

فرصت امروز

برای کسب و کار آفرینی

شرکت حسابداری پرتو اروین پویان

انجام کلیه خدمات مالی و مالیاتی
آرامش در کسب و کارتان را با ما تجربه کنید

۰۲۱ - ۸۸۷۹۳۳۰۲
www.pooyan-acc.ir

آیا یارانه ۱۲۰ هزار تومانی کفاف هزینه‌های مردم را می‌دهد؟

دردسرهای یارانه چهارم

فرصت امروز: براساس طرحی که مجلس تصویب کرده، دولت ملزم به پرداخت یارانه جدیدی به ۶۰ میلیون نفر شده و قرار است مبلغ ۱۲۰ هزار تومان برای افراد سه دهک اول و مبلغ ۶۰ هزار تومان برای سایر دهک‌ها واریز شود. این چهارمین یارانه‌ای است که در صورت تایید شورای نگهبان از سوی دولت به مردم پرداخت خواهد شد؛ طرحی که اقتصاددانان آن را نومیدانه و از مصائب اقتصاد یارانه‌ای قلمداد می‌کنند و معتقدند در شرایط تومی حاضر کفاف...

صندوق بین‌المللی پول برای اقتصادهای نفتی خاورمیانه تجویز کرد

۷ راهکار تاب‌آوری در بحران کرونا

مدیریت و کسب‌وکار



جان آهو
به Airbnb پیوست

- چگونه یادکست جذابی داشته باشیم؟
- نکاتی برای اطمینان از کیفیت سایت برند
- ساختار آگهی تبلیغاتی جذاب چگونه است؟
- کودکان بازار هدف جدید برند هیوندای
- بازار یابی در یوتیوب با تکنیک‌های جذاب
- چند توصیه به ولاگرها

۸ تا ۱۶

رئیس کل بانک مرکزی از تصمیمات جدید برای بازگشت ارز صادراتی خبر داد

سیگنال جدید همتی به بازار ارز



سرمقاله

همگرایی بانک‌ها و موسسات اعتباری با بانک مرکزی

علی نظافتیان

دبیر کمیسیون حقوقی کانون بانک‌ها

فعالیت بانک‌ها و موسسات اعتباری غیربانکی در گردش و انتقال پول و اعتبار بین سپرده‌گذاران، صاحبان سرمایه و دریافت‌کنندگان انواع تسهیلات و تعهدات بانکی به گونه‌ای است که هرگونه نارسایی در این فعالیت‌ها منتهی به نارسایی در وضعیت اقتصادی کشور خواهد شد. مباحثی چون نرخ سود علی‌الحساب سپرده‌های بانکی یا سود مورد انتظار تسهیلات بانکی نیز از جمله مسائل مهمی هستند که اتخاذ تصمیم در مورد آنها نیازمند بررسی‌های عمیق کارشناسی است تا موجب بروز مشکلات اقتصادی در کشور نشوند. پس از تصویب و ابلاغ این مصوبات به شبکه بانکی کشور، اجرای دقیق و بی‌نقص سیاست‌های بانکی نیز مستلزم نظارت بانک مرکزی است تا هر بانک ساز خود را نزند و سود موردنظر خویش را برخلاف مقررات از مشتری مطالبه نکند. به همین جهت بانک مرکزی را می‌توان هم سیاست‌گذار نظام بانکی کشور و هم ناظر بر عملیات بانک‌ها دانست. بند «ب» ماده ۱۱ قانون پولی و بانکی کشور مصوب سال ۱۳۵۱ صریح دارد: «نظارت بر بانک‌ها و مؤسسات اعتباری طبق مقررات این قانون، از جمله وظایف و مسئولیت‌های قانونی بانک مرکزی است.»

ادامه در همین صفحه

همگرایی بانک‌ها و موسسات اعتباری با بانک مرکزی

از جنبه معاملات بین بانکی نیز روابط بانک‌ها و موسسات اعتباری با بانک مرکزی، روابطی متقابل است. براساس بند ۳ ماده ۱۴ قانون پولی و بانکی کشور، «تعیین نسبت و نرخ بهره سپرده قانونی بانک‌ها نزد بانک مرکزی ایران که ممکن است بر حسب ترکیب و نوع فعالیت بانک‌ها، نسبت‌های متفاوتی برای آن تعیین گردد ولی در هر حال این نسبت از ۱۰ درصد کمتر و از ۳۰ درصد بیشتر نخواهد بود.» این موضوع بدین معناست که بخشی از منابع بانک مرکزی، حاصل فعالیت بانک‌هاست که این روابط مالی بین بانک مرکزی و بانک‌ها و موسسات اعتباری چارچوبی کاملا مشخص دارد. بدین ترتیب، تنظیم مدیریت روابط بانک‌ها و موسسات اعتباری با بانک مرکزی مستلزم نوعی همکاری سازمان یافته بین آنهاست. به بیان دیگر، بانک‌ها و موسسات اعتباری باستانی مصوبات و دستورالعمل‌های قانونی بانک مرکزی را دقیقاً اجرا نمایند و نظارت قانونی بانک مرکزی بر شبکه بانکی را در عمل پذیرا باشند. از سوی دیگر، انتظار می‌رود بانک مرکزی نیز در طراحی سیاست‌های مختلف بانکی، واقعیت‌ها و مشکلات مختلف شبکه بانکی کشور را در نظر داشته باشد. به عنوان مثال، توازن منطقی بین سود علی‌الحساب سپرده‌های بانکی و سود مورد انتظار انواع تسهیلات مبادله‌ای و مشارکتی، موضوعی است بسیار مهم که عدم توجه کافی به آن منتهی به ایجاد حاشیه سود در سیستم بانکی کشور خواهد شد و مدیران بانکی را ناچار خواهد ساخت برای برطرف نمودن این حاشیه سود، راهکارهای مختلفی اندیشه کنند. این موضوع در مورد سیاست‌های مربوط به نرخ خدمات بانکی نیز مطرح است. ارائه انواع و اقسام خدمات بانکی به مردم، یک ضرورت است، اما فراهم‌سازی این خدمات مستلزم پرداخت هزینه‌های سخت‌افزاری و نرم‌افزاری و تشکیلاتی است که بانک‌ها باستانی از منابع خود تأمین نمایند. در مجموع، همگرایی و مدیریت صحیح روابط سازمانی بین بانک‌ها و موسسات اعتباری و بانک مرکزی مستلزم همکاری و درک متقابل مشکلات اجرایی و بانکی است بنابراین عدم تمایز و بانکی مدیران و کارشناسان سرآمد بانک‌های خصوصی و دولتی است. بدون تردید، دستورالعمل‌های بانک مرکزی که با همکاری مدیران و کارشناسان شبکه بانکی کشور تهیه شود، قابلیت اجرایی بیشتری خواهد داشت و حاصل این خردورزی در عرصه بانکداری، ارائه خدمات بهتر و بیشتر بانک‌ها و موسسات اعتباری به مردم خواهد بود.

عمل قرار داده است. افزون بر آن، تلقی سود مورد انتظار انواع تسهیلات مشارکتی یا مبادله‌ای به عنوان «سود قطعی» تسهیلات بانکی نیز چندان با مبانی قانون عملیات بانکی بدون ربا سازگار نیست، زیرا ماهیت سود مورد انتظار تسهیلات بانکی، که معمولاً سالانه توسط شورای پول و اعتبار تصویب و به موسسات اعتباری ابلاغ می‌شود، تعیین حداقل میزان سودی است که انتظار می‌رود از سرمایه‌گذاری بانک‌ها و موسسات اعتباری با گیرندگان تسهیلات به دست آید. سود قطعی معاملات نیز و پس از پایان معاملات مشخص خواهد شد بنابراین اگر پس از اتمام مدت قرارداد تسهیلات بانکی به ویژه انواع تسهیلات مشارکتی مشخص شود که سود قطعی حاصل از سرمایه‌گذاری مشارکتی بانک کمتر یا بیشتر از مبلغ سود مورد انتظار است، ملاک روابط مالی طرفین، سود قطعی حاصل از مشارکت و سرمایه‌گذاری است. بر این مبنا، در واقع سود مورد انتظار تسهیلات بانکی حداکثر تعهد تسهیلات‌گیرنده در مقابل بانک تسهیلات‌دهنده در مواردی است که سود قطعی سرمایه‌گذاری مشترک بین بانک‌ها و تسهیلات‌گیرندگان نامشخص است بنابراین اگر سود مورد انتظار انواع تسهیلات بانکی را به عنوان سود قطعی تلقی نماییم، این نوع عملیات بانکی هیچ تفاوتی با بانکداری ربوی نخواهد داشت. به عنوان مثال، اگر یک بانک در یک پروژه ساختمانی به نسبت ۷۰ درصد (سه‌م بانک) و ۳۰ درصد (سه‌م تسهیلات‌گیرنده) سرمایه‌گذاری و مشارکت نماید و تسهیلات مشارکت مدنی دهد، براساس مبانی قانون عملیات بانکی بدون ربا، بانک تسهیلات‌دهنده قانوناً به میزان ۷۰ درصد مالک پروژه خواهد شد. حال بر فرض اگر پس از پایان مدت مشارکت مشخص شود که سرمایه‌گذاری بین مشتری تسهیلات‌گیرنده و بانک تسهیلات‌دهنده ده‌ها برابر میزان سرمایه‌گذاری ارزش افزوده داشته است، در این صورت، توقع از بانک‌ها و موسسات اعتباری به اینکه از مشارکت صرف نظر کرده و به همان نرخ سود مورد انتظار تسهیلات مشارکت بسنده نمایند، در واقع انتظاری غیرمنصفانه و برخلاف قرارداد مشارکت مدنی است بنابراین عدم تمایز بین مفهوم «سود مورد انتظار» و «سود قطعی» تسهیلات بانکی و تقلیل رابطه حقوقی بین بانک و تسهیلات‌گیرنده به رابطه «سه‌استانکار» و «دبدهکار» موجب می‌شود که هیچ گونه مرزی بین عملیات بانکی بدون ربا و بانکداری ربوی نباشد. پس لازم‌الاجرا بودن مصوبات بانک مرکزی و وظیفه قانونی بانک‌ها در اجرای دقیق این مصوبات در چارچوب مبانی مذکور در قانون عملیات بانکی بدون ربا مستحده و ازبایی می‌شود.

مقررات مذکور را مدنظر قرار دهد و از صدور حکم مازاد بر مصوبات بانک مرکزی و شورای پول و اعتبار خودداری کنند؛ اقدامی سنجیده در راستای رسمیت‌بخشی به مصوبات و دستورالعمل‌های بانک مرکزی است. علاوه بر آن، در این زمینه رأی وحدت رویه شماره ۷۹۴ مورخ ۱۳۹۹/۰۶/۱۰ هیأت عمومی دیوان عالی کشور که تصریح نموده: «استفاد از مواد ۱۱، ۱۰، ۱۱، ۱۰ و ۳۷ قانون پولی و بانکی کشور مصوب ۱۳۵۱/۱۴/۱۸ با اصلاحات و الحاقات بعدی و ماده ۲۰ قانون عملیات بانکی بدون ربا مصوب ۱۳۶۲/۶/۸ با اصلاحات بعدی و ماده واحده قانون تأسیس بانک‌های غیردولتی مصوب ۱۳۷۹/۱/۲۱ و دیگر مقررات مربوط، بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران تنظیم کننده نظام پولی و اعتباری کشور و ناظر بر حسن اجرای آن است و مصوبات بانک مذکور راجع به حداقل و حداکثر سهم سود بانک‌ها و مؤسسات اعتباری امع از دولتی و غیردولتی جنبه امره دارد. بنا به مراتب و با عنایت به ماده ۶ قانون آیین دادرسی دادگاه‌های عمومی و انقلاب در امور مدنی مصوب ۱۳۷۹، شرط مندرج در قرارداد اعطای تسهیلات بانکی نسبت به سود مازاد بر مصوبات مذکور باطل است.» نیز دقیقاً ناظر بدین معناست که بانک‌ها باستانی مقررات و دستورالعمل‌های بانک مرکزی راجع به سود انواع تسهیلات بانکی را رعایت کنند. رأی وحدت رویه دیوان عالی کشور همچنین محاکم قضایی را موظف می‌سازد در رسیدگی به پرونده‌های بانکی، روابط حقوقی بین تسهیلات‌گیرنده و بانک تسهیلات‌دهنده را دقیقاً براساس مبانی قانون عملیات بانکی بدون ربا و دستورالعمل‌های بانک مرکزی تجزیه و تحلیل حقوقی نمایند و مباحث تسهیلات مشارکتی و تسهیلات مبادله‌ای را کلاً از هم متمایز نمایند. نظریات کارشناسی بانک مرکزی می‌تواند ابهامات حقوقی و بانکی پرونده‌های بانکی را برطرف نماید. بنابراین هیچ‌گونه ابهام یا تردید در سیاست‌گذار بودن بانک مرکزی و نظارت قانونی این بانک بر فعالیت و عملکرد بانک‌های دولتی یا بانکی‌های خصوصی و موسسات اعتباری نیست و بانک‌ها و موسسات اعتباری قانوناً موظف به رعایت مصوبات ابلاغ شده بانک مرکزی هستند، وگرنه مشمول ضمانت اجرای پیش‌بینی شده در ماده ۱۴ قانون برنامه ششم توسعه خواهند شد. در این راستا، البته این نکته را نباید فراموش کرد که در بسیاری موارد، بخشنامه‌ها و مصوبات بانک مرکزی، توافق بین بانک‌ها و مشتریان را معتبر دانسته و ملاک

ادامه از همین صفحه

اما برنامه ششم توسعه، وسعت بیشتری به میدان نظارت و اختیار بانک مرکزی بر بانک‌ها و موسسات اعتباری داده است. براساس ماده ۱۴ قانون مورد اشاره، «برای اعمال نظارت کامل و فراگیر بانک مرکزی بر مؤسسات پولی، بانکی و اعتباری و ساماندهی مؤسسات و بازارهای غیرمشکل پولی جهت ارتقای شفافیت و سلامت کاهش نسبت مطالبات غیرجاری به تسهیلات:

الف - بانک مرکزی مجاز است مطابق قوانین مربوطه در چارچوب مصوباتی که به تصویب شورای پول و اعتبار می‌رسد، علاوه بر اختیارات قانونی خود مقرر در قانون پولی و بانکی کشور مصوب ۱۳۵۱ تیرماه ۱۳۵۱ حسب مورد یک یا چند مورد از اقدامات نظارتی و انتظامی زیر را در قبال بانک‌ها و مؤسسات اعتباری متخلف اعمال نماید:

- ۱- اعمال محدودیت، ممنوعیت توزیع سود و اندوخته‌ها بین سهامداران مؤثر، سلب حق رأی از آنها به‌طور موقت و سلب حق تقدم خرید از سهامداران مؤثر
- ۲- تعلیق موقت مجوز بخشی از فعالیت برای مدت معین و یا لغو مجوز فعالیت
- ۳- اعمال محدودیت یا ممنوعیت پرداخت پاداش و مزایای مدیران
- ۴- سلب صلاحیت حرفه‌ای مدیران عامل و اعضای هیأت مدیره

تبصره ۱- مرجع رسیدگی به تخلفات نظارتی و انتظامی موضوع این بند، هیأت انتظامی بانک‌ها خواهد بود.»

بدین ترتیب، بانک‌ها و موسسات اعتباری قانوناً موظفند دستورالعمل‌ها و بخشنامه‌های بانک مرکزی را به طور کامل و صحیح اجرا کنند. عواقب ناخوشایند عدم اجرای مصوبات و مقررات بانک مرکزی علاوه بر مدیران ذی‌ربط، گریبان بانک‌های متخلف و سهامداران مؤثر آنها را نیز خواهد گرفت و مجازات‌هایی نظیر اعمال محدودیت، تعلیق و لغو بعضی از فعالیت‌های بانک متخلف را در پی خواهد داشت و حتی ممکن است این گونه تخلفات با توجه به میزان و نوع تخلف منتهی به سلب صلاحیت حرفه‌ای مدیرعامل و اعضای هیأت مدیره بانک متخلف شود. بر این اساس، بخشنامه شماره ۱۰۹۰۰۰/۱۹۰۰۰ مورخ ۱۳۹۹/۰۴/۲۱ ریاست محترم قوه قضائیه مبنی بر آنکه: «قراردادهای مذکور (قراردادهای تسهیلات بانکی) تا حدودی که مغایرتی با مقررات فوق نداشته باشد، معتبر بوده و بیش از آن قابل ترتیب اثر در محاکم قضایی نیست بنابراین دادگاه‌ها در نحوه محاسبه سود، جریمه ناشی از تأخیر،

تنها در یک هفته گذشته ۴۴ هزار نفر مبتلا و ۲۵۰۰ نفر جان باختند

اعداد ترسناک کرونا در ایران

استان‌های سیستان و بلوچستان، فارس، هرمزگان و گلستان نارنجی و زرد است و در باقی استان‌های کشور همچنان وضعیت قرمز است.

جناب آقای مهندس سید موسی حسینی گاشانی
مدیرکل محترم اداره فرهنگ و ارشاد اسلامی استان قم

کسب رتبه نخست اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان قم در کشور برای دومین مرتبه، ترنجم‌نویس شهید رجایی در سطح وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی بیاتگر حسن تنبیر، برنامه ریزی، منسجم، سازماندهی مؤثر، کارآمدی و شایستگی های حرفه‌ای و تلاش‌های بی‌شکله کارکنان آن مجموعه، و مایه مباحثات و اقتدار است.

حاج‌زادین موفقیت‌آزنده را تبریک عرض نموده و از درگاه خداوند متعال برای حضرتعالی و همه کارکنان فهیم آن اداره توفیق روز افزون همراه با عزت و سربلندی آرزومندیم.

مدير برنامه‌ریزی روزنامه سراسری فرصت امروز در استان قم

شد و روز پنجشنبه ۸ هزار و ۲۹۳ نفر به کروناویروس مبتلا شدند. البته این وضعیت تنها مربوط به یک روز نبود. در حالی که هفته آخر مه‌راه برای اولین بار آمار تعداد مبتلایان از ۵ هزار نفر گذشت، در هفته گذشته آمار تعداد مبتلایان هر روز بیش از ۵۵ هزار و ۸۰۰ نفر بود، یعنی به طور میانگین هر روز ۶ هزار و ۹۹۷ نفر به کروناویروس مبتلا شدند. به نظر کلی و در مجموع در هفته ابتدایی آبان ماه، ۴۴ هزار و ۳۷۷ نفر در سراسر کشور به ویروس کووید-۱۹ مبتلا شدند. این بدان معناست که آمار مبتلایان در هفته ابتدایی آبان به شکل ترسناکی بیشتر از هفته قبل است؛ دقیقاً ۱۱ هزار نفر بیشتر از هفته قبل. سیر صعودی این نمودار نیز متأسفانه به معنای افزایش آمار مرگ‌ومیر در هفته‌های آینده است. دکتر محرز در این رابطه گفته بود: «خدا می‌داند این روند تا کی ادامه کند، اگر تجمع‌ها ادامه پیدا کنند، مردم رعایت نکنند و تعطیلی‌ها صورت نگیرد این روند ادامه پیدا می‌کند، اما قطعاً شاهد افزایش آمار قربانیان خواهیم بود، چرا که در حال بستری و معالجه‌های بدحال هستیم، بستری آنها یعنی افزایش تعداد مرگ‌ومیر کرونا در کشور.»

در این بین، جغرافیای استانی کرونا کماکان همانند قبل است و همه استان‌های کشور با پاندمی درگیر هستند، چنانکه وضعیت در ۲۷ استان کشور قرمز است و فقط در ۴ استان دیگر شرایط نارنجی و زرد است. ساده‌تر این است که گفته شود، وضعیت کرونا تنها در

روزی ۳۵۱ نفر قربانی ویروس کووید-۱۹ شدند. سخنگوی وزارت بهداشت درباره این روز سیاه کرونا گفته بود: «هموطن عزیز همانطور که می‌دانید شمار جانباختگان روزانه بیماری کووید-۱۹ در کشور از مرز ۴۰۰ تن عبور کرد، ما در یک جنگ تمام عیار با کرونا هستیم و شرط اصلی چیره شدن بر بیماری و حل این چالش ملی و جهانی، تغییر در باور و رفتار تک‌تک مردم و مسئولین است.»

به طور کلی در هفته ابتدایی آبان در مجموع ۲ هزار و ۵۰۳ نفر مبتلا به کرونا جان خود را از دست دادند؛ عددی که نشان می‌دهد ایران نه تنها با سیاه‌ترین روز کرونایی خود روبه‌رو شده است بلکه تلخ‌ترین هفته کرونایی خود را هم گذرانده است و تعداد قربانیان نسبت به چند هفته پیش تقریباً دو برابر شده است و وجه هشداردهنده ماجرا آنجاست که افزایش مبتلایان به این معنا است که مرگ‌های کرونایی بیشتری قطعاً در راه است، چرا که متأسفانه در هفته گذشته تعداد مبتلایان نیز نسبت به هفته‌های قبلی به شدت افزایش پیدا کرد. افزایش این اعداد اگرچه شاید در ابتدا به ظاهر ترسناک نباشند، اما خبر از روزهای سیاه‌تری در آینده می‌دهند. به گفته متخصصان، تقریباً دو هفته بعد از افزایش آمار مبتلایان، آمار قربانیان بیماری افزایش پیدا می‌کند.

آمارها نشان می‌دهد که طی هفت روز گذشته رکورد تعداد مبتلایان در ایران شکسته

هفته گذشته تلخ‌ترین هفته کرونایی ایران بود و در هفت روز گذشته ۴۴ هزار و ۳۷۷ نفر به بیماری کرونا مبتلا شدند و ۲ هزار و ۵۰۳ نفر نیز جان باختند. شرایط اپیدمی کرونا در سراسر کشور به حدی رسیده است که دیگر برخلاف ماه‌های قبلی اعداد و ارقام به راحتی می‌توانند اوضاع ترسناک کرونا را توصیف کنند، چنانچه در یک روز ۴۱۵ انسان جان خود را به خاطر ابتلا به کرونا از دست می‌دهند، روز بعدی ۸ هزار و ۲۹۳ نفر به ویروس مبتلا می‌شوند و هزاران نفر هم در بیمارستان‌ها مبتلا می‌شوند.

به گزارش خبرآنلاین، هفته‌ای که گذشت، قطعاً تلخ‌ترین روزهای پاندمی کرونا در ایران بود؛ هفتم آبان به سیاه‌ترین روز کرونایی کشور تبدیل شد و بدتر اینکه آمار مجموع مبتلایان خبر از روزهای سیاه‌تری می‌دهد. دکتر مینو محرز، عضو ستاد ملی مقابله با کرونا در توصیف این شرایط می‌گوید که «وضعیت خیلی وحشتناک است و اصلاً در بیمارستان‌ها جا نیست.»

تنها توجه به اوضاع یک هفته اخیر می‌تواند بازگوکننده شرایط وخیم بیماری کرونا در کشور باشد. آنگذر که هفته گذشته ایران با سیاه‌ترین روز کرونایی خود روبه‌رو شد و با مرگ ۴۱۵ نفر متأسفانه رکورد قربانیان کروناویروس در کشور شکسته شد. پیشتر این رکورد در روز ۳۰ مه‌راه با مرگ ۲۴۰ نفر رقم خورده بود، اما در هفت روز گذشته به طور میانگین



«پراجکت سیندیکیت» گزارش داد

برنده و بازنده اقتصادی کرونا

استفان روج، استاد دانشگاه بیل آمریکا در مقاله‌ای در «پایگاه خبری پراجکت سیندیکیت»، از موقعیت برتر چین در ریکاوری اقتصادی در عصر کرونا سخن گفت و عملکرد آمریکا در این زمینه را ناامیدکننده دانست. به اعتقاد او، دونالد ترامپ، ابتلایش به کرونا را به مثابه نشانه‌ای از شجاعت خود نشان می‌دهد، در حالی که چنین چیزی واقعیت ندارد و تبعات اقتصادی رویکرد او به بحران کرونا در ایالات متحده، دقیقاً در نقطه مقابل ریکاوری و بازیابی اقتصادی قدرتمندانه چین در عرصه جهانی است.

روج در مقاله خود نوشت: «همانطور که چین در دوره پس از بحران مالی سال ۲۰۰۸، پیشتاز دیگر کشورها در زمینه ریکاوری و بازیابی اقتصادی بود، اکنون نیز پکن در حال اجرای یک نمایش مشابه است. وضعیت ریکاوری اقتصادی چین در میان کشورهای توسعه یافته، تقریباً بی‌نظیر است. متأسفانه این مسئله یک حقیقت تلخ در آمریکاست یعنی همان کشوری که چین در آن به مثابه یک شیطان تصویر می‌شود.

بدون تردید، بحران‌های اقتصادی سال ۲۰۰۸ جهان و همچنین پاندمی کرونا، ماهیتی کاملاً متفاوت دارند. وال استریت آمریکا، مسبب اصلی بحران اقتصادی سال ۲۰۰۸ بود. این در حالی است که بحران شیوع کرونا از شهر ووهان چین آغاز شد. با این حال، در هر دو مورد، پاسخ و واکنش چین به بحران‌ها به مراتب از نوع واکنش آمریکا، تاثیرگذارتر و درست‌تر بوده است. طی دوره پنج ساله پس از بحران اقتصادی چین در سال ۲۰۰۸، میانگین رشد واقعی تولید ناخالص داخلی آمریکا، ۸٫۶ درصد بوده است. اگرچه این رشد در مقایسه با میزان رشد اقتصادی دوره پنج ساله قبل از بحران، کمتر بوده، با این حال، به مراتب بیشتر از (چهار برابر بیشتر) میانگین ضعیف رشد اقتصادی سالانه آمریکا در دوره زمانی سال‌های ۲۰۱۰ تا ۲۰۱۴ (با رقم ۲٫۱ درصد) بوده است.

پاسخ مناسب چین به بحران جهانی کرونا، حقایق اقتصادی قابل تأملی را چه در مورد شرایط فعلی و چه در مورد آینده، افشا می‌کند. گزارش تولید ناخالص داخلی چین در سه ماه سوم سال ۲۰۲۰ به این نکته اشاره دارد که اقتصاد چین با سرعت بالا به دوره قبل از اپیدمی کرونا بازگشته است؛ امری که تبعات و نشانه‌های خاصی را برای اقتصاد جهانی به همراه خواهد داشت.

مقایسه این مسئله با اقتصاد آمریکا کاملاً قابل توجه است. هر دو اقتصاد (چین و آمریکا) در جریان بحران کرونا، با مصائب و انقباض اقتصادی قابل توجهی مواجه شدند. انقباض اقتصادی ۳۳٫۸ درصدی اقتصاد چین در جریان سه ماهه نخست سال ۲۰۲۰، تقریباً مشابه انقباض ۳۱٫۲ درصدی اقتصاد آمریکا در سه ماهه دوم سال مذکور بوده است. براساس داده‌های موقت ماهانه، رشد واقعی سه ماه سوم تولید ناخالص داخلی آمریکا، حدوداً ۳۵ درصد بوده است. این میزان اگرچه آمار خوبی برای آمریکا است، با این حال، در مقایسه با چین، به مراتب کمتر بوده است (حدوداً ۲۰درصد کمتر). از طرفی نباید فراموش کرد که آمارهای تولید ناخالص داخلی اقتصاد آمریکا براساس آنچه عنوان شد، حدوداً ۳درصد کمتر از نقطه اوج آن در سال ۲۰۱۹ بوده است.

با این همه، نرخ‌های ریکاوری اقتصادی، بازگوکننده تمامی حقایق نیستند. نرخ‌های ریکاوری اقتصادی پس از یک دوره بحران سنگین، حاکی از یک بازیابی شدید هستند و چندان نمی‌توان به آنها تکیه کرد. آنچه واقعا می‌توان به آن تکیه کرد این است که پس از گذشت مدتی بینیم آیا روند رشد اقتصادی ادامه‌دار است یا خیر. این دقیقاً همان نقطه‌ای است که چین به نحو قابل توجهی، راه خود را از آمریکا جدا می‌کند و برتری خود را در عرصه بین‌المللی دیکته می‌کند.

نوع واکنش چین به بحران کرونا تا حد زیادی وامدار واکنش آن به بحران مالی سال ۲۰۰۸ بوده است. هدف در آن زمان برای چین از همان ابتدا کاملاً واضح و روشن بود: «اولویت اصلی باید مخاطب قرار دادن منبع اصلی شوک و بحران باشد نه آسیب‌ها و تبعات جانبی آن.» بسته محرک مالی چین به ارزش ۵۹۶٫۴ میلیارد دلار در آن زمان به این دلیل مفید بود که چین اقدامات محکم و قاطعی را جهت محافظت از بازارهای مالی خود در برابر یک بیماری بسیار خطرناک و گسترده اتخاذ کرده بود. واکنش و نوع عملکرد چین در دوره کنونی نیز کاملاً مشابه گذشته است: اول، چین اقدامات بسیار گسترده و سختگیرانه‌ای را جهت حمایت از شهروندان خود در برابر شیوع گسترده ویروس کرونا انجام داده و می‌دهد و سپس این کشور سیاست‌های مالی و پولی مناسبی را برای تقویت بنیه اقتصادی چین و پیشرفت آن در بحبوحه بحران به کار گرفته و می‌گیرد. این رویکرد کاملاً با نوع رویکردی که آمریکا جهت مقابله با ویروس کرونا و تبعات اقتصادی آن در پیش گرفته، تفاوت دارد. دولت آمریکا به جای اینکه بر توقف روند شیوع کرونا و تقویت بخش بهداشت و سلامت تأکید ورزد، بسته‌های محرک پولسی و مالی زیادی را طراحی کرده و عمدتاً معطوف به پیامد بوده تا علت بحران.

این مسئله به خوبی تفاوت در رویکرد دولت چین و دولت آمریکا به رهبری ترامپ را در مقابله با بحران شیوع ویروس کرونا نشان می‌دهد. در چین برخلاف آمریکا، هیچ‌گونه مخالفت و مقاومتی در برابر استفاده از ماسک، رعایت فاصله اجتماعی و نمونه‌گیری گسترده و تبدیل آن به یک هنجار در جامعه، وجود نداشته و ندارد. تنها کافی است به این مسئله توجه کنیم که در اوایل پاییز سال جاری میلادی، دست‌کم ۹ میلیون نفر در کینگدائو چین، هدف آزمایش ویروس کرونا قرار گرفتند. این اقدام در کمتر از پنج روز پیش از ابتلای کمتر از ۲۰ نفر از اهالی این منطقه به ویروس کرونا انجام گرفت. در عوض، ترامپ ابتلای خود به ویروس کرونا را نشانه‌ای از شجاعتش اعلام می‌کند و هیچ اشاره‌ای به خطرات و تهدیداتی که جامعه آمریکا را هدف قرار داده و می‌دهند، نمی‌کند. در این چارچوب، نتایج خیره‌کننده تولید ناخالص داخلی آمریکا در سه ماهه سوم سال جاری میلادی، در تضاد و تناقض آشکارتری با وضعیت مهم و نامشخص اقتصاد آمریکا در عصر پس از لغو محدودیت‌ها در آمریکا است. آشفتگی مداوم در بازار کار آمریکا (آمریکا شاهد بیشترین میزان ثبت نام جهت دریافت بیمه بیکاری در کل تاریخ خود است) در برهه کنونی، کاملاً چشمگیر است. این مسئله می‌تواند تا حد زیادی با آغاز موج جدیدی از بحران شیوع کرونا در این کشور (آمریکا) تشدید شود و ایالات متحده را در یک بحران اقتصادی و اجتماعی بسیار عمیق غرق کند.»

صندوق بین‌المللی پول برای اقتصادهای نفتی خاورمیانه تجویز کرد

۷ راهکار تاب‌آوری در بحران کرونا



بیشتر از آسیای مرکزی و قفقاز نیازمند تأمین مالی خواهند بود. انتظار می‌رود که کشورهای حوزه مناپ بیشتر بر منابع داخلی متکی شوند، در حالی که کشورهای آسیای مرکزی و منطقه قفقاز به تأمین مالی خارجی وابسته‌تر هستند.

✽ **بدهی‌های بالاتر فضای مالی را محدودتر خواهد کرد و ریسک مالی را افزایش خواهد داد.** بسیاری از کشورهای منطقه به‌ویژه واردکنندگان نفت حوزه مناپ تقریباً با فضای مالی کمتر و یا بدون آن وارد بحران شدند. ترکیب اثر بدهی بالاتر که تقاضای تأمین مالی را بالا می‌برد و چالش‌های اعمال تعدیل‌های مالی توانایی آنها را برای حمایت بهبود فضا محدود خواهد کرد.

✽ **برای بهبود فضای مالی، بسط این فضا بسیار مهم است.** با توجه به آنکه کووید-۱۹ هنوز برای بهداشت عمومی و عادی کردن فعالیت اقتصادی از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است، حمایت مالی برای بنگاه‌هایی که به شدت ضربه خورده‌اند و همینطور خانوارهای آسیب‌پذیر همچنان ضروری است. در این صورت، کشورها چگونه می‌توانند در کوتاه مدت، کمک‌های موردنیاز را تأمین کنند و در میان‌مدت هم فضای مالی خود را گسترش بدهند؟ اولویت‌بندی کردن هزینه‌ها برای حمایت از بهداشت، آموزش و بخش‌های آسیب‌پذیر در حالی که باید گلايه‌های پرداخت‌کنندگان مالیات را به سطوح پیش از بحران منظر داشت، کلید راه حل مشکلات در آینده نزدیک است. در میان‌مدت، اقدامات هزینه‌های و درآمدی که مبتنی بر انصاف و کارآمدی باشد به گسترش فضای مالی از قبیل نظام مالیاتی پیشرفته کمک خواهد کرد. دولت‌ها باید به تدریج بر روی کاهش یارانه سوخت و کاهش هزینه‌های غیراولیوتی کار کنند.

✽ **برنامه‌های میان‌مدت بودجه‌ای و بهبود حکمرانی نه تنها به گسترش فضای مالی کمک خواهد کرد، بلکه ریسک‌های مالی را هم کاهش خواهد داد.** یک برنامه میان‌مدت بودجه‌ای به کشورها کمک می‌کند تا هزینه کامل سیاست‌های‌شان را حسابرسی کنند و قابلیت‌های اعتباری تعدیل‌های هزینه‌ای را هم تقویت کنند. این طرح‌ها باید از طرف قواعد مالی که محدودیت‌های عددی را بر احکام بودجه‌ای اعمال می‌کند و پایداری میان‌مدت مالی را تضمین می‌سازد، حمایت شود. فقط یک‌سوم از کشورهای منطقه چنین قواعدی را دارند. در انتها، بهبود حکمرانی و مهار فساد در حالی که کشورها برای گسترش فضای مالی خود کار می‌کنند، مهم است و آنها را منعطف‌تر خواهد کرد. افزایش شفافیت می‌تواند ریسک‌های مالی را کاهش دهد. در حالی که کاهش فرار مالیاتی و اجتناب از آن می‌تواند به رونق درآمدهای دولت کمک کند.

نوار غزه، توصیه‌های هفت‌گانه صندوق بین‌المللی پول برای کشورهای

حوزه منا به این شرح است:

✽ **کشورها برای مقابله با پاندمی کرونا اقدامات متنوعی را به کار گرفته‌اند.** طبیعت بی‌ماند بحران نیازمند کنش نرم بود. واردکنندگان نفت در خاورمیانه و آسیای مرکزی بر افزایش هزینه‌های بهداشتی و واگذاری‌های هدفمند اجتماعی متمرکز شده بودند. این در حالی است که صادرکنندگان نفت اولویت خود را بر کاهش موقت مالیات، تمدید مهلت بازپرداختی‌ها و افزایش هزینه‌های دیگر از قبیل پرداخت‌های بخشی از حقوق برای محافظت از اشتغال را در پیش گرفته بودند.

✽ **میانگین واکنش مالی در خاورمیانه و آسیای مرکزی پایین‌تر از متوسط اقتصادهای نوظهور بود که نشان‌دهنده فضای منقبض مالی در این منطقه است.** میانگین بسته‌های درآمدی و هزینه‌ای در کشورهای واردکننده نفت این منطقه در سال جاری دو برابر صادرکنندگان نفت بود (۲ درصد تولید ناخالص داخلی در برابر یک درصد تولید ناخالص داخلی). برخی از صادرکنندگان نفت با نظام‌های قوی بهداشتی و رفاهی نیاز کمتری برای افزایش هزینه‌ها داشتند. کشورهای دیگر هم فضای کمتری برای افزایش هزینه‌ها داشتند. به عبارت دیگر، فضای محدود مالی داشتند. هرچند که افزایش هزینه‌ها با کاهش هزینه‌ها در دیگر بخش‌ها به‌ویژه هزینه‌های سرمایه‌ای تعدیل شده بود.

✽ **انتظار می‌رود که کسری بودجه و بدهی عمومی افزایش یابد.** هزینه اقدامات فوری همراه با افت قابل توجه درآمدها در سراسر منطقه اثر قابل توجهی گذاشته است. این امر به ویژه در کشورهای صادرکننده نفت به خاطر سقوط تقاضا و قیمت نفت کاملاً مشهود است. انتظار می‌رود که درآمد آنها در سال جاری میلادی حدود ۲۲۴ میلیارد دلار کاهش یابد که معادل ۸ درصد تولید ناخالص داخلی آنهاست. همچنین پیش‌بینی می‌شود که بدهی دولت‌ها به طور قابل توجهی افزایش یابد، چنانچه برای کشورهای خاورمیانه، شمال آفریقا، افغانستان و پاکستان (حوزه مناپ)، بدهی پیش‌بینی شده دولت از ۶۴ درصد تولید ناخالص داخلی سنال ۲۰۱۹ میلادی به ۷۵ درصد در سال ۲۰۲۲ خواهد رسید و در یک سوم کشورها به بالاتر از ۸۰ درصد هم افزایش خواهد یافت. ✽ **کسری بودجه بالاتر به معنای نیازهای مالی بیشتر است.** با افزایش کسری‌ها، انتظار می‌رود که نیازهای متوسط مالی بیش از ۴ درصد تولید ناخالص داخلی افزایش یابد، چراکه پاندمی باعث شده مجموع نیازهای مالی عمومی در سال جاری به ۶۱۳ میلیارد دلار برسد که این میزان در سال ۲۰۲۱ میلادی به ۵۷۱ میلیارد دلار خواهد رسید. حوزه مناپ همانند واردکنندگان نفت در مقایسه با صادرکنندگان نفت،

فرصت امروز: با اینکه حدود ۱۰ ماه از شیوع کرونا در جهان می‌گذرد و مواجه غیرمنظره بشر با پاندمی کرونا، شرایط جدید و مبهمی را در اقتصاد جهانی پدید آورده است، اما همچنان درباره بزرگی بحرانی که در میانه آن ایستاده‌ایم، چیز چندان زیادی نمی‌دانیم. تنها چیزی که می‌دانیم، نااطمینانی فزاینده در مورد آینده است؛ نااطمینانی درباره زمانی که ویروس مهار می‌شود؛ زمانی که واکنسی برای مقابله با بیماری به بازار می‌آید و زمانی که وضعیت اقتصاد دوباره به شرایط قبل از کرونا بازخواهد گشت.

این روزها در مصاف ویروس و اقتصاد گویا بشر میان دوگانگی جان و نان گیر افتاده و به نظر می‌رسد که با باید اقتصاد را حفظ کرد و یا جان مردم را. در این بین، اقتصاددانان معتقدند که همیشه یک راه سومی وجود دارد؛ یک استراتژی نسبتاً ساده که هم ویروس کووید-۱۹ را مهار می‌کند و هم اجازه می‌دهد که اقتصاد احیا شود.

درحالی که کمتر از سه ماه به یک سالگی شیوع کرونا زمان باقی مانده، دولت‌ها در این مدت، سیاست‌های حمایتی مختلفی را برای مقابله با بحران کرونا اتخاذ کرده و بسته‌های مالی متنوعی را برای کسب و کارها در نظر گرفتند، اما این سیاست‌ها و بسته‌های مالی با توجه به نظام اقتصادی و درجه توسعه‌یافتگی کشورها متفاوت بوده است. در این راستا، صندوق بین‌المللی پول به تازگی برای اقتصادهای حوزه منا یا همان کشورهای خاورمیانه، شمال آفریقا و آسیای مرکزی، ۷ توصیه برای مقابله کوتاه‌مدت و میان مدت با بحران کرونا پیشنهاد کرده است.

IMF در گزارش چشم‌انداز اقتصادی منطقه منا، با اشاره به اینکه کشورهای خاورمیانه، شمال آفریقا و منطقه قفقاز با راهکارهای سریع و دقیق به پاندمی کرونا واکنش نشان دادند تا از گسترش و اثرگذاری بیشتر آن مقابله کنند، نوشت: با وجود این، کشورهای یادشده هنوز با فضای نامطمئن و دشواری در این بحران مواجه هستند، به‌خصوص کشورهای صادرکننده نفت که به شدت در این وضعیت آسیب دیده‌اند؛ آسیبی دوسویه از جانب پیامدهای اقتصادی تعطیلی‌ها و کاهش شدید تقاضا و قیمت نفت.

گفتنی است در جغرافیای منا، ۱۵ کشور صادرکننده نفت هستند: الجزایر، جمهوری آذربایجان، بحرین، ایران، عراق، قزاقستان، لیبی، عمان، قطر، عربستان سعودی، ترکمنستان، امارات، ازبکستان و یمن. همچنین ۱۷ کشور نیز واردکننده نفت هستند: افغانستان، ارمنستان، جیبوتی، مصر، گرجستان، اردن، قرقیزستان، لبنان، موریتانی، مراکش، پاکستان، سومالی، سودان، سوریه، تاجیکستان، تونس، کرانه باختری و

گزارش «بلومبرگ» از دردسر جدید اوپک در صورت پیروزی بایدن در انتخابات آمریکا

رکورد سقوط قیمت نفت شکست

به گفته «بلومبرگ»، «قیمت نفت برنت روز پنجشنبه حدود ۳ درصد کاهش یافت و به زیر ۳۸ دلار برای هر بشکه رسید و به این ترتیب در سال جاری میلادی با افت بیش از ۴۰ درصد مواجه شد. در صورت پیروزی بایدن، بانک‌های وال استریت از جمله «گلدمن ساکس»، «جی پی مورگان» و «آر پی سی کپیتال» گفته‌اند سال آینده شاهد ورود یک میلیون بشکه در روز یا بیشتر نفت خام ایران به بازار خواهیم بود. اطلاعات جمع‌آوری شده بلومبرگ نیز نشان می‌دهد ایران ظرفیت تولید حدود ۳٫۸ میلیون بشکه نفت در روز را دارد. در حال حاضر این کشور تقریباً نیمی از این مقدار را تولید می‌کند و بیشتر نفت خام را نیز خود مصرف می‌کند. ایمان ناصری، مدیرعامل بخش خاورمیانه شرکت مشاوره FGE مستقر در لندن، گفت: «طی چند ماه پس از انتخاب بایدن، ما انتظار داریم که مقداری نفت ایران به بازار بیاید. این یک دردسر واقعی برای اوپک خواهد بود.»

این احتمال در شرایطی است که کشورهای عضو ائتلاف اوپک پلاس از جمله روسیه در ماه آوریل توافق کردند که ۹٫۷ میلیون بشکه در روز (حدود ۱۰ درصد از عرضه جهانی) را از بازار دریغ کنند. اوپک در ماه آگوست این محدودیت‌ها را کاهش داد اما با توجه به تعطیلی‌های مجدد ناشی از موج جدید کرونا در اروپا و سایر مناطق جهان و همچنین از سرگیری تولید نفت در لیبی در پی آتش‌بس در این کشور جنگ‌زده، این ائتلاف در حال ارزیابی مجدد برنامه خود برای کاهش بیشتر نفت در ژانویه است.

در حال حاضر، قیمت نفت برنت به زیر ۳۷ دلار کاهش یافته و این یک رکورد تازه برای سقوط قیمت نفت است. قیمت نفت در بازار جهانی پس از ریزش سنگینی که در چند روز گذشته داشت، روز جمعه اندکی افزایش یافت اما تحت تاثیر نگرانی‌ها از آسیب دیدن



دریچه

محکومیت مدیر آپارات چه تاثیری بر کسب و کارهای اینترنتی دارد؟

حلقه گمشده کسب‌وکارهای پلتفرمی

خبر محکومیت مدیر آپارات به دلیل انتشار ویدئویی غیرمجاز نشان می‌دهد که کسب‌وکارهای کاربرمحور همچنان در مسیر ناهمواری حرکت می‌کنند و برخورد قضایی با پلتفرم به جای کاربر، زبان‌های اقتصادی زیادی برای کسب‌وکارهای پلتفرمی به همراه دارد. در این بین، فعالان عرصه کسب و کارهای دیجیتال معتقدند که تحت فشار قرار دادن کسب‌وکارهای داخلی در زمان تحریم، منطقی نیست و بهتر است که دادرهای تخصصی به این اتهامات رسیدگی کنند.

به گزارش ایرنا، یکی از پربحث‌ترین اخبار در هفته گذشته در شبکه‌های اجتماعی، خبر محکومیت ۱۰ ساله جواد شکوری مقدم، مدیرعامل پلتفرم آپارات توسط یکی از شعب دادگستری کل استان تهران بود. این حکم در پی انتشار یک ویدئو در شبکه آپارات برای شکوری و چند نفر دیگر که در ساخت این ویدئو شریک بودند صادر شد. آپارات پس از اعلام این خبر در شبکه‌های مجازی در بیانیه کوتاهی اعلام کرد: «تجدیدنظرخواهی از این دادنامه صورت پذیرفته و در لایحه اعتراضی با اشاره به ماده ۲۲ قانون جرایم رایانه‌ای و مصوبات حمایتی شورای عالی فضای مجازی از پلتفرم‌ها که به صورت رویه ثابت درآمده، استناد شده و امیدواریم بر این مبادی، محکمه تخصصی رأی مناسب را صادر کند.»

پس از این خبر و واکنش شبکه‌های خارجی نسبت به این حکم، جواد شکوری‌مقدم در توئیت خود نوشت: «بی بی سی و رسانه‌های دیگر دل‌شان برای آپارات و اکوسیستم استرات‌آپی ایران نمی‌سوزد و حتما زندانه می‌دانند این روش موج‌سواری مغرضانه، سریع‌تر به آپارات و اکوسیستم استرات‌آپی کشور ضربه می‌زند.» او سپس گفت که این ویدئو ابتدا با سفارش یا 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. وزیر ارتباطات نیز در یک برنامه تلویزیونی خطاب به معاون سابق دادستان کل کشور گفت: «اگر یک نفر محتوای مجرمانه‌ای را در پیام‌رسان داخلی بارگذاری کرد، شما مالک پیام‌رسان را به زندان می‌اندازید. این حمایت از تولید داخل نیست.» پدram سلطانی عضو و نایب رئیس سابق اتاق بازرگانی ایران در واکنش به محکومیت مدیر آپارات در توئیت نوشت: «این خبر را کارآفرینان جوان، بچه‌های خلاق و باهوش و امیدهای آینده توسعه اقتصاد کشور می‌بینند و سپس به دوستان‌شان در آن سوی آب پیام می‌دهند: «فلائی سریع‌ترین راهی که بتوانم پیام او را طرف چیه؟ دیگه امیدی ندارم به موندن.» این حکم، آگهی ختم اکوسیستم استرات‌آپی کشور است.»

با وجود حمایت‌های گسترده از مدیرعامل آپارات، برخی کاربران معتقدند یکی از عوامل رشد آپارات، فیلترینگ نمونه‌های موفق خارجی از جمله یوتیوب است. با این حال، حتی این فرضیه نیز نمی‌تواند مانع تفکیک مسئولیت کاربر و پلتفرم در موضوع انتشار محتوا باشد. بسیاری از ما نخستین‌بار با محکومیت مدیر و مالک بلاگفا در اواخر دهه ۱۳۸۰ با مسئله تعارض بین کاربر و پلتفرم مواجه شدیم. علیرضا شیرازی، مالک بلاگفا در این باره گفت: «تفاتی که برای من افتاد، مربوط به پیش از تصویب جرایم رایانه‌ای بود و بنابراین در یک فضای بدون قانون بودیم.» او درباره علت بازداشت خود به عنوان مدیر و مالک سرویس بلاگفا گفت: «فردی منصف به یکی از فدراسیون‌ها علیه یک وبلاگ در بلاگفا شکایت کرده بودند. این وبلاگ پس از مدتی فعالیت، حذف شده بود. زمانی که پرونده در جریان دادگاه بود، این وبلاگ وجود نداشت، با این حال، دادگاه به‌صورت غیابی برای من حکم زندان صادر کرد و من به عنوان تنها فرد و نویسنده وبلاگ شناخته شدم و حتی در دادگاه تجدیدنظر نیز همان حکم با تخفیف تأیید شد.» مدیر بلاگفا با یادآوری تأثیر تصویب قانون جرایم رایانه‌ای گفت: «پس از گذشت چند سال از تصویب این قانون، سرویس‌های کاربرمحور و میزبانی به رسمیت شناخته شدند و از آنجایی که قانون مشخص کرده بود سرویس‌دهنده چه اطلاعاتی را باید نگهداری کند و چه اطلاعاتی را می‌تواند ارائه دهد، بسیاری از چالش‌های پیش از این حل شد و در مدالی سرویس‌دهنده به عنوان مطلع به دادگاه می‌رفت و اطلاعات را ارائه می‌داد که همین رویه نیز سال‌هاست تغییر کرده و پلیس فنا به‌صورت الکترونیکی این مسائل را پیگیری می‌کند.»

او درباره تحلیل خود از مورد آپارات نیز گفت: «با توجه به انتشار بدون جزئیات حکم و ابهام‌هایی که وجود دارد، به‌نظر نمی‌رسد محکومیت مدیرعامل آپارات فقط مربوط به همان یک ویدئو باشد و شاید موارد دیگری نیز مورد بررسی قرار گرفته‌اند. علاوه بر این به نظر می‌رسد قاضی دادگاه معتقد به تبلیغ این ویدئو توسط آپارات بوده و مسئله فقط میزبانی نیست زیرا روزانه دهها محتوای حتی غیراخلاقی در سرویس‌های مختلف به اشتراک گذاشته و با ارسال گزارش تخلف پیگیری می‌شود و در حقیقت برای مالک پلتفرم مسئله‌ای ایجاد نمی‌کند. با این حال ۱۰ سال زندان چه برای میزبانی و چه برای تبلیغ و نشر گسترده محتوا، طولانی است.»

مدیر و مالک بلاگفا در پاسخ به این پرسش‌ها که چنین محکومیت‌هایی می‌توانند به لحاظ اقتصادی، کسب‌وکارهای کاربرمحور را تحت تأثیر قرار دهند، گفت: «این موضوع نمی‌تواند مدل درآمدی یا اقتصاد این کسب‌وکارها را متأثر کند اما آنها را در همکاری با ناشران، نشر گسترده محتوا و تبلیغات، محافظه‌کارتر می‌کند. همچنین باتوجه به مورد آپارات، نمی‌توان آنگونه که برخی تلاش دارند موضوع را به‌گونه‌ای جلوه دهند که دادگاه‌هایی وجود دارد که سرویس‌های میزبانی را نمی‌پذیرند، به مسئله نگاه کرد.»

با وجود مدیر و مالک یکی از قدیمی‌ترین سرویس‌های وبلاگ‌نویسی فارسی معتقد است چنین احکامی تأثیر بر اقتصاد کسب‌وکارهای کاربرمحور ندارد، اما مهدی عیادی، دبیر انجمن فین‌تک ایران معتقد است این موضوع به طور کامل به جنس کسب‌وکار وابستگی دارد. عیادی در این رابطه گفت: «فرض کنیم فردی از خدمات ارائه‌دهندگان درگاه پرداخت واسط برای یک فعالیت غیرقانونی استفاده می‌کند. در این زمان پلیس با بازپرس‌ها چگونه رفتار می‌کنند؟ در اینجا فارغ از محتوای منتشرشده، تراکنش‌هایی که بر پایه آن محتوا انجام شده را از طریق بانک پیگیری می‌کنند. پیگیری تراکنش‌های بانکی نیز در نهایت یک حساب بانکی را نشان می‌دهد که همه مبالغ به آن واریز شده‌اند و آن حساب، متعلق به پلتفرم است.»

عیادی ادامه داد: «پس از شناسایی حساب بانکی، دستور مسدودسازی آن صادر می‌شود و این اتفاق در یک‌سال گذشته و همچنین پیش از آن، بسیار برای فعالان این حوزه رخ داده و حساب‌های آنها گاهی به‌صورت کوتاه‌مدت و گاهی به‌صورت بلندمدت مسدود شده است. حساب مسدودشده در واقع یک حساب واسط است که پول‌های هزاران نفر به آن واریز می‌شود و مسدود شدن آن، کسب‌وکارها را به‌شدت دچار مشکل می‌کند. مسدود شدن حساب برای یک تراکنش ۱۰ هزار تومانی موجب می‌شود جمعیت قابل توجهی به طور مثال ۵۰۰ هزار نفر، نتوانند پول خود را در آن روز دریافت کنند. در واقع این موضع علاوه بر آسیب مستقیم اقتصادی، زبان‌های غیرمستقیمی را به‌همراه دارد. ناراضیاتی کاربر موجب مهاجرت وی شده و همه هزینه‌های بازاریابی آن پلتفرم از بین می‌رود.»

این اقتصاددان ادامه داد: «تکته سوم پیامد تورمی طرح تامین کالاهای اساسی است. منابعی که در اختیار حمایت از دهک‌های کم‌درآمد قرار می‌گیرد بسیار قابل توجه نیست. بدهی‌هایی که دولت یا شرکت‌ها به بانک مرکزی دارند یا اضافه برداشتی که بانک‌ها از بانک مرکزی می‌کنند در قیاس با کمک به دهک‌های کم‌درآمدی بسیار قابل توجه است. کمک به دهک‌های کم‌درآمد نسبت به این بدهی‌ها کمک‌های معناداری نیست. به اضافه اینکه اینجا هدف این است که کالا تامین شود این منابع به بورس‌بازی، سفته‌بازی و خرید و فروش زمین‌رود بنابراین آثار تورمی ناچیزی دارد.»

او در پاسخ به انتقاداتی مبنی بر نداشتن درآمد ثابت دولت برای تامین منابع این هزینه دائمی گفت: «این طرح که طرحی مادام‌العمر نیست، دولت برای چند ماه پایان سال از آن استفاده می‌کند. سال دیگر ضرورتاً اینطور نیست که در بودجه این طرح را ادامه بدهد. این طرح مثل یارانه‌های ۴۵ هزار تومانی نیست که نشود قطع کرد. طرحی مسکنی برای این موقعیت خاص است و یقیناً دائمی نیست.»

به گفته حق‌شناس، «چون این یارانه به تک تک افراد تعلق می‌گیرد، نمی‌تواند باعث فساد بشود، ولی هر نوع یارانه حتماً روش غلطی است، ولی این روش غلط زمانی درست تلقی می‌شود که راهی وجود ندارد. وقتی دهک‌های کم‌درآمد تحت فشار قرار دارند باید به آنها کمک کرد. راه‌های مختلفی در این باره وجود دارد یک راه این است که به حساب خانوارها پول بریزیم، اما اینطوری نمی‌دانیم پدر یا مادر خانواده این پول را کجا خرج می‌کند. تضمینی در این باره وجود ندارد. یک راه این است که کارت شارژ الکترونیکی بدهیم که حتماً باید این کالا را بخرید یعنی حمایت از این اقشار را هدفمند کنیم.»

کمک به اقشار ضعیف اجبار است و نه انتخاب

او با بیان اینکه «این کمک‌ها برای کل ملت ایران نیست، بلکه برای دهک‌هایی است که هیچ‌گونه منبع درآمدی ندارند»، افزود: «مثلاً بخشی از گردشگری ایران پس از کرونا تعطیل شده کارکنان این بخش چه کار باید کنند یا بخشی از مکان‌های ورزشی تعطیل شدند کارکنان اینها چه کنند؟ دولت باید کمک کند اما چطور؟ یکی می‌گوید تسهیلات اجاره بهای مسکن می‌دهم یکی هم می‌گوید برای مواد غذایی کمک می‌کنم. می‌گویند دولت درآمد ندارد من قبول دارم، ولی بالاخره دولت باید راهی را برای کمک به مردم پیدا کند. یک راه فروش اموال است.»

به باور او، «این روش حمایتی از اقسار کم درآمد نه اینکه عوارض نداشته باشد که یکی از عوارض تورم است، اما اگر دولت این کار را نکند دهک‌های کم‌درآمد به دلیل دسترسی نداشتن به مواد غذایی بیمار می‌شوند آن وقت باید این هزینه را در بخش بهداشت و درمان بکنند یا این اقشار خدای ناکرده به بزهکاری روی می‌آورند باید این هزینه را جای دیگر بدهد. پس ناچار به این کار هستیم. اینجا الزام است و بحث انتخاب نیست.»

آیا یارانه ۱۲۰هزار تومانی کفاف هزینه‌های مردم را می‌دهد؟

در دسرهای یارانه چهارم



اقتصادی دولت گفت: «رانه برخی طرح‌ها که منابع آن دیده نشده است، نمی‌تواند به رفع معضلات کمک کند و ممکن است باعث ایجاد مشکلات تورمی و یا دامن زدن به انتظارات غیرواقعی گردد؛ لذا ملاحظه منابع و فراهم آوردن شرایط اجرایی آن، لازمه توفیق در خدمت به مردم و جلب رضایت آنهاست.»

کارشناسان نیز معتقدند ۳۰ هزار میلیارد تومانی که در طرح مجلس برای تامین کالاهای اساسی در نظر گرفته شده به احتمال زیاد باید با استقراض از بانک مرکزی تامین شود که تورم را ۱۰درصد افزایش می‌دهد. محمدرضا عبداللهی در این باره به «مهر» گفت: «طراحان طرح تامین کالاهای اساسی در مجلس معتقدند منابع طرح مذکور از دو محل تامین شده و در مجموع به بودجه‌های جاری و عمرانی سال ۹۹ و منابع و جداول آن، چیزی اضافه یا کم نشده است. محل اول، تبصره ۱۴ است که تمام بحث یارانه‌های بودجه‌ای در آن محل دیده می‌شود و محل دوم، بند «و» تبصره ۲ قانون بودجه است.»

او ادامه داد: «طبق اعلام سازمان برنامه و بودجه، منابع تبصره ۱۴ قانون بودجه بدون در نظر گرفتن طرح جدید مجلس هم دچار کسری است و مصارفی که در قانون بودجه دیده شده را هم نمی‌تواند پوشش دهدد بنابراین اگر ۱۵ هزار میلیارد تومان دیگر نیز به آن اضافه شود، تمام این ۱۵ هزار میلیارد تومان کسری بودجه خواهد بود و باید از طریق استقراض از بانک مرکزی تامین شود که خود تورمزاست.»

بهترین راهکار برای حمایت از قشر ضعیف چیست؟

همچنین هادی حق‌شناس درباره جوانب این طرح به «فرارو» گفت: «اولا طرحی که بار مالی داشته باشد و دولت موافق نباشد طبق اصل ۷۵ قانون اساسی شورای نگهبان رد می‌کند بنابراین هر طرحی که مجلس تصویب کند و طرح مالی‌اش را با دولت هماهنگ نکند، نمی‌تواند تبدیل به قانون بشود؛ بنابراین هر طرحی که در کل تصویب شود دولت موافق است یا همراهی می‌کند یعنی منابعش را تامین کرده است. دوم اینکه با توجه به تورم سال جاری که به دلیل تحریم و کرونا روندی افزایشی داشته، دهک‌های کم‌درآمد نیاز به کمک دارند بنابراین دولت باید در حمایت از این گروه کاری کند. بهترین راهکار این است کارت‌های شارژ الکترونیکی طراحی شود که آن منابع صرف کالاهای اساسی شود بنابراین اگر هدف این است به دهک‌های کم‌درآمدی کالا برسد این کارت‌ها بهترین راهکار ممکن است.»

به اعتقاد وی، «کارت‌های الکترونیکی وقتی شارژ می‌شود فقط برای استفاده خاص است. مثل کارت شارژ تلفن که فقط برای تلفن زدن است و نمی‌شود استفاده دیگری از آن کرد. با کارت شارژ کالا فقط می‌توان برنج و گوشت و مواد غذایی موردنظر دولت را خرید. چون هدف این است که حداقل کالری‌ها تامین شود. هدف تامین کالاهای اساسی است بنابراین چون این کمک مشخص است برای چه کاری است نمی‌توان از آن استفاده دیگر کرد و مثلاً کالای لوکس خرید.»

فرصت امروز: براساس طرحی که مجلس تصویب کرده، دولت ملزم به پرداخت یارانه جدیدی به ۶۰ میلیون نفر شده و قرار است مبلغ ۱۲۰ هزار تومان برای افراد سه دهک اول و مبلغ ۶۰ هزار تومان برای سایر دهک‌ها واریز شود. این چهارمین یارانه‌ای است که در صورت تأیید شورای نگهبان از سوی دولت به مردم پرداخت خواهد شد؛ طرحی که اقتصاددانان آن را نومیذانه و از مصائب اقتصاد یارانه‌ای قلمداد می‌کنند و معتقدند در شرایط تورمی حاضر کفاف هزینه‌های مردم را نخواهد داد. دولت در حال حاضر سه نوع یارانه را به صورت ماهانه پرداخت می‌کند؛ نخست یارانه نقدی ۴۵ هزار و ۵۰۰ تومانی است که حدود ۷۸ میلیون ایرانی به طور ماهانه دریافت می‌کنند. سپس یارانه بنزین که درست یک سال پیش و بعد از افزایش قیمت بنزین در آبان ماه ۹۸ برای جبران فشار تورمی احتمالی به اقسار ضعیف مردم به صورت ماهانه توزیع شد. سومین یارانه نیز یارانه کروناست که پس از شیوع بیماری کرونا از ۲۰۰ تا ۶۰۰ هزار تومان بین حدوداً ۳ میلیون نفر توزیع می‌شود. حالا در صورت تأیید شورای نگهبان و قانون شدن طرح جدید مجلس، یارانه چهارمی نیز باید بین ۶۰ میلیون ایرانی به صورت ماهانه پرداخت شود، درحالی که پرداخت ۶۰ تا ۱۲۰ هزار تومان در ماه تأثیر چندانی در معیشت مردم در شرایط تورمی حاضر ندارد.

ابعاد طرح تامین کالاهای اساسی از نگاه کارشناسان

براساس طرح مجلس یازدهم، دولت مکلف است به منظور تامین بخشی از نیازهای معیشتی خانوارهای کشور به ویژه خانوارهای کم‌برخوردار از ابتدای شش ماهه دوم سال ۱۳۹۹ به صورت ماهانه، نسبت به تامین و پرداخت یارانه اعتبار خرید به هر فرد ایرانی شناسایی شده از طرح معیشت خانوار (موضوع ردیف (۳۱) جدول تبصره ۱۴ قانون بودجه سال ۱۳۹۹ کل کشور) به تعداد حداقل ۶۰ میلیون نفر، از طریق واریز اعتبار به کارت یارانه نقدی سرپرست خانوار به مبلغ یک میلیون و ۲۰۰هزار ریال برای هر یک از افراد سه دهک اول از جمله افراد تحت پوشش کمیته امداد امام خمینی، سازمان بهزیستی، رزمندگان معسر و افراد با درآمد کمتر از حداقل حقوق و دستمزد و مبلغ ۶۰۰هزار ریال برای هر یک از افراد سایر دهک‌ها اقدام نماید. این اعتبار صرفاً برای تامین کالای اساسی و ضروری در نظر گرفته شده و وزارت صمت و جهاد کشاورزی موظفند امکان تخفیف در خرید این کالاها را برای مشمولان فراهم کند.

منابع موردنیاز برای اجرای این بند به میزان ۳۰۰ هزار میلیارد ریال از محل فروش اموال، حق‌الامتیاز و واگذاری سهام دولت و حقوق مالکانه ناشی از آن در چارچوب قانون توسط وزارت اقتصاد تامین می‌شود. در صورت عدم تکافوی منابع حاصله دولت مکلف است از منابع اعتبار موجود و افزایش تنخواه‌گردان خزانه کسری منابع را جبران کرده و با منابع حاصل از فروش مذکور جایگزین کند.

این طرح اما مخالفانی دارد که مهم‌ترین آن دولتی‌ها هستند، چنانچه حسن روحانی سه‌شنبه گذشته در جلسه ستاد هماهنگی

خرید و فروش واحدهای نوساز در ۷ سال گذشته بیش از ۶۰درصد کاهش یافت

سمت و سوی پاییزی بازار مسکن

شهر تهران چندان بالا نیست، چنانچه تنها ۹.۵ درصد معاملات مسکن شهر تهران به واحدهای مسکونی با ارزش بیش از ۵۰ میلیون تومان در هر متر مربع تعلق داشت که البته ۶.۵ درصد آن به خانه‌های دارای قیمت بیش از متری ۵۶ میلیون تومان اختصاص یافت.

سهام واحدهای با قیمت بیش از متری ۳۰ میلیون تومان هم از کل معاملات مسکن شهر تهران ۳.۵ درصد بوده که در این محدوده قیمتی نیز سهم غالب به میزان ۱۷ درصد به خانه‌های دارای ارزش ۳۰ تا ۴۰ میلیون تومان تعلق دارد. این آمارها نشان می‌دهد خرید و فروش در هر دو سطح مصرفی و سرمایه‌یای متناسب با توان اقشار متوسط و پایین است؛ هرچند بنا به گفته سوداگران ۷۷ درصد معاملات در بازار مسکن را خرید و فروش‌های سوداگران تشکیل می‌دهد.

از طرف دیگر سهم واحدهای کمتر از پنج سال در معاملات مسکن شهر تهران به کمترین میزان خود دست‌کم از سال ۱۳۹۳ تاکنون رسیده است. بین سال‌های ۱۳۹۱ و ۱۳۹۲ با توجه به رشد درآمدهای دولتی، افزایش ساخت و سازها متأثر از پروژه مسکن مهر، حجم تولید مسکن در پایتخت رونق گرفته بود. تولید مسکن شهر تهران در سال ۱۳۹۲ بالغ بر ۱۷۷ هزار و ۶۸۰ واحد مسکونی بوده که در سال‌های پس از آن روند کاهشی به خود گرفته است؛ تا جایی که در نیمه نخست سال جاری تعداد واحدهای مسکونی پیش‌بینی شده از طریق صدور پروانه‌های ساختمانی شهر تهران به ۲۶ هزار و ۶۴۸ واحد رسیده است.

به اعتقاد برخی کارشناسان، سمت و سوی بازار مسکن با وجود نوسانات قیمتی، متناسب با توان اقشار متوسط و پایین شکل گرفته است؛ به طوری که ۵۸ درصد معاملات را واحدهای با نرخ کمتر از متوسط قیمت شهر تهران به خود اختصاص می‌دهد؛ در این بین خانه‌های با قیمت متری ۱۰ تا ۲۰ میلیون تومان ۳۵درصد معاملات را به خود اختصاص می‌دهد.

از سوی دیگر ۵۸ درصد واحدها با قیمتی کمتر از متوسط قیمت شهر معامله شده‌اند. مهرماه ۱۳۹۹ توزیع فراوانی معاملات مسکن شهر تهران برحسب قیمت یک متر مربع حاکی از آن است که بیشترین سهم به میزان ۸.۲ درصد به واحدهای دارای ارزش ۱۶ تا ۱۸ میلیون تومان در هر متر مربع تعلق دارد و خانه‌های با قیمت متری ۱۴ تا ۱۶ میلیون و ۱۲ تا ۱۴ میلیون تومان به ترتیب با سهم ۷.۹ و ۷.۶ درصد در رتبه‌های بدی قرار دارند. به طور کلی ۴۰ درصد معاملات مربوط به خانه‌های کمتر از متری ۲۰ میلیون تومان بوده است.

از طرف دیگر آمارهای مهرماه نشان می‌دهد سهم واحدهای گران‌قیمت با ارزش بیش از متری ۵۰ میلیون تومان از معاملات مسکن

بازارهای مالی

در هفته‌ای که گذشت

قیمت سکه و طلا چگونه ارزان شد؟

به گفته نایب رئیس دوم اتحادیه طلا و جواهر تهران، در طول یک هفته اخیر بازار سکه و طلای داخلی، نسبت به هفته‌های گذشته آرام گرفته و باتوجه به کاهش قیمت اونس جهانی طلا، کاهش نرخ ارز در داخل و همچنین کاهش تقاضاهای کاذب که به دنبال ورود نیروهای انتظامی به معاملات کاغذی و دستگیری متخلفان رخ داد، قیمت سکه و طلا سیر نزولی گرفت.

محمد کشتی‌آرای در تشریح آنچه طی هفته گذشته در بازار سکه و طلا گذشت به ایسنا، گفت: قیمت جهانی طلا در طول هفته اخیر کاهش یافته و تا پایان وقت اداری پنجشنبه گذشته به طور متوسط ۲۴ دلار کاهش یافته است. این کاهش قیمت اونس جهانی به انضمام کاهش قیمت نرخ ارز که در طول هفته اتفاق افتاد و از سوی دیگر کاهش تقاضاهای کاذب و معاملات سفته‌بازها، به عنوان سه عامل اصلی تاثیرگذار در قیمت سکه و طلا، سبب نزولی شدن قیمت سکه و طلا در طول هفته‌ای که گذشت، بود.

او علت کاهش نرخ ارز و کاهش تقاضاهای کاذب را اقدامات نیروی انتظامی در جهت برخورد با معاملات کاغذی طلا و ارز و دستگیری تعدادی از فعالان آنها دانست و ادامه داد: به نوعی می‌توان گفت که با توقف این معاملات، تقاضاها و به‌ویژه تقاضاهای کاذب کاهش یافته است که خود در معاملات فیزیکی طلا اثرگذار بوده و سبب شده تا عرضه افزایش یابد. به نوعی این افزایش عرضه سبب شد که بسیاری از ترس کاهش بیشتر قیمت‌ها طلا و ارز و متضرر شدن‌شان و بسیاری هم از ترس برخورد نیروی انتظامی با آنها، اقدام به فعالیت فروش کردند؛ اینگونه بود که تعداد فروشنده‌ها از خریداران پیشی گرفت.

به اعتقاد وی، همه این اتفاقات در مجموع باعث شد که در طول هفته کاهش قیمت سکه و طلا را شاهد باشیم؛ بدین ترتیب که در آخرین معاملات روز پنجشنبه نسبت به ابتدای هفته، هر قطعه سکه تمام بهار طرح قدیم با کاهش یک میلیون تومانی به ۱۳ میلیون تومان و هر قطعه سکه تمام بهار طرح جدید با کاهش یک میلیون و ۲۲۰ هزار تومانی به ۱۳ میلیون و ۶۸۰ هزار تومان رسیده‌اند. همچنین هر قطعه نیم سکه با کاهش ۳۵۰ هزار تومانی نسبت به ابتدای هفته، ۷ میلیون و ۴۰۰ هزار تومان قیمت دارد. ضمن اینکه ربع سکه با کاهش ۳۵۰ هزار تومانی و سکه‌های یک گرمی با کاهش ۳۰ هزار تومانی به ترتیب ۵ میلیون تومان و ۲ میلیون و ۶۷۰ هزار تومان در پایان هفته داد و ستد شده‌اند.

این مقام صنفی افزود: هر مثقال طلای آب شده نیز با کاهش ۲۹۰ هزار تومانی در طول هفته اخیر، ۵ میلیون و ۴۱۰ هزار تومان رسیده و هر گرم طلای ۱۸ عیار یک میلیون و ۲۴۹ هزار تومان قیمت دارد که نسبت به ابتدای هفته ۶۷ هزار تومان کاهش قیمت را تجربه کرده است. به همین ترتیب سایر عیارهای طلا نیز با کاهش قیمت روبه‌رو شده‌اند؛ به طور مثال هر گرم طلای ۲۴ عیار که در ماه گذشته ۲ میلیون تومان نیز پیش رفته بود، در حال حاضر یک میلیون و ۶۶۵ هزار تومان قیمت دارد.

نایب رئیس اتحادیه طلا و جواهر تهران تصریح کرد: کاهش تقاضا و کاهش قیمت سکه و طلا منجر به کاهش حباب قطعات سکه نیز شده است. در حال حاضر حباب هر قطعه سکه تمام طرح جدید در پایان معاملات روز پنجشنبه حدود یک میلیون و ۴۰۰ هزار تومان بوده است که نسبت به ابتدای هفته ۶۰۰ هزار تومان کاهش یافته است. البته لازم به ذکر است که همچنان سایر قطعات سکه دارای حباب بیش از یک میلیون تومان هستند. البته که با ادامه روند عرضه و تقاضای متعادل، پیش‌بینی می‌شود که حباب سکه به سمت کاهش بیشتر، پیش رود. همچنین با ادامه اقدامات نیروی انتظامی در جهت برخورد با معاملات کاغذی و سفته‌بازی‌ها می‌تواند تاثیر مثبتی در کاهش قیمت‌ها داشته باشد.

روند کاهش‌ی بورس تهران ادامه دارد

کف سقوط بورس کجاست؟

دامنه کاهش‌های پی در پی شاخص بورس کماکان ادامه دارد و بازار سرمایه در آخرین روز کاری هفته گذشته بعد از مدت‌ها به کانال یک میلیون و ۲۰۰ هزار واحد عقبگرد کرد؛ اتفاقی که برای بسیاری از تحلیلگران قابل پیش‌بینی نبود و بسیاری از کارشناسان هم در مورد اینکه این کاهش تا کجا ادامه پیدا خواهد کرد هیچ تحلیلی ندارند.

به گزارش ایسنا، با وجود همه تصمیمات سازمان بورس برای برگرداندن تعادل به بازار سرمایه، حمایت‌های مجلس و اقدامات دولت، قیمت دلار و گزارش‌های شش ماهه چشمگیر شرکت‌ها، بازار سرمایه همچنان بر مدار نزول در حرکت است؛ حرکتی که در هفته جاری شبی تند و چشمگیر داشت.

شاخص کل بورس در روز شنبه با ۳۸ هزار و ۳۰۵ واحد کاهش، رقم یک میلیون و ۲۷۴ هزار واحد را ثبت کرد. در روز دوشنبه شاخص کل ۳۷ هزار و ۴۷۰ واحد کاهش یافت و در رقم یک میلیون و ۳۳۶ هزار واحد ایستاد. روز سه‌شنبه و چهارشنبه نیز به ترتیب با ۳۴ هزار و ۸۴۸ واحد کاهش و ۱۳ هزار و ۸۳۵ واحد کاهش، در رقم‌های یک میلیون و ۳۰۱ هزار و یک میلیون و ۲۸۸ هزار واحد ایستاد. کارشناسان دلایل مختلفی را برای سقوط بورس برشمردند؛ از جمله تاثیر شایعات افزایش نرخ سپرده‌های بانکی، قیمت‌گذاری دستوری در بورس کالا، انتخابات آمریکا، رفتار هیجانی تازه واردها، از بین رفتن اعتماد مردم و ... البته درحالی که برخی هیچ پیش‌بینی‌ای در مورد اینکه کف سقوط شاخص کجا است ندارند، برخی دیگر بر این باورند که بورس دوباره محلی برای جمع‌آوری سرمایه‌های سرگردان می‌شود. به طور کلی وضعیت بازارهای موازی، قیمت دلار، سودآوری شرکت‌ها و ... شرایط را برای صعود بازار سرمایه فراهم کرده است اما به نظر می‌رسد آنچه که در این بازار از میان رفته، اعتماد مردم به این بازار است که وقتی هیجان جدیدالورودها در کنار آن قرار می‌گیرد، به سقوط هرچه بیشتر بورس دامن می‌زند.

رئیس کل بانک مرکزی از تصمیمات جدید برای بازگشت ارز صادراتی خبر داد

سیگنال جدید همتی به بازار ارز



امسال، ۵۸۰ هزار تن برنج به ارزش ۵۳۳ میلیون دلار از گمرکات کشور ترخیص شده است که این میزان ترخیص در مقایسه با مدت مشابه (۹۸۶ هزار تن به ارزش یک میلیارد دلار) از نظر وزنی ۴۱ درصد و از نظر ارزشی ۴۹ درصد کاهش را نشان می‌دهد.

معاون فنی گمرک ادامه داد: بانک مرکزی در اطلاعیه خود اشاره کرده «در حال حاضر تمام کالاهای برنج موجود در گمرکات کشور که واردکننده، متقاضی ارز با نرخ نیمایی باشد، براساس فهرست اعلامی وزارت صمت، دارای تخصیص ارز از بانک مرکزی هستند» اما اشاره نکرده است که با «تخصیص ارز»، کالایی قابل ترخیص از گمرکات نیست و این ارائه کد رهگیری بانک است که اجازه ترخیص کالا به گمرک می‌دهد. اگر بانک مرکزی اطلاعاتی مبنی بر اینکه برنجی با داشتن «تخصیص ارز» از گمرکات کشور ترخیص شده است را دارد فهرست این صاحبان کالا را منتشر کند تا شائبه‌ای برای افکار عمومی ایجاد نشود!

به گفته اروغنی در بخش دیگری از اطلاعیه بانک مرکزی آمده است: «برنج‌های رسوبی موضوع گزارش‌های چند روز اخیر، مربوط به مواردی است که واردکننده متقاضی ارز با نرخ ترجیحی (۴۲۰۰ تومانی) است...» در حالی که اصلاً چنین نیست. بانک مرکزی به خوبی اطلاعات این برنج‌ها را در اختیار دارد و به خوبی می‌داند میزان برنج‌های رسوبی که صاحبان کالا، متقاضی ارز با نرخ ترجیحی ۴۲۰۰ تومانی هستند ۱۹.۷۱۳ تن متعلق به ۱۰ شرکت است بنابراین گره زدن موضوع رسوب بیش از ۲۰۰ هزار تن برنج مانده در بنادر و گمرکات کشور به ۱۹ هزار تن کالا صحیح نیست و لازم است درخصوص این موضوع هم شفاف‌سازی شود.

معاون فنی گمرک ایران خاطرنشان کرد: اما بانک مرکزی در قسمت مهم بیانیه خود اعلام کرده «بانک مرکزی در جلسات متعدد، توجه گمرک و وزارت صمت را به این موضوع جلب و بر رعایت کامل مصوبات مربوط به ترخیص درصدی کالاها با نرخ ترجیحی تأکید کرده است و در این باره هشدار لازم، مبنی بر متضرر شدن بازرگان در صورت مقررات توسط ستاد اقتصادی دولت داده است که متأسفانه برخلاف مصوبات مربوطه و بدون توجه به نظرات و انجام استعلام‌های مرتبط از بانک مرکزی و «سامانه جامع تجارت» توسط گمرک، کالاها به صورت درصدی توسط گمرک ترخیص شده و شرایط فعلی را برای کالاهای باقیمانده و واردکنندگان رقم زده است.» که باید گفت اتفاقاً چون گمرک ایران به انتظار صدور کد رهگیری بانک ننشسته و با اجرای دقیق مصوبات ابلاغی نسبت به ترخیص درصدی کالاها تا حد امکان اقدام نموده، به جای رسوب و فساد ۵۰۰ هزار تن برنج، این رسوب به ۲۰۰ هزار تن رسیده است.

کاهش ۱۶۰۰ تومانی قیمت دلار در هفته گذشته

دلار باز هم می‌ریزد

میانگین ۲۶ هزار و ۸۷۳ تومان را ثبت کرد. نرخ خرید و فروش دلار و یورو در صرافی‌های بانکی و بازار متشکل ارزی متغیر است و متناسب با نوسان بازار آزاد در طول روز چند بار تغییر می‌کند. هفته‌های گذشته با تشدید نوسان ارزی و مدیریت عرضه و تقاضا توسط بانک مرکزی، قیمت ارز تا حدودی روند نزولی در پیش گرفت و اکنون نرخ فروش دلار در صرافی‌ها با کاهش نسبت به قیمت‌های پایانی دیروز ۲۷ هزار و ۹۰۰ تومان و قیمت فروش یورو نیز با کاهش معادل ۳۲ هزار و ۹۰۰ تومان اعلام شد.»

در همین حال، قیمت دلار در هفته اخیر کاهش‌ی نزدیک به ۱۶۰۰ تومان را تجربه کرد با این حال صرافان در ادامه نوسان در بازار دلار خبر می‌دهند. به گزارش خبرنگاران، در اولین روز هفته گذشته قیمت دلار در صرافی‌های بانکی برابر با ۲۹ هزار و ۳۰۰ تومان بود اما فعالیت بازار ارز در حالی در روز پنجشنبه به پایان رسید که قیمت دلار به ۲۷ هزار و ۷۰۰ تومان رسیده بود. کاهش ۱۶۰۰ تومانی قیمت ارز در بازار البته در سایر بازارها نیز تأثیری شگرف را به جا گذاشت. صرافان در پاسخ به این سوال که قیمت‌ها در بازار آیا همچنان کاهش خواهد بود، می‌گویند: ممکن است نوسانات افزایشی در اولین روز هفته به صورت محدود وجود داشته باشد چراکه بازار در برابر ریزش قیمت‌ها مقاومت بالایی دارد. برخی معتقدند بازار ارز ایران با پدیده چسبندگی قیمت‌ها روبه‌روست و واکنش این بازار به عوامل تاثیرگذار در کاهش

فرصت امروز: رئیس کل بانک مرکزی در جدیدترین یادداشت اینستاگرامی خود از تسهیل روند برگشت ارز صادراتی به چرخه اقتصادی و همچنین کنترل نرخ رشد پایه پولی و نقدینگی سخن گفت و از بسته جدید ارزی خبر داد که جزئیات آن در ادامه هفته اعلام می‌شود. به گفته همتی، در بسته جدید در کنار توسعه روش واردات درمقابل صادرات و واردات در مقابل ارز اشخاص، بر تقویت سامانه نیما به عنوان محور مبادلات مربوط به حواله ارزی تأکید شده است.

عبدالناصر همتی روز گذشته (جمعه) در ابتدای یادداشت مجازی خود به مقررات جدید تسهیل روند برگشت ارز حاصل از صادرات به چرخه اقتصادی اشاره کرد و نوشت: «برمنای تقاضای فعالان اقتصادی بخش خصوصی و برای تسهیل برگشت هرچه بهتر ارز ناشی از صادرات به چرخه اقتصاد و به طور ویژه، تامین مواد اولیه و نیازهای وارداتی واحدهای تولیدی کشور، مقررات موردنظر در این خصوص به تأیید ستاد اقتصادی دولت رسید که جزئیات آن هفته آینده اعلام می‌شود.» او با بیان اینکه «همانگونه که قبلا اعلام و پیش‌بینی می‌شد، عرضه ارز در سامانه نیما به سرعت افزایش یافته و روند معاملات حواله‌های ارزی رشد خوب و قابل توجهی پیدا کرده است.» ادامه داد: «در بسته جدید در کنار توسعه روش واردات در مقابل صادرات و واردات در مقابل ارز اشخاص، بر تقویت سامانه نیما به عنوان محور مبادلات مربوط به حواله ارزی تأکید شده است.»

همتی سپس با اشاره به نرخ رشد پایه پولی و نقدینگی افزود: «نرخ رشد پایه پولی و نقدینگی علی‌رغم فشارهای وارده به بانک مرکزی به خاطر شرایط خاص کشور و نیز نیازهای مرتبط با کرونا، تا حد ممکن مدیریت و کنترل شده است. در پایان هفته سوم مهرماه ۹۹ رشد پایه پولی و نقدینگی، نسبت به پایان سال قبل به ترتیب ۹.۵ درصد و ۱.۸ درصد ثبت شده است که رقم‌های نهایی آن در پایان مهرماه توسط بانک اطلاع‌رسانی خواهد شد.»

رئیس کل بانک مرکزی در پایان تأکید کرد: «همانگونه که قبلا گفتیم، با هدف کاهش ضریب فزاینده و کنترل بیشتر نقدینگی، نرخ سپرده قانونی از اول مهرماه به وضعیت ابتدای سال ۹۹ برگردانده شد و اقدامات لازم احتیاطی برای ایجاد محدودیت در رشد ترانزاه بانک‌ها در دستور کار قرار دارد که در تعدیل روند نرخ رشد نقدینگی در نیمه دوم سال مؤثر خواهند بود.»

واکنش بانک مرکزی به ماجرای برنج‌های رسوبی در گمرک

بانک مرکزی همچنین به دنبال انتشار اخباری درخصوص احتمال فاسدشدن ۲۰۰ هزار تن برنج وارداتی در گمرک‌ها و بنادر کشور، اطلاعیه‌ای منتشر کرد و علت اصلی رسوب برنج‌های وارداتی در گمرک‌ها و بنادر را ترخیص درصدی کالا توسط گمرک بدون داشتن عرضه شده است.»

به گزارش بانک مرکزی، «به رغم عرضه ۷۰ میلیون دلار ارز و امکان خرید هر صرافی به میزان ۵۰۰ هزار دلار در بازار متشکل معاملات ارزی، از تاریخ اول تا هفتم آبان ماه ۱۳۹۹، در مجموع فقط ۷درصد (حدود ۵میلیون دلار) توسط صرافی‌ها خریداری شده است که این امر حاکی از فقدان تقاضای موثر در بازار برای ارز به صورت اسکناس است. همچنین گزارش‌های دریافتی از سامانه نیما حاکی از این است که در مدت مشابه حدود ۶۷۰ میلیون دلار ارز به صورت حواله توسط صادرکنندگان در سامانه نیما عرضه شده است.

روز چهارشنبه (۷ آبان) صرافی‌های بانکی هر دلار را ۲۷ هزار و ۹۰۰ تومان فروختند، اما صرافی ملی قیمت خرید دلار و یورو (اسکناس) را از صفحه خود حذف و نرخ فروش را اعلام کرد. قیمت فروش یورو در صرافی‌های بانکی ۳۲ هزار و ۹۰۰ تومان درج شد. همچنین در سامانه سننا نیز هر یورو با قیمت میانگین ۳۳ هزار و ۳۵۷ تومان به فروش رسید و هر دلار با قیمت میانگین ۲۷ هزار و ۹۱۸ تومان فروخته شد. علاوه بر این در سامانه نیما طی همین روز کاری، حواله یورو با میانگین قیمت ۲۳ هزار و ۲۷ تومان به فروش رسید و حواله دلار نیز قیمت

نماگر بازار سهام



یک کارشناس بازار سرمایه مطرح کرد

تبادل در قیمت سهام با حذف دامنه نوسان

یک کارشناس بازار سرمایه با اشاره به نقش دامنه نوسان در اصلاح شاخص بورس و تاثیر منفی بر بازار سرمایه، گفت یکی از نکات مثبت حذف دامنه نوسان و به تبع آن حذف صفهای خرید و فروش، تعادل در قیمتها و شروع روند صعودی بازار است. هومن عمیدی به روند معاملات بورس در هفته‌ای که گذشت اشاره کرد و به ایرنا گفت: بازار سرمایه طی هفته گذشته با وجود توقف رشد نرخ ارز روند نزولی سنگینی را تجربه کرد و اصلاح قیمتی سهام در حالی رخ داد که گزارش شرکتها مناسب و بالاتر از سطح انتظارات بود. در طول فعالیت بورس، بارها کارشناسان به ضرورت حذف صفهای خرید و فروش در سیستم معاملاتی و روان شدن معاملات اشاره کرده بودند که هر دفعه بنا بر دلایلی متعدد با این امر مخالفت شد و شوک حاصل از آن را سنگین ارزیابی کرده بودند.

عمیدی با بیان اینکه اصلاح دو ماهه بورس با دامنه نوسان محدود به مراتب شوکهای بیشتری را به روند کلی بازار وارد و اعتماد عمومی به بازار سرمایه را تحت تاثیر قرار داده است، افزود: یکی از نکات مثبت حذف دامنه نوسان و به تبع آن حذف صفهای خرید و فروش، تعادل در قیمتها و شروع روند صعودی بازار است اما این امر وابسته به نظر شورای عالی بورس و نظارت بر بازار است و در حیطه تصمیمات این نهاد قرار دارد.

او با بیان اینکه در زمینه دامنه نوسان بورس پیشنهادهای خوبی از مثبت پنج به مثبت هشت و منفی دو توسط کارشناسان بازار مطرح شده است، گفت: چنانچه اصرار بر حفظ دامنه نوسان ۱۰ درصدی در بازار وجود داشته باشد با حرکت دامنه نوسان به سمت مثبت، از فرسایش بیشتر روندهای نزولی که ریشه و منشأ در ترس و خروج سرمایه دارد جلوگیری خواهد شد، این موضوع نیز مناسبانه توسط این نهادها به تصویب نرسید و همچنان شاهد منفی بودن روند معاملات بازار هستیم. استدلال حاکم در بازار بدین گونه است که در صورت فروش هرچه زودتر سهام، سهامداران می‌توانند طی روزهای آینده با فرض منفی بودن بازار با قیمتی پایین‌تر اقدام به خرید کنند.

عمیدی افزود: مشخص نیست که به چه دلیل تلاش‌ها در جهت بازگشت بازار سرمایه به روند صعودی یک یا دو روز بیشتر عمر مفید ندارد، فقط به جمع‌آوری صفهای فروش در آن روز خلاصه می‌شود و از فردای همان روز سهام به حال خود رها شده و باز روند منفی جدید در بازار آغاز می‌شود.

به گفته وی، در وضعیت فعلی هدف خریدار سهم، خروج عده‌ای از بازار و کاهش فشار فروش سهام است و تلاشی برای کف‌سازی در آن منطقه وجود ندارد. تا زمانی که با نرخ کنونی دلار و روند مثبت سودسازی شرکتها، شیطنت‌ها در بازار در زمینه فروش سهام به منظور کاهش و دستکاری قیمت‌ها رخ دهد و نهادهای نظارتی و تصمیمگیر در مورد بازار با سیاستهای اشتباه فعالیت‌هایی را به نفع حقوقی‌ها انجام دهند وضعیت فعلی حاکم در بازار می‌تواند ادامه‌دار باشد. امیدواریم با وضع برخی از قوانین جدید مانند عدم حذف سفارش فروش در صف فروش و عدم حذف سفارش خرید در صفهای خرید شاهد جهتهای مثبت و منفی‌های کاذب به بازار نباشیم، از طرف دیگر به نظر می‌رسد مسدود کردن کد افراد خطاکار با زمان‌بندی بالا یعنی حداقل ۶ ماه، بتواند گره‌گشا بوده و کمکی در روند صعودی بازار باشد.

عمیدی با بیان اینکه استفاده از قوانین مناسب، پرهیز از وضع قوانین و مقررات یک شبه مانند ممنوعیت لغو نوسان‌گیری روزانه و سپس لغو آن نشان‌دهنده ناکارآمدی در وضع قوانین است، افزود: در چنین شرایطی تسهیل قوانین بازارگردانی شرکتها و نیز قوانین آن ضروری است، بازارگردانی در روند منفی بازار و خرید صفهای فروش و فروش بازارگردان در صفهای خرید کمکی به تعادل رساندن بازار فعلی نخواهد داشت و این موضوع شبیه به نوسانگیری حقوقی روی سهام شناور در بازار عمل خواهد کرد، به نظر می‌رسد که باید برای نقطه ورود و خرید بازارگردان، قوانین متناسبی وضع شود. او با اشاره به اینکه توجه به این موضوع ضروری است که تا اطلاع ثانوی فروش سهام توسط بدنه دولت و تامین مالی و نقدینگی تا بازگشت مجدد بازار به روند صعودی متوقف شود، گفت: از همه مهمتر برای شرکت‌هایی که بازارگردانی و خرید سهام خزانه را آغاز می‌کنند مشوق‌های بزرگ‌تری تصویب شود تا انگیزه سهامداران عمده و مدیران شرکت در این امر بازارگردانی افزایش یابد.

جابه‌جایی ۴,۴ هزار میلیاردی در زمین حقوقی‌ها

هفته نخست آبان با کاهش ۸,۸ درصدی شاخص بورس به پایان رسید



به گفته وی، «وقتی که در درآمدت، رشد نقدینگی کشور از سال ۹۲ تا ۹۸ حدود ۷ برابر شده است، قاعدتاً دارایی‌های دیگر نیز باید ۷ تا ۸ برابر شوند؛ پس رشد ۲۰ برابری بازار سرمایه منطقی نیست و شاخص بعد از گذشت مدتی، از این مسیر برمی‌گردد. در این میان با توجه به ویژگی‌های بازار سرمایه و اینکه نوسانات آن پرنرگ‌تر از سایر بازارها است، می‌توان گفت مهمترین دلیل چنین افندی، ذات بازار سرمایه است؛ ضمن اینکه افرادی که به تازگی وارد بورس شده‌اند نیز با چند مسئله روبه‌رو هستند؛ آنها کاملاً ناآشنا با بازار سرمایه هستند و به همین دلیل، با تمسک پسانداز خود وارد بورس شده و حتی در مواردی، دارایی‌های ضروری خود مثل ملک را فروخته و منابع آن را به بازار آورده‌اند و به صورت مستقیم هم وارد بازار شده‌اند بنابراین اکنون که بازار با افت مواجه بوده، هیجانی از بازار خارج می‌شوند. این مهمترین مخاطره‌ای است که بازار را هیجانی کرده و اکنون نیز روند غالب بر بازار نیز شاخص را به سمت افت پیش می‌برد.»

این تحلیلگر بازار سرمایه در خصوص رفتار حقوقی‌ها در بازار نیز گفت: «از زمانی که شاخص شروع به افت کرده تا به حال، حقوقی‌ها و سهامداران بزرگ، دائماً خرید و فروش می‌کنند و استراتژی که در پیش گرفته‌اند، نوسان‌گیری است؛ یعنی در قیمت کف می‌خرند و وقتی نرخ سهام خریداری شده، کمی بالاتر می‌روند، سهم را می‌فروشند و به این امید نمی‌آیند که کاملاً نگاه پرسود و بلندمدت به سهام خریداری شده داشته باشند.»

او ادامه داد: «اینکه بزرگان بازار در کدام نقطه می‌خواهند سهام را بخرند که نگاه دارند و نفروشدند، طی ایام آتی مشخص خواهد شد؛ همانطور که بعد از عبور شاخص از عدد ۲ میلیون واحد به بالا، حقوقی‌ها در یک حرکت سنگین، سهام خود را فروختند بنابراین اکنون و در کف قیمتی نیز تا زمانی که خریدهای جدی و پرنرگ به صورت دسته جمعی وجود نداشته باشند، کف‌سازی اتفاق نخواهد افتاد؛ ضمن اینکه بعد از انتخابات آمریکا نیز مشخص خواهد شد که کف، چه قیمتی است و حقوقی‌ها و سهامداران بزرگ در چه سطحی وارد می‌شوند.»

«البته مسائل حاشیهای نیز مهم است؛ به نحوی که اگر سیستم اقتصادی کشور به سمت دریافت جدی مالیات‌های تنظیم از خودرو و مسکن هدایت شود و پس از آن روی دلار و طلا و سکه مالیات را اخذ کنیم، این امر موجب خواهد شد که نقدینگی به سمت بازار سرمایه برود و بازار برگردد؛ ولی باز همه چیز بستگی به این دارد که آیا مجلس این لایحه را تصویب کند یا اصلاً دولت اجرا کند یا نه؛ ضمن اینکه نرخ بهره بازار بین بانکی و به تبع آن رفتار خود بانکها نیز در این وضعیت اثرگذار است.»

رسید که دو نماد بانک ملت و بانک صادرات بیشترین حمایت را در این گروه به خود اختصاص دادند و حدود ۳۸۰ میلیارد تومان نقدینگی بابت خرید سهام «وبملت» به پرتفوی سهامداران عمده افزوده شد. در همین راستا خالص خرید حقوقی‌های «وبصادر» نیز به ۳۶۰ میلیارد تومان رسید.

در میان نمادهای پالایشی نیز بیشترین خرید معامله‌گران حقوقی در نماد پالایش نفت بندرعباس بود، به نحوی که حقوقی‌های «شبنندر» بیش از ۲۶۰ میلیارد تومان نقدینگی را به پرتفوی خود منتقل کردند. «شپنا» نیز با ثبت خالص خرید ۱۰۷ میلیارد تومانی از دیگر نمادهای مورد توجه حقوقی‌ها در این گروه بود. سهامداران عمده در میان نمادهای خودرویی نیز خریدهای قابل توجهی در نماد ایران خودرو داشتند، چنانکه در نهایت ۱۶۰ میلیارد تومان نقدینگی در مسیر پرتفوی معامله‌گران حقیقی به حقوقی «خودرو» جابه‌جا شد. بررسی خریدهای سهامداران خرید نیز نشان می‌دهد که گروه کاشی و سرامیک با محوریت نماد کاشی حافظ در کانون توجه این معامله‌گران بود، به طوری که از خالص خرید ۵,۶ میلیارد تومانی حقیقی‌ها در این گروه، تمامی معاملات به «کحافظ» تعلق داشت. در همین راستا بیشترین خرید سهامداران خرید در نماد رادپاتور ایران بود، چنانکه «ختسور» با انتقال حدود یک هزار میلیارد تومان نقدینگی در مسیر پرتفوی سهامداران حقوقی به حقیقی روبه‌رو شد. خوراک دام پارس نیز با خالص خرید ۷,۵ میلیارد تومانی از دیگر نمادهای مورد توجه بازیگران خرید در این هفته بود.

حقوقی‌ها هنوز وارد خرید جدی در کف قیمتی نشده‌اند
بورس‌بازان حرفه‌ای معتقدند حرکت افغان و خیزان بورس به زودی تمام شده و صعود دوباره شاخص بورس از سر گرفته می‌شود، اما اینکه زمان این صعود دوباره کی خواهد بود، سوالی است که کارشناسان پاسخ مشخصی درباره آن ندارند.

در این باره علی شهیدی، کارشناس بازار سرمایه با بیان اینکه با توجه به کلیت روند صعودی بازار سهام از اواخر سال ۹۸ تا مرداد ۹۹ افزایش چند برابری و رسیدن شاخص به حدود ۲ میلیون و ۹۹ واحدی، چنین برگشتی در شاخص طبیعی بود، به خیرآنالین گفت: «تسلط روند افت شاخص بر بازار سهام، کاملاً قابل پیش‌بینی بود؛ چراکه وقتی شاخص با توجه به هیجانات میان مردم، حرکت صعودی را به پیش می‌گیرد، با همان شدت نیز برمی‌گردد و ریزش دارد، اما با توجه به اینکه بازارهای مختلف دارای در ایران، در بلندمدت متناسب با رشد نقدینگی رشد می‌کنند، زمانی که رشد تولید ناخالص داخلی تقریباً صفر است، بازو سرمایه به نوعی در حکم دارایی غیرمولد رشد خواهد کرد.»

فرصت امروز: نخستین هفته آبان ماه برای بورس تهران خوش‌یمن نبود و با کاهش ۸,۸ درصدی شاخص کل بورس به پایان رسید. در این هفته سهامداران خرد بازار بیشتر از آنکه خریدار باشند، فروشنده بودند. همچنین حقوقی‌ها در این هفته همچنان به خریدها و حمایت‌های خود از بازار ادامه دادند و در نهایت خالص خرید ۴,۴ هزار میلیارد تومانی را در کارنامه خود ثبت کردند.

روند جابه‌جایی‌ها در هفته‌ای که گذشت نشان می‌دهد که سهامداران عمده در تمامی روزهای هفته در نقش خریدار ظاهر شده و در مجموع بیش از ۴ هزار و ۴۶۰ میلیارد تومان نقدینگی از سبد سهام بازیگران خرد به پرتفوی خود منتقل کردند. بازیگران بورسی در نخستین روز معاملاتی هفته به خرید و فروش سهام پرداختند و در نهایت این حقوقی‌ها بودند که خریدهای بیشتری را ثبت کردند و ۷۴۰ میلیارد تومان نقدینگی به پرتفوی خود منتقل کردند. پس از تعطیلی روز یکشنبه، در حالی بازار روز دوشنبه با کاهش بیش از ۳۷ هزار واحدی شاخص کل بورس به پایان رسید که در این روز بیشترین میزان خرید حقوقی‌ها در مقیاس هفتگی به ثبت رسید، به طوری که سهامداران عمده در مجموع بیش از یک هزار و ۵۰۰ میلیارد تومان نقدینگی به پرتفوی خود افزودند.

جابه‌جایی‌ها در روز سه‌شنبه نیز همچنان در زمین حقوقی‌ها بود و در این روز بیش از یک هزار میلیارد تومان نقدینگی به پرتفوی این گروه از معامله‌گران منتقل شد. در نهایت نیز آخرین روز کاری هفته با خالص خرید ۱,۱ هزار میلیارد تومانی حقوقی‌ها پایان یافت. به این ترتیب برای جابه‌جایی‌ها در طول هفته، انتقال بیش از ۴ هزار و ۴۰۰ میلیارد تومان نقدینگی در مسیر پرتفوی سهامداران حقیقی به حقوقی را به دنبال داشت.

رصد خریدهای حقوقی‌ها و حقیقی‌ها در هفته گذشته
به گزارش سنا، رصد صنایع مورد توجه بازیگران بازار سهام نشان می‌دهد که در هفته گذشته گروه فلزات اساسی، بیشترین توجه را از سوی معامله‌گران حقوقی کسب کرد، به طوری که در مجموع حدود یک هزار و ۳۰۰ میلیارد تومان نقدینگی بابت خرید سهام مزبور، به پرتفوی سهامداران عمده منتقل شد. در صدر این خریدها نیز جمع‌آوری سهام دو شرکت فولاد مبارکه و ملی مس ایران قرار داشت، چنانکه خالص خرید حقوقی‌ها در نماد «فولاد» به ۶۳۰ میلیارد تومان و در نماد «فملی» نیز به ۵۱۰ میلیارد تومان رسید. البته دو نماد مزبور هفته گذشته را با نوسان منفی قیمتی سر کردند. این در حالی است که در گروه مزبور «فجر» در کانون توجه سهامداران خرد قرار داشت و حدود ۶ میلیارد تومان از سهام مزبور به سبد سهام حقیقی‌ها منتقل شد.

در ادامه این روند خرید سهام گروه بانکی قرار داشت، به طوری که خالص خرید سهامداران عمده در این گروه به ۹۶۰ میلیارد تومان

فراخوان شناسایی و ارزیابی سرمایه‌گذار صنعتی (شماره ۲-۹۹)

موضوع فراخوان:

سازمان منطقه آزاد انزلی در راستای تحقق شعار سال جاری مبنی بر جهش تولید و به منظور توسعه اقتصادی و استفاده حداکثری از توان سرمایه‌گذاران داخلی و خارجی در نظر دارد تعدادی از قطعات اراضی شهرک صنعتی شماره ۳ منطقه ۲ از طریق فرایند شناسایی و ارزیابی متقاضیان برای سرمایه‌گذاری در طرح‌های صنعتی واکگذار نماید.

مدارک و مستندات مورد نیاز:

- مطالعات پیش امکان‌سنجی طرح شامل کلیات طرح، برنامه تامین مالی، برنامه زمانبندی اجرا، توجیهات فنی لازم مطابق فایل مندرج در سایت سازمان، ارائه اساسنامه و آگهی آخرین تغییرات حاوی مشخصات صاحبان امضاء مجاز برای اشخاص حقوقی و مدارک شناسایی و احراز هویت برای اشخاص حقیقی.
- ترازنامه سه سال آخر در صورت وجود و گردش مالی حساب بانکی دو سال اخیر برای اشخاص حقیقی و حقوقی یا سهامداران شرکت تازه تاسیس در منطقه، سابقه و تجربه اجرایی و حسن سابقه در فعالیت‌های مشابه.

سایر شرایط فراخوان:

- قیمت هر متر مربع از اراضی قابل واکگذاری توسط کمیته ارزیابی زمین سازمان منطقه آزاد انزلی مطابق دستورالعمل اجرایی آیین‌نامه نحوه استفاده از زمین و منابع ملی در مناطق آزاد تعیین می‌گردد.
- سازمان پس از پایان مهلت و دریافت پیشنهادات متقاضیان نسبت به بررسی درخواست‌های واصله بر اساس شاخص‌های طرح پیشنهادی نظیر میزان صادرات سالیانه، میزان اشتغال زایی، سازگاری با محیط زیست و عدم آلاینده‌ی، سطح فناوری، تامین نیازهای داخلی یا جایگزینی واردات مبتنی بر مزیت‌های نسبی منطقه، میزان ارزش افزوده تولیدات، استفاده بهینه از زمین و غیره و همچنین در صورت نیاز اخذ مدارک و مستندات تکمیلی و طی تشریفات قانونی لازم اقدام و سرمایه‌گذاران حقیقی و حقوقی واجد صلاحیت را به ترتیب اولویت انتخاب می‌نماید.

محل تحویل اسناد:

گیلان، منطقه آزاد انزلی، بلوار شهید فاتحی، فاز تجارت و گردشگری، ساختمان اداری سازمان منطقه آزاد انزلی، دبیرخانه مرکزی. **آخرین مهلت دریافت و تحویل اسناد ارزیابی:** روز شنبه مورخ ۱۳۹۹/۰۹/۰۱ تا ساعت ۲:۳۰ عصر.

نویسندگان:

- ارائه پیشنهادات مشروط، مخدوش، مبهم و اصلاح یا جایگزینی پیشنهاد ممنوع و مسرود خواهد بود.
- ارائه درخواست و مستندات هیچگونه حقی را برای متقاضیان ایجاد نخواهد کرد و سازمان در رد یا قبول هر یک از درخواست‌ها مختار است و مدارک ارسالی به هیچ عنوان مسترد نخواهد شد.
- متقاضیان می‌توانند برای کسب اطلاعات بیشتر با شماره تلفن ۰۱۲ ۴۴۴۵۲۰۱۵ مدیریت گسترش تسهیلات تولید و فناوری‌های پیشرفته سازمان تماس حاصل نمایند و یا به سایت سازمان منطقه آزاد تجاری - صنعتی انزلی به نشانی www.anzalfz.ir مراجعه نمایند.

آگهی مناقصه عمومی خرید
همزمان با ارزیابی کیفی (بصورت فشرده)

شماره آگهی ۱۰۳۴۴۸۶

شماره ۹۹/۷/۲۹ مورخ ۲۰۹۹۰۱۴۰۳۰۰۰۱۶۴

مندرج در سامانه تدارکات الکترونیکی دولت شماره ۹۳ سال ۹۹

شرکت آب و فاضلاب استان آذربایجان شرقی در نظر دارد اقلام به مقدار و مشخصات ذیل به روش مناقصه عمومی همزمان با ارزیابی کیفی (بصورت فشرده):

شماره فراخوان	ردیف	نام و مشخصات کالا	تعداد یا مقدار	واحد	تضمین شرکت در فرآیند ارجاع کار (ریال)	محل اعتبار
۹۳	۱	کنترل معمولی ۱/۲	۲۰۰۰۰	دستگاه	۳۲۰۰۰۰۰۰۰	غیرعمری

و از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت خریداری نماید. کلیه مراحل مناقصه از طریق درگاه سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) به آدرس www.setadiran.ir انجام خواهد شد. بدیهی است شرکت در رد یا قبول هر یک از پیشنهادات مختار خواهد بود. هزینه آگهی از برنده مناقصه اخذ خواهد شد.

پیشنهاد دهنده حائز حداقل امتیاز ارزیابی کیفی لازم جهت شرکت در مناقصه مکلف است معادل مبلغ سپرده، تضمین‌های معتبر تسلیم یا مبلغ مذکور را به حساب بانکی شرکت واریز وجه را به صورت اصل در وقت مقرر در اسناد به کارفرما تسلیم نماید به پیشنهادهای فاقد سپرده، سپرده‌های مخدوش، سپرده‌های کمتر از میزان مقرر، چک و نظایر آن ترتیب اثر نخواهد شد.

آدرس سایت اینترنتی: www.abfaazarbaijan.ir

تاریخ انتشار نوبت اول: ۹۹/۰۸/۱۰

تاریخ انتشار نوبت دوم: ۹۹/۰۸/۱۱

شرکت آب و فاضلاب استان آذربایجان شرقی

عضو کمیسیون صنایع و معادن مجلس خبر داد

توافق کمیسیون صنایع و وزارت صمت برای قیمت گذاری خودرو



عضو کمیسیون صنایع و معادن مجلس از توافق کمیسیون متبوعش و وزارت صمت برای قیمت گذاری خودرو خبر داد و گفت قیمت گذاری خودرو براساس دستورالعمل هیأت تعیین و تثبیت قیمت ها در سازمان حمایت مصرف کنندگان و تولید کنندگان و با اتکا به هزینه های تولیدی حسابرسی شده خودروسازان تعیین می شود.

به گزارش خانه ملت، روح الله ایزدخواه عضو کمیسیون صنایع و معادن مجلس درباره قیمت گذاری خودرو، گفت: پیرو طرحی که در کمیسیون صنایع و معادن مجلس در دست تکمیل داریم، قیمت گذاری خودرو براساس دستورالعمل هیأت تعیین و تثبیت قیمت ها در سازمان حمایت مصرف کنندگان و تولید کنندگان و با اتکا به هزینه های تولیدی

حسابرسی شده خودروسازان تعیین می شود؛ این پیشنهاد میان ما و وزارت صمت به توافق رسیده است.

بیش از نیمی از خودروهای صفر خریداری شده، ترددی در خیابان ندارند

نماینده مردم تهران، ری، شمیرانات، اسلامشهر و پردیس در مجلس شورای اسلامی افزود: در حال حاضر قیمت گذاری دستوری نه هزینه های تمام شده خودروسازان را پوشش می دهد و نه به کاهش قیمت در بازار آزاد کمکی کرده است؛ مصرف کنندگان نیز متضرر شده اند.

این نماینده مردم در مجلس یازدهم ادامه داد: شکاف بسیار میان

قیمت دستوری و نرخ بازار آزاد، سوداگری در بازار خودرو را به اوج رسانده به گونه ای که بیش از نیمی از خودروهای صفر خریداری شده، ترددی در خیابان نداشته اند. یعنی در پارکینگ ها دوپ شدن تا در موقع مناسب به فروش رسند؛ در واقع خودرو که کالایی مصرفی است به کالای سرمایه ای تبدیل شده است.

۱۰۰ هزار میلیارد تومان رانت ناشی از شکاف قیمتی خودرو در بازار و کارخانه

عضو کمیسیون صنایع و معادن مجلس اضافه کرد: در سال جاری تاکنون ۱۰۰ هزار میلیارد تومان رانت ناشی از شکاف قیمت به وجود آمده که نه به نفع خودروسازان بوده و نه مردم و مصرف کنندگان.

وزیر صمت: بابت کیفیت پایین خودروها از مردم عذرخواهی می کنم

علیرضا رزم حسینی گفت بابت خودروهای بی کیفیت از مردم عذرخواهی می کنم و شرمندهمیدم که نتوانستیم برای مردم خودروی باکیفیت تولید کنیم.

علیرضا رزم حسینی، وزیر صنعت، معدن و تجارت در گفت و گو با خبرنگار صنعت، تجارت و کشاورزی گروه اقتصادی باشگاه خبرنگاران جوان، گفت: قیمت گذاری خودرو توسط شورای رقابت تعیین می شود و تغییر نخواهد کرد.

رزم حسینی گفت: نشست خوبی در وزارت صمت با معاون اول رئیس جمهور برگزار شد. بیش از ۵ هزار شرکت دانش بنیان با وزارت صنعت، معدن و تجارت همکاری دارد. با توجه به ۴۰ درصد تولید ناخالص داخلی در این وزارتخانه و ۳۸ درصد اشتغال پایدار نشان می دهد ظرفیت بسیار خوبی در شرکت های دانش بنیان وجود دارد و حتما همکاری خوبی با این شرکت ها خواهیم داشت.

وی گفت: متناسبانه در حوزه صنعت خودرو عقب افتادگی داریم و آنطور که باید در ساخت داخل پیش نرفته ایم که این رویه نتیجه تحریم هاست که نشان داد صنعت خودرو چقدر وابستگی به ارز دارد. بابت خودروهای بی کیفیت از مردم عذرخواهی می کنم و شرمندهمیدم که نتوانستیم برای مردم خودروی باکیفیت تولید کنیم.

وزیر صمت ادامه داد: امیدواریم در جهت ساخت داخل بهتر حرکت کنیم و در زمینه خودرو تصمیمات خوبی می گیریم و شرکت های دولتی را باید ایجاد کنیم.

امسال تولید ۵۸ درصد افزایش یافت

رزم حسینی تاکید کرد: فکر می کنم با این همکاری مشترک در جهت تعمیق بتوانیم نهضت ساخت داخل را پیش ببریم. امسال ۵۸ درصد تولید افزایش یافت، شرکت هایی خارجی که در ایران بودند رفتند و این فرصت خوبی برای شرکت های داخلی شد.

خبر خوشی که رئیس جمهور در روزهای آینده ابلاغ خواهد کرد او بیان کرد: البته باید وزارت صنعت، معدن و تجارت بوروکراسی نچس اداری را تغییر دهد. این حرکت را سعی می کنیم با تشکل کارگروه بخش خصوصی و دولت همراه کنیم. یک خبر خوش هم بدهیم که آقای رئیس جمهور در چند روز آینده ابلاغ خواهد کرد سیاست جدیدی مربوط به صادرات در برابر واردات خواهیم داشت.

رزم حسینی تشریح کرد: اگر از امروز به بعد کسی قصد صادرات دارد، می تواند به وزارت صنعت، معدن و تجارت مراجعه کند و براساس اولویت بندی انجام داده شده، مواد اولیه را وارد کند. این فرصت خوبی است و فکر می کنم در ۶ ماه دوم سال واردات مواد اولیه کارخانجات بتواند با افزایش خوبی رو به رو شود.

وزیر صنعت، معدن و تجارت با اشاره به اینکه بازار این روزها دچار نوسانات زیادی شده است، گفت: سیاست وزارت صنعت، معدن و تجارت در جهت عرضه کالا است، باید کاری انجام دهیم که کالا در بازار فراوان شود، اگر عرضه کالا افزایش پیدا کند، قیمت ها کاهش می یابد. او بیان کرد: درخصوص کالاهایی که مشمول قیمت گذاری هستند،

معاون علمی و فناوری رئیس جمهور خبر داد

داخلی سازی قطعات خودرو با کمک شرکت های دانش بنیان

می کنیم تا شرکت های صنعتی، توسعه پیدا کنند. همکاری در بحث امنیت غذایی یا توسعه دارو هم پیگیری می شود و تفاهات خوبی در این زمینه ها داشته ایم.

ستاری گفت: بحث سازمان گسترش، زمین شناسی و صادرات اقلام دانش بنیان هم مطرح است، امیدواریم مانند قبل اتفاقات خوبی رخ دهد.

این مقام مسئول در پاسخ به سوال خبرنگار گروه اقتصادی باشگاه خبرنگاران جوان درخصوص همکاری شرکت های دانش بنیان برای تولید قطعه خودرو، گفت: بحث خودروسازی ۲ بخش دارد که یک بحث به تامین قطعه و ارزیابی شدیدی که برخی از خودروها دارند

تشدید مراقبت بیشتر از بنکداران، انبارداران را در دستور کار داریم. البته بگویم دنبال مقابله با گران فروشی هستیم، به شرایطی که در کشور وجود دارد و افزایش نرخ ارز، نوسانات قیمتی داریم، اما سعی می کنیم با ابزارهایی که داریم بتوانیم در این حوزه اقداماتی انجام دهیم.

وزیر صنعت، معدن و تجارت گفت: یکی از مهم ترین کارها، مربوط به فولاد است که تمام محصولات دیگر در بورس عرضه خواهد شد. او درخصوص وضعیت روغن نباتی، تشریح کرد: تولید کالاهای استراتژی خوب است، نزدیک به ۹ هزار تن در چند روز گذشته روغن نباتی توزیع کردیم، وقفه ای که شد مربوط به یک شرکت خاص بود که دیروز جلسه ای با آنها داشتیم، خود شرکت موظف است موجودی انبار را بداند و متوجه باشد که چه زمانی محصول تمام می شود، نگرانی درخصوص روغن نداریم. بحث تغییر قیمت هم مطرح است.

رزم حسینی درخصوص افزایش قیمت مرغ، گفت: واقعیت این است که ارز ۴ هزار و ۲۰۰ تومانی در اختیار وزارت جهاد و شبکه های توزیع قرار می گیرد. در جلسه ستاد تنظیم بازار، براساس شاخص های وزارت جهاد که اعلام می کند قیمت نهایی را تعیین می کنیم که اکنون قیمت گذاری شده است.

این مقام مسئول درخصوص قیمت گذاری خودرو، گفت: قیمت گذاری خودرو توسط شورای رقابت تعیین می شود و تغییر نخواهد کرد. در حال مذاکره هستیم که نه مصرف کننده و نه خودروساز زیان نینینند. فرمول قیمت گذاری تغییر نخواهد کرد.

پراید آماده بازگشت به نرخ کمتر از ۱۰۰ میلیون تومان

در حالی که کاهش نرخ ارز بازارهای موازی نظیر خودرو را تحت تاثیر قرار داده و زمینه را برای کاهش قیمت فراهم کرده است برخی خریداران با اعلام اینکه منتظر بازگشت پراید به کمتر از ۱۰۰ میلیون تومان هستند خرید خود را به تعویق انداخته اند.

به گزارش خبرگزاری خبرآنلاین، هرچند تولید پراید در ایران متوقف شده است اما این خودرو همچنان خودروی شاخص بازار برای قیمت گذاری است.

قیمت پراید امسال افزایشی نزدیک به ۷۰ میلیون تومان را تجربه کرده و از محدوده ۶۰ میلیون تومان به محدوده ۱۳۰ میلیون تومان ورود کرده است. افزایش نرخ در حالی رخ داده که این رقم در ماه گذشته بسیار بالاتر بود حالا اما ریزش قیمت دلار و پیش بینی کاهش نرخ ها تا کف کانال ۲۰ هزار تومان از سوی برخی کارشناسان، این شائبه را در بازار خودرو تقویت کرده است که قیمت ها در آستانه شکستن و ریزش هستند.

سعید مومتمی، رئیس اتحادیه فروشندگان خودرو نیز در گفت و گوهای رسانه ای خود بر این نکته صحنه گذاشته است که ریزش قیمت ارز تأثیری مستقیم بر ریزش بهای خودرو دارد.

آنچه فعالان مورد اشاره قرار می دهند این نکته است که ریزش قیمت ها در بازار خودرو تا زمان رسیدن بازار ارز به ثبات ادامه خواهد داشت.

رئیس اتحادیه نمایشگاه داران درباره قیمت های جدید، پس از ریزش نرخ ارز گفته است: در دوران اوج افزایش نرخ ارز شاهد افزایش شدید قیمت خودرو بوده ایم که با کاهش قیمت دلار نرخ خودرو نیز روند نزولی را در پیش گرفت، به عنوان مثال خودرو سایپا ۱۳۱ که قیمت آن ۱۲۸ میلیون تومان بود در حال حاضر به نرخ ۱۰۵ میلیون تومان رسیده است، همچنین سایپا ۱۵۱ که قیمت آن ۱۴۵ میلیون تومان بود با کاهش نرخ ارز به ۱۱۵ میلیون تومان کاهش یافت.

کدام خودروها ۳۰ میلیون ارزان شدند؟

به گفته فعالان این صنف در اتحادیه نمایشگاه داران خودروی کوئیک از ۱۹۰ میلیون تومان به ۱۶۰ میلیون تومان رسید که حدود ۳۰ میلیون تومان نرخ آن کاهش یافته است البته پژو ۲۰۶ تیپ ۲ نیز با کاهش ۳۰ میلیون تومانی از قیمت ۲۵۰ میلیون تومان به نرخ ۲۲۰ میلیون تومان رسید. خودرو سمند ال ایکس هم اکنون به نرخ ۲۱۰ میلیون تومان رسیده است که در زمان اوج افزایش قیمت ۲۴۰ میلیون تومان بوده است.

معامله گران درباره آینده بازار چه می گویند؟

هرچند قیمت ها کاهش یافته و شمار فروشندگان افزایش محسوسی را تجربه کرده است اما همچنان خریداری در بازار نیست و خریداران واقعی به استناد اینکه قیمت ها کاهش بیشتر خواهد یافت، خرید خود را به تعویق می اندازند. بسیاری معتقدند حتی نرخ هایی در محدوده ۳۰ میلیون تومان پایین تر از هفته های گذشته نیز نرخ های واقعی نیستند و قیمت ها کمتر از این میزان است.

مومتمی، رئیس اتحادیه نمایشگاه داران می گوید: به طور کلی بازار خودرو در رکود کامل به سر می برد و با ادامه دار بودن ریزش نرخ ارز، قیمت خودرو روند نزولی خواهد داشت و امکان دارد اگر نرخ دلار به کانال ۲۷ هزار تومانی و کمتر برسد قیمت پراید به زیر ۱۰۰ میلیون تومان کاهش یابد.

تعداد ثبت نام کنندگان طرح پیش فروش سایپا از مرز ۲۲۰ هزار نفر گذشت

خرید خودرو از طرح پیش فروش محصولات گروه خودروسازی سایپا پس از ۲۴ ساعت اول از مرز ۲۲۰ هزار نفر گذشت.

به گزارش خبرگزاری تسنیم، پس از ابلاغ قیمت های جدید خودرو توسط شورای رقابت که متناسب با تورم بخشی برای سه ماهه سوم سال انجام شد، سایپا طی بخشنامه ای طرح پیش فروش ۹ مدل از محصولات خود با قیمت های جدید را اجرا کرد که با استقبال گسترده مشتریان مواجه شده است.

طرح پیش فروش ۹ مدل از محصولات گروه خودروسازی سایپا با قیمت های جدید اعلام شده از سوی شورای رقابت و زمان تحول در نیمه نخست سال ۱۴۰۰ از ساعت ۱۴ روز سه شنبه، ششم آبان ماه آغاز شده که با استقبال گسترده و متقاضیان خرید خودرو رو به رو شده است.

براساس اعلام سازمان فروش و بازاریابی گروه خودروسازی سایپا، تعداد متقاضیان خرید خودرو که در این طرح پیش فروش با قیمت های جدید اجرا شده، در ۲۴ ساعت اول از مرز ۲۲۰ هزار نفر گذشته است.

استقبال گسترده از طرح پیش فروش محصولات سایپا در حالی انجام شده که تمام محدودیت های مصوب کمیته خودرو اعم از محدودیت کد ملی، گواهینامه، پلاک فعال و ... در این طرح لحاظ شده و ثبت نام کسانی در این طرح پذیرفته خواهد شد که مشمول این شرایط باشند.

این طرح عرضه خودرو به مدت ۷۲ ساعت کاری ادامه خواهد داشت و شامگاه روز شنبه ۱۰ آبان ماه به پایان خواهد رسید. متقاضیان خرید محصولات سایپا می توانند با ورود به سایت اینترنتی محصولات گروه خودروسازی سایپا نسبت به ثبت نام اقدام کنند. این طرح فروش در راستای ایجاد فرصت برابر ثبت نام برای همه متقاضیان خرید خودرو و سازوکار شناسایی و عرضه خودرو به مصرف کنندگان واقعی اجرا شده و متقاضیان خرید خودرو می توانند به صورت شبانه روزی برای ثبت نام خودروهای مورد نظر خود به سایت فروش اینترنتی محصولات سایپا به آدرس <https://saipa.com> مراجعه کنند.



جان آیو به Airbnb

و آموزش دهنده تیم شرکت باشد، با این حال پرسش داری البرز، صندوق پژوهش و فناوری استان یزد، صندوق نوآوری و شکوفایی، موسسه دانش‌بنیان برکت، صندوق پژوهش و فناوری غیردولتی استان خراسان‌رضوی، بنیاد برکت، شناسا، صندوق پژوهش و فناوری غیردولتی گیلان و نهادهای مربوطه استان‌ها، همراهان ۱۰۰ استارت‌آپ در برگزاری کاروان استانی سرمایه‌گذاری هستند. همچنین این رویداد با همکاری همراهنش در سایر استان‌های کشور نیز به زودی برگزار خواهد شد.

به قلم: ماریلا مون / خبرنگار – مترجم: امیر آل‌علی؛ برای طرفداران برند اپل، جان آیو چهره‌ای کاملا شناخته شده محسوب می‌شود. وی برای بیش از ۲۰ سال، طراح ارشد این شرکت بوده و سال گذشته برای تاسیس برند شخصی خود، از این شرکت جدا شد. با این حال در بیانیه رسمی برند Airbnb به عنوان بزرگترین وب‌سایت کرایه اقامتگاه، اعلام شده است که با این شخصیت مهم و جهانی، قرارداد چند ساله به امضا رسیده و قرار است که او مدیر بخش طراحی

با ۱۶ شتاب‌دهنده؛ توسعه اقتصاد دیجیتال سرعت گرفت

اقتصاد دیجیتال در دنیا جایگاه پر قدرتی در بازار پیدا کرده و مفاهیم آن معادلات اقتصادی جهانی را دگرگون کرده است. این اقتصاد در ایران با همکاری نهادهای مرتبط و با کمک ۱۶ شتاب‌دهنده در مسیر توسعه قرار گرفته است.

دنیای اقتصاد دیجیتال به حدی با اقتصاد سنتی در آمیخته که تمایز آنها از هم سخت و گاهی غیرممکن است. این اصطلاح، نخستین بار توسط یکی از پژوهشگران ژاپنی در سال ۱۹۹۰ مطرح شد. البته که این اقتصاد را متعلق به همه کشورها می‌دانند اما هنوز شکاف بزرگی میان کشورها وجود دارد و اصل توسعه یافته این مفهوم اقتصادی را برای کشورهای توسعه یافته و کشورهای در حال توسعه آسیای شرقی می‌دانند.



دریچه

کارگزاران تبادل فناوری کشور گردهم می‌آیند

شرکت‌های دانش‌بنیان و فناوری و صنایع خلاق و نرم، دراز کرده‌اند. همچنین به دلیل اعمال تحریم‌های دشمنان، واردات بسیاری از کاتالیست‌ها با مشکل مواجه شده است، در سال‌های اخیر بسیاری از کاتالیست‌ها، توسط شرکت‌های دانش‌بنیان بومی‌سازی شده است. برای ایجاد ارتباط بیشتر میان این شرکت‌ها و صنایع بزرگ در موضع کاتالیست‌ها، میان بروکرهای مستقر در استان‌های مختلف، بحث و تبادل نظر صورت خواهد گرفت.

فناوری پلاسما نیز یکی از فناوری‌های رو به رشد در کشور محسوب می‌شود. این فناوری می‌تواند کاربردهای تجاری متعددی مانند، آلودگی‌زدایی، دفع زباله، برش دادن و اصلاح عملکردی بسطوح مواد مختلف به منظور افزایش خاصیت چسبندگی جوهرهای ساده و چندلایه داشته باشد و در بسیاری موارد دیگر نیز مورد استفاده قرار گیرد.

شناسایی نیاز صنایع مختلف کشور به این فناوری و بحث در مورد شرکت‌های

فناور توانمند در این رشته، از جمله دیگر فرصت‌های مورد اشاره در ششمین نشست بروکرهای سراسر کشور بوده مسائلی مانند معدن، اصلاح ژنتیک دام سبک و کشاورزی نیز در این نشست مورد بحث قرار گرفت.

شبکه فن بازار معاونت علمی وظیفه تبادل و تجارت فناوری را برعهده گرفته است. ایجاد ارتباط میان فناوران و سرمایه‌گذار و صنایع بزرگ، یکی از محورهای فعالیت این شبکه محسوب می‌شود. در حال حاضر در شهرهای مختلف کشور، ۲۲ شبکه فن‌بازار استانی تاسیس شده است. ۳ فن بازار تخصصی نیز در رشته‌های مختلف فعالیت دارند.

سربازان مقابله با آلودگی هوا؛ زیست بوم گسترش می‌یابد

آلودگی هوا در محیط‌های باز و بسته فعالیت می‌کنند. همچنین صنایع خلاق و نرم در زمینه اصلاح فرهنگ مصرف و فرهنگ‌سازی در حوزه آلودگی هوا فعال هستند، این استارت‌آپ‌ها در صورت کسب حمایت بیشتر می‌توانند نقش پررنگ‌تری را برعهده گیرند.

در این زمینه زیست‌بوم نوآوری هوا، در کشور راه حل‌های مختلفی را پیشنهاد کرده است. ایجاد اپلیکیشن‌هایی برای اجاره صندلی‌های خودروهای تک سر نشین برای افراد هم‌مسیر و تسهیل در استفاده از وسایل نقلیه پاک و الکترونیکی از جمله این پیشنهادات است.

همچنین ایجاد نقاط و جزایر پاک در سطح شهرها و استفاده بیشتر از فناوری مانند سنسورهای تحلیل آلودگی هوا از دیگر راهکارهای فناورانه در این عرصه است. توسعه سامانه‌های اشتراک سفر برای خودرو نیز می‌تواند در این زمینه راهگشا باشد.

با توجه به فرسودگی بخش قابل توجهی از وسایل نقلیه به ویژه خودروهای حمل و نقل عمومی، شرکت‌های دانش‌بنیان و صنایع خلاق و نرم، تلاش می‌کنند تا با عرضه محصولات نوآورانه، آلاینده‌های خروجی از این خودروها را جذب کنند

و آنها را به مواد پاک و کم‌ضرر یا بی‌ضرر تبدیل کنند. فرونشاندن آلودگی هوا با اسبیری مداوم قطرات آب نیز یکی دیگر از راهکارهایی است که در حال حاضر برخی شرکت‌های فناوری بر روی آن تحقیق می‌کنند تا به صورت مقرون به صرفه‌ای امکان اجرا داشته باشد.

سامانه‌های کاهش مصرف و بازیافت انرژی ساختمان‌ها نیز نقشی قابل توجه در کاهش آلودگی هوای ناشی از دودکش ساختمان‌ها را ایفا می‌کنند. بر این اساس، معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری با ایجاد چند ساختمان پایلوت با همکاری برنامه عمران سازمان ملل، قصد دارد تا در این زمینه فرهنگ‌سازی کند و الگوی ساختمان‌های پاک را به تمام کشور تسری دهد.

شبکه فن‌بازار معاونت علمی برای تسریع در روند تجاری‌سازی فناوری و جذب سرمایه، به بروکرها (کارگزاران تبادل فناوری) تکیه دارد. این بروکرها که در استان‌های سراسر کشور مستقر هستند برای ششمین نشست سراسری خود در باغ نوآوری ورامین گردهم آمدند.

ششمین نشست بروکرهای شبکه فن بازار معاونت علمی، روز پنجشنبه ۸ آبان ماه ۱۳۹۹ به میزبانی شهر ورامین و باغ نوآوری مستقر در این شهر در رأس ساعت ۱۰ صبح برگزار شد.

با توجه به اینکه تسهیل در تجاری‌سازی فناوری یکی از محورهای اصلی فعالیت بروکرها به شمار می‌رود، یکی از اصلی‌ترین موضوعات این نشست نیز مسئله عرضه و تقاضای فناوری بود.

حاضران در این رویداد، آخرین چالش‌ها و مشکلات پیش‌روی عرضه مناسب فناوری را مورد کاوش قرار دادند و همچنین در زمینه نیازهای فناورانه شرکت‌ها، موسسات و صنایع بزرگ، بحث و گفت‌وگو کردند.

یکی از موضوعاتی که تعداد قابل توجهی شرکت دانش‌بنیان، صنایع خلاق و نرم، شرکت فناوری و استارت‌آپ در رابطه با آن مشغول فعالیت هستند، موضوع پسماند و مدیریت پسماند است. با توجه به اینکه بیشتر توجه‌ها معطوف به پسماندهای شهری بوده است، در این نشست مسئله پسماند شهرهای صنعتی به عنوان یکی از محورهای رویداد در نظر گرفته شد.

صاحبان صنایع و مدیران شهرک‌های صنعتی با چالش‌های متعددی در ارتباط با مدیریت پسماند صنعتی مواجه هستند و در این ارتباط دست یاری به سوی

با توجه به زبان‌های انسانی و مالی سنگینی که چالش آلودگی هوا به کشور و کلانشهر تهران تحمیل می‌کند، معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری برای توسعه زیست‌بوم تخصصی این حوزه تلاش کرده است تا شرکت‌ها و استارت‌آپ‌های بیشتری فعالیت‌های خود را در آن متمرکز کنند.

آلودگی هوا مهمترین دلیل به خطر افتادن سلامت انسانی پس از اضافه وزن، فشار خون و بیماری‌های قلبی است. در ایران، قوانین مختلفی برای رفع این چالش تصویب شده است.

قانون هوای پاک، برنامه ششم توسعه و قانون نحوه جلوگیری از آلودگی هوا، از این جمله هستند. با توجه به اینکه برای رفع این مشکل حتما باید بخش خصوصی وارد میدان شود، معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری تلاش کرده است تا با اختصاص بسته‌های حمایتی، استارت‌آپ‌ها، شرکت‌های دانش‌بنیان، صنایع خلاق و نرم را نسبت به فعالیت در این حوزه تشویق کند.

آلودگی هوا علاوه بر افزایش میزان مرگ و میر، خسارت مالی سنگینی را نیز بر کشور تحمیل می‌کند، براساس برآورد سازمان بهداشت جهانی، آلودگی هوا زبانی برابر با ۲،۴۸ درصد از تولید ناخالص ملی را به کشور وارد می‌کند.

زیست‌بوم توسعه یافته توسط معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری در زمینه آلودگی هوا، از عناصر و بخش‌های مختلفی برخوردار است. چند پارک علم و فناوری، مرکز تحقیقات آلودگی هوا، شتاب‌دهنده‌هایی مانند شتاب‌دهنده کسب و کار فردوس و ستاک، از جمله این بازیگران هستند.

براساس راهبرد معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، یکی از راه حل‌های موثر رفع این مشکل، ورود شرکت‌های دانش‌بنیان، صنایع خلاق و نرم به این حوزه است. این شرکت‌ها، محصولات فناورانه‌ای مانند کاتالیست‌ها، پایشگرهای نانو و بایو را می‌سازند تا این آلودگی را تا سطح قابل قبولی مهار کنند.

استارت‌آپ‌های فعال در این حوزه، در زمینه‌های مختلفی مانند پایش سطح

آسیب‌شناسی منابع انسانی دانش‌بنیان؛ ۷۰ درصد هزینه‌ها پرداخت می‌شود

تحولات شرکت، خود در معرض بیشترین تغییرات قرار داشته که در صورت عدم توجه، زمینه‌ساز تجدید بهبود و توسعه شرکت است.

یکی از مهمترین اقدامات شرکت‌های پیشرو و موفق، آسیب‌شناسی به موقع و صحیح آنها از فرایندها، عملکرد و منابع انسانی خود است که این منجر به بهبود و ارتقای اثربخشی آنها می‌شود، چراکه این فرایند مهم این امکان را برای مدیران جهت آگاه شدن از مسائل سازمانی و جلوگیری از حاد شدن آن فراهم می‌سازد.

معیارها و اصول مهم در فرایند آسیب‌شناسی منابع انسانی باید براساس اصول علمی تعیین شوند تا شرکت دانش‌بنیان و صنایع نرم و خلاق بتوانند در ادامه مسیر با قدرت بیشتری راه خود را ادامه دهند.

برنامه آسیب‌شناسی باید بر مبنای مدل‌ها یا تئوری مناسب پیگیری شود و اطلاعات آسیب‌شناسی باید به صورتی موشکافانه قادر به تفکیک بخش‌های مهم از فرایندهای سازمانی باشد.

شرکت‌های دانش‌بنیان و صنایع خلاق و نرم در بسیاری مواقع از استارت‌آپ‌ها و تیم‌های ساده‌ای شروع به فعالیت کرده‌اند. با توجه به اینکه بسیاری از مدیران در زمینه منابع انسانی از همان ابتدا تجربه‌ای نداشته‌اند، ممکن است به مرور زمان در این زمینه دچار چالش شوند. بر این اساس معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری برای حمایت از این شرکت‌ها ۷۰ درصد از هزینه‌های مربوط به آسیب‌شناسی و ارتقای منابع انسانی را پرداخت می‌کند.

شرکت‌های دانش‌بنیان و صنایع خلاق و نرم به منظور رقابت و بقا بایستی فعالیت‌های وسیعی را برای سازگاری با تحولات محیطی آغاز کنند. بهبود سازمان با مرحله آسیب‌شناسی آغاز می‌شود؛ آسیب‌هایی که اگر به موقع و به درستی شناسایی، تحلیل و ارائه نشود، ممکن است

که شرکت دانش‌بنیان و صنایع خلاق و نرم را به نابودی زودرس دچار کند.

در همین راستا، منابع انسانی در نقش عامل اساسی تغییر و

۱،۶ میلیارد تومان سرمایه‌گذاری روی استارت‌آپ‌های برگزیده

رویداد «۱۰۰ استارت‌آپ» برنامه پیوسته سرمایه‌گذاری و شتابدهی غیرمتمرکز است که هر سال روی ۱۰۰ استارت‌آپ مرحله بذری تا ۲۰ میلیارد تومان سرمایه‌گذاری می‌کند. این نهاد با حمایت ستاد

فرهنگ‌سازی اقتصاد دانش‌بنیان و توسعه صنایع خلاق و همکاری خود است که این منجر به بهبود و ارتقای اثربخشی آنها می‌شود، چراکه این فرایند مهم این امکان را برای مدیران جهت آگاه شدن از مسائل سازمانی و جلوگیری از حاد شدن آن فراهم می‌سازد. معیارها و اصول مهم در فرایند آسیب‌شناسی منابع انسانی باید براساس اصول علمی تعیین شوند تا شرکت دانش‌بنیان و صنایع نرم و خلاق بتوانند در ادامه مسیر با قدرت بیشتری راه خود را ادامه دهند.

برنامه آسیب‌شناسی باید بر مبنای مدل‌ها یا تئوری مناسب پیگیری شود و اطلاعات آسیب‌شناسی باید به صورتی موشکافانه قادر به تفکیک بخش‌های مهم از فرایندهای سازمانی باشد.

رویداد «۱۰۰ استارت‌آپ» برنامه پیوسته سرمایه‌گذاری و شتابدهی غیرمتمرکز است که هر سال روی ۱۰۰ استارت‌آپ مرحله بذری تا ۲۰ میلیارد تومان سرمایه‌گذاری می‌کند. این نهاد با حمایت ستاد

فرهنگ‌سازی اقتصاد دانش‌بنیان و توسعه صنایع خلاق و همکاری خود است که این منجر به بهبود و ارتقای اثربخشی آنها می‌شود، چراکه این فرایند مهم این امکان را برای مدیران جهت آگاه شدن از مسائل سازمانی و جلوگیری از حاد شدن آن فراهم می‌سازد. معیارها و اصول مهم در فرایند آسیب‌شناسی منابع انسانی باید براساس اصول علمی تعیین شوند تا شرکت دانش‌بنیان و صنایع نرم و خلاق بتوانند در ادامه مسیر با قدرت بیشتری راه خود را ادامه دهند.

برنامه آسیب‌شناسی باید بر مبنای مدل‌ها یا تئوری مناسب پیگیری شود و اطلاعات آسیب‌شناسی باید به صورتی موشکافانه قادر به تفکیک بخش‌های مهم از فرایندهای سازمانی باشد.



در ارتقای امنیت غذایی سهیم شوید



با توجه به اهمیت ارتقای امنیت غذایی کشور، ستاد توسعه زیست فناوری معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری با همکاری وزارت جهاد کشاورزی اقدام به انتشار فراخوانی برای جلب طرح‌های فناورانه کرده است. همه شرکت‌های دانش‌بنیان، فناور و خلاق دعوتند تا در این چالش شرکت کنند و طرح‌ها و ایده‌های خلاقانه خود برای ارتقای امنیت غذایی کشور که یکی از مهم‌ترین چالش‌های آینده همه کشورها است، ارسال کنند. در این فراخوان طرح‌هایی در حوزه «کسب دانش فنی سالم‌سازی و تولید هسته‌های اولیه ارقام بومی و ارقام و پایه‌های تجاری جدید»، «یجاد باغ‌های الگویی از نهال‌های پایه رویشی و نهال‌های گواهی شده از ارقام تجاری»، «تولید انبوه نهال‌های پیوندی گواهی شده پایه بذری مرکبات»، «تولید انبوه نهال‌های گواهی شده از ارقام تجاری باغی»، «یجاد شرکت‌های توانمند برای مدیریت زنجیره تولید، توزیع و مصرف» و «تولید کیت‌های تشخیصی برای تسهیل ارزیابی اصالت و سلامت نهال» مورد بررسی قرار می‌گیرد.

یادداشت

تاریک‌ترین قوای ذهنی انسان

محمد شهباز / دانشیار دانشکده سینما و تئاتر دانشگاه هنر: اندرسون کتابش را با این پرسش آغاز می‌کند که «چرا فیلم‌ها اینقدر واقعی به نظر می‌رسند؟ پاسخ او این است که چون توهم‌اند. اندرسون، همچون دیگر نظریه‌پردازان شناختی به کلیات مشخصی که در تماشای فیلم دخالت دارند تأکید می‌ورزد. برداشت وی که موافق توهم است، بر توضیح اینکه چگونه محرک‌ها (تصاویر، کنش‌ها، صداها، نورها) با برنامه‌هایی که «اجرا می‌شوند» موجب واکنش در ذهن تماشاگر می‌شود، تأکید دارد. دیدگاه وی آشکارا بر الگوی «بوم شناختی» ادراک بصری استوار است که توسط گیبسون روانشناس مفهومی بسط داده شده است.



اندرسون به صراحت و آشکارا درباره فیلم می‌گوید که تصویر متحرک را می‌توان به عنوان یک برنامه رایانه‌ای در نظر گرفت. تماشاگر را نیز می‌توان پردازشگر معیار صوتی و تصویری دانست و فیلم‌سازان را می‌توان نویسنده شمرده که برنامه‌ها را برای اجرا در رایانه آماده می‌کنند. با مطالعه سخت‌افزار مغز، یعنی ذهن و اعصاب و به طور کلی دستگاه عصبی، می‌توان بی‌

برد که فیلم‌سازان چگونه این برنامه‌ها را اجرا می‌کنند. اندرسون همچنین مواردی همچون ماهیت استمرار در فیلم‌های رایج هالیوودی را تحلیل می‌کند. وی ضمن بررسی برش‌های چند صحنه اصلی در فیلم کازابلانکا توضیح می‌دهد که چگونه فیلم‌سازان در کاربرد ابزارهایی مانند برش‌های پرشی و برش‌های نامرئی و بازنمایی کلی در فضای سه بعدی، به قوانین معیار در ادراک بصری

وفادار می‌مانند. تخیل و خیال همواره یکی از تاریک‌ترین قوای ذهنی انسان بوده است. پژوهش‌هایی که تاکنون در علوم شناختی در زمینه خیال صورت گرفته هنوز نتوانسته از تمامی اسرار و رموز این قوه پرده بردارد، ولی رویکردهای شناختی می‌توانند ویژگی اصلی خیال (همانندی چشمگیر میان تخیل و باور) را روشن‌تر کنند. از این رو، کندوکاو در ماهیت تخیل در هنر و رسانه، از حیطه‌های پژوهشی مناسب برای علاقه‌مندان و دانش‌آموختگان و متخصصان علوم شناختی و هنر و رسانه است. یکی از این حیطه‌ها، پژوهش درباره خلاقیت است. زیرا خلاقیت به طور کلی به تخیل و خیال ربط پیدا می‌کند و در پیوند با تعقل و تفکر قرار می‌گیرد.

خلاقیت از مفاهیم و اصطلاحاتی است که بر سر تعریف دقیق آن توافق وجود ندارد. بخشی از این گستردگی تعاریف را می‌توان ناشی از ماهیت پیچیده خلاقیت و حیطه‌های متنوع آن دانست. برای نمونه، اختراع برق توسط ادیسون و اختراع تلفن توسط گراهام بل (یعنی اختراع دو محصول تازه) جزو مصادیق خلاقیت است. از سوی دیگر، پیشرفت‌ها و دستاوردهای پزشکی، آثار هنری شامل نقاشی و موسیقی و نمایش و فیلم و دیگر هنرها و حتی اصول و قوانین علمی نیز در زمره تولیدات خلاق قرار می‌گیرند. همین تنوع و گستردگی در عرصه‌ها و نمونه‌های خلاقیت موجب شده تا تعاریف متعددی از آن ارائه شود.

خانه خلاق در کاشان راه‌اندازی می‌شود

کاشان هستیم. بیشتر این پیشرفت‌ها در حوزه صنایع خلاق این شهر اتفاق افتاده است؛ صنایع خلاق که ظرفیت بالایی در این شهر دارد. معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری همچنین بیان کرد: باید بر روی تولید گل محمدی و اسانس‌های مختلف در شهر کاشان، تمرکز کنیم. این استان شرایط مساعدی برای توسعه صنایع خلاق مختص منطقه خود دارد.

رئیس بنیاد ملی نخبگان در ادامه تأکید کرد: تولید دستگاه‌ها، آکارد الکترونیک در این شهر هم یکی دیگر از اتفاقات خوب فناورانه در این شهر است؛ دستگاهی که برای نخستین بار در کشور تولید شده و باید ادامه یابد. ما باید تلاش کنیم نیاز ۲ هزار تا ۲۵۰۰ شانه موردنیاز شهر که تا امروز از دیگر کشورها وارد می‌شد توسط شرکت‌های دانش‌بنیان، صنایع نرم و خلاق خودمان تأمین شود.

ستاری در پاسخ به سوالاتی مبنی بر شرایط دانش‌بنیان‌ها در تولید واکسن کرونا، گفت: تلاش‌ها در این حوزه با ورود ۶ شرکت ادامه دارد، اتفاقات خوبی هم در این زمینه داریم اما قرار است همه اطلاعات در زمینه تولید واکسن کرونا تنها از کانال وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی ارائه شود.

ستاری در شهر کاشان و در جمع خبرنگاران این استان، با اشاره به راه‌اندازی خانه خلاق در این شهر، گفت تمرکز معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری در شهر کاشان، حمایت از صنایع فرهنگی و خلاق و تولید ماشین‌آلات و تجهیزات فرش ماشینی ایران ساخت در کشور است؛ تجهیزاتی که با قیمت‌های بالا به کشور وارد می‌شود. ستاری ستاری، معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری در سفر یک

روزه خود با شهر کاشان در جمع خبرنگاران این شهر با بیان اینکه قطعات و تجهیزات تولید فرش ماشینی با قیمت‌های بالایی خریداری می‌شود، بیان کرد: معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری از تولید داخلی این تجهیزات حمایت می‌کند. برخی شرکت‌های دانش‌بنیان، صنایع نرم و خلاق مستقر در کاشان، ظرفیت‌های خوبی برای تولید این قطعات و تجهیزات دارند. به گفته رئیس بنیاد ملی نخبگان، باید روی قیمت‌های بالای خرید این تجهیزات از دیگر کشورها حساس باشیم و با حمایت از تولید داخلی، نیازهای این شهر به قطعات و تجهیزات تولید فرش ماشینی را تأمین کنیم.

ستاری ادامه داد: در سفر امروز شاهد پیشرفت خوبی در شکل‌گیری مراکز نوآوری و شرکت‌های دانش‌بنیان، صنایع نرم و خلاق شهر

آمریکا ورود نیروی کار را محدود می‌کند

پیش از این در ماه ژوئیه دونالد ترامپ، رئیس جمهوری آمریکا دستورالعملی را صادر کرده بود تا صدور ویزای H-1B به‌طور موقت تا پایان سال به حالت تعلیق درآید.

پاتریک پیزلا، معاون وزیر کار آمریکا نیز ضمن حمایت از مقررات جدید اعلام کرد که تاکنون از برنامه H-1B سوءاستفاده‌های زیادی می‌شده؛ از جمله اینکه به شرکت‌ها اجازه داده شده بود تا به جای نیروی کار آمریکایی از نیروی کار ارزان خارجی استفاده کنند.



او گفت: «نیروی کار آمریکایی از پست‌های رده‌های میانی با درآمد خوب اخراج می‌شوند و نیروی کار غیرآمریکایی جایگزین آنها می‌شوند. این کار باعث شده تا سطح دستمزدها در ایالات متحده نیز پایین باقی بماند که اشتباه است.»

نیروی انسانی کارآزموده و ماهر، بخش قابل توجهی از اقتصاد کشورهایمانند آمریکا را شکل می‌دهد. بخش قابل توجهی از این نیروی کار از مهاجران هستند و سهم قابل توجهی در اقتصاد این کشور دارند، اما دولت آمریکا در برنامه جدید خود برای محدود کردن اعطای ویزا به نیروی کار ماهر خبر داد که از خارج از کشور می‌آیند. واشنگتن اعلام کرد که این کار با هدف اولویت دادن به افرادی انجام می‌شود که در داخل این کشور به دلیل شیوع ویروس کرونا، شغل خود را از دست داده‌اند.

وزارتخانه‌های کار و امنیت داخلی آمریکا اعلام کردند به‌زودی جزئیات قوانین جدید در این باره که چه کسی می‌تواند ویزا دریافت کند را منتشر خواهند کرد و به این ترتیب امکان استفاده از ویزای کار توسط شرکت‌ها محدود خواهد شد. تخمین‌های اولیه حاکی از آن است که با اجرایی شدن مقررات جدید، حدود یک سوم از درخواست‌های متقاضیان کار در آمریکا رد شود.



Airbnb پیوست

تا چه حد نتیجه‌بخش خواهد بود. در واقع این قرارداد در حالی رخ داده که این برند به خاطر شیوع ویروس کرونا، در دست به مانند سایر برندهای فعال حوزه صنعت گردشگری، با کاهش شدید سودآوری خود مواجه شده است، با این حال به نظر می‌رسد که برابری چسکی، به دنبال بهبود شرایط در دوران پساکرونا است.

منبع: engadget.com

در رابطه با جزئیات این طرح هنوز اطلاعاتی که جان آیو، همچنان مدیریت برند شخصی شرایط سمت الکس شیفر به عنوان مدیر ارشد براساس شایعات به نظر می‌رسد که آقای شیفر، هد کرد. حال باید دید که این استخدام جدید،

برنامه ملی اعطای تسهیلات به محصولات جدید فناورانه آغاز شد

معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری و صندوق نوآوری و شکوفایی، یک برنامه بزرگ ملی را برای حمایت سراسری از محصولات جدید فناورانه‌ای که موفق به جذب بهره‌بردار شده‌اند، آغاز کرده‌اند.

این برنامه برای حمایت از تجاری‌سازی تعداد قابل توجهی از محصولاتی که توسط شرکت‌های دانش‌بنیان، به تازگی در لبه تجاری‌سازی قرار گرفته‌اند تنظیم شده است. براساس مفاد این برنامه، در صورتی که یک شرکت دانش‌بنیان قراردادی با یک کارفرما منعقد کرده باشد تا محصول فناورانه با قابلیت دانش‌بنیان شدن را به تولید برسانند، معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری محصول جدید را از نظر فنی ارزیابی می‌کند. در صورت دارا بودن شرایط، این قرارداد برای دریافت تسهیلات به صندوق نوآوری و شکوفایی معرفی می‌شود. در این برنامه اولویت با تسهیلات سفارش ساخت است که نرخ سود آن ۹ درصد است. براساس برنامه تدوین شده، فرآیند اعطای تسهیلات در این حوزه، دو مرحله‌ای است، در مرحله اول ارزیابی دانش‌بنیان محصول جدید توسط معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری انجام می‌شود و در مرحله دوم، ارزیابی تسهیلات و تأمین مالی توسط صندوق نوآوری و شکوفایی انجام می‌گیرد.



یکی از پیش‌نیازهای برخورداری از تسهیلات و حمایت‌های این طرح، این است که شرکت متقاضی برخورداری از تسهیلات، در مرحله درخواست وام، به عنوان شرکت دانش‌بنیان شناخته شده باشد. همچنین محصول جدید باید به لحاظ فناوری، با یکی از محصولات تأییدشده قبلی شرکت، مشابهت داشته و یا ارتقایافته آن باشد. این مسئله از سوی مرکز شرکت‌ها و موسسات دانش‌بنیان معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری ارزیابی می‌شود. براساس توافقات صورت گرفته، تسهیلات سفارش ساخت تا سقف ۸۰ درصد مبلغ قرارداد به شرکت دانش‌بنیان تخصیص می‌یابد. باقیمانده مبلغ قرارداد که ۲۰ درصد است نیز باید توسط بهره‌بردار و کارفرما تأمین شود.

تویوتا ارزشمندترین برند خودروسازی جهان در سال ۲۰۲۰

به قلم: آنجل سرگیو خیرنگار
مترجم: امیر آل علی

اگرچه شیوع ویروس کرونا صنعت خودروسازی را نیز با مشکلات جدی مواجه ساخته است، با این حال حتی این شرایط نیز باعث نشده تا تویوتا درست به مانند چند سال گذشته، عنوان نخست ارزشمندترین برند خودروسازی را به دست نیاورد. این امر در حالی است که برخی از سایت‌ها، تسلا را در چند هفته گذشته در جایگاه نخست قرار دادند. با این حال نکته‌ای که باید به آن توجه داشته باشید این است که معیار قابل اعتماد صرفاً میزان رشد یک برند نبوده و موارد دیگری نظیر عملکرد مالی و ارزش برند در بازار سهام نیز تاثیرگذار هستند. به همین خاطر آمار اینتر برند، به این خاطر که از معیارهای مختلفی استفاده می‌کند، قابل اعتمادتر از سایرین محسوب می‌شود. در بیست و یکمین گزارش این موسسه، به ترتیب برندهای تویوتا با ۵۱،۵۹ میلیارد دلار ارزش برند، مرسدس بنز با ۴۹،۲۶، بی-ام و با ۳۹،۷۵، هوندا با ۲۱،۶۹، هیوندای با ۱۴،۲۹ و تسلا با ۱۲،۷۸ میلیارد دلار به ترتیب عنوان‌های یک تا شش را به دست آورده‌اند. نکته جالب توجه این است که تمامی این برندها به غیر از تسلا و هیوندای، رشد منفی را تجربه کرده‌اند. درواقع سرعت رشد فوق‌العاده تسلا، باعث شده است تا بسیاری از تحلیلگران رتبه چهارم سال بعد را به برند ایلان ماسک نسبت دهند. حال باید دید که این آمار تا آن زمان چه تغییراتی را پیدا می‌کند. نکته قابل توجه دیگر این است که آمار فوق، در بخش‌های مختلف بوده و تنها به صنعت خودروسازی محدود نشده است. در این رابطه سه برند ایل، آمازون و مایکروسافت نیز عنوان ارزشمندترین برندهای جهان را به دست آوردند.

منبع: com.motorl

کودکان بازار هدف جدید برند هیوندای

به قلم: آنجل سرگیو خیرنگار
مترجم: امیر آل علی

بدون شک متفاوت‌ترین طرح بازاریابی حال حاضر توسط برند کره‌ای هیوندای در حال اجرا است. درواقع آنها این بار کودکان را مورد هدف خود قرار داده‌اند که تاکنون در این صنعت سابقه نداشته و بسیاری از آن به عنوان یک اقدام خلاقانه و موفق یاد کرده‌اند. درواقع مسئله محیط زیست و کاهش آلاینده‌های طی چند سال اخیر، به ترند اصلی اکثر برندها در حوزه‌های مختلف تبدیل شده است. این امر در حالی است که برای آماده‌سازی ذهنی کودکان، طرحی ایجاد نشده و اکنون هیوندای در حال تبدیل آنها به مشتریان حال و آینده است. در این راستا خودروی جدید کاملاً مشابه با طرح مفهومی جدید این برند بوده که نام ۴۵ برای آن انتخاب شده است. این خودرو نیز برقی بوده و دارای امکانات جالبی است که بدون شک هر کودکی را به وجد می‌آورد. در کنار این موضوع موتور آن نیز بسیار قدرتمند بوده و این امر باعث می‌شود تا با وسایلهای کاملاً سریع مواجه باشیم. با این حال هنوز مشخص نیست که با هر شارژ، این خودرو چه مسافتی را می‌تواند طی کند. حال باید دید که این طرح متفاوت، تا چه اندازه می‌تواند موفقیت‌آمیز باشد. درواقع در صورت کسب نتایج لازم، ممکن است این طرح به تندی برای سایر برندها نیز تبدیل شود.

منبع: com.motorl



بررسی برخی از ویژگی‌های تبلیغات جذاب

ساختار آگهی تبلیغاتی جذاب چگونه است؟



یک محتوای بازاریابی بی‌کیفیت نیز از برند موردنظر منتشر شود، حجم واکنش‌های منفی از سوی کاربران بسیار بالا خواهد بود.

- همکاری با دیگر برندها و بازاریاب‌های حرفه‌ای برای طراحی و عرضه محتوای تبلیغاتی همیشه ایده جذابی است. بسیاری از برندها در این مسیر هزینه‌های گزافی صرف می‌کنند. اگر شما در این میان به دنبال جلب نظر مخاطب هدف‌تان هستید، باید برنامه‌ای دقیق برای تاثیرگذاری بر روی آنها داشته باشید. همکاری با برندهایی که زنجیره مشتریان مشترک با شما دارند، بهترین ایده خواهد بود. این امر موجب پدید آمدن زنجیره‌ای از فروش خواهد شد.

- پس از ارزیابی همه نکات در زمینه بازاریابی و تهیه محتوای تبلیغاتی باید یک نکته پایانی را پیش از بارگذاری محتوا مدنظر داشت. ارزیابی دوباره محتوا پیش از انتشار رسمی بسیاری از اشتباهات احتمالی را نشان می‌دهد. این امر نقش مهمی در کاهش واکنش‌های منفی کاربران به اشتباهات موجود در محتوای بازاریابی خواهد داشت. امروزه هیچ برندی به دنبال استفاده از محتوای بی‌کیفیت برای تعامل با مخاطب هدف نیست. ماهیت فعالیت بازاریابی و تبلیغات همراه با اشتباه است بنابراین ارزیابی دوباره محتوای بازاریابی و تبلیغاتی دارای اهمیت بسیار زیادی خواهد بود.

بدون تردید محتوای تبلیغاتی جذاب دارای ویژگی‌های بسیار زیادی است. در این مقاله برخی از مهمترین نکات و ویژگی‌های محتوای تبلیغاتی جذاب مورد بررسی قرار گرفت. مهمترین مسئله در این میان ارزیابی نکات موردنظر به عنوان شروع فرایند تبلیغات جذاب و ادامه مسیر جست‌وجو برای ویژگی‌ها و المان‌های تاثیرگذار است. فقط در این صورت امکان تاثیرگذاری مداوم بر روی مخاطب هدف تامین خواهد شد.

واضحی برای مخاطب هدف بیان نماید. اگر یک محتوای بازاریابی پرسشی در مورد چرایی مطالعه در میان مخاطب هدف ایجاد کند، به احتمال زیاد در زمینه تاثیرگذاری مطلوب بر روی آنها ناکام بوده است.

- هر بخش از محتوای تبلیغاتی باید به طور منحصر به فردی ارزیابی شود. ایراد برخی از کمپین‌های تبلیغاتی عدم توازن میان بخش‌های مختلف محتوای بازاریابی‌شان است. این امر موجب نامیدی سریع مخاطب هدف از تعامل با برند موردنظر خواهد شد. هرچه ترکیب محتوای تبلیغاتی منسجم و یکدست‌تر باشد، تاثیرگذاری نهایی بهتری بر روی مخاطب هدف خواهد داشت.

- تمرکز بر روی جلب نظر مخاطب هدف با محتوای جذاب و تازه ضرورت دارد. امروزه محتوای تازه بیش از هر عامل دیگری نظر مخاطب هدف را جلب می‌کند. بسیاری از برندها در این میان اقدام به طراحی کمپین‌های تازه براساس ایده‌های دریافتی در قالب بازخورد مخاطب هدف می‌کنند. چنین کمپین‌هایی به طور معمول دارای تاثیرگذاری به مراتب بیشتری از سایر الگوهای مشابه خواهد بود.

- کسب اعتبار از طریق تبلیغات رواج بالایی میان برندها دارد. بسیاری از برندها برای جلب نظر مخاطب هدف و بهبود وضعیت‌شان در بازار اقدام به تولید محتوای تبلیغاتی می‌کنند. نکته مهم در این میان وقت‌شناسی برای انتشار محتواست. اگر بهترین محتوای ممکن نیز در زمان نامناسب منتشر شود، تاثیرگذاری لازم بر روی مخاطب هدف را به بار نخواهد آورد بنابراین شناسایی زمان مناسب برای بارگذاری محتوای بازاریابی دارای اهمیت بسیار زیادی خواهد بود.

- برندهای معتبر در زمینه بازاریابی و تبلیغات انتظارات بالایی در مخاطب هدف ایجاد می‌کنند. این امر موجب واکنش منفی کاربران به کمپین‌های بازاریابی بی‌کیفیت آنها می‌شود. حتی اگر در این میان فقط

به قلم: برایان کلارک کارشناس تبلیغات
ترجمه: علی آل علی

بازاریابی و تبلیغات در دنیای کنونی کار دشواری محسوب می‌شود. تغییر مداوم و سریع سلیقه مخاطب هدف مشکلات بسیار زیادی پیش روی برندها و طراح‌های تبلیغات قرار داده است. بدون تردید هر بازاریاب و طراح تبلیغاتی از برخی اصول اولیه مانند ضرورت وضوح پیام تبلیغاتی، سادگی و تاثیرگذاری محتوا آگاهی دارد. همچنین اغلب بازاریاب‌ها نسبت به ضرورت جذاب ساختن محتوای بازاریابی برای مخاطب هدف نیز آگاهی دارند. شاید این نکات برای بازاریابی و تبلیغات تاثیرگذار کافی باشد، اما در عمل المان‌های پر تعداد دیگری نیز باید مدنظر قرار گیرد. اشتباه برخی از برندها و بازاریاب‌ها تکتفا به چند نکته پایه‌ای برای بازاریابی و تبلیغات است. اگر نکات موردنظر تاثیرگذاری کافی داشتند، تمام کمپین‌های بازاریابی و تبلیغاتی باید بازخورد مناسبی از سوی مخاطب هدف دریافت می‌کرد. واقعیت کنونی عرصه تبلیغاتی خلاف این باور غلط در میان کسب و کارها را نشان می‌دهد بنابراین باید به دنبال نکات مهم و اساسی‌تر در این زمینه باشیم.

ساختار تبلیغات جذاب همیشه تفاوت معناداری با تبلیغات معمولی دارد. چنین تبلیغاتی توجه مخاطب هدف را به بهترین شکل ممکن جلب می‌کند. نکته جالب در این میان تکرار برخی از المان‌ها از سوی بازاریاب‌ها و طراح‌های تبلیغاتی موفق در کمپین‌های‌شان است بنابراین اصول طراحی تبلیغات جذاب و تاثیرگذار به نوعی ثابت است. آگاهی از این اصول برای هر بازاریاب و طراح تبلیغاتی ضرورت دارد. در این زمینه به نکات ذیل توجه نمایید:

- در نخستین گام باید به مخاطب هدف توجه کرد. اگر محتوای تبلیغاتی شما در قالب متن ارائه می‌شود، باید داستان مشخص و

کمپین بازاریابی برگرکینگ برای هالووین

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

برگرکینگ برای هالووین امسال برنامه‌های بازاریابی بسیار زیادی دارد. کمپین اصلی این برند محبوب در دنیای فست فود شامل ترغیب مخاطب هدف برای بازدید از برخی امکان متروکه است. نکته جالب در این میان هدف برگرکینگ برای ضربه به اعتبار رقبای اصلی‌اش در کمپین موردنظر است. بازاریاب‌های برگرکینگ از مشتریان برای بازدید از شعبه‌های تعطیل شده رستوران‌های مک دونالد، وندیز، جک و سونیک دعوت به عمل آورده است. شاید در نگاه نخست دعوت از مشتریان یک برند فست فود برای بازدید از شعبه‌های رقا امری عجیب باشد. نکته مهم در این میان وضعیت تعطیلی شعبه‌های موردنظر است بنابراین مشتریان در عمل با بقایایی از شعبه‌های قبلی رقبای اصلی برگرکینگ مواجه خواهند شد. این امر نقش مهمی در کاهش اعتبار چنین برندهایی در ذهن مشتریان خواهد داشت بنابراین برگرکینگ با یک کمپین دارای تم مناسب برای هالووین به خوبی به برتری‌اش بر رقا را نشان داده است.

کمپین هالووین امسال نخستین تلاش برگرکینگ برای استفاده از شعبه‌های متروکه رقبایش در فرآیند تعامل با مخاطب هدف نیست. ۲ سال پیش نیز برگرکینگ با استفاده از فناوری مکان‌یابی آنلاین اقدام به راهنمایی مشتریان به شعبه‌های تعطیل شده مک دونالد می‌کرد. این امر تاثیر بسیار زیادی بر روی افزایش فروش برگرکینگ در بازه زمانی موردنظر داشت. اکنون نیز همان تجربه موفق بار دیگر از سوی بازاریاب‌های شرکت مورد تاکید قرار گرفته است.

کمپین بازاریابی برگرکینگ در هالووین امسال نشانه دیگری برای بازاریاب‌ها مبنی بر ضرورت تغییر الگوی تبلیغاتی است. استفاده از فناوری‌های نوین برای تاثیرگذاری هرچه بهتر بر روی مخاطب هدف در طول سال‌های اخیر به طور جدی مدنظر بازاریاب‌ها قرار گرفته است. برگرکینگ در این زمینه نوآوری‌های قابل ملاحظه‌ای داشته است. استفاده از فناوری واقعیت افزوده از سوی برگرکینگ نخستین بار در اوایل دهه گذشته روی داد. این امر در رقابت فشرده با مک دونالد موجب استفاده بازاریاب‌های برگرکینگ از فناوری واقعیت افزوده برای نمایش میزان برتری‌شان بر رقیب اصلی‌شان شد. برگرکینگ در طول سال‌های اخیر بسیاری از کمپین‌های بازاریابی‌اش را با هدف تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف و همچنین رقابت با مک دونالد طراحی کرده است.

کاربران و مشتریان برگرکینگ در صورت بازدید از شعبه‌های مندرج در اپ رسمی شرکت امکان کسب برخی از امتیازات مهم را خواهند داشت. به این ترتیب با جمع‌آوری مقدار مشخصی از امتیازات موردنظر انواع غذاهای جدید و محبوب منوی برگرکینگ به طور رایگان در اختیار کاربران قرار خواهد گرفت. همین امر انگیزه بسیار زیادی در میان طرفدارهای برگرکینگ برای شرکت در کمپین موردنظر ایجاد کرده است.

نکته مهم درخصوص کمپین‌های بازاریابی برگرکینگ در طول ماه‌های اخیر واکنش مناسب این برند به شیوع ویروس کروناست. این برند در نخستین ماه‌های شیوع ویروس کرونا در تلاش برای ترغیب مشتریان و مخاطب هدفش به ماندن در خانه بود. بر این اساس بسیاری از خدمات و فرآیندهای ثبت سفارش را به صورت آنلاین انجام می‌داد.

منبع: mobilemarketer.com

ایستگاه بازاریابی

چند توصیه به ولاگرها

به قلم: بکا رایسراتو کارشناس تولید محتوا

مترجم: امیر آل علی

ولاگر را باید افرادی دانست که در زمینه تولید محتوا به جای استفاده از متن، تمرکز خود را بر روی نمایش دادن گذاشته‌اند. در این راستا فراموش نکنید که امروزه افراد بیشترین توجه را به ویدئوها داشته و به همین خاطر صحبت کردن در رابطه با این موضوع بسیار مهم است، با این حال آیا تاکنون به این موضوع فکر کرده‌اید که چگونه می‌توان به یک ولاگر تبدیل شد؟ در واقع این مسئله ابتدا با یک دوربین و ایده به سرانجام نخواهد رسید. به همین خاطر در این مقاله قصد داریم تا نگاهی نزدیک‌تر به این حرفه جدید و جذاب، داشته باشیم.

۱- نورپردازی بسیار مهم است

برای این امر که تصویر خوبی را داشته باشید، حتی بهترین دوربین‌ها نیز در صورتی که نورپردازی شما در وضعیت خوبی قرار نداشته باشد، نتیجه‌ای را به همراه نخواهد داشت. در واقع حتی با دوربین گوشی‌های تلفن همراه نیز در صورتی که به این بخش توجه خوبی شده باشد، می‌توان فیلم‌های بسیار خوبی را تهیه کرد. در این راستا توجه داشته باشید که در اکثر شبکه‌های اجتماعی، کیفیت ارسال، با کاهش شدید مواجه خواهد شد. تحت این شرایط دیگر تفاوت چندانی میان دوربین‌ها وجود نداشته و الزامی‌ترین ابزار برای شما تجهیزاتاتی برای نورپردازی خواهد بود. در این راستا یکی از بهترین گزینه‌ها، رینگ لایت است که حالت نور گرم و سرد داشته و به علت استفاده از لامپ‌های LED، گرمایی را نیز تولید نمی‌کند. با این حال انتخاب مدل، به نوع نیاز شما بستگی خواهد داشت. در واقع اگر همواره تنها از صورت خود فیلم می‌گیرید، حتی نمونه‌های کوچک نیز می‌تواند مناسب باشد، با این حال اگر فضای زیادی را نیاز دارید، بدون شک نمونه‌های بزرگ، ضروری خواهد بود. در این راستا می‌توانید جهت انتخاب مواردی بهتر، از افرادی که در این حوزه فعالیت دارند، مشورت بگیرید.

۲- از کیفیت صدا غافل نشوید

پس از تهیه تجهیزات نورپردازی، اکنون لازم است تا برای صدایی رسا نیز فکری نمایید. در این رابطه انواع میکروفن‌ها وجود دارد که شما باید بهترین آنها را انتخاب نمایید. در این رابطه برای ولاگرها، میکروفون‌های یقه‌ای، اهمیت بالاتری را از سایر گزینه‌ها دارد. به همین خاطر توصیه می‌شود که در ابتدا آنها را مورد توجه قرار دهید. این امر باعث می‌شود تا تنها به یک نقطه محدود نباشید و حتی بیرون از لوکیشن اصلی نیز بتوانید ضبط‌هایی را انجام دهید. با این حال میکروفن‌های هدشات که بر روی دوربین‌ها نصب می‌شوند نیز گزینه‌هایی خوبی بوده و در صورتی که فاصله بیش از حدی را با دوربین خود نداشته باشید، می‌تواند گزینه خوبی باشد. به عنوان نکته پایانی فراموش نکنید که حتی بهترین میکروفن‌ها نیز نمی‌تواند برای صدای نامناسب مجزئه نماید. به همین خاطر ضروری است تا در کلاس‌های فن بیان و مجریگری، شرکت کنید. این امر باعث می‌شود که در اجرای خود، با ضعف‌های کمتری مواجه باشید.

۳- از اهمیت ادیت غافل نشوید

توصیه می‌شود که تمامی افرادی که خواهان فعالیت در زمینه ولاگری هستند، یک تیم را برای خود ایجاد نمایند. این امر باعث می‌شود تا از اعمال فشار بیش از حد بر روی شما، جلوگیری شود. در این راستا دلیلی وجود ندارد که شما تنها مجری صفحه ایجاد شده باشید. در این راستا یکی از مهارت‌های موردنیاز، توانایی ادیت فیلم‌ها است. در این رابطه بهترین نرم‌افزار، ادوبی پریمیر بوده و در صورتی که زمان و یا علاقه‌ای برای یادگیری این حوزه ندارید، لازم است تا از فردی حرفه‌ای کمک بگیرید.

۴- بهترین شبکه‌ها را انتخاب کنید

در این مرحله شما باید پلتفرم خود را انتخاب نمایید. در این رابطه بهترین مکان برای فعالیت‌های شما، یوتیوب خواهد بود. نکته‌ای که باید به آن توجه داشته باشید این است که شما باید به خوبی این شبکه را درک کرده و براساس آن فعالیت نمایید. در واقع بدترین اقدام این است که از محتواهای یک پلتفرم برای سایر شبکه‌ها نیز استفاده نمایید. در این راستا بهترین مرجع برای شما، تحلیل اقدامات انجام شده از سوی سایر افراد خواهد بود.

۵- یک تیم برای خود داشته باشید

در نهایت فراموش نکنید که برای شروع فعالیت خود نیاز به هزینه‌هایی خواهید داشت. همچنین اگر بخواهید به تنهایی اقدام نمایید، با محدودیت شدید اقدامات خود مواجه خواهید شد. به همین خاطر نیز توصیه می‌شود که به صورت تیمی اقدام نمایید. این امر باعث می‌شود تا تنوع موضوعات به مراتب بیشتر شود و سرعت رشد بالاتری را تجربه نمایید. همچنین از همان روز اول برای اقدامات خود به دنبال اسپانسر باشید. این امر باعث خواهد شد تا در مدت زمان کوتاه‌تری به سودآوری دست پیدا کنید. همچنین مطالعه مسیر موفقیت سایر ولاگرها، به شما کمک خواهد کرد تا با مشکلات به مراتب کمتری مواجه باشید.

منبع: hubsport.com



زیادی دارد. این امر اعتبار و ماهیت تجاری کسب و کارها را نشان می‌دهد. یوتیوب از مدت‌ها پیش امکان ایجاد دامنه URL مخصوص برای برندها را فراهم کرده است. بر این اساس برندها و یوتیوبرها امکان افزودن نام دلخواه‌شان در پایان عبارت [Youtube.com](https://www.youtube.com/) را دارند. این امر جذابیت بالایی برای برندها دارد. امروزه تقریباً تمام برندها از این گزینه برای جذاب‌تر ساختن کمپین‌های بازاریابی‌شان در یوتیوب استفاده می‌کنند. بسیاری از برندها در طول سال‌های اخیر به طور مداوم از این قابلیت گوگل استفاده کرده‌اند.

یکی از نکات مهم در زمینه ایجاد آدرس URL در یوتیوب مربوط به فقدان طراحی امکان ویرایش است بنابراین در صورت انتخاب عبارت موردنظر دیگر فرصتی برای تغییرش وجود ندارد. بسیاری از برندها با حواس‌پرتهی اقدام به انتخاب دامنه‌های نامناسب برای اکانت‌شان می‌کنند. این امر وضعیت بسیار دشواری در اختیار برندها قرار می‌دهد.

امکان افزودن صفحه پایانی به ویدئو

همه کاربران تجربه مشاهده بخش پایانی ویدئوهای بازاریابی شامل معرفی ویدئوهای تازه را دارند. این امر جذابیت‌های بسیار زیادی برای برندها دارد. وقتی کاربران یک ویدئو مربوط به برند را تا پایان مشاهده می‌کنند، انگیزه بالایی برای مشاهده ویدئوهای دیگر نیز خواهند داشت. معرفی سایر ویدئوهای جذاب برند در پایان ویدئو بهترین اقدام برای تاثیرگذاری بر روی آنها خواهد بود.

متاسفانه بسیاری از برندها نسبت به طراحی بخش پایانی ویدئوی‌شان توجه لازم را به خرج نمی‌دهند. این امر موجب بروز مشکلات بسیار زیادی برای برندها می‌شود. راهکار ساده برای ایجاد پایان‌بندی ویدئو به منظور معرفی نمونه‌های بیشتر شامل کلیک بر روی گزینه ویرایش ویدئو پس از بارگذاری و مراجعه به بخش End Screen است. در این بخش بازاریاب‌ها امکان طراحی پایان‌بندی جذاب برای ویدئوی‌شان را خواهند داشت. بسیاری از برندها در طول سال‌های متوالی با استفاده از همین تکنیک ساده برای تمام ویدئوهای‌شان بازدید بالا فراهم کرده‌اند بنابراین چنین شیوه‌ای باید در دستور کار هر برندی قرار گیرد.

اگر برندها نسبت به طراحی بخش پایانی ویدئوی‌شان اقدام تکثیر، الگوریتم گوگل به صلاح‌دیدش اقدام به پیشنهاد نمونه‌های مختلف می‌کند. نکته نامناسب ماجرا امکان توصیه ویدئوهای مربوط به رقبا در این بخش است. با این حساب تلاش‌های بازاریابی شما در نهایت موجب توجه کاربران به رقبای‌تان نیز خواهد شد.

افزودن رایگان موزیک یا ترک‌های خام بر روی ویدئو

یوتیوب یک پلتفرم ویدئویی مجهز است. این امر در مورد بازاریابی شامل امکان انتخاب و افزودن موسیقی یا ترک‌های خام برای افزایش جذابیت کمپین‌های بازاریابی است. بدون تردید موسیقی متن یکی از جذابیت‌های اصلی هر ویدئو را تشکیل می‌دهد بنابراین میکس موزیک یا صداهای مختلف بر روی ویدئوی بازاریابی برای هر برندی دارای اهمیت است.

افزودن ویدئو در یوتیوب شامل مراجعه به بخش Library و سپس انتخاب Sound Effect است. در این بخش امکان افزودن موزیک یا قطعه‌های مختلف به فایل ویدئویی وجود دارد. نکته جالب در این میان امکان اطمان‌سان از عدم بروز مشکلات مربوط به کپی‌رایت در زمینه استفاده از سرویس یوتیوب است بنابراین مشاهده موسیقی متن گسترده در ویدئوهای بازاریابی یوتیوب امری طبیعی خواهد بود.

بهبود کیفیت ویدئوها در یوتیوب

یوتیوب علاقه‌مند به نمایش ویدئوهای جذاب به مخاطب هدفش است بنابراین ویدئوهای بی کیفیت جایی در یوتیوب ندارد. تیم فنی یوتیوب در این مسیر خدمات قابل توجهی به برندها ارائه می‌کند. یکی از خدمات موردنظر شامل افزودن ابزار ویرایش و بهبود کیفیت ویدئوها به طور خودکار و دستی است. بدون تردید افزایش کیفیت ویدئوهای بازاریابی دارای اهمیت بالایی برای برندهاست. با این حال اغلب اوقات برندها توانایی مدیریت این بخش را ندارند. کار با نرم‌افزارهای حرفه‌ای در زمینه ویرایش ویدئو و بهبود کیفیتش همیشه دشوار است بنابراین یوتیوب به کمک بازاریاب‌ها برای بهبود کیفیت ویدئوهای‌شان آمده است.

در اینجا نیز بازاریاب‌ها با مجموعه‌ای از ابزارهای جانبی و تاثیرگذاری برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف مواجه هستند. این امر محبوبیت یوتیوب در مقایسه با دیگر شبکه‌های اجتماعی را به شدت افزایش داده است. کاربران امکان ویرایش ویدئوهای‌شان در هر موردی را دارند بنابراین تقریباً از استفاده از هرگونه نرم‌افزار جانبی بی‌نیاز خواهند بود.

نمایش ویدئوهای یوتیوب در پس‌زمینه برای کاربران موبایل

مشاهده ویدئوهای یوتیوب در پس‌زمینه قابلیتی تازه برای کاربران رایانه‌های شخصی نیست. این امر امکان مشاهده ویدئو از سوی کاربران و رسیدگی به دیگر کارها را فراهم می‌سازد. امروزه با توجه به افزایش دامنه کاربران موبایلی یوتیوب رسیدگی به وضعیت آنها نیز دارای اهمیت بسیار زیادی است. یوتیوب در تازه‌ترین به‌روزرسانی‌اش نسبت به وضعیت این کاربران واکنش نشان داده است. بر این اساس کاربران یوتیوب در گوشی‌های هوشمند امکان بخش ویدئو در پس زمینه و رسیدگی به سایر کارهای‌شان را دارند. این امر حتی با خروج از برنامه یوتیوب نیز ادامه پیدا خواهد کرد. با این حساب کاربران فرصت و تمایل بیشتری برای مشاهده ویدئوهای بازاریابی در این پلتفرم خواهند داشت.

امروزه بازاریابی در یوتیوب کار ساده‌ای محسوب می‌شود. بسیاری از برندها در این مسیر ایده‌های جذابی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف دارند. نکته اساسی در این میان به‌روزرسانی شناخت‌مان از یوتیوب و تلاش برای استفاده از تمام قابلیت‌های آن به بهترین شکل ممکن است. اگر این امر مدنظر برندها قرار گیرد، برندها شانس بالاتری برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف خواهند داشت.

منبع: blog.hubsport.com

معرفی تازه‌ترین تکنیک‌های بازاریابی در یوتیوب

بازاریابی در یوتیوب با تکنیک‌های جذاب

به ویدئوهای مختلف را فراهم کرده است. این ویژگی در چند حالت مختلف روی می‌دهد. بر این اساس کاربران امکان بارگذاری ویدئو با زیرنویس چسبیده، بارگذاری فایل جداگانه زیرنویس و همچنین استفاده از کادر ویژه گوگل را دارند. این امر دست برندها برای تعامل با مخاطب هدف را باز می‌گذارد.

گاهی اوقات برندها تمایلی برای توجه به زیرنویس ویدئوهای‌شان ندارند. در این صورت یوتیوب با مشاهده افزایش محبوبیت یک ویدئو فاقد زیرنویس اقدام به طراحی زیرنویس خودکار برای آن می‌کند. این امر فقط در مورد ویدئوهای پرطرفدار و محبوب روی می‌دهد بنابراین نباید به امید ایجاد زیرنویس خودکار از سوی یوتیوب به طراحی آن بی‌توجه باشیم.

کاربران برای دسترسی به زیرنویس ویدئوها امکان کلیک بر روی گزینه CC یا مراجعه به بخش More و زیرشاخه Transcript را دارند. با انتخاب هر کدام از گزینه‌های فوق زیرنویس متن ویدئو نمایش داده می‌شود. بسیاری از برندها با همین شیوه‌های ساده تاثیرگذاری بالایی بر روی مخاطب هدف تجربه می‌کنند. بنابراین باید همیشه به دنبال راهکارهای کوچک و تاثیرگذار برای تعامل با مخاطب هدف باشیم.

تاثیر ویدئوهای دارای زیرنویس در حوزه مدیریت سئو نیز قابل مشاهده است. یوتیوب برای رتبه‌بندی ویدئوها به طور ویژه‌ای به زیرنویس‌شان توجه دارد. بنابراین اگر یک ویدئو دارای کیفیت طراحی



بالایی نیز باشد، در صورت فقدان زیرنویس شانس بالایی برای جلب نظر مخاطب هدف خواهد داشت.

ایجاد و به اشتراک‌گذاری پلی لیست ویدئویی

ویدئوهای مختلف از سوی برندها در یوتیوب ماهیت شلخته و بی‌نظمی را به نمایش می‌گذارند. بسیاری از برندها با این مشکل برای جلب نظر مخاطب هدف مواجه هستند. یکی از راهکارهای جذاب در این میان تلاش برای استفاده از قابلیت ایجاد پلی لیست است. پلی لیست‌ها مجموعه‌ای از ویدئوهای دارای ویژگی‌های یکسان برای دسترسی ساده‌تر کاربران است. به عنوان مثال، پلی لیست «سلسلقات فوتبال جذاب در سال ۲۰۱۶» مجموعه‌ای از ویدئوهای فوتبالی را در اختیار کاربران قرار می‌دهد.

امروزه بسیاری از برندها برای جلوگیری از بروز مشکلات مختلف برای کاربران‌شان اقدام به طراحی پلی لیست‌های مختلف می‌کنند. این امر به دلیل سهولت دسترسی کاربران همیشه با واکنش مثبت‌شان مواجه می‌شود بنابراین برندها باید بر روی این نکته سرمایه‌گذاری بسیار بیشتری انجام دهند.

ایجاد پلی لیست برای برندها در یوتیوب کار ساده‌ای است. فقط باید در بخش ایجاد محتوای جدید بر روی یک پلی لیست کلیک نمایید. سپس باید مجموعه ویدئوهای بارگذاری شده را انتخاب نمایید. اگر ویدئویی برای بارگذاری در یوتیوب دارید، باید در همان بخش ویدئو را بارگذاری کرده و سپس پلی لیست را ایجاد نمایید. استفاده از حداقل ۲ ویدئو برای ایجاد پلی لیست ضروری است. در غیر این صورت یوتیوب اجازه ایجاد پلی لیست را به شما نخواهد داد.

یکی از بهترین نمونه‌های ایجاد پلی لیست‌های جذاب مربوط به یک رستوران اسپانیایی است. این رستوران با هدف جلب نظر مخاطب هدف اقدام به طراحی پلی لیست‌های مختلف و بارگذاری ویدئوهای آموزش غذاهای مختلف کرده است. هر کدام از پلی لیست‌های موردنظر نوع خاصی از غذاها را شامل می‌شود. به عنوان مثال، در صورت علاقه برای مشاهده غذاهای دریایی باید به پلی لیست مخصوص‌اش مراجعه نماییم. این امر موجب کاربرد مداوم محتوای بازاریابی برای جلب نظر مخاطب هدف می‌شود.

ایجاد URL مخصوص برای برند

استفاده از آدرس URL مخصوص از سوی برندها جذابیت بسیار

به قلم: لیندسی کولویج کارشناس بازاریابی در موسسه HubSpot

ترجمه: علی آل علی

وقتی مردم در مورد محبوب‌ترین شبکه‌های اجتماعی دنیا صحبت می‌کنند، گزینه‌های بسیار زیادی مطرح می‌شود. امروزه شبکه‌های اجتماعی دامنه بسیار وسیعی از پلتفرم‌ها را شامل می‌شود. این امر تا یک دهه پیش به طور برعکس صدق داشت. شبکه‌های اجتماعی نظیر فیس‌بوک و توئیتر برای مدت زمانی طولانی دنیای ارتباطات آنلاین را به خود اختصاص داده بودند. نخستین کمپین‌های بازاریابی نیز در همین پلتفرم‌ها راه‌اندازی شد. با این حساب فیس‌بوک و توئیتر سابقه بسیار طولانی در زمینه همکاری با برندها در مسیر بازاریابی دارند. امروزه پلتفرم‌هایی نظیر یوتیوب با ارائه خدماتی متفاوت بخش قابل توجهی از مخاطب جهانی را به خود جلب کرده‌اند. یوتیوب به عنوان اصلی‌ترین پلتفرم اختصاصی برای به اشتراک‌گذاری ویدئو دامنه وسیعی از کاربران را نزد خود گرد آورده است.

فعالیت گوگل به عنوان صاحب امتیاز یوتیوب اعتبار این پلتفرم را به شدت افزایش داده است. امروزه بسیاری از کاربران نسبت به شرایط امنیتی شبکه‌های اجتماعی نگرانی‌های بسیار زیادی ابراز می‌کنند. گوگل با تامین امنیت کاربران به بهترین شکل ممکن تاثیرگذاری قابل‌ملاحظه‌ای بر روی کاربران به دست آورده است. این امر به بازاریاب‌های گوگل امکان جلب همکاری برندهای بزرگ و کوچک را

داده است. امروزه مشاهده ویدئو در یوتیوب همراه با تجربه مشاهده محتوای تبلیغاتی است. این امر به صورت کاملاً هوشمندانه طراحی شده است. بنابراین ماهیت آزردهنده‌ای برای کاربران ندارد.

بازاریابی در یوتیوب علی‌رغم تمام امکانات جانبی کار ساده‌ای نیست. بسیاری از برندها سالانه میلیون‌ها دلار در زمینه بازاریابی در یوتیوب ضرر می‌کنند. این رقم در صورت بی‌توجهی برندها بیشتر نیز خواهد شد. امروزه برخی از برندها برای بازاریابی بهتر در یوتیوب به دنبال توصیه‌ها و تکنیک‌های تازه هستند. هدف مقاله کنونی بررسی برخی از تازه‌ترین تکنیک‌های بهبود فعالیت بازاریابی در یوتیوب است. بدون تردید در این مسیر توجه به میزان تاثیرگذاری و تجربه موفق کاربرست هر شیوه اهمیت ویژه داشته است بنابراین امکان اعتماد به شیوه‌های مورد بحث در سطحی بالا وجود خواهد داشت.

تبدیل آسان ویدئوها به گیف

بدون تردید گیف یکی از فرمت‌های ویدئویی جذاب در عرصه بازاریابی محسوب می‌شود. بسیاری از برندها برای ترغیب مخاطب هدف به منظور مشاهده محتوای ویدئویی‌شان ابتدا یک نمونه کوتاه در قالب گیف در اختیار آنها قرار می‌دهند. این اقدام تاثیرگذاری بسیار زیادی بر روی مخاطب هدف در پی دارد.

بدون شک صحبت از تاثیرگذاری گیف و تلاش برای تبدیل ویدئو به گیف دو امر کاملاً متفاوت است. بسیاری از برندها در مسیر تبدیل ویدئو به گیف‌های کوتاه دشواری زیادی را تجربه می‌کنند. نکته کاربردی در این میان امکان تبدیل ویدئو به گیف از طریق ابزار درون برنامه‌ای یوتیوب است. ابتدا باید آدرس URL ویدئوی موردنظر در یوتیوب را پیدا کنیم. سپس با مراجعه به سایت جانبی Gifyoutube.com امکان تبدیل ویدئوی موردنظر به گیف در هر کیفیت و اندازه‌ای وجود خواهد داشت.

امروزه کاربران در زمینه مشاهده ویدئوهای بازاریابی به پیش نمایش‌شان توجه ویژه‌ای نشان می‌دهند بنابراین تهیه نسخه‌ای کوتاه در قالب گیف از ویدئوی بازاریابی برند دارای اهمیت بالایی خواهد بود. پیش از طراحی ابزار موردنظر اغلب برندها نیاز به دانلود نرم‌افزاری جداگانه برای تبدیل ویدئو به گیف داشتند. این امر علاوه بر هزینه‌های بالا موجب اتلاف وقت نیز می‌شد.

امروزه با استفاده از ابزار درون‌برنامه‌ای یوتیوب امکان تبدیل ویدئوها به گیف در کمترین زمان ممکن وجود دارد. مزیت اصلی این ابزار عدم نیاز به بارگذاری ویدئو و همچنین استفاده رایگان از سوی کاربران است بنابراین بهترین گزینه برای بازاریابی بهتر در یوتیوب خواهد بود.

شروع ویدئو از نقطه دلخواه مخاطب هدف

بدون تردید برخی از کاربران حوصله مشاهده ابتدای ویدئوهای بازاریابی را ندارند. این امر شامل ویدئوهای بازاریابی طولانی و شامل بخش سخنرانی اولیه است. اگر برند شما چنین ویدئوی بازاریابی را بارگذاری کرده است، باید امکان شروع ویدئو از نقطه جذاب برای مخاطب هدف را مدنظر قرار دهد. این امر شامل انتخاب بخش حساس و جذاب ویدئو برای شروع نمایش است. نتیجه این امر شروع محتوا از نقطه جذاب برای مخاطب هدف و افزایش تعامل آنها با برند خواهد بود. بدون شک برخی از برندها در صورت تمایل برای استفاده از زمینه شروع ویدئو از نقطه دلخواه به فکر حذف بخش ابتدایی ویدئو خواهند افتاد. نکته مهم در این میان ضرورت حفظ بخش موردنظر برای مشاهده از سوی کاربران علاقه‌مند است بنابراین با چنین استراتژی در عمل دامنه مختلف کاربران با سلیقه‌های متفاوت به برند ما جذب خواهند شد.

شروع ویدئو در نقطه‌ای خاص کار ساده‌ای محسوب می‌شود. نیاز اصلی کسب و کارها در این میان توقف ویدئو در بخش موردنظر و سپس انتخاب گزینه Share است. سپس در کادری مشخص لینک به اشتراک‌گذاری ویدئو نمایش داده خواهد شد. در پایین این لینک امکان انتخاب زمان شروع ویدئو برای برندها و کاربران فراهم می‌شود. انتخاب زمان مناسب امکان تعامل با مخاطب هدف به بهترین وجه را فراهم می‌سازد.

مشاهده متن ویدئوها در قالبی منحصر به فرد

بدون شک زیرنویس ویدئوها نقش مهمی در جلب نظر مخاطب هدف دارد. بسیاری از کاربران حوصله مشاهده ویدئو با صدای زیاد را ندارند بنابراین زیرنویس ویدئوها نقش مهمی برای جلب نظر مخاطب هدف بازی می‌کند. یوتیوب براساس همین امر امکان افزودن زیرنویس



رهنبری

نکاتی برای اطمینان از کیفیت سایت برند

سوال‌های اساسی در فرآیند همکاری با طراحان سایت

به قلم: گری باری کارشناس بازاریابی و مدیرعامل موسسه Timetastic
ترجمه: علی آل‌علی

سایت رسمی برای هر کسب و کاری دارای اهمیت است. در این میان تفاوتی میان برندهای بزرگ و کوچک وجود ندارد. هر برندی باید سایت رسمی برای بهبود تعامل میان مخاطب هدف و تیم بازاریابی‌اش را مدنظر قرار دهد. بسیاری از برندها از سایت رسمی برای اهدافی فراتر از بازاریابی نیز استفاده می‌کنند. امروزه کاربران در صورت مشاهده یک برند بدون سایت رسمی نسبت به اعتبار و اصلتش شک و تردید خواهند کرد بنابراین یکی از نخستین اقدامات هر برندی باید طراحی سایت رسمی‌اش باشد.

برندها در زمینه طراحی سایت رسمی همیشه در ارتباط با طراح‌های حرفه‌ای فعالیت دارند. این امر پرسش‌ها و نکات بسیار زیادی در مورد همکاری موردنظر ایجاد می‌کند. بدون شک هدف نهایی هر برند دسترسی به سایتی جذاب و تعاملی است. در ادامه برخی از پرسش‌های اساسی از سوی برندها برای همکاری با طراح‌های سایت را مورد ارزیابی قرار خواهیم داد. تلاش برای یافتن پاسخ دقیق هر پرسش نقش مهمی در زمینه بهبود کیفیت نهایی سایت خواهد داشت.

آیا طراح سایت نمونه‌مشابهی از سایت برندمان ساخته است؟
کاربردهای سایت رسمی برند بسیار متنوع است. مهم‌ترین نکته در این میان بررسی سابقه فعالیت طراح سایت در زمینه طراحی سایت‌های کاری است. برخی از طراح‌ها در طول سال‌های متمادی اقدام به طراحی سایت‌های یکسنان با اندکی تفاوت کرده‌اند. این امر در نهایت موجب شباهت بالای سایت‌های طراحی شده و ناراضی‌تی برندها می‌شود بنابراین پیش از همکاری رسمی با هر طراح سایتی باید نسبت به سابقه کاری‌اش توجه نشان داد. این امر در قالب پرسش‌های مختلف و ارزیابی سابقه کاری‌اش در ارتباط با برندهای دیگر امکان‌پذیر خواهد بود.

اگر طراح سایت از تکنیک‌های مشابه برای طراحی سایت‌های مختلف استفاده کرده باشد، به احتمال زیاد سایت شما را نیز مشابه دیگران طراحی خواهد کرد. این امر برای یک برند حرفه‌ای قابل تحمل نخواهد بود بنابراین باید نسبت به طراحی دوباره این سایت اقدام کرد. یکی از نکات مهم در این میان مراجعه به طراح‌های حرفه‌ای سایت است. این امر مهارت و توانایی تاثیرگذاری بسیار بهتری بر روی مخاطب هدف دارند.

آیا به تنهایی امکان به‌روز رسانی سایت وجود دارد؟
برخی از سایت‌ها به سادگی امکان به‌روز رسانی از سوی صاحبان برند را فراهم می‌سازند. این امر باید مدنظر برندها در زمینه همکاری با طراح‌های سایت باشد. اگر این گزینه در طراحی سایت مورد غفلت قرار گیرد، در نهایت کیفیت سایت به شدت کاهش خواهد یافت. امروزه برندها تمایل به تغییر بخش‌های مختلف سایت‌شان در بازه‌های زمانی مختلف را دارند بنابراین در صورت بی‌توجهی طراح‌های سایت به این نکته فرآیند همکاری میان آنها به شدت پیچیده و دشوار خواهد شد.

همکاری با طراح‌های سایت باید از همان ابتدا با بیان دقیق انتظارات صورت گیرد. این امر بسیاری از ناراضی‌تی‌های قبلی را پوشش خواهد داد. یکی از گزینه‌های جذاب برای مدیران کسب و کار یادگیری شیوه به‌روز رسانی سایت است. اغلب طراح‌های سایت این آموزش‌ها را نیز ارائه می‌کنند بنابراین با اندکی پشتکار امکان یادگیری شیوه به‌روز رسانی سایت نیز فراهم خواهد شد.

آیا سایت موردنظر سئو خوبی دارد؟

سئو در فرآیند بازاریابی و جلب نظر مخاطب هدف اهمیت بالایی دارد. سایت‌های دارای ساختار هماهنگ با سئو همیشه بازدیدهای بالایی دریافت می‌کنند. این امر در فرآیند طراحی سایت خودش را نشان می‌دهد. استفاده از قالب‌های سبک و در عین حال چشم‌نواز و همچنین کاربست شیوه‌های طراحی سایت جدید در نتیجه نهایی کار تاثیر قابل ملاحظه‌ای دارد. متأسفانه برخی از برندها برای کاهش هزینه‌های طراحی سایت اقدام به همکاری با افراد مبتدی می‌کنند. این امر همیشه در نهایت وضعیت ناگواری برای برندها ایجاد می‌کند. بسیاری از برندها در صورت مواجهه با سئوی نامناسب سایت‌شان اقدام به طراحی دوباره‌اش می‌کنند. این امر مشکلات بسیار زیادی برای برندها به ارمغان خواهد آورد.

یکی از نکات مهم در صورت طراحی نامناسب سایت در وهله نخست دشواری جلب نظر دوباره مخاطب هدف خواهد بود بنابراین همیشه باید به طراحی مناسب سایت در همان نوبت نخست توجه داشت، در غیر این صورت جلب اعتماد مخاطب هدف امری بی‌نهایت دشوار خواهد بود.

طراحی سایت چه مقدار طول می‌کشد؟

زمان پایان پروژه طراحی سایت دارای اهمیت بسیار زیادی است. برخی از برندها به طور مداوم در زمینه دریافت نتیجه نهایی کار طراح‌های سایت بی‌توجه هستند. این امر موجب طولانی شدن فرآیند طراحی سایت می‌شود. گفت‌وگو در مورد مدت‌زمان لازم برای طراحی سایت از همان روز نخست باید در دستور کار قرار گیرد. این امر طراح‌های سایت را ملزم به تحویل سایت در زمان مقرر خواهد کرد. اگر این امر مورد توجه قرار نگیرد، به طور مداوم بدقولی‌های طراح‌های سایت موجب اذیت برندها خواهد شد.

هزینه نهایی طراحی سایت چقدر است؟

هزینه نهایی طراحی سایت باید از همان ابتدا مشخص شود. هرگونه دریافتی بیشتر یا کمتری در این میان غیرقانونی خواهد بود. متأسفانه برخی از برندها و طراح‌های سایت نسبت به تعیین هزینه اصلی طراحی سایت بی‌توجه هستند. این امر در نهایت مشکلات بسیار زیادی میان آنها از نظر مالی ایجاد خواهد کرد.

منبع: smallbusinessbonfire.com

www.forsatnet.ir

مدیریت کسب‌وکار

کارآفرینان جوان پاسخ می‌دهند:

چگونه پادکست جذابی داشته باشیم؟

میلیون‌ها کاربر در طول روز اقدام به دانلود یا مشاهده آنلاین پادکست‌های مختلف می‌کنند. یکی از نکات مهم در این میان توجه پادکست‌ها به مخاطب هدف خاص است. بدون تردید تمام کاربران به موضوعات جزئی و تخصصی یک پادکست علاقه ندارند. این امر در مورد پادکست‌ها شرایط منحصر به فردی را نشان می‌دهد. هرچه بحث پادکست‌ها تخصصی تر می‌شود، تلاش برای بازاریابی تمام کاربران سخت تر خواهد شد بنابراین یکی از راهکارهای مناسب در این میان بازاریابی برای مخاطب خاص است. مخاطب خاص شامل افرادی با علاقه عمیق به موضوع پادکست است. توجه پادکست‌ها به این افراد موجب بهبود شرایط بازاریابی و تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف خواهد شد.

امروزه بسیاری از پادکست‌ها به تبلیغات گسترده توجهی ندارند. جایگزین تبلیغات گسترده از سوی این پادکست‌ها توجه به رسانه‌های اختصاصی است. به عنوان مثال، اگر یک پادکست در حوزه خودرو فعالیت دارد، تبلیغ در رسانه‌های تخصصی خودرو ایده مناسب‌تری در مقایسه با تبلیغ در مراسم‌های عمومی خواهد بود. این امر توجه بسیار بیشتری از سوی مخاطب هدف خاص برای پادکست موردنظر به ارمغان خواهد آورد.



اشتباه برخی از پادکست‌ها در زمینه بازاریابی تلاش برای جلب نظر دامنه وسیعی از مخاطب هدف است. این امر اغلب اوقات با مشکلات بسیار زیادی همراه خواهد شد. هرچه دامنه فعالیت یک پادکست تخصصی‌تر باشد، توانایی بیشتری برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف خواهد داشت.

۵. اهمیت تعامل با مخاطب هدف

دبزی جینگ: پادکست بانیش

تعامل با مخاطب هدف فقط مخصوص برندها و فروشگاه‌های بزرگ نیست. پادکست‌ها نیز باید تعامل مناسبی با مخاطب هدف داشته باشند. یکی از راهکاری توسعه کسب و کار توجه به بازخورد مخاطب هدف است. پادکست‌ها به دلیل افزایش تمایل مخاطب هدف در طول سال‌های اخیر برای دانلود برنامه‌های مختلف شناس بسیار زیادی برای استفاده از بازخورد مخاطب هدف دارند. اشتباه برخی از پادکست‌ها بی‌توجهی مداوم به مخاطب هدف است. این امر شرایط بسیار دشواری برای این امر ایجاد می‌کند.

تعامل با مخاطب هدف نیازمند برنامه‌ای پیچیده نیست. مهم‌ترین نکته در این میان تلاش برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف با استفاده از شیوه‌های ساده و سراسرات است. اگر این امر مورد توجه پادکست‌ها قرار نگیرد، به تدریج موضوعات مورد بحث در قسمت‌های مختلف با سلیقه مخاطب هدف متفاوت خواهد شد. نتیجه این امر ناتوانی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف خواهد بود.

۶. ارزش آفرینی

آلاستیر سندرسون: موسسه LFA Machines

بسیاری از پادکست‌ها در مناطق مختلف دارای شباهت بیش از اندازه به هم هستند. این امر شرایط دشواری برای رقابت میان پادکست‌ها و جلب نظر مخاطب هدف ایجاد می‌کند. بسیاری از مردم تمایل به مشاهده پادکست‌های متفاوت و انتخاب از میان آنها دارند. با این وضعیت شباهت بیش از اندازه برخی از پادکست‌ها شرایط بازاریابی در این صنعت را دشوار خواهد کرد.

ارزش آفرینی شامل فرآیند تولید محتوای نو و جذاب برای مخاطب هدف است. متأسفانه بسیاری از برندها به این نکته مهم توجه لازم را نشان نمی‌دهند بنابراین به طور مداوم با مشکلاتی در زمینه جلب نظر مخاطب هدف مواجه می‌شوند. ارزش آفرینی فرآیند ساده‌ای در زمینه تولید محتوا نیست. بسیاری از پادکست‌ها به همین خاطر به سراغ ایده‌های کلیشه‌ای یا کپی‌برداری از دیگر پادکست‌ها می‌روند. مهم‌ترین مسئله در این میان تاثیر نامناسب کپی‌برداری از ایده‌های دیگران است. این امر اعتبار پادکست یک موسسه را به شدت تحت تاثیر قرار خواهد داد.

تلفن مستقیم: ۰۷۳۳۹۰۸۶۰

۷. جلب نظر مخاطب هدف با اینفلوئنسر ها

سید بلخی: موسسه WPBeginner

جلب نظر مخاطب هدف به پادکست کار ساده‌ای نیست. بسیاری از برندها در طول سال‌های اخیر به طور مداوم برای جلب نظر مخاطب هدف دست به سرمایه‌گذاری بر روی حوزه بازاریابی زده‌اند. نکته مهم درخصوص وضعیت صنعت تولید پادکست ضرورت حضور یک یا چند مهمان برای هر قسمت است. این امر امکان استفاده از اطلاعات دیگران به منظور تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را فراهم می‌سازد. برخی از پادکست‌ها به دلیل ناتوانی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف به سرعت اقدام به صرف نظر از فعالیت در این حوزه می‌کنند. توصیه اساسی من در این بخش توجه به همکاری با افراد مشهور به منظور جلب نظر مخاطب هدف است. یکی از نکات مهم در این میان استفاده از اینفلوئنسر‌ها یا افراد دارای مهارت تخصصی در حوزه موردنظر است. بسیاری از پادکست‌ها در طول قسمت‌های مختلف از مهمان‌های متنوعی استفاده می‌کنند. این امر باید همیشه مدنظر برندها قرار داشته باشد.

همکاری با اینفلوئنسر‌ها در ابتدا ایده بسیار جذابی به نظر می‌رسد، اما اغلب پادکست‌ها اشتباهات قابل ملاحظه‌ای در این زمینه مرتکب می‌شوند. یکی از اشتباهات رایج در این میان دعوت از اینفلوئنسر‌های فاقد اطلاعات دقیق یا مهارت در مورد موضوع بحث است. این امر تاثیر بسیار منفی بر روی ذهنیت مخاطب هدف از نحوه فعالیت پادکست شما خواهد داشت.

توجه به مهارت و حوزه تخصصی مهمان‌های هر قسمت از پادکست اهمیت بسیار زیادی دارد. برخی از پادکست‌ها در زمینه ارزیابی شهرت و مهارت اینفلوئنسر‌ها عملکرد خوبی دارند. همین امر موجب افزایش دامنه مخاطب هدف علاقه‌مند به پادکست آنها می‌شود.

۸. سرمایه‌گذاری بر روی تجهیزات مناسب

ایبراهیم آلكورد: موسسه نیو ماین

تجهیزات لازم برای ضبط پادکست اهمیت بسیار زیادی در نتیجه نهایی دارد. بسیاری از موسسه‌ها برای تولید پادکست به دنبال تجهیزات ارزان هستند. این امر شاید به اندازه ایده اصلی دارای اهمیت نباشد، اما نقش مهمی در کیفیت نهایی محصول دارد. پادکست‌های حرفه‌ای همیشه از تجهیزات مناسب بهره می‌برند. این امر در صورت عدم سرمایه‌گذاری مناسب موسسه‌ها بر روی خرید تجهیزات موردنیاز شرایط بسیار دشواری را فراهم خواهد کرد.

بدون تردید بسیاری از تجهیزات حرفه‌ای تولید پادکست دارای قیمت بالایی است. توصیه ما در این بخش سرمایه‌گذاری اندک و طولانی مدت برای تهیه تجهیزات موردنیاز است. این امر موجب بهبود توانایی کسب و کار‌ها برای افزایش کیفیت نهایی پادکست‌شان خواهد شد. همچنین فشار مالی قابل ملاحظه‌ای نیز بر روی آنها نخواهد گذاشت.

۹. طراحی برنامه‌ای منسجم

دیگو اوخوتلا: موسسه Cables & Sensors

انتشار هر قسمت از پادکست در زمان‌های مناسب اهمیت بالایی دارد. بسیاری از پادکست‌ها پس از مدت زمانی کوتاه فعالیت مناسب در این زمینه از بازار محو می‌شوند. فقدان برنامه‌ریزی و زمان‌بندی درست برای انتشار قسمت‌های پادکست موجب بریزش شدید مخاطب هدف می‌شود بنابراین برنامه‌ریزی کسب و کار‌ها در این زمینه باید بسیار دقیق صورت گیرد.

طراحی جدول ماهانه برای تعیین روزها انتشار محتوا ضروری است. البته این امر بستگی به ماهیت پادکست نیز دارد. برخی از پادکست‌ها به صورت روزانه، هفتگی یا ماهانه منتشر می‌شوند بنابراین باید به این نکته در زمینه تعامل با مخاطب هدف توجه داشت. بهترین ایده برای شروع پادکست در وهله نخست انتشار هم‌زمان ۳ نسخه اولیه است. این امر انگیزه قابل ملاحظه‌ای در میان مخاطب هدف ایجاد خواهد کرد.

۱۰. عجله منوع

اندرو شاراج: موسسه Money Crashers Personal

عجله کردن در فرآیند تولید پادکست همیشه نتایج ناگواری را رقم خواهد زد. این امر باید همیشه مدنظر بازاریاب‌ها و طراح‌های پادکست قرار گیرد. در غیر این صورت امکان تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف از بین خواهد رفت. طراحی قسمت‌های مختلف یک پادکست نیازمند توجه به ماهیت اصلی کار و سپس دعوت از افراد متخصص برای ضبط برنامه است. اشتباه برخی از موسسه‌ها بیان ایده‌هایشان برای قسمت‌های بعدی پیش از هماهنگی نهایی با دیگران است. نتیجه این امر ناتوانی برخی از پادکست‌ها در زمینه عرضه به موقع قسمت مورد نظر خواهد بود.

۱۱. ایجاد آرشيو قسمت‌های پادکست

تایلر گالاگر: موسسه Regal Assets

ایجاد بانک یا آرشیوی از قسمت‌های مختلف پادکست موجب سهولت دسترسی کاربران به آن خواهد شد. بسیاری از پادکست‌ها برای ایجاد آرشیو برنامه‌های شان مشکلات زیادی دارند. خبر خوش برای چنین پادکست‌هایی ابزار جدید گوگل پادکست است. اگر شما در گوگل پادکست اقدام به بارگذاری قسمت‌های مختلف برنامه‌تان کنید، یک آرشیو خودکار برای شما ایجاد خواهد شد. کاربران به این ترتیب امکان مراجعه به آرشیو پادکست شما و مشاهده تمام قسمت‌ها را خواهند داشت.

امروزه مدیریت پادکست کار ساده‌ای نیست. پادکست‌های تازه کار شمار بالایی از رقبا را پیش روی خود دارند. این امر آگاهی از شرایط جاری و استفاده از توصیه‌های تاثیرگذاری را ضروری می‌سازد. توصیه‌های مورد بحث در این مقاله از سوی برخی از کارآفرینان جوان ارائه شده است. استفاده از آنها نقش مهمی در بهبود وضعیت پادکست‌های تازه خواهد داشت.

منبع: noobpreneur.com

مدیرعامل شرکت گاز آذربایجان شرقی عنوان کرد:

طرح ملی بهینه سازی موتورخانه ها راهکاری مهم در کاهش گازبهای مصرفی

انرژی را کاهش داد. وی ادامه داد: براساس مطالعات انجام یافته، موتورخانه ها به عنوان یکی از سیستم های پرمصرف انرژی در واحدهای مسکونی و تجاری شناسایی شده که مطابق سیاست های کلان وزارت نفت در زمینه بهینه سازی مصرف، اجرای طرح یادشده بصورت رایگان برای متقاضیان در دستور کار شرکت ملی گاز ایران قرار گرفته است. مدیرعامل شرکت گاز استان آذربایجان شرقی در خصوص نحوه بهره مندی از مزایای این طرح ملی افزود: مشترکین محترم می توانند بسا مراجعه به بخش "بهینه سازی موتورخانه" در سایت شرکت ملی گاز ایران به آدرس www.nigc.ir در این طرح ملی ثبت نام نمایند. لازم به ذکر است پیرو معرفی و تشریح جزئیات این طرح توسط مدیرعامل شرکت گاز استان از برنامه رادیویی سحرلر شبکه استانی، با جمع بندی درخواست ها، چالش ها و نظرات واصله مردمی، این روند اطلاع رسانی از طریق برنامه های مشارکتی با رسانه های استان و سایر کانال های ارتباطی موجود، توسط مسؤولین شرکت گاز ارائه خواهد شد.



آذربایجان شرقی - فلاح: مدیرعامل شرکت گاز استان آذربایجان شرقی گفت: طرح بهینه سازی موتورخانه ها، راهکاری مهم و اساسی در مدیریت مصرف و کاهش هزینه گازبهای مصرفی واحدهای مسکونی و تجاری می باشد. به گزارش خبرنگار ما در آذربایجان شرقی، سیدرضا رهنمای توحیدی ضمن تشریح طرح ملی بهینه سازی موتورخانه واحدهای مسکونی و تجاری گفت: در راستای اهداف مسؤلیت‌های اجتماعی، طرح ملی بهینه سازی موتورخانه ها با هدف جلوگیری از اتلاف منابع گازی کشور و مدیریت مصرف مشترکین، توسط شرکت ملی گاز ایران به شرکت های تابعه ابلاغ گردیده و با اجرای این طرح که برای مشترکین یاد شده اختیاری و رایگانی می باشد، در مصرف گاز طبیعی واحدهای متقاضی استفاده از تسهیلات طرح، حداقل ۱۰ درصد صرفه جویی حاصل می گردد. وی ضمن دعوت از مشترکین گاز طبیعی در استان برای بهره مندی از مزایای این طرح با رویکرد شناسایی عوامل هدر رفت گاز ناشی از عدم مصرف بهینه موتورخانه ها تاکید کرد: اجرای طرح اصلاح و بهینه‌سازی موتورخانه واحدهای

مدیرکل راه و شهرسازی خوزستان خبر داد:

اتمام عملیات احداث پل شعیبیه - دیلم



اهواز - شسینم قجوانند: مدیرکل راه و شهرسازی خوزستان از پایان عملیات اجرایی پل شعیبیه به دیلم خبر داد. رضا رضایی اظهارداشت: طول این پل ۱۶۲ متر و عرض آن ۱۳ متر است که ۱۹۰ میلیارد ریال هزینه ساخت آن از اعتبارات ملی تامین شد. وی ادامه داد: از نظر سازه‌ای عرشه پل دال‌بتنی و تیرها باکس فلزی هستند که یک‌هزار و ۲۰۰ تن وزن عرشه این پل است. مدیرکل راه و شهرسازی خوزستان اضافه کرد: پل شعیبیه به دیلم سه دهانه باکس فلزی به هم‌راه ۲ دهانه ۴۵ متری کنار و یک دهانه ۷۲ متری وسط دارد. به گفته رضایی این پل ۵۲ شمع دارد که طول هر کدام ۲۵ متر است. وی با اشاره به اهمیت پدافندی پروژه پل شعیبیه - دیلم ، گفت: با توجه به اینکه در سیلاب فروردین ۹۸ استان خوزستان تنها راه ارتباطی جنوب به شمال از طریق مسیر اهواز- اندیمشک به خرم آباد مسدود شد لذا در آن ایام، تنها راه ارتباطی باقی مانده استان به مرکز کشور مسیر اهواز- شوشتر - دزفول - اندیمشک - خرم آباد به

بندقیر کاهش یابد و علاوه بر این نیز به‌عنوان یک مسیر پدافندی در استان خوزستان از اهمیت بسیار بالایی برخوردار است. مدیرکل راه و شهرسازی خوزستان از احداث این پل به عنوان عاملی برای رونق اقتصاد کشاورزی منطقه یادکرد و گفت: شعیبیه در شهرستان شوشتر یک بخش بسیار مولد است که با حدود ۲۸ هزار نفر ساکن، دارای ۴۵ هزار هکتار اراضی مستعد و بارور کشاورزی است. وی تصریح کرد: با وجود اینکه این منطقه در تولید محصولات کشاورزی استان تأثیر بسیار زیادی دارد اما تا پیش از این فاقد مسیر ارتباطی مستمر و ثابت بود که برای حل این مشکل احداث پل شعیبیه - دیلم در دستور کار قرار گرفت. رضایی با بیان اینکه این پل اتصال شعیبیه به روستاهای دیلم را فراهم کرد، گفت: این پل همچنین روستاهای بخش میخان آب و شعیبیه را به هم متصل می کند که تا پیش از این اهالی آن برای تردد از پل شاور استفاده می کردند و تردد آنها با مشکلاتی همراه بود.

کسب رتبه‌ی نخست اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان قم در کشور

خدمت به همشهریان و اصحاب فرهنگ و هنر قرار داده است که بی‌شک اخذ دو رتبه اول طی سه سال خود نشان از همکاری و همدلی مجموعه فرهنگی و خادمان این عرصه و همچنین همت همه همکاران اداره کل، می‌باشد. دبیر شورای فرهنگ عمومی استان گفت: خدمت در استانی که اله‌افرای جهان تشیع می‌باشد منشأ خدمات‌رسانی در سایر عرصه‌هاست و ابراز امیدواری کرد که ترویج فرهنگ، ایثار و جهاد در امر خدمت‌رسانی به مردم شریف ایران اسلامی، در سراسر کشور توسعه یابد. شایان ذکر است در این جشنواره پس از استان قم ادارات کل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان‌های تهران و خراسان جنوبی حائز رتبه‌های دوم و سوم شدند.



قم - خبرنگار فرصت امروز: اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان قم برای دومین بار، رتبه‌ی اول جشنواره‌ی شهید رجایی در سطح وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی را به دست آورد. به گزارش روابط عمومی اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان قم، سیدموسی حسینی کاشانی ضمن اعلام این خبر گفت: اداره کل طی برگزاری جشنواره شهید رجایی که هم‌راه به منظور شناسایی دستگاه‌های برتر در خدمت‌رسانی به مردم توسط سازمان امور استخدامی کشوری برگزار می‌گردد در میان ادارات کل فرهنگ و ارشاد اسلامی کشور برای دومین بار، حائز رتبه نخست گردید. مدیرکل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان با بیان اینکه این جشنواره در دو بعد شاخص‌های عمومی و اختصاصی



های سلامتی اداری بوده و از دلایل اصلی کسب این افتخارات محسوب می شود. خدایبی ضمن تشکر و قدردانی از همت و عزم راسخ کارکنان تلاشگر و توانمند، اظهار امیدواری کرد به حول قوه الهی و با تدبیر و درایت همکاران عزیز بتوانیم با اجرای قانون و مقررات و بهبود فرآیندها در حوزه های مختلف عملکردی، در سال های پیش رو به موفقیت های بالاتر دست یابیم.

با اجرای طرح کاداستر، بسیاری از مشکلات ثبتی و پرونده های مراجع قضایی و

تداخلات زمین ها و املاک شهروندان حل می شود

شهرستان تقاضا داریم در این زمینه دستورات و همکاری و همراهی لازم را به زیر مجموعه های خود صادر فرمایند تا نسبت به حل مشکلات و معضلات ثبتی شهرستان اقدام لازم صورت پذیرد. سرپرست اداره ثبت اسناد و املاک شهرستان بسا بیان اینکه در حال حاضر با کم‌تر از نیمی از پتانسیل انسانی واقعی، ارائه خدمت می کنیم، تصریح کرد: طبق چارت مصوب اداره باید ۹۹ پرسنل داشته باشد ولی متأسفانه با توجه به کمبود نیروی انسانی در استان تهران و سازمان ثبت و این موضوع ناشی از عدم استخدام نیرو در سالهای قبل و همچنین عدم صدور مجوز استخدام از سوی سازمان استخدامی کشور در این خصوص و بنا به دلایل ذکر شده اخیر در حال حاضر با ۴۹ پرسنل در حال ارائه خدمت به مردم

شهرهای شهرستان شهریار رفع می گردد. بشیر نعیم زاده در این باره گفت: اکثر مراجعان به اداره ثبت اسناد و املاک شهریار، مشکلاتی در خصوص سند ملکی و اراضی خود دارند که در صورت ارائه نقشه های تکمیلی توسط شهرداری های حوزه سیاسی و اجتماعی شهرستان و برخی ادارات مرتبط نقشه و یا اطلاعات لازم و مورد نیاز کاداستر در اختیار اداره کل کاداستر سازمان ثبت اسناد و املاک کشور قرار دهند، می توانیم بهتر و سریعتر پاسخگوی نیاز مراجعین باشیم. وی ادامه داد: متأسفانه تعداد زیادی از دستگاههای مربوطه هنوز نسبت به ارائه نقشه های درخواستی به ثبت اسناد و املاک اقدام نکرده‌اند و این واحد ثبتی و ارباب رجوع را با مشکلات عدیده ای روبرو کرده اند، از فرماندار و سایر مراجع ذیصلاح

آذربایجان شرقی - فلاح: مدیر منطقه ۸ عملیات انتقال گاز با تاکید بر پیاده سازی دیدگاه فرآیندی، از کسب رتبه برتر منطقه ۸ در ششمین دوره سنجش سلامت اداری شرکت ملی گاز ایران خبر داد. به گزارش خبرنگار ما در آذربایجان شرقی، فیروز خدایی با اعلام این خبر گفت: در راستای ترویج و توسعه اهداف و برنامه های نظام سلامت اداری و جاری سازی قانون ارتقای سلامت نظام اداری و مقابله با فساد، طی ارزیابی اقدامات یکساله این منطقه با ارتقاء ۱۰۴ درصدی امتیازات در بین مناطق عملیاتی "رتبه نخست" این دوره را به خود اختصاص داده و در تقویم افتخارات منطقه به ثبت برساند. خدایی، پیاده سازی دیدگاه فرآیندی را زیرساخت ارتقاء سلامت اداری دانست و افزود: اساس کار و وظیفه اصلی مجموعه سلامت اداری، نظارت



شهریار - غلامرضا جباری: سرپرست اداره اسناد و املاک شهرستان شهریار در گفتگویی اظهار داشت: اگر طرح کاداستر (نقشه هوایی در شهرستان سریعتر و بطور کامل در اختیار این واحد ثبتی (سازمان ثبت) قرار گیرد و بطور کامل عملیاتی شود بسیاری از مشکلات اسنادی



اخبار

با حکم مدیرعامل شرکت مدیریت منابع آب ایران صورت گرفت:

انتصاب اولین مدیر زن در هیأت مدیره شرکت آب منطقه ای مرکزی

اراک - خبرنگار فرصت امروز: در راستای تحقق سیاست های وزارت نیرو مبنی بر حضور هر چه بیشتر بانوان در سطوح تصمیم گیری بویژه هیات مدیره شرکتها، طی حکمی از سوی مهندس تقی زاده خامسی نماینده رئیس مجمع عمومی و مدیر عامل شرکت مدیریت منابع آب ایران، خانم فاطمه داودآبادی به مدت سه سال به عنوان عضو هیأت مدیره این شرکت منصوب شد.

به گزارش روابط عمومی شرکت آب منطقه ای مرکزی، از زمان تشکیل این شرکت اولین بار است که یک خانم به عضویت هیئت مدیره منصوب می شود. خانم فاطمه داودآبادی از سال ۱۳۷۶ فعالیت خود را به عنوان کارشناس مالی در شرکت آب منطقه ای مرکزی آغاز کرد و در قسمتهای مختلف این امور فعالیت نمود. وی پس از ۲۰ سال تجربه در امور مالی شرکت در سال ۱۳۹۵ به عنوان رئیس گروه منابع انسانی و آموزش، اولین تجربه مدیریتی خود را آغاز کرد و تاکنون نیز در این پست مشغول فعالیت می باشد. وی دارای مدرک تحصیلی لیسانس مدیریت بازرگانی از دانشگاه الزهرا تهران است.



تعمیر کامل یک تجهیز پایشی در نیروگاه شهید رجایی

قزوین - خبرنگار فرصت امروز: تجهیز پایش چشمی بازدید از مشعل بویلر واحد شماره ۴ بخاری نیروگاه شهید رجایی از سوی متخصصان این نیروگاه به طور کامل تعمیر شد. به گزارش روابط عمومی شرکت مدیریت تولید برق شهید رجایی، حسن آزاد مرد مدیر امور تعمیرات مکانیک، با اشاره به عملکرد تجهیز پایش چشمی بویلر گفت: در بدنه بویلرها علاوه بر وجود حسگرهای دمایی که در پایش وضعیت این سازه ها کاربرد دارد، تجهیزات پایشی دیگری هم در بویلرها نصب شده که از طریق آن ها می توان با مشاهده عینی، وضعیت مشعل ها را مشاهده کرد.



آزادمرد در ادامه به تعمیر این تجهیز اشاره کرد و بیان داشت: علت خرابی این تجهیز، مجاورت طولانی مدت آن، با حرارت و محصولات احتراق در بویلر بود که حرارت محیط، مانع از انجام فعالیت تعمیراتی می شد. از این روی تعمیرات اساسی واحد شماره ۴، فرصتی شد تا متخصصان این امور به سرپرستی اکبر غلامی، رئیس اداره تعمیرات مکانیک بویلر، اقدام به تعمیر کامل این تجهیز نمایند.

مدیر امور تعمیرات مکانیک افزود: حرارت مجاور، موجب تخریب «محفظه دیواری»، آسیب به چشمی و در نهایت، نشت محصولات احتراق به بیرون از بویلر شده بود که پس از باز کردن محل آسیب و متعلقات مجموعه چشمی، اقدامات اصلاحی انجام و این تجهیز به طور کامل، تعمیر شد.

پاسخگویی مدیر مخابرات منطقه گلستان به سوالات مردم

در کاروان خدمت

گرگان - خبرنگار فرصت امروز: مدیر مخابرات منطقه گلستان با حضور در کاروان خدمت، پاسخگوی سوالات مردم بود. مهندس غلامعلی شه‌مردادی در جمع مردم روستاهای کفشگیری، سرکلاته و نوچمن از توابع شهرستان گرگان به سوالات و مشکلات مخابراتی مردم پاسخ داد.

مدیر مخابرات منطقه گلستان که به همراه نمایندگان مردم گرگان در مجلس شورای اسلامی، فرماندار گرگان، بخشدار و تعدادی از مدیران اجرایی در این جمع حضور داشت، از اقدامات مخابرات در زمینه توسعه ارتباطات در شهرستان گرگان سخن گفت و افزود: خدمت رسانی در مناطق روستایی از اولویت ویژه ای برخوردار است و ارائه خدمات در روستاها با برنامه ریزی های مستمر در حال انجام می باشد.

مدیرعامل شرکت توزیع برق استان ایلام

قریب به ۱۰۰ درصد مناطق استان از نعمت برق برخوردارند

ایلام-هدی منصوری: هادی شیرخانی مدیر عامل شرکت توزیع نیروی برق استان ایلام گفت:خوشبختانه استان ایلام در زمینه تامین برق مشترکین در کشور پیشرو بوده و با برق رسانی به روستاهای بالای پنج خانوار ضریب نفوذ برق در ایلام ۹۹/۹۹ درصد می باشد.

مدیرعامل شرکت توزیع برق ایلام، اظهار داشت: در حال حاضر مهم‌ترین چالش‌های فراروی شرکت‌های توزیع، عدم امکان سرمایه گذاری در بخش تولید برق در کشور به خاطر شرایط تحریم است و متأسفانه روز به روز این چالش سبب سخت‌تر شدن انجام وظایف و حوزه شرکت‌های توزیع برق شده است. شیرخانی در ادامه از وضعیت نامناسب وصول مطالبات شرکت برق خبر داد و گفت: اگر به همین روند ادامه داده شود جریان برق مشترکین بدحساب قطع می شود. وی افزود: میزان بدهی انباشته شده مشترکان برق در استان ایلام بالغ بر ۸۰ میلیارد تومان است.

معاون درمان دانشگاه علوم پزشکی مازندران از مرکز آموزشی درمانی

بوعلی ساری بازدید کرد

ساری - دهقان: دکتر تورج اسدی معاون درمان دانشگاه علوم پزشکی مازندران با حضور در مرکز آموزشی درمانی بوعلی سینا ساری و بازدید از بخش های ویژه، اورژانس و بستری بیماران ضمن بررسی روند رسیدگی و درمان بیماران، کنترل سیستم اکسیژن رسانی و تهیه فضاهای درمانی و بررسی رعایت پروتکل های کنترل عفونت و فرآیندهای دارو درمانی، در گفتگو با مسئولان و پرستاران این بخش ها با قدردانی از زحمات و تلاش های این مجموعه، بر ارتقاء کیفیت خدمات و ارائه خدمات به موقع و ایمن پزشکی تاکید کرد.



سید محمد احمدی رسماً شهردار رشت شد / آیین معارفه شهردار جدید

رشت روز پنجشنبه برگزار می شود

رشت- مهناز نوبی: با حکم وزیر کشور، سید محمد احمدی رسماً به عنوان شهردار رشت انتخاب و حکم وی توسط دکتر جمالی نژاد معاون توسعه امور شهری و روستایی وزیر کشور اهدا شد. مراسم معارفه سید محمد احمدی به عنوان هفتاد و دومین شهردار رشت روز پنجشنبه ۸ آبان ماه با ظرفیت محدود و با رعایت پروتکل های بهداشتی برگزار گردید.

مدیرکل بیمه سلامت استان یوشهر:

۳۰ هزار مورد هم‌پوشانی بیمه‌ای در این استان برطرف شده‌است

یوشهر - خبرنگار فرصت امروز: تاکنون علاوه بر رفع حدود ۳۰هزار مورد همپوشانی بیمه ای، از ایجاد هم‌پوشانی جدید در استان یوشهر پیشگیری کرده ایم.

دکتر پرویز رضضانی مدیرکل بیمه سلامت استان یوشهر با اعلام این خبر گفت: در سه سال اخیر بنا به تکلیف قانونی و برای صیانت از منابع سازمان و تداوم خدمات مطلوب به بیمه شده‌ها، ۳۰ هزار مورد هم‌پوشانی بیمه‌ای در این استان برطرف شده‌است.

دکتر پرویز رضضانی افزود: با تمهیدات انجام شده از سال گذشته هیچ هم‌پوشانی بیمه‌ای جدیدی در این استان نداشته‌ایم.

رضضانی اضافه کرد: برای صیانت از منابع بیمه‌ای و در راستای عدالت در دسترسی به سلامت، امکان کنترل هم‌پوشانی بیمه‌ای در این سازمان فراهم و این برنامه با قوت دنبال می‌شود براین اساس افرادی که دارای چند دفترچه هستند، باید تنها یک دفترچه را حفظ و مابقی را حذف کنند. بر اساس ضوابط و تفاهنامه سازمانهای بیمه گر، دفترچه از سازمانی که بیمه شده حق بیمه پرداخت می کند حفظ می شود و سایر دفترچه های اضافه که بصورت رایگان و یا به تبع وابستگی دریافت شده است ابطال می شود.



رفتارهای سمی که زندگی را برای مان سخت و غیر قابل تحمل می کند



برخی از افراد افکار و رفتارهای سمی دارند که باعث می شود در زندگی خود از شادای واقعی محروم بمانند. رفتارهای سمی سبب عدم رضایت و خوشحالی انسان ها از زندگی می شود و تأثیرات مخربی روی سلامت جسم و روح آنها دارد. در ادامه با ما همراه باشید تا چند رفتار سمی را معرفی کنیم.

هر فردی در زندگی خود به دنبال شادای و رضایت است، وقتی از درون احساس خوشبختی و شادی نکنید، احتمال دارد به بیماری های جسمی و روحی مبتلا شوید.

اگر رفتارهای سمی را بشناسید، خواهید توانست آنها را کنار بگذارید تا از تأثیرات مخرب آنها در امان باشید. در ادامه هشت رفتار سمی را لیست کرده ایم، البته رفتارهای مخرب زیادی وجود دارد که به زندگی ما آسیب می رساند، اما در ادامه چند رفتار را به همراه راهکارهای مقابله با آنها ذکر می کنیم.

مدام در تلاشید اطرافیان را از خود راضی نگه دارید

خیلی خوب است که به دنبال محبت و شادی دیگران هستید، این مسئله نشان می دهد روابط اجتماعی متعادلی دارید و به مسائل مهم توجه می کنید، اما در این رفتار باید متعادل باشید، زیرا اگر دائماً بخواهید اطرافیان را از خود راضی نگه دارید، از خود غافل می شوید. این در حالی است که دیگر راضی نگه داشتن دیگران برای تان در درازمدت می شود و از خودتان ناراضی خواهید بود. در این شرایط توجهی به نیازهای خود ندارید، اگر بیش از حد برای رضایت آنها تلاش کنید و از خودتان ناراضی باشید، به روح تان آسیب می رسانید. بیشتر به دنبال شاد کردن دیگران هستید و تمام تلاش تان در این زمینه است، پس نمی دانید چه چیزی باعث خوشحالی خودتان می شود؟

نباید بگذارید برای راضی نگه داشتن دیگران و ترس از طرد شدن، مسیر زندگی تان تغییر کند زیرا با این کار تنها جسم و روح خود را آزار می دهید. این افراد معمولاً استرس بالایی دارند، خیلی سخت اعتماد می کنند، احساس بی لیاقتی و مفید نبودن دارند و در روابط اجتماعی و عاطفی مورد سوء استفاده قرار می گیرند.

توصیه می کنیم شادای خود را به دیگران ارجحیت دهید، اینکه همیشه به فکر دیگران باشید، خوشحال نخواهید بود، وقتی به این درک برسید به دنبال چیزهایی خواهید بود که واقعا شادتان می کند.

خودتان را با کسانی که نمی شناسید مقایسه می کنید

انسان ها به طور ذاتی به دنبال مقایسه کردن هستند، پس اگر خودتان را با کسی که می شناسید مقایسه کنید خیلی عجیب نیست، اما جای تعجب دارد خود را در کنار افرادی قرار دهید که تاکنون آنها را ندیده و هیچ شناختی هم ندارید. منطقی است ما به کسی حسودی کنیم و خود را با او مورد مقایسه قرار دهیم که هیچ شناخت و برخوردی با او نداشته ایم؟

بیشتر این مورد روی روابط موجود در فضای مجازی تأکید دارد. در شبکه های اجتماعی چون فیس بوک، اینستاگرام، تلگرام، اسنپ چت و سایت های اینترنتی از واقعیت درونی انسان ها دور هستیم و تنها نوشته هایی را می بینید که در جلوی چشم تان قرار دارد و از حقیقت پشت آن بی اطلاعید. پس خودتان را با کسانی که نمی شناسید مقایسه نکنید، زیرا این کار تنها احساس ناراضی تان از زندگی را به شما القا می کند.

شاید در فضای مجازی با تصاویری روبه رو شوید که کاملاً بی عیب و نقص هستند، اما گاهی حقیقت چیز دیگری است. هر فردی در زندگی خود با فراز و نشیب های زیادی همراه بوده و نباید با تماشای این تصاویر احساس یأس و ناامیدی داشته باشید، پس با مثبت اندیشی از زندگی خود لذت ببرید.

کارهای تان روی هم می ریزد و سر تان خیلی شلوغ است

بیشتر مردم عادی تصور می کنند افراد پر مشغله موفق بوده و درآمد بالایی دارند، در حالی که این طرز فکر کاملاً اشتباه است. وقتی همیشه سر تان شلوغ است شاید به این خاطر باشد که می خواهید خود را در نظر دیگران زنگ و پر کار جلوه دهید تا کسی به شما تنبیل و بی خیال نگوید، یا شاید هم نمی خواهید با حقیقت زندگی مواجه شوید. شاید در ابتدا احساس رضایت کنید، اما طی زمان این مشغولیت سبب می شود رضایت و خوشحالی زندگی تان را از دست بدهید و به فردی پراسترس و از نظر روحی و جسمی بیمار تبدیل شوید. توصیه می کنیم روی کارهایی تمرکز کنید که از انجام آنها لذت می برید و برای تان ثمر دارد. برای کارهای تان برنامه ریزی کنید، از زمان خود استفاده بهینه ببرید و هر زمانی که نیاز است استراحت کنید و دست از مشغله های روزمره بردارید.

وقتی نیاز است حرفی بزنید و نظر تان را بگویید، سکوت می کنید

یکی از رفتارهای سمی که به جسم و روح شما آسیب می رساند، سرکوب کردن احساسات و نظرات است. ابراز نکردن احساسات سبب می شود شادای و رضایت از زندگی را از دست بدهیم و در روابط کاری و خانوادگی خود به موفقیت نرسیم، حتی این خودخوری ممکن است سبب بیماری های جسمی و روحی نیز شود. البته این بدین معنا نیست که سریعاً در مقابل هر انتقاد و ناراحتی، عکس العمل سریع و تند نشان دهید، بلکه لازم است هر زمان که نیاز بود حرف بزنید و نظرات تان را به گوش اطرافیان برسانید. پس وقتی از چیزی رضایت ندارید، ساکت نشینید و با خون سردی و آرامش از خود دفاع کنید. هر زمانی که کسی به شما بی احترامی می کند، با اعتماد به نفس در مقابل او بایستید. باید یاد بگیرید در زندگی تان به دنبال شادای، توجه، احساس امنیت و رضایت باشید.

تعریف درستی از عشق ندارید

خیلی از افراد تصور می کنند عشق پایدار یعنی رنج، عذاب و دوری! اما حقیقت این است که عشق به معنای تحمل درد نیست و نباید روی سختی و هجران پایه گذاری شود. اگر این طرز فکر را داشته باشیم و عشق و رنج را یکی بدانیم، هر سختی و دردی را وارد زندگی مان می کنیم تا عشق واقعی را زیر آن پنهان کنیم. در بیشتر مواقع احساسات بی ارزشی را تحت عنوان عشق وارد زندگی می کنیم، در حالی که عشق وقتی بروز می کند که در کنار هم باشید، از هم حمایت کنید و از تمام سختی های زندگی بگذرید. پس تعریف غلط از عشق یکی از رفتارهای سمی است که بیشتر افراد به آن دچار هستند. از این پس عشق را معادل تحمل رنج و صبوری کردن ندانید و هیچ وقت ضعف و سختی را با عشق اشتباه نگیرید. در این صورت است که مطمئن می شوید با خودتان و عشق تان صادق هستید.

توجهی به ندای درونی تان ندارید

هر فردی باید به ندای درونی خود گوش دهد، زیرا گوش دادن به حس درونی سبب می شود تا از صداهای آزاردهنده و بی فایده بیرونی دور باشیم و تمام چیزهایی که مانع خوشحالی مان هستند را بشناسیم و با آنها مقابله کنیم. روبه رو شدن با ندای درونی که اغلب می خواهیم آن را نادیده بگیریم، کار آسانی نیست، اما فواید خوبی برای تان دارد.

اولاً تمام حرف هایی که با خودتان می زنید محرمانه است و نگران فاش شدن آن نخواهید بود. دوم اینکه با ترس های درونی خود دست و پنجه نرم می کنید و سوم اینکه مجبور می شوید در مسیر موفقیت و خوشبختی گام بردارید و از تلاش های بی ثمر دست بکشید. پس توصیه می کنیم ندای درونی یا همان حس ششم خود را جدی بگیرید، زیرا می تواند شما را به سعادت و شادای برساند.

دقیقاً نمی دانید در زندگی به دنبال چه چیزی هستید

باید در زندگی بدانید دقیقاً به دنبال چه چیزی هستید و از زندگی چه می خواهید. وقتی با خودتان صادق باشید و به خود فرصت دهید، حتماً در مسیر درستی قرار می گیرید و از گم شدن در راه های نادرست نجات می یابید. باید خود را تان را پیدا کنید و هیچ وقت فکر نکنید اگر در مسیری که در فکرتان در پیش گرفته قرار بگیرید، شما هم به همان مرتبه می رسید. با قرار گرفتن در مسیر خودتان به خواسته ها و رویاهای خود اهمیت داده و در زندگی خود واقعی تان خواهید بود.

برای این منظور توصیه می کنیم کاغذی برداشته و نام خود را با خط درشت بالای آن بنویسید و دورش را خط بکشید تا خوب جلوه کنید، در زیر آن نیز تمام چیزهایی که از زندگی می خواهید را بنویسید. باید دقیقاً آرزو ها و خواسته های خود را بنویسید نه چیزی که دیگران از شما انتظار دارند، در غیر این صورت اهداف تان را در کنار خواسته های دیگران قرار می دهید. یادداشت خواسته های خود را هر جایی همراه داشته باشید و همواره به آن نگاه کنید، اهداف تان را مدنظر داشته باشید و اطمینان حاصل کنید که در مسیر درست قرار دارید.

در مقابل ترس سر خم می کنید

ترس های درونی سبب می شود از زندگی تان هیچ لذتی نبرید، وقتی اجازه می دهید ترس از موفقیت، ترس از شاد بودن، ترس از شکست و ... بر زندگی شما سایه بیندازد در زندانی محبوس شده و زندگی بدون شور و لذتی خواهید داشت. از همین حالا از این رفتار سمی دوری کنید و تصمیم بگیرید جلوی ترس بایستید و نگذارید زندگی را برای تان زهر کند. وقتی بتوانید ترس های درونی خود را کنترل کنید، این موهبت الهی راهنمایی برای دستیابی به آرزوهای دست نیافتنی و ناشناخته خواهد بود.

فروش بیشتر در کسب و کارهای B۲B با بهبود تجربه مشتریان

به قلم: نسیم اوپویرین کارشناس بازاریابی و فروش
ترجمه: علی آل علی

شاید بسیاری از بازاریاب‌ها و کارشناس‌های فروش تعیین سطح قیمت پایین را مزیت مناسبی برای فروش بیشتر قلمداد نمایند. این امر در نگاه نخست باید موجب افزایش فروش برندها در عرصه‌های مختلف و به ویژه حوزه B۲B شود. اگرچه بحث قیمت دارای اهمیت بالایی است، اما به تنهایی تاثیرگذاری کافی بر روی مشتریان را ندارد. امروزه اغلب برندها نیازمند توجه به تجربه مشتریان‌شان در فرآیند فروش نیز هستند. این امر در مورد کسب و کارهای B۲B اهمیت بیشتری دارد. در ادامه برخی از نکات اساسی در زمینه بهبود تجربه مشتریان برای فروش بیشتر چنین برندهایی را مورد بررسی قرار خواهیم داد.

۱. ارزیابی وضعیت کنونی کسب و کار

آگاهی از وضعیت کسب و کار در دنیای B۲B دارای نقش مهمی در راستای فروش بیشتر است. بسیاری از برندها در این عرصه به عملکردشان اطمینان بالایی دارند. همین امر موجب پرهیز از ارزیابی دوباره وضعیت از سوی چنین برندهایی می‌شود. اگر کسب و کار شما در زمینه گردآوری دقیق اطلاعات مربوط به فعالیتش توجه لازم را به خرج ندهد، به احتمال فراوان با مشکلات متعددی مواجه خواهد شد. برخی از مهمترین نکات در زمینه ارزیابی وضعیت کسب و کار به شرح ذیل است:

• ارزیابی سابقه فروش برند: این امر با هدف آگاهی از میزان تاثیر استراتژی‌های قبلی بر روی فروش کسب و کار صورت می‌گیرد. اگر میزان فروش برند با استفاده از برخی از استراتژی‌ها کاهش پیدا کرده است، باید در آینده از کاربرد آنها پرهیز کرد.

• نظرخواهی از مشتریان: امروزه بسیاری از برندها برای ارزیابی وضعیت برندشان به سراغ مشتریان می‌روند. شاید این امر در نگاه نخست عجیب به نظر برسد، اما تاثیرگذاری قابل ملاحظه‌ای بر روی وضعیت برندها دارد. دلیل این امر اظهارنظر صادقانه و دقیق مشتریان در مورد وضعیت برندهاست.

• بررسی آمارهای حوزه کاری: بسیاری از موسسه‌های پژوهشی در بازه‌های زمانی مختلف اقدام به ارائه گزارش‌های دقیق از وضعیت حوزه‌های مختلف کاری می‌کنند. استفاده از اطلاعات مندرج در چنین گزارش‌هایی تاثیر قابل ملاحظه‌ای بر روی بهبود وضعیت کسب و کار خواهد داشت.

• گفت‌وگو با مسئولین بخش فروش: گفت‌وگو صمیمانه با مسئولین بخش فروش امکان ارزیابی وضعیت برند و برنامه‌ریزی برای بهبود مشکلات را به همراه دارد. بسیاری از برندها در بازه‌های با فاصله طولانی اقدام به گفت‌وگو و ارتباط نزدیک با بخش فروش می‌کنند. این امر مشکلات بسیار زیادی برای چنین کسب و کارهایی به ارمغان خواهد آورد.

شاید در نگاه نخست ارزیابی بخش‌های فوق بسیار سختگیرانه و نوعی وسواس فکری باشد، اما تاثیر بسیار مثبتی بر روی وضعیت برندهای B۲B دارد. اگر در طول ارزیابی نکات فوق به اطلاعات تازه‌ای دست پیدا کردید، باید از آن در راستای بازاریابی و تاثیرگذاری بهینه بر روی مخاطب هدف استفاده نمایید. در غیر این صورت تمام بخش‌های فعالیت‌تان بی‌نتیجه باقی خواهد ماند.

۲. استفاده از استراتژی یکپارچه

بسیاری از برندها در زمینه فروش دارای استراتژی‌های مختلفی هستند. چنین امری موجب بروز مشکلاتی در زمینه فعالیت این برندها می‌شود. تکرر در استراتژی‌ها و شیوه‌های مدیریتی کسب و کار همیشه نتیجه نهایی در زمینه فروش را دستخوش تغییر منفی می‌کند بنابراین هدف اصلی کسب و کارهای B۲B در حوزه فروش باید طراحی استراتژی‌های یکپارچه باشد. این امر امکان عملکرد بهتر در زمینه فروش را فراهم خواهد ساخت. امروزه برخی از برندها به دلیل عملکرد نامناسب در این زمینه امکان جلب نظر مخاطب هدف‌شان را ندارند. همپوشانی برنامه‌های فروش اغلب موجب اتلاف بودجه سازمانی می‌شود. این امر در پایان دوره‌های تعیین بودجه باعث کمبود مالی و به تبع آن فشارهای گسترده بر روی تیم مدیریت خواهد شد. هرچه توانایی کسب و کارهای B۲B در زمینه طراحی برنامه‌های فروش یکپارچه بیشتر باشد، صرفه‌جویی بیشتری در هزینه‌های مالی برند خواهد شد.

۳. شخصی سازی تجربه مشتریان

تجربه مشتریان از تعامل و خرید همیشه تاثیر قابل توجهی بر روی فروش کسب و کارها در آینده دارد. شاید یک برند در زمینه جلب نظر مخاطب هدف عملکرد مناسبی داشته باشد، اما به دلیل عدم شخصی سازی تجربه خرید فقط یک بار امکان فروش به فرد موردنظر را پیدا نماید. این امر در حوزه B۲B شامل فروش یک بار برای همیشه به شرکت‌های مختلف خواهد بود. امروزه سود اصلی اغلب کسب و کارها از مشتریان وفادارشان به دست می‌آید. بنابراین کسب و کارها باید سرمایه‌گذاری بیشتری بر روی جلب نظر مشتریان و تبدیل کردن‌شان به خریدارهای دائمی نمایند. در غیر این صورت در بلندمدت با مشکلات متعددی از فروش مواجه خواهند شد. شخصی سازی تجربه مشتریان به طور گسترده‌ای در ارتباط با تولید محتوای بازاریابی است. هرچه توانایی کسب و کارها برای ارزیابی سلیقه گروه‌های مختلف مشتریان بیشتر باشد، امکان شخصی سازی محتوای بازاریابی نیز مساعدتر می‌شود. یکی از اشتباهات اصلی برندها در این زمینه مربوط به تلقی یکدست از سلیقه تمام مشتریان است. امروزه شرکت‌های طرف قرارداد در حوزه B۲B دارای نیازها و سلیقه‌های متفاوتی هستند بنابراین باید به این نکته مهم به هنگام بازاریابی و شخصی سازی تجربه مشتریان توجه ویژه داشته باشیم.

۴. استفاده از شیوه‌های بازاریابی نوین

عرصه بازاریابی به طور مداوم در حال تغییر و تحول است. این امر برخی از برندها را به دلیل ناتوانی برای انطباق با شیوه‌های نوین بازاریابی از عرصه رقابت محو می‌کند. الگوهای نوین بازاریابی برای برندهای فعال در عرصه B۲B شامل همکاری با اینفلوئنسرها و همچنین بازاریابی محتوایی است. بسیاری از برندهای فعال در عرصه B۲B به طور سنتی توجهی به شیوه‌های رایج بازاریابی ندارند. این امر در عصر کنونی موجب ریزش شدید مشتریان چنین برندهایی خواهد شد بنابراین کسب و کارها باید به طور مداوم در تلاش برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف با استفاده از شیوه‌های نوین بازاریابی باشند. الگوبرداری از دیگر برندها برای بازاریابی در فضای آنلاین ایده جذابی محسوب می‌شود. بسیاری از برندهای بزرگ ایده‌های جذابی برای بازاریابی دارند. کسب و کارهای فعال در عرصه B۲B امکان الگوبرداری از کمپین‌های بازاریابی برندهای موفق و شخصی سازی آنها براساس نیازهای برندشان را دارند.

۵. ضرورت در دسترس بودن

در دسترس بودن برندها نقش مهمی در انتخاب نهایی مشتریان برای خرید دارد. بدون تردید هیچ فردی علاقه‌مند به خرید از برندهای بدون توجه به مشتریانش نیست. ایجاد تیم پشتیبانی مشتریان و همچنین توجه به خدمات پس از فروش نقش مهمی در ارزیابی مشتریان از کیفیت خدمات برندها دارد. در این مسیر اگر بازخوردهای مشتریان به طور مداوم مورد ارزیابی قرار گیرد، شانس بالاتری برای فروش ایجاد می‌شود.

بسیاری از برندها پس از فروش محصولات‌شان دیگر به مشتریان توجه نمی‌کنند. این امر موجب از دست دادن برخی از مشتریان وفادار می‌گردد. توصیه نهایی مقاله کنونی تلاش برای تداوم ارتباط نزدیک با مشتریان حتی پس از فرآیند فروش است. این امر در بلندمدت دامنه وسیعی از مشتریان وفادار برای برندها ایجاد می‌کند. منبع: marketingpros.com



با انجام این ۶ کار تنبلی خود را از بین ببرید

کنید. اهداف خود، ایده‌های‌تان را یادداشت کنید و یا حتی می‌توانید ویدئویی نگاه کنید و از آن نوت بردارید. نوشتن راه بسیار خوبی برای از بین بردن استرس و تمرکز کردن بر چیزی بزرگ‌تر و یا هیجان‌انگیزتر است و تنبلی شما را در ۲۰ دقیقه از بین خواهد برد.

۳. بیرون بروید و کاری انجام دهید
«مردم تنبل نیستند، آنها فقط اهداف ناموفق دارند. یعنی اهدافی دارند که برای آنها الهام‌بخش نیست.»- تونی رابینز

۴. فضای اطراف‌تان را مرتب کنید
یکی از بهترین کارهایی که می‌توانید در زمان تنبلی انجام دهید مرتب کردن فضای اطراف‌تان است. هیچ چیز بهتر از محیطی تازه و تمیز حال و هوای‌تان را عوض نمی‌کند و هیچ چیز مانند تصویر ذهنی قبل و بعد کاری که انجام دادید باعث نمی‌شود که ضمیر ناخودآگاه‌تان احساس زنده بودن کند. محیط اطراف‌تان را با انگیزه و الهام‌بخش کنید.

۵. برای شخصی دیگر کاری انجام دهید
یکی از بهترین کارها در این شرایط داوطلب شدن و کمک کردن به شخص دیگری است. متمرکز شدن بر چالش شخصی دیگر و کمک به دیگران همیشه شما را از بی‌حوصلگی درخواهد آورد. این امر می‌تواند کمک به یک دوست برای جا به جایی منزل، داوطلب شدن در خیریه محلی و یا حمل خریدهای کسی باشد. هر کاری که از دست‌تان برمی‌آید انجام دهید و ببینید که چگونه حال‌تان تغییر می‌دهد.

۶. ماجراجویی و یا خرید بعدی خود را برنامه‌ریزی کنید
در نهایت کاغذ و قلم خود را در دست بگیرید و یا آنلاین شوید و سفر آینده و یا خرید بزرگ بعدی‌تان را برنامه‌ریزی کنید. در این صورت شما چیزی هست که منتظر آن باشید و برای آن هیجان‌زده خواهید بود و این کار به شما انگیزه می‌دهد.

تنبلی چیزی است که همه ما هر از گاهی آن را تجربه می‌کنیم. بعضی‌ها این حس را بیشتر از دیگران دارند، اما در نهایت همه ما از این امر می‌نالیم. داشتن زمانی برای استراحت چیز بدی نیست اما هنگامی که می‌دانید می‌توانید کاری پربازده انجام دهید تا شما را به هدف‌تان نزدیک‌تر کند، اما از انجام آن غفلت می‌کنید در این زمان است که تنبلی مانع رسیدن به موفقیت‌تان می‌شود.

۱. ورزش کنید
اگر اخیراً احساس تنبلی می‌کنید و نمی‌خواهید بلند شوید تا کاری که باید را انجام دهید در ادامه برخی از نکاتی که به شما کمک خواهند کرد انگیزه بگیرید و دوباره پرتاثری شوید را به شما معرفی می‌کنیم.

هرگاه که احساس تنبلی می‌کنید یا حس می‌کنید که سطح انرژی شما در حال کاهش است، بدن خود را به حرکت درآورید! حرکات باعث ایجاد احساسات می‌شوند و بهتر است قبل از اینکه تنبلی ما را شکست دهد فعال شویم بنابراین بدن خود را به حرکت درآورید. قبل از ساعت ۵ صبح از خواب بیدار شوید و پیاده‌روی کنید، به باشگاه بروید و یا شنا کنید. کاری انجام دهید که گردش خون شما را افزایش دهد و بدن‌تان را به حرکت بیندازد.

۲. شروع به نوشتن کنید

روش مؤثر دیگر در هنگام مواجهه با تنبلی این است که آهنگ مورد علاقه خود را بگذارید و شروع به نوشتن



کمک کردن به شخص دیگری است. متمرکز شدن بر چالش شخصی دیگر و کمک به دیگران همیشه شما را از بی‌حوصلگی درخواهد آورد. این امر می‌تواند کمک به یک دوست برای جا به جایی منزل، داوطلب شدن در خیریه محلی و یا حمل خریدهای کسی باشد. هر کاری که از دست‌تان برمی‌آید انجام دهید و ببینید که چگونه حال‌تان تغییر می‌دهد.

۶. ماجراجویی و یا خرید بعدی خود را برنامه‌ریزی کنید
در نهایت کاغذ و قلم خود را در دست بگیرید و یا آنلاین شوید و سفر آینده و یا خرید بزرگ بعدی‌تان را برنامه‌ریزی کنید. در این صورت شما چیزی هست که منتظر آن باشید و برای آن هیجان‌زده خواهید بود و این کار به شما انگیزه می‌دهد.

تنبلی مانع پیشرفت شما در زندگی می‌شود و روایتان را در یک لحظه از بین می‌برد. فرصت رسیدن به بزرگ‌ترین رویا و اهداف‌تان را از دست ندهید.
یکی از این راهنمایی را انتخاب کنید و بلافاصله پس از احساس تنبلی و ناتوانی در زندگی خود آنها را به کار ببرید در این صورت زندگی شما به سرعت تغییر خواهد کرد و مسیر خود را خواهید یافت.
منبع: Addicted2success/ucan