استان تاکید شد:

گسترش همکاری دانشگاه علوم پزشکی مازندران و سپاه کربلای استان در پیشگیری از ویروس کرونا

ساری - دهقان: نشست مشترک فرماندهی ارشد سپاه کربلای مازندران با رئیس دانشگاه علوم پزشکی استان در سالن قلم این دانشگاه برگزار شد. قدرانی از دانشگاه علوم پزشکی مازندران در مدیریت و کنترل بیماری منحوس کووید ۱۹ و تلاش های ابتکارگانه تمامی مدیران و کارکنان بهداشت و درمان، آگاهی جامعه برای پیشگیری از شیوع و آلودگی به ویروس کرونا را یکی از محورهای مهم در مبارزه با این بیماری دانست و بر آمادگی همه جانبه ی سپاه کربلای استان مازندران جهت کمک به دانشگاه علوم پزشکی مازندران در برابر پیک های احتمالی پیش رو تاکید کرد. فرمانده ارشد سپاه استان با اشاره به ارائه خدمات بهداشتی در حوزه های نیروهای مسلح، جامعه و کمک رسانی به مردم و دستگاه های اجرایی خدمت رسان، خواستار تشکیل کارگروه های مشترک و تخصصی بین دانشگاه علوم پزشکی مازندران و سپاه کربلای استان جهت استفاده از ظرفیت های بسیجیان و گروه های جهادی در عرصه های مختلف حوزه سلامت از جمله آگاهی بخشی، آموزش و درمان شد.



جامعه برای پیشگیری از کرونا و تشکیل کارگروه های مشترک و تخصصی گسترش همکاری دانشگاه علوم پزشکی مازندران و سپاه کربلای استان در پیشگیری از ویروس کرونا فرمانده سپاه کربلای مازندران در نشست با رئیس دانشگاه علوم پزشکی استان گفت: مجموعه سپاه برای همکاری با دانشگاه علوم پزشکی مازندران کامل دارد و تمامی امکانات خود را برای مقابله با بیماری کرونا بکار می گیرد.

سرهنگ سیاوش مسلمی فرمانده سپاه کربلای مازندران در این دیدار ضمن قدردانی از رئیس دانشگاه علوم پزشکی مازندران در مدیریت و کنترل بیماری منحوس کووید ۱۹ و تلاش های ابتکارگانه تمامی مدیران و کارکنان بهداشت و درمان، آگاهی جامعه برای پیشگیری از شیوع و آلودگی به ویروس کرونا را یکی از محورهای مهم در مبارزه با این بیماری دانست و بر آمادگی همه جانبه ی سپاه کربلای استان مازندران جهت کمک به دانشگاه علوم پزشکی مازندران در برابر پیک های احتمالی پیش رو تاکید کرد. فرمانده ارشد سپاه استان با اشاره به ارائه خدمات بهداشتی در حوزه های نیروهای مسلح، جامعه و کمک رسانی به مردم و دستگاه های اجرایی خدمت رسان، خواستار تشکیل کارگروه های مشترک و تخصصی بین دانشگاه علوم پزشکی مازندران و سپاه کربلای استان جهت استفاده از ظرفیت های بسیجیان و گروه های جهادی در عرصه های مختلف حوزه سلامت از جمله آگاهی بخشی، آموزش و درمان شد.

برگزاری مسابقات کشوری تفسیر عمومی قرآن کریم در استان بوشهر

بوشهر - خبرنگار فرصت امروز: مسابقات کشوری تفسیر عمومی قرآن کریم در استان بوشهر برگزار شد به گزارش روابط عمومی اداره کل اوقاف و امور خیریه استان بوشهر، مسابقات کشوری تفسیر عمومی قرآن کریم در استان بوشهر برگزار شد.

رئیس اداره امور قرآنی اداره کل اوقاف و امور خیریه استان بوشهر با بیان این مطلب گفت: آزمون مرحله کشوری تفسیر عمومی قرآن کریم صبح امروز دوم آبان ماه باحضور دو نفر از نقات برتر این رشته همزمان با سراسر کشور در سالن جلسات اداره کل اوقاف استان برگزار شد.

علی اکبرملاح افزود: این دوره از مسابقات به دلیل شیوع بیماری کرونا جهت رعایت حلال متسابقین امسال در مراکز استان ها با نظارت مرکز امور قرآنی سازمان اوقاف بصورت ویدئو کنفرانس برگزار شد.



افق روشن سود دهی مادر صنعت فولاد در چشم انداز ۹۹ ذوب آهن اصفهان از زیان انباشته خارج شد



جلسه همچنین منصور یزدی زاده مدیر عامل ذوب آهن اصفهان ضمن تشکر از پیگیری ها و حمایت های هلدینگ صدر تأمین، برنامه های شرکت در زمینه رشد کمی و کیفی تولید، توسعه صادرات تأمین مواد اولیه، تأمین آب و برنامه راه اندازی کوره بلند شماره یک

اصفهان - قاسم اسد: جلسه ارزیابی عملکرد شش ماهه ذوب آهن اصفهان با حضور مدیرعامل و دیگر مدیران ارشد تاسیکو و مدیران شرکت ذوب آهن اصفهان به صورت ویدئو کنفرانس ۳۰ مهرماه در اصفهان و تهران برگزار شد. در این جلسه غلامرضا سلیمانی مدیر عامل صدر تأمین گفت: گزارش عملکرد ذوب آهن نشان دهنده برنامه ریزی، تعامل و فعالیت گسترده، دقت و شفافیت کارهای این شرکت و تعامل و پاسخگویی مناسب مسئولین آن است. وی افزود: تولید و فروش ریل ملی و حذف زیان انباشته این شرکت در نیمه اول امسال علی رغم مشکلات تأمین مواد اولیه و... نمونه ای از دستاوردها و موفقیت های بزرگ ذوب آهن است که منجر به اعتبار بخشی بالایی برای این شرکت است. مدیر عامل صدر تأمین با قدردانی از مدیران و کارکنان این شرکت، افزایش تولید مصوب و تولیدات محصولات جدید با ارزش افزوده بالا، صادرات خدمات فنی و مهندسی و توسعه بازار صادرات ذوب آهن را خواستار شد. در این

مدیر نوسازی و تحول سازمانی شهرداری قم:

اجرای قرارداد برنامه ریزی استقرار چرخه بهره وری در شهرداری قم شروع شد



قم - خبرنگار فرصت امروز: رئیس ستاد شهروشمند شهرداری قم گفت: قرارداد برنامه ریزی استقرار چرخه بهره وری در شهرداری قم به شرکت مشاور ابلغ شد. همایون یزدان پناه در گفتگویی با اشاره به ابلغ قرارداد برنامه ریزی استقرار چرخه بهره وری در شهرداری قم به شرکت مشاور ابلغ اظهار داشت: برای اولین بار به صورت نمونه، در جهت افزایش بهره وری اصولی در شهرداری ها، شهرداری قم انجام مطالعه شده این برنامه را شروع نموده است. مدیر نوسازی و تحول سازمانی شهرداری قم افزود: براساس این قرارداد، مطالعاتی در مورد وضعیت موجود شهرداری قم توسط مشاور انجام می شود تا بر اساس وضع موجود و تعیین وضع مطلوب، به برنامه ریزی مناسبی دست یابیم و چرخه بهره وری را عملیاتی نمائیم. وی تصریح کرد: با طرح مطالعاتی مذکور، بهره وری شهرداری هر سال اندازه گیری می شود و در جهت کاهش هزینه ها و اثربخشی اقدامات و افزایش بازدهی گام های موثری برداشته خواهد شد. یزدان پناه عنوان کرد: طرح مطالعاتی مذکور تا پایان سال جاری (۱۳۹۹) انجام می شود. ایشان اذعان داشتند: ما برآنیم تا با نگرشی مطالعاتی براساس علم و پژوهش اتفاق موثری در شهرداری بیفتد و طبق استانداردهای بومی بتوانیم به طرحی موثر در افزایش بهره وری شهرداری قم دست یابیم. وی بیان کرد: این یک برنامه مدون و مطالعه شده خواهد بود که علاوه برادرا بودن نقشه راه، یک برنامه عملیاتی حرکت از وضع موجود تا وضع مطلوب و به صورت چرخه ای توسط مشاور ارائه می دهد. رئیس ستاد شهروشمند شهرداری قم در تشریح مراحل اندازه گیری بهره وری در این قرارداد خاطر نشان کرد: برای شناخت وضعیت موجود بایستی ابتدا انواع شاخص های کمی و کیفی مناسب در هر زمینه و

در آینده نزدیک را تشریح نمود. وی اظهار داشت: میزان فروش ذوب آهن اصفهان در ۶ ماهه اول سال جاری با افزایش ۴۶ درصدی نسبت به مدت مشابه در سال قبل به ۷۵۶۵۸ میلیارد ریال، سود خالص این شرکت در این مدت با افزایش ۲۲ درصدی به ۵۵۰۴ میلیارد ریال و سود عملیاتی این شرکت با افزایش ۱۰ درصدی به ۸۱۹۱ میلیارد ریال رسید. در این جلسه گزارش عملکرد ذوب آهن اصفهان در حوزه های تولید، خرید، فروش و صادرات، پروژه ها و طرح های توسعه، اهم موفقیت ها و دستاوردهای یک ساله و همچنین مسایل نیروی انسانی آن مطرح و مورد تأیید قرار گرفت. شایان ذکر است ذوب آهن اصفهان در ۶ ماهه منتهی به شهروبر سال جاری برای هر سهم ۸۹ ریال سود محقق کرد. این شرکت در مدت مشابه سال قبل ۲۳ ریال سود برای هر سهم شناسایی کرده بود. علت اصلی افزایش ۹۲ درصدی سود در ۶ ماهه اول سال ۹۹ نسبت به مدت مشابه قبل را می توان ناشی از رشد ۴۶ درصدی درآمد های آن دانست.

در فرهنگ کارمحور تأکید اصلی بر روی موفقیت ها و دستاوردهای موجود در کار است این امر دلیل وجود و بقای سازمان است و هیچ چیز نمی تواند در این هدف بزرگ مداخله کند. وی خاطر نشان کرد: اقدامات لازم در این مسیر شامل آموزش و فرهنگ سازی، برگزاری سیمینارهای آموزشی و توجیهی بهبود بهره وری ویژه کارکنان (مدیران و کارمندان) و ایجاد علاقه و اشتیاقی به بهبود بهره وری در بین آنها است. یزدان پناه عنوان کرد: بهره وری یکی از دو عامل اساسی در رشد اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جوامع به شمار می رود و در هر جامعه سهمی از رشد، مربوط به سرمایه گذاری از محل منابع مختلف طبیعی، مادی، اجتماعی و انسانی و سهم دیگری به استفاده بهینه جامعه از آن منابع مربوط است. وی تصریح کرد: مقام معظم رهبری نیز هر ساله در پیام های آغاز سال جدید و نامگذاری و تعیین شعار سال، توجه به موضوع مهم بهره گیری مناسب از منابع کشور را یادآوری می نمایند، در این باره وجود مفاهیمی چون "عدالت اجتماعی، وجدان کاری و انضباط اجتماعی، نوآوری و شوکوفای، اصلاح الگوی مصرف، همت متضاعف، کار مضاعف و جهاد اقتصادی، تولیدملی و حمایت از کار و سرمایه ایرانی، اقتصاد مقاومتی و همدلی و همزبانی دولت و ملت در پیام های معظم له ناظر بر اهمیت این امر است. رئیس ستاد شهروشمند شهرداری قم بیان کرد: به لحاظ نقش و اهمیت فرهنگ کاری در فرآیند پیشرفت اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی شهر و همچنین تأثیر کلیدی این مولفه بر ارتقای بهره وری سازمانی و نهایتاً ملی، توجه به افزایش ظرفیت ها و قابلیت های متناسب با نیازها، اهداف و ضرورت های پیشرفت شهر در کلیه بخشها را اجتناب ناپذیر ساخته است.

مدیر شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی منطقه ساری:

سوخت مورد نیاز پره های ماهیگیری و شناورهای صیادی تأمین شد



ساری - دهقان: مدیر شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی منطقه ساری گفت: با توجه به مصرف ۷/۲ میلیون لیتر نفتگاز و نفت سفید توسط پره های ماهیگیری و شناورهای صیادی در سال ۱۳۹۸ نسبت به مدت مشابه سال قبل ۱۱ درصد کاهش مصرف مشاهده می شود. به گزارش خبرنگار مازندران به نقل روابط عمومی، سبحان رجب پور مدیر شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی منطقه ساری از تسویه حساب کارشناسان این اداره نتایج خوبی حاصل شده که باعث مصرف بهینه در این حوزه شد. سبحان رجب پور اضافه کرد: در سال صیادی ۱۳۹۸ حدود ۷/۲ میلیون لیتر نفتگاز و نفت سفید توسط پره های ماهیگیری و شناورهای صیادی مصرف شد که با مقایسه آن با سال ۱۳۹۷ که بیش از ۳ میلیون لیتر است ۱۱ درصد کاهش مصرف مشاهده می شود. رجب پور توضیح داد

در سال ۹۷ بیش از دو میلیون و ۷۰۰ هزار لیتر سوخت نفتگاز در بخش کشتی رانی توزیع و در سال ۹۸ این مقدار به حدود دو میلیون و ۵۰۰ هزار لیتر کاهش یافت. رجب پور اظهار کرد: در سال ۹۸ بیش از ۲۶۰ هزار لیتر سوخت نفت سفید در بخش شناورهای صیادی توزیع و در سال ۹۷ این مقدار حدود ۴۶۰ هزار لیتر بود که با منطقی کردن سهمیه و ساماندهی مصرف کنندگان واقعی ۷۷

رئیس اداره فرهنگ و ارشاد اسلامی شهرستان قدس خبر داد:

برگزاری جلسه شورای توسعه فرهنگ قرآنی

شهر قدس - خبرنگار فرصت امروز: اولین جلسه شورای توسعه فرهنگ قرآنی در سال ۱۳۹۹ به ریاست حجت الاسلام والمسلمین جوکار امام جمعه شهرستان قدس، غلامرضا آبکار رئیس اداره فرهنگ و ارشاد اسلامی و دبیر شورا و اعضای شورای توسعه فرهنگ قرآنی در سالن جلسات ستاد اقامه نماز شهرستان قدس برگزار شد. به گزارش روابط عمومی اداره فرهنگ و ارشاد اسلامی شهرستان قدس، حجت الاسلام والمسلمین جوکار، بر لزوم تداوم برگزاری جلسات شورای توسعه فرهنگ قرآنی تاکید و گفت: توسعه فرهنگ قرآنی و روشهای توسعه این فرهنگ در میان ادارات و سازمان های شهرستان قدس می بایست اجرا و پیگیری بیشتری صورت گیرد. ادارات و سازمان ها، می بایست گزارش عملکرد و فعالیت های قرآنی اداره متبوع را به دبیر خانه شورای توسعه فرهنگ قرآنی، مستقر در اداره فرهنگ و ارشاد اسلامی ارائه نمایند. وی افزود: حیف است اداره ای در جهت توسعه فرهنگ قرآنی اقدامی انجام دهد و به شورای توسعه فرهنگ قرآنی اطلاع و گزارش ندهد

توجه به سالمندان جامعه، یکی از ابعاد مهم مسئولیت های اجتماعی پالایشگاه گاز ایلام است

تعداد ۳۰ دست لباس شامل پیراهن و شلوار در بین سالمندان یکی از مراکز بهزیستی در شهرستان ایوان کمک کرد است. اظهار داشت: این واحد صنعتی در طول سال های گذشته در زمینه توزیع اقلام بهداشتی، نوشت افزار و غیره در روستاهای اطراف و شهر چلچراق اقدامات مثبتی انجام داده است و هم اکنون هم در برنامه های خود استمرار و توسعه فعالیت های حوزه مسئولیت های اجتماعی را بصورت مدون و ساختار یافته در دستور کار قرار داده است.

شیوع بیماری کرونا به اقشار کم بضاعت و جامعه محلی، به سالمندان نیز توجه ویژه ای داشته است، افزود: این واحد صنعتی علاوه بر اقشار نیازمند و جوامع محلی، سالمندان را که یکی از اقشار آسیب پذیر جامعه هستند، فراموش نکرده و در جهت ایجاد روحیه شوق و امید در میان آنان که نیازمند مهر و محبت از سوی جامعه هستند، اهتمام ورزیده است. وی با اشاره به اینکه شرکت پالایش گاز ایلام در راستای مسئولیت های اجتماعی و احترام به سالمندان جامعه،

آگهی فقدان سند مالکیت

آقای حمید شاه محمدی اصلاتا و وکالتا از طرف رحمان شاه محمدی (مالکین)

با تسلیم دو برگ استشهادهیه محلی مصدق که تحت شماره ۶۳۵۴۰ و ۶۳۵۴۱ مورخ ۹۹/۶/۳۰ دفتر اسناد رسمی بشماره ۳۳۱ و درخواست به واره شماره ۹۹/۷/۱۳ مورخ ۱۴۷۰/۱۹۹۰۶ مالکیت ششدانگ یکقطعه زمین به مساحت ۳۰۰ متر مربع قطعه ۱۱۶۹ تفکیکی به پلاک ثبتی ۹۷۲۵ فرعی از ۱۸۶۳- اصلی مفروز از اصلی مذکور واقع در بخش ده تهران ذیل ثبت دفتر الکترونیکی ۱۳۷۵/۱۶۱۳۵/۱۱۴۷۰/۳۰/۱۳۹۸۲۰۳۰ و ۱۳۹۸۲۰۳۰/۱۱۴۷۰/۳۰/۱۳۹۸۲۰۳۰ به شماره چاپی ۰۵۲۹۶۲ و ۰۵۲۹۶۳ بنام آقایان رحمان شاه محمدی و حمید شاه محمدی (بالسویه) ثبت و صادر گردیده است. و برابر برگه استشهادهیه ارائه شده توسط متقاضی در قید رهن نمیباشد. سپس بعلت (جایجایی) سند مالکیت خود را گم نموده و درخواست صدور سند مالکیت المثنی نموده است. لذا مراتب باستناد ماده ۱۲۰ آئین نامه قانون ثبت فقط در یک نوبت در یک روزنامه کثیرالانتشار (همین روزنامه) آگهی می شود تا چنانچه کسی ادعای انجام معامله نسبت به ملک مذکور و یا وجود اسناد مالکیت آن نزد خود را داشته باشد از تاریخ انتشار این آگهی ظرف مهلت ۱۰ روز اعتراض خود را به انضمام اصل سند مالکیت به این اداره ارائه نماید تا مورد رسیدگی قرار گیرد. اصل سند مالکیت پس از ملاحظه به ارائه دهنده اعاده خواهد شد و به اعتراض بدون ارایه اصل سند مالکیت ترتیب اثر داده نخواهد شد. در صورت عدم وصول واخواهی ظرف مهلت مقرر قانونی، المثنی سند مالکیت پلاک مرقوم صادر و به متقاضی تسلیم خواهد شد. **۱۵۰۹۰ م الف** سرپرست اداره ثبت منطقه زیبادشت - جمشیدمهرآسا

شناسه آگهی ۱۰۲۹۲۱۳

اخطاریه ماده ۱۰۱ آئین نامه اجرای اسناد رسمی

بدینوسیله به آقای محمود رضا یآوری به نشانی تهران - بزرگ راه ارتش سوهانگ - مجتمع مروارید - بلوک B - طبقه ۶ واحد ۱ و خانم فاطمه بکائی و سلماز حشمتی و سوگل حشمتی همگی وراث مرحوم انوشیروان حشمتی به نشانی تهران منطقه مجیدیه خیابان بنی هاشم خیابان بهارستان دوم نیش خیابان قادری پلاک ۲۶ غرب طبقه همکف واحد ۴ ابلاغ میگردد: در خصوص پرونده اجرایی کلاسه ۹۴۰۱۵۳۶ له بانک صادرات بوشهر علیه فاطمه بکائی و سلماز حشمتی و سوگل حشمتی و محمود یآوری طبق گزارش مورخ ۱۳۹۹/۵/۲۵ کارشناس رسمی دادگستری، پلاک ثبتی فرعی: ۵۸۴۰ از پلاک اصلی ۴۶ در بخش: ۱۱ ناحیه: - واقع در: حوزه ثبتی قلهک مورد وثیقه سند رهنی شماره ۱۳۷۸۱۲ تنظیمی دفترخانه اسناد رسمی شماره ۳ شهر بوشهر استان بوشهر به مبلغ ۳۳/۰۰۰/۰۰۰ ریال ارزیابی گردیده. لذا چنانچه به مبلغ ارزیابی پلاک مذکور معترض می باشید، اعتراض کتبی خود را ظرف مدت پنج روز از تاریخ انتشار این اخطاریه به ضمیمه فیش بانکی دستمزد کارشناس تجدیدنظر به مبلغ ۶۷/۲۰۰/۰۰۰ ریال به دفتر این اجرا تسلیم نمایید. ضمناً به اعتراضی که خارج از موعد یا فاقد فیش بانکی دستمزد کارشناس تجدیدنظر باشد ترتیب اثر داده نخواهد شد. **۱۵۰۸۹ م الف** رئیس اداره اول اجرای اسناد رسمی تهران - مریم اعزازی

شناسه آگهی ۱۰۲۹۱۸۷

آگهی موضوع ماده ۳ قانون و ماده ۱۳ آئین نامه تعیین تکلیف وضعیت ثبتی و اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی

برابر رای شماره ۱۰۲۱۰۰۱۰۷۸۰۰۳۰۱۰۳۹۹۶ مورخ ۹۹/۷/۶ هیات موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک یافت آباد تهران تصرفات مالکانه بلامعارض متقاضی آقای رحمت آقامحمدی برنجقی فرزند قباد بشماره شناسنامه ۱۰ صادره از میانه در ششدانگ یک قطعه زمین با بنای احدائی در آن به مساحت ۱۰۰ متر مربع در قسمتی از پلاک ۲۲۶۶ فرعی از ۲ اصلی واقع در بخش ۱۲ تهران خریداری از مالک رسمی آقای ابراهیم خردیار محرز گردیده است. لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می شود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند می توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دو ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید، ظرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض، دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند. بدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد. **۹۹/۸/۶ م الف** رئیس ثبت اسناد و املاک - بهروز چشمان

شناسه آگهی ۱۰۲۹۱۸۵

پیش نویس آگهی فقدان سند مالکیت

خانم مریم قندی با تسلیم استشهادهیه گواهی شده بشماره ۶۲۱۵۷۸ - ۹۹/۷/۸ دفترخانه ۷۳۲ تهران، طی درخواست مورخ ۹۹/۷/۸ و با اعلام اینکه المثنی سند مالکیت ششدانگ یکقطعه زمین بمساحت ۳۴۶.۶۴ مترمربع پلاک ۵۰۹۵ فرعی از ۲۵۲۶ اصلی مفروز و مجزی شده از اصلی مذکور واقع در بخش ۳ تهران ذیل شماره ثبت ۱۵۱۱۲ صفحه ۴۸۱ دفتر جلد ۱۲۰ املاک بشماره چاپی ۹۵۲۰۶۳ بنام آقای مصطفی صدیقی شیواری ثبت و صادر گردیده است که مع الواسطه برابر سند قطعی شماره ۶۶۷۰ مورخ ۸۳/۲/۲ دفترخانه ۵۴۰ تهران به خانم مریم قندی منتقل گردیده است. مشخصات مالکیت: مالکیت مریم/ قندی فرزند محمدعلی شماره شناسنامه ۱۶۶ تاریخ تولد ۱۳۳۲/۲/۲۴ صادره از خوی دارای شماره ملی ۹۶۱۹۰۲۳۹۰۶۱۹ با جز سهم ۶ از کل سهم ۶ بعنوان مالک شش دانگ عرصه و اعیان عرصه و اعیان، موضوع سند مالکیت اصلی بشماره چاپی ۹۵۲۰۶۳ سری ب سال ۹۵ با شماره دفتر الکترونیکی ۱۳۹۶۲۰۳۰/۱۰۴۹۰/۱۸۱۵۷ متقاضی آقای مصطفی گردیده است. که تقاضای صدور المثنی سند مالکیت مذکور را بعلت مفقودی نموده است، علیهذا در اجرای ماده ۱۲۰ آئین نامه قانون ثبت (اصلاحی ۸۰/۱۱/۰۸)، مراتب در یک نوبت و در یکی از جراید آگهی میشود تا چنانچه شخص یا اشخاص مدعی انجام معامله نسبت به ملک مرقوم یا وجود سند مالکیت نزد خود باشند، ظرف مدت ۱۰ روز پس از انتشار این آگهی اعتراض خود را ضمن ارائه اصل سند مالکیت یا سند معامله به این اداره تسلیم و رسید دریافت نمایند. بدیهی است در صورت انقضای مهلت مقرر و عدم وصول اعتراض یا در صورت اعتراض، اصل سند مالکیت یا سند معامله ارائه نگردد، طبق مقررات و تشریفات اداری، المثنی سند مالکیت صادر و تسلیم مالک خواهد شد. **۱۵۰۸۲ م الف** مدیر واحد ثبتی حوزه ثبت ملک و بیمهر تهران

شناسه آگهی ۱۰۲۹۱۳۴

آگهی ابلاغ اجرائیه طبق ماده ۱۸ آئین نامه اجرای مفاد اسناد رسمی

بدینوسیله به شرکت شکوه نور احسان به نشانی: تهران شهرک غرب بلوار دریا مطهری شمالی نیش ساحل ۱ شرقی پلاک ۲ ابلاغ میشود: بانک سرمایه جهت وصول طلب خود به مبلغ ۱۷/۱۰۱/۹۴۷/۳۳۰ ریال اصل و خسارت تا تاریخ ۹۷/۰۲/۰۹ و از تاریخ مذکور تا روز وصول طبق مقررات به موجب اسناد رهنی شماره ۱۳۹۰۱۱ - ۹۲/۸/۱۹ تنظیمی دفترخانه شماره ۴۸ تهران علیه شما اجرائیه صادر نموده و پرونده اجرائی بکلاسه ۹۷۰۴۴۲۰ در این اداره تشکیل شده و طبق گزارش مورخ ۹۸/۱/۲۴ مامور مربوطه آدرس شما بشرح متن سند فوق شناخته شده و آدرس فعلی شما نیز برای

رئیس اداره سوم اجرای اسناد رسمی - نقیبی شناسه آگهی ۱۰۲۹۱۶۱

آگهی ابلاغ اجرائیه طبق ماده ۱۸ آئین نامه اجرای مفاد اسناد رسمی

نمیباشد لذا به تقاضای بستاکار و طبق ماده ۱۸ آیین نامه اجرا مفاد اجرائیه یک مرتبه در یکی از جراید کثیرالانتشار آگهی میشود چنانچه ظرف مدت ۱۰ روز از تاریخ انتشار این آگهی که روز ابلاغ محسوب میگردد نسبت به پرداخت بدهی خود اقدامی ننمایید مورد وثیقه مندرج در سند/ اسناد رهنی فوق با تقاضای بستاکار پس از ارزیابی از طریق مزایده فروخته و پرونده اجرائی بکلاسه ۹۷۰۴۴۲۰ در این اداره تشکیل شده و طبق گزارش مامور مربوطه آدرس شما بشرح متن سند فوق شناخته شده و آدرس فعلی شما نیز برای این اجرا مشخص

رئیس اداره سوم اجرای اسناد رسمی - نقیبی شناسه آگهی ۱۰۲۹۱۶۳

آگهی اختصاصی قانون تعیین تکلیف وضعیت اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی حوزه ثبتی چالوس

نظر به دستور مواد ۱ و ۳ قانون تعیین تکلیف وضعیت اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مصوب ۱۳۹۰/۹/۲۰ ملک متقاضی که در هیات موضوع ماده یک قانون مذکور مستقر در واحد ثبتی چالوس مورد رسیدگی و تصرفات مالکانه و بلامعارض وی محرز و رای لازم صادر گردیده جهت اطلاع عموم به شرح ذیل آگهی میگردد: فرعی از ۴۱ اصلی واقع در قریه چالوس بانکی بخش یک قشلاقی دهستان کلارستاق به نام قربتعلی اصلانو نسبت به ششدانگ یک قطعه زمین با ساختمان به مساحت ۱۳۲۸۵ متر مربع خریداری مع الواسطه از بنیاد علوی مالک رسمی لذا به موجب ماده ۳ قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی و ماده ۱۳ آیین نامه مربوطه این آگهی در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز از طریق این روزنامه و محلی / کثیرالانتشار در شهرها منتشر و در روستاها رای هیات الصاق تا در صورتیکه اشخاص ذینفع به آرای اعلام شده اعتراض داشته باشند باید از تاریخ انتشار اولین آگهی و در روستاها از تاریخ الصاق در محل تا دو ماه اعتراض خود را به اداره ثبت محل وقوع ملک تسلیم و رسید اخذ نمایند. معترضین باید ظرف یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض مبادرت به تقدیم دادخواست به دادگاه عمومی محل نمایند و گواهی تقدیم دادخواست را به اداره ثبت محل تحویل دهد که در این صورت اقدامات ثبت موقوف به ارائه حکم قطعی دادگاه است و در صورتی که اعتراض در مهلت قانونی واصل نگردد یا معترض، گواهی تقدیم دادخواست به دادگاه عمومی محل ارائه نکند اداره ثبت مبادرت به صدور سند مالکیت می نماید و صدور سند مالکیت مانع از مراجعه متضرر به دادگاه نیست. بدیهی است برابر ماده ۱۳ آیین نامه مذکور در مورد قسمتی از املاکی که قبلاً اظهارنامه ثبتی پذیرفته نشده، واحد ثبتی با رای هیات پس از تنظیم اظهارنامه حاوی تحدید حدود، مراتب را در اولین آگهی نوبتی و تحدید حدود به صورت همزمان به اطلاع عموم می رساند و نسبت به املاک در جریان ثبت و فاقد سابقه تحدید حدود، واحد ثبتی آگهی تحدید حدود را به صورت اختصاصی منتشر می نماید. **۱۹۹۰۵۹۸۱ م الف** تاریخ انتشار: ۱۳۹۹/۰۷/۲۱ تاریخ انتشار: ۱۳۹۹/۰۸/۰۶

نیکدام ازوجی سرپرست ثبت اسناد و املاک چالوس

آگهی اختصاصی قانون تعیین تکلیف وضعیت اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی حوزه ثبتی چالوس

نظر به دستور مواد ۱ و ۳ قانون تعیین تکلیف وضعیت اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مصوب ۲۰/۹/۱۳۹۰ ملک متقاضی که در هیات موضوع ماده یک قانون مذکور مستقر در واحد ثبتی چالوس مورد رسیدگی و تصرفات مالکانه و بلامعارض وی محرز و رای لازم صادر گردیده جهت اطلاع عموم به شرح ذیل آگهی میگردد: فرعی از ۳ اصلی واقع در قریه سلیم آباد بخش یک قشلاقی دهستان کلارستاق به نام صغری خسرونیا نسبت به ششدانگ یک قطعه زمین با ساختمان به مساحت ۲۹۲۸۲ متر مربع خریداری مع الواسطه از نوروز علی حمیدی کمال الدین پشته مالک رسمی لذا به موجب ماده ۳ قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی و ماده ۱۳ آیین نامه مربوطه این آگهی در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز از طریق این روزنامه و محلی / کثیرالانتشار در شهرها منتشر و در روستاها رای هیات الصاق تا در صورتیکه اشخاص ذینفع به آرای اعلام شده اعتراض داشته باشند باید از تاریخ انتشار اولین آگهی و در روستاها از تاریخ الصاق در محل تا دو ماه اعتراض خود را به اداره ثبت محل وقوع ملک تسلیم و رسید اخذ نمایند. معترضین باید ظرف یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض مبادرت به تقدیم دادخواست به دادگاه عمومی محل نمایند و گواهی تقدیم دادخواست را به اداره ثبت محل تحویل دهد که در این صورت اقدامات ثبت موقوف به ارائه حکم قطعی دادگاه است و در صورتی که اعتراض در مهلت قانونی واصل نگردد یا معترض، گواهی تقدیم دادخواست به دادگاه عمومی محل ارائه نکند اداره ثبت مبادرت به صدور سند مالکیت می نماید و صدور سند مالکیت مانع از مراجعه متضرر به دادگاه نیست. بدیهی است برابر ماده ۱۳ آیین نامه مذکور در مورد قسمتی از املاکی که قبلاً اظهارنامه ثبتی پذیرفته نشده، واحد ثبتی با رای هیات پس از تنظیم اظهارنامه حاوی تحدید حدود، مراتب را در اولین آگهی نوبتی و تحدید حدود به صورت همزمان به اطلاع عموم می رساند و نسبت به املاک در جریان ثبت و فاقد سابقه تحدید حدود، واحد ثبتی آگهی تحدید حدود را به صورت اختصاصی منتشر می نماید. **۱۹۹۰۵۹۸۵ م الف** تاریخ انتشار: ۱۳۹۹/۰۷/۲۱ تاریخ انتشار: ۱۳۹۹/۰۸/۰۶

نیکدام ازوجی سرپرست ثبت اسناد و املاک چالوس

آگهی ابلاغ اجرائیه طبق ماده ۱۸ آئین نامه اجرای مفاد اسناد رسمی

بدینوسیله به شرکت شکوه نور احسان به نشانی: شهرک غرب بلوار دریا مطهری شمالی نیش ساحل یکم شرقی پلاک ۲ ابلاغ میشود: بانک سرمایه جهت وصول طلب خود به مبلغ ۵۵/۰۲۷/۶۵۰/۸۰۵ ریال اصل و خسارت تا تاریخ ۹۷/۳/۲۰ و از تاریخ مذکور تا روز وصول طبق مقررات به موجب سند رهنی شماره ۱۴۰۰۴۷ تنظیمی دفترخانه شماره ۴۸ تهران علیه شما اجرائیه صادر نموده و پرونده اجرائی بکلاسه ۹۷۰۴۴۲۴ در این اداره تشکیل شده و طبق گزارش مامور مربوطه آدرس شما بشرح متن سند فوق شناخته شده و آدرس فعلی شما نیز برای این اجرا مشخص نمیباشد لذا طبق ماده ۱۸ آیین نامه اجرا مفاد اجرائیه یک مرتبه در یکی از جراید کثیرالانتشار آگهی میشود چنانچه ظرف مدت ۱۰ روز از تاریخ انتشار این آگهی که روز ابلاغ محسوب میگردد نسبت به پرداخت بدهی خود اقدامی ننمایید مورد وثیقه مندرج در سند رهنی فوق با تقاضای بستاکار پس از ارزیابی از طریق مزایده استیفاء خواهد شد. **۱۵۰۸۳ م الف** رئیس اداره سوم اجرای اسناد رسمی - نقیبی شناسه آگهی ۱۰۲۹۱۵۹

آگهی فقدان سند مالکیت

آقای مجتبی محمدی با وکالت آقای سید سجاد عرب زاده با ارائه دو برگ استشهادهیه که به تایید دفترخانه ۱۶۲ محمودآباد رسیده طی درخواست مورخ ۹۹۰۰۷۰۲۸/۱۳۹۹ تقاضای صدور سند مالکیت المثنی ششدانگ تحت پلاک ۲۵۸ فرعی از ۱۸ - اصلی بخش ۱۰ محمودآباد که سند مالکیت آن ذیل ثبت ۱۰۱۲ صفحه ۲۹۴ جلد ۷۹ به شماره چاپی ۹۷۴۱۵۰ ثبت گردیده و در اثر نامعلوم مفقود شده را نموده است. در اجرای تبصره یک ماده ۱۲۰ آیین نامه اصلاحی قانون ثبت مراتب در یک نوبت آگهی تا چنانچه اشخاص حقیقی و یا حقوقی مدعی انجام معامله و یا مالکیت و یا وجود سند مالکیت نزد خود می باشد می توانند از تاریخ انتشار آگهی ظرف مدت ده روز اعتراض خود را همراه اصل سند مالکیت یا سند معامله را به این اداره تسلیم و رسید دریافت نمایند چنانچه پس از اتمام مدت مقرر اعتراض ارائه نگردد و یا در صورت اعتراض اصل سند مالکیت یا سند معامله ارائه نشود این اداره مطابق مقررات اقدام به صدور سند مالکیت المثنی به نام مالک خواهد نمود. **۱۹۹۰۶۴۷۵ م الف** تاریخ انتشار: ۱۳۹۹۰۸۰۶

رئیس ثبت اسناد و املاک محمودآباد - فرهاد آقابائی

آگهی فقدان سند مالکیت

نظر به اینکه آقای محمد حاجعلی اصلاتا با اعلام مفقود شدن سند مالکیت ملک مورد آگهی با تسلیم استشهادهیه گواهی امضاء شده ذیل شماره ۷۰۱۴۹ و ۷۰۱۴۸ و ۷۰۱۱۸ - ۹۹/۶/۲۳ دفترخانه ۳۶۶ تهران و درخواست وارده ۱۲۷۷۶ - ۹۹/۶/۲۳، تقاضای صدور المثنی سند مالکیت را نموده است، مراتب در اجرای ماده ۱۲۰ آیین نامه قانون ثبت به شرح زیر آگهی میگردد

نام و نام خانوادگی مالک و میزان مالکیت: محمد حاجعلی - ششدانگ شماره پلاک: ۳۹۵۷/۲۹۰ علت گم شدن: جایجایی

خلاصه وضعیت مالکیت: اسناد مالکیت ششدانگ واحد تجاری پلاک ۳۹۵۷/۲۹۰ استانداندارد (پلاک ۳۸۹۲/۴۰۹ و ۳۹۵۷/۲۹۰ قدیم) قطعه ۷۶ تفکیکی مفروز از ۳ و ۶ و ۱۸ فرعی بخش ۳ مساحت ۱۷ متر مربع واقع در طبقه اول بنام وحید صفایی ۳ دانگ و امیر حسن نوروزیان ۳ دانگ ذیل ثبت ۱۶۲۹۴۷ و ۱۶۲۹۴۶ مساحت ۴۷۰ و ۴۶۷ دفتر ۱۰۶۴ و با شماره های چاپی ۱۶۷۵۳۷ و ۱۶۷۵۳۶ ثبت و صادر گردیده است. سپس برابر سند ۸۶۰۴ - ۸۹/۲/۸ دفترخانه ۷۵۰ تهران بنام محمد حاجعلی منتقل گردیده است. 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 ارایه اصل سند مالکیت یا سند معامله تسلیم نماید و اگر ظرف مهلت مقرر اعتراض نرسد و یا در صورت اعتراض اصل سند مالکیت یا سند معامله ارایه نشود اداره ثبت المثنی سند مالکیت را طبق مقررات صادر و به متقاضی تسلیم خواهد کرد. **۱۵۰۸۱ م الف** مدیر واحد ثبتی حوزه ثبت ملک و بیمهر تهران

شناسه آگهی ۱۰۲۹۱۳۳

خانم عالم تاج داوری نژاد ورثه دهکاک پرونده ۹۸۰۱۴۰۱

در خصوص پرونده اجرایی کلاسه ۹۸۰۱۴۰۱ به موجب گزارش کارشناس رسمی دادگستری پلاک ثبتی ۱ - فرعی: ۲۹ از پلاک اصلی ۶۴۱۸ در بخش ۲ ناحیه: - واقع در: اردبیل به مبلغ ۲۱/۲۵۰۰۰/۰۰۰ 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 اخطاریه به ضمیمه فیش بانکی دستمزد هیات کارشناسی به مبلغ ۹۰۰۰۰۰۰ ریال به دفتر این اجرا تسلیم نمایید. ضمناً به اعتراضی که خارج از موعد یا فاقد فیش بانکی دستمزد هیات کارشناس باشد ترتیب اثر داده نخواهد شد. **رئیس واحد اجرای اسناد رسمی اردبیل - مهری کشکی مقدم**

۷۰۸



آگهی اجرای کد ۹۱۴ مجموعه بخشنامه های ثبتی

نظر به اینکه آقای رحمت اله عاشقبا از مالکین ششدانگ پلاک ثبتی ۴۵۲ فرعی از ۲۴ اصلی واقع در بخش ۱۱ تهران رودبار قصران تقاضای صدور سند مالکیت کاداستر (تک برگی) نموده با توجه به اینکه سند مالکیت اولیه فاقد مساحت طول ابعاد میباشد و صدور سند مالکیت پلاک بصورت تک برگی 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 شنبه مورخ ۹۹/۸/۲۴ 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 موعود 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
ششانه آگهی ۱۰۲۹۱۸۱

آگهی ابلاغ اجرائیه طبق ماده ۱۸ آئین نامه اجرای مفاد اسناد رسمی

بدینوسیله به شرکت شکوه نور احسان (تهران شهرک غرب بلوار دریا مطهری شمالی نشانی ساحل یکم شرقی پلاک ۲) ابلاغ میشود که بانک سرمایه جهت وصول طلب خود به مبلغ ۱۲۳/۱۹۶/۷۳۵/۱۹۶ ریال اصل و خسارت تا تاریخ ۹۷/۳/۱۹ و از تاریخ مذکور تا روز وصول طبق مقررات به موجب سند رهتی شماره ۴۸-۱۴۰۰۴۸-۹۳/۱۲/۲۷ تنظیمی دفترخانه شماره ۴۸ تهران علیه شما اجرائیه صادر نموده و پرونده اجرائیه بکلاس ۹۷۰۴۴۲۵ در این اداره تشکیل شده و طبق گزارش مأمور مربوطه آدرس شما شرح متن سند فوق شناخته نشده و آدرس فعلی شما نیز برای این اجرا مشخص نمیباشد لذا طبق ماده ۱۸ آیین نامه اجرا مفاد اجرائیه یک مرتبه در یکی از جراند کثیرالانتشار آگهی میشود چنانچه ظرف مدت ۱۰ روز از تاریخ انتشار این آگهی که روز ابلاغ محسوب میگردد نسبت به پرداخت بدهی خود اقدامی ننمائید مورد وثیقه مندرج در سند اسناد رهتی فوق با تقاضای بستانکار پس از ارزیابی از طریق مزایده فروخته و از حاصل فروش آن طلب بستانکار و حقوق دولتی استیفاء خواهد شد.
اداره سوم اجرای اسناد رسمی تهران
ششانه آگهی ۱۰۲۹۱۷۳



اداره ثبت اسناد و املاک حوزه ثبت ملک خلخال

آگهی موضوع ماده ۳ قانون تعیین تکلیف اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی

سازمان ثبت اسناد و املاک کشور

در اجرای ماده ۳ قانون تعیین تکلیف اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی اسامی اشخاصی که باستاند مدارک ارائه شده از طریق هیات حل اختلاف موضوع قانون مذکور مستقر در ثبت خلخال تقاضای رسیدگی و ثبت و صدور سند مالکیت نسبت به مورد خریداری خود را نموده اند و مالکیت منصرفی و مقرری ایشان برابر آرای صادره از هیات مذکور تایید و به اداره ثبت اعلام گردیده که پس از اختصاص پلاک ثبتی مراتب شرح ذیل در دو نوبت جهت اطلاع آگهی می شوند:

از بخش ۷ هرآباد خلخال:

- ۱- ۱۱۹۸/۱۹۴ اصلی، ششدانگ یک قطعه زمین منصرفی آقای جلماسب عزیزاده از مالکیت اولیه فرعیانلی جنوری ششدانگ بمساحت ۱۶۵۷ مترمربع
- ۲- ۱۱۹۸/۱۹۵ اصلی، ششدانگ یکپایه ساختمان تجاری و مسکونی منصرفی آقای حامد دولتیخواهی از مالکیت اولیه فریده جنوری ششدانگ بمساحت ۸۵۲۳ مترمربع
- ۳- ۱۳۰۰/۱۴۸ اصلی، ششدانگ یکپایه انباری و محوطه منصرفی آقای ایرج نجف پور از مالکیت اولیه سسل مددی بمساحت ۲۲۱/۷۶ مترمربع
- ۴- ۱۳۰۰/۱۴۹ اصلی، ششدانگ یکپایه انباری و محوطه منصرفی آقای ایرج نجف پور از مالکیت اولیه وراث هدایت اله مددی بمساحت ۱۶۵/۷۵ مترمربع
- ۵- ۱۳۰۰/۱۵۰ اصلی، ششدانگ یکپایه انباری و محوطه منصرفی آقای ایرج نجف پور از مالکیت اولیه وراث هدایت اله مددی بمساحت ۲۵۲ مترمربع
- ۶- ۱۳۰۰/۱۵۱ اصلی، ششدانگ یکپایه انباری و محوطه منصرفی آقای داریوش رفیعی الویز از مالکیت اولیه وراث هدایت اله مددی بمساحت ۱۶۵/۷۵ مترمربع
- ۷- ۱۳۰۰/۱۵۲ اصلی، ششدانگ یکپایه انباری و محوطه منصرفی خاتم فرزنده عزیزاده سمنجیده از مالکیت اولیه وراث هدایت اله مددی بمساحت ۱۷۴/۴۰ مترمربع
- ۸- ۱۳۰۰/۱۵۳ اصلی، ششدانگ یک قطعه زمین منصرفی آقای صدیقی نوروزی دادخواهی از مالکیت اولیه محمود مددی بمساحت ۲۵ مترمربع
- ۹- ۱۳۰۰/۱۵۴ اصلی، ششدانگ یکپایه ساختمان مسکونی منصرفی آقای شایسته نوروزی مبارزوان از مالکیت اولیه وراث هدایت اله مددی بمساحت ۲۰۵ مترمربع
- ۱۰- ۱۶۰۳/۱۸ اصلی، ششدانگ یکپایه انباری و محوطه منصرفی آقای کاظم علی خدادادی فیروزآباد از مالکیت اولیه شعیبعلی بسترخانی بمساحت ۱۲۰ مترمربع
- ۱۱- ۱۶۰۳/۱۹ اصلی، ششدانگ یکپایه انباری و محوطه منصرفی آقای علی سلیمی ترازوج از مالکیت اولیه شعیبعلی بسترخانی بمساحت ۱۹۹/۷۰ مترمربع
- ۱۲- ۱۷۰۵/۳۶ اصلی، ششدانگ یکپایه انباری و محوطه منصرفی آقای غلامرضا نجفی پور از مالکیت اولیه حیدر و برحقی نجف پور بمساحت ۳۳۲/۲۶ مترمربع
- ۱۳- ۱۷۸۸/۳۵ اصلی، ششدانگ یکپایه انباری و محوطه منصرفی آقای عبید جلالی پور کزاز از مالکیت اولیه وحیده خاتکراز بمساحت ۱۲۳/۸۰ مترمربع
- ۱۴- ۱۷۴۹/۵۵ اصلی، ششدانگ یکپایه انباری و محوطه منصرفی آقای حسین صفایی اوشانق از مالکیت اولیه بابا نصیری بمساحت ۱۳۵/۸۴ مترمربع
- ۱۵- ۱۷۵۳/۵۶ اصلی، ششدانگ یکپایه ساختمان مسکونی منصرفی آقای جعفر قنبرزاده از مالکیت اولیه ولی اله منقری بمساحت ۹۵/۲۴ مترمربع
- ۱۶- ۱۷۹۸/۲۱ اصلی، ششدانگ یک قطعه زمین محصور باکاری طبیعی منصرفی آقای فرشاد عرفه از مالکیت اولیه مختار خدادادیان بمساحت ۱۷۰/۷۳ مترمربع
- ۱۷- ۱۷۹۸/۲۲ اصلی، ششدانگ یکپایه ساختمان مسکونی منصرفی آقای شهرام آشنا سوسهباب از مالکیت اولیه جاوید و مختار خدادادیان بمساحت ۲۲۴/۲۵ مترمربع
- ۱۸- ۱۸۹۲/۱۵ اصلی، ششدانگ یکپایه انباری و محوطه منصرفی آقایان محمد رضایی و مهرداد فیروزاده بالسویه از مالکیت اولیه لوجمزه خسرویان بمساحت ۷۲/۸۲ مترمربع
- ۱۹- ۱۸۹۲/۹۵ اصلی، ششدانگ یکپایه انباری و محوطه منصرفی خاتم مریم خدادادی فرخزهی از مالکیت اولیه حسین رنجبر بمساحت ۱۵۳/۸۵ مترمربع
- ۲۰- ۱۸۹۲/۹۶ اصلی، ششدانگ یک قطعه زمین با اعیانی احدانی با کاربری حمل و نقل و انبارداری منصرفی آقای ایمن قلی پور مجرزه از مالکیت اولیه حسین رنجبر بمساحت ۱۶۰ مترمربع
- ۲۱- بخش ۷ خاندنبدیل خلخال:
- ۲۲- ۱۹۰۹/۲۹۹ اصلی، ششدانگ یکپایه ساختمان مسکونی منصرفی آقای مالک مراد جعفرلو از مالکیت اولیه بختیار وحدانی بمساحت ۲۵۰/۵۰ مترمربع واقع در اراضی فریه انجیل
- ۲۳- ۱۹۰۹/۲۹۹ اصلی، ششدانگ یک قطعه زمین محصور باکاری طبیعی



سازمان آگهی ها

۸۶۰۷۳۱۴۳

هنر بازی‌سازی در محیط‌های کاری

به قلم: کارولین فورسی روان‌شناس
مترجم: امیر آل‌علی

اگرچه برای بسیاری از افراد محیط‌های کاری، فضاهایی بیش از حد جدی محسوب می‌شود، با این حال بدون جذاب‌تر کردن این مکان، بهترین عملکرد ممکن را از کارمندان خود به دست نخواهید آورد. در این راستا فراموش نکنید که بهترین‌ها هیچ‌گاه شرکتی را انتخاب نمی‌کنند که امکانات رفاهی قابل توجهی را ندارد. در این راستا مفرح کردن محیط کاری، باعث خواهد شد تا فشار و استرس کارمندان نیز به کمترین میزان خود رسیده و کارمندان به تعامل و ارتباطات بهتری نیز دست پیدا کنند. با این حال نحوه به اجرا درآوردن این طرح نیز بسیار مهم بوده و لازم است تا در زمان‌های استراحت صورت گیرد. در غیر این صورت به عملی مزاحم برای تمرکز افراد تبدیل خواهد شد. در این راستا قصد داریم تا چند نمونه از اقداماتی که در این شرایط می‌توان انجام داد را معرفی نماییم.

۱- یک کلمه

در این بازی یک نفر باید تلاش کند تا کلمه‌ای را بدون بیان دقیق آن تشریح نماید. در این راستا بهتر است که از کلمات مرتبط با حوزه کاری استفاده نمایید. برای مثال فرهنگ کمک‌رسانی یکی از مواردی است که می‌تواند جزو گزینه‌های شما باشد. این موضوع به یادآوری برخی از نکات نیز کمک خواهد کرد. در این راستا با ایجاد دو تیم، به جذابیت این اقدام می‌افزایید. با این حال فراموش نکنید که شما باید تنوع خوبی در بازی‌های خود داشته باشید. در غیر این صورت بیش از حد تکراری خواهند شد. همچنین برای درک بهتر این بازی می‌توانید نمونه‌های آن را در یوتیوب مشاهده کنید و خلاقیت‌هایی را نیز داشته باشید.

۲- پرسش و پاسخ

در این بازی فرد انتخاب شونده باید یک موضوع را انتخاب کند و افراد با سوالات خود، به آن برسند. برای مثال ممکن است یک برند مدنظر باشد. تحت این شرایط سوالاتی نظیر سال تاسیس، به درک آن کمک خواهد کرد. با این حال بهتر است که برای کارمندان، محدودیت سوالی قرار دهید تا جذابیت این اقدام افزایش پیدا کند. در این زمینه نیز تیم‌بندی، اقدامی جذاب خواهد بود. برخی از شرکت‌ها این بازی را به شکلی متفاوت نیز انجام می‌دهند. برای مثال در ابتدا فرد موردنظر، یکی از اطلاعات کلمه موردنظر را یادداشت می‌کند و اگر نتوانید تا زمانی مشخص کلمه را حدس بزنید، اطلاعاتی جدیدتر را وارد می‌کند که این امر به معنای کاهش امتیاز شما خواهد بود. درواقع در رابطه با هر یک از این بازی‌ها، شما می‌توانید تغییرات موردنظر را اعمال نمایید. درواقع هدف صرفاً خلق لحظاتی شاد بوده و وفادار ماندن به قواعد بازی، اهمیتی ندارد.

۳- نقشه تولد

برای این بازی لازم است تا یک نقشه بزرگ از جهان داشته باشید. پس از آن تنها کافی است تا نام محل تولد افراد را اعلام نمایید و نفر اولی که بتواند محل آن را پیدا کند برنده خواهد بود. در این راستا برای جذابیت بیشتر کار و عدم حدس زدن از روی حرکت انگشتان، می‌توانید زمانی مشخص را تعیین نموده و از افراد بخواهید تا موارد را بر روی یک کاغذ بنویسند. این امر باعث می‌شود تا فضای عادلانه‌تری شکل گیرد. ایجاد تیم نیز کمک خواهد کرد تا روحیه کار تیمی افزایش پیدا کرده و به علت عدم اهمیت نتیجه بازی، زمینه ایجاد فرهنگ رقابت سالم شکل گیرد.

۴- کدام را ترجیح می‌دهید

در این بازی یک نفر انتخاب می‌شود تا از او در رابطه با ترجیحاتی که نسبت به دو موضوع دارد، نظرات خود را بیان نماید. برای مثال انتخاب بین قهوه و چای، یکی از گزینه‌ها می‌تواند باشد. در این راستا ابتدا لازم است تا سایر کارمندان پاسخ‌ها را بر روی کاغذ نوشته و در اختیار داور قرار دهند. پس از آن فرد مورد نظر به صورت شفاهی به سوالات پاسخ خواهد داد. فردی که بتواند بالاترین میزان حدس‌های درست را داشته باشد، برنده بازی خواهد بود.

۵- دو دروغ و یک راست

نحوه این بازی به این صورت است که فرد انتخاب شده دو دروغ و یک موضوع راست را در رابطه با خود بیان می‌کند و افراد باید تشخیص دهند که موضوع درست از بین سه گزینه موجود، کدام مورد بوده است. نکته‌ای که باید به آن توجه داشته باشید این است که در شرایط حال حاضر که ویروس کرونا منجر به دورکاری گسترده شده است نیز شما می‌توانید این بازی‌ها را انجام دهید. درواقع ابزارهایی نظیر ZOOM کمک کرده است تا ارتباط افراد حتی از فواصل بسیار دور، امکان‌پذیر باشد.

۶- عجیب‌ترین سوال

در این بازی افراد سوالات عجیبی را از فرد مقابل می‌پرسند. همچنین لازم است تا دلیل هر یک از انتخاب‌ها نیز بیان شود. برای مثال یکی از نمونه‌های رایج سوال اگر قرار بود حیوانی باشید کدام گونه را انتخاب می‌کردید و چرا؟ است. در این رابطه با گشتی در اینترنت به فهرست کاملی از این سوالات دسترسی پیدا خواهید کرد.

۷- چالش مارشمالو

در این بازی می‌توان چندین گروه را تشکیل داد و به هر یک از آنها ۲۰ عدد مارشمالو بدهید. هر تیمی که بتواند با بیشترین تعداد یک برج را ایجاد نماید، برنده بازی خواهد بود. در این راستا می‌توانید جوایزی را نیز تعیین نمایید که جذابیت بازی افزایش پیدا کند. با این حال بهتر است که این جوایز، خوراکی باشد تا بازی را وارد حاشیه نکنند.

۸- لبخند ممنوع

علی‌رغم نام این بازی، پتانسیل آن برای ایجاد خنده بسیار بالا است. قانون آن نیز به این صورت است که افراد باید به یکدیگر خیره شده و لبخند نزنند. تحت این شرایط بازنده فردی خواهد بود که از این قانون پیروی نکرده باشد. نوع دیگری از این بازی نیز وجود دارد که محدودیت زمانی داشته و در آن تنها یک نفر و یا یک تیم نباید لبخند بزنند. تحت این شرایط گروه مقابل لازم است تا تمامی تلاش خود را برای خنداندن افراد انجام دهند.

۹- توضیح تصاویر

در این بازی افراد باید از قبل تصاویری را انتخاب کرده باشند و در رابطه با آن توضیح دهند. در نهایت فردی برنده خواهد بود که بهترین ارائه را داشته باشد. این بازی به مهارت سخنرانی و افزایش اعتماد به نفس کارمندان کمک خواهد کرد. در این راستا می‌توان به صورتی متفاوت نیز این بازی را انجام داد. در این راستا هیچ‌گونه مطالعه و انتخابی وجود نداشته و عکس‌ها به صورت اتفاقی در اختیار افراد قرار می‌گیرد. تحت این شرایط این خلاقیت افراد است که نتیجه را رقم خواهد زد. این موضوع بدون شک تفکر خلاق را رشد خواهد داد. درواقع دلیلی وجود ندارد که بازی‌ها صرفاً جنبه تفریحی داشته باشند. به همین خاطر از آنها می‌توانید برای بهبودهای جدی در وضعیت تیم خود نیز استفاده نمایید. با این حال فراموش نکنید که این جنبه آموزشی، نباید از جذابیت اقدام شما به مقدار زیادی بکاهد.

منبع: hubspot.com



پیش از راهاندازی کسب و کار آنلاین این ۵ نکته را مدنظر قرار دهید

روی عملکرد برند شما خواهد داشت. از ارتباط نزدیک میان تیم بازاریابی یا روابط عمومی که شبکه‌های اجتماعی را کنترل می‌کنند و تیم خدمات مشتری اطمینان حاصل کنید.

از فناوری‌های نوین استفاده کنید

فروشگاه‌ها در حال برنامه‌ریزی برای امتحان محصولات با استفاده از فناوری واقعیت افزوده هستند. برای مثال با ابزار ایکیا می‌توانید پیش‌نمایش مبلمان درون فضای خود را روی گوشی هوشمند ببینید. واقعیت مجازی و کدهای QR دیگر گزینه‌ها هستند.

زمانی که محصولی را برای کاربر ارسال می‌کنید، همراه آن یک کد QR قرار دهید تا اطلاعات بیشتری از محصول مانند به‌روزرسانی یا محتوای مربوط به سرویس را در اختیار مشتریان قرار دهد.

محتوای مناسب تولید کنید

آخرین نکته پیش از راه‌اندازی کسب و کار آنلاین مربوط به محتوا می‌شود. بازاریابی محتوای مناسب ترافیک شما را افزایش می‌دهد و همچنین برای چندین سال ارزش خواننده شدن دارند. برخلاف تبلیغات کلیکی یا روش‌های دیگر، محتوای خوب هزینه شما را افزایش نمی‌دهد. رقبای خود را مورد بررسی قرار دهید، به مشتریان خود گوش دهید و تجربه کاربری را بهبود دهید.

از چندین فرمت محتوایی برای متنوع کردن ترافیک استفاده کنید که برای مثال می‌توان به پست‌های بلاگی، ویدئوها، پست‌های اجتماعی، وبینار و پادکست اشاره کرد.

منبع: Business Insider/digiato

تصاویر پی ببرید. سنو برای تمام کسب و کارهای آنلاین ضروری است. اغلب چیزی که فروشندگان را از یکدیگر متمایز می‌کند، یک تصویر کاور باکیفیت و بی‌نظیر است، مخصوصاً اگر در یک پلتفرم رقابتی حضور داشته باشند.

در حال حاضر شبکه‌های اجتماعی امکان خرید درون برنامه‌ای را فراهم کرده‌اند، بنابراین تصاویر محصولات اهمیت بالایی دارند.

کسب و کارها به تصاویر محصولات برای دسته‌بندی و عکس‌های مربوط به محصولات برای سایت و کمپین‌های تبلیغاتی نیاز دارند. این تصاویر سرمایه‌گذاری فوق‌العاده‌ای هستند و می‌توانید از آنها در چندین کانال فروش استفاده کنید. قبل از راه‌اندازی کسب و کار آنلاین می‌توانید عکاسی یساز بگیرید یا یک عکاس تجارت الکترونیک استخدام کنید.

ویرترین فروشگاه خود را متنوع کنید

از ماه مارس به علت خانه‌نشینی مردم، میزان سفارش‌های آنلاین افزایش چشمگیری پیدا کرده و کاربران از شبکه‌های اجتماعی برای این کار نیز استفاده می‌کنند. با مشتریان از طریق کانال‌های اجتماعی در ارتباط باشید و ویرترین محصولات خود را متنوع کنید. طرفداران کسب و کار شما را می‌شناسند و درون شبکه‌های اجتماعی خرید می‌کنند.

شبکه‌های اجتماعی محل بی‌نظیری برای تبلیغ برند شما محسوب می‌شوند، چرا که روزانه محصولات و سرویس‌های جدیدی درون آنها شناسایی می‌شوند. تعداد مناسب فالوور و همچنین سئوی مناسب تاثیر بسیار بالایی

شیوع ویروس کرونا باعث شده بسیاری از افراد به سمت فروشگاه‌های آنلاین بروند و کارآفرینان نیز خواهان راه‌اندازی کسب و کار آنلاین باشند، با این حال باید قبل از چنین اقدامی موارد زیادی را مدنظر قرار داد.

بازار تجارت الکترونیک رشد چشمگیری را تجربه کرده، بنابراین راه‌اندازی یک کسب و کار آنلاین کار منطقی به نظر می‌رسد. با این وجود قبل از اینکه بخواهید دست به چنین کاری بزنید، به ۵ نکته زیر توجه کنید.

بهترین تجربه کاربری را فراهم کنید

منابع خود در ارائه تجربه کاربری باکیفیت را به حداکثر برسانید. با ارائه دوره‌ای ویژگی‌های جدید برای شبکه‌های اجتماعی و سایر پلتفرم‌ها، مصرف‌کنندگان در حال خلق عادت‌های جدید برای خرید آنلاین هستند بنابراین نگهداری از UX یک امر ضروری محسوب می‌شود.

برای جذب مشتری باید تلاش زیادی انجام دهید و سفر مشتری باید بدون مشکل باشد. تجربه کاربری برای مشتری را در تمام مراحل ساده کنید. ۲۸ درصد مشتریان زمانی که فرایند پرداخت طولانی یا گیج‌کننده باشد، از فروشگاه شما خرید نمی‌کنند. طوری از فروشگاه خود دیدن کنید که گویی بار اول است به آن سر می‌زنید. آیا با چندین کلیک می‌توان به بهترین فروشگاه‌ها دست پیدا کرد؟ کدام کلیدواژه باعث جذب مشتریان شما می‌شوند؟ کدام صفحات بیشتر از همه مورد بازدید قرار گرفته‌اند؟ یک UX باکیفیت نرخ ماندگاری کسب و کار شما را افزایش می‌دهد.

به کیفیت تصاویر توجه کنید

پیش از راه‌اندازی کسب و کار آنلاین به قدرت سنو و