

فرصت امروز
برای کسب و کار آفرینیتعیین قیمت خودروهای
کم‌تیراژ توسط خودروسازان

مدیرکل صنایع حمل و نقل وزارت صمت اظهار داشت وزارت صمت به دنبال آزادسازی قیمت خودرو نیست، بلکه یک بسته جهش تولید داریم که در...

۷

دیوان محاسبات از تحقق ۳۵ درصدی قانون برنامه ششم توسعه گزارش داد

ناکامی
برنامه‌ریزی توسعه

فرصت امروز: نزدیک به سه ربع قرن از برنامه‌ریزی توسعه در ایران می‌گذرد. پس از طراحی و اجرای ۵ برنامه عمرانی در قبل از انقلاب، ۶ برنامه توسعه پس از انقلاب، ۱۳۵۷، تدوین چشم‌انداز ۲۰ ساله در سال ۱۳۸۴، طرح تحول اقتصادی در سال ۱۳۸۷ و ابلاغ سیاست‌های کلی اقتصاد مقاومتی در سال ۱۳۹۲، اکنون در آستانه پایان برنامه ششم توسعه، گزارش دیوان محاسبات نشان می‌دهد که این برنامه تنها تحقق ۳۵ درصدی داشته است. حقیقت...

۳

فراهاد مشیری چگونه مالک باشگاه فوتبال اور تون شد؟

یک ایرانی در تیم تافیها

۲

مدیریت و کسب و کار



بزوس عنوان ثروتمندترین فرد جهان را از ماسک پس گرفت

- ویژگی‌های مدیران دیجیتال موفق
- چالش ارزیابی وضعیت توجه مشتریان به تبلیغات
- طراحی کمپین بازاریابی در عصر تیک تاک
- شبکه‌های اجتماعی، پیش‌نیاز روابط عمومی موفق
- توصیه‌های فیس‌بوک برای بازاریابی
- نکاتی برای مدیریت بهتر کسب و کار

۱۶ تا ۸



دلار به ۲۶ هزار تومان و سکه به ۱۱ میلیون تومان رسید
نوسان دلار در انتهای بهمن

۴

سرمقاله

سند جامع رمز پول

علی نظاقتیان

دبیر کمیسیون حقوقی کانون بانکها

«سند جامع رمز پول» جدیدترین خبر وبسایت بانک مرکزی است. در این خبر به نقل از عبدالناصر همتی، رئیس کل بانک مرکزی آمده است: «بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران با بررسی روند جدید جهانی و متمرکز شدن بر الگوهای مختلف در پی انتخاب بهترین راهبرد ممکن در این حوزه است و ویرایش اولیه سند جامع رمز پول را تهیه کرده است.» یادآوری این نکته ضروری است که همتی در تیرماه امسال نیز گفت: «از نظر بانک مرکزی تشکیل و فعالیت اشخاص برای ایجاد و اداره شبکه پولی و پرداخت مبتنی بر فناوری زنجیره بلوک غیرمجاز است و انتشار رمز ارز با پشتوانه ریال، طلا، فلزات گرانبها و انواع ارز در انحصار بانک مرکزی است.» همچنین معاونت فناوری بانک مرکزی در بهمن‌ماه ۱۳۹۰ سندی به نام «الزامات و ضوابط حوزه رمز ارزها» منتشر کرد که به طور خلاصه به برخی از این الزامات اشاره می‌شود:

* صدور و انتشار ارز جهان‌روا در اختیار توسعه‌دهندگان آن است و بانک مرکزی در این زمینه امکان پذیرش نقشی و مسئولیتی ندارد. استفاده از رمز ارزهای جهان‌روا به عنوان ابزار پرداخت در داخل کشور ممنوع است.

ادامه در همین صفحه

با حضور ویدئوکنفرانسی رئیس‌جمهور

عملیات اجرایی پتروشیمی پاسارگاد آغاز شد

بالاتر توسط آن خواهیم بود.» در این مجتمع پتروشیمی محصولاتی نظیر متانول با ظرفیت تولید سالانه یک میلیون و ۶۵۰ هزار تن، الفین با ظرفیت تولید ۶۲۲ هزار تن در هر سال، پلی پروپیلن با ظرفیتی بالغ بر ۲۵۰ هزار تن، پلی اتیلن سنگین با ۳۱۰ هزار تن تولید سالانه و برای اولین بار در کشور با ظرفیت تولید ۵۰ هزار تنی اتیلن پروپیلن دی آن مونومر در هر سال تولید خواهد شد. خوراک این مجتمع، بالغ بر ۲،۴ میلیون مترمکعب گاز طبیعی در شبانه‌روز خواهد بود که قرار است از طریق خط لوله سراسری هفتم به این مجتمع انتقال یابد. گفتنی است طرح عظیم مجتمع پتروشیمی پاسارگاد در زمینه به مساحت ۱۶۰هکتار واقع در منطقه ویژه اقتصادی صنایع انرژی‌بر پارسیان، در استان هرمزگان و در ۳۰ کیلومتری شرق منطقه ویژه اقتصادی انرژی پارس قرار گرفته است.

متانول در این روز خبر داد و گفت: «در ساخت تجهیزات و ماشین‌آلات موردنیاز این طرح از حداکثر توان تولید داخل استفاده خواهد شد.» دکتر قاسمی در بخشی دیگر از سخنان خود به سرمایه‌گذاری‌های بانک پاسارگاد در حوزه‌های معدنی و صنایع معادن اشاره کرد و افزود: «بانک پاسارگاد در این حوزه در حدود ۶،۵ میلیارد دلار سرمایه‌گذاری کرده است. نتیجه کار چهار واحد کنسانتره به ظرفیت ۸ میلیون تن، سه واحد گندله ۲،۵ میلیون تنی و سه واحد فولادی خواهد بود.» وی با بیان اینکه «گام بعدی بانک پاسارگاد در حوزه صنایع فولادی و معدنی، رسیدن به تولید ۱۰ میلیون تن فولاد است»، ادامه داد: «بانک پاسارگاد در توسعه و سرمایه‌گذاری اهتمام جدی و پیشرویی داشته است. این بانک جوان در تاریخ ۱۵ ساله عمر خود، مراحل بلوغ را به خوبی طی کرده و به زودی شاهد اقدامات بسیار مؤثرتر و در سطح

به توسعه سرمایه‌گذاری طرح‌های مهم صنعتی و معدنی در کشور در راستای سیاست‌های اقتصاد مقاومتی و فرمایشات مقام معظم رهبری است.» او با اشاره به اینکه «اجرای چندین طرح پتروشیمی توسط بخش خصوصی در این منطقه پیش‌بینی شده است»، ادامه داد: «با این حال، مجتمع پتروشیمی پاسارگاد اولین طرح بزرگ در این منطقه است که نیاز به حمایت دولت، صندوق توسعه ملی و دستگاه‌های ملی و استانی دارد.» طبق توضیحات مدیرعامل بانک پاسارگاد، طرح پتروشیمی پاسارگاد وابسته به شرکت گسترش انرژی پاسارگاد پس از انجام مطالعات امکان‌سنجی مفصل و کسب مجوزهای لازم به منظور تولید انواع پلیمرها از خوراک گاز طبیعی با سرمایه‌گذاری در حدود ۱،۵ میلیارد یورو در سه فاز به اجرا خواهد رسید. این مقام مسئول همچنین از اجرای فاز اول این پتروشیمی شامل تبدیل گاز طبیعی به

عملیات اجرایی پتروشیمی پاسارگاد در منطقه ویژه اقتصادی صنایع انرژی‌بر پارسیان، روز پنجشنبه ۳۰ بهمن‌ماه آغاز شد. به گزارش «فرصت امروز»، دکتر مجید قاسمی، مدیرعامل بانک پاسارگاد در این مراسم با اشاره به نگاه ویژه این بانک به محل احداث این مجتمع در منطقه محروم استان هرمزگان گفت: «ایجاد اشتغال در مناطق محروم یکی از اصلی‌ترین اولویت‌های بانک پاسارگاد محسوب می‌شود که در این راستا احداث مجتمع پتروشیمی پاسارگاد در دستور کار قرار گرفته است.» به گفته دکتر قاسمی، «این طرح که در راستای جلوگیری از صدور مواد خام هیدروکربوری، ایجاد اشتغال در مناطق محروم ساحلی و ایجاد درآمد صادراتی چند صد میلیون دلاری در سال، درست بعد از چهار ماه از آغاز عملیات اجرایی طرح مشابه در منطقه آزاد چابهار و در سواحل محروم مکران آغاز می‌شود؛ حاکی از توجه بانک پاسارگاد

سند جامع رمز پول

خواهد داشت. از نظر قانونی نیز ارزش سکه معمولی یا اسکناس ذاتی نیست بلکه ارزش اسکناس کاغذی ناشی از پشتوانه قانونی آن است. چهارم از نظر مسیر تاریخی بنا به نقل قول‌های تاریخی، اولین سکه طلای ایران در زمان داریوش هخامنشی ضرب شده است. نخستین بانکی که به چاپ اسکناس برای ایران پرداخت، بانک جدید شرق بود که مرکزش در لندن قرار داشت و اسکناس‌های چاپ‌شده توسط این بانک در بانک بازرگانی ایران انتشار می‌یافت. اسکناس‌های منتشرشده توسط این بانک از پنج قران به بالا بود. در سال ۱۲۶۷ هجری قمری، امتیاز چاپ اسکناس از بانک جدید شرق به بانک شاهی واگذار شد. بانک شاهنشاهی ایران که در واقع بانکی تمام‌انگلیسی بود، طبق قرارداد روترتز، حق انحصاری نشر اسکناس ایران را در اختیار داشت. سپس در سال ۱۳۰۹ دولت وقت ایران حق انحصاری نشر اسکناس را به مبلغ ۲۰۰ هزار لیره انگلیس خریداری کرد و مسئولیت چاپ اسکناس به بانک ملی ایران واگذار شد، تا اینکه با تأسیس بانک مرکزی، حق نشر اسکناس به بانک مرکزی ایران داده شد و تاکنون ادامه دارد. پس برابر قانون در حال حاضر، چاپ و نشر پول یا اسکناس و سکه رسمی کشور منحصراً در اختیار بانک مرکزی است. پنجم، براساس مقررات قانون پولی و بانکی کشور مصوب تیرماه ۱۳۵۱، در حال حاضر مقررات زیر بر چاپ و نشر پول رسمی حاکم است: «واحد پول ایران، ریال است. ریال برابر ۱۰۰ دینار است.» «یک ریال برابر یکصد و هشت هزار و پنجاه و پنج میلیونیم گرم طلای خالص است.» «تغییر برابری ریال نسبت به طلا به پیشنهاد بانک مرکزی ایران و موافقت وزیر دارایی و تأیید هیأت وزیران و تصویب کمیسیون‌های دارایی مجلسین میسر خواهد بود.» «برابری پول‌های خارجی نسبت به ریال در نرخ خرید و فروش ارز از طرف بانک مرکزی ایران با رعایت تعهدات کشور در مقابل صندوق بین‌المللی پول، محاسبه و تعیین می‌شود.» و «پول رایج کشور به صورت اسکناس و سکه‌های فلزی قابل انتشار است.»

نتیجه آنکه در حال حاضر، واحد پول رسمی و قانونی کشورمان ریال است. ریال نرخ قانونی مشخص در برابر طلا دارد و برابری ریال در برابر ارزهای معتبر خارجی باید توسط بانک مرکزی با رعایت تعهدات کشور در مقابل صندوق بین‌المللی پول تعیین شود. بدین ترتیب، این پریش مطرح است که منظور از واژه «رمز پول» که در اطلاعیه اخیر بانک مرکزی بدان اشاره شده چیست؟ آیا قرار است بانک مرکزی پول جدیدی خلق کند و استخراج آن را در انحصار خود دربیانورد و آنگونه که در اطلاعیه بانک مرکزی آمده، انتشار آن تنها با پشتوانه ریال، طلا، فلزات گرانبها صورت می‌گیرد؟ به بیان دیگر، براساس تعریفی که در سند «الزامات و ضوابط حوزه رمز ارزها» آمده است، رمز ارز بانک مرکزی (CBCC) شکل الکترونیک همان پولی است که توسط بانک مرکزی خلق و صادر می‌شود و قابلیت آن را دارد که منطبق بر اصول رمزنگاری، در یک بستر توزیع شده و به صورت فرد به فرد بدون دخالت هیچ نهاد واسط پرداخت تبادل شود؛ آیا این نوع رمز ارز به پشتوانه پول ملی کشور (ریال) صادر می‌شود یا آنکه «رمز پول» موردنظر رئیس کل محترم بانک مرکزی همان رمز ارز است که ذاتاً دارای ارزش اقتصادی است و نیاز به پشتوانه قانونی ندارد؟

در این زمینه باید به انتظار توضیحات تکمیلی بانک مرکزی ماند تا بتوان در مورد رمز پول اظهارنظر کرد، اما به هر تقدیر، رمز ارز یک واقعیت عینی جامعه و ارزی پرطرفدار است که در اکثر کشورهای جهان رواج دارد. اگر مقصود از «رمز پول» انتشار نوعی پول جدید در کشور توسط بانک مرکزی باشد، براساس قانون پولی و بانکی کشور، خلق پول جدید و رواج مبادله آن در کشور نیازمند مصوبه مجلس خواهد بود، اما ارز به مفهوم سنتی آن با پول متفاوت و ذاتاً دارای ارزش تجاری است و با ریال قابل مبادله و معامله است. حوزه رمز ارزها اعم از فرآیند استخراج، استحصال، تحقق مالکیت، نقل و انتقال قانونی یا غیرقانونی آن و نقش بانکها و موسسات اعتباری و صرافی‌ها در این زمینه بسیار گسترده و مفصل است. غفلت از مقررات‌گذاری در این زمینه ممکن است آسیب‌های جدی به اقتصاد ایران وارد نماید و رمز ارز تبدیل به ابزاری مناسب برای پولشویی و ارتکاب جرائم مالی در حوزه سایبری شود. بر این اساس، برنامه بانک مرکزی در حوزه سند جامع «رمز پول» را باید به فکال نیک گرفت.

«رمز ارز یک نوع دارایی مالی است که بر بستری دیجیتال، غیرمترکز و شفاف به نام زنجیره بلوک موجودیت می‌یابد. این دارایی‌ها می‌توانند در شرایطی کار کرد پولی به خود بگیرند.» با توجه به این تعریف از دیدگاه بانک مرکزی ایران، رمز ارزها در این طبقه‌بندی‌ها تعریف شده‌اند: رمز ارز جهان‌روا و رمز ارز بانک مرکزی (ملی CBCC) که خالق آن، بانک مرکزی هر کشور است. پس رمز ارز پول رسمی کشور نیست، بلکه نوعی دارایی مادی غیرمحموس است که دارای ارزش اقتصادی است. دوم، به طور ساده ارز پول رایج یک کشور در کشور دیگر است. از نظر عملیاتی، خالق ارزهای معمولی مشخص و دولت کشوری است که آن را چاپ و انتشار داده است و در سایر کشورها براساس مقررات ارز قابل خرید و فروش، مبادله و نقل و انتقال است. خالق پول ملی هر کشور، دولت حاکم آن کشور است، اما خالق ارز جهان‌روا معمولاً نامشخص ولی دارای مالکیت است. پس ارز جهان‌روا در محدوده حاکمیت سیاسی یا جغرافیایی کشور خاصی قرار ندارد و متعلق به کسی است که آن را استخراج کرده و با به طریقی به وی انتقال یافته است بنابراین رمز ارز به علت داشتن مالکیت و قابلیت نقل و انتقال ولو به صورت الکترونیکی، از دیدگاه حقوقی «مال» محسوب می‌شود و مانند سایر ارزهای پر کاربرد قابلیت فروش و نقل و انتقال را دارد، اما تفاوت اصلی ارزهای معمولی با رمز ارزهای معتبر جهانی آن است که ارزهای معمولی، پول رسمی کشوری است که ارز بدان تعلق دارد، مانند دلار آمریکا که پول رسمی و در گردش دولت آمریکاست و در سطح جهانی قابلیت فروش و نقل و انتقال دارد و ارزش و اعتبار آن به پشتوانه ملی آن بستگی دارد. براساس مقررات ارزی کشورمان و نیز موازین شرعی، خرید و فروش ارزهای مختلف به ریال مجاز و مشروع است، اما رعایت مقررات بانک مرکزی در معاملات ارزی، الزامی است؛ در حالی که فروش ریال به ریال شرعاً مجاز نیست، مثلاً نمی‌توان اسکناس ۱۰ هزار تومانی را به مبلغ ۱۲ هزار تومان خرید. پس ارز با پول رسمی کشور متفاوت است. نتیجه آنکه بایستی در تعریف سنتی واژه «ارز» تجدیدنظر کرد، زیرا در رمز ارزها صرفاً پول کاغذی یا فلزی یک کشور خاص در کشور دیگر نیست که مورد معامله و خرید و فروش واقع می‌شوند، باید پذیرفت که ارزهای دیجیتالی رمز ارزی جغرافیایی کشورها را پشت سر گذاشته‌اند.

سوما، خالق پول رسمی کشورها، دولت و یا به عبارتی، بانک مرکزی آن کشور است. ارزش برابری پول نیز معمولاً براساس طلا تعیین می‌شود و پشتوانه قانونی پول هر کشور، اموال بازرشی است که توسط قانونگذار تعیین می‌شود. پس چاپ و نشر پول رسمی در ابتدا مبتنی بر قانون و منوط به فراهم آوردن پشتوانه قانونی لازم است که بایستی توسط دولت تأمین شود، وگرنه چاپ و نشر اسکناس بدون پشتوانه، سبب تورم را به دنبال

ادامه از همین صفحه
* انتشار توکن (سکه ارز) با پشتوانه ریال تنها در کنترل و اختیار بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران است. توکن با پشتوانه ریال تنها در بانکهای مجاز و بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران قابل تبادل است. توکن با پشتوانه ریال می‌تواند به عنوان ابزار پرداخت در کشور مورد استفاده قرار گیرد.
* انتشار توکن با پشتوانه ارز تنها در انحصار بانک‌های دارای مجوز بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران است. توکن با پشتوانه ارز در بانک‌های مجاز و صرافی‌ها که مقررات آن در بخش صرافی‌ها آورده شده است، قابل تبادل است. استفاده از توکن با پشتوانه ارز به عنوان ابزار پرداخت در کشور ممنوع است.
* انتشار رمز ارز ملی تنها توسط بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران مجاز است. رمز ارز ملی تنها در بانک‌های مجاز و بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران قابل تبادل است. رمز ارز ملی می‌تواند به عنوان ابزار پرداخت در کشور مورد استفاده قرار گیرد. رمز ارز ملی قابلیت استخراج ندارد.
* صرافی‌های دارای مجوز از بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران پس از احراز شرایطی که توسط بانک مرکزی اعلام می‌گردد، مجاز به ارائه خدمات صرافی رمز ارزی هستند. مسئولیت صحت عملکرد پلتفرم صرافی‌ها و تضمین ملاحظات امنیتی آن برعهده مالکان صرافی خواهد بود.

* با توجه به رصد انجام شده در حوزه استخراج رمز ارزها و تاثیرات فعلی آن در نظام پولی و بانکی کشور، در حال حاضر استخراج رمز ارزها در کشور به عنوان یک صنعت در نظر گرفته شده است. لذا مقررات‌گذاری در این حوزه از حیث وظایف و نظارت بانک مرکزی خارج است.
گرچه دقیقاً مشخص نیست که آیا سند «الزامات و ضوابط حوزه رمز ارزها» به تصویب مراجع ذی‌ربط رسیده است یا نه، اما به هر جهت و صرف نظر از تصویب یا عدم تصویب نهایی این سند، اولین پرسش در این زمینه آن است که آیا منظور از اصطلاح «رمز پول» که در یادداشت اینستاگرامی جناب دکتر همتی بدان اشاره شده، همان رمز ارز یا به قول سند مورد اشاره، «رمز ارز جهان‌روا» است که گستره‌ای به وسعت کل دنیا دارد و محدود به قلمرو جغرافیایی کشور خاصی نیست یا آنکه «رمز پول» در واقع پول دیجیتالی است که بانک مرکزی تصمیم دارد نسبت به استخراج و انتشار رسمی آن اقدام نماید و به طور کلی، رمز ارز از نظر قانونی پول است یا ارز؟ پاسخ بدین سولات نیازمند توجه به مباحثی زیر است:

اول؛ در سند معاونت فناوری بانک مرکزی، رمز ارز این گونه تعریف شده است:

جناب استاد غلام حسین امیر خانی

با نهایت تأسف در گذشت همسر گرمیتان را خدمت حضر تعالی و خانواده محترمتان تسلیت عرض نموده و از خداوند منان برای آن مرحومه غفران الهی و برای شما آرزوی صبر و سلامتی و طول عمر خواهیم.

از طرف خانواده سپیدخانی و روح‌پرور

نگاه

چگونه ثروت میلیاردرها سر به آسمان نهاد؟

۷ راز سال ۲۰۲۰

یانیس واروفاکیس، اقتصاددان و سیاستمدار یونانی-استرالیایی نامی کم وبیش آشناست. او وزیر دارایی یونان و هدایت‌کننده مذاکرات یونان با طلبکاران اروپایی در بحران بدهی یونان در سال ۲۰۱۵ بود. لیسانس ریاضیات را از دانشگاه ساسکس انگلستان و فوق لیسانس را از دانشگاه پیرمنگام گرفت. در سال ۱۹۸۲ با ارائه تز «پهینه‌سازی و اعتصاب» موفق به دریافت پی اچ دی در اقتصاد از دانشگاه ساسکس شد. از آن زمان تا به امروز تقریباً در اغلب دانشگاه‌های معتبر اروپایی به آموزش تئوری‌های اقتصاد، اقتصادسنجی و تئوری بازی‌ها پرداخته و اینک استاد تمام دانشگاه آتن است. او با تکیه بر پیشینه آکادمیک و سیاسی خود برای باز کردن گره کور نابسامانی های اقتصاد سرمایه‌داری، پیشنهادهایی برای آموزش تئوری‌های اقتصادی و نظام بازار دارد. او می‌گوید: «مکتاب اقتصادی زاییده تحولات اقتصادی زمان خود هستند بنابراین آموزش این دو با هم راهگشاست. یعنی آموزش جریان‌های فکری اقتصاد به همراه تاریخ اقتصادی هم عصر آن.» او تقویت نظام بازارها را بدون نظام سرمایه‌داری نه تنها امکان‌پذیر بلکه لازم می‌داند. بر پایه چنین دیدگاهی او معتقد است که سال ۲۰۲۰ گشاینده هفت راز بر جهانیان است. در یادداشت یانیس واروفاکیس می‌خوانیم:

«آتن، خانه سست است و هر آن ممکن است فرو بریزد. چیدمانی از دروغ که ناخودآگاه آن را پذیرفتیم. اینها تنها چیزهایی است که در دوران بحران‌های سخت، از نظر ما حقایق مسلم جامعه است. چنین رویدادهایی ما را شوکه می‌کند و درمی‌یابیم که چقدر پندار ما غیرقابل انکا است. بدین خاطر است که این سال شبیه فرونشست سریع خیزی ای بوده که ما را واداشت تا در برابر حقایق آشکارشده قرار گیریم.

به دلایل قابل قبولی، ما عادت داشتیم بپنداریم که جهانی شدن، دولت‌های ملی را بی‌توان کرده است. روسای جمهور در برابر بازارهای اوراق، از ترس خود را جمع می‌کنند. نخست وزیران، تپی‌دستان کشورشان را نادیده می‌گیرند، اما هرگز استاندارد ایزد اونز را (نهاد رتبه‌بندی بازار مالی آمریکا) از نظر نمی‌دارند. وزیران دارایی مثل شمشیر گلدمن ساکس (بانک آمریکایی چندملیتی سرمایه‌گذاری) و یا مانند ساتراپ‌های (استانداران) صندوق بین‌المللی پول عمل می‌کنند. اعضای پرنفوذ رسانه‌ها، مردان نفتی و متخصصان مالی همچون جناح چپ، سرمایه‌داری جهانی را مورد انتقاد قرار می‌دهند و معتقدند که دولت‌ها دیگر در موقعیت تصمیم‌گیری نیستند.

وقتی که بیماری کرونا ضربه خود را وارد کرد. ناگهان دولت‌ها چنگ‌های‌شان را درآوردند و ندانان‌های تیزشان را آشکار کردند. مرزها را بستند و هواپیماها را زمینگیر کردند، مقررات منع آمد و شد را بر شهرها حاکم کردند، رویدادهای ورزشی را لغو کردند، سینماها و موزه‌ها را بستند و ما را از سوگواری در غم درگذشت عزیزان‌مان بازداشتند. بدین ترتیب، نخستین راز نهفته آشکار شد: دولت‌ها قدرت سنگدلانه خود را بازیافتند. چیزی را که ما در سال ۲۰۲۰ کشف کردیم این است که دولت‌ها نمی‌خواسته‌اند قدرت عظیم خود را به کار گیرند، درنهایت کسانی که جهانی شدن توانمندشان ساخته بود، توانستند قدرت خود را اعمال نمایند.

واقعیت دوم همانی است که بسیار از آدم‌ها درباره آن تردید داشتند، ولی می‌ترسیدند آن را بیان کنند: درخت پول، واقعیت دارد. دولت‌هایی که هر وقت درخواست پرداخت پول برای این بیمارستان و یا آن مدرسه می‌شد، اعلام افلاس می‌کردند، ناگهان دریافتند که انبان کلانی از پول نقد برای پرداخت مرز به کارگران بیکار شده … دار اند. آنانی که معمولاً اعتراض می‌کردند، پول از درخت نمی‌روید، بنابراین دولت‌ها باید پول را به جایش خرج کنند، بهتر است دهان‌شان را ببندند. بازارهای مالی به جای اینکه از بدمستی مصرفانه دولت‌ها عصبانی باشند، آن را جشن گرفتند. یونان نمونه کاملی از واقعیت آشکار شده سوم در این سال است: داشتن توان بازی پرداخت‌بدهی (در هنگام دریافت وام)، دست‌کم در کشورهای ثروتمند غربی، یک قرار بدهنده شده سیاسی است. نگاهی به گذشته نشان می‌دهد در سال ۲۰۱۵ بدهی عمومی یونان ۳۲۰ میلیارد یورو در مقابل درآمد ملی فقط ۱۷۶ میلیارد یورو بوده است. مشکلات این کشور در سراسر دنیا خبر صفحه اول رسانه‌ها بود و رهبران اروپایی برای ورشکستگی ما اظهار تأسف می‌کردند، اما امروزه در میانه بحران کرونا که اقتصاد با ر بدتر می‌کند، یونان دیگر مسئله‌ای نیست و قدرت‌های اروپایی تصمیم گرفتند که به یک دهه سرکار داشتن باورشکستگی یونان خاتمه دهند و اعلام کنند که یونان توان پرداخت بدهی‌های خود را دارد.

چهارمین رازی را که سال ۲۰۲۰ آشکار ساخت، این است که کوه‌های انباشت ثروت خصوصی، کمتر با کارآفرینی ارتباط دارد. من تردیدی ندارم که جف بزوس، ایلان ماسک و یا وارن بافت، استعداد ذاتی برای پول درآوردن و بهره‌کشی از بازارها را دارند اما تنها بخش کوچکی از ثروت به یغما گرفته آنان نتیجه آفرینش ارزش بوده است. کافی است که هم‌اند فکرالعاده ثروت ۶۱۴ میلیاردر آمریکایی‌ا را از میانه مارس ۲۰۲۰ تا به امروز بررسی کنیم. ۹۳۲ میلیارد دلارا اضافه‌انباشت ثروت، نتیجه خلاقیت یا نبوغ آنان نبوده که این نفع اضافی را برای آنان به وجود آورده باشد. آنها وقتی که در خواب بودند ثروتمندتر شدند، باید گفت، بانک‌های مرکزی با چاپ پول سیستم مالی را متورم کردند و در پی آن قیمت دارایی‌ها افزایش یافت، درنتیجه ثروت میلیاردرها سر به آسمان نهاد.

با افزایش بی‌سابقه کووید-۱۹، رایج شدن آزمایش آن، تأیید و به کار بردن گسترده واکسن کرونا، راز پنجم آشکار شد: پژوهش‌های علمی وابسته به کمک‌های دولت است، اما اهمیت این کمک‌ها از نظر عموم ناشناخته است. بسیاری از مفسران درباره قدرت بازار در برطرف کردن سریع نیازهای انسانی دست به گزافه‌گویی زدند، اما اسان این طنز تلخ نباید‌از نظر هیچ‌کس پنهان بماند: دستگاه حکومتی ضدهلم‌ترین رئیس‌جمهور آمریکا تا در امروز (رئیس جمهوری که حتی در بدترین بیماری همه‌گیر قرن، متخصصان را نادیده می‌گرفت، تهدید می‌کرد و مسخره می‌کرد) ۱۰ میلیارد دلار برای تأمین نیازهای تحقیقاتی دانشمندان اختصاص داد.

اما راز بزرگتری نیز وجود دارد. درحالی که سال ۲۰۲۰ سال شاخصی برای سرمایه‌داران است، سرمایه‌داری دیگر وجود ندارد. این چگونه ممکن است؟ چگونه ممکن است سرمایه‌داران در گسترش باشند درحالی که سرمایه‌داری به چیزی دیگری در حال تغییر باشد؟ درک این موضوع بسیار ساده است، سرمایه‌داران در بازار کمتر رقابتی عملکرد بهتری دارند و این ششمین راز نهفته سال ۲۰۲۰ است که آشکار شده است. با گریز از رقابت و با مرگ سرمایه‌داری، عملکرد کمپانی‌های غول‌پیکری همچون آمازون، به صورت شگفت‌آمیزی بهتر شده است. اکنون چیزی شبیه فئودالیزم-فنی جایگزین سرمایه‌داری شده است.

اما هفتمین راز این سال، روزنه امیدی را می‌نمایاند. گرچه تغییرات بنیانی هرگز ساده نیست، اما اکنون کملا آشکار شده است که همه چیز باید تغییر کند. دلیلی وجود ندارد در وضعیت موجود را بپذیریم. برعکس، مهمترین واقعیت سال ۲۰۲۰ در عبارت تیزهوشانه و زیبای برتولت برشت منعکس شده: «چون اوضاع این‌گونه هست، دلیلی ندارد که این‌گونه بماند.» هیچ منبعی امیدبخش‌تر از این نقل قول الهام‌بخش برشت وجود ندارد.»



فرصت امروز: برای کسانی که فوتبال لیگ بر تر جزیره را دنبال می‌کنند، اورتون تنها همشهری و دشمن خونی لیورپول، مدافع عنوان قهرمانی نیست، بلکه یکی از قدرت‌های نوظهور فوتبال باشگاهی انگلستان به شمار می‌آید که هم‌اکنون در رده هفتم پریمز لیگ تا پایان هفته بیست و چهارم قرار دارد. البته چندابیت اورتون برای فوتبال‌دوستان ایرانی تنها به خاطر جذب کارلو آنچلوتی و ستاره‌ای چون خامس رودریگز در فصل جدید لیگ برتر انگلستان نیست، بلکه تافیها (لقب اورتون) از یک منظر دیگر برای مخاطبان ایرانی جالب به نظر می‌رسد و آن این است که مالک این تیم، یک ایرانی به نام فرهاد مشیری است.

نهمصد و چهل و پنجمین میلیاردر جهان با بیش از دو و نیم میلیارد دلار سرمایه، در سال ۱۹۸۹ یک حسابدار ایرانی و مهاجر بود که در شرکت حسابرسی «دیلویت اند توشه» با علیشیر عثمانوف ملاقات کرد؛ ملاقاتی که اکنون و پس از گذشت چند دهه مشارکت با یکی از ثروتمندترین مردان روسیه، به میلیاردر شدن این حسابدار ایرانی منجر شده است. البته علاوه بر ثروت بالا، مشیری به دلیل دیگری هم در جهان شهرت دارد: او هم‌اکنون همه‌کاره تیم تاقیها و مالک باشگاه اورتون در بریتانیاست؛ باشگاهی که چندی پیش خبرهای جسته و گریخته‌ای درباره احتمال پیوستن علی دایی به کادر فنی آن هم شنیده شد. در گزارش حاضر به زندگی فرهاد مشیری به عنوان یک کارآفرین ایرانی پرداخته‌ایم و اینکه او چگونه در فاصله‌ای کوتاه توانست به سهامدار اصلی باشگاه فوتبال اورتون تبدیل شود.

فرهاد مشیری؛ خیلی دور خیلی نزدیک

مشیری که اکنون شهروند بریتانیاست، پیش از انقلاب ۵۷ به همراه والدین خود از ایران به بریتانیا مهاجرت کرد. پدرش پزشک ارتش بود که بعدها به قاضی نظامی عالی‌رتبه‌ای تبدیل شد و مادرش هم در روزنامه کیهان کار می‌کرد. مشیری در دانشگاه لندن در رشته حسابداری تحصیل کرد و پیش از پیوستن به یکی از چهار شرکت حسابرسی بزرگ جهان یعنی «دیلویت اند توشه»، در شرکت‌های «ارنست اند یانگ» و «پنل کر فوستر» مشغول به کار شد. مشیری می‌گوید عثمانوف را از طریق یک دوست مشترک به اسم مسعود علیخانی و در زمان حضور او در لندن در قالب یک هیأت عالی‌رتبه که به دنبال راه‌هایی با ریسک سیاسی پایین برای تشویق سرمایه‌گذاری خارجی در شوروی بود، ملاقات کرد. مشیری می‌گوید به سرعت تحت تاثیر نبوغ و سرعت بالای عثمانوف در جذب ایده‌های پیچیده قرار گرفت و البته این احساس متقابل بود.

یکی از پرونده‌های متعلق به شرکت «دیلویت اند توشه» که مشیری حسابدار آن بود، متعلق به شرکت میدلسکس بود؛ شرکت سرمایه‌گذاری لندن‌ی که عثمانوف و علیخانی در آن سهام داشتند. در سال ۱۹۹۳ مشیری به استخدام میدلسکس درآمد و در کمتر از چند سال به مدیر اجرایی این شرکت تبدیل شد. مشیری سپس با تحلیل و ارزیابی و همینطور به چالش کشیدن ایده‌های سرمایه‌گذاری عثمانوف توانست اعتماد او را جلب کند. عثمانوف می‌گوید مشیری در دوره‌های مختلف فعالیت شرکت میدلسکس برای او نقش یک مربی اقتصادی را داشته که با صداقت و دانش خود در حوزه مالی و سرمایه‌گذاری مورد ستایش

فرهاد مشیری چگونه مالک باشگاه فوتبال اورتون شد؟

یک ایرانی در تیم تافیها



از جست‌وجوی طولانی می‌توانم بگویم که شریکی بی‌نقص پیدا کرده‌ام که می‌تواند باشگاه را جلو ببرد. من در ماه‌های گذشته به خوبی فرهاد را شناختم‌ام و دانش فوتبالی، تجاری و روحیه‌اش من را قانع کرد که او فرد درستی برای هدف ماست.»

گفته می‌شود مشیری زمانی توانست با خرید اکثریت سهام، مالکیت باشگاه اورتون را به دست آورد که باشگاه برای فروش سهام خود در حال مذاکره با چندین سرمایه‌گذار مشهور آمریکایی از جمله جان جی موریس و چارلز نوتل بود و حتی مذاکرات به نتایج امیدوارکننده‌ای هم دست یافته بود، اما در نهایت رئیس باشگاه، مشیری را به عنوان سرمایه‌گذار جدید اورتون انتخاب کرد. مشیری در سال ۲۰۱۸ با دو خرید دیگر توانست سهام خود را از باشگاه اورتون به ۶۸ درصد برساند. مشیری اکنون مالک ۷۷ درصد از سهام باشگاه است. او در مدت حضورش در اورتون، به خوبی توانست تمایلیش به تغییر و تحول در باشگاه را به نمایش بگذارد. یکی از کارهای قابل تحسین او، به کار گرفتن استیو والش، استعدادیاب مشهور بود که او را به عنوان مدیر فنی تاقیها انتخاب کرد. اگرچه هواداران اورتون انتظار نداشتند مشیری تمام ثروتی را که از راه سرمایه‌گذاری در صنایع مختلف به دست آورده در این تیم هزینه کند، اما مشیری به آنها وعده داده که اورتون را به قله افتخار خواهد رساند.

سرمایه به برگ‌های اورتون تزریق می‌شود

از دیگر کارهای مشیری در اورتون، بازسازی ورزشگاه قدیمی گودیسون پارک بود. فرآیند بازسازی این ورزشگاه قدیمی در سه‌ال‌های گذشته چندین بار به توقیف افتاد و متوقف شد، اما با حضور مشیری اورتون اکنون ورزشگاهی جدید و مدرن به نام بارملی-مور داک را در دست ساخت دارد که قرار است با آغاز فصل ۲۰۲۳-۲۴ افتتاح شود. سرمایه‌گذاری در ترکیب تیم و به کار گرفتن ستاره‌ها برای تقویت عملکرد تیم، توسعه بازار تبلیغاتی، بهبود روابط طرفداران تیم با مدیران باشگاه و کاهش قیمت بلیت بازی‌ها از جمله انتظارات هواداران از مشیری است. مطبوعات و رسانه‌های ورزشی جهان در ماه دسامبر ۲۰۲۰ از افزایش مبلغ سرمایه‌گذاری مشیری در باشگاه اورتون به ۴۰۰ میلیون پوند گزارش دادند، هرچند اورتون در سال ۲۰۲۰ از خسارت ۱۳۹.۹ میلیون پوندی خود خبر داد که به دلیل شیوع کرونا گریبان تیم را گرفته است. به گفته اورتون، کرونا ۶۷.۳ میلیون پوند خسارت به این باشگاه وارد کرد، هرچند میزان بدهی این باشگاه به لطف پشتیبانی مالی مشیری از ۹.۲ میلیون پوند به ۲.۳ میلیون پوند رسیده است. مشیری در اواخر سال ۲۰۱۹ مجموع سرمایه‌گذاری خود را با اعطای ۵۰ میلیون پوند دیگر به ۳۵۰ میلیون پوند رساند. این سرمایه‌دار ایرانی-بریتانیایی در ماه نوامبر با تزریق ۵۰ میلیون پوند دیگر مجموع سسر سرمایه‌گذاری خود را به ۴۰۰ میلیون پوند رساند. هیأت مدیره باشگاه اورتون همچنین در گزارش مالی سالانه باشگاه طرح ایجاد و تخصیص سهام بیشتری از باشگاه را ارائه داده‌اند تا در ازای آن ۲۵۰ میلیون پوند از شرکت سرمایه‌گذاری بلو هون، متعلق به مشیری دریافت کنند. به ایسن ترتیب و در صورت تخصیص این سهم به مشیری، ارزش باشگاه اورتون از ۱۷۵ میلیون پوند به ۴۲۵ میلیون پوند خواهد رسید و مشیری مالک تقریباً ۹۰ درصد از سهام هفتمین تیم حال حاضر لیگ برتر خواهد شد.

چگونه شرکت‌ها از آزمون زمان سربلند بیرون می‌آیند؟

از سازمان کارآفرینی تا کارآفرینی سازمانی

روشن است که کارکنان بدون وابستگی (به نفس کار) فقط منتظرند که

ببینند چه می‌شود، اما کارکنان متعهد در پی آن هستند که ببینند سازمان چه می‌کند و خودشان هم در تلاش هستند تا تغییری ایجاد کنند. برای همین است که این دسته معمولاً مولدترین کارگاران به شمار می‌روند.»

با این اوصاف چگونه باید این تعهد را به وجود آوریم؟ کارآفرینی سازمانی می‌تواند استراتژی موثری برای ایجاد تعهد در کارکنان باشد. اگر کارآفرین سازمانی ببیند که ایده‌اش توسط سازمان ارزشمند تلقی می‌شود این حس در او به وجود می‌آید که می‌تواند تاثیر مثبتی بر روی آینده شرکت بگذارد، نهایتاً این موضوع به ارتقای انگیزه می‌انجامد. اگر علاوه بر این سیستم پاداش‌دهی برای نوآوری پیش‌بینی کنید، کارمندان‌تان هم مشوقی برای کار دارند.

اگر تنها چند نفر انگشت شمار در شرکت مثلاً مدیران ارشد قادر به ارائه نوآوری باشند، محدودیت شدیدی برای نوآوری‌های بالقوه شرکت به وجود می‌آید. در بسیاری از موارد، رهبران ارشد با مصرف‌کنندگان و مخاطبان نهایی خدمات محصولات شرکت‌شان و خواسته‌ها و نیازهای آنان فاصله بسیار دارند. کارآفرینی سازمانی به صورت دائمی مخزنی از ایده را فراهم می‌کند. خلاقیت به جای اینکه تنها پروه‌های باشد که یکی دو بار در سال مطرح می‌شود، باید تبدیل به شیوه زندگی شود تا ثمراتش را نشان دهد. گوگل را به عنوان مثال در نظر آورید. موفقیت سیستم کارآفرینی سازمانی

گوگل را به عنوان مثال در نظر آورید. موفقیت سیستم کارآفرینی سازمانی

^[1] او همچنین مالک باشگاه فوتبال اورتون در انگلستان است

رویداد

چهارمین جشنواره فیلم کوتاه پاسارگاد برگزار شد

اقتصاد ملی در قاب سینما

مراسم اختتامیه چهارمین جشنواره فیلم کوتاه پاسارگاد با محوریت حمایت از تولید و رشد اقتصاد ملی، یکشنبه گذشته (۲۶ بهمن ماه) با حضور حسین انتظامی رئیس سازمان سینمایی، دکتر مجید قاسمی مدیرعامل بانک پاسارگاد و رئیس جشنواره فیلم کوتاه پاسارگاد، دکتر حسن بلخاری دبیر جشنواره، هیأت داوران و جمعی از سینماگران به صورت نیمه‌حضوری در پردیس سینما گلاری ملت برگزار شد و در دو بخش حرفه‌ای و غیرحرفه‌ای از برگزیدگان تقدیر به عمل آمد.

به گزارش «فرصت امروز»، در این مراسم ابتدا رئیس سازمان سینمایی به اهمیت ارزش فیلم کوتاه و تاثیر زیاد این شاخه از فیلمسازی در جهان امروز اشاره کرد و با تشکر از توجه دکتر مجید قاسمی و دکتر حسن بلخاری به مقوله فیلم کوتاه گفت: «اکثر فیلمسازان بزرگ که نام ایران را در این عرصه در جهان زنده نگاه داشتند، از حوزه فیلم کوتاه برخاستند.» سپس دکتر مجید قاسمی، مدیرعامل بانک پاسارگاد و رئیس جشنواره فیلم کوتاه، به خوش‌آمدگویی به مدعوین و فیلمسازان حاضر در مراسم پرداخت و گفت که «این دوره از جشنواره با توجه به شرایط ناشی از شیوع کرونا به صورت محدود برگزار می‌شود.»

مدیرعامل بانک پاسارگاد به ریشه چند هزار ساله هنر در ایران اشاره کرد و افزود: «درخصوص انتخاب نام بانک پاسارگاد، این نام از بین ۱۲۹۴ اسم برگزیده انتخاب شد، باور کردنی نیست که ادبیات فاخر ما برای انتخاب یک اسم می‌تواند ۱۲۹۴ اسم را پیشنهاد کند. ما در جلسهای که چندین ساعت طول کشید، با در نظر گرفتن نظرات صاحب‌نظران به هشت اسم رسیدیم که از بین آنها نام پاسارگاد انتخاب شد. من معتقد هستم وقتی به تاریخ توحیدی خودمان نگاه می‌کنیم، پاسارگاد خود پیام هنری بسیار عمیقی دارد.»

او سپس جوانان را خطاب قرار داد و گفت: «اگر بیا احترام و آداب تکريم، تاريخ ايران و سرگذشتی که سرشار از سلحشوری و توانمندی بوده را با هنر خود، دست به دست به نسل آینده برسانید هم به عهد خود و ایرانی بودن وفا کرده‌اید، هم هنر خود را متجلی کرده‌اید و هم به آیندگان پیام‌هایی خواهید داد که آنها را نیز متعهد می‌کنید.»

قاسمی در بخش دیگری از سخنان خود، به فعالیت‌های هنری و تولیدی گروه مالی پاسارگاد اشاره کرد و ادامه داد: «تولید بخش مهمی از هنر است. در زمان گذشته کوزه سفالی با دست ساخته می‌شد، اما در حال حاضر با استفاده از ماشین‌آلات این تولید صورت می‌گیرد و به نظر من سازنده آن ماشین هنرمند است. در هر حوزه‌ای هنر سایه‌انداز است. بانک پاسارگاد از ابتدا نسبت به مسئله تولید ملی با دقت و بصیرت و نگاه عمیق به آینده و آینده‌نگری برنامه‌ریزی کرده است. ما در بانک پاسارگاد چندین هلدینگ داریم از جمله هلدینگ صنایع معدنی (میدکو) که در آن شش و نیم میلیارد دلار سرمایه‌گذاری انجام شده است و در حدود ۴۲۰ هزار فرصت شغلی فراهم شده است. در هلدینگ مالی که از بانک، بیمه و شرکت‌های سرمایه‌گذاری مختلف تشکیل شده است، ۱۱۷۰ نفر در ستاد و شعبه‌های بیمه و ۱۱۹،۰۰۰ نفر در بیش از ۴۰،۰۰۰ دفتر نمایندگی در حال فعالیت هستند که نشان‌دهنده هنر تولید خدمات و هنر تولید امنیت و آسایش نسبت به آینده انسان است. در حوزه انرژی، هلدینگ گسترش انرژی با هدف سرمایه‌گذاری ۱۲ میلیارد دلاری در حال پیگیری است. در هلدینگ ICT بانک که شرکت فناپ است، در حال حاضر حدود ۵۵۰۰ نفر از جوانان بالاستعداد در حال فعالیت هستند. خدمات تولیدشده در این هلدینگ به چندین بانک ارائه می‌شود. از موفقیت‌های قابل توجه این هلدینگ ادغام ۵ بانک کشور از طریق کرئیکینگ فناپ است. همچنین در آینده، سرزمین هوشمند پاد تحولی جدید در نظام بانکی ایجاد خواهد کرد. در هلدینگ سلامت نیز ساخت ۷۰۰۰ تخت بیمارستانی در هفت نقطه از کشور در حال پیگیری است و اقدامات گسترده‌ای در حوزه تشخیص هوشمند بیماری‌ها در حال انجام است.»

او به نگاه هدفمند، درست، بلندمدت و آینده‌نگر بانک پاسارگاد به تولید اشاره کرد و گفت: «این موفقیت‌ها گنجی است که بی‌بج به دست نیامده است، همکاران من در سراسر کشور توانمندی‌ها، آبرو، اعتبار و همت بی‌بدیل خود را تقدیم ملت ایران کردند تا این پیشرفت‌ها ایجاد شود، اگر این همت‌ها نبود و اگر در بحث تولید چهره‌های سوخته کارگران شریف مقابل کوره‌های آتش نبود این تولید جوابگوی تحریم‌ها نمی‌شد. این مسئولیت شما جوانان هنرمند است که این پیشرفت‌ها را به تصویر بکشید و آن را به نسل بعد منتقل کنید.»

همچنین در ادامه مراسم، دکتر حسن بلخاری، دبیر چهارمین جشنواره فیلم کوتاه پاسارگاد با بیان اینکه «این جشنواره در ادامه سه جشنواره قبلی است اما یک تفاوت دارد»، گفت: «در جشنواره‌های اول، دوم و سوم، سه محور بنیادین بشری و انسانی را مینا قرار داده بودیم که تکريم خانواده، مسئله محیط‌زیست و اهدافی عضو بود. در جشنواره چهارم مقرر شد با حذف دو سال فاصله بین جشنواره‌ها، محوریت تولید ملی مورد توجه قرار گیرد. بر این اعتقاد که هنرمند تا نتواند با موضوع ارتباط حسی برقرار کند، نمی‌تواند راوی کاملی از آن باشد، مقرر شده بود بانک پاسارگاد تعدادی از برگزیدگان سه دوره قبل جشنواره را با پیشرفت‌های مهم صنعتی که بانک پاسارگاد حامی اصلی این پیشرفت‌هاست آشنا کند و بازدیدی در این خصوص هماهنگ شود که البته به خاطر محدودیت‌های ناشی از بیماری کرونا میسر نشد. یقین داریم که اگر این اتفاق رخ می‌داد آثار درخشان‌تری در این حوزه به دست ما می‌رسید. لازم به ذکر است در شرایط موجود و با توجه به شرایط گسترش بیماری کرونا به فکر تعلیل جشنواره بودیم، اما خوشبختانه ۲۵۰ اثر از ۲۲۶ فیلمساز به دست‌مان رسید که ۲۹ اثر انتخاب نهایی شد و در نهایت جوایزی به ۷ فیلمساز برگزیده تعلق گرفت. امیدوارم با استناد به شعار «آنچه توانسته‌ایم لطف خدا بوده است» که رمز ماندگاری اعمال و کردار ماست، بتوانیم شاهد تداوم این شکل حمایت از هنر، فرهنگ و فرهنگیان در آینده نیز باشیم.»

دکتر حسن بلخاری، علی‌اکبر امین‌نفرشی، دکتر محمود دهقان طرزجانی، منوچهر شاهسواری، ابراهیم مختاری، روح‌اله حجازی، بهرام توکلی و نیما جوادیدی، داوران چهارمین جشنواره فیلم کوتاه پاسارگاد بودند. در این جشنواره در بخش حرفه‌ای، بنفشه جاهد (نام اثر: مهدی) موفق به کسب رتبه نخست شد، امید توتونچی (نام اثر: چادری مادر) رتبه دوم و الهام عادلی (نام اثر: دست‌ها) رتبه سوم را کسب کردند. در بخش غیرحرفه‌ای نیز راضیه سراجی (نام اثر: کالای ایرانی) رتبه اول، محمدمهدی فکریان (نام اثر: فرش) رتبه دوم و سیداحسان حیدری (نام اثر: مبارز ملی) رتبه سوم را کسب کردند. همچنین جایزه ویژه دبیر جشنواره به فیلم برگزیده شرکت فناپ از شرکت‌های گروه مالی پاسارگاد تعلق گرفت.

ناکامی برنامه‌ریزی توسعه



شرایطی که بازارهای بزرگی در کشورهای همسایه در اختیار ایران نیست، غیرمنطقی باشد.

نماگرهای اقتصادی حال و روز خوبی ندارند

با استناد به متن قانون برنامه ششم توسعه، تورم هدف‌گذاری شده کشور در سال آینده ۷٫۹ درصد و میانگین تورم در سال‌های اجراشدن این برنامه نیز ۸٫۸ درصد پیش‌بینی شده است. این در حالی است که میانگین تورم در سال‌های ۱۳۹۶ تا ۱۳۹۸ حدود ۲۲٫۷ درصد و تورم دی‌ماه نیز ۳۲٫۲ درصد اعلام شده که نشان از فاصله‌ای ۱۵ درصدی و ۳۲٫۴ درصدی با تورم متوسط برنامه ششم دارد. با وجود اینکه بانک مرکزی تورم سالانه هدف‌گذاری شده در اردیبهشت سال آینده را ۲۲ درصد اعلام کرده، اما این رقم نشان می‌دهد که آنچه در برنامه ششم آمده، فاصله زیادی با واقعیت اقتصادی کشور دارد.

در بخش دیگری از گزارش دیوان محاسبات همچنین به نرخ بیکاری اشاره شده است. با استناد به سند برنامه ششم، نرخ بیکاری در سال ۱۴۰۰ برابر با ۸٫۶ درصد و متوسط نرخ بیکاری در طول سال‌های اجرای برنامه ششم نیز ۱۰٫۲ درصد پیش‌بینی شده است. با وجود اینکه متوسط رشد سالانه اشتغال ۳٫۹ درصد و کاهش نرخ بیکاری به میزان حداقل سالانه ۰٫۸ درصد در طول سال‌های برنامه در نظر گرفته شده اما میانگین این نرخ در سال‌های ۱۳۹۶ تا ۱۳۹۸ حدود ۱۱٫۶ درصد بود که نسبت به آنچه در برنامه آمده، ۱٫۴ واحد درصد انحراف را نشان می‌دهد. البته شیوع کرونا بر این افزایش نرخ بیکاری و البته کاهش مشارکت اقتصادی تاثیرگذار بوده؛ به گونه‌ای که با استناد به گزارش رسمی، نرخ بیکاری در تابستان و پاییز امسال ۱۸۵٫۹ و ۹٫۴ درصد گزارش شده که کاهش نرخ بیکاری در پاییز به معنای کاهش بیشتر جمعیت فعال اقتصادی است.

نهایتا براساس قانون برنامه ششم توسعه، تراز عملیاتی بودجه ۱۴۰۰ حدود ۲ هزار و ۵۰۰ میلیارد تومان در نظر گرفته شده است. با مقایسه این عدد با تراز عملیاتی منفی ۲۸۴ هزار میلیارد تومانی در اصلاحیه بودجه سال آینده، انحرافی ۲۸۶ هزار میلیارد تومانی تنها در تراز عملیاتی بودجه رخ داده است. بدین معنا که دولت نتوانسته به این اندازه برای مصارفی که دارد، منابعی از درآمدهای مالیاتی و واگذاری دارایی‌های مالی ایجاد کند بنابراین مجبور است این میزان را از واگذاری دارایی‌های سرمایه‌ای و فروش نفت جبران کند. همین امر می‌تواند وابستگی بودجه به نفت را که قرار بود در سال ۱۴۰۰ به ۲۰ درصد برسد، بیشتر کند. از همین روست که کارشناسان تخمین زده‌اند، وابستگی نفت به بودجه در سال آینده به بیش از ۳۰ درصد خواهد رسید.

نیز ۲٫۶ میلیون تومان، تشکیل سرمایه ثابت ناخالص ۴۴ هزار میلیارد تومان، صادرات غیرنفتی ۴۲٫۱۵ میلیارد دلار و واردات کل نیز ۶۹٫۹ میلیارد دلار بود. در این سال نقدینگی به رقمی حدود ۱۲۰۰ هزار میلیارد تومان رسید که تورم ۸ درصدی را ایجاد کرده بود. نرخ بیکاری در سال ۱۳۹۵ نیز حدود ۱۲٫۶ درصد بود. با وجود اینکه در آن سال خبزی از کرونا نبود اما نرخ بیکاری دو رقمی نشان‌دهنده شرایط بد اقتصادی پس از تحریم‌های ابتدای دهه ۹۰ است. با وجود اینکه اقتصاد ایران نیاز به ریکاوری بیشتر و البته واقعی‌بینی درخصوص پیش‌بینی نماگرهای اقتصادی و البته در نظر گرفتن امکان بازگشت تحریم‌ها داشت، اما برنامه ششم توسعه بلندپروازانه نوشته شد و به همین دلیل تنها ۳۵ درصد آن تاکنون محقق شده است.

گزارش دیوان محاسبات نشان می‌دهد تقریبا در تمام پارامترها و متغیرهای اقتصادی از جمله نقدینگی، رشد اقتصادی، تراز عملیاتی بودجه تورم و بیکاری انحراف‌های گسترده‌ای نسبت به متن تصویب‌شده قانون برنامه ششم رخ داده است. هرچند از سال دوم اجرای قانون برنامه ششم توسعه یعنی سال ۱۳۹۷ تحریم‌های گسترده‌ای علیه ایران آغاز شد و در انتهای سال ۱۳۹۸ نیز کرونا شیوع پیدا کرد، اما با وجود مداخله دولت در اقتصاد، میزان انحراف در برنامه ششم کاهش نیافت. به عنوان مثال قرار بود در سال ۱۴۰۰ نقدینگی کشور ۲۸۵۰ هزار میلیارد باشد؛ این در حالی است که نقدینگی در ۹ ماهه امسال به بیش از ۳۱۰۰ هزار میلیارد تومان رسیده و پیش‌بینی می‌شود تا پایان سال ۱۳۹۹ به ۳۳۰۰ هزار میلیارد تومان برسد. با وجود اینکه در متن برنامه ششم توسعه متوسط رشد سالانه نقدینگی ۱۷ درصد عنوان شده، اما نقدینگی از سال ۱۳۹۶ تا پایان پاییز ۱۳۹۹ افزایشی ۱۰۰ درصدی داشته، یعنی در سال‌های ۱۳۹۶ تا ۱۳۹۸ متوسط رشد سالانه نقدینگی ۲۷ درصد بوده که از انحراف ۱۰ درصدی از آنچه در قانون برنامه ششم پیش‌بینی شده بود، حکایت دارد.

براساس سند برنامه ششم توسعه همچنین صادرات غیرنفتی در سال ۱۴۰۰ حدود ۱۱۲ میلیارد و ۷۰۰ میلیون دلار برآورد شده، اما آمارها نشان می‌دهد میزان واردات غیرنفتی کشور در سال ۱۳۹۸ فاصله‌ای ۷۰٫۴ میلیارد دلاری با آنچه محقق شده، دارد و صادرات کالاهای غیرنفتی در ۹ ماه امسال نیز ۲۵٫۱ میلیارد دلار بوده است. هرچند تحریم‌ها و البته بسته شدن مرزها در پایان سال گذشته و در برخی ماه‌های امسال می‌تواند کاهش صادرات غیرنفتی را توجیه کند اما به نظر می‌رسد پیش‌بینی متوسط رشد سالانه ۲۱٫۷ درصدی برای صادرات این نوع کالاها آن هم در

تورم چطور شکاف طبقاتی را افزایش می‌دهد؟

مقایسه اختلاف طبقاتی در ایران و جهان

میزان احساس افراد از تمایز طبقاتی است. در ۴۰ سال اخیر تلاش‌های بسیاری در راستای عدالت اجتماعی و کاهش اختلاف طبقاتی انجام شده است. بررسی هر دو شاخص ضریب جینی ثروت و درآمد در ایران نشان می‌دهد که درحالی‌که وضعیت ضریب جینی ثروت در ایران، نسبت به سایر کشورهای در وضعیت نسبتاً مطلوبی قرار دارد، اما ضریب جینی درآمد در ایران بالا است و ایران در رتبه ششم جهان قرار دارد یعنی فقط ۵۹ کشور در جهان از لحاظ ضریب جینی با همان اختلاف طبقاتی، وضعیت بدتری نسبت به ایران دارند.

یکی از مهم‌ترین عوامل افزایش فاصله طبقاتی در ایران، تورم است. بررسی‌ها نشان می‌دهد که اثر تورم بر دهک دهم (کم‌درآمد) چیزی حدود ۱٫۵ برابر اثری است که بر دهک اول (پردرآمد) وارد می‌گردد. اولین اثر تورم افزایش ارزش دارایی ثروتمندان و آخرین اثر آن افزایش دستمزد کارگران است. تورم بالایی که طی سال‌های اخیر، به صورتی بی‌سابقه و مستمر در اثر رشد فزاینده نقدینگی بر مردم وارد شده، عاملی است بر افزایش فاصله طبقاتی در جامعه.

در این بین مالیات‌سازوکاری است که در آن بخشی از سود و درآمد اشخاص پردرآمد برای تأمین هزینه‌های عمومی و حمایت از اقشار آسیب‌پذیر در جامعه، جمع‌آوری می‌گردد. این سازوکار، مهم‌ترین خدمت را به ثروتمندان جامعه ایفا می‌کند زیرا تضمین‌کننده مالکیت آنها بر دارایی‌های‌شان است. در کشورهایی نظیر آمریکا با ضریب جینی ثروت

فرصت امروز؛ نزدیک به سه ربع قرن از برنامه‌ریزی توسعه در ایران می‌گذرد. پس از طراحی و اجرای ۵ برنامه عمرانی در قیل از انقلاب، ۶ برنامه توسعه پس از انقلاب ۱۳۵۷، تدوین چشم‌انداز ۲۰ ساله در سال ۱۳۸۴، طرح تحول اقتصادی در سال ۱۳۸۷ و ابلاغ سیاست‌های کلی اقتصاد مقاومتی در سال ۱۳۹۲، اکنون در آستانه پایان برنامه ششم توسعه، گزارش دیوان محاسبات نشان می‌دهد که این برنامه تنها تحقق ۳۵ درصدی داشته است. حقیقت تلخی که نشان می‌دهد به رغم اجرای ۱۱ برنامه میان‌مدت عمرانی و توسعه از سالل ۱۳۲۷ تاکنون و با وجود آنکه زودتر از بسیاری از کشورها برنامه‌ریزی توسعه را در دستور کار قرار داده‌ایم، اما هنوز نتوانسته‌ایم به توسعه در ابعاد مختلف آن دست یابیم. تازه‌ترین نمونه ناکامی برنامه‌ریزی توسعه در ایران، برنامه پنج ساله ششم توسعه (۱۴۰۰-۱۳۹۶) است. پس از آنکه مرکز آمار در ابتدای آذرماه امسال از درجه انحراف برنامه ششم گزارش داد و گفت که از بین هفت شاخص منتخب اقتصادی که در برنامه ششم توسعه هدف‌گذاری شده، تنها دو هدف کمی با موفقیت همراه بوده، حالا دیوان محاسبات کشور نیز در جدیدترین گزارش خود از تحقق ۲۵ درصدی قانون برنامه ششم توسعه خبر داده است.

درجه انحراف از اهداف برنامه ششم توسعه

گزارش دیوان محاسبات که متغیرهای توسعه فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی را از سال ۱۳۹۶ تا شهریورماه ۱۳۹۹ بررسی کرده است، نشان می‌دهد که اهداف معین شده در این برنامه در بسیاری از بخش‌ها تقریبا محقق نشده است. دیوان محاسبات می‌گوید که در سال‌های مورد مطالعه بودجه سنوایی انحراف قابل ملاحظه‌ای نسبت به قواعد مالی تعیین شده در قانون برنامه دارد. به عنوان مثال، رشد سالانه تولید ناخالص داخلی در برنامه ششم ۸ درصد پیش‌بینی شده، اما میانگین رشد اقتصادی سال‌های ۱۳۹۶ تا ۱۳۹۸، منفی ۲٫۷ درصد بوده است. هرچند خروج یکجانبه آمریکا از برجام و اعمال تحریم‌های گسترده، مسیر برنامه ششم توسعه را تغییر داد، با این وجود به نظر می‌رسد سیاست‌گذاران نگاه درست و منطقی از مقتضیات توسعه نداشته‌اند و به همین دلیل، اقتصاد ایران در شرایط تحریم و کرونا، آسیب‌پذیری بیشتری پیدا کرده و از اهداف خود دور شده است.

همچنین تا پیش از آغاز برنامه ششم توسعه و در سال ۱۳۹۵ یعنی آخرین سال اجرای برنامه پنجم توسعه، تولید ناخالص داخلی ۲۰۹ هزار میلیارد تومان به قیمت ثابت سال ۱۳۸۳ بود. تولید سرانه به ازای هر نفر

یکی از مهم‌ترین انگیزه‌های شکل‌گیری و استمرار انقلاب اسلامی در ایران، تحقق عدالت در همه ابعاد از جمله اقتصاد بوده است. اکنون که بیش از ۴۲ سال از پیروزی انقلاب اسلامی می‌گذرد، مناسب است نگاهی بیندازیم چه میزان به تحقق عدالت اقتصادی نزدیک شده‌ایم؟ در شاخص‌های جهانی از چه جایگاهی قرار داریم؟ مهم‌ترین اقدامی که برای تحقق عدالت اقتصادی باید انجام می‌دادیم چه بوده است؟

به گزارش فارس، مهم‌ترین شاخص برای اندازه‌گیری اختلاف طبقاتی ضریب جینی است. ضریب جینی صفر یعنی همه افراد جامعه در وضعیت یکسانی قرار دارند و هرچه این شاخص به رقم ۱ نزدیک‌تر می‌گردد، بیانگر آن است که اختلاف طبقاتی در جامعه بیشتر و بیشتر گردیده است. درحالی‌که ثروت و دارایی در طول زمان در اثر انباشت مازاد درآمد به دست می‌آید (نظیر خرید زمین و خانه) اما درآمد به عایدی هر فرد در طول یک دوره زمانی مشخص (مثلا یک سال یا یک ماه) گفته می‌شود. می‌توان برای بررسی فاصله طبقاتی در یک جامعه توزیع هر دو عنصر ثروت و درآمد را در جامعه ارزیابی کرد. این کار از طریق شاخصی به نام ضریب جینی صورت می‌گیرد.

ضریب جینی ثروت مهم‌ترین شاخص در ارزیابی اختلاف طبقاتی است، اما از آنجا که درآمد افراد گویای کیفیت زندگی آنهاست. توزیع درآمد در جامعه، یا همان ضریب جینی درآمد بیانگر تمایز در درآمد افراد و تمایز در کیفیت زندگی آنهاست. به عبارتی ضریب جینی درآمد بیانگر

بانک نامه

آمارهای وزارت صمت نشان می‌دهد

رشد ۲ برابری پرداخت تسهیلات به بخش خدمات

جدیدترین آمار منتشرشده از سوی وزارت صنعت، معدن و تجارت (صمت) نشان می‌دهد که تسهیلات پرداختی بانکها و موسسات اعتباری به بخش خدمات در ۹ ماهه ابتدایی امسال نسبت به مدت مشابه در سال گذشته بیش از دو برابر شده و بخش خدمات، صنعت و معدن و بازرگانی به ترتیب بیشترین سهم از تسهیلات بانکی را به خود اختصاص داده‌اند. طبق این آمار در ۹ ماهه ابتدایی امسال در مجموع بیش از ۱۲۱۹ هزار میلیارد تومان تسهیلات از سوی بانکها و موسسات اعتباری به بخش‌های کشاورزی، صنعت و معدن، مسکن و ساختمان، بازرگانی، خدمات و سایر بخش‌های متفرقه پرداخت شده که نسبت به تسهیلات ۶۲۶ هزار و ۲۷۰ میلیارد تومانی در مدت مشابه سال قبل ۹۴۸ درصد افزایش داشته است. در این میان تسهیلات پرداختی به بخش صنعت و معدن با افزایش ۹۰.۱ درصدی در ۹ ماهه ابتدایی امسال، به ۳۴۲ هزار و ۱۱۰ میلیارد تومان رسیده است. مقدار این تسهیلات در ۹ ماه ابتدایی سال گذشته ۱۹۰ هزار و ۴۴۰ میلیارد تومان بوده است. همچنین سهم تسهیلات پرداختی بانکها و موسسات اعتباری به بخش صنعت و معدن از کل تسهیلات پرداخت شده به بخش‌های کشاورزی، صنعت و معدن، مسکن و ساختمان، بازرگانی، خدمات و سایر بخش‌های متفرقه در ۹ ماهه ابتدایی سال گذشته، ۳۰.۴ درصد بوده که امسال این رقم به ۲۹.۷ درصد رسیده است. این در حالی است که طبق قانون برنامه ششم توسعه، بانک مرکزی (شورای پول و اعتبار) مکلف است سیاست‌های پرداخت تسهیلات بانکی را به گونه‌ای تنظیم کند که سهم بخش صنعت و معدن از تسهیلات پرداختی سالانه طی اجرای قانون برنامه حداقل ۴۰ درصد باشد. تسهیلات پرداختی بانکها و موسسات اعتباری به بخش بازرگانی نیز در ۹ ماهه ابتدایی سال گذشته ۱۲۰ هزار و ۹۳۰ میلیارد تومان بوده که به ۸۳.۳ درصد افزایش به ۲۲۱ هزار و ۶۳۰ میلیارد تومان در ۹ ماهه ابتدایی سال جاری رسیده است. با این حال سهم بخش بازرگانی از کل تسهیلات پرداختی به بخش‌های یاد شده از ۱۹.۳ درصد در ۹ ماهه ماه ابتدایی سال ۱۳۹۸ به ۱۸.۲ درصد در سال جاری افزایش یافته است. در این میان بیشترین تسهیلات پرداختی بانکها و موسسات اعتباری به بخش خدمات اختصاص یافته که در ۹ ماهه ابتدایی امسال سهم ۳۹.۵ درصدی از کل تسهیلات پرداختی، معادل ۴۸۱ هزار و ۳۴۰ میلیارد تومان را به خود اختصاص داده که نسبت به مدت مشابه در سال گذشته، ۱۳۳۸ درصد افزایش داشته است. بعد از بخش خدمات، صنعت و معدن و بازرگانی به ترتیب بخش کشاورزی و مسکن ۶.۹ و ۵.۷ درصد از کل تسهیلات پرداختی بانکها و موسسات اعتباری را دریافت کرده‌اند البته تسهیلات پرداختی به دو بخش کشاورزی و مسکن به ترتیب ۵۸.۱ و ۵۲.۱ درصد نسبت به ۹ ماهه ابتدایی سال گذشته افزایش داشته و به ۸۲ هزار و ۱۴۰ میلیارد و ۷۰ هزار و ۱۶۰ میلیارد تومان رسیده است.

بانک مرکزی ابلاغ کرد

تمدید فرصت امهال مطالبات واحدهای تولیدی تا شهریور ۱۴۰۰

بانک مرکزی در بخشنامه‌ای مصوبه شورای پول و اعتبار مبنی بر تمدید مهلت استفاده از مصوبه این شورا در خصوص تعیین تکلیف بدهی غیر جاری واحدهای تولیدی تا پایان شهریورماه ۱۴۰۰ را به شبکه بانکی ابلاغ کرد. به گزارش بانک مرکزی، در متن این بخشنامه که پنجشنبه منتشر شد آمده است: پیرو بخشنامه شماره ۹۸.۴۳۱۳۵۳ به تاریخ ۱۲ اسفندماه سال ۹۸ موضوع ابلاغ مصوبه جلسه مورخ ۲۹ بهمن ماه سال ۹۸ شورای پول و اعتبار در خصوص لزوم امهال مطالبات واحدهای تولیدی که دارای بدهی غیر جاری هستند اعلام می‌شود شورای پول و اعتبار در جلسه ۲۱ بهمن ماه سال ۹۹ با هدف مساعدت به بنگاه‌های تولیدی در سالی که مزین به نام «جهش تولید» است با پیشنهاد بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران مبنی بر تمدید مهلت استفاده از مزایای مصوبه یادشده موافقت کرد و بدین ترتیب مهلت مذکور در بند (ب) ذیل بند (الف) بخشنامه ذکر شده تا پایان شهریورماه سال ۱۴۰۰ تمدید شد. بر این اساس، مؤسسه اعتباری موظف است بنا به درخواست واحدهای تولیدی مشمول، مطالبات از آنها را که تمام یا بخشی از آن غیر جاری شده است، برای یکبار و حداکثر به مدت پنج سال، با أخذ میزان (۷۵ درصد) از مانده بدهی و با دوره تنفس شش‌ماهه در چارچوب «دستورالعمل نحوه امهال مطالبات مؤسسات اعتباری»، امهال کند. با توجه به موارد عنوان شده مراتب به قید تسریع و با لحاظ فغان بخشنامه شماره ۹۶۱۴۹۱۵۳ به تاریخ ۱۶ مردادماه ۱۳۹۶ به همه واحدهای ذیربط آن بانک مؤسسه اعتباری غیربانکی ابلاغ شده و بر حسن اجرای آن نظارت دقیق به عمل آید.

برای دومین روز متوالی

ارزهای دیجیتال سعودی ماندند

برای دومین روز متوالی ارزش بیشتر ارزهای مهم دیجیتال سعودی ماند. به گزارش سی‌ان‌بی‌سی، با افزایش محبوبیت و مقبولیت ارزهای دیجیتال در جهان بانک‌های مرکزی هم به سرعت در حال توسعه ارزهای ملی خود هستند. رئیس بانک مرکزی روسیه از آغاز به کار اولیه روبل دیجیتال به صورت مفهومی تا تابستان خیر داده و بانک مرکزی سوئد هم اعلام کرده است احتمالا تا سال ۲۰۲۲ کرون دیجیتال راه‌اندازی خواهد شد. بانک مرکزی چین به عنوان پیشروترین بانک مرکزی جهان در عرصه ارزهای دیجیتال که توانسته است نخستین ارز دیجیتالی رسمی جهان را به طور آزمایشی و با موفقیت راه‌اندازی کند از آغاز توزیع یوان دیجیتال در بین منتقاضان این ارز که دارای شرایط لازم باشند خبر داده است. به گفته نشریه فایننشیل تایمز، سیاست‌گذاران چینی ممکن است یوان دیجیتالی را به عنوانی ابزاری برای جایگزین کردن یوان با دلار و کاهش نقش دلار در نظام مالی استفاده کنند. گری گیمز،لر، گزینه پیشنهادی جو بایدن برای تصدی سمت رئیس کمیسیون بورس و اوراق بهادار آمریکا گفته است باید نظارت بیشتری بر بازار ارزهای دیجیتال صورت گیرد و رویکرد سختگیرانه‌تری برای محافظت از منافع مشتریان این ارزها اتخاذ شود. این سخنان به فاصله کمی پس از آن بیان می‌شود که ایلان ماسک-بنیانگذار تسلا که پیشتر دوج‌کویین را ارز مردم خوانده بود در تغییر موضعی آشکار توییت کرد: اگر مالکان عمده دوج‌کویین اقدام به فروش آنها کنند به آنها حق می‌دهم!

فرصت امروز: قیمت دلار در بهمن‌ماه از ۲۱ هزار و ۸۰۰ تومان به مرز ۲۶ هزار تومان رسید و قیمت یورو نیز از کف کانال ۲۶ هزار تومان به میانه کانال ۳۱ هزار تومانی صعود کرد، اما هر چقدر هفته پایانی بهمن ماه برای بازار ارز حاکی از عملکرد صعودی و رشد قیمتی بود، برای بازار طلا و سکه برعکس بود، به طوری که تحت تاثیر سقوط ۵۰ دلاری بهای جهانی طلا، قیمت‌ها در بازار داخلی کاهش قابل توجهی را تجربه کرد. در آخرین هفته بهمن‌ماه بازار ارز در وضعیت سردرگم قرار داشت و نمودارها مدام در حال تغییر جهت بودند، این در حالی بود که در هفته پیشین، قیمت دلار افزایش یک هزار و ۸۰۰ تومانی و یورو نیز افزایش ۲ هزار و ۲۰۰ تومانی را از سر گذرانده بودند، اما هر دو ارز اصلی بازار در این هفته نتوانستند به رویه هفته پیشین خود ادامه دهند. در هفته‌ای که گذشت قیمت دلار مدام در حال نوسان بین سقف ۲۶ هزار و ۳۰۰ تومان و کف ۲۵ هزار و ۷۰۰ تومان بود و یورو هم در محدوده ۳۱ هزار ۶۰۰ تومان تا ۳۱ هزار و ۱۰۰ تومان نوسان داشت. این شرایط نشان‌دهنده این بود که پس از صعود قابل توجه قیمت‌ها در هفته پیشین، در این هفته نیروی برتری میان دو گروه خریدار و فروشنده وجود نداشت و هیچ کدام از طرف‌های بازار نتوانستند محدوده حساس بازار را به نفع خود تغییر دهند.

آرامش بعد از قبل از توفان در بازار ارز این شرایط موجب شد که دلار مرز ۲۶ هزار تومان را در معاملات هفته گذشته، بارها بالا و پایین کند، اما یورو در کانال ۳۱ هزار تومان خود را تثبیت کرد و تنها در این کانال نوسان داشت. با این وجود، روند کلی نمودار تغییرات قیمتی، نشان‌دهنده کاهش نسبی قیمت ارز در مقایسه میان روز ابتدایی و انتهای هفته است. طبق این مقایسه قیمت دلار در آخرین معاملات این هفته ۲۵ هزار و ۹۸۰ تومان بود و در دو روز پایانی هفته این قیمت ارزان‌تر از قیمت این ارز در ساعات ابتدایی هفته است. برای یورو هم قیمت در روز پنجشنبه ۳۱ هزار و ۱۰۰ تومان بود که این قیمت هم حدود ۵۰۰ تومان ارزان‌تر از قیمت یورو در ساعات ابتدایی روز شنبه بود.

قیمت‌گذاری ارز در صرافی‌های ملی اما در این هفته روند کم‌نوسانی را داشت. بر این اساس در چهار روز ابتدایی هفته قیمت فروش دلار در این صرافی‌ها ۲۴ هزار و ۱۷۰ تومان بود و در دو روز پایانی هفته این قیمت به ۲۵ هزار و ۱۷۰ تومان افزایش یافت. یورو نیز در این صرافی‌ها کار خود را از ۳۰ هزار و ۲۷۰ تومان آغاز کرد و در حالی که در روز چهارشنبه به

قیمت ۳۰ هزار و ۴۳۰ تومان هم افزایش قیمت یافت، اما در روز پنجشنبه با قیمت ۳۰ هزار و ۳۰۰ تومان کار خود را به پایان برد. از سوی دیگر در سامانه نیما دلار نیز در هفته‌ای که گذشت در روز یکشنبه با قیمت میانگین ۲۵ هزار و ۷۰ تومان قله قیمتی خود را تجربه کرد و در روز سه‌شنبه در قیمت ۲۳ هزار و ۲۸۰ تومان به ارزان‌ترین قیمت خود در هفته رسید. همچنین یورو هم در بازه محدود ۲۸ هزار و ۷۰۰ تا ۲۸ هزار و ۸۷۰ تومان نوسان کرد.

بازار ارز در حالی بهمن‌ماه را به سرانجام رساند که در این ماه برخلاف دی‌ماه، قیمت‌ها در مجموع روندی صعودی را تجربه کردند. در این ماه قیمت دلار از ۲۱ هزار و ۸۰۰ تومان به محدوده ۲۶ هزار تومان رسید و یورو نیز از کف کانال ۲۶ هزار تومان به میانه کانال ۳۱ هزار تومانی صعود کرد. این افزایش قیمت در حالی است که طبق گزارش‌های بانک مرکزی، شاخص‌های افزایشی تقاضای فصلی ارز در پایان سال نیز از مجموعه عملیاتی داشته‌اند؛ امری که نشان‌دهنده گذر اقتصاد تحت تحریم ایران از شوک شیوع بیماری کرونا است. با این وجود اما فعالان بازار ارز در ماه‌های اخیر بیش از هر چیز با توجه به تحولات سیاسی معاملات خود را تنظیم کردند که در این میان، مهمترین مسئله، تعیین سرنوشت بازگشت دولت جدید آمریکا به برجام بود. اتفاق مهمی که در بهمن‌ماه برخلاف دی‌ماه، خیرهای خوشایندی در رابطه با آن منتشر نند و به همین دلیل با افزایش نگرانی فعالان بازار از سرانجام برجام، در بازار روند افزایشی حاکم شد.

بنابراین همچنان پیش‌بینی روند بازار در اسفندماه نیز دشوار است. برخی اتفاقات و تحولات سیاست خارجی در روزهای اخیر رخ داده و یا قرار است در روزهای آینده تعیین تکلیف شوند. این تحولات می‌توانند در ماه اسفند بر بازار ارز تاثیر مستقیم بگذارند. از سوی دیگر افزایش نرخ درهم و همچنین افزایش تقاضای فصلی ارز در پایان سال نیز از مجموعه عواملی است که می‌تواند به تحولات بازار ارز در ماه اسفند جهت دهد.

کاهش قیمت طلا در پی سقوط طلای جهانی

به موازات افزایش قیمت ارز در هفته پایانی بهمن ماه، اما قیمت سکه و طلا به دنبال سقوط ۵۰ دلاری بهای جهانی طلا کاهش یافت. به طوری که هر گرم طلای ۱۸ عیار ۳۳ هزار تومان و سکه نیز ۳۰۰ هزار تومان افت قیمت داشته‌اند؛ این در حالی است که با توجه به نزدیک شدن به سال جدید، تقاضا کمی در بازار بیشتر شده و نسبت به دو هفته گذشته و پیش

سرمایه‌گذاران طلا در هفته پایانی بهمن‌ماه چقدر ضرر کردند؟

رفتار نامتعارف ارز

هزار تومان رسید و یورو نیز از کف کانال ۲۶ هزار تومان به میانه کانال ۳۱ هزار تومانی صعود کرد.

بررسی‌ها نشان می‌دهد نبض معاملات براساس اخبار منتشرشده در حوزه سیاست تنظیم می‌شود. بخش مهمی از این سردرگمی که به رفتار غیرطبیعی بازار ارز منجر شد، به همین نکته بازمی‌گردد. بر این اساس به نظر می‌رسد با روشن شدن تکلیف بازگشت آمریکا به برجام و سیاست دولت جدید آمریکا در قبال ایران، بازار ارز از سردرگمی کنونی خارج شود. مقایسه بازارها نشان می‌دهد قیمت هر دلار با ثبت بازدهی ۱.۹ درصد بار دیگر بازار ارز را در صدر بازارهای سوده در اقتصاد تورمی ایران قرار داد. هرچند قیمت‌ها در بازار ارز روندی افزایشی را تجربه کرد، اما بازار موازی ارز یعنی بازار طلا و سکه نه تنها با رشد قیمت روبرو نشد بلکه زبانی را متوجه سرمایه‌گذاران کرد.

البته مهمترین دلیل زیان سرمایه‌گذاران در بازار طلا و سکه، کاهش قابل توجه قیمت اونس طلا در بازارهای جهانی بود. در آخرین هفته بهمن ماه قیمت هر اونس طلا در بازارهای جهانی، کاهش ۵۰ دلاری را تجربه کرد و از محدوده ۱۸۴۷ دلار به محدوده ۱۷۸۹ دلار وارد شد. فعالان بازار طلا معتقدند تحت‌تاثیر اتفاقات رخ داده در بازار جهانی و همچنین افزایش شمار کشورهای که اقدام به واکنش‌نایسون کرونا کرده‌اند، قیمت طلا روندی کاهش را شاهد خواهد بود.

پیش‌بینی‌ها حکایت از آن دارد که پاندمی کرونا وارد دوره پایانی خود شده است و همین امر می‌تواند روند کاهشی قیمت طلا در بازارها را تشدید نماید. هرچند در دوره‌های حساس و غیرعادی، بازارهای نوین

دلار به ۲۶ هزار تومان و سکه به ۱۱ میلیون تومان رسید

نوسان دلار در انتهای بهمن



از آن حباب سکه کمی بزرگ‌تر شده و در محدوده ۵۰۰ تا ۶۰۰ هزار تومان قرار گرفته است.

در طول یک هفته اخیر، کاهش ۵۰ دلاری اونس جهانی و قرار گرفتن آن در کانال ۱۷۷۰ دلار که از ابتدای سال جدید میلادی تاکنون، کمترین قیمت آن به حساب می‌آید، سبب کاهش قیمت‌ها در بازار داخلی شد. کاهش قیمت اونس جهانی به‌دلیل رشد جهانی نرخ دلار بوده است که طبق روال، به نسبیته که قیمت جهانی دلار رشد پیدا کند، قیمت اونس جهانی طلا پایین‌تر خواهد آمد. با ادامه امیدواری برای کشف و تولید واکسن کرونا در جهان و رشد اقتصادی، به نسبت ارزش دلار هم بالاتر خواهد رفت و قیمت اونس جهانی باز هم پایین‌تر خواهد آمد. از آنجا که قیمت جهانی طلا به عنوان عامل خارجی و نرخ ارز به‌عنوان عامل داخلی، بر قیمت سکه و طلای داخلی مؤثرند، اما در هفته‌ای که گذشت، ریزش قیمت سکه و طلا در داخل تنها تحت تاثیر ریزش قیمت اونس جهانی بود. کاهش اونس جهانی طلا در مجموع یک هفته اخیر، هر گرم طلای ۱۸ عیار را با کاهش ۲۳ هزار تومانی و هر مثقال طلای ۱۷ عیار را با حدود ۱۴۰ تا ۱۵۰ هزار تومان (به طور متوسط ۱۴۲ هزار تومان) با افت قیمت مواجه کرد. هر قطعه سکه تمام بهار آزادی نیز تحت تاثیر سقوط اونس جهانی، حدود ۳۰۰ هزار تومان ارزان‌تر شد. علی‌رغم کاهش قیمت‌ها در بازار سکه و طلا اما حباب سکه نسبت به دو هفته گذشته (نیمه دوم دی ماه تا نیمه هفته منتهی به ۱۰ بهمن ماه) افزایش یافته و اکنون در مابین ۵۰۰ تا ۶۰۰ هزار تومان قرار دارد.

بر این اساس، هر قطعه سکه تمام بهار طرح جدید نسبت به ابتدای هفته ۳۰۰ هزار تومان ارزان‌تر شده و در حال حاضر ۱۱ میلیون و ۷۰۰ هزار تومان قیمت دارد. سکه تمام طرح قدیم نیز در پایان هفته به ۱۱ میلیون و ۳۰۰ هزار تومان رسیده است. همچنین هر قطعه نیم سکه با کاهش ۱۲۰ تا ۱۳۰ هزار تومانی، ۶ میلیون و ۶۰۰ هزار تومان و ربع سکه با افت ۲۰۰ هزار تومانی، ۴ میلیون و ۳۰۰ هزار تومان تعیین قیمت شده‌اند. سکه‌های یک گرمی نیز با حدود ۵۰ هزار تومان کاهش قیمت نسبت به ابتدای هفته در حال حاضر ۲ میلیون و ۴۵۰ هزار تومان قیمت دارد. همچنین هر مثقال طلا با افت ۱۴۰ تا ۱۵۰ هزار تومانی، ۴ میلیون و ۹۲۵ هزار تومان و هر گرم طلای ۱۸ عیار نیز با کاهش ۳۳ هزار تومانی نسبت به آغاز هفته، به یک میلیون و ۱۳۶ هزار و ۹۲۶ تومان رسیده است.

شرایط مناسبی را برای سرمایه‌گذاری دارا نیستند و بازارهای سنتی نظیر طلا بیش از پیش مورد توجه سرمایه‌گذاران قرار می‌گیرد، اما حالا در شرایطی که افکار عمومی پایان دوره کرونا را انتظار می‌کشد، کاهش قیمت طلا در بازارهای جهانی یکی از مهمترین اتفاقات پیش‌روست. به این ترتیب، سرمایه‌گذاران در بازار سکه در هفته گذشته سود چندانی را نبردند؛ چنانکه قیمت سکه در محدوده ۱۱ میلیون و ۸۵۱ هزار تومان قرار داشت و تغییر چندانی را در هفت روز گذشته به ثبت نرساند. از سوی دیگر اما هر گرم طلای ۱۸ عیار در بیست و سومین روز بهمن به قیمت یک میلیون و ۱۶۴ هزار و ۹۰۰ تومان فروش رفت، اما در پایان هفته کاهش ۲۴ هزار تومانی را در کارنامه کاری خود ثبت کرد. در آخرین روز هفته گذشته قیمت هر گرم طلای ۱۸ عیار به یک میلیون و ۳۴۰ هزار و ۹۰۰ تومان رسید و بر پایه این محاسبات، بازار طلا بالاترین بازدهی منفی را در آخرین هفته بهمن ماه تجربه کرد. همچنین بورس اوراق بهادار تهران در هفته پایانی بهمن ماه شرایط متفاوتی را تجربه کرد. براساس آمارهای ارائه‌شده در آخرین روز معامله در هفته گذشته شاخص کل در سطح یک میلیون و ۲۱۴ هزار واحد قرار داشت. به این ترتیب شاخص بورس اوراق بهادار رشدی بیش از ۲۳ هزار واحد را تجربه کرد و در شرایط کنونی در سطح یک میلیون و دو بیست و سی و هشت هزار واحد ایستاده است. شاخص بورس اوراق بهادار در هفته پایانی بهمن بازدهی ۱.۹ درصدی را برای خود ثبت کرده است. با این حال اتفاقات رخ داده در فضای بین‌المللی و همچنین مواضع جدید آمریکا در قبال ایران نشان می‌دهد که بازارهای ایران در هفته پیش رو شرایط متفاوتی را در پیش خواهند داشت.

نماگر بازار سهام



شاخص بورس در اسفندماه سبزپوش می‌ماند؟

پایان سبز بورس در هفته پایانی بهمن

شاخص بورس تهران در پایان معاملات هفته‌ای که گذشت، به عدد یک میلیون و ۲۳۸ هزار واحد رسید که در مقایسه با پایان هفته قبل حدود ۲ درصد رشد داشت. شاخص بورس در معاملات این هفته ۲۴ هزار واحد افزایش داشت؛ شاخص کل در پایان روز چهارشنبه ۲۱ بهمن ماه در حالی با رقم یک میلیون و ۲۱۴ هزار واحد به معاملات پایان داد که این رقم در روز چهارشنبه ۲۹ بهمن به یک میلیون و ۲۳۸ هزار واحد رسید. همچنین شاخص کل (هم‌وزن) ۴۲۳ هزار و ۶۵ واحد بود که در انتهای هفته گذشته این عدد به ۴۳۸ هزار و ۹۶۶ واحد و شاخص قیمت (هم‌وزن) از ۲۷۶ هزار و ۶۸۲ واحد به عدد ۲۸۶ هزار و ۹۵۷ واحد رسید.

در پنج روز معاملاتی این هفته بورس، نمادهای شرکت سرمایه‌گذاری تامین اجتماعی (شستا)، لیزینگ پارسین (ولپارس)، گسترش سرمایه‌گذاری ایران خودرو (خگستر)، ایران خودرو (خودرو)، سایپا (خسایا)، پالایش نفت تهران (شتران) و پالایش نفت اصفهان (شپنا) در گروه نمادهای پربیننده قرار داشتند.

در این زمینه، یک کارشناس بازار سرمایه به پایان ریزش سنگین شاخص‌ها در بورس تهران اشاره می‌کند و می‌گوید: با توجه به شرایط حاکم در بازارهای موازی و تثبیت دلار در کانال ۲۵ هزار تومان پیش‌بینی می‌شود که کف شاخص بورس و قیمت سهام در همین محدوده‌ها باقی بماند و دیگر شاهد افت سنگین شاخص‌ها نخواهیم بود، البته در صورت افت نرخ دلار احتمال تغییر این پیش‌بینی وجود دارد. هومن عمیدی به روند معاملات بورس در هفته‌ای که گذشت اشاره کرد و به ایرنا گفت: معاملات بورس در آخرین هفته بهمن ماه با روند صعودی آغاز به کار کرد اما از اواسط هفته، شاخص بورس به مدار نزولی بازگشت و در نهایت با ورود به جایگاه یک میلیون و ۲۳۸ هزار واحد در آخرین روز معاملاتی هفته گذشته به معاملات خود پایان داد. شاخص کل در نخستین روز بهمن ماه در سطح یک میلیون و ۱۸۳ هزار واحد قرار داشت، در حالی که این عدد روز چهارشنبه و در آخرین روز معاملاتی بهمن ماه به عدد یک میلیون و ۲۳۸ هزار واحد رسید.

به اعتقاد عمیدی، با توجه به اینکه در آخرین روز معاملاتی دی ماه شاخص کل در سطح یک میلیون و ۱۵۰ هزار واحد قرار داشت می‌توان گفت در بهمن ماه شاخص کل رشد حدود ۸۰ هزار واحدی را تجربه کرد.

او به تغییر ریاست سازمان بورس اشاره کرد و ادامه داد: با توجه به تغییرات انجام شده در ریاست سازمان بورس، برنامه و تصمیمات اتخاذ شده توسط وی می‌تواند شاهد اثرات کوتاه‌مدت، میان‌مدت و بلندمدت آنها در بازار باشیم. نخستین اقدام انجام شده از سوی رئیس سازمان بورس، نامتقارن کردن دامنه نوسان بود که باعث روند صعودی معاملات بورس برای چند روز متوالی شد و بعد از رشد حدود ۲۰ درصدی شاخص بورس شاهد شناسایی سود در صف‌های فروش منفی ۲ درصد توسط سهامداران نوسان‌گیر به صورت روزانه بودیم. با توجه به شرایط حاکم در بازارهای موازی و تثبیت قیمت دلار در کانال ۲۵ هزار تومان پیش‌بینی می‌شود که کف شاخص بورس و قیمت سهام در همین محدوده‌ها بماند و دیگر شاهد افت بیشتر در قیمت‌ها و شاخص کل نباشیم.



سپس با گذشت سال‌ها و اتمام فرآیند ثبت نام و اینترنتی شدن رسیدگی به امور مشمولان سهام عدالت، این شرکت‌ها فعالیتت برای انجام نداشتند اما همواره درخواست‌هایی مبنی بر استخدام، دریافت بیمه و مستمری و... را از سازمان خصوصی‌سازی مطالبه می‌کردند. البته در این سال‌ها چالش‌هایی از این قبیل بین سازمان خصوصی‌سازی و این شرکت‌ها که عمدتاً خانوادگی بودند، وجود داشت. در نهایت شرکت‌های شهرستانی منحل شدند، اما شرکت‌های استانی باقی ماندند و قرار شد مشمولانی که روش غیرمستقیم را انتخاب کرده‌اند سهامدار این شرکت‌ها شوند.

در حال حاضر، میزان سرمایه این شرکت‌ها به تناسب تعداد افرادی که در هر استان سهام عدالت دارند، متفاوت است، اما می‌توان گفت هر کدام از این شرکت‌ها سرمایه هنگفتی در اختیار دارند. از آنجایی که این شرکت‌ها از ابتدا برنامه و متولی مشخصی نداشتند و عمدتاً خانوادگی بودند، در انتخاب اعضای هیأت مدیره آنها انظار که باید و شاید حساسیت به خرج داده نشد و حالا به جایی رسیده‌ایم که شرکت‌های سرمایه‌گذاری استانی می‌خواهند از سهام افراد به عنوان سرمایه استفاده کنند، در حالی که ممکن است شایستگی لازم برای هدایت این سرمایه را نداشته باشند. این در حالی است که سهام عدالت متعلق به مردم است و احتمالاً بسیاری از افرادی که روش غیرمستقیم را انتخاب کرده‌اند، از ارزش سهام و دارایی خود و اهمیت چگونگی مدیریت آن آگاه نیستند.

این در حالی است که بازار سرمایه در سال‌های گذشته روندی رو به رشد داشته و پرتفوی سهام عدالت از ارزشمندترین سهام‌ها تشکیل شده است. بنابراین این شرکت‌ها باید سرمایه را به سمت پروژه‌های استانی هدایت کنند تا سهامداران از منافع آن بهره‌مند شوند. چه‌بسا که با مدیریت صحیح میزان سرمایه در سال آینده چند برابر و با مدیریت نادرست میزان

ارزش واقعی سهام عدالت در هفته پایانی بهمن ماه، روندی کاهشی داشت و در حالی که ارزش سهام عدالت به ارزش اولیه ۵۲۲ هزار تومانی در ابتدای این هفته ۱۰ میلیون و ۳۲۰ هزار تومان بود، در پایان هفته تا ۱۰ میلیون و ۱۴۰ هزار تومان کاهش یافت.

اردیبهشت امسال بود که آزادسازی سهام عدالت اجرایی شد و مشمولان می‌توانستند یکی از دو روش مستقیم یا غیرمستقیم را برای مدیریت سهام خود انتخاب کنند. نهایتاً از میان حدود ۴۹ میلیون سهامدار، تنها ۱۹ میلیون نفر روش مستقیم را برای مدیریت سهام خود انتخاب کردند و حدود ۳۰ میلیون نفر دیگر روش غیرمستقیم را برگزیدند تا سهامدار شرکت‌های سرمایه‌گذاری استانی باشند. این در حالی است که شاید کمتر از نیمی از این ۳۰ میلیون نفر در مورد تاریخچه شکل‌گیری و نحوه فعالیت این شرکت‌ها و تاثیر عملکرد آنها بر سرمایه خود باخبر باشند. به این ترتیب، شمارش معکوس برای انتخاب اعضای هیأت مدیره شرکت‌های سرمایه‌گذاری سهام عدالت استانی در حالی آغاز شده است که هنوز بسیاری از مشمولان نه تنها از ارزش سهام خود بی‌خبر هستند بلکه در مورد اهمیت اینکه آینده سهام‌شان در دست چه کسانی خواهد بود نیز آگاهی ندارند!

به گزارش ایسنا، سابقه تشکیل شرکت‌های سرمایه‌گذاری استانی به سال‌های ۱۳۸۴ و ۱۳۸۵ برمی‌گردد، زمانی که نام‌نویسی برای سهام عدالت کلید خورد و این شرکت‌ها شکل گرفتند تا مسئول ثبت نام واجدین باشند. در واقع، مهم‌ترین وظیفه این شرکت‌ها، ثبت نام مردم برای سهام عدالت بوده است و شرکت‌های تعاونی سهام عدالت شهرستان و استان مسئول ثبت نام، جمع‌آوری و ارسال مدارک برای سازمان خصوصی‌سازی بودند.

رئیس سازمان بورس و اوراق بهادار خبر داد

برقراری ثبات در بازار سرمایه اولویت نهاد ناظر

به اعتقاد رئیس سازمان بورس، امروز حفظ آرامش و برقراری ثبات در بازار سرمایه اولویت نهاد ناظر بازار سرمایه است. تلاطم‌ها و نوسانات متغیرهای اقتصادی می‌تواند فرصت تصمیم‌گیری و فرصت تحلیل سهامداران را تهدید کند بنابراین نیاز داریم در فضای آرام‌تری حرکت کنیم. تصمیماتی که به تازگی اتخاذ و اجرا شد بخشی از همین برنامه بود تا سهامداران به دور از رفتارهای هیجانی و با تأمل بیشتری در خصوص سهام و سید دارایی تصمیم‌گیری کنند.

به گزارش پایگاه خبری بازار سرمایه، دکتر محمدعلی دهقان دهنوی، رئیس سازمان بورس و اوراق بهادار، بیست و نهم بهمن ماه در دومین همایش مالی ایران تحت عنوان «همراهی اقتصاد با سلامت در دوره کرونا و نقش بازارهای مالی» به ایراد سخن پرداخت و گفت: سوال اصلی این همایش چگونگی ایجاد تعادل بین معیشت، اقتصاد و بازارهای مالی و سلامت انسانی است.

دبیر شورای عالی بورس ادامه داد: اقتصاد کشور به واسطه شیوع بیماری کرونا، متغیرهای مختلف اقتصادی و عوامل غیراقتصادی که به ایران تحمیل شد آسیب دید و اقتصاد شاهد تلاطم و نوسان‌های شدید بود. شیوع ویروس کرونا در همه کشورهای ما جمله کشور ما موجب غافلگیری جمعی و ترس عمومی شد. با این حال و با توجه به امکانات، پس از مدت کوتاهی با تسلط بر شرایط بحران ناشی از شیوع این ویروس در ایران به خوبی مدیریت شد.

به گفته دهقان دهنوی، در کنار این شرایط سخت و زیانبار و منفی، رویدادهای مثبتی نیز پدیدار شد. یکی از این اتفاقات، توسعه فرآیند خدمات الکترونیکی بود و در بازار سرمایه نیز شاهد تحول گسترده در این حوزه بودیم. احراز هویت الکترونیکی که یکی از مهم‌ترین تحولات اخیر بازار سرمایه محسوب می‌شود به سرعت اجرایی شد.

رئیس سازمان بورس با بیان اینکه شیوع ویروس کرونا با اقبال عمومی جامعه به بازار سرمایه مصادف بود، افزود: با احراز هویت الکترونیکی، شیوع ویروس کرونا با حذف حضور فیزیکی کنترل شد و وی ادامه داد: واریز الکترونیکی سود سهام از طریق سامانه متمرکز سهام در دیگر رویدادهای مهم اخیر بازار سرمایه بود و اکنون نیز به دنبال توسعه آن هستیم. همچنین بهبود زیرساخت‌های برگزاری الکترونیکی مجامع، اقدام دیگری بود که با هدف کنترل شیوع ویروس کرونا در بازار سرمایه پیش‌بینی و اجرا شد.

سخنگوی شورای عالی بورس با اشاره به اینکه خطر دیگر مواجهه، تعادل بین معیشت و کنترل شیوع ویروس کرونا بود، افزود: براساس مسئولیت‌های اجتماعی نمادهای کرونا یک و کرونا دو در بازار سرمایه بازگشایی شدند و به واسطه این دو نماد، منابع قابل توجهی جمع‌آوری و برای مقابله با ویروس کرونا به نهادهای مربوط اهدا شد. دهقان دهنوی ادامه داد: فروش سهام عدالت بستر دیگری بود که

آگهی مناقصه عمومی خرید ۲۰۵۰ متر نوبت اول
لوله پلی اتیلن ۴۰۰ میلیمتر برای آبفای آستارا
به شماره ع/ ۹۹/۲۸/ (یک مرحله ای)
شماره فراخوان سامانه ستاد ۲۰۹۹۰۰۵۱۱۷۰۰۰۰۶۰



شرکت آب و فاضلاب
استان گیلان
(سپاهی خاص)

شرکت آب و فاضلاب استان گیلان به شناسه ملی ۱۰۷۲۰۱۶۱۲۷۷ و کد اقتصادی ۴۱۱۱۸۴۷۴۶۵۹۸ به آدرس رشت - خیابان حافظ - جنب پارک قدس در نظر دارد مناقصه ای با شرایط زیر برگزار نماید.

ردیف	موضوع مناقصه	مبلغ برآورد اولیه (ریال)	مبلغ تضمین (ریال)	نوع تضمین
۱	خرید، بارگیری، حمل، تخلیه و تحویل ۲۰۵۰ متر لوله پلی اتیلن ۴۰۰ میلیمتر برای آبفای آستارا	۱۷/۹۰۸/۸۰۰/۰۰۰	۸۹۶/۰۰۰/۰۰۰	ضمانتنامه بانکی و واریز نقدی

سایر شرایط:

- نام و نشانی: رشت - خیابان حافظ - جنب پارک قدس - شرکت آب و فاضلاب استان گیلان
- مهلت دریافت اسناد مناقصه تا پایان وقت اداری مورخ ۹۹/۱۲/۰۹ می باشد.
- مهلت تسلیم پاکات (پاکت الف) تا پایان وقت اداری مورخ ۹۹/۱۲/۲۰ در محل دبیرخانه شرکت آب و فاضلاب استان گیلان می باشد (ضمناً ارسال الکترونیکی تصویر ضمانتنامه در سامانه ستاد الزامی میباشد).
- تاریخ بازگشایی پاکات: ساعت ۱۰ صبح مورخ ۹۹/۱۲/۲۳ در سالن جلسات شرکت می باشد.
- شرکت کنندگان در مناقصه: کلیه تولیدکنندگان و تامین کنندگان معتبر در خصوص انجام مناقصه واجد شرایط می باشند.
- شماره حساب بانکی: ۴۰۰۱۲۴۸۰۶۳۷۷۹۶۵ بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران جهت واریز نقدی تضمین فرایند اجرای کار می باشد.
- مدت اعتبار پیشنهاد: ۳ ماه و با قابلیت تمدید تا ۳ ماه دیگر می باشد.
- برنامه زمانی مناقصه: از درج اولین نوبت آگهی ۳۰ روز با قابلیت تمدید برای یک دوره دیگر می باشد.
- دستگاه نظارت: معاونت بهره برداری و توسعه فاضلاب شرکت آب و فاضلاب استان گیلان.
- محل تأمین اعتبار: بودجه اعتبارات تملک داراییهای سرمایه ای می باشد.
- نحوه خرید اسناد مناقصه: بصورت الکترونیکی از درگاه سامانه ستاد به آدرس www.setadiran.ir
- هزینه دو نوبت آگهی مندرج در روزنامه کنیالاتشار و هزینه سامانه تدارکات الکترونیکی دولت و هزینه بازرسی و غیره به عهده برنده مناقصه می باشد.

تاریخ انتشار نوبت دوم ۹۹/۱۲/۰۴

تاریخ انتشار نوبت اول ۹۹/۱۲/۰۲

اخبار



استمرار رشد ۳۰ درصدی صادرات طلاي سرخ

قيمت هر کيلو زعفران نگين ۱۴ ميليون تومان

نايب رئيس شوراي ملي زعفران از رشد ۳۰ درصدی صادرات طلاي سرخ در ۹ ماهه امسال خبر داد. غلامرضا میری، نايب رئيس شوراي ملي زعفران در گفت و گو با باشگاه خبرنگاران جوان، غلامرضا میری نايب رئيس شوراي ملي زعفران در گفت و گو با خبرنگار صنعت، تجارت و کشاورزي گروه اقتصادي باشگاه خبرنگاران جوان، از ثبات قيمت طلاي سرخ در بازار خير داد و گفت: هم‌اکنون قيمت هر کيلو زعفران دسته ۷ ميليون تا ۷ ميليون و ۲۰۰ هزار تومان، زعفران سرگل ۸ ميليون و ۵۰۰ تا ۹ ميليون و ۵۰۰ هزار تومان و زعفران نگين ۱۱ ميليون تا ۱۴ ميليون تومان است. وي قيمت هر مثقال زعفران را ۶۰ تا ۷۰ هزار تومان اعلام کرد. میری با اشاره به اينکه نرخ فعلي زعفران جوايه‌گوي هزينه‌هاي توليد نيست، افزود: با افزايش صادرات انتظار می‌رود که قيمت زعفران به نرخ منطقي برسد. نايب رئيس شوراي ملي زعفران با اشاره به اينکه بازار داخلي زعفران در رکود به سر می‌برد، بيان کرد: با گسترش ويروس منحوس کرونا و تعطيلي مراسم و مناسبت‌هاي مختلف، ميزان تقاضا برای خريد زعفران کاهش يافته است. وي از رشد ۳۰ درصدی صادرات طلاي سرخ در ۹ ماهه امسال خبر داد و گفت: گمرک از آزمايه به بعد آماری اعلام نکرده، هر چند برآورد ما اين است که رشد ۲۰ درصدی صادرات حفظ شود. اين مقام مسئول ادامه داد: با رفع اوعت و مشکلات سه راه صادرات همچون بازگشت ارز حاصل از صادرات به کشور، رشد صادرات به ۷۰ درصد می‌رسد که با اين وجود قيمت زعفران افزايش می‌يابد. نايب رئيس شوراي ملي زعفران در پايان تصريح کرد: علي رغم معافيت بازگشت ارز حاصل از صادرات برای محصولات کشاورزي، اما بانک مركزی بر بازگشت ارز همچنان اصرار می‌ورزد که اين امر زمينه را برای قاچاق به مقدار قابل توجه فراهم کرده است.

مشکلی در توليد گندم نداريم

قيمت پيشنهادهی خريد تضميني هر کيلو گندم ۵ هزار و ۲۰۰ تومان

رئيس ملي گندمكاران گفت با توجه به بارندگي‌هاي مناسب در ماه‌هاي اسفند و فروردين مشکلي در ارتباط با توليد گندم نداريم. عطاله هاشمی، رئيس بنياد ملي گندمكاران در گفت‌وگو با باشگاه خبرنگاران جوان، با اشاره به اينکه مشکلي در توليد گندم نداريم، اظهار کرد: با توجه به پيش‌بنی مناسب بارندگي در فروردين و اسفند، مشکلي در ارتباط با توليد گندم نداريم. وي افزود: علي رغم برخی ناملایمات که در خصوص کشت، نهاده‌ها و تغييرات آب و هوايي اتفاق افتاده، به اندازه نياز داخل گندم توليد خواهيم کرد. هاشمی درباره آخرين جزييات جلسه شوراي قيمت‌گذاري در ارتباط با نرخ خريد تضميني گندم بيان کرد: در جلسه اول شوراي قيمت‌گذاري درخصوص کليات و اين‌نامه شوراي بحث و گفتگو شود و در جلسه دوم در ارتباط با بحث تعيين نرخ چندند فند بحث‌هايي صورت گرفت که در نهايت قيمت خريد تضميني چندند قند تعيين و در جلسه‌هاي آتی نرخ خريد تضميني گندم تعيين تکليف خواهد شد. رئيس بنياد ملي گندمكاران با اشاره به اينکه در جلسه سوم قيمت‌گذاري دانه‌هاي روغنی صورت خواهد گرفت، بيان کرد: در جلسه چهارم قيمت خريد تضميني گندم به عنوان مهمترين محصول خريد تضميني اعلام می‌شود. وي از استتوار خودگفائي گندم در کشور خبر داد و گفت: با اعلام نرخ منطقي و خريد تضميني، کشاورزان گندم توليدي را تحويل مراز خريد می‌دهند که با اين وجود در تامين نياز کشور مشکلي نداريم. هاشمی در پايان تصريح کرد: بنابر برآورد آناييز قيمت تمام شده توليد از استان‌ها، متوسط قيمت پيشنهادهی خريد تضميني را ۵ هزار و ۲۰۰ تومان اعلام کرده‌ايم که در صورت موافقت شورا با اين نرخ، کشاورزان به امر توليد ترغيب می‌شوند.

موانع توسعه تجارت منطقه‌اي

بخش صادرات بايد در اولويت قرار بگيرد

راهکارهاي رشد صادرات به کشورهای همسايه و موانع توسعه تجارت منطقه‌اي در برنامه گفت و گوي ویژه خبري امشب (۲۰ بهمن) بررسی شد. به گزارش باشگاه خبرنگاران جوان، موانع توسعه تجارت منطقه‌اي امشب ۳۰ بهمن ماه در برنامه گفت و گوي ویژه خبري با حضور حميد حسيني ديبرکل اتاق مشترک بازرگاني ايران و عراق و موسويان معاون توسعه بازرگاري صادراتي سازمان توسعه تجارت موبد بحث و بررسی قرار گرفت که در ادامه به پاره‌ي از آن می‌پردازيم. موسويان، معاون توسعه بازرگاري صادراتي سازمان توسعه تجارت با اشاره به اينکه چين بزرگترين صادرکننده دنيا است، گفت: سهم چين از تجارت ۱۵ کشور همسايه ما ۲۵ درصد است، ما در افغانستان ۳۰ درصد سهم داريم. او با اشاره به اينکه اگر شرايط چهارگانه يعني تحریم، کرونا، توانمندسازي بنگاه‌ها و تامين زيرساخت انجام شود ايران توانايی ۲۰۰ ميليارد دلار صادرات به ۱۵ کشور همسايه را دارد، افزود: بايد صادرات به عنوان یک اولويت در بين اولويت‌هاي اساسي کشور مانند زاین، کره و چين قرار بگيرد. معاون توسعه بازرگاري صادراتي سازمان توسعه تجارت با اشاره به اينکه ديپلماسي مانند روغن موتور می‌ماند و هر چه مرغوب‌تر باشد کارکرد موتور بالاتر می‌رود، اظهار کرد: در سازمان توسعه تجارت بيشتر بايد از فعاليت‌هاي مان بگوييم، ما سند ملي صادرات را تدوين کرده‌ايم.

موسويان با بيان اينکه در ۱۰ ماه ابتدای امسال ۱۴ درصد کاهش صادرات به عراق داشتيم، ادامه داد: اکنون اين شيب ملایم شده است، در رابطه با کشورهای ديگر هم وضعيت به همين صورت بوده است، ايران کشور غنی از نظر همسايه است، روسيه ۱۷ همسايه، چين ۱۶ همسايه و ما در دنيا سوم هستيم که ۱۵ کشور همسايه داريم و اين امکان خدادادی برای ما ثروت ايجاد کرده است.

او اظهار کرد: هزار و ۱۶۰ ميليارد دلار واردات اين منطقه است اما چرا ما نمی‌توانيم به قدر پتانسيل‌هاي خردمان و توانمندی‌هاي کشورمان از اين بازار استفاده کنيم. بخش خارجي مربوط به تحریم است، تحریم‌هايی بر عليه جمهوری اسلامي ايران اعمال شده است. در اتاق فکر خزانه‌داري آمریکا ۴۰۰ نفر فکری می‌کنند و انواع و اقسام تحریم‌ها را برای اينکه صادرات و فعاليت‌هاي اقتصادی ما را متوقف کنند، چاره‌اندیشی می‌کند و با سفر به استان‌هاي مرزی کشورهای همسايه، آنها را برجز می‌کند تا با ما کار نکنند.

موسويان تصريح کرد: در دولت قبلي آمریکا ترامپ تا زماني که می‌خواست دولت را تحويل بدهد بحث تحریم نهاده‌ها و اشخاص را در رابطه با ايران ادامه داد. معاون توسعه بازرگاري صادراتي سازمان توسعه تجارت عنوان کرد: شيوع بيماري کرونا در ۱۰۰ سال گذشته بی‌سابقه بود. اگر اقتصاد کشورهای صنعتی مثل آلمان، ايتاليا، فرانسه، انگليس و آمریکا را بررسی کنيم، براساس اين پديده هم دچار افت در فعاليت‌هاي اقتصادی شدند و هم صادرات و تجارت‌شان با کاهش دورقمي روبرو بوده است يعنی اين بيماري بر اقتصاد جهاني تاثيرگذار بوده و اين موضوع برای همه کشورها به اين شکل است.

معاون وزير صنعت، معدن و تجارت و مديرعامل سازمان صنايع کوچک و شهرک‌هاي صنعتی ايران گفت تقاضا برای سرمايه‌گذاري به ويژه در شهرک‌ها و نواحي صنعتی کشور افزايش يافته است.

علي رسوليان در بازديد از شهرک صنعتی شهيد رجائي تبريز و واحد توليد کمپرسور و تجهيزات هوای فشرده، افزود: براساس ارزيابي از وضعيت کنونی کشور و افزايش تقاضا برای سرمايه‌گذاري، سال آینده کشور با رشد صنعتی مواجه خواهد شد و اين سازمان نيز به دنبال ايجاد شرايط و زيرساخت‌هاي لازم برای توسعه صنعت است.

وي با بيان اينکه افزايش توليد منجر به افزايش اشتغال در جامعه می‌شود، اظهار کرد: تلاش می‌شود تا در مکن‌هايي که تقاضا برای سرمايه‌گذاري زياد است، اين سازمان زمين، امکانات و زيرساخت‌هاي لازم مانند آب، برق و گاز را فراهم کند تا مشکل واحدهاي صنعتی فعال در اين مکن‌ها حل شده و زمينه برای ايجاد و راه‌اندازي واحدهاي جديد فراهم شود.

وي گفت: ارتقای بنگاه‌هاي اقتصادی و بازرگاندين واحدهاي راكد به چرخه توليد نيز از ديگر اولويت‌هاي اين سازمان در سال آینده است و در اين زمينه تلاش می‌شود تا مشکلات اين واحدها با همکاري بانک‌ها، سازمان‌ها و دستگاه‌هاي متولی برطرف شود.

رسوليان با بيان اينکه اکنون ۸۲۳ شهرک و نواحي صنعتی فعال در کشور وجود دارد، گفت: سياست اين سازمان افزايش شهرک‌ها و نواحي صنعتی نبوده بلکه به دنبال توسعه فضاي مناسب برای فعاليت بنگاه‌هاي اقتصادی به ويژه در شهرک‌ها و نواحي صنعتی تقاضامحور است.

افزايش بيش از ۲ برابری پرداخت تسهيلات بانکی به بخش خدمات

جديدترين آمار منتشرشده از سوي وزارت صنعت، معدن و تجارت (صمت) نشان می‌دهد که تسهيلات پرداختی بانک‌ها و موسسات اعتباری به بخش خدمات در ۹ ماهه ابتدای امسال نسبت به مدت مشابه در سال گذشته بيش از دو برابر شده و بخش خدمات، صنعت و معدن و بازرگانی به ترتيب بيشترين سهم از تسهيلات بانکی را به خود اختصاص داده‌اند.

به گزارش ايسنا، طبق اين آمار در ۹ ماهه امسال در مجموع بيش از ۱۲۱۹ هزار ميليارد تومان تسهيلات از سوی بانک‌ها و موسسات اعتباری به بخش‌هاي کشاورزی، صنعت و معدن، مسکن و ساختمان، بازرگانی، خدمات و ساير بخش‌هاي متفرقه در پرداخت شده که نسبت به تسهيلات ۶۲۶ هزار و ۲۷۰ ميليارد تومانی در مدت مشابه سال قبل ۹۴٫۸ درصد افزايش داشته است.

در اين ميان تسهيلات پرداختی به بخش صنعت و معدن با افزايش ۹۰٫۱ درصدی در ۹ ماهه امسال، به ۳۶۲ هزار و ۱۱۰ ميليارد تومان

معاون صنايع وزير صمت گفت تاکنون در سال‌جاری ۱۳۰۰ واحد راكد مجددا به چرخه توليد بازگشته‌اند، سهميه چهارمحال و بختیاری برای احیای واحد هشت واحد صنعتی بود که خوشبختانه تاکنون ۲۰ واحد صنعتی در اين استان به چرخه توليد برگشته‌اند. مهدي صادقي نياریکی ۳۰ بهمين‌ماه در آيين جشن تولد واحدهاي صنعتی راكد راه‌اندازی شده مجدد چهارمحال و بختیاری با اشاره به اينکه امروز ۲۰ واحد صنعتی راكد در اين استان به چرخه توليد بازگشته‌اند، اظهار کرد: بايد در کنار ايسن واحدهاي صنعتی، صنايع تکميلی نيز احداث شود تا شاهد بهبود وضعيت صنعتی در اين استان باشيم.

معاون صنايع وزير صنعت، معدن و تجارت با بيان اينکه بحث احیای واحدهاي راكد از سال ۱۳۹۸ در کشور کليد خورد، گفت: ۱۰ هزار واحد صنعتی راكد و نيمه‌فعال در کشور شناسایی شد، در سال گذشته هدف‌گذاري برای بازگشت ۲۰۰۰ واحد راكد در دستور کار قرار گرفت، امسال نيز سهميه بازگشت واحدهاي راكد به چرخه توليد در کشور ۱۵۰۰ واحد است.

وي افزود: تاکنون در سال‌جاری ۱۳۰۰ واحد راكد مجددا به چرخه توليد بازگشته‌اند، سهميه چهارمحال و بختیاری برای احیای هشت واحد صنعتی بود که خوشبختانه تاکنون ۲۰ واحد صنعتی در اين

وي يادآوری کرد: با توجه به اينکه يکی ديگر از اولويت‌هاي اين سازمان برقراری توازن منطقه در مناطقي که نياز به احداث نواحي صنعتی جديدی است بوده و اين سازمان اقدام به اين کار خواهد کرد ولی اولويت اصلی توسعه شهرک‌ها و نواحي صنعتی موجود است.

وي ادامه داد: کمک به شرکت‌هاي دانش‌بنیان و شرکت‌هايی که فناوری خاصی توليد می‌کنند، به ويژه در شهرک‌ها و نواحي صنعتی تقاضامحور، از ديگر اولويت‌هاي اين سازمان بوده، چراکه اين شرکت‌ها دارای نگاه داخلی‌سازي بيشتری بوده و با واردات کالاها به کشور مقابله می‌کنند.

معاون وزير صمت با اشاره به بازديد از شهرک‌ها و نواحي صنعتی آذربايجان شرقي، اظهار کرد: با بررسی وضعيت شهرک‌ها و نواحي صنعتی اين استان تلاش می‌شود تا گامی برای توسعه صنعتی بيشتر اين استان و کشور برداشته شود.

مديرعامل شرکت شهرک‌هاي صنعتی آذربايجان شرقي نيز در اين جلسه گفت: شهرک شهيد رجائي جزو شهرک‌هاي اوليه کشور بوده به طوری که اوایل انقلاب کارهاي اجرایی آن شروع و در سال ۶۳ به بهره‌برداري رسیده است. سیدمرتضی نيرومند اسکویی، افزود: هم‌اکنون در اين شهرک ۲۶۰ واحد به بهره‌برداري رسیده که از اين تعداد ۲۳۸ واحد فعال بوده و تمام زيرساخت‌هاي لازم در اين شهرک فراهم است.

مديرعامل واحد توليد کمپرسور و تجهيزات هوای فشرده نيز در اين جلسه گفت: توسعه شهرک‌ها و نواحي صنعتی، توسعه نرم‌افزاری واحدهاي صنعتی و توليدی، ايجاد کنترسسيم‌هاي صادراتی و ايجاد بازارهاي صادراتی از نيازهاي واحدهاي صنعتی و توليدی مستقر در شهرک‌ها و

تقاضا برای سرمایه‌گذاري در شهرک‌هاي صنعتی افزايش يافته است



نواحي صنعتی است. سيدباقر شريف‌زاده با بيان اينکه افزايش سرعت اينترنت از شاخص‌هاي توسعه در هر جامعه‌اي است، افزود: شهرک‌ها و نواحي صنعتی استان با مشکل پايين بودن سرعت اينترنت و نبود زيرساخت‌هاي لازم مواجه هستند و اين مشکلات بر فعاليت آنها تاثير منفی می‌گذارد. وي اظهار کرد: خیلی از واحدها در برخی از شهرک‌ها و نواحي صنعتی استان خط توليد خود را نصب و پروانه بهره‌برداري نيز اخذ کرده‌اند ولی به دليل نبود برق نمی‌توانند فعاليت کنند، بنابراین برای فعاليت آنها ايجاد زيرساخت‌هاي مختلف در اين شهرک‌ها و نواحي صنعتی ضروری است. وي با اشاره به اينکه از سال ۱۳۷۰ در شهرک صنعتی شهيد رجائي مشغول فعاليت شده است، ادامه داد: در اين واحد صنعتی و توليدی ۳۰ نفر از دانش‌آموختگان دانشگاهی مشغول فعاليت بوده و در بين آنها افرادی با مدارک دکترا نيز وجود دارد.

شريف‌زاده يادآوری کرد: محصولات توليدي اين مجموعه شامل کمپرسورهاي صنعتی و معدنی، تجهيزات جانبی کمپرسور، تجهيزات هوای فشرده و مخازن استاندارد است که علاوه بر مصرف داخلی به کشورهای مختلف منطقه از جمله افغانستان، عراق، امارات، ترکيه و ونزوئلا صادر می‌شود.

به نقل از روابط عمومي شرکت شهرک‌هاي صنعتی استان، مديرعامل سازمان صنايع کوچک و شهرک‌هاي صنعتی ايران به همراه منادی و پزشکيان نمايندگان مردم تبريز، آذرشهر و اسکو در مجلس شورای اسلامی و جمعی از مديران استانی از بخش‌هاي مختلف اين واحد صنعتی بازديد کرد.

افزايش بيش از ۲ برابری پرداخت تسهيلات بانکی به بخش خدمات

رسیده است. با اين حال سهم بخش بازرگانی از کل تسهيلات پرداختی به بخش‌هاي يادشده از ۱۹.۳ درصد در ۹ ماهه ماه سال ۱۳۹۸ به ۱۸.۲ درصد در سال جاری افزايش يافته است. در اين ميان بيشترين تسهيلات پرداختی بانک‌ها و موسسات اعتباری به بخش خدمات اختصاص يافته که در ۹ ماهه امسال سهم ۳۹.۵ درصدی از کل تسهيلات پرداختی، معادل ۴۸۱ هزار و ۲۴۰ ميليارد تومان را به خود اختصاص داده که نسبت به مدت مشابه در سال گذشته، ۱۲۳.۸ درصد افزايش داشته است.

بعد از بخش خدمات، صنعت و معدن و بازرگانی به ترتيب بخش کشاورزی و مسکن ۶.۹ و ۵.۷ درصد از کل تسهيلات پرداختی بانک‌ها و موسسات اعتباری را دريافت کرده‌اند. البته تسهيلات پرداختی به دو بخش کشاورزی و مسکن به ترتيب ۵۸.۱ و ۵۲.۱ درصد نسبت به ۹ ماهه سال گذشته افزايش داشته و به ۸۴ هزار و ۱۴۰ ميليارد و ۷۰ هزار و ۱۶۰ ميليارد تومان رسیده است.

بازگشت ۱۳۰۰ واحد راكد به چرخه توليد در کشور

معاون صنايع وزير صنعت، معدن و تجارت اضافه کرد: در سال ۹۷ واردات ۲۵۰۰ رديف تعريفه به کشور ممنوع شد که ارزش اين کالاها حدود ۴ميليارد دلار بود، در سال ۹۸ با افزايش توليد و کاهش واردات ميزان واردات به ۴۲ ميليارد دلار کاهش و ميزان صادرات به ۴۱ ميليون دلار افزايش پيدا کرد. وي تاکيد کرد: راهبرد اصلی وزارت صمت ساخت داخلی تجهيزات است، ۱۴ ميز ساخت داخل در کشور برگزار شد و هدف کاهش وابستگي و ارزبري ۳ ميليارد و ۲۰۰ ميليون دلاری بود، که ارزبري به ۲ ميليارد و ۸۰۰ ميليون دلار کاهش محقق شد. صادقي نياریکی با اشاره به اينکه ۸۰۰۰ واحد فعال، نيمه‌فعال و راكد در کشور پروانه بهره‌برداري دارند، يادآور شد: طبق سياست‌هاي اعلامي دولت بايد مصرف ارز در واردات در حوزه صنعت به ۳۰ درصد کاهش پيدا می‌کرد، اين مسئله ثبت سفارش برای تامين مواداوليه را با مشکل مواجه کرد، اما با اين وضعيت توليد در کشور در حال انجام است.

معاون صنايع وزير صنعت، معدن و تجارت در پايان گفت: در سامانه بهين‌ياب به سرمايه‌گذارانی که قصد انجام سرمايه‌گذاري دارند، طرح‌هاي نيمه‌تمام در آن حوزه معرفی می‌شوند تا منابع کشور به سمت اين طرح‌ها سوق پيدا کند.

اخبار

قرعه کشی خودرو محصول غیر واقعی بودن اقتصاد کشور است

عضو کمیسیون امور داخلی کشور و شوراها در مجلس شورای اسلامی ضمن انتقاد از حاکمیت اقتصاد دولتی بر کشور گفت کیفیت سازی محصولات و ایفای تعهدات به موقع از سوی خودروسازان مستلزم رقابتی شدن صنعت و بازار خودروی کشور است.

به گزارش پیدال نیوز، احمد علیرضا بیگی در گفت‌وگو با خبرنگار خبر خودرو در خصوص بهترین روش تامین مالی خودروسازان که تورمزا نباشد، اظهار داشت: از گذشته تاکنون، بانکها براساس قانون تعهد پرداخت دین، پرداخت مطالبات قطعه‌سازان از جانب خودروسازان را عهده‌دار می‌شدند.

وی در خصوص چالش‌های صنعت خودرو ناشی از قیمت گذاری دستوری و مدیریت دولتی خودروسازی‌ها گفت: منشأ مشکلات صنعت خودروی کشور، اقتصاد دولتی و خلأ رقابت در این صنعت است در صورتی که اگر شرایط رقابتی بر خودروسازی داخلی حاکم بود، دولت نیز چتر حمایت خود را از آنها برمی‌داشت و سازندگان نیز در کیفیت سازی محصولات و ایفای تعهدات خود نسبت به خریداران چابک‌تر عمل می‌کردند.

نماینده مردم تبریز، آذرشهر و اسکو در مجلس شورای اسلامی افزود: انحصار بر بازار خودروهای داخلی حاکم است و با توجه به تعرفه تعیینی برای واردات از سوی دولت، حق انتخاب مصرف‌کنندگان ناچاراً، منحصر به محصولات دو خودروساز بزرگ کشور شده که در مواردی نیز خودروی تحویلی به خریدار، متفاوت از محصول مورد تقاضا در زمان ثبت‌نام بوده که این عرف در دنیا بی سابقه است.

علیرضا بیگی درخصوص اجرای طرح‌های پیش‌فروش و قرعه‌کشی افزود: راهکار قرعه‌کشی به بهانه عدم اعطای امتیاز به افراد خاص اما در واقع یک نوع توزیع شانس میان تعداد محدودی از متقاضیان بوده و سرپوشی برای شرایط اقتصادی نامناسب کشور است.

وی همچنین تصریح کرد: این روش‌ها محصول غیر واقعی بودن اقتصاد کشور است و دستیابی افراد به محصول خودرو از طریق قرعه‌کشی و تحصیل ارزش افزوده ناشی از اختلاف قیمت کارخانه و بازار منطقی نیست. عضو کمیسیون امور داخلی کشور و شوراها در مجلس شورای اسلامی در پایان درخصوص شرط مندرج در طرح‌های قرعه‌کشی مبنی بر ممنوعیت فروش خودرو به مدت سه سال که شرطی متعارض با حرکت در جهت آزادسازی و مردمی شدن اقتصاد است، خاطر نشان کرد: شروطی از این قبیل نیز منطقی نیست و محدود کردن اختیارات مالک خودرو نیز نتیجه حاکمیت دولت بر اقتصاد کشور است.

قیمت گذاری در بورس بازار خودرو را سامان می‌دهد؟

اگر فروش خودرو از مسیر بورس کالا در مجلس و شورای نگهبان نهایی شود، شورای رقابت دیگر دخیل و تصرفی در قیمت گذاری محصولات خودرویی نخواهد داشت.

اگر فروش خودرو از مسیر بورس کالا در مجلس و شورای نگهبان نهایی شود، شورای رقابت دیگر دخیل و تصرفی در قیمت گذاری محصولات خودرویی نخواهد داشت.

در طول چند سال اخیر زمره‌های مختلفی مبنی بر حذف شورای رقابت در قیمت گذاری خودرو مطرح شده اما همچنان این بخش مرجع تصمیم‌گیر در تعیین دستورالعمل قیمت‌گذاری خودرو است. به اعتقاد شورای رقابت بازار خودرو هنوز در مرحله انحصار قرار دارد و با استناد به این موضوع باید دستورالعمل این بخش توسط شورای رقابت تعیین شود.

شورای رقابت معتقد است اگر در بازار سهم یک یا چند بنگاه یا شرکت تولیدکننده، خریدار و فروشنده از عرضه و تقاضای بازار به میزانی باشد که قدرت تعیین قیمت و با مقلدا در بازار داشته باشد یا ورود بنگاه‌های جدید به بازار یا خروج از آن با محدودیت مواجه باشد باید مدیریت لازم جهت تعیین دستورالعمل قیمت‌گذاری انجام شود.

با این وجود نمایندگان مجلس در صدد حذف شورای رقابت از روند قیمت‌گذاری خودرو برآمده‌اند به نحوی که طبق مصوبه جدید کمیسیون صنایع و معادن مجلس، شورای رقابت از پروسه قیمت‌گذاری خودرو حذف می‌شود. کمیسیون صنایع و معادن مجلس ماده ۴ طرح تحول صنعت و بازار خودرو اعاده شده از شورای نگهبان را اصلاح کرده

است که براساس آن مقرر شد خودروهای تولیدشده داخلی در بورس عرضه شوند. در این ماده قیمت پایه عرضه خودرو در بورس توسط سازمان حمایت از مصرف‌کننده تعیین شده و ساز و کار تحقق این مهم باید در بورس مهیا شود. علاوه بر عرضه خودرو در بورس، مسائلی مانند کیفیت، بومی‌سازی، قطعه‌سازان، خدمات پس از فروش و... نیز در این طرح بررسی شده است.

البته طرح ساماندهی صنعت خودرو مصوب مجلس دهم بود که شورای نگهبان به ماده ۴ آن ایراد گرفت اما در مجلس یازدهم این موضوع بررسی و ایرادات آن رفع شد. در حال حاضر کلیات این طرح در کمیسیون صنایع و معادن تصویب و جزئیات آن در دست بررسی است. نمایندگان این کمیسیون اما در پروسه عرضه خودرو در بورس تأکید دارند که عرضه هر محصولی در بورس کالا باید با قیمت پایه انجام شود که در این زمینه سازمان حمایت را جایگزین شورای رقابت کرده‌اند.

بنابراین اگر فروش خودرو از مسیر بورس کالا در مجلس و شورای نگهبان نهایی شود شورای رقابت دیگر دخیل و تصرفی در قیمت‌گذاری محصولات خودرویی نخواهد داشت.

نمایندگان مجلس معتقدند اجرایی شدن این طرح باعث کاهش زیان خودروسازان خواهد شد و با ممانعت از قیمت‌سازی در بازار، خودرو از یک کالای سرمایه‌ای به یک کالای مصرفی تبدیل می‌شود تا مصرف‌کننده واقعی به راحتی به خودرو دسترسی پیدا کند و از سویی دیگر همین امر موجبات خروج دلالتان از بازار را نیز فراهم خواهد کرد. با این وجود برخی هم معتقدند این طرح بیشتر به ایجاد فضای رانت و سفته‌بازی منتهی خواهد شد و نتایج آنچنان مثبتی را ایجاد نخواهد کرد. به هر حال خودروسازان با استقبال از عرضه خودرو در بورس کالا می‌خواهند برای همیشه از چرخه قیمت‌گذاری خودرو شورای رقابت خلاص شوند.

البته هنوز این طرح به تصویب نهایی مجلس نرسیده است و به طور حتم با مخالفت شورای رقابت هم روبه رو است ولی باید دید آیا این راهکار به ظاهر منطقی می‌تواند دردی از بازار پرتالهاب صنعت خودرو دوا کند یا مانند سایر نسخه‌ها به شکست منتهی خواهد شد.

تعیین قیمت خودروهای کم‌تیراژ توسط خودروسازان



داشتم، اطلاع دارم که طرح ساماندهی بازار خودرو که در آن خودرو در بورس عرضه می‌شود نیز در دست بررسی است. نمایندگان مجلس نیز به دنبال این هستند که با اصلاحاتی که در طرح خود دارند بتوانند به ساماندهی بازار خودرو کمک کنند، البته من اطلاعی از تصویب این طرح در کمیسیون ندارم. مدیرکل صنایع حمل و نقل وزارت صمت در مورد خودروسازان بخش خصوصی گفت: برای خارج کردن بازار خودرو از انحصار تمرکز بیشتر بر فعال‌سازی واحدهای بخش خصوصی است. از ظرفیت خودروسازان بخش خصوصی به خاطر عواملی مانند تحریم‌ها و ... استفاده نمی‌شد، اما برنامه جهش تولیدی برای این خودروسازان تهیه شده و امیدواریم از سال آینده این شرکت‌ها با قدرت بیشتری وارد عرصه تولید خودرو شوند.

وی افزود: با توجه به اینکه این شرکت‌ها با همکاری شرکت‌های خارجی خودرو تولید می‌کنند مطمئناً افزایش عرضه خودرو توسط این شرکت‌ها

مدیرکل صنایع حمل و نقل وزارت صمت اظهار داشت وزارت صمت به دنبال آزادسازی قیمت خودرو نیست، بلکه یک بسته جهش تولید داریم که در آن قیمت‌گذاری برخی از خودروها براساس ضوابط هیأت تعیین و تثبیت قیمت‌های سازمان حمایت در اختیار هیأت مدیره خودروسازان قرار می‌گیرد. سهیل معمارباشی در گفت‌وگو با ایلسا، در مورد آخرین وضعیت قیمت‌گذاری خودرو اظهار داشت: قیمت‌گذاری خودرو همچنان در دست شورای رقابت است. وزارت صمت نیز به دنبال آزادسازی قیمت خودرو نیست، بلکه یک بسته جهش تولید داریم که در آن قیمت برخی از خودروها براساس ضوابط هیأت تعیین و تثبیت قیمت‌های سازمان حمایت در اختیار هیأت مدیره خودروسازان قرار می‌گیرد. این مورد نیز در مورد خودروهای کم‌تیراژ بود، در مورد خودروهای پرتیراژ همچنان قیمت‌گذاری وجود داشته تا اتحاد جامعه چندان از افزایش قیمت‌ها متاثر نشوند.

وی افزود: تا جایی که من در جلسات کمیسیون صنایع مجلس حضور داشتم، اطلاع دارم که طرح ساماندهی بازار خودرو که در آن خودرو در بورس عرضه می‌شود نیز در دست بررسی است. نمایندگان مجلس نیز به دنبال این هستند که با اصلاحاتی که در طرح خود دارند بتوانند به ساماندهی بازار خودرو کمک کنند، البته من اطلاعی از تصویب این طرح در کمیسیون ندارم. مدیرکل صنایع حمل و نقل وزارت صمت در مورد خودروسازان بخش خصوصی گفت: برای خارج کردن بازار خودرو از انحصار تمرکز بیشتر بر فعال‌سازی واحدهای بخش خصوصی است. از ظرفیت خودروسازان بخش خصوصی به خاطر عواملی مانند تحریم‌ها و ... استفاده نمی‌شد، اما برنامه جهش تولیدی برای این خودروسازان تهیه شده و امیدواریم از سال آینده این شرکت‌ها با قدرت بیشتری وارد عرصه تولید خودرو شوند.

وی افزود: با توجه به اینکه این شرکت‌ها با همکاری شرکت‌های خارجی خودرو تولید می‌کنند مطمئناً افزایش عرضه خودرو توسط این شرکت‌ها

مصرف بنزین در ایام نوروز کاهش می‌یابد

گذشته گفت: در سال ۹۸ بعد از اعمال سهمیه‌بندی، میزان مصرف سوخت ۳۰ درصد کاهش یافت یعنی از حدود به طور متوسط ۹۵ میلیون لیتر عرضه به حدود ۷۵ میلیون لیتر رسید. پس از شیوع کرونا و از اسفندماه به بعد میزان کاهش حتی تا ۶۰ درصد افزایش پیدا کرد و به حدود ۴۰ میلیون لیتر و در برخی روزهای فروردین حتی به حدود ۲۲ میلیون لیتر و ارقام بی سابقه رسید.

رئیس کانون انجمن‌های صنفی جایگاه‌داران تصریح کرد: زمانی که پروتکل‌های بهداشتی کم‌رنگ، محدودیت‌ها کاهش و تردها بیشتر شد، میزان مصرف آرام‌آرام افزایش پیدا کرد و در سال ۹۹ به حدود ۷۵ میلیون لیتر و در برخی روزها ۸۰ تا ۸۲ میلیون لیتر فروش روزانه رسید. وی درباره رقم تغییر مصرف در ایام تعطیلات نوروز

رئیس کانون انجمن‌های صنفی جایگاه‌داران با پیش‌بینی افزایش ۱۵ تا ۲۰ درصدی مصرف بنزین در صورت لغو منع تردد ایام نوروز، گفت چنانچه ممنوعیت تردد اعمال شود افت مصرف بنزین خواهیم داشت.

به گزارش پایگاه خبری «عصرخودرو» به نقل از ایلسا، همایون صالحی درباره وضعیت تامین سوخت و آمادگی جایگاه‌ها در ایام نوروز اظهار داشت: امسال با توجه به شرایط شیوع کرونا و محدودیت‌هایی را که وزارت بهداشت قائل شده، بعید است میزان مصرف به قبل از سال ۹۹ برسد، اما در هر حال مطمئناً جایگاه‌داران برای ارائه خدمات و سوخت‌رسانی به مردم مشکلی ندارند.

وی با اشاره به اوضاع تغییر مصرف در سال جاری نسبت به سال

طراحی قطعه با اتکا بر توان داخلی راهکاری برای کاهش قیمت خودرو

را عهده‌دار هستند، هزینه سربار بسیاری را برای خودروسازان رقم زده که می‌بایست از سیستم اصلی خودروسازی‌ها جدا شوند تا بدین ترتیب قیمت تمام شده تولید کاهش بیابد.

مرزبان راد در پایان درخصوص تأثیر ساخت قطعات هایتک و قطعاتی نظیر گیربکس شش سرعته بر کاهش قیمت تمام شده خاطر نشان کرد: اتکای خودروسازان و قطعه‌سازان بر توان داخلی در حوزه طراحی قطعه هرچند در بدو امر هزینه‌زا است اما به تدریج همراه با افزایش ظرفیت و تیراژ تولید، اعمال برخی تغییرات جزئی و استفاده از این قطعات برای انواع خودرو کاهش قیمت تمام شده اتفاق می‌افتد.

است.

وی افزود: استفاده از برخی از سیستم‌های نرم‌افزاری و سخت‌افزاری در خطوط تولید می‌تواند به افزایش سرعت کار و کاهش هزینه تولید بینجامد که به عنوان مثال در بخش کنترل رنگ خودرو، تعبیه دوربین در مسیر خطوط رنگ یکی از این نمونه‌ها است.

عضو هیأت علمی دانشگاه علم و صنعت ایران در ادامه به اموال غیرمنقول شرکاتی خودروسازان که ارتباطی با حوزه فعالیت این شرکت‌ها ندارد و وجود چندین شرکت زیرمجموعه که زیانده نیز هستند، اشاره کرد و گفت: این شرکت‌های زیرمجموعه و پرداخت حقوق مدیران آن که برخی عضویت در هیأت مدیره چندین شرکت

عضو هیأت علمی دانشگاه علم و صنعت ایران ضمن اشاره به هزینه‌های سربار خودروسازان به راهکارهای موثر در کاهش قیمت خودرو اشاره کرد.

جواد مرزبان راد در گفت‌وگو با خبرنگار خبر خودرو ضمن اشاره به اینکه کاهش قیمت خودرو در دو بخش کوتاه‌مدت و بلندمدت خلاصه می‌شود، اظهار داشت: طراحی قطعه، افزایش بازدهی کارخانه‌های تولید خودرو و قطعه، افزایش راندمان و توان نیروی کار از راهکارهای بلندمدت محسوب می‌شوند که پیاده‌سازی آنها نیازمند برنامه‌ریزی در حوزه استانداردها و استفاده از شیوه‌های کنترل کیفی دقیق برای پرهیز از تلفات انرژی، زمان و نیروی کار



بزوس عنوان ثروتمندترین فرد

اما ماسک همانطور که به سرعت ثروتمند برسد، به همان سرعت نیز این جایگاه را از آمازون از سال ۲۰۱۷ تا ژانویه ۲۰۲۱ جایگاه دارایی شخصی بزوس که عمدتاً در سهام همراه با افزایش ارزش سهام این شرکت به همچنان در زمینه کسب ثروت رکوردزنی کند دنیا اوایل شهریور امسال (۲۰۲۰) به او ۲۰۰ میلیارد دلار بیشتر می‌شود. او همچنین

«جف بزوس» مدیرعامل آمازون عنوان ثروتمندترین فرد جهان را از «ایلان ماسک» مدیرعامل تسلا پس گرفت تا با دارایی ۱۹۰ میلیارد دلاری به صدر جدول تکیه بزند. گزارش دیجیتو و براساس داده‌های لحظه‌ای مجله «فوربس»، دارایی خالص ماسک روز سه‌شنبه به دلیل کاهش ارزش سهام تسلا و مبادله آن به قیمت ۷۹۶.۲۲ دلار، ۳.۹ میلیارد دلار کاهش پیدا کرد که افت بیش از ۲.۴ درصدی را نشان می‌دهد. ماسک ۴۹ ساله اوایل ژانویه ۲۰۲۱ به لطف افزایش ارزش سهام تسلا و دستمزد بالایی که از آبن خودروساز می‌گیرد، از بزوس پیشی گرفته و ثروتمندترین فرد جهان شده بود.

آزمایشگاه نوآوری حوزه نسل پنجم اینترنت ایجاد می‌شود

گام‌های مشترکی برای راه‌اندازی آزمایشگاه نوآوری باز حوزه 5G برداشته شد تا سرویس‌های اینترنت اشیاء به تیم‌های پژوهشی ارائه شود. تفاهم‌نامه همکاری میان ستاد توسعه فناوری‌های دیجیتال و هوشمندسازی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، پارک علم و فناوری دانشگاه تهران و شرکت ارتباطات سیار ایران (همراه اول) شکل گرفت تا سرویس‌های اینترنت اشیاء به شرکت‌های فعال و تیم‌های همراه اول و هسته‌های پژوهشی کشور ارائه شود. هدف از امضای این تفاهم‌نامه «فراهم کردن امکانات آزمایشگاهی برای کمک به شکل‌گیری و بلوغ زیست‌بوم 5G و سرویس‌های اینترنت اشیاء»، «استفاده حداکثری از پتانسیل‌های موجود در این زمینه در کشور»، «کاهش هزینه‌ها و زمان برای توسعه و تست تجهیزات و راهکارهای 5G و اینترنت اشیاء» و «ارائه خدمات آزمایشگاهی به شرکت‌های فعال در حوزه‌های مرتبط» است.



دریچه

ستاری: زبان و پیشینه فرهنگی ظرفیتی برای توسعه زیست‌بوم نوآوری میان ۲ کشور است

ستاری از نقش شرکت‌های دانش‌بنیان و صنایع خلاق دو کشور در افزایش تعامل‌های دو کشور گفت و ادامه داد: شرکت‌های دانش‌بنیان و خلاق که در توسعه فناوری‌ها و خدمات عمومی فعالیت می‌کنند، می‌توانند یکی از زمینه‌های انتقال دستاورد و تجربه‌های موفق ایران به کشور افغانستان باشند، همچنین در دیگر حوزه‌های دانشی و فناورانه که ایران در آنها سرآمد است، فصل مشترک تازه‌ای در همکاری و تعامل دو کشور خواهد بود.

معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری همکاری میان مراکز دانشی، پژوهشگاه‌ها، شرکت‌های دانش‌بنیان و خلاق را از دیگر محورهای مهم همکاری‌های فناورانه و دانش‌بنیان دو کشور دانست و گفت: دولت‌ها در این مسیر باید پلی ارتباطی میان فعالان بخش‌های گوناگون زیست‌بوم نوآوری ایجاد کنند و بدون ایجاد خللی در مسیرشان، تعاملات این حوزه را گسترش دهند. همبستگی‌های فرهنگی و تاریخی محور همکاری‌های ۲ کشور است

در ادامه این نشست، عبدالظاهر شکیب، رئیس آکادمی علوم افغانستان با اشاره به ظرفیت‌های همکاری علمی میان دو کشور گفت: آکادمی علوم افغانستان آماده است تا از تجربه‌های علمی ایران بهره‌برد. در این مسیر آمادگی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری ارزشمند بوده و این همکاری را برای توسعه تعامل میان مراکز علمی دو کشور ادامه می‌دهیم. وی همچنین وجود فصل‌های مشترک تاریخی و فرهنگی فراوان میان ایران و افغانستان را زمینه‌ای برای همکاری‌های علمی و فناورانه دانست و گفت: این دو کشور در زمینه‌های گوناگون تعاملی عمیق و غنی دارند و با استفاده از ابزار زبان مشترک، می‌توانیم روابط علمی و فناورانه دو کشور را بسط دهیم.

رونق همکاری‌های علمی و فناورانه ایران و افغانستان

در بخش دیگری از این نشست، مهدی قلعه‌نوی رئیس مرکز تعاملات بین‌المللی علم و فناوری، با اشاره به آمادگی برای توسعه همکاری‌های علمی و فناوری و انتقال تجربه‌های ایران گفت: با گفت‌وگوها و تعامل‌های صورت گرفته، اکنون فرصت تازه‌ای در حوزه تعاملات علمی و فناورانه به وجود آمده است؛ برای توسعه زیرساخت‌ها و همکاری‌های توسعه‌ای حوزه علم و فناوری، ظرفیت‌های لازم ایجاد شده است و به زودی در قالب تفاهم‌نامه‌ای مشترک، عملیاتی خواهد شد.

وی با بیان اینکه بر بستر حمایت معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری و آکادمی علوم افغانستان، بستری نوآورانه برای تعامل میان بخش‌های گوناگون زنجیره علم تا ثروت دو کشور فراهم می‌شود، بیان کرد: در این تفاهم‌نامه توسعه زیرساخت‌های علمی و فناورانه و همچنین انتقال تجربه‌های فناورانه ایران مدنظر قرار گرفته شده است تا بستری برای همکاری‌های فعالان زیست‌بوم نوآوری و نوآوری دو کشور، فراهم شود.

توسعه زیست‌بوم نوآوری و فناوری مشترک میان ایران و افغانستان بررسی و زمینه‌های لازم برای آغاز فرآیند همکاری‌های مشترک فراهم شد.

دومین نشست سورنا ستاری، معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری و عبدالظاهر شکیب رئیس آکادمی علوم افغانستان برگزار شد تا توسعه زیست‌بوم نوآوری مشترک دو کشور بررسی شود. در این نشست محورهای و سرفصل‌هایی برای شکل‌گیری همکاری و تعامل فناورانه براساس تفاهم‌نامه به بحث و تبادل نظر گذاشته شد.

مهمترین هدف این تفاهم‌نامه دوجانبه میان معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری و آکادمی علوم افغانستان که در مرحله نهایی قرار دارد، توسعه همکاری‌های علمی و فناوری، انتقال تجربه‌ها و زیرساخت‌ها و ارائه کمک‌های توسعه‌ای در حوزه علم و فناوری است.

ظرفیت‌های فرهنگی و زبانی مشترک زمینه‌ای برای توسعه زیست‌بوم نوآوری

در این نشست معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری، دربرگیرندگی زبان فارسی در فضای مجازی و افزایش روزافزون نفوذ این زبان را فرصتی برای پیشرفت فناورانه یسار کرد و افزود: زبان فارسی، نهمین زبان اینترنت است که نسبت به جمعیت جهانی نفوذ و دربرگیری قابل توجهی دارد. اکنون نیز استارت‌آپ‌های فارسی زبان جزو برترین‌های فضای وب هستند و این زبان می‌تواند زمینه مشترک همکاری‌های دو کشور برای رونق شرکت‌های دانش‌بنیان و خلاق قرار بگیرد.

ستاری با اشاره به ایجاد زیست‌بوم نوآوری مشترک میان ایران و افغانستان گفت: مدل‌ها و الگوهای موفق که در رونق زیست‌بوم نوآوری ایران پیاده‌سازی شد، بر مبنای یک همکاری مشترک، قابلیت تعمیم و توسعه در کشور افغانستان را دارد.

معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری با بیان اینکه ایران در بومی‌سازی الگوهای نوآورانه و فناورانه موفق بوده است و می‌تواند این الگو را به کشور همسایه خود نیز انتقال دهد، ادامه داد: الگوهای موفق بسیاری در ایران پیاده شده و توانسته است راه را برای پیشرفت دانشی، فناورانه و نوآورانه ایران هموار کند.

الگوی موفق و قابل پیاده‌سازی در رونق زیست‌بوم نوآوری

رئیس بنیاد ملی نخبگان، با تأکید بر ایجاد پارک علم و فناوری مشترک ایران و افغانستان به عنوان فصلی تازه میان همکاری‌های فناورانه دو کشور گفت: الگوی موفق پیاده‌سازی زیست‌بوم منطبق با بوم و ویژگی‌های کشورمان، زمینه‌ساز رونق بیش از ۵ هزار و ۷۰۰ شرکت دانش‌بنیان و هزاران شرکت خلاق و نوآور شده است. همچنین بیش از ۵۰ پارک علم و فناوری در ایران، با اهداف توسعه‌ای مشترک، سازگار با محیط بومی در استان‌های مختلف بستری را برای خلق ارزش افزوده و اشتغال از ایده‌های نوآورانه و فناورانه فراهم می‌کنند. این الگو بر بستر یک پارک علم و فناوری مشترک قابل اجرایی شدن است.

مرکز نوآوری ارمنستان میزبان دانش‌بنیان‌ها می‌شود و صادرات محصولات ایران ساخت به بازار اوراسیا گسترش می‌یابد

بیش از ۳۰ شرکت ایرانی به ارمنستان سفر کردند تا با زیرساخت‌های فناورانه این کشور آشنا و از تسهیلات موجود در این مراکز بهره‌مند شوند.

روز دوم سفر شرکت‌های دانش‌بنیان و خلاق ایرانی با بازدید از «مرکز نوآوری

ایران» ارمنستان آغاز شد. این مرکز تخصصی، فضای کار انحصاری و اشتراکی در اختیار شرکت‌های ارمنستانی و خارجی قرار می‌دهد. با حمایت معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، دانش‌بنیان‌ها از این فضای ایجادشده بهره‌مند خواهند شد. بازدید از «منطقه آزاد آلیانس» که محیطی مناسب برای استقرار شرکت‌های تولیدی ارمنستانی و خارجی است نیز دیگر برنامه امروز شرکت‌های دانش‌بنیان و خلاق اعزام شده به ارمنستان بود. ارائه حمایت‌های معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری برای ایجاد فضای تولیدی اشتراکی برای شرکت‌های دانش‌بنیان، خلاق و فناور در این منطقه در حال بررسی است. استقرار و تولید محصولات دانش‌بنیان‌های ایرانی در این مرکز، بهره‌مندی آنها از معافیت‌های مالیاتی و دیگر تسهیلاتی که به واسطه عضویت ارمنستان در مجمع اقتصادی اوراسیا وجود دارد را میسر می‌کند. این موضوع با توجه به وجود تحریم‌های اقتصادی ایران

و وجود مشکلات متعدد برای ورود محصولات ایرانی به بازارهای جهانی کمکی است مؤثر تا محصولات با برندهای ارمنستانی به بازار جهانی برسد. بازار ارمنستان ظرفیت بالایی برای پذیرش شرکت‌های دانش‌بنیان و خلاق دارد و تبادلات تجاری

با این کشور می‌تواند نقشی تأثیرگذار در توسعه روابط دوجانبه داشته باشد. رابطه دیرینه و چندین هزار ساله ایران و ارمنستان، مزیت و فرصتی است که با بهره‌گیری درست از آن می‌توان بازاری پرسود و ارزشمند برای محصولات فناورانه ایرانی ایجاد کرد. شرکت‌های حاضر در این سفر، در حوزه‌های «ساجی»، «کشاورزی و ماشین‌آلات»، «ساختمان»، «پتروشیمی»، «آرایشی و بهداشتی»، «مواد غذایی ارگانیک» و «دیجیتال» فعالیت می‌کنند. «برگزاری نشست‌های رودررو میان شرکت‌های دانش‌بنیان، خلاق و فناور ایرانی و شرکت‌های ارمنستانی»، «بازدید از نمایشگاه دانشی محصولات دانش‌بنیان که به همت کارگزاری صادراتی در ارمنستان راه‌اندازی شده است» و «بازدید از مناطق علم و فناوری این کشور» از جمله برنامه‌های این سفر ۴ روزه است. همچنین شرکت‌های ایرانی از مراکز تخصصی و شرکت‌های تولیدی این کشور هم بازدید می‌کنند.



کارآفرینان خلاق و نوآور تجربه‌های‌شان را به اشتراک می‌گذارند تا کسب‌وکاری نو راه‌اندازی شود

یک رویداد مجازی زمینه‌را برای آشنایی علاقه‌مندان به ایجاد کسب‌وکارهای

فناور و خلاق با آموزش و آگاهی از تجربه‌های افراد موفق در این حوزه فراهم

کرده است. همایش آنلاین نوآوری و تحول در کسب‌وکار که ۳ تا ۵ اسفندماه سال جاری برگزار می‌شود به مدت سه روز، فرصت تجربه و یادگیری را در اختیار افرادی

که می‌خواهند کسب و کار نوآورانه خود را به راه بیندازند، قرار خواهد داد. بسیاری از علاقه‌مندان به حوزه کسب و کار از الزام‌ها، موانع و نکته‌های

ورود به دنیای کارآفرینی آشنایی و تجربه کافی در این حوزه برخوردار نیستند و این فرصت می‌تواند آنها را در مسیر ایجاد یک شرکت خلاق

رهنمون کند. این رویداد مجازی، با گردهم آوردن جمعی از فعالان حوزه کارآفرینی و ارائه فرصتی برای بیان تجربه‌ها، تعامل میان آنان و علاقه‌مندان به حوزه کسب و کار، راه را برای

توسعه شرکت‌های فناور و خلاق که از ایده‌های نوآورانه اشتغال و ارزش افزوده منجر می‌شوند، هموار می‌کند. همایش آنلاین نوآوری و تحول در کسب‌وکار که با حمایت ستاد فرهنگ‌سازی اقتصاد دانش‌بنیان و توسعه صنایع نرم و خلاق معاونت علمی

کسب‌وکارهای نو راه‌اندازی شود

کسب‌وکارهای نو راه‌اندازی شود

کسب‌وکارهای نو راه‌اندازی شود

کسب‌وکارهای نو راه‌اندازی شود

کسب‌وکارهای نو راه‌اندازی شود

کسب‌وکارهای نو راه‌اندازی شود



دوره، گواهی الکترونیکی حضور در دوره به کلیه شرکت‌کنندگان به دو زبان فارسی و انگلیسی، از طرف مرکز آموزش‌های تخصصی دانشگاه صنعتی شریف ارائه می‌شود.



محصولات ایران ساخت به فروشگاه‌های ایروان رسید

محصولات باکیفیت و خلاق ایران ساخت در بازارهای ارمنستان عرضه شد تا فضای مناسبی برای تعامل فناورانه میان دو کشور فراهم شود. بیش از ۳۰ شرکت دانش‌بنیان و خلاق با حمایت صندوق نوآوری و شکوفایی و مرکز تعاملات بین‌المللی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری به ارمنستان رفتند تا بازار محصولات ایران ساخت در این کشور گسترده‌تر شود و فضای کار اشتراکی میان شرکت‌های ایرانی و ارمنی شکل گیرد. در روز نخست این سفر از ۵ محصول دانش‌بنیان و خلاق کشورمان رونمایی و این تولیدات وارد بازار ارمنستان شد. بر همین اساس نیز یکی از اتفاقات قابل توجه در این سفر، آغاز عرضه یکی از محصولات فناورانه صنایع خلاق در فروشگاه‌های ایروان بود.

یادداشت

پلی میان دانش و صنعت کشاورزی

هستند که می‌توانند ۱۰۰ میلیون دلار از واردات کودهای شیمیایی به کشور جلوگیری کنند. از این رو در صدد برآمدیم تا از شرکت‌های این حوزه حمایت کنیم. کشور ما سالانه ۴.۳ میلیارد دلار برای واردات انواع خوراک دام و طیور هزینه می‌کند که بخش عمده آن شامل بیش از ۲ میلیارد دلار واردات ۹ میلیون تن ذرت، ۷۰۰ میلیون دلار انواع کنجاله و ۶۰۰ میلیون دلار جوی دامی است. اگر ۱۰ درصد این میزان را بتوان با اجرای این طرح‌های دانش‌بنیان جایگزین خوراک دام تامین کرد، می‌توان انتظار داشت که واردات بخشی از نهاده‌های دامی در سال اول به ارزش حداقل ۳۰۰ میلیون دلار کاهش یابد و این شروعی برای پوشش بخش عمده این محصولات و تولید آن خواهد شد. در بخش کودها نیز پروژه‌هایی به ستاد توسعه زیست فناوری آمده‌اند و در حال اجرا هستند. بخش عمده‌ای از کودهای شیمیایی فسفاته و پتاسه مورد استفاده در کشور وارداتی است. واردات این کودها سالانه بیش از ۲۰۰ میلیون دلار برای کشور هزینه دارد. این در حالی است که کودهای زیستی به طور میانگین می‌توانند جایگزین ۳۰ تا ۵۰ درصد مصرف کودهای شیمیایی شوند. اگر بتوانیم کودهای زیستی را جایگزین کودهای شیمیایی کنیم، سود زیادی عاید کشور می‌شود و محیط زیست نیز کمتر آسیب می‌بیند.

تغییر شکل سازه‌های صنعتی با روش‌های فناورانه کنترل شد تا امنیت و دوام افزایش یابد

پتروشیمی و پالایش می‌آید و در ارتقای سطح فنی و کیفی واحدهای تعمیراتی صنایع نفت و گاز و پالایش کارایی دارد. **توانمندی در رسیدن به عمر بالای سازه‌ها** مدیرعامل شرکت مهندسی ارتعاشات نوآوران پایش، با اشاره به آنالیز فرکانس‌های طبیعی سازه‌های ثابت و دوار گفت: انواع دوارسازه‌ها به توربین، کمپرسور، توربین‌های گاز از تجهیزات ثابت یا استاتیک می‌توان به خطوط انتقال نفت و گاز اشاره کرد که با شناسایی فرکانس طبیعی و مقایسه تحریک رزونانس بررسی می‌شود. وی از نقش روش‌های کاهش رزونانس به روش‌های یادشده در افزایش کیفی و افزایش طول عمر تقویت سازه‌ها گفت و ادامه داد: با کاهش رزونانس، می‌توان دوام و کارایی سازه را افزایش داد. باید توجه داشت فرکانس‌های طبیعی از خواص ذاتی سیستم دینامیکی بوده اما به دلیل کارکرد طولانی و تغییر شرایط تکیه‌گاهی سازه دچار خستگی شده و این فرکانس‌ها در مدت کارکرد تغییر می‌کنند و ممکن است با فرکانس‌های تحریک برابر و تشدید رخ دهد. با استفاده از این خدمات استفاده دیگر ارتعاشات بالا و پیچیده منجر به صدمات به تجهیزات و توقف نخواهد شد. این فعال فناور با اشاره به کاهش ارزبری و ارائه خدمات به صنایع با کمک دانش‌مخترگان این شرکت دانش‌بنیان گفت: در صنایع گوناگونی مانند فاز ۲ پالایشگاه گاز پارس جنوبی، اجرای ۳۰۰ متر سازه جرقیل فولاد آلیاژی و بسیاری از پروژه‌های دیگر از این خدمات و تجهیزات فناورانه بهره برده‌اند.

سیف سهندی / مسئول پروژه‌های کشاورزی ستاد توسعه زیست‌فناوری معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری: سالانه میلیاردها دلار برای واردات نهاده‌های کشاورزی و دامی هزینه می‌کنیم در حالی که می‌توان با اجرای طرح‌های دانش‌بنیان این هزینه‌ها را کاهش داد. در ستاد توسعه زیست‌فناوری معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، پروژه‌های مرتبط با نهال‌های باغبانی، دام و طیور، کودهای زیستی و آفت‌کش‌ها، زیست‌دریا و آبزیان، واکسن و بهداشت حوزه دام و طیور مورد حمایت قرار می‌گیرد. در هر یک از این حوزه‌ها پروژه‌هایی به ستاد توسعه زیست‌فناوری معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری ارسال می‌شود که بعد از بررسی‌ها و تایید، مورد حمایت قرار می‌گیرند تا به محصول تبدیل شوند. طرح‌های اولویت‌دار امنیت غذایی ستاد توسعه زیست‌فناوری در چند بخش تامین مواد اولیه دارویی و واکسن و انواع کیت‌های تشخیصی خلاصه می‌شوند و تاکنون طرح‌های زیادی در این حوزه‌ها به ستاد آمده و مورد بررسی قرار گرفته و در نهایت برخی از آنها به محصول تبدیل شده‌اند. تامین خوراک دام نیز یکی از اولویت‌های ما در ستاد توسعه زیست‌فناوری است. جهاد کشاورزی از ستاد درخواست کرده است تا به این حوزه ورود کنیم و از شرکت‌های فعال حوزه خوراک دام حمایت‌های مادی و معنوی داشته باشیم. در این حوزه شرکت‌هایی

پایداری سازه‌های عظیم مورد استفاده در صنایع بالای دارد و تجهیزات فناورانه یک شرکت دانش‌بنیان به یاری استحکام این سازه‌ها آمده است. معیار رزونانس، یکی از پدیده‌هایی است که در صنایع کاربردهای فراوانی دارد و میزان آن، جزو معیارهای مهم در امنیت سازه‌های صنایع است. اندازه‌گیری و آنالیز آن در سازه‌هایی که ابعاد بزرگی دارند نیازمند تجهیزات پیشرفته و روش‌های محاسبه دقیق است. این خدمات با تجهیزات ایران ساخت و روش‌های بومی توسط یک شرکت دانش‌بنیان به صنایع ارائه می‌شود. میلاد علیزاده، مدیرعامل شرکت دانش‌بنیان مهندسی ارتعاشات نوآوران پایش، در زمینه فعالیت این شرکت دانش‌بنیان گفت: با ارائه خدمات آنالیز مودال و تغییر شکل سازه (ODS) از راه شناسایی فرکانس‌های طبیعی سیستم به کمک تجهیزات دانش‌بنیان و روش‌های فناورانه، امکان وقوع رزونانس را بررسی می‌کنیم. این فعال فناور با بیان اینکه آنالیز مودال و تغییر شکل سازه به منظور جلوگیری از رزونانس در ساختارهای ثابت و دوار کاربرد فراوانی دارد، ادامه داد: جلوگیری از این پدیده در استحکام سازه‌ها و دوام آنها دارای اهمیت بالایی است. با روش‌ها و تجهیزات دانش‌بنیانی که در اختیار داریم، در صورت محرز شدن رزونانس توسط آنالیز تغییر شکل سازه پیشنهاد تقویت سازه و طرح تقویتی را ارائه و اجرا می‌کنیم. علیزاده با اشاره به کاربرد گسترده این روش‌ها در صنایع گوناگون اظهار کرد: این روش به کمک صنایع مختلفی مانند نفت، گاز،



جهان را از ماسک پس گرفت

دندان دیگر را کنار زد تا به جایگاه نخست دست داد و به بزوس واگذار کرد. مؤسس پروتئندترین فرد جهان را حفظ کرده بود. کار آمازون ذخیره شده، در سال‌های اخیر به طور خیره‌کننده‌ای افزایش یافته تا او مدیرعامل بزرگترین فروشگاه اینترنتی لین تفری در دنیا تبدیل شد که ثروتش از ن سال ۲۰۱۸ به خاطر عبور دارایی‌های

از رقم ۱۵۰ میلیارد دلار عنوان ثروتمندترین فرد جهان در تاریخ معاصر را به خود اختصاص داد. بزوس حالا در آستانه کناره‌گیری از مدیرعاملی آمازون دوباره به ثروتمندترین فرد دنیا تبدیل شده است. او اوایل ماه جاری میلادی اعلام کرد که صندلی مدیرعاملی آمازون را به مدیر ارشد سرویس‌های وب آمازون یعنی «اندی جسی» واگذار می‌کند. البته او همچنان با ماندن در هیأت مدیره آمازون بر این شرکت نظارت خواهد کرد، اما بیشتر زمان خود را صرف کسب و کارهای دیگر خود از جمله شرکت «بلو اوربجین» و روزنامه «واشنگتن پست» و احتمالاً اقدامات بشردوستانه خواهد کرد.

گردشگری با طراحی نرم‌افزارهای تخصصی داخلی رونق می‌گیرد

مختلف استفاده می‌کردند، همچنین به دلیل تحت ویندوز بودن، این نرم‌افزارها در خارج از آژانس یا سیستم اصلی، در دسترس کاربر نبودند، با بررسی تمام این چالش‌ها و نیازها، نرم‌افزار جامع بیسیس‌فلائی طراحی شد. این فعال حوزه صنایع نرم و خلاق در ادامه گفت: این نرم‌افزار جایگزین چند نرم‌افزار قبلی شده است و در آن همه خدمات داخلی و بین‌المللی به صورت یکجا قابل عرضه است. همچنین به دلیل استفاده از فضای ابری، کاربر در مکان‌های مختلف از امکان دسترسی به این سامانه برخوردار است و این موضوع باعث شد تا کارکنان آژانس‌ها در ایام همه‌گیری کرونا از امکان دورکاری برخوردار باشند. به گفته وی در حال حاضر با وجود آنکه تبلیغات قابل توجهی در مورد این نرم‌افزار انجام نشده است، به دلیل کیفیت، بیش از ۶۰ شرکت و آژانس هواپیمایی از آن استفاده می‌کنند و طیف درخواست‌ها برای استفاده از آن رو به فزونی است. اکنون مشغول توسعه هم‌زمان چند نرم‌افزار هستیم تا بتوانیم برای هتل‌ها و اقامتگاه‌های بوم‌گردی داخلی، یک بستر مناسب نرم‌افزاری فراهم کنیم.



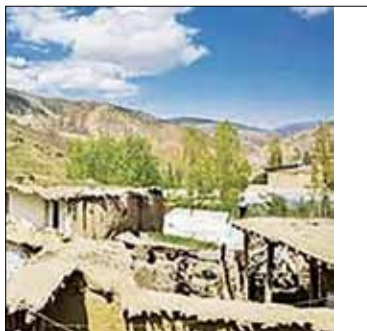
یک شرکت خلاق نرم‌افزاری توانسته است با تولید نرم‌افزارهای تخصصی ارائه خدمات آنلاین را برای آژانس‌های هواپیمایی تسهیل کند. مهدی دستمالچی، مدیرعامل شرکت خلاق منظومه نگاران گفت: این شرکت با رصد نیازهای فناورانه شرکت‌های فعال در حوزه گردشگری، نرم‌افزارهای تخصصی حوزه گردشگری را تولید می‌کند. یکی از نرم‌افزارهای تخصصی تولید شده نیز بیسیس‌فلائی است. مدیرعامل شرکت خلاق منظومه نگاران وب، ادامه داد: بیسیس‌فلائی، یک نرم‌افزار یکپارچه در حوزه گردشگری است که خدمات رزرواسیون گردشگری را به صورت جامع و یکجا عرضه می‌کند. پیش از این، آژانس‌های مسافرتی خدماتی را از خدمات‌دهنده‌های داخلی مانند هتل‌ها دریافت می‌کردند و همچنین برخی خدمات را با همکاری شرکت‌های بین‌المللی مانند ایرلاین‌ها ارائه می‌کردند. دستمالچی افزود: پیش از این، آژانس‌های هواپیمایی باید از چند نرم‌افزار

خلاق‌ها تولید محتوای تخصصی برای روستاها را سرعت دادند

ظرفیت‌ها به نمایش درمی‌آید

روستاییان ارائه خواهد کرد. مراد حسینی با تاکید بر اهمیت ایجاد ارتباط دوسویه با مخاطب گفت: برخی از خدمات این سامانه شامل امکان فروش مستقیم محصولات کشاورزان و اجاره ماشین‌آلات مورد استفاده در روستاها خواهد بود. همچنین به واسطه این سامانه خدمات حمل و نقل نیز به روستاییان ارائه می‌شود. مدیرعامل روستا تی وی ضمن توضیح بازه‌های زمانی فعال شدن این خدمات، افزود: قرار گرفتن اپلیکیشن روستا تی وی و خدمات روستا در تی وی پاکس‌ها، امکان ارتباط گسترده‌تری را برای این رسانه فراهم می‌کند. تمام تلاش ما این است که روستاییان و عشایر گرانشگر ما بدانند که صاحب مالک واقعی این رسانه آنها هستند و این رسانه تلاش دارد تا به تریبون بازگویی مسائل و چالش‌های موردنظر آنها تبدیل شود. وی همچنین بیان کرد: واحد تحقیق و توسعه این مجموعه خلاق برنامه‌های زیادی نیز برای آینده در نظر گرفته است. ایجاد مکان‌های فیزیکی واقعی در قلب شهرها که نشانگر زندگی واقعی روستایی باشد، یکی از این برنامه‌ها است. شهروندان ما با حضور در این مکان‌ها می‌توانند از تجربه پخت واقعی نان در تنور یا شیردوشی به سبک روستایی لذت ببرند و با زندگی هم‌میهن‌شان در روستاها آشنا شوند.

یک فعال حوزه صنایع نرم و خلاق با راه‌اندازی تلویزیون ویژه روستاها توانسته است به شکل تخصصی ظرفیت‌های این بخش از اجتماع را بازتاب دهد. سامان مرادحسینی، مدیرعامل شرکت خلاق سامان فیلم گلستان و روستا تی وی گفت: ما تلاش کردیم تا یک تلویزیون اینترنتی روستایی در سطح ملی باشیم و خوشبختانه این رسانه با حضور سوزنا ستاری معاون علمی و فناوری رئیس‌جمهوری افتتاح شد و آغاز به کار کرده است. مدیرعامل روستا تی وی در ادامه افزود: این رسانه با تولید محتوای تخصصی توانسته است به هاب خبر مرتبط با روستائیشناسان و عشایر عزیز کشورمان تبدیل شود. کلیه محتوای عرضه شده در این رسانه هم از خبر، گفت‌وگو، مصاحبه، مناظره، ویدئوها، فیلم و هر محتوای دیگر تلاش کرده است که بازتاب‌دهنده فرهنگ، مشکلات، ظرفیت‌ها و مسائل و دغدغه‌های موردنظر روستاییان باشد. این فعال حوزه صنایع نرم و خلاق ضمن توضیح روند شکل‌گیری این رسانه گفت: این تلویزیون در حال حاضر در ۹ استان نمایندگی فعال ایجاد کرده است. به زودی نیز اپلیکیشن تخصصی به عنوان بستر بزرگترین سامانه روستایی کشور، مورد بهره‌برداری قرار می‌گیرد. این اپلیکیشن علاوه بر تلویزیون ۲۴ ساعته روستا تی وی، خدماتی را نیز به



کارگاه برندینگ

BRAND

کوکاکولا و استفاده از پلاستیک‌های بازیافتی برای بسته‌بندی نوشیدنی

به قلم: کریستوفر دوئرینگ کارشناس بازاریابی و تبلیغات
ترجمه: علی آل‌علی

کوکاکولا در تازه‌ترین اقدامش از مجموعه بطری‌های پلاستیکی بازیافتی برای بسته‌بندی محصولاتش رونمایی کرده است. این اقدام در راستای توسعه استراتژی قدیمی کوکاکولا برای فعالیت سازگار با محیط زیست صورت گرفته است.

یکی از نگرانی‌های اصلی در زمینه استفاده از پلاستیک‌های بازیافتی از سوی کسب و کارهای حوزه غذا و نوشیدنی مربوط به بحث بهداشتشان است. کوکاکولا در این رابطه آزمایش‌های بهداشتی بسیار زیادی را پشت سر گذاشته است. این امر نقش مهمی در جلب نظر مشتریان به سوی استراتژی تازه کوکاکولا بازی می‌کند. بسیاری از برندها برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف اقدام به استفاده از شعارهای مربوط به حفاظت از محیط زیست می‌کنند. نکته مهم در خصوص کوکاکولا افزایش فشارها به این برند برای فعالیت سازگار با محیط زیست بود. این فشارها در طول یک دهه اخیر از سوی گروه‌های حمایت از محیط زیست به طور قابل ملاحظه‌ای افزایش یافت. با این حساب اقدام تازه کوکاکولا نتیجه همان فشارهای قدیمی از سوی گروه‌های حفاظت از محیط زیست است.

شرکت‌های بسیار زیادی در طول سال‌های اخیر استفاده از پلاستیک‌های بازیافتی را مدنظر قرار داده‌اند. کوکاکولا نیز در این راستا نوآوری قابل ملاحظه‌ای داشته است. یکی از تعهدات اصلی کوکاکولا در این میان کاهش قابل ملاحظه استفاده از پلاستیک در بسته‌بندی محصولاتش است بنابراین کوکاکولا در آینده فعالیت سازگار با محیط زیست بسیار بیشتری را مدنظر قرار خواهد داد. منبع: fooddive.com

توصیه‌های فیس‌بوک برای بازاریابی با استفاده از اینستاگرام ریلز

به قلم: اندرو هانکینسون کارشناس کسب و کار
ترجمه: علی آل‌علی

اینستاگرام در طول ماه‌های اخیر با رونمایی از سرویس ریلز سر و صدای بسیار زیادی به پا کرده است. بسیاری از کاربران و برندها در راستای استفاده از سرویس ریلز از ایده‌های بسیار زیادی استفاده می‌کنند. نکته مهم در این میان هدف اینستاگرام برای فعالیت به عنوان جایگزین تیک تاک است. پلتفرم تیک تاک در طول ماه‌های اخیر با انتقادات بسیار زیادی از سوی نهادهای نظارتی در کشورهای مختلف مواجه شده است. این امر در کنار مسدودسازی تیک تاک در برخی از کشورها نتایج بسیار مهمی برای بازاریاب‌ها و پلتفرم‌های اجتماعی رقیب این برند به همراه داشته است.

تیم فیس‌بوک نسبت به رونمایی از ویدئویی برای ارائه توصیه‌هایی در راستای تولید محتوای بهتر در ریلز اقدام کرده است. بدون تردید وقتی یک سرویس تازه در اینستاگرام رونمایی می‌شود، بازاریاب‌ها و کاربران تا مدت‌ها نسبت به شیوه‌های استفاده از آن وضعیت آزمون و خطا را در پی می‌گیرند. این امر شاید در نگاه نخست بدون هرگونه مشکلی باشد، اما مدت زمان سازگاری کاربران با سرویس موردنظر را به شدت افزایش می‌دهد. تیم فیس‌بوک برای کاهش این زمان اقدام به انتشار ویدئویی برای راهنمایی کاربران کرده است.

استفاده از ریلز در اینستاگرام شباهت بسیار زیادی به ویدئوهای کوتاه در تیک تاک دارد. یکی از توصیه‌های اصلی تیم فنی فیس‌بوک برای استفاده بهتر از بخش ریلز مربوط به ترکیب ایده‌های مختلف است. همچنین برای بازاریابی نیز ترکیب استفاده از ریلز با دیگر سرویس‌های اینستاگرام مدنظر تیم فیس‌بوک قرار دارد.

استفاده از ریلز در روزهای نخست رونمایی‌اش نسبت به دیگر سرویس‌های اینستاگرام به شدت پایین بوده است. این امر مسئولان فیس‌بوک را به شدت نگران کرده است بنابراین تلاش برای نجات ریلز از وضعیت نامناسب هدف اصلی تیم فنی فیس‌بوک از ارائه ویدئوی تازه‌اش بوده است.

مروری بر ایده‌های بازاریابی و محتوای تولیدی کاربران برای اینستاگرام ریلز اطلاعات بسیار مفیدی در اختیار کارآفرینان قرار می‌دهد. هنوز کاربران با ریلز به عنوان یک سرویس مستقل به خوبی کنار نیامده‌اند بنابراین تلاش برندها برای سرمایه‌گذاری بر روی ریلز به عنوان گزینه مکمل بازاریابی بهترین اقدام خواهد بود. در غیر این صورت هزینه‌های بازاریابی کسب و کارها به شدت افزایش خواهد یافت.

منبع: socialmediatoday.com

چالش ارزیابی وضعیت توجه مشتریان به تبلیغات

به قلم: چنل دی ریورا کارشناس بازاریابی و تبلیغات
ترجمه: علی آل‌علی

وضعیت تعامل با مخاطب هدف در عرصه تبلیغات دارای اهمیت بسیار زیادی است. برخی از برندها برای آگاهی از وضعیت بازاریابی و تبلیغاتشان به طور مداوم در حال صرف هزینه‌های گزاف هستند. بدون تردید این امر در بلندمدت هزینه‌های بسیار زیادی روی دست کسب و کارها خواهد گذاشت. همیشه بهترین راهکارها در عرصه بازاریابی و تبلیغات به صرف هزینه‌های گزاف ختم نمی‌شود. استفاده از معیارهای مشخص برای ارزیابی وضعیت توجه مشتریان به تبلیغات برند دارای اهمیت بسیار زیادی است. برخی از برندها در این میان به طور مداوم بدون تعیین معیار نسبت به ارزیابی وضعیت بازاریابی اقدام می‌کنند. چنین فعالیتی‌هایی هرگز مشکلات کسب و کار را به طور کامل حل نخواهد کرد. پرسش اصلی در زمینه ارزیابی میزان توجه مشتریان به تبلیغات برند مربوط به چگونگی تعیین معیارهای مناسب است. این امر در ادامه مقاله کنونی به طور مشخص مورد توجه قرار خواهد گرفت بنابراین در ادامه به بررسی برخی از معیارهای مهم در این راستا می‌پردازیم.

ارزیابی با معیارهای محلی

استفاده از معیارهای مناسب در زمینه ارزیابی وضعیت توجه مشتریان مهمترین نکته برای شروع کار است. بسیاری از برندها برای ارزیابی وضعیت کمپین بازاریابی‌شان به طور مداوم به معیارهای مختلف توجه نشان می‌دهند. این امر مشکلات بسیار زیادی برای کسب و کارها به همراه خواهد داشت. توصیه اساسی در این بخش تلاش برای استفاده از معیارهای محلی است. وقتی از مفهوم ارزیابی صحبت می‌کنیم، باید نسبت به دامنه مشتریان نیز توجه داشته باشیم. استفاده از معیارهای جهانی برای ارزیابی وضعیت توجه مشتریان محلی به کمپین تبلیغاتی برند همیشه همراه با مشکلاتی خواهد بود بنابراین بهترین راهکار تلاش برای شخصی‌سازی معیارهای مختلف در عرصه بازاریابی و تبلیغات است. در غیر این صورت برندها باید به طور مداوم ارزیابی‌شان را تکرار نمایند.

عدم اتکا بر روی یک معیار واحد

استفاده از معیارهای مختلف برای ارزیابی وضعیت کمپین اهمیت بسیار

زیادی دارد. برخی از برندها به طور مداوم از یک معیار مشخص برای ارزیابی استفاده می‌کنند. این امر در حوزه ارزیابی وضعیت تبلیغات نیز مشاهده می‌شود. مهمترین ایراد در این میان ترسیم تصویری ناقص از وضعیت تبلیغاتی برند در صورت استفاده انحصاری از یک معیار خاص است. این امر در بسیاری از مواقع برای بازاریاب‌ها همراه با مشکلاتی است بنابراین باید با احتیاط نسبت به انتخاب چند معیار مختلف اقدام کرد. وقتی نتیجه ارزیابی وضعیت تبلیغاتی برند و میزان توجه مشتریان به محتوای کمپین یکدست باشد، بدون تردید یکجای کار دارای ایراد است. ارزیابی‌های مربوط به حوزه تبلیغات در صورت استفاده از معیارهای مختلف پراکندگی قابل ملاحظه‌ای را نشان خواهد داد بنابراین همیشه باید نسبت به استفاده درست از معیارها و عدم اتکای صرف به یک مورد توجه داشته نماییم.

یافتن معیارهای مهم برای برند

هر برندی در حوزه بازاریابی دارای اهداف مشخصی است. وقتی یک برند برای طراحی محتوای تبلیغاتی‌اش اهدافی را تعیین می‌کند، نظم مشخصی در حوزه فعالیتش خواهد داشت. متأسفانه بسیاری از برندها در عمل هیچ هدفی برای فعالیت تبلیغاتی ندارند. این امر کیفیت محتوا و همچنین تاثیرگذاری‌اش را به شدت کاهش می‌دهد.

وقتی توصیه‌هایی برای بازاریابی و تبلیغات بهتر را مورد بررسی قرار می‌دهیم، اغلب بر روی گونه‌های عادی تبلیغات تمرکز دارند. مسئله مهم در این میان توجه به نیازهای تبلیغاتی برند و شیوه کنار آمدن با شرایط آن است. اگر برای کمپین‌های برندها از شیوه‌های ارزیابی کلیشه‌ای و ساده استفاده کنیم، به احتمال زیاد با مشکلات فراوانی مواجه خواهیم شد. درست به همین خاطر باید نسبت به تعیین معیارهای مهم برای برندها اقدام نماییم. این امر نتایج ارزیابی میزان توجه مشتریان به محتوای برندها را کاربردی خواهد ساخت. در غیر این صورت کسب و کارها باید به طور مداوم نسبت به کاربردی ساختن نتایج یافته‌های تبلیغاتی‌شان نگران باشند.

استفاده از نتایج ارزیابی برای بهبود کیفیت کمپین

وقتی نقاط قوت و ضعف یک کمپین شناسایی می‌شود، باید نسبت

به رفع آنها در کمپین‌های بعدی اقدام کرد. میزان توجه مشتریان به کمپین‌های بازاریابی برند پیام‌های مشخصی را به همراه دارد. وقتی توجه مشتریان نسبت به کمپین اخیر برند در مقایسه با نمونه‌های قبلی به طور قابل ملاحظه‌ای کاهش پیدا می‌کند، ایراد اساسی در کار است بنابراین باید به سرعت نسبت به رفع مشکل موردنظر اقدام کرد. برخی از برندها پس از ارزیابی وضعیت توجه مشتریان به محتوای تبلیغاتی‌شان دیگر فعالیتی را ساماندهی نمی‌کنند. این امر به معنای ناتوانی برای استفاده از نتایج ارزیابی‌ها به منظور بهبود کیفیت بازاریابی است.

تلاش برای بیان داستانی جذاب از فرآیند ارزیابی وضعیت کمپین‌ها و توجه مشتریان همیشه ایده جذابی است. مشتریان همیشه علاقه‌مند به مشاهده تلاش کسب و کارها برای تولید محتوای بهتر هستند بنابراین نمایش شیوه ساماندهی فرآیند ارزیابی کیفیت محتوای تبلیغاتی مزیت رقابتی برندها خواهد بود. گاهی اوقات کسب و کارها با استفاده از شیوه‌های ساده مانند داستان‌سرایی موفق به جلب نظر مخاطب هدف می‌شوند. این امر شاید در نگاه نخست بسیار ساده و عجیب باشد، اما ایده‌های داستان‌سرایی همیشه پیچیده نیست. برخی از ایده‌های ساده مانند نمایش پشت صحنه طراحی فرآیند ارزیابی میزان توجه مشتریان به محتوای تبلیغاتی برند به اندازه کافی جذاب به نظر می‌رسد.

شناسایی نکات مهم برای مشتریان

وقتی فرآیند ارزیابی میزان توجه مشتریان به محتوای تبلیغاتی پایان می‌پذیرد، باید نکات مهم از نظر مشتریان به درستی تبیین شود. اغلب اوقات داده‌های خام از فرآیند ارزیابی به درد کسب و کارها نمی‌خورد. درست به همین خاطر پردازش داده‌های اولیه مهم است. تلاش برای استنباط تغییر رفتار و سلیقه مشتریان یکی از مهارت‌های مهم در عرصه تبلیغات است. بسیاری از برندها در این راستا ناتوان هستند. دلیل این امر نیز عادت بازاریاب‌ها برای استفاده از اطلاعات آماده است بنابراین یکی از چالش‌های مهم در حوزه تبلیغات مربوط به پردازش اطلاعات خام خواهد بود. بدون تردید ابزارهای دارای هوش مصنوعی در این میان کمک شایانی به کسب و کارها می‌کند.

شبکه‌های اجتماعی، پیش‌نیاز روابط عمومی موفق

بر روی مخاطب هدف هزینه‌های بسیار زیادی را پرداخت می‌کنند. نکته مهم در این میان ضرورت کاهش هزینه‌های کسب و کار برای تداوم فعالیت در شرایط دشوار کنونی است. حضور در شبکه‌های اجتماعی امکان کاهش هزینه‌ها به بهترین شکل را به همراه دارد.

تعامل نزدیک با مشتریان برند همیشه دارای اهمیت است. برخی از برندها برای پیگیری اهداف روابط عمومی تعامل بسیار اندکی با مشتریان دارند. اگر کسب و کار شما دارای دامنه مناسبی از مشتریان وفادار است، تلاش برای سرمایه‌گذاری بر روی آنها به عنوان منبع اطلاعاتی مهم ضروری خواهد بود. استفاده از نظرات و ایده‌های مشتریان در حوزه روابط عمومی امکان کاهش هزینه‌ها و ارائه ایده‌های کاربردی را به همراه خواهد داشت. درست مانند حوزه بازاریابی، در اینجا نیز همکاری نزدیک با مشتریان وفادار برند موجب کسب موفقیت‌های پایدار خواهد شد. وقتی رابطه میان یک برند و مشتریان مناسب نباشد، همیشه سایه شهرت منفی بر روی برند موردنظر خواهد بود. حضور مناسب در شبکه‌های اجتماعی برای بهبود رابطه میان برند و مشتریان یکی از پیش‌نیازهای مهم برای بازاریابی و فعالیت روابط عمومی مناسب محسوب می‌شود.

منبع: entrepreneur.com

برای روابط عمومی به صورت سنتی بدون شک با شکست همراه خواهد بود.

اغلب کارآفرینان در مورد شبکه‌های اجتماعی مهم برای حوزه روابط عمومی پرسش‌های زیادی را مطرح می‌کنند. انتخاب یک پلتفرم و تمرکز صرف بر روی آن اقدام اشتباهی است دلیل این امر نیاز به حضور در شبکه‌های اجتماعی مختلف و تعامل با کاربران در تمام آنهاست. انتخاب تعدادی از پلتفرم‌های مناسب برای پیگیری فعالیت روابط عمومی همیشه چالش مهمی محسوب می‌شود. یکی از ساده‌ترین کارها در این میان توجه لازم را نشان نمی‌دهند بنابراین به طور مداوم با مشکلاتی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف مواجه می‌شوند. مهمترین پیش‌نیاز برای فعالیت روابط عمومی مناسب در حوزه کسب و کار مربوط به حضور در شبکه‌های اجتماعی است. دلیل این امر تمایل بسیار بالای کاربران برای حضور در این فضا است. بر اساس گزارش انجمن خبرنگاران آمریکا، ۶۱ درصد از کاربران در شبکه‌های اجتماعی تمایل به ارتباط با برندها از طریق همین فضا دارند. معنای ضمنی این امر شکست استراتژی کسب و کارها برای روابط عمومی در خارج از فضای شبکه‌های اجتماعی است بنابراین برنامه کسب و کارها

به قلم: میشل گارت کارفرین و مشاور حوزه روابط عمومی
ترجمه: علی آل‌علی

کسب و کارها در طول سال‌های اخیر به طور قابل ملاحظه‌ای تمرکزشان بر روی حوزه بازاریابی و روابط عمومی افزایش پیدا کرده است. بسیاری از برندها در حال صرف هزینه‌های بسیار زیادی برای تشکیل تیم‌های حرفه‌ای روابط عمومی هستند. نکته مهم در این میان توجه به پیش‌نیاز موفقیت در حوزه روابط عمومی است. بسیاری از برندها به این نکته مهم توجه لازم را نشان نمی‌دهند بنابراین به طور مداوم با مشکلاتی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف مواجه می‌شوند. مهمترین پیش‌نیاز برای فعالیت روابط عمومی مناسب در حوزه کسب و کار مربوط به حضور در شبکه‌های اجتماعی است. دلیل این امر تمایل بسیار بالای کاربران برای حضور در این فضا است.

بر اساس گزارش انجمن خبرنگاران آمریکا، ۶۱ درصد از کاربران در شبکه‌های اجتماعی تمایل به ارتباط با برندها از طریق همین فضا دارند. معنای ضمنی این امر شکست استراتژی کسب و کارها برای روابط عمومی در خارج از فضای شبکه‌های اجتماعی است بنابراین برنامه کسب و کارها



ایستگاه بازاریابی

معرفی چند تاکتیک بازاریابی پایدار که کاربرد موثری برای استارت آپها دارد

تمرین‌های تجاری پایدار، منافعی را برای بسیاری از شرکت‌ها در بر دارد؛ آیا شما نیز از همین تمرین‌ها استفاده می‌کنید؟ به محض اینکه شرکت‌ها بخواهند برنامه‌های پایداری خود را به بازوهای تولیدکننده سود و منفعت تبدیل کنند، افراد داخل کمپانی که به حمایت از کسب و کار سبز می‌پردازند نیز به عنوان مدیران توسعه‌دهنده معرفی می‌شوند.

شرکت‌های بزرگی همچون فورد، کوکاکولا، تویوتا و استارت‌آپ‌های دیگر، برنامه‌های پایداری خود را در کمپین‌های بازاریابی اعمال کرده‌اند. البته لازم به ذکر است که برخی افراد هنوز هم ابتکارهای موجود در کسب و کارهای سبز را اتلاف وقت و منابع می‌دانند بنابراین این رویکرد نگران‌کننده است.

خطرات برنامه‌های پایداری بازاریابی شامل موارد زیر است:

- درخواست ناشناخته مصرف‌کننده
- عدم درک و فهمیده شدن از طرف برخی گروه‌های خاص بازار
- ایجاد نگرانی بر سر دیدگاه‌های متفاوت مصرف‌کنندگان
- بسه وجود آمدن پرسش‌هایی در زمینه تاثیر آن بر رفتارهای خرید

بسیاری از کمپانی‌ها به خوبی توانستند این خطر را پشت سر بگذارند و به موفقیت دست یابند، اما برخی هنوز هم در گام اول باقی مانده‌اند.

تمرین‌های پایداری، به نفع تمامی سازمان‌های بزرگ و کوچک است. یکی کردن پایداری می‌تواند عملکرد کمپانی را بهبود بخشد، علاوه بر اینکه بر جوامع آنها نیز تاثیرگذار است و می‌تواند در ارتقای شهرت و تلاش‌های بازاریابی، نقشی اساسی داشته باشد.

فضای رقابتی شدیدی در بازارهای تجاری وجود دارد؛ بدین ترتیب، این احتمال وجود دارد که کسب و کارهای دیگری نیز در همین بازار وجود داشته که عیناً همان محصول شما، با همان کیفیت، قابلیت‌ها و قیمت مشابه را ارائه می‌دهد.

در اکثر مواقع، نیاز به یک هدف بزرگتر و تعیین ماهیت ارزشی به عنوان پشتوانه مأموریت شرکت احساس می‌شود؛ این روند می‌تواند پایگاه‌های مشتریان وفادار را جذب کند.

بازاریابان چگونه می‌توانند از پایداری به عنوان اهرمی در کمپین‌هایی که برای سودآوری به وجود آورده‌اند، استفاده کنند؟ بیشتر شرکت‌ها، حداقل برای یک بار، ایده اجرای یک طرح پایداری و عناصر کسب و کار سبز را در مأموریت خود، در نظر گرفته‌اند. شرکت‌ها برای به دست آوردن ROI (بازگشت سرمایه) از برنامه‌های پایداری، باید برنامه‌های پایداری خود را بازاریابی کنند و با امان‌های هسته‌ای برند خود، آنها را گسترش دهند.

برنامه پایداری باید بازوی تولید سود و منفعت باشد که اعضای تیم بازاریابی بتوانند از آن به عنوان منبع محتوای غنی در پست‌های بلاگ، کاغذهای سفید، شبکه‌های اجتماعی، ویدئوها و اینفوگرافیک‌ها استفاده کنند.

شرکت‌هایی که از برنامه‌های پایداری بهره می‌گیرند، در وب‌سایت‌های خود که دائماً در حال انتشار داده‌های مرتبط، گزارش و لینک به مطالعات مرتبط است، از آن استفاده می‌کنند. تلاش‌هایی که در زمینه بازاریابی محتوا انجام می‌دهید باید نشان‌دهنده ارزش‌هایی باشد که کمپانی شما به مشتریان و جوامع ارائه می‌دهد.

زمانی که داستان‌های پایداری شرکت خود را با دیگران به اشتراک می‌گذارید، به یاد داشته باشید که پاسخ به این سوالات را در آن بگنجانید:

- شرکت شما چه منافعی را به مشتریان ارائه می‌دهد؟
- شما در حل چه مشکلاتی می‌توانید به مردم کمک کنید؟
- شرکت شما از چه روش‌هایی می‌تواند برای جامعه خود مفید باشد؟

• کارکنان شما چه کسانی هستند؟ مهارت‌های آنها به چه شکلی می‌تواند در ارزشی که شرکت شما ارائه می‌دهد، نقش داشته باشد؟

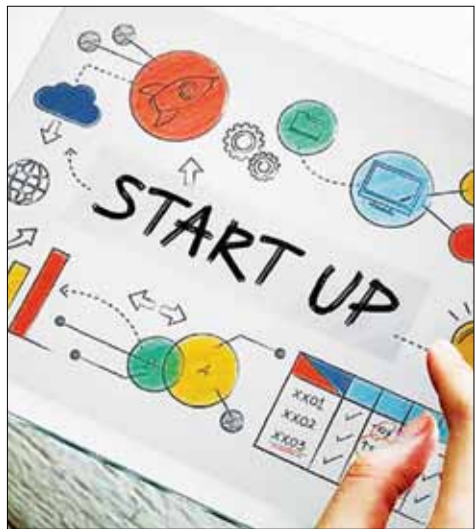
• مأموریت شما چیست؟ سازمان شما ترجیح می‌دهد به چه جوامعی کمک کند؟

تحقیقات نشان می‌دهد که مصرف‌کنندگان به دنبال ایجاد ارتباط عمیق‌تر با برندهایی هستند که با آنها کار می‌کنند. انتشار برنامه‌های پایداری از طریق بازاریابی محتوا و با استفاده از پلتفرم‌های شبکه‌های اجتماعی، به شرکت‌ها کمک می‌کند تا یک ارتباط احساسی را با مصرف‌کنندگانی ایجاد کنند که ارزش‌های مشابهی را در نظر دارند.

ارتقای تکنولوژی سبز کمپانی، نوآوری اجتماعی و ابتکارات مربوط به محیط زیست، باعث می‌شود که ارتباطات عمومی مثبت و رایگانی را از طریق رسانه‌ها به دست آورید.

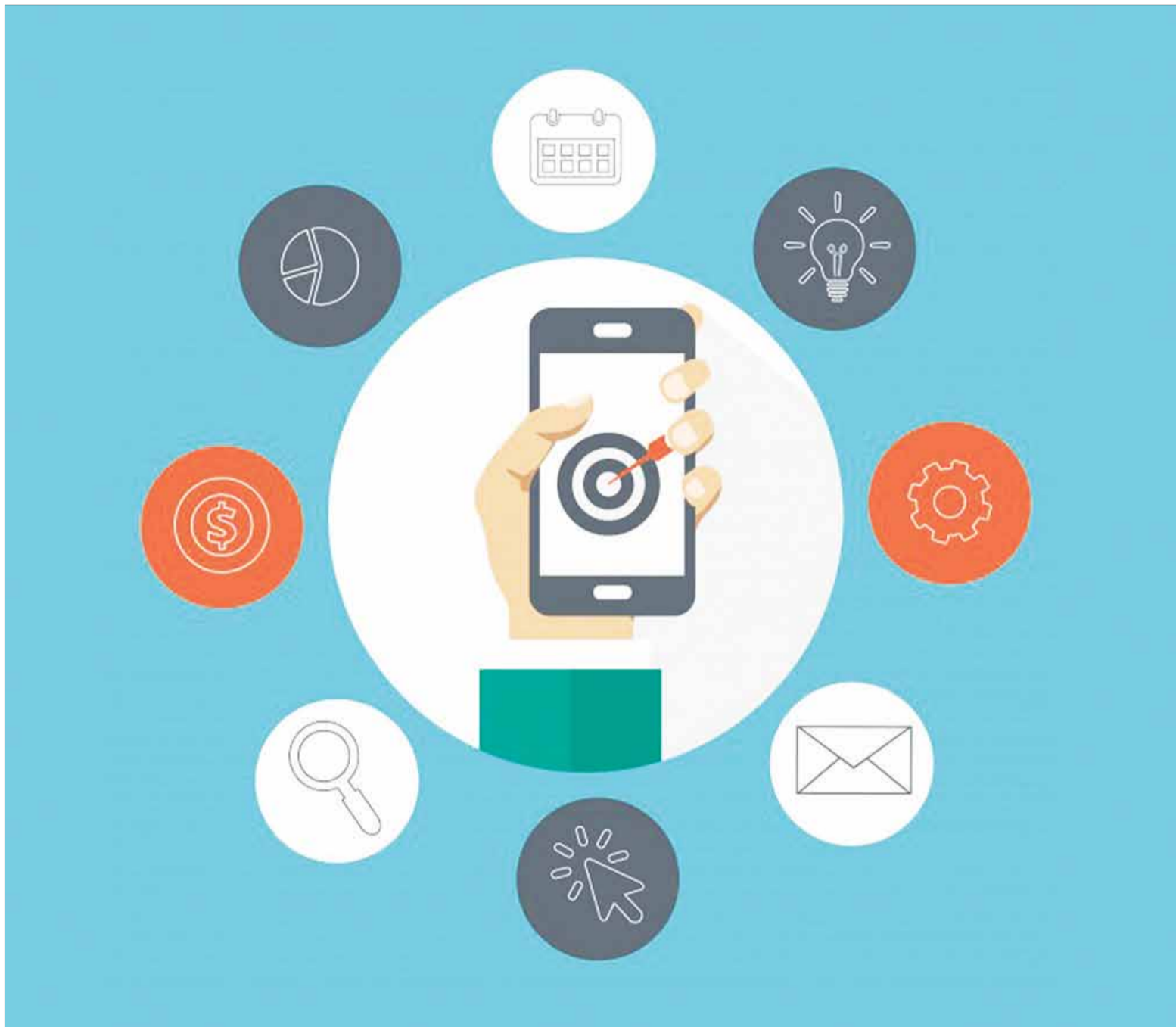
کمپانی‌ها هر روز به دنبال کشف راه‌های نوآورانه برای برطرف کردن مشکلات جهان هستند، بازاریابان نیز به صورت همگام تلاش می‌کنند تا با استفاده از محتوای مرتبط، داستان‌هایی که شرکت از طریق آنها به رفع مشکلات جامعه پرداخته است را تعریف کنند.

منبع: INC/ucan



طراحی کمپین بازاریابی در عصر تیک تاک

بررسی راهکارهایی برای بازاریابی در تیک تاک



به قلم: کریس پائی کرشنس بازاریابی

ترجمه: علی آل‌علی

رسمی‌شان از سوی تیم بازاریابی است. سپس در زمینه انتخاب شعار بازاریابی، با استفاده از اهداف اصلی، بهترین شعارهای ممکن انتخاب می‌شود. شاید در نگاه نخست این فرآیند بیش از اندازه ساده به نظر برسد. نکته مهم در این میان وفاداری به چنین الگویی برای طراحی کمپین بازاریابی است. در غیر این صورت کسب و کارها به شدت با مشکل برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف مواجه خواهند شد.

خلاصه‌سازی کمپین

کمپین‌های بازاریابی باید در کوتاه‌ترین شکل ممکن ارائه شود. ایراد اصلی برخی از برندها تلاش برای بیان نکات متعدد در قالب یک کمپین است. اگر محتوا و پیام‌های زیادی برای بیان به مخاطب هدف داریم، باید چندین کمپین را مدنظر قرار دهیم. یکی از الگوهای ساده در این میان تلاش برای استفاده از کمپین‌های دنباله‌دار است. البته کمپین‌های دنباله‌دار باید محدود به ۳ یا ۴ قسمت شود. در غیر این صورت مخاطب هدف حوصله لازم برای پیگیری کمپین را نخواهد داشت.

اهمیت ویدئوهای کوتاه

تیک تاک پلتفرمی برای به اشتراک‌گذاری ویدئوهای کوتاه است بنابراین بازاریابی در این پلتفرم نیز باید با استفاده از ویدئوهای کوتاه صورت گیرد. بسیاری از برندها برای تعامل با مخاطب هدف نیاز به مشاهده محتوای جذاب دارند. بسیاری از برندها محتوای جذاب را در قالب ایده‌ها بررسی می‌کنند. مهمترین معیار برای ارزیابی یک کمپین و محتوای بازاریابی در تیک تاک کوتاهی‌اش است. اگر ویدئوهای تیک تکی برندها طولانی باشد، هیچ کاربری به آنها توجه نشان نخواهد داد. این امر در میان بسیاری از برندها در دسترس شده است.

بازاریاب‌ها پیش از ورود به عرصه بازاریابی در تیک تاک باید نسبت به مطالعه برخی از تفاوت‌های این پلتفرم با دیگر شبکه‌های اجتماعی اقدام نمایند. در غیر این صورت مشکلات بسیار زیادی پیش روی آنها قرار خواهد گرفت. بسیاری از کمپین‌های شکست خورده در تیک تاک به دلیل عدم توجه بازاریاب‌ها به تفاوت محیط تیک تاک با دیگر پلتفرم‌ها روی می‌دهد. بنابراین اندکی مطالعه پیش از ورود به عرصه بازاریابی در تیک تاک ضروری است.

توجه به سبک ویدئوها

رعایت یک سبک مشخص برای تولید ویدئوهای بازاریابی در تیک تاک دارای اهمیت است. بسیاری از برندها برای بازاریابی و تعامل با مخاطب هدف از سبک‌های متفاوتی استفاده می‌کنند. این امر شاید در نگاه نخست به معنای افزایش جذابیت‌های بازاریابی برندها باشد، اما در بلندمدت موجب دل‌سردی کاربران نسبت به دنبال کردن برند مورد نظر می‌شود. امروزه تمام برندهای بزرگ دنیا دارای سبک خاصی برای تولید ویدئوی بازاریابی هستند. این امر به آنها برای ایجاد رابطه‌ای طولانی مدت با مخاطب هدف کمک می‌کند. کاربران در شبکه‌های اجتماعی فقط ۳ ثانیه به هر ویدئو برای اثبات ارزشمندی‌اش فرصت می‌دهند بنابراین اگر ویدئوی بازاریابی برنمان از سبکی مشخص استفاده نماید، به سادگی امکان تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف فراهم خواهد شد.

امروزه بازاریابی باید با توجه به نکات متعددی صورت گیرد. بسیاری از برندها دیگر امکان سرمایه‌گذاری بر روی پلتفرم‌های بازاریابی سنتی را ندارند. این امر حتی در حوزه شبکه‌های اجتماعی نیز به چشم می‌خورد. استفاده از تیک تاک در میان بازاریاب‌ها روز به روز در حال گسترش است. شاید این امر در نگاه نخست اهمیت بسیار زیادی برای آینده دنیای بازاریابی نداشته باشد. تیک تاک در هر صورت یکی دیگر از چندین شبکه اجتماعی در دسترس بازاریاب‌ها محسوب می‌شود. نکته مهم در این میان گسترش غیرمنتظره تیک تاک و شهرت بسیار بالای آن در میان برخی از مشتریان مانند نسل جوان است بنابراین امکان برخورد عادی بازاریاب‌ها با این پلتفرم مهم وجود ندارد.

بازاریابی در تیک تاک اغلب برای بازاریاب‌ها نوعی مشکل به حساب می‌آید. برخی از بازاریاب‌ها در مسیر تعامل با مخاطب هدف به تکنیک‌های سنتی اتکا دارند. تیک تاک به دلیل محیط کاربری و ماهیت متفاوتش در مقایسه با دیگر پلتفرم‌های اجتماعی نیاز به استفاده از شیوه‌های نوآورانه برای بازاریابی دارد. در ادامه به برخی از نکات مهم برای بازاریابی موفق در تیک تاک اشاره خواهیم کرد.

تعریف مخاطب هدف

بازاریابی در هر پلتفرمی باید با تمرکز بر روی یک مخاطب هدف صورت گیرد. وقتی کمپین بازاریابی دارای مخاطب هدف مشخصی باشد، امکان سرمایه‌گذاری بر روی آنها و تعامل اختصاصی فراهم خواهد شد. این امر در مورد کمپین‌های بی‌هدف و بدون مخاطب، کمتر به چشم می‌خورد. یکی از نکات مهم برای هر برندی صرفه‌جویی در هزینه‌های کسب و کار است. این امر به معنای کاهش هزینه‌های سرسام‌آور بازاریابی به منظور تداوم فعالیت در بازار است. اگر کسب و کار شما نیز در پی چنین هدفی است، باید نسبت به اجرای درست‌ش اقدام نماییم.

استفاده از معیارهایی نظیر سن، جنسیت، محل سکونت، تحصیلات و محصولات مورد علاقه مهمترین نکات برای یافتن مخاطب هدف مناسب است.

تعیین شعار و هدف برند

هدف هر برند از بازاریابی متفاوت است. امروزه کمتر برندهایی دارای اهداف مشترک در زمینه بازاریابی هستند. این امر به نوبه خود موجب جذابیت هرچه بیشتر دنیای بازاریابی شده است. پیش از طراحی کمپین بازاریابی باید نسبت به اهداف برند تمرکز نماییم. این امر در سایر حوزه‌ها نظیر انتخاب شعار اصلی بازاریابی نیز کاربردی خواهد بود. یکی از ایرادات اصلی کسب و کارها عدم توجه به اهمیت ارتباط میان هدف برند و شعارهای بازاریابی است. همین امر موجب ناتوانی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف می‌شود.

برندهای بزرگی نظیر اپل، نایک یا دیزنی به خوبی از اهداف اصلی‌شان در حوزه بازاریابی اطلاع دارند. دلیل این امر طبقه‌بندی اهداف و اعلام

تغییر سبک بازاریابی به طور مداوم ایده مناسبی نیست. درست به همین خاطر کسب و کارها پیش از ورود به عرصه بازاریابی در تیک تاک باید نسبت به سبک اصلی ویدئوهای‌شان فکر کنند. این امر شاید در وهله نخست زمان بسیار زیادی از بازاریاب‌ها بگیرد، اما موفقیت بلندمدت‌شان را تضمین خواهد کرد.

توجه به حوزه سنو

بحث سنو در زمینه بازاریابی یکی از چالش‌برانگیزترین موضوعات محسوب می‌شود. بسیاری از برندها علی‌رغم تولید محتوای بازاریابی جذاب در عمل شانس چندانی برای تعامل با مخاطب هدف پیدا نمی‌کنند. این امر شاید در نگاه نخست ناشی از ناتوانی برای تاثیرگذاری مناسب بر روی مخاطب هدف باشد، اما در اغلب موارد به دلیل عدم رعایت تکنیک‌های سنو صورت می‌گیرد.

بسیاری از برندها تکنیک‌های سنو را مربوط به سایت‌ها می‌دانند بنابراین در زمینه رعایت آنها برای بازاریابی در پلتفرم‌های اجتماعی توجهی نشان نمی‌دهند. تلاش برای استفاده از تکنیک‌های مدیریت سنو در تیک تاک یکی از مهمترین نکات برای هر برندی خواهد بود. این امر میزان بازدید محتوا از سوی کاربران را به شدت افزایش می‌دهد. کاربران به هر حال برای جست‌وجوی محتوا در تیک تاک از همان شیوه‌های رایج برای جست‌وجو در موتورهای مانند گوگل استفاده می‌کنند بنابراین تکنیک‌های بازاریابی و سنو در گوگل برای تیک تاک نیز کاربردی خواهد بود.

تعیین مدت‌زمان نمایش محتوا

هر کمپین و محتوای بازاریابی باید برای مدت زمانی محدود در شبکه‌های اجتماعی پخش شود. یکی از مهمترین نکات در این میان غفلت برندها نسبت به پخش محدود محتوای‌شان است. نتیجه این امر اغلب اوقات پخش محتوای بازاریابی برای مدت زمانی بسیار طولانی است. اگر این امر به طور قابل ملاحظه‌ای مدنظر برندها قرار نداشته باشد، کاربران به طور مداوم نسبت به فقدان خلاقیت برند شکایت خواهند داشت.

امروزه مدت زمان نمایش و اجرای کمپین‌های بازاریابی به شدت متغیر است. با این حال اگر یک محتوای بازاریابی برای بیش از ۲ هفته نمایش داده شود، باید نسبت به کیفیت محتوا و شیوه‌های بازاریابی تردید نماییم. بسیاری از برندها برای بازاریابی و تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف هزینه‌های بسیار زیادی را پذیرا می‌شوند. با این حساب نسبت به حوزه بازاریابی به دلیل اجرای طولانی کمپین برای هر بازاریابی دشوار خواهد بود.

همکاری با آژانس‌های مشاوره‌ای

بسیاری از برندها در زمینه ورود به بازاریابی در تیک تاک مشکلات بسیار زیادی را پشت سر قرار می‌دهند. این امر تاثیر انکارناپذیری بر روی کیفیت محتوای بازاریابی چنین برندهایی دارد. مهمترین مسئله در این میان تلاش برای بازاریابی و جلب نظر مخاطب هدف با استفاده از تکنیک‌های کاربردی است. یکی از راهکارهای مناسب در این میان همکاری با برخی از برندها و آژانس‌های مشاوره‌ای در حوزه بازاریابی است. اگر این امر مدنظر برندها قرار داشته باشد، کیفیت محتوای بازاریابی‌شان به شدت افزایش خواهد یافت.

منبع: noobpreneur.com

نکاتی برای مدیریت بهتر کسب و کار

ترجمه: علی آل‌علی: براساس گزارش موسسه OCCMundial، نزدیک به ۶۰ درصد از شاغلان در حوزه‌های مختلف آینده‌ای در حوزه مدیریت برای خودشان ترسیم می‌کنند. این امر به معنای جذابیت حوزه مدیریت برای کارآفرینان و به طور کلی تمام افراد شاغل در حوزه‌های مختلف است. بدون شک مدیریت کسب و کار یا همکاری با یک برند به عنوان مدیر ارشد دارای جذابیت‌های بسیار زیادی است. با این حال در کنار جذابیت‌های حوزه موردنظر نیاز به مهارت‌ها و ویژگی‌های خاصی نیز احساس می‌شود. همین امر در ابتدا مسیر ورود به عرصه مدیریت بسیاری از افراد را ناامید می‌سازد.

مدیران موفق عادت‌های مطلوبی دارند. همین امر روند موفقیت آنها را به طور مداوم توسعه می‌دهد. در نقطه مقابل، افراد تازه وارد به حوزه مدیریت به طور معمول دارای شیوه‌های مشخص برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف نیستند. هدف اصلی در مقاله کنونی بررسی برخی از نکات مهم برای تبدیل شدن به مدیران بهتر در حوزه کسب و کار است. در ادامه این موضوع را در قالب برخی نکات و توصیه‌های کاربردی پیگیری خواهیم کرد.

کسب مهارت در حوزه کسب و کار

فعالیت در حوزه کسب و کار به معنای ضرورت تخصص یافتن در حوزه‌ای خاص است. بدون این نکته مدیران دارای اطلاعات عمومی از حوزه‌های متعدد و ناتوانی برای تاثیرگذاری بر روی یک بخش خاص خواهند بود. اغلب اوقات مدیران موفق دارای مهارت‌های تخصصی هستند. بی‌شک کارآفرینان از همان ابتدا دارای مهارت‌های تخصصی نیستند بنابراین باید مهارت‌های موردنظر در طول زمان کسب شود. شرکت در دوره‌های آموزشی و تلاش برای یادگیری نکات مختلف از مدیران موفق بهترین راهکارها برای ارتقای مهارت‌های کاری محسوب می‌شود. هرچه مدیران دارای تخصص بیشتری در یک حوزه خاص باشند، شانس بالاتری برای تاثیرگذاری بر روی کارمندان و بازار خواهند یافت.

اعتماد به نفس

برخی از مدیران به طور مداوم از اعتماد به نفس اندک رنج می‌برند. این امر به معنای ناتوانی برای حضور موفق در بازار کسب و کار است. کارآفرینان باید نسبت به مهارت‌ها و توانایی‌های‌شان اعتماد کامل داشته باشند. در غیر این صورت شانس استفاده از آنها را پیدا نخواهند کرد. نقطه مقابل این امر اتکای بیش از اندازه به مهارت‌های محدودمان است. این امر موجب ناکامی‌های مدیریتی عجیب و غریبی می‌شود بنابراین باید نسبت به محدودیت‌های مدیریتی و مهارتی‌مان نیز اطلاع دقیق داشته باشیم. در غیر این صورت اعتماد بیش از اندازه موجب شکست مدیریتی خواهد شد.

رعایت عدالت در شرکت

فعالیت براساس اصل عدالت برای کارآفرینان اهمیت بسیار زیادی دارد. وقتی یک کارآفرین در جایگاه مدیریتی قرار دارد، کارمندان نسبت به عملکردش داوری خواهند کرد. انتظارات نسبت به رابطه میان مدیران و کارمندان شرکت براساس اصل عدالت بنا می‌شود بنابراین عدم رعایت این نکته مهم برای تمام مدیران نتایج ناگواری به همراه خواهد داشت. نظارت بر عملکرد تیم‌های مختلف شرکت و تلاش برای کسب آگاهی دقیق از وضعیت کارمندان به طور کلی نقش مهمی در رعایت عدالت به بهترین شکل ممکن خواهد داشت. بسیاری از مدیران در عمل آگاهی دقیقی نسبت به وضعیت کسب و کارشان ندارند. همین امر احساس رفتار غیرعادلانه در میان کارمندان را به شدت افزایش می‌دهد.

توجه به انعطاف پذیری

وضعیت دنیای کسب و کار همیشه مطابق انتظار ما نیست. بسیاری از بحران‌ها و چالش‌های کاری بدون هرگونه انتظار قبلی روی می‌دهد بنابراین تقویت انعطاف‌پذیری در سطح مدیریتی دارای اهمیت بسیار زیادی خواهد بود. سالانه با وقوع بحران‌های مالی تعدادی از کسب و کارها ورشکسته می‌شوند. این امر به دلیل فقدان انعطاف‌پذیری مدیران برای کنترل ابعاد بحران روی می‌دهد. بدون تردید اندکی آمادگی برای شرایط غیرمنتظره در هر کسب و کاری ضروری خواهد بود بنابراین مدیران باید نسبت به پیش‌بینی شرایط ناگوار در هر سال تجاری اقدام نمایند. این امر به معنای تعریف سناریوهای مربوط به شکست و چالش مالی در طول سال کاری خواهد بود.

پذیرش مسئولیت‌ها

مدیران در کسب و کارها دارای جایگاه بسیار بالایی هستند. شاید در نگاه نخست تصدی جایگاه‌های عالی در شرکت به معنای مزایای وسوسه‌کننده باشد. نکته مهم در این میان نیاز به مسئولیت‌پذیری گسترده از سوی مدیران است. وقتی یک شکست پیش روی کسب و کار قرار می‌گیرد، مسئول اصلی وضعیت مدیران خواهند بود. متأسفانه برخی از مدیران در مواجهه با شرایط ناگوار اقدام به انتقال مسئولیت به دیگران می‌کنند. این امر نتایج بسیار ناگواری برای کسب و کار به همراه خواهد داشت. اغلب اوقات مدیرانی که مسئولیت کارهای‌شان را قبول نمی‌کنند، به سرعت در میان کارمندان و مشتریان اعتبارشان را از دست می‌دهند.

هدملی با کارمندان

کارمندان همیشه امکان عملکرد مناسب را ندارند. مواجهه با مشکلات کاری یا شخصی برای کارمندان شرایط سختی را فراهم می‌سازد. مهمترین نکته در این میان همدلی مدیران برای بازگشت کسب و کار به مسیر مطلوب گذشته است. اگر این نکته مدنظر کارآفرینان و مدیران قرار نداشته باشد، وضعیت روحی کارمندان در مدت زمانی اندک به شدت افت خواهد کرد. اغلب اوقات کارمندان دارای روحیه پایین و نامناسب توانایی فعالیت مطلوب را نیز از دست می‌دهند. حضور در کنار کارمندان و درک مشکلات‌شان مهمترین خواسته آنها در بازه‌های زمانی دشوار است بنابراین با تقویت این مهارت امکان تعامل بهینه میان مدیران و کارمندان فراهم خواهد شد.

در یافت باز خورد از کارمندان

مدیران موفق برای مدیریت بهینه شرکت به بازخوردهای کارمندان توجه ویژه‌ای دارند. شاید این امر در نگاه نخست نوعی وسواس به نظر برسد، اما در بلندمدت بر کارمندان تاثیر بسیار مطلوبی به همراه دارد. همچنین مدیران با استفاده از این شیوه دامنه وسیعی از بازخوردهای کاربردی را گردآوری خواهند کرد. اغلب اوقات ایجاد تغییرات در نحوه مدیریت شرکت بدون نظرخواهی از اعضا امکان پذیر نیست بنابراین باید به طور مداوم نسبت به نظرخواهی از کارمندان اقدام نمایم. برخی از کسب و کارها برای پیگیری این هدف دارای سامانه‌های ثبت بازخورد هستند، با این حال اگر تعداد کارمندان کسب و کارتان اندک است، تعامل رو در رو به اندازه کافی مناسب خواهد بود.

منبع: entrepreneur.com

بررسی ۷ ویژگی مدیران کسب و کارهای دیجیتال

ویژگی‌های مدیران دیجیتال موفق



صورت جداگانه و همراه با تخصص بالاست.

۶. تمرکز بر روی نتیجه نهایی ممنوع

کارآفرینان و مدیران دیجیتالی هرگز به نتیجه نهایی کارشان فکر نمی‌کنند. آنها اهداف بلندمدت را در کنار اهداف کوتاه مدت مدنظر قرار می‌دهند بنابراین اولویت اصلی آنها دستیابی به موفقیت در رابطه با اهداف کوتاه مدت است. مزیت اصلی این امر کاهش فشار مداوم بر روی تیم‌های کاری خواهد بود. نکته جالب اینکه وقتی فشار کاری بر روی اعضای شرکت کاهش پیدا می‌کند، کیفیت کاری‌شان به طور قابل ملاحظه‌ای افزایش خواهد یافت. این امر به معنای امکان تاثیرگذاری بهتر بر روی کارمندان و پیگیری اهداف کوتاه‌مدت است.

طراحی اهداف کوتاه‌مدت اغلب از طراحی اهداف بلندمدت نیز سخت‌تر است. دلیل این امر ضرورت هماهنگی میان اهداف کوتاه‌مدت با اهداف بلندمدت است. اگر کسب و کارها به این نکته مهم توجه نداشته باشند، تمام فعالیت‌ها و تلاش‌های کسب و کارشان بی‌نتیجه باقی خواهد ماند. این امر اهمیت بسیار زیادی از نقطه نظر کارآفرینان دیجیتال دارد. درست به همین خاطر اغلب اوقات آنها اهداف کوتاه‌مدت را با دقت نظر بالایی طراحی می‌کنند. به این ترتیب دستیابی به اهداف بلندمدت به طور غیرمستقیم و در نتیجه پیگیری اهداف کوتاه‌مدت حاصل می‌شود.

۷. استفاده از هوش مصنوعی

مدیران فعال در حوزه‌های دیجیتال اغلب اوقات نیاز به آگاهی دقیق از ترندها و نوآوری‌های این عرصه دارند. بسیاری از کارشناس‌ها در زمینه ارزیابی وضعیت مدیران دیجیتال بر روی مهارت آنها برای مدیریت دقیق و ۲۴ ساعته کسب و کار تاکید دارند. امروزه بسیاری از مدیران دیجیتال در عمل نظرات اندکی بر روی وضعیت کسب و کارشان دارند. دلیل این امر استفاده از ابزارهای دارای هوش مصنوعی است. نظرات بر روی وضعیت فروش، بازاریابی و هماهنگی با نیازهای بازار زمان زیادی را طلب می‌کند. استفاده از ابزارهای دیجیتال و دارای هوش مصنوعی صرفه‌جویی قابل ملاحظه‌ای در زمان و هزینه مدیران دیجیتالی به همراه دارد. درست به همین دلیل اغلب مدیران دیجیتالی دیگر توجهی به جزئیات در حوزه کسب و کار ندارند.

نظرخواهی از کارمندان برای آشنایی با مشکلات احتمالی کسب و کار یکی از نکات مهم برای کارآفرینان محسوب می‌شود. آنها اغلب اوقات نسبت به مشکلات درونی کسب و کارشان، حتی بیشتر از مشکلات بیرونی، حساسیت نشان می‌دهند. دلیل این امر باور آنها به شروع فرآیند شکست کسب و کار از داخل شرکت است بنابراین برگزاری انواع دوره‌های تقویت روحیه و مهارت‌افزایی کارمندان در دستور کار اغلب مدیران دیجیتال قرار دارد.

امروزه کسب و کارهای دیجیتال در بازارهای مختلف توسعه بسیار زیادی پیدا کرده است. همین امر بسیاری از کارآفرینان را به سوی این عرصه سوق داده است. آشنایی با برخی از ویژگی‌های چنین کارآفرینانی برای موفقیت بلندمدت در این عرصه ضروری خواهد بود. استفاده از مطالب مورد بحث در این مقاله گام موثری برای شروع فعالیت به عنوان یک مدیر دیجیتال موفق خواهد بود.

منبع: cdotrends.com

نوعی واکنش احساسی به عرصه کسب و کار محسوب می‌شود. مهمترین مسئله در این میان نیاز به تعامل منطقی با حوزه کسب و کار است. اگر این نکته مهم مدنظر کارآفرینان قرار نداشته باشد، شانس برای تعامل با بازار و رقابت موثر نخواهند داشت. مهمترین مسئله در این میان امکان الگوبرداری از دیگران در حوزه کسب و کار است. این امر یکی از ترندهای رایج در میان کارآفرینان دیجیتالی محسوب می‌شود بنابراین باید در آینده به آن عادت کنیم.

۳. تخریب مرزهای صنعت

مدیران دیجیتالی با هر نوع محدودیت و مرزی مخالفت دارند. این امر در زمینه مدیریت کسب و کار و ورود به عرصه‌های تازه معنا پیدا می‌کند. بدون تردید محدودیت در عرصه کسب و کار برای تمام کارآفرینان وجود دارد. نکته مهم در این میان تمرکز مدیران ارشد و دیجیتالی بر روی نیمه پر لیوان است. مقابله با محدودیت‌ها و تلاش برای رفع‌شان اهمیت بسیار زیادی دارد. اغلب اوقات نوآوری‌های خلاقانه در حوزه کسب و کار از دل همین فعالیت‌ها خارج می‌شود.

۴. نوآوری فراتر از خلاقیت است

نوآوری و خلاقیت هرگز به یک معنا نیست. بسیاری از مردم این دو مفهوم را درست مانند یکدیگر تصور می‌کنند. وقتی کارآفریان دارای یک ایده تازه برای مدیریت کسب و کار یا تولید محصول هستند، نوآوری معنا پیدا می‌کند. با این حال وقتی از تغییرات کوچک در شیوه‌های جاری صحبت می‌کنیم، خلاقیت وارد عرصه می‌شود. خلاقیت یکی از مهارت‌های موردنیاز برای نوآوری در حوزه کسب و کار است، اما به تنهایی به نوآوری منجر نخواهد شد.

مدیران دیجیتال همیشه تفاوت میان نوآوری و خلاقیت را مورد شناسایی قرار می‌دهند. درست به همین خاطر توانایی قابل ملاحظه‌ای برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف دارند. کسب و کارها همیشه به نوآوری برای موفقیت در بازار نیاز ندارند. گاهی اوقات خلاقیت‌های ساده نیز برای موفقیت بازاریابی و کاری کافی می‌کند. شناسایی مرز میان این دو مفهوم مهمترین نکته برای فعالیت بهینه در حوزه کسب و کارهای دیجیتالی است.

۵. تشکیل تیم با افراد دارای مهارت‌های متنوع

تشکیل تیم‌های کاری یکی از مهمترین نکات برای کسب و کارها محسوب می‌شود. مدیران دیجیتالی همیشه مهارت بالایی برای ترکیب مناسب کارمندان و ایجاد تیم‌های مناسب دارند. اغلب اوقات مدیران سنتی بر روی مهارت‌های یکسان اعضای تیم تاکید دارند. این امر موجب تشکیل یک تیم یکدست از کارمندان می‌شود. کارآفرینان و مدیران دیجیتالی در نقطه مقابل قرار می‌گیرند. آنها به طور مداوم در تلاش برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف به ضرورت تنوع مهارت اعضای تیم توجه دارند. همین امر موجب تشکیل تیم‌های دارای تفاوت‌های معنادار از نظر نوع مهارت‌ها می‌شود.

هر تیم موفق کاری باید مهارت‌های متنوعی را داشته باشد. دیدگاه سنتی در این راستا جذب کارمندانی با دامنه وسیع مهارت در حوزه‌های مختلف است. امروزه تیم‌های کاری بیشتر از افراد دارای مهارت‌های تخصصی و متنوع تشکیل می‌شود. مزیت این امر امکان مدیریت کارها به

به قلم: ماری مسساگلیو کارشناس کسب و کارهای دیجیتال

ترجمه: علی آل‌علی

مدیران و رهبران دیجیتال در عرصه کسب و کار جایگزین‌های قطعی برای مدیران سنتی محسوب می‌شوند. بدون تردید بحران کرونا انتقال حوزه‌های سنتی کسب و کار به دنیای دیجیتال را سرعت بخشیده است. امروزه بسیاری از کسب و کارها دیگر شانس برای ادامه فعالیت به صورت سنتی ندارند. نقش مدیران دیجیتال در این میان روز به روز در حال افزایش است. همانطور که در حوزه کسب و کارهای سنتی بحث از مدیران موفق و شکست خورده مطرح است، در این حوزه تازه نیز چنین بحثی قابل بیان به نظر می‌رسد. بسیاری از مدیران تجاری در دنیای دیجیتال موفقیت‌های قابل ملاحظه‌ای کسب کرده‌اند. بررسی ویژگی‌های چنین مدیرانی موضوع اصلی مقاله کنونی را تشکیل داده است. در ادامه این بحث را به طور دقیق‌تری مورد بررسی قرار خواهیم داد.

۱. تمایل برای نوآوری

تمایل برای نوآوری در حوزه کسب و کار مهمترین ویژگی مدیران دیجیتال است. آنها همیشه به دنبال راهکارهای تازه برای فعالیت در عرصه کسب و کار هستند. این امر مشکلات بسیار زیادی برای آنها به همراه خواهد داشت. جست‌وجوی شرایط و موقعیت‌های تازه یکی از مهمترین ویژگی‌های چنین مدیرانی محسوب می‌شود.

بسیاری از مدیران سنتی پس از یافتن شیوه‌هایی برای فعالیت و ساماندهی کسب و کار دیگر به دنبال تغییر آنها نیستند. این امر مشکلات بسیار زیادی برای آینده هر کسب و کار به همراه خواهد داشت. وقتی تغییری در میان نباشد، امکان جلب نظر مخاطب هدف نیز از میان خواهد رفت. نیاز به آگاهی از شرایط تازه حوزه کسب و کار برای هر مدیر دیجیتالی مطرح است. دلیل این امر تغییرات سریع در دنیای دیجیتال، در مقایسه با کسب و کارهای سنتی است بنابراین هرگونه سکون و عدم نوآوری در حوزه کسب و کارهای دیجیتال به معنای پایان موفقیت کسب و کارها خواهد بود.

۲. اختراع در کنار الگوبرداری از دیگران

بسیاری از کارشناس‌ها در زمینه ارزیابی مدیران دیجیتال بر روی اختراع تکنیک‌ها و حتی محصولات تازه از سوی آنها تاکید دارند. بدون تردید یکی از مصداق‌های نوآوری در عرصه کسب و کار مربوط به اختراعات تازه است. این امر هیجان و شور زیادی در میان مشتریان و بازارهای مختلف ایجاد می‌کند. بسیاری از مدیران دیجیتال موفق نیز در عمل از همین شیوه استفاده می‌کنند. مهمترین نکته در این میان توجه به اهمیت الگوبرداری از دیگران در کنار اختراع شیوه‌های مدیریتی یا محصولات تازه است.

بی‌شک مدیران بزرگ در کسب و کارهای مختلف همیشه برای ارائه محصول یا ساماندهی کسب و کارشان دست به اختراع نمی‌زنند. دلیل این امر دشواری‌های اختراع تازه است بنابراین یکی از نکات مهم در این میان انگیزه و مهارت بالایی مدیران دیجیتال برای الگوبرداری از دیگران است.

گاهی اوقات الگوبرداری از رقبای بدل به امر دشوار می‌شود. دلیل این امر عدم تمایل برخی از کارآفرینان برای تقلید از رقبای‌شان است. این امر

اخبار

مددجویان تحت حمایت کمیته امداد قم ۱۶۳ تخته فرش بافتند

قم - خبرنگار فرصت امروز: معاون اشتغال و خودکفایی کمیته امداد قم از بافت ۲۵۰ متر مربع فرش و قالیچه به ارزش ۲۷ میلیارد ریال توسط مددجویان تحت حمایت کمیته امداد قم در سال ۹۹ خبر داد. به گزارش پایگاه خبری اطلاع رسانی کمیته امداد، مهرداد مصلح، معاون اشتغال و خودکفایی کمیته امداد استان قم اهمیت اشتغال پایدار خانگی را خاطر نشان کرد و گفت: در حال حاضر ۳۷۱ قالیباف در این رشته فعال هستند. معاون اشتغال و خودکفایی کمیته امداد قم از نظارت مستمر و منظم بر روند بافت فرش توسط مجریان طرح قالیبافی این نهاد یاد کرد و گفت: امسال ۲۵۰ مترمربع انواع فرش زرع و چارک، زرع و نیم، قالیچه های ابریشم و کرک و ابریشم به ارزش ۲۷ میلیارد ریال توسط خانواده های تحت حمایت تولید شد. وی اضافه کرد: میانگین قیمت هر متر مربع ۱۰۸ میلیون ریال است که این فرش ها و قالیچه ها به طور متوسط بین ۶ تا هشت ماه یافته شده اند. مصلح با بیان اینکه این نهاد با هدف تحکیم بنیان خانواده و جلوگیری از آسیب های اجتماعی در خانواده های تحت حمایت و ایجاد اشتغال پایدار و سودآور برای آنها از طرح های قالیبافی حمایت می کند تصریح کرد: کمیته امداد برای سهولت صادرات تولیدات فرش مددجویان کمیته امداد در بازارهای جهانی اقدام به ثبت برند احسان کرده است.



مدیرعامل شرکت گاز استان مرکزی

خدمت رسانی به مردم و توسعه گازرسانی یکی از شاخصه های عدالت اجتماعی است

اراک - خبرنگار فرصت امروز: مدیرعامل شرکت گاز استان مرکزی گفت: استان مرکزی بعنوان اولین استان سبز از لحاظ پوشش گازرسانی در کشور محسوب می شود. مدیرعامل شرکت گاز استان مرکزی گفت: پس از پیروزی شکوهمند انقلاب اسلامی در ایران، توسعه گازرسانی و خدمت رسانی به مردم شریف و بزرگوار این مرزوبوم، در شهرها و روستاها به ارمغان آورده شد و این مهم شکل نمی گرفت مگر به منابع عظیم پایدار، نیروی انسانی توانمند، دانش فنی بومی شده و همت مدیران و کارکنان زحمتکش که در جهت اهداف انقلاب اسلامی پایه عرصه ی میدان گذارده و در تلاش شبانه روزی در جهت خدمت به مردم شهیدپرور و مومن گام برداشته اند. به گزارش روابط عمومی شرکت گاز استان مرکزی محمدرضاصمیمی گفت: پیگام مرکزی در امر گازرسانی به شهرها و روستاها و حتی نقاط صعب العبور و غیر قابل دسترسی، این شرکت را در مزه ی برترینها در طرح ملی پوشش سبز گازرسانی قرارداد و استان مرکزی بعنوان اولین استان سبز از لحاظ پوشش گازرسانی در کشور محسوب می شود و از طرفی شعله های آبی درجای جای این استان موجب سرفرازی و سربلندی مدیران این مجموعه در امر خدمت رسانی به مردم شده، ضمن اینکه امنیت عرضه و کسب رضایت مشتریان و متعهد بودن به حفاظت از محیط زیست را هم کار خود قرار داده است. وی ادامه داد: شعله های آبی گاز، افزون بر اینکه آسایش روانی را در جهت تامین سوخت برای بخش خانگی، تجاری، صنعتی به همراه داشته، بلکه امنیت انرژی را برای نسلهای آینده در نظر گرفته است و خداوند بزرگ را بیامی بسیار شاکر بود که با وجود تحریمهای عالمانه و تهدیدات گوناگون، این منبع عظیم الهی را در دسترس مافقر داده است و بهتر است که با استفاده صحیح و بهینه از این نعمت، بسیار شاکر خداوند متعال باشیم.



اسلامی پایه عرصه ی میدان گذارده و در تلاش شبانه روزی در جهت خدمت به مردم شهیدپرور و مومن گام برداشته اند. به گزارش روابط عمومی شرکت گاز استان مرکزی محمدرضاصمیمی گفت: پیگام مرکزی در امر گازرسانی به شهرها و روستاها و حتی نقاط صعب العبور و غیر قابل دسترسی، این شرکت را در مزه ی برترینها در طرح ملی پوشش سبز گازرسانی قرارداد و استان مرکزی بعنوان اولین استان سبز از لحاظ پوشش گازرسانی در کشور محسوب می شود و از طرفی شعله های آبی درجای جای این استان موجب سرفرازی و سربلندی مدیران این مجموعه در امر خدمت رسانی به مردم شده، ضمن اینکه امنیت عرضه و کسب رضایت مشتریان و متعهد بودن به حفاظت از محیط زیست را هم کار خود قرار داده است. وی ادامه داد: شعله های آبی گاز، افزون بر اینکه آسایش روانی را در جهت تامین سوخت برای بخش خانگی، تجاری، صنعتی به همراه داشته، بلکه امنیت انرژی را برای نسلهای آینده در نظر گرفته است و خداوند بزرگ را بیامی بسیار شاکر بود که با وجود تحریمهای عالمانه و تهدیدات گوناگون، این منبع عظیم الهی را در دسترس مافقر داده است و بهتر است که با استفاده صحیح و بهینه از این نعمت، بسیار شاکر خداوند متعال باشیم.

بومی سازی سیستم های آرشیوینگ سایت های vts جزایر هرمزگان

بندرعباس - خبرنگار فرصت امروز: معاون فنی و نگهداری اداره کل بندر و دریانوردی هرمزگان از اجرای طراحی، ساخت، نصب و راه اندازی سیستم آرشیوینگ (ذخیره سازی) سایت های vts جزایر استان با مشارکت یک شرکت دانش بنیان خبر داد. به گزارش اداره ارتباطات و اطلاع رسانی بندر و دریانوردی هرمزگان، "محمد رضا پوررجبی" با اشاره به انعقاد قرار داد به منظور طراحی، ساخت، نصب و راه اندازی سیستم آرشیوینگ سایت های vts جزایر استان با یک شرکت دانش بنیان اظهار داشت: این امر با تکیه بر دانش متخصصان داخلی و با هدف ارتقاء شرایط ذخیره سازی اطلاعات مرتبط با تجهیزات منصوبه در سایتها و در جزایر استان صورت می گیرد. این مقام مسئول گفت: با اجرای این پروژه علاوه بر ذخیره سازی اطلاعات مربوط به تردد شناورها در ده بسته مرکزی آرشیوینگ استان، کلیه اطلاعات احصاء شده بصورت اختصاصی در محل سایت های نیز بارگذاری و ذخیره می شود. به گفته پوررجبی علاوه بر تامین تجهیزات، طراحی و پیاده سازی، نرم افزار تخصصی ذخیره سازی محلی سنسورها هم از رادار DFAS.VHF نیز توسط این شرکت دانش بنیان اجرا خواهد شد. وی اعتبار بیش بینی شده برای انجام این پروژه را ۳۷ میلیارد ریال اعلام کرد و افزود: این پروژه از بعد طراحی و اجرا کاملا بومی و مراحل ساخت و مونتاژ قطعات و تجهیزات آن نیز در داخل کشور به انجام می رسد.

گشت مشترک پلیس پیشگیری گلستان و توزیع برق استان

گرگان - خبرنگار فرصت امروز: مدیردفتر حراست و امور محرمات شرکت توزیع نیروی برق گلستان گفت: سرکشی از تأسیسات و شبکه های توزیع برق بر خوردر جدی با سارقان تجهیزات شبکه ها و تأسیسات برق، از اهداف گشت مشترک پلیس و برق است که اخیرا اهمیت این موضوع دو چندان شده است. منوچهر بهمنی نیا افزود: تا کنون مسئولین امنیتی و انتظامی استان همکاری خوبی با شرکت توزیع نیروی برق در سر تاسر استان داشته که همواره مورد تقدیر و تشکر ما بوده است. وی افزود: شب گذشته با همکاری فرماندهی کل انتظامی استان، ریاست پلیس پیشگیری از سرقت استان، فرماندهی انتظامی شهرستانها و بسیج نیروهای توزیع نیروی برق استان با پاکر گیری کلیه تجهیزات لجستیکی مدیریت ها و خودروهای انتظامی مانوری متشکل از ۴۲ آمپک در شهرستانهای گرگان، آق قلا و غرب استان برگزار شد که این مانور در جهت کاهش سرقت از تجهیزات و بروز هر گونه مشکلات برای شهروندان است. وی با اشاره به شناسایی مانورهای موجود در استان و نقاط آلوده به سرقت تجهیزات شرکت توزیع نیروی برق در استان اظهار داشت: به دنبال این هستیم که با همراهی و مشارکت نیروی انتظامی و استفاده از نیروهای خوره و متخصص با طرح برنامه های مناسب با نقاط آلوده از سرقت تجهیزات برق جلوگیری نمائیم. بهمنی نیا با بیان اینکه مهمترین هدف شرکت توزیع نیروی برق استان گلستان، تامین برق مطمئن و پایدار و فراهم نمودن رضایتمندی مردم و مشترکین برق استان گلستان است تأکید کرد: شرکت برق یکی از شرکت های خدمات رسان است و اینکه افرادی با سرقت تجهیزات برق و بروز خاموشی به رضایتمندی مردم از نظام آسیب وارد کنند پذیرفتنی نیست. وی اضافه کرد: انشاءالله با برنامه ریزی ماهانه این طرح در کنار طرح های دیگر شرکت، شاهد کاهش میزان سرقت تجهیزات برقی در استان باشیم.

برگزاری کارگاه آموزشی بررسی رابطه افسردگی با شیوه زندگی در زنان شاغل

اهواز - شبنم قباوند: به مناسبت گرمیادداشت هفته زن، کارگاه آموزشی «بررسی رابطه افسردگی با شیوه زندگی در زنان شاغل» در شرکت برق منطقه ای خوزستان برگزار شد. امور زنان و خانواده و دفتر آموزش منابع انسانی متولی برگزاری این کارگاه آموزشی بوده و مدرس آن دکتر نیما اسدزاده اورانشناس و روان در مانگر بوده است. شهناز احمدی روزبهانی مشاور مدیرعامل در امور زنان و خانواده هدف از برگزاری این کارگاه آموزشی را اهمیت دادن زنان به مراقبت و سلامتی خود بیان کرد و افزود: سلامت و تندرستی زنان نقش بسزایی در سلامت جامعه دارد و مطالعات نشان داده زناى كه به خواب، خوراك، ورزش و در حالت كلی سلامت خود اهمیت می دهند كمتر دچار اضطراب، افسردگی و بیماری می شوند و رضایت بیشتری از زندگی خود دارند. این کارگاه آموزشی به دلیل بیماری کرونا هم زمان به صورت حضوری با فاصله اجتماعی و مجازی برگزار شده است.



انعقاد تفاهم نامه مشترک پست گیلان و کتابخانه های عمومی به نفع دوستاناران کتاب در گیلان

رشت - خبرنگار فرصت امروز: پست استان گیلان، طی انعقاد تفاهم نامه ای با کتابخانه های عمومی گیلان شرایط رابری تحویل منابع کتابخانه ای به در درب منازل اعضای کتابخانه ها و بالعکس فراهم نمود. به گزارش روابط عمومی اداره کل پست استان گیلان، سالجاری مهدی فخرنبین سبحانی، مدیر کل پست استان گیلان و حسین امینی، رئیس اداره بازاریابی و بررسهی امور اقتصادی این اداره کل با حضور در دفتر پرسیا کریمی، مدیر کل کتابخانه های عمومی استان گیلان و انعقاد تفاهم نامه ای مشترک به نفع دوستاناران کتاب در سطح استان گیلان امضاء نمودند. ارسال کتاب و منابع اطلاعاتی درب منازل اعضای کتابخانه های عمومی استان، همکاری در اجرای طرح های فرهنگی و آموزشی مشترک و بهره گیری از امکانات و توانمندیهای دو سازمان، چاپ و رونمایی تمیر شخصی در مناسبت های مختلف، چاپ و توزیع کارت پستال و ایجاد کتابخانه های عمومی مشارکتی از دیگر موضوعات این تفاهم نامه مشترک می باشد.



معاون سیاسی، امنیتی و اجتماعی استاندار اصفهان:

اصفهان به یک استان تاثیر گذار در صنعت نمایشگاهی کشور تبدیل شده است

بین المللی اصفهان یک نقش کلیدی در این زمینه ایفا می کند. وی با تأکید بر اینکه مدت ها بود منتظر شکل گیری اراده ای جدی برای ساخت نمایشگاه بین المللی اصفهان بودیم، یادآور شد: خوشبختانه این اراده در دوره فعلی مدیریت این مجموعه شکل گرفت و در نهایت شاهد ساخته شدن محل دائمی نمایشگاه های اصفهان بودیم. قاسمی تأکید کرد: شرکت نمایشگاه اصفهان زمانی می تواند به بهبود شرایط اقتصادی کمک کند که خود دارای فضای فیزیکی مناسبی باشد؛ اکنون این فضا فراهم شده و مردم هم در مقایسه میان فضای پرشمین و فرهنگی در حوزه نمایشگاه متوجه شده اند چه اقدام بی نظیر و بزرگی برای توسعه اقتصادی اصفهان در قالب نمایشگاه انجام شده است. وی با اشاره به اینکه موقعیت نمایشگاه اصفهان در مسیر رینگ چهارم ترافیکی قرار دارد و بسیار مناسب است، گفت: اگر نمایشگاه بتواند ظرفیتی را فراهم کند که فعالان حوزه های مختلف اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی در حوزه نمایشگاه بیشتر فعال باشند، نتایج بسیار مطلوبی حاصل می شود.



قرار دهند؛ بنابراین، نمایشگاه یک جایگاه بسیار مطلوب برای انجام چنین فعالیت هایی به شمار می رود. معاون سیاسی، امنیتی و اجتماعی استاندار اصفهان همچنین با اشاره به نقش تاثیرگذار این استان در سطح کشور، تصریح کرد: اصفهان جایگاه مهم و برتری در حوزه های خدمات، صنعت و مقاومتی را سرلوحه فعالیت های خود قرار داده اند، به جایگاهی نیاز دارند که توانمندی های فعالان اقتصادی خود را در معرض نمایش

اصفهان - قاسم اسد: معاون سیاسی، امنیتی و اجتماعی استاندار اصفهان گفت: نمایشگاه یک زیرساخت بسیار مهم و تاثیر گذار در حوزه های اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی محسوب می شود و اکنون اصفهان یکی از استان های تاثیر گذار در حوزه نمایشگاهی به شمار می رود. به گزارش روابط عمومی شرکت نمایشگاه های بین المللی استان اصفهان، حیدر قاسمی در بازدید از نمایشگاه بین المللی اصفهان با تأکید بر اینکه نمایشگاه نقطه آغاز ارتباطات تجاری در حوزه های مختلف اقتصادی به شمار می رود، افزود: ارتباطاتی که در قالب نمایشگاه و زیرحوزه تولید، تجارت و بازرگانی شکل می گیرد، در نهایت به معرفی و فروش بهتر محصولات، کالاها و خدمات می انجامد که رونق اقتصادی را به دنبال خواهد داشت. وی نمایشگاه را یکی از اصلی ترین حلقه های زنجیره تامین در کسب و کارها عنوان کرد و ادامه داد: کشورهای رو به توسعه و به ویژه ایران اسلامی که در سال های اخیر خودکفایی و اقتصاد مقاومتی را سرلوحه فعالیت های خود قرار داده اند، به جایگاهی نیاز دارند که توانمندی های فعالان اقتصادی خود را در معرض نمایش

موافقت ستاد باز آفرینی شهرستان رشت با تخصیص بخشی از بودجه برای اجرای ساماندهی فاضلاب منطقه عینک این شهر



رشت - خبرنگار فرصت امروز: با موافقت ستاد بازآفرینی شهرستان رشت، ساماندهی فاضلاب تولیدی مناطق ضلع جنوبی تالاب عینک و اجرای شبکه جمع آوری فاضلاب مناطق سحرخیز و گلپای این شهر توسط شرکت آب وفاضلاب استان گیلان اجرا خواهد شد. به گزارش دفتر روابط عمومی و آموزش همگانی شرکت آب و فاضلاب گیلان ستاد بازآفرینی شهرستان رشت با حضور دکتر عبوری معاون وزیر راه و شهرسازی و مدیرعامل بازآفرینی شهری کشور و مدیران عامل دستگاه های اجرایی مرتبط، از جمله شرکت آب و فاضلاب گیلان و همچنین نمایندگان مردم شهرستان رشت در مجلس شورای اسلامی تشکیل جلسه داد. این گزارش می افزود، در این جلسه لیست طرح های بازآفرینی شهری شهرستان رشت و اعتبارات مورد نیاز مربوطه مصوب شد. علیرضا غیاثی معاون بهره برداری و توسعه فاضلاب این شرکت از جمله طرح های تصویب شده در این جلسه را ساماندهی فاضلاب تولیدی مناطق ضلع جنوبی

رشت - خبرنگار فرصت امروز: با موافقت ستاد بازآفرینی شهرستان رشت، ساماندهی فاضلاب تولیدی مناطق ضلع جنوبی تالاب عینک و اجرای شبکه جمع آوری فاضلاب مناطق سحرخیز و گلپای این شهر توسط شرکت آب وفاضلاب استان گیلان اجرا خواهد شد. به گزارش دفتر روابط عمومی و آموزش همگانی شرکت آب و فاضلاب گیلان ستاد بازآفرینی شهرستان رشت با حضور دکتر عبوری معاون وزیر راه و شهرسازی و مدیرعامل بازآفرینی شهری کشور و مدیران عامل دستگاه های اجرایی مرتبط، از جمله شرکت آب و فاضلاب گیلان و همچنین نمایندگان مردم شهرستان رشت در مجلس شورای اسلامی تشکیل جلسه داد. این گزارش می افزود، در این جلسه لیست طرح های بازآفرینی شهری شهرستان رشت و اعتبارات مورد نیاز مربوطه مصوب شد. علیرضا غیاثی معاون بهره برداری و توسعه فاضلاب این شرکت از جمله طرح های تصویب شده در این جلسه را ساماندهی فاضلاب تولیدی مناطق ضلع جنوبی

مسئول بهداشت صنعتی پالایشگاه گاز ایلام:

نهادینه شدن فرهنگ پیشگیری و رعایت پروتکل های بهداشتی مقابله با کرونا در پالایشگاه گاز ایلام



ایلام - خبرنگار فرصت امروز: مسئول بهداشت صنعتی شرکت پالایش گاز ایلام از کاهش چشمگیر آمار ابتلا به کرونا در ماه های اخیر این واحد صنعتی خبر داد و گفت: با اقدامات پیشگیرانه و فرهنگ سازی صحیح و رعایت پروتکل های بهداشتی، خوشبختانه میزان ابتلا به کرونا و ویروس در این پالایشگاه کاهش چشمگیری یافته است. به گزارش روابط عمومی، "فرهاد امیدوی پور" افزود: تشکیل جلسات متعدد کمیته راهبردی سلامت برای اجرایی شدن پروتکل های ایلامی و فرهنگ سازی، انجام تب سنجی و سنجش سطح اکسیژن خون روزانه همکاران و مبادی ورودی به پالایشگاه برای مراجعین خارج از شرکت، بیمار یابی و انجام تست کرونا با هماهنگی و همکاری دانشگاه علوم پزشکی، محدود کردن حضور همکاران با بیماری زمینه ای و با نقص سیستم ایمنی در محل کار، کند زدایی و ضد عفونی سرویس های ایاب ذهاب و محیط کار، و دستورالعمل

ایلام - خبرنگار فرصت امروز: مسئول بهداشت صنعتی شرکت پالایش گاز ایلام از کاهش چشمگیر آمار ابتلا به کرونا در ماه های اخیر این واحد صنعتی خبر داد و گفت: با اقدامات پیشگیرانه و فرهنگ سازی صحیح و رعایت پروتکل های بهداشتی، خوشبختانه میزان ابتلا به کرونا و ویروس در این پالایشگاه کاهش چشمگیری یافته است. به گزارش روابط عمومی، "فرهاد امیدوی پور" افزود: تشکیل جلسات متعدد کمیته راهبردی سلامت برای اجرایی شدن پروتکل های ایلامی و فرهنگ سازی، انجام تب سنجی و سنجش سطح اکسیژن خون روزانه همکاران و مبادی ورودی به پالایشگاه برای مراجعین خارج از شرکت، بیمار یابی و انجام تست کرونا با هماهنگی و همکاری دانشگاه علوم پزشکی، محدود کردن حضور همکاران با بیماری زمینه ای و با نقص سیستم ایمنی در محل کار، کند زدایی و ضد عفونی سرویس های ایاب ذهاب و محیط کار، و دستورالعمل

مدیر کل بندار و دریانوردی امیرآباد خبر داد:

حمل ریلی ۵۰ کانتینر لوازم خودرو از بندر امیر آباد به منطقه ویژه اقتصادی کرمان



ساری - دهقان: مدیرکل بندار و دریانوردی امیرآباد با اشاره به اینکه بسترسازی لازم برای شقوق مختلف حمل و نقل کالا به خصوص حمل کانتینر ، از طریق شبکه سراسری راه آهن در بندر امیرآباد فراهم می باشد ، از حمل ریلی ۵۰ TEU کانتینر لوازم خودرو از بندر امیرآباد به منطقه ویژه اقتصادی کرمان خبر داد. محمدعلی اصل سعیدی پور در گفتگو با واحد روابط عمومی اداره کل بندار و دریانوردی امیرآباد با بیان اینکه تمام ظرفیت های لجستیکی و تجهیزاتی مدرن و راهبردی، توان ریلی ، حمل ترکیبی و شقوق مختلف حمل و نقل کالا در بندر امیرآباد در جهت تامین کالاهای اساسی مایحتاج مردم و لوازم اولیه صنایع کشور به کار گرفته شده است ، اظهار داشت برای نخستین بار ۵۰ TEU کانتینر لوازم خودرو از کشور چین و از طریق بندر آکتائو قزاقستان به بندر امیرآباد ترانزیت و سپس با حمل ریلی به منطقه ویژه اقتصادی

ساری - دهقان: مدیرکل بندار و دریانوردی امیرآباد با اشاره به اینکه بسترسازی لازم برای شقوق مختلف حمل و نقل کالا به خصوص حمل کانتینر ، از طریق شبکه سراسری راه آهن در بندر امیرآباد فراهم می باشد ، از حمل ریلی ۵۰ TEU کانتینر لوازم خودرو از بندر امیرآباد به منطقه ویژه اقتصادی کرمان خبر داد. محمدعلی اصل سعیدی پور در گفتگو با واحد روابط عمومی اداره کل بندار و دریانوردی امیرآباد با بیان اینکه تمام ظرفیت های لجستیکی و تجهیزاتی مدرن و راهبردی، توان ریلی ، حمل ترکیبی و شقوق مختلف حمل و نقل کالا در بندر امیرآباد در جهت تامین کالاهای اساسی مایحتاج مردم و لوازم اولیه صنایع کشور به کار گرفته شده است ، اظهار داشت برای نخستین بار ۵۰ TEU کانتینر لوازم خودرو از کشور چین و از طریق بندر آکتائو قزاقستان به بندر امیرآباد ترانزیت و سپس با حمل ریلی به منطقه ویژه اقتصادی

سرپرست فرمانداری ویژه شهرستان شاهرود : توجه ویژه به استقبال از بهار توسط شهرداری ها



شاهرود - حسین بابامحمدی: سرپرست فرمانداری ویژه شهرستان شاهرود با اشاره به در پیش بودن عید نوروز و بهار طبیعت بر توجه شهرداری های شهرستان به موضوع زیباسازی شهری و نشاط اجتماعی با توجه به شیوع ویروس کرونا تأکید کرد. ابوطالب جلالی در نشست هم اندیشی و ایجاد وحدت رویه شهرداران شهرستان شاهرود در فرمانداری این شهرستان با بیان اینکه باید موضوعات مرتبط با ارزیابی عملکرد شهرداری ها، مورد توجه شهرداران قرار داشته باشد، اظهار کرد: بودجه ۱۴۰۰ شهرداری ها باید به موقع تهیه و به شورای اسلامی جهت تصویب ارسال شود تا فعالیت های عمرانی

شاهرود - حسین بابامحمدی: سرپرست فرمانداری ویژه شهرستان شاهرود با اشاره به در پیش بودن عید نوروز و بهار طبیعت بر توجه شهرداری های شهرستان به موضوع زیباسازی شهری و نشاط اجتماعی با توجه به شیوع ویروس کرونا تأکید کرد. ابوطالب جلالی در نشست هم اندیشی و ایجاد وحدت رویه شهرداران شهرستان شاهرود در فرمانداری این شهرستان با بیان اینکه باید موضوعات مرتبط با ارزیابی عملکرد شهرداری ها، مورد توجه شهرداران قرار داشته باشد، اظهار کرد: بودجه ۱۴۰۰ شهرداری ها باید به موقع تهیه و به شورای اسلامی جهت تصویب ارسال شود تا فعالیت های عمرانی

ابتدای شیوع این بیماری تاکنون، جمع آوری دستگه های ثبت اثر انگشت و جایگزین نمودن سیستم چهره نگار در مبادی ورودی به پالایشگاه، نصب پوستر و پمفلت های آموزشی و هشدار، مدیریت پسماندهای شرکت، الزام به ثبت نام کلیه همکاران در سامانه های پیشگیری از کرونا و ویروس به مرکز بهداشت استان و استانداری و بهداشت شرکت ملی گاز: از دیگر اقدامات برای پیشگیری از شیوع این بیماری بوده است. وی در ادامه تصریح کرد: فرایند ضدعفونی نمودن محوطه های عمومی، ضد عفونی و گند زدایی مستمر محل طبخ غذا، تعطیلی رستوران شرکت، الزام به ثبت نام کلیه همکاران در سامانه های غربالگری وزارت بهداشت و وزارت نفت برای فعالیت کاری در محیط کار، نصب اپلیکیشن مسک جهت قرنطینه هوشمند، از دیگر اقدامات صورت پذیرفته در راستای پیشگیری از شیوع بیماری کووید ۱۹ بوده است.

وی در ادامه تصریح کرد: فرایند ضدعفونی نمودن محوطه های عمومی، ضد عفونی و گند زدایی مستمر محل طبخ غذا، تعطیلی رستوران شرکت، الزام به ثبت نام کلیه همکاران در سامانه های غربالگری وزارت بهداشت و وزارت نفت برای فعالیت کاری در محیط کار، نصب اپلیکیشن مسک جهت قرنطینه هوشمند، از دیگر اقدامات صورت پذیرفته در راستای پیشگیری از شیوع بیماری کووید ۱۹ بوده است.

راه آهن ، قرار گیری در مسیر کریدور بین المللی شمال _ جنوب و همچنین با در اختیار داشتن تجهیزات مدرن و استراتژیک بندری ، بازار گانان را جهت حمل و ترانزیت ایمن و ارزان کالا و کانتینر از مسیر بندر امیرآباد ترغیب می کند. مدیر کل بندر امیرآباد با اشاره به واردات رسمی حدود یک میلیارد دلار لوازم خودرو در سال به کشور و روند فزاینده تولید خودرو و نیاز بالای این نوع کالاها در بازار ، بر افزایش واردات و ترانزیت این قبیل کالاهای بندار تأکید کرد.

سعیدی پور در پایان ، میزان رشد حمل ریلی کالاهای وارداتی از بندر امیرآباد به سایر نقاط کشور و همچنین ترانزیت به سایر کشورها را در سال جاری مناسب ارزیابی کرد و از برنامه ریزی های مدون جهت تبدیل شدن بندر امیرآباد به بندر کانونی حمل کانتینری کالا در شمال کشور خبر داد.

شوراهای اسلامی شهر همکاری لازم را داشته باشند. سرپرست فرمانداری شهرستان شاهرود با تأکید بر اتخاذ تمهیدات لازم برای استقبال از بهار و تعطیلات نوروزی توسط شهرداری ها افزود: با توجه به اوضاع کرونایی کشور باید در خصوص تمهیدات لازم برای نشاط اجتماعی در شهرستان و شهرها یا زیباسازی شهری تلاش ویژه صورت گیرد. جلالی با اشاره به دوربین های نظارتی شهری تصریح کرد: در راستای دوربین های نظارتی تلاش شود تا بودجه لازم برای راه اندازی دوربین های لازم شهری انجام و این دوربین ها در سطح شهرها نصب گردد.

نتفلیکس و کپی‌رایت

چه چالش‌های احتمالی در انتظار VODهای ایرانی است؟



ایرانی (به گفته خودشان) برای بخشی از محتوای خارجی که به آنها فروخته نمی‌شود - و درصد آن مشخص نیست - حق کپی‌رایت را پرداخت می‌کنند. اما در اینجا عبدالله‌زاده به دو نکته مهم اشاره می‌کند: از یک سو، وزارت خزانهداری آمریکا، محتوا را ذیل تحریم‌ها قرار نداده و شرکت‌های آمریکایی منعی در فروش محتوا به ایران ندارند، هرچند شاید سیاست داخلی یک شرکت (مانند وارنر) این باشد که محتوا را به شرکت ایرانی نفروشد. از سوی دیگر، طرف ایرانی با خرید محتوا، امتیاز تجاری به دست نمی‌آورد.

او در همین رابطه می‌گوید: «خرید محتوا از طرف شرکت‌های داخلی منطقی نیست. برای مثال شما به عنوان یک شرکت ایرانی، مجوز انحصاری نمایش محتوا را تهیه می‌کنید. اما از آنجایی که قانون ایران اساساً آن محتوا را حمایت نمی‌کند، نمی‌توانید سرویس‌دهنده رقیب خود که پولی هم بابت محتوا پرداخت نکرده را از نمایش همان محتوا منع کنید. در نتیجه از نظر تجاری، خرید محتوا شرکت ایرانی را تضعیف می‌کند. چراکه رقیب می‌تواند بدون پرداخت هزینه، آن را نمایش دهد.»

او درباره نبودن محتوا ذیل تحریم‌ها نیز می‌گوید که پلتفرم‌های ایرانی محدودیتی در خرید محتوا ندارند چراکه «وفاک» دفتر کنترل سرمایه‌های خارجی - The Office of Foreign Assets Control یک مجوز عمومی صادر کرده است که می‌گوید محتوا ذیل تحریم‌ها قرار نمی‌گیرد: «در واقع محتوای صوتی، تصویری، متنی یا ترکیبی از اینها تحریم نیستند. در نتیجه شرکت‌های آمریکایی از نظر حقوقی منعی برای خرید و فروش محتوا با ایران ندارند. با این حال شاید سیاست‌های یک شرکت آمریکایی این باشد که محتوای خود را به پلتفرم ایرانی نفروشد، اما در هر صورت ایرانی‌ها می‌توانند داوطلبانه از طریق اگریگیتورهای محتوا در مناطق مختلف، مجوز پخش را دریافت کنند، اما واقعیت این است که خرید این مجوز، هیچ امتیازی به شرکت ایرانی نمی‌دهد.»

تعامل یا برخورد؟

اگرچه براساس قانون ایران، آنچه VODهای ایرانی انجام می‌دهند یک اقدام غیرقانونی نیست اما همین مسئله در ابعاد بین‌المللی می‌تواند مشکلاتی را برای پلتفرم‌های کشورمان ایجاد کند. ساده‌ترین قدم‌ها، استفاده از DMCA و حذف اپلیکیشن‌ها از گوگل پلی و اپ‌استور، محدودسازی حساب شبکه‌های اجتماعی و حتی محدودسازی‌هایی در ابزارهای زیرساختی و بسایت این پلتفرم‌ها هستند. در مرحله بعدی اما شکایت مطرح است که هزینه زیادی در بر دارد، اما در صورت اتفاق افتادن، می‌تواند حتی مدیرعامل و اعضای هیات مدیره VODهای ایرانی را -در ابعاد بین‌المللی- با چالش مواجه کند.

آنچه با اقدام اولیه نتفلیکس اتفاق افتاده، آغاز یک فصل جدید است؛ فصلی که با در نهایت به تعامل می‌رسد یا به برخورد‌ها و محدودسازی‌های کوچک و بزرگ ختم می‌شود. باید دید اکنون رویکرد VODهای ایرانی به این موضوع چه خواهد بود، اما در هر صورت یک چیز قطعی است: خبرهای بزرگی در راه است.

منبع: digiato

حالت، چقدر ممکن است احتمالاتی که در رابطه با آنها گفتیم به واقعیت و اقدامات عملی تبدیل شود؟ عبدالله‌زاده در پاسخ به این سوال می‌گوید: «نکته خیلی مهم اینجاست که موارد DMCA برخلاف یک مورد دادگاهی کپی‌رایت، هزینه بسیار کمی برای صاحبین حق دارد. در نتیجه احتمال اینکه همین شرکت‌ها به چنین راه‌هایی متوسل شوند بسیار زیاد است. در واقع صاحبین اثر با هزینه بسیار کم و خیلی راحت می‌توانند اپلیکیشن یک سرویس را از گوگل پلی حذف کنند. من مطلع هستم که شرکت‌های خارجی، از قبل سرویس‌دهنده‌های ایرانی را در رادار خود داشته‌اند، چون سرویس‌ها هر چقدر بزرگ‌تر می‌شوند، احتمال اینکه علیه آنها اقدامی انجام شود، بیشتر است.»

با این حال عبدالله‌زاده می‌گوید این احتمال نیز وجود دارد که مسئله از DMCA یا تلاش برای حذف محتوا از پلتفرم‌های مختلف فراتر رفته و به دادگاه کشیده شود. در این حالت، صاحب اثر به دلیل «Copyright Infringement» (تفصیل کپی‌رایت) به دادگاه شکایت می‌کند که می‌تواند چالش‌هایی بسیار جدی برای افرادی که از لحاظ بین‌المللی در حال نقض کپی‌رایت هستند، ایجاد کند.

با این حال بزرگ اول این است که اگر مدیرعامل یا اعضای هیات مدیره این شرکت‌ها تابعیت مضاعفی داشته باشند، در کشور دوم که به احتمال بسیار بالا عضو کنوانسیون برن است، از نظر کیفری و حقوقی، مسئول هستند. عبدالله‌زاده می‌گوید:

«در این حالت صاحبین اثر می‌توانند از تک‌تک این اشخاص که تابعیت مضاعف دارند، مستقیم شکایت کنند. حتی این موضوع که مدیرعامل و اعضای هیات مدیره تابعیت مضاعف نداشته باشند، باز هم مانعی برای شکایت کردن نیست. می‌توانند اقامه دعوی بکنند اما به نتیجه رسیدنش، به فاکتورهای مختلفی بستگی دارد. اما مهم‌ترین نکته هم این است که رأی، در ایران قابل اجرا نیست. نهایتاً ممکن است محدودیت‌هایی برای این افراد ایجاد شود که نتوانند از ایران خارج شوند. فرضاً شکایت می‌تواند در کانادا انجام شود و در این حالت اگر شخص وارد کانادا شود، دستگیر می‌شود و باید جریمه را پرداخت کند.»

این کارشناس حقوقی البته می‌گوید که چنین اقدامی تا حد زیادی بعید است چراکه بردن یک مورد نقض کپی‌رایت به دادگاه بین ۳۰۰ الی ۵۰۰ هزار دلار در آمریکا هزینه دارد: «شرکت‌های خارجی تا زمانی که مطمئن نباشند پولی که خرج می‌کنند برمی‌گردد یا قرار است ضربه محکمی به طرف مقابل وارد شود، این کار را نمی‌کنند. چون هزینه شکایات مربوط به Copyright Infringement، هزینه‌ای است که حتی برای شرکت‌های بزرگ هم قابل توجه است. این در حالی است که DMCA هزینه بسیار محدودی دارد و شرکت‌های ناقض کپی‌رایت را از پلتفرم‌ها حذف می‌کند. صاحبین اثر خارجی با توجه به اتفاقات اخیر مطمئناً اکنون در حال بررسی گزینه‌های خود هستند و بعید نیست به عنوان اولین گزینه، اپلیکیشن این سرویس‌ها از گوگل پلی حذف شود.»

محتوا ذیل تحریم‌ها نیست

مشخص نیست که چند درصد از محتوای خارجی در VODهای ایرانی، دارای حق کپی‌رایت است. ذکر این نکته لازم است که پلتفرم‌های

موردنظر را حذف کنند، در غیر این صورت خودشان هم مسئول هستند. استفاده از ابزاری به نام DMCA که اتفاقاً هزینه بسیار اندکی برای صاحبین اثر دارد، محدود به پلتفرم‌های میزبانی از اپلیکیشن مثل گوگل پلی نیست. در این حالت، صاحب اثر می‌تواند محتوای شبکه‌های اجتماعی مثل توئیتر و اینستاگرام شرکت‌های ایرانی را نیز هدف قرار دهد. حتی احتمال بسته‌شدن این حساب‌ها نیز وجود دارد.

با این حال، این کارشناس حقوقی می‌گوید که بیشترین اثرگذاری با استفاده از DMCA، مربوط به موتور جست‌وجوی گوگل خواهد بود: «صاحبین حق می‌توانند لینک محتواهای ناقص را از جست‌وجوی گوگل حذف کنند. فرض کنید یک پلتفرم VOD ایرانی در جست‌وجوی واژه‌ای مثل «اونچرز» در صفحه اول گوگل قرار می‌گیرد. صاحب اثر می‌تواند از گوگل درخواست کند تا لینک‌ها حذف شود. اینجا صرفاً فقط مسئله، حذف شدن لینک‌ها نیست، بلکه سئو و رتبه آن سایت در گوگل سقوط می‌کند.»

اما آنچه تا اینجا خوانده‌اید، صرفاً بخش کوچکی از اتفاقات احتمالی برای ناقضین کپی‌رایت است. وقتی مسئله جدی‌تر شود، ممکن است صاحب اثر به سراغ زیرساخت‌ها مانند شرکت‌های هاستینگ، دامین و CDN برود. عبدالله‌زاده توضیح می‌دهد:

«برای مثال شاید یک پلتفرم ایرانی در حال استفاده از سرویس کلودفلر باشد یا از دیتاسنتری خارجی استفاده می‌کند. اینجا نوع برخورد به کشوری که شرکت در آن مستقر است برمی‌گردد. برای مثال سیاست‌های یک شرکت آمریکایی با یک شرکت سوئیسی براساس قوانین کشورش تفاوت می‌کند اما در مجموع، این خطر وجود دارد که شرکت‌های ارائه‌دهنده زیرساخت هم پلتفرم‌های ایرانی را مسدود کنند چون از طریق زیرساخت‌ها، کار غیرقانونی براساس قوانین همان شرکت و کشوراً در حال انجام است.»

به همین دلیل است که بسیاری از پلتفرم‌های اینچینی، صرفاً با آی‌پی ایران سرویس‌دهی دارند و از خارج، دسترسی به محتوا را غیرممکن کرده‌اند، اما آیا همین مسئله، می‌تواند مانعی برای رخ دادن اتفاقات احتمالی که توضیح داده شد باشد؟ عبدالله‌زاده در پاسخ می‌گوید:

«در این حالت صرفاً کار صاحبین محتوا سخت می‌شود، چون ابتدا باید محتوا را ببینند و مدارکی را جمع‌آوری کنند. تا زمانی که کسی را در ایران نداشته باشند، نمی‌توانند چنین کاری کنند، اما باید به این نکته توجه داشت که پلتفرم‌های خارجی با موسسه‌های حقوقی زیادی همکاری می‌کنند و یافتن یک وکیل ایرانی در این موسسه‌های حقوقی برای دریافت مشاوره و یافتن روابط در ایران جهت جمع‌آوری مدارک، کار سختی نیست.»

«احتمال» در مسیر «واقعیت»؟

نکته اینجاست که صاحبان اصلی محتوا، تاکنون واکنش جدی به استفاده پلتفرم‌های ایرانی از محتوای خود نشان نداده بودند اما با انتشار پست اینستاگرامی نتفلیکس، به نظر می‌رسد که فصل تازه‌ای از ماجرا باز شده است؛ کمابینه‌ها حالا VODهای ایرانی دیگر شرکت‌های کوچک سه سال گذشته نیستند و بسیار بزرگ‌تر و البته پرمخاطب‌تر شده‌اند. در این

مسدودشدن سایت‌های دانیلوف فیلم، خشم کاربران این سایت‌ها، بردن شکایت پیش نتفلیکس و نهایتاً واکنش غیرمنتظره و جنجالی نتفلیکس به پلتفرم ایرانی «نماوا» زنجیره‌ای از اتفاقاتی بود که پلتفرم‌های ایرانی و کاربران آنها را با یک سوال جدی مواجه می‌کند: اگر صاحبان واقعی محتوا و کپی‌رایت بخواهند نسبت به آنچه در ایران می‌گذرد واکنش نشان دهند چه گزینه‌هایی پیش روی خود دارند؟

در این مقاله، در گفت‌وگو با یک کارشناس حقوقی آشنا به موارد بین‌المللی کپی‌رایت، به همین سوال مهم پاسخ می‌دهیم.

اقدام VODهای ایرانی در ایران غیرقانونی نیست

یکی از مهم‌ترین نکاتی که در این میان باید به آن اشاره کرد این است که ایران، عضو «کنوانسیون برن» برای حمایت از آثار ادبی و هنری نیست. کنوانسیون برن، کشورهای عضو را ملزم می‌کند تا آثار پدیدآورندگان سایر کشورهای امضاکننده را همچون آثار پدیدآورندگان خود، مورد حمایت کپی‌رایت قرار دهند.

«نیما عبدالله‌زاده»، کارشناس حقوقی آشنا به مسائل بین‌المللی، در گفت‌وگو با دیجیاتو اشاره می‌کند به دلیل عضو نبودن ایران در این کنوانسیون، آثار خارجی تحت حمایت کپی‌رایت نیستند و در اصل پلتفرم‌های VOD ایرانی، براساس قانون ایران، کاری غیرقانونی نمی‌کنند.

او در همین رابطه می‌گوید:

«براساس قانون فعلی حمایت از حقوق مؤلفان و مصنفان و هنرمندان، اثری در کشور ما از حمایت‌های قانونی برخوردار می‌شود که برای اولین بار در ایران منتشر شده باشد. چون ایران عضو کنوانسیون برن نیست و هیچ تعهدی نداریم، مطابق قانون داخلی ایران، اثری که برای اولین بار در ایران منتشر نشده، مورد حمایت نیست.»

در واقع این مورد حمایت نبودن، به معنای آن است که اگر کسی از اثر استفاده یا آن را منتشر کند یا هر بهره‌برداری دیگری انجام دهد، نه از جنبه کیفری امکان شکایت وجود دارد و نه از منظر حقوقی، می‌توان خسارتی را مطالبه کرد.

احتمال اقدام‌های بین‌المللی وجود دارد

اگرچه در داخل ایران کار VODها غیرقانونی نیست اما در هر صورت نکته مهم اینجاست که سایت‌ها و پلتفرم‌های ایرانی خواه‌ناخواه مشغول استفاده از ابزار یا فضاها هستند که توسعه آنها در خارج از مرزهای ایران و در کشورهای انجام شده که عضو کنوانسیون برن هستند.

عبدالله‌زاده در پاسخ به این سوال که استفاده از محتوای دارای کپی‌رایت چه خطرات احتمالی بین‌المللی برای آن پلتفرم به وجود می‌آورد، می‌گوید: «سریع‌ترین خطری که آنها را تهدید می‌کند، حذف اپلیکیشن‌های آنها در استورهای خارجی مثل گوگل پلی یا اپ‌استور ابل است. از سوی دیگر پلتفرم‌های ایرانی از ابزارها و سرویس‌های دیگری هم استفاده می‌کنند که مبدأ آنها، کشورهایی است که عضو کنوانسیون برن هستند. اساساً عمده پلتفرم‌های مورد استفاده هم، آمریکایی هستند. این پلتفرم‌ها براساس قانون DMCA (قانون کپی‌رایت هزاره دیجیتال - Digital Millennium Copyright Act) ملزم هستند وقتی از پلتفرم‌شان سوءاستفاده‌ای می‌شود و صاحب اثر به آنها اطلاع می‌دهد، محتوای

راهکارهای بهبود فضای کسب و کارهای تجارت الکترونیک



یکی از تسهیلات تجارت الکترونیک برای صنایع، بستر مناسب اطلاعاتی و ارتباطی است که درباره هر کالا چه از نظر فنی و به لحاظ تجاری اطلاعات ارزشمندی در اختیار آنها قرار می‌دهد. امکانی که در دنیای واقعی، ارزش تجاری زیادی دارد، اما بدون صرف هزینه و زمان قابل توجهی به دست نمی‌آید. کاهش واسطه‌ها یکی از ارزشمندترین دستاوردهای تجارت الکترونیک به‌شمار می‌رود که باعث کاهش بی‌سابقه قیمت کالاها و خدمات در جهان شده است. به گزارش سننا، تجارت الکترونیک فرصتی را در اختیار خریداران قرار می‌دهد که بتوانند با طیف گسترده‌ای از تولیدکنندگان جهان ارتباط برقرار کنند و از این طریق به تقاضای مورد نظر خود از بین پیشنهادها مختلف برسند و در مقابل فروشندگان قدرت چانه‌زنی بالایی برای کسب امتیاز و مزایای بیشتر داشته باشند. در صورتی‌که در دنیای حقیقی به علت محدودیت ناشی از فاصله جغرافیایی، مشتریان چنین قدرت انتخابی ندارند. به این ترتیب ساختار تجارت الکترونیک برای صنایع دارای امتیازات فراوانی است که از جمله آنها می‌توان به امکان عرضه و فروش محصولات به تمام مردم جهان اشاره کرد. تجارت الکترونیک با صرف هزینه کم به صنایع امکان جهانی شدن محصولات آنها را می‌دهد. یکی دیگر از تسهیلاتی که تجارت الکترونیک برای صنایع فراهم می‌کند آن است که می‌توان محصولات مورد درخواست را به‌طور سفارشی و مطلوب نظر خود خریداری کرد. از دیگر پیامدهای تجارت الکترونیک ایجاد مؤسسات جدید اقتصادی است که توانایی رقابت و حتی در مواردی سبقت گرفتن از شرکت‌های کهنه‌کار را دارند. در حال حاضر دو نوع بازار خرید و فروش یعنی بازار «سننی و حقیقی» و «مجازی» و مبتنی بر شبکه» به موازات یکدیگر عمل می‌کنند و هر کدام با قواعد تجاری خاص خود، گاه خصوصیاتی مشترک دارند و گاه با یکدیگر متفاوت هستند. در برخی موارد کسب و کارهای نوپا نوانسته‌اند با ایجاد سیاست‌های کاربردی در بازار جدید مجازی، گوی رقابت را از رقبای سنتی بگیرند و بازار محصولات گوناگون را تصاحب کنند.

رشد صنایع با تجارت الکترونیک

تصویب قانون تجارت الکترونیک گامی مثبت در زمینه توسعه تجارت الکترونیک و به‌دنبال آن رشد صنایع بوده است. توسعه تجارت الکترونیک موجب تقویت رقابت در بازار کالاها و خدمات، کاهش تعداد واسطه‌ها و دلالتان موجود بین تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان نهایی، کاهش حاشیه سود و کاهش ناکارایی صنایع می‌شود. البته بدیهی است به علت رشد تصاعدی و رو به جلو جنبه‌های گوناگون تجارت الکترونیک، این قانون نیز نیازمند اصلاحات و روزآمد کردن است.

مصاد قانونی ۲۳ تا ۴۹ قانون تجارت الکترونیک که درباره حمایت از افراد شناسایی شده است را می‌توان به‌نوعی مرتبط با فعالیت حوزه بورس کالا دانست. به‌عنوان نمونه، براساس ماده ۳۳ قانون تجارت الکترونیک فروشندگان کالا و ارائه‌دهندگان خدمات باید اطلاعات موثر در تصمیم‌گیری برای خرید یا قبول شرایط را از زمان مناسبی قبل از عقد قرارداد در اختیار مصرف‌کنندگان قرار دهند که انتشار اطلاعیه عرضه بورس کالای ایران در راستای آگاه‌سازی خریداران انجام شده که منطبق بر مفاد قانونی مطرح شده است. تمامی تبادل اطلاعات در سامانه‌های معاملات بورس کالای ایران در بستر قانون تجارت الکترونیک شکل می‌گیرد. مواد ۶ تا ۳۱ این قانون نیز که درباره داده‌پیام است که به داده‌پیام‌های الکترونیک که در بستر سامانه‌های بورس کالا تولید می‌شود، قابل تسری است، زیرا همانطور که می‌دانیم عمده فعل و انفعالات بورس در زمان حاضر از طریق سیستم‌های الکترونیک به‌وقوع پیوسته و استانداردپذیری و جنبه اثباتی داده‌پیام‌ها در این زمینه نقش حیاتی دارد.

روند رو به رشد زیرساخت‌های تجارت الکترونیک در ایران
وضعیت ایران از نظر شاخص‌های گوناگون زیرساخت فنی، نسبت به گذشته روند رو به رشدی داشته است. این در حالی است که در مقایسه با کشورهای دیگر سرعت رشد آن قابل توجه نیست. درباره نرخ نفوذ اینترنت، رشد کشور کمی بیشتر از متوسط منطقه و جهان بوده است. با این حال در شاخص دیگری مانند سرورهای امن، کشور ایران در رشد کمتری از منطقه و بسیار کمتر از جهان داشته است. در حال حاضر توسعه تمامی سامانه‌های معاملاتی بورس کالای ایران در شرکت و بر پایه سرورهای امن انجام شده که امنیت تبادل داده‌ها و اعتماد به انجام معاملات از این بستر را به همراه داشته است.

در سال ۹۶ بیش از ۱۱۱ هزار میلیارد تومان خرید آنلاین انجام شده که پرداخت آنها اینترنتی بوده است. علاوه بر این، در همین سال بیش

از ۳۲ هزار میلیارد تومان فروش آنلاین با پرداخت در محل و ۱۶ هزار میلیارد تومان فروش آنلاین که پرداخت آنها به شیوه‌هایی غیر از پرداخت اینترنتی یا پرداخت در محل، ازجمله کارت‌به‌کارت، واریز بانکی و... انجام شده است. در صورتی‌که تجارت الکترونیک را تنها در قالب پرداخت الکترونیکی تعریف کنیم حجم آن در سال ۹۶ بیش از ۱۶۰ هزار میلیارد تومان بوده که بیش از ۱۱ درصد GDP کشور را تشکیل می‌دهد که این نسبت در کشورهای پیشرفته تا ۲۰ درصد نیز می‌رسد. در صورتی‌که تعریف جامع‌تری از تجارت الکترونیک را در نظر بگیریم با توجه به اینکه تمامی معاملات بورس کالای ایران از طریق سامانه‌های معاملاتی الکترونیکی انجام می‌شود، می‌توان تمامی این معاملات را ذیل تجارت الکترونیک دانست. در بورس کالای ایران کارگزاران از محل دفاتر خود از طریق سامانه‌های معاملاتی طراحی‌شده به سیستم مرکزی معاملات دسترسی دارند. همچنین در بازار معاملات آتی، اختیار معامله، سلف، گواهی سپرده و صندوق کالایی علاوه بر کارگزاران، مشتریان نیز می‌توانند از طریق سامانه‌های الکترونیکی کارگزاران، سفارش خود را به سیستم معاملاتی بورس ارسال کنند. گفتنی است ارزش کل معاملات انجام‌شده در سال ۹۶ در بورس کالای ایران بیش از ۱۱۷ هزار میلیارد تومان و در سال ۹۷ بیش از ۱۷۸ هزار میلیارد تومان بوده است.

بورس‌های کالایی و تجارت الکترونیک

معاملات در بازارهای سنتنی غیرشفاف، زمان‌بیر، هزینه‌بر و همراه با مستندات کاغذی است در صورتی‌که بازارهای مدرن بر پایه تجارت الکترونیک ضمن حذف بوروکراسی غیرضروری و کاهش هزینه و زمان، بستر امن معاملات را فراهم می‌کنند. در بورس‌های کالایی کشورهای پیشرفته مانند بورس کالای شیکاگو، بورس فلزات لندن، بورس آبی

شانه‌های و بورس کالای دالیان، تمامی معاملات بر بستر الکترونیک انجام می‌شود و شیوه‌های سنتی کنار گذاشته شده است. همچنین تمام خریداران، فروشندگان و انبارها در سراسر جهان از طریق سامانه‌های الکترونیک بورس‌ها با هم در ارتباط هستند. در بورس کالای ایران نیز تمام معاملات در بستر الکترونیک با حذف بوروکراسی‌های غیرضروری انجام می‌شود که علاوه بر شفافیت، اطلاع‌رسانی مناسب و توسعه دسترسی عمومی به سامانه‌های معاملاتی در سطح کشور را به همراه داشته است.

مشکلات قانونی تجارت الکترونیک

از جمله مشکلات قانونی در این زمینه می‌توان به‌وجود ابهامات و تناقضات در برخی قوانین و همینطور وجود تعدادی از قوانین دست و پاگیر که سرعت فعالیت تجاری در بستر الکترونیک را کند می‌کند، اشاره کرد. همچنین تاکنون مرجع مشخص و واحدی برای تعریف و پیاده‌سازی امضای الکترونیک ایجاد نشده است. با توجه به اینکه تجارت الکترونیک محیط موجب صرفه‌جویی در زمان، منابع، حمل و نقل، سوخت و حفظ محیط زیست و... می‌شود، ضروری است قوانین حمایتی در این زمینه به‌ویژه در قبال شرکت‌های دانش‌بنیان و استارت‌آپ‌ها به تصویب برسد، چراکه جای این قوانین در کشور خالی است. رونق تجارت الکترونیک در بسیاری از حوزه‌ها محتاج زیرساخت‌هایی است که بخش خصوصی ناتوان از ایجاد آنها و نیازمند قوانین حمایتی و مداخله دولت در این زمینه است. به‌طور مثال، بخشی از توسعه معاملات الکترونیک بورس کالا نیازمند وجود انبارهای مدرن و پیشرفته است؛ در حالی‌که انبارها در کشور ما به‌طور کامل سنتنی و توسعه‌نیافته هستند و در این زمینه قانونی که این عرصه را به سمت توسعه هدایت و دولت را مکلف به هموار کردن این راه کند، وجود ندارد. از موارد دیگر عدم دسترسی یا دسترسی محدود

فعالان به سرویس‌های پایه از جمله ثبت احوال، کدپستی، سرویس بانکی و سرویس‌های احراز هویت است.

راهکارهای بهبود فضای کسب و کارهای تجارت الکترونیک

یکی از مهم‌ترین عوامل موثر بر بهبود فضای تجارت الکترونیک، ایجاد اعتماد و اطمینان برای بازیگران اقتصادی است. اعتماد و اطمینان به محیط‌های تجارت الکترونیک می‌تواند نقش کلیدی در گسترش این نوع از تجارت داشته باشد. اعتماد از زوایای گوناگونی مورد توجه قرار می‌گیرد. همچنین به رسمیت شناختن اعضای دیجیتال گامی موثر در بهبود فضای حاکم بر تجارت الکترونیک در کسب و کار کشور خواهد بود. به‌طور کلی، در حوزه تجارت الکترونیک سه بازیگر دولت، مصرف‌کنندگان و توزیع‌کنندگان نقش کلیدی ایفا می‌کنند. نقش و سهم هر یک از این بازیگران در توسعه تجارت الکترونیک متفاوت است. دولت‌ها بیشتر در نقش تأمین زیرساخت‌های اقتصادی، فنی و ارتباطی، امنیتی و تسهیل تجاری ظاهر می‌شوند. تأمین زیرساخت‌های تجارت الکترونیک به هزینه‌های اولیه بالایی نیاز دارد تا امکان فعالیت و بهره‌برداری برای سایر بازیگران فراهم شود. البته دولت نیز به‌عنوان بهره‌بردار این زیرساخت در تعامل با بنگاه‌ها به صورت دولت با بنگاه و دولت با مصرف‌کننده و بالعکس نیز به‌شمار می‌رود. زیرساخت‌های تجارت الکترونیک فقط فنی و ارتباطی نبوده و طیف وسیعی از اقدامات را برای فراسازی محیط نیاز دارد. پیاده‌سازی کامل تجارت الکترونیک در سطح تجارت داخلی و خارجی با استفاده از ابزارها و استانداردهای بین‌المللی و با توجه به فرهنگ ایرانی و اسلامی در بستر امن باید به‌گونه‌ای باشد که هر شخص حقیقی و حقوقی با هر اندازه‌ای از کسب و کار، بتواند در هر زمان و مکان با مشارکت در آن به رونق اقتصاد کشور و افزایش بهره‌وری آن کمک کند.

آگهی قانون تعیین تکلیف وضعیت اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی

نظر به دستور مواد ۱ و ۳ قانون تعیین تکلیف وضعیت اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مصوب ۱۳۹۰/۰۹/۲۰ و برابر رای شماره ۱۳۹۹۶-۳۱۰-۱۹۰-۵۹۲۲ مورخ ۱۳۹۹/۱۰/۱۱ هیات موضوع قانون تعیین تکلیف موضوع ماده یک قانون مذکور مستقر در واحد ثبتی فریدونکنار تصرفات مالکانه و بلاعارض متقاضی آقای سید صمد حسینی ملا فرزند سید لطیف نسبت به یک و نیم دانگ مشاع از شش‌دانگ یک قطعه زمین با بنای احداثی به مساحت ۱۴۲.۷۴ متر مربع به شماره پلاک ۸۳۳ فرعی از ۱۶۶ اصلی واقع در فریدونکنار بخش ۲ خریداری از خانم فرخ لقا بهرامی مالک رسمی محرز گردیده است. لذا به موجب ماده ۳ قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی و ماده ۱۳ آیین نامه مربوطه این آگهی در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز از طریق این روزنامه و محلی اکتفا انتشار در شهرها منتشر و در روستاها رای هیات الصاق تا در صورتیکه اشخاص ذینفع به آرای اعلام شده اعتراض داشته باشند باید از تاریخ انتشار اولین آگهی و در روستاها از تاریخ الصاق در محل تا دوماه اعتراض خود را به اداره ثبت محل وقوع ملک تسلیم و رسید اخذ نمایند. معترض باید ظرف یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض مبادرت به تقدیم دادخواست به دادگاه عمومی محل نماید و گواهی تقدیم دادخواست به اداره ثبت محل تحویل دهد که در این صورت اقدامات ثبت موکول به ارائه حکم قطعی دادگاه است و در صورتی‌که اعتراض در مهلت قانونی واصل نگردد یا معترض، گواهی تقدیم دادخواست به دادگاه عمومی محل را ارائه نکند اداره ثبت مبادرت به صدور سند مالکیت می‌نماید و صدور سند مالکیت مانع از مراجعه متضرر به دادگاه نیست.

م الف : ۹۹۸۸۹۹۹۹۹

تاریخ انتشار نوبت اول : ۱۳۹۹/۱۲/۰۲

تاریخ انتشار نوبت دوم : ۱۳۹۹/۱۲/۱۶

مرئوس خجوابی رئیس ثبت اسناد و املاک فریدونکنار

(آگهی قانون تعیین تکلیف وضعیت اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی)

نظر به دستور مواد ۱ و ۳ قانون تعیین تکلیف وضعیت اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مصوب ۱۳۹۰/۰۹/۲۰ و برابر رای شماره ۱۳۹۹۶-۳۱۰-۱۹۰-۵۹۲۱ مورخ ۱۳۹۹/۱۰/۱۱ هیات موضوع قانون تعیین تکلیف موضوع ماده یک قانون مذکور مستقر در واحد ثبتی فریدونکنار تصرفات مالکانه و بلاعارض متقاضی آقای سید محمد حسینی ملا فرزند سید لطیف نسبت به یک و نیم دانگ مشاع از شش‌دانگ یک قطعه زمین با بنای احداثی به مساحت ۱۴۲.۷۴ متر مربع به شماره پلاک ۸۳۳ فرعی از ۱۶۶ اصلی واقع در فریدونکنار بخش ۲ خریداری از خانم فرخ لقا بهرامی مالک رسمی محرز گردیده است. لذا به موجب ماده ۳ قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی و ماده ۱۳ آیین نامه مربوطه این آگهی در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز از طریق این روزنامه و محلی اکتفا انتشار در شهرها منتشر و در روستاها رای هیات الصاق تا در صورتیکه اشخاص ذینفع به آرای اعلام شده اعتراض داشته باشند باید از تاریخ انتشار اولین آگهی و در روستاها از تاریخ الصاق در محل تا دوماه اعتراض خود را به اداره ثبت محل وقوع ملک تسلیم و رسید اخذ نمایند. معترض باید ظرف یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض مبادرت به تقدیم دادخواست به دادگاه عمومی محل نماید و گواهی تقدیم دادخواست به اداره ثبت محل تحویل دهد که در این صورت اقدامات ثبت موکول به ارائه حکم قطعی دادگاه است و در صورتی‌که اعتراض در مهلت قانونی واصل نگردد یا معترض، گواهی تقدیم دادخواست به دادگاه عمومی محل را ارائه نکند اداره ثبت مبادرت به صدور سند مالکیت می‌نماید و صدور سند مالکیت مانع از مراجعه متضرر به دادگاه نیست.

م الف : ۹۹۸۸۹۹۹۹۹

تاریخ انتشار نوبت اول : ۱۳۹۹/۱۲/۰۲

تاریخ انتشار نوبت دوم : ۱۳۹۹/۱۲/۱۶

مرئوس خجوابی رئیس ثبت اسناد و املاک فریدونکنار

آگهی تحدید حدود اختصاصی

موجب درخواست وارد ۹۷-۵۲۰۹۷ مورخ ۱۳۹۹/۹/۲۷ آقای مجید چنگی اشتهایی وکیل آقای محمود چنگی اشتهایی مالک شش‌دانگ امیران یک قطعه باغ به پلاک ثبتی ۵۴۸۶۱ فرعی مرفوز از پلاک ۸۵۸ فرعی از ۱۶۲ اصلی واقع در کرج که پلاک مذکور به موجب سند انتقال قطعی شماره ۱۰۰۵۹ مورخ ۱۳۵۰/۱۲/۲۸ دفتر ۱۹ کرج در متلک ایشان قرار گرفته و نظر به اینکه تحدید حدود شش‌دانگ امیران یک قطعه باغ به پلاک ۸۵۸ فرعی از ۱۶۲ اصلی واقع در بخش مرکزی کرج بعمل نیامده است و برابر ماده ۱۵ قانون ثبت نیز نمیتوان عمل نمود لذا تحدید حدود ملک مزبور در روز شنبه مورخ ۱۳۹۹/۱۲/۲۲ ساعت ۹ صبح در محل وقوع ملک شروع و بعمل خواهد آمد بدینوسیله به اطلاع کلیه مالکین و مجاورین پلاکهای فوق الذکر میرساند و در روز و ساعت مقرر در محل

تاریخ انتشار : ۱۳۹۹/۱۲/۲۲

م الف : ۹۹۸۶۵۸۲

مساعلی شوش پاشا-رئیس اداره ثبت اسناد و املاک ناحیه یک کرج

آگهی نوبتی سه ماهه چهارم سال ۱۳۹۹

برابر ماده ۱۲ و ۲۵ قانون ثبت مواد ۵۹ و ۵۹-۵۹ آیین نامه مذکور اینک املاکی که جزء حوزه ثبتی قرین مجبور املاک بوده و در سه ماهه سوم سال ۹۶ اظهارنامه آنها بر گشته و با املاکی که آگهی نوبتی آنها ارائه شده بوده و با طریقی رای هیات نظارت و با خط اختیارات تفویضی دستور اصلاح آنها صادر شده با ذکر شماره ملک و نام و نام خانوادگی مالک و محل وقوع ملک جهت اطلاع عموم به شرح ذیل آگهی می‌گردد:
بخش ۴ شمال شرق قرین - شهرادری قرین نسبت به شش‌دانگ یک قطعه نهر ۲۵۴۲ فرعی از ۳۱۵۵ اصلی - شهرادری قرین نسبت به شش‌دانگ یک قطعه نهر متروکه لذا برابر ماده ۱۶ قانون ثبت و تبصره ۴ ماده واحده هرکس نسبت به آگهی فوق اعتراضی دارد می‌تواند از تاریخ انتشار نوبت اول به مدت ۹۰ روز نسبت به آگهی اصلاحی به مدت یک ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و رسید عرض حال اعتراض را در یافت نماید ضمناً اعتراض به تقاضای ثبت موضوع ماده ۱۶ و ۲۰ قانون ثبت می‌باید توسط معترض ظرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض به مراجع ثبتی یا تقدیم دادخواست به مراجع ذصلاح قضایی صورت پذیرد.
تاریخ انتشار نوبت اول : ۱۳۹۹/۱۱/۱۱
تاریخ انتشار نوبت دوم : ۱۳۹۹/۱۲/۱۶
شعبان عسگری- مدیر واحد ثبتی حوزه ثبت ملک منطقه ۴ قرین ۱۵۹۷/م الف

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

برابر رای شماره ۰۶-۲۰۰۶-۳۱۸۰۰-۱۳۹۹۶ مورخ ۱۳۹۹/۱۰/۲۲ هیات موضوع قانون تعیین و تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی شهرستان بندر ازلی تصرفات مالکانه و بلاعارض متقاضی خانم فریبا سید فرزند عباس به شماره شناسنامه ۴۰۸ کد ملی ۵۰۱۰۰۴۰۷۸۶ در شش‌دانگ یک قطعه زمین مستعمل بر خانه با کاربری مسکونی با تراکم کم به مساحت ۱۵۹.۴۲ متر مربع در قسمتی از پلاک ۲ و ۳ فرعی از ۳۴۵ اصلی بخش ۸ کابلان حوزه ثبت ملک لرلی که شماره پلاک فرعی ۶۹۵ فرعی برای آن در نظر گرفته شده است. محرز گردیده است لذا جهت اطلاع عموم در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می‌شود در صورتی‌که هر کس نسبت به صدور سند مالکیت بنام متقاضی اعتراض داشته باشند می‌توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دو ماه اعتراض خود را به اداره ثبت اسناد و املاک محل تسلیم و پس از اخذ رسید طرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم و گواهی تقدیم دادخواست را به اداره ثبت محل تحویل نمایند بدیهی است در صورت نقضی مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.
تاریخ انتشار نوبت اول : ۱۳۹۹/۱۲/۰۲
تاریخ انتشار نوبت دوم : ۱۳۹۹/۱۲/۱۶

رئیس اداره ثبت اسناد و املاک شهرستان بندر ازلی - عباس نوروزی

۱۱۸

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

آگهی موضوع ماده ۳ قانون و ماده ۱۳ آیین نامه قانون تعیین و تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی برابر رای شماره ۱۶-۳۰۰۷۹۱۶-۳۱۸۶۰۰ مورخ ۱۳۹۹/۰۹/۱۵ هیات موضوع قانون تعیین و تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ملک ناحیه ۲ رشت تصرفات مالکانه بلاعارض حتم فاطمه علیزاده تالچاهی فرزند ابوالحسن به شماره شناسنامه ۲۵۸۲ صادره از خمام در قریه بیجارکن در شش‌دانگ یک قطعه زمین مستعمل بر ساختمان به مساحت ۱۵۴.۹۸ متر مربع پلاک فرعی ۱۸۷۷۴ از اصلی مرفوز محزی از پلاک ۳۵۷۵ از اصلی ۷۵ واقع در بخش چهار رشت خریداری از ملک رسمی آقای محمد گوهری بیجارکنی محرز گردیده است لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می‌شود در صورتی‌که اشخاصی نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراض داشته باشند می‌توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دو ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید طرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند بدیهی است در صورت نقضی مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.
تاریخ انتشار نوبت اول : ۱۳۹۹/۱۲/۰۲
تاریخ انتشار نوبت دوم : ۱۳۹۹/۱۲/۱۶

رئیس اداره ثبت اسناد و املاک ناحیه دو رشت - حسین اسلامی ججدی

۱۱۷

آگهی نوبتی سه ماهه سوم سال ۱۳۹۹ ثبت اسناد الموت شرقی

برابر ماده ۱۲ قانون ثبت اسناد و املاک کشور و رعایت ماده ۵۹ آیین نامه ثبت املاکی که در حوزه ثبت اسناد و املاک الموت قیلاً مجهول المالك وقر سه ماهه سوم سال ۱۳۹۹ اظهارنامه قسمتی از آنها بر گشته و با ذکر نام و نام خانوادگی و شماره پلاک ملک متقاضیان جهت اطلاع عموم به شرح ذیل چاپ و منتشر می‌گردد:
املاک واقع در دهستان رودبار بخش ۱۸ قرین
قریه گرمزود سینا پلاک ۲۱ اصلی
آقای عبدالرضا فورچی بیگی فرزند اله قلی نسبت به دو سهیم و خانم زهرا فورچی بیگی فرزند اله قلی مقدار یک سهیم (مجمعا ۳ سهیم) از ۵ سهیم ۱۶ سهیم از ۲۸۰۰ سهیم شش‌دانگ قریه گرمزود پلاک ۲۱ اصلی باستثناء پنج هشتم و بنشمار سه هشتم نموده عرصه و اعیان ۱۶ سهیم باحقافه از رودخانه و چشمه سراها طبق قانون ملی شدن آنها را تقاضای ثبت نموده اند لذا برابر ماده ۱۶ قانون ثبت هرکس نسبت به املاک فوق اعتراضی دارد می‌تواند از تاریخ انتشار اولین آگهی ظرف مدت نود روز عرض حال اعتراض خود را به این اداره تسلیم و رسید در یافت داریند یا چنانچه قبل از انتشار آگهی بین متقاضیان دعوی در دادگاه مطرح و در جریان رسیدگی باشد از تاریخ اولین آگهی به مدت نود روز گواهی دادگاه دایر بر جریان دعوی را به این اداره تسلیم در غیر این صورت اداره ثبت برای مقررات اقدام خواهد نمود.
تاریخ انتشار نوبت اول : ۱۳۹۹/۱۱/۱۱
تاریخ انتشار نوبت دوم : ۱۳۹۹/۱۲/۱۶
عباس موسی- سرپرست حوزه ثبت ملک الموت شرقی (معلم کلاس) قرین- ۱۶۰۹/م الف

تصویر

کم‌هزینه‌ترین روش‌های بازاریابی برای کسب و کارهای مختلف

به قلم: کریستین مک کورمیک کارشناس حوزه بازاریابی و تبلیغات / مترجم: امیر آل‌علی

یکی از دلایلی که باعث می‌شود تا بسیاری از کسب و کارها به سطحی محدود قانع باشند، تصور اشتباه آنها نسبت به مقوله بازاریابی است. درواقع نباید این باور را داشت که چنین اقدامی نیاز به بودجه زیادی دارد. اگرچه در این زمینه روش‌های پرهزینه متعددی را می‌توان مثال زد، با این حال این امر پایان کار نبوده و بسیاری از روش‌ها نیز وجود دارد که کاملا کم‌هزینه محسوب می‌شود. بدون شک آگاهی از آنها خصوصا برای کسب و کارهای کوچک و نوپا، دارای اهمیت فوق‌العاده‌ای خواهد بود. در ادامه ۱۰ مورد منتخب را بررسی خواهیم کرد.

۱-حساب تجاری گوگل

با این اقدام شما می‌توانید در فضاهایی نظیر نقشه گوگل حضور داشته باشید و از امکانات متنوع این برند برای کسب و کارها استفاده نمایید. نکته دیگری که لازم است تا به آن توجه داشته باشید این است که گوگل اکنون به عنوان محبوبترین موتور جست و جوگر دنیا شناخته می‌شود و الیکیشن نقشه آن نیز به مراتب محبوب‌تر از سایر رقبا است. به همین خاطر نیز حضور در آن شما را در معرض دید تعداد افراد زیادی قرار خواهد داد. نکته‌ای که در این بخش باید به آن توجه داشته باشید این است که اطلاعات کاملی را همراه با عکس و فیلم وارد نمایید.

۲-حضور در شبکه‌های اجتماعی

اشتباه بزرگ بسیاری از برندها در رابطه با شبکه‌های اجتماعی این است که خود را محدود به چند برند می‌کنند. این امر در حالی است که هر شبکه‌ک از ویژگی‌ها و مخاطبان خاص خود برخوردار است. با توجه به این امر که فعالیت در آنها هزینه‌ای را در پی ندارد، توصیه می‌شود که در تمامی آنها حضور داشته باشید. با این حال به صورت کلی، فیس‌بوک، اینستاگرام، لینکدین، توئیتر، یوتیوب و تیک تاک مهمترین‌ها محسوب می‌شود، با این حال نکته مهم دیگر این است که اولویت‌بندی درستی را نیز داشته باشید. درواقع این امر طبیعی است که در منطقه‌ای که قصد فعالیت دارید، تمامی آنها به یک اندازه محبوب نیستند. به همین خاطر نیز باید اولویت‌بندی داشته باشید. همچنین فراموش نکنید که در هر شبکه شما باید محتواهای مخصوص به آن را تولید نمایید. به همین خاطر توصیه می‌شود که فرد و یا افرادی را برای پوشش نیاز خود، استخدام نمایید. از جمله ویژگی‌های چنین فردی در اختیار داشتن دوربین در کنار تسلط به نرم‌افزارهای ادیت عکس و فیلم است. برای موفقیت در شبکه‌های اجتماعی، تولید محتوای ارزشمند و مطابق با نیاز مخاطب، همکاری با اینفلوئنسرها و استفاده درست از ابزارهای نظیر هشتگ به شما کمک خواهد کرد تا به سرعت بتوانید مخاطبان لازم را به دست آورید. نکته مهمی که بسیاری از برندها نسبت به آن غافل هستند، عدم فعالیت در لینکدین به عنوان شبکه تخصصی کسب و کار است. با حضور فعال در این شبکه پس از مدتی، شاهد تاثیر معجزه‌آسای آن خواهید بود.

۳-استفاده از سئو محلی

تکنیک‌هایی از سئو که باعث می‌شود تا افراد منطقه‌ای که در آن فعالیت دارید، بهتر شما را بشناسند، تحت عنوان سئو محلی مطرح می‌شود. برای این موضوع لازم است تا نکاتی را رعایت نمایید. برای مثال درج نام منطقه، یکی از ساده‌ترین این موارد محسوب می‌شود، با این حال به صورت کلی توصیه می‌شود که فردی مسلط به حوزه سئو را در تیم خود داشته باشید.

۴-تبلیغات ایمیلی

این امر یک واقعیت است که این احتمال وجود دارد که بسیاری از افراد در یک شبکه اجتماعی حضور نداشته باشند. تحت این شرایط ارسال پیامک نیز هزینه‌بر خواهد بود. با این حال ایمیل از جمله مواردی است که تمامی افرادی که گوشی‌های هوشمند دارند، از آن استفاده می‌کنند. به همین خاطر نیز فعالیت تبلیغاتی در آن باعث می‌شود تا در معرض دید افراد بسیاری قرار بگیرید. در این زمینه فراموش نکنید که پیام‌های شما باید کاملا مختصر و با یک مزیت مناسب برای مخاطب باشد تا مورد توجه قرار گیرد. همچنین به فواصل ارسال پیام نیز توجه داشته باشید تا به عنوان یک عامل مزاحم تلقی نشوید. در نهایت ایمیل، بستری مناسب برای حفظ ارتباط با مشتریان خواهد بود.

۵-تولید اینفوگرافی

یکی از انواع محتوایی که همواره بسیار محبوب است، اینفوگرافی‌ها است. خوشبختانه ایجاد آنها با توجه به تنوع نرم‌افزارهای موجود، اینا کار سختی نبوده و در دسرهای ویدئو و پادکست را نیز ندارند. در این راستا شما حتی می‌توانید صرفا اقدام به ترجمه نمونه‌های خارجی نیز نمایید. در این راستا آمارها حاکی از آن است که وجود چنین امری، باعث افزایش چشمگیر ترافیک سایت می‌شود. برای ساخت آنها نیز ابزارهای رایگانی نظیر Canva وجود دارد.

۶-کسب جوایز موجود

در کنار آن که لازم است تا تمامی مجوزهای حوزه کاری خود را دریافت نمایید، می‌توانید وارد رقابت با سایر برندها برای کسب جوایز نیز شوید. در این راستا حتی با یک جست و جوی ساده در اینترنت، می‌توانید فهرست کاملی از آنها را پیدا کنید. بدون شک حتی یک جایزه، ارزش و اعتبار برند شما را افزایش داده و زمینه رشد بهتر را فراهم می‌آورد.

۷-استفاده از بازاریابی چریکی

در این نوع بازاریابی خلاقیت حرف اول را می‌زند. درواقع شما در تلاش هستید تا مفهوم تبلیغاتی خود را در دل یک جریان عادی قرار دهید. این موضوع باعث می‌شود تا مخاطب کاملا غافلگیر شود. برای درک بهتر این موضوع هیچ چیز به اندازه مشاهده نمونه‌های متعدد آن در اینترنت نمی‌تواند شما را نسبت به اقدامی که باید انجام دهید، آگاه سازد. در این راستا بهتر است که به جای کپی‌برداری از اقدامات انجام شده، به دنبال ایده گرفتن برای انجام کارهای جدید باشید.

۸-ایجاد سایت

ممکن است تصور نمایید که صرفا حضور در شبکه‌های اجتماعی کافی خواهد بود. با این حال نکته‌ای که باید به آن توجه داشته باشید این است که همه آنها از ویژگی‌های خاصی برخوردار بوده و نمی‌توان انواع محتوا را در آنها به اشتراک گذاشت. با این حال سایت‌ها، چنین محدودیتی را نداشته و بسیار خوب است که چنین فضایی را داشته باشید. درواقع سایت را می‌توان بستر اصلی فعالیت‌های شما دانست که لازم است تا در تمامی صفحات شما در شبکه‌های اجتماعی، به خوبی معرفی شود. درواقع سایت‌ها امروزه بسیاری از برندها را حتی از دفاتر کاری بی‌نیاز کرده‌اند.

۹-همکاری با سایر برندها

بدون شک موفقیت به تنهایی امری بسیار سخت است. به همین خاطر نیز اگر با افراد دیگر در این زمینه اقدام نمایید، بدون شک نتایج به مراتب بهتری را به دست خواهید آورد. در این راستا توصیه می‌شود که همواره به دنبال پیدا کردن برندهایی باشید که هدفی مشترک را با شما دارند. تحت این شرایط قدرت بالاتری را نیز برای انجام کارها به دست خواهید آورد. در این راستا فراموش نکنید که مشارکت زمینه‌های مختلفی را داشته و الزامی برای ادغام وجود ندارد.

۱۰-برگزاری ایونت و وبینار

ایونت‌ها می‌تواند موضوعات مختلفی را داشته باشند. این مسئله باعث خواهد شد تا در یک زمان مشخص، شاهد حضور تعداد افراد زیادی باشید که خود فرصتی ایده‌آل برای فروش و بازاریابی خواهد بود. در این راستا شما می‌توانید در ایونت‌ها و همایش‌های مختلف نیز حضور داشته و با این اقدام، فرصتی تبلیغاتی را به دست آورید. در کنار این مسئله، امروزه وبینارها نیز بسیار محبوب شده‌اند. تحت این شرایط مرزها از بین می‌رود و می‌توانید در هر شرایط و زمانی، وبینار خود را برگزار نمایید. این مسئله به مراتب کم‌خرج‌تر از نمونه‌های دیگر آن که نیاز به حضور افراد دارد، است. وبینار تنها برای موضوعات تک جلسه‌ای کاربرد نداشته و می‌توانید دوره‌های آموزشی نیز تعریف نمایید. این امر باعث خواهد شد تا با افزایش آگاهی مخاطب، احساس نیاز نیز در آنها تشدید یاد.

منبع: wordstream.com

تبلیغات خلاق



مسیر موفقیت

چرا الان «قدردانی» بیش از همیشه مهم است؟

و سختی هم که باشید، می‌توانید طرز فکر شکرگزاری و قدردانی خود را حفظ کنید.

۳. قدردان کوچک‌ترین چیزها هم باشید

ما اغلب اوقات فراموش می‌کنیم از کسانی که همیشه و همه روز سعی می‌کنند کارهای ما را انجام دهند و به خانه و زندگی ما سر و سامان می‌دهند، قدردانی کنیم. هر روز یک زمان خاصی را صرف نوشتن پیام یا ایمیلی به آن افراد کنید. اگر هر روز این کار را انجام دهید، می‌توانید به راحتی حس قدردانی را در خود ایجاد کنید.

۴. زمانی را صرف تأمل در خودتان کنید

حداقل ۱۰ دقیقه در روز را صرف تأمل در دلایل قدردانی خود کنید. یک لیست تهیه کنید. باورتان نمی‌شود که همین عمل ساده نوشتن قدردانی‌های‌تان، تا چه حد می‌تواند نگرش و دیدگاه شما را تغییر دهد. این طرز فکر حق‌شناسی و قدردانی، بسیار قانع‌کننده است. وقتی از درون خود این حس قدردانی را پرورش دهید، اطرافیان‌تان نیز از آن حس الهام می‌گیرند.

من فهمیدم که هر چه بیشتر خوبی‌ها را ببینم، خوشحال‌تر می‌شوم. فکر می‌کنم اگر شما هم این طرز فکر را در پیش بگیرید، به همین نکته خواهید رسید.

منبع: Addicted۲Success/ucan

پیش روی شما می‌گذارم تا شکرگزاری را بین دیگران ترویج کنم.

۱. اطرافیان خود را بشناسید

ما در این دنیای همیشه در حال پیشرفت، آنقدر بین این پروژه و آن پروژه می‌پریم که دیگر وقت نداریم قدردان موفقیت‌های خود باشیم. ۱۰دقیقه از این هفته را صرف قدردانی از یکی از اطرافیان‌تان کنید. از شما می‌خواهم از راهی، قدردانی خود را به آنها نشان دهید. آن همکارتان که در پروژه اخیر کمک‌تان کرد را برای صرف قهوه، فردا صبح دعوت کنید یا اگر همسرتان برای‌تان کاری انجام داد، برایش یک یادداشت تشکر بنویسید. این عمل ساده و محسوس قدردانی، زیاد طول نمی‌کشد، اما هم برای شما و هم برای طرف مقابل‌تان مفید است.

۲. چالش‌های رشد و پیشرفت را بشناسید

امسال همه ما با چالش‌ها و موانع جدیدی مواجه شدیم. از شما می‌خواهم حداقل یک مانع که امسال با آن مواجه شدید و تجربیات مثبتی که از آن کسب کردید را بنویسید. این‌گونه به یاد می‌آورید که توانایی انجام هر کاری را دارید و از کسی یا چیزی که در راه گذر از این مانع کمک‌تان کرد، قدردانی می‌کنید. اگر به جای چیزهای منفی، روی چیزهای مثبت تمرکز کنید، در هر شرایط غیرقابل کنترل

امسال قطعا در کتاب‌ها نوشته می‌شود، چراکه سالی بود پر از عدم اطمینان و ترس، اما با این حال، این به ما بستگی دارد که از امسال در ذهن ما خاطره‌ای بد به یادگار بماند یا خوب. روز شکرگزاری امسال، از شما می‌خواهم به جای تمرکز بر روی چیزهای منفی، سپاسگزار و قدردان همه چیز باشید. همه ما می‌توانیم طرز فکر خود را تغییر دهیم و دیدگاه خود را از اضطراب، یأس و ناامیدی به مثبت‌نگری و امید تغییر دهیم.

آنطور که من فهمیدم، شادترین افراد، کسانی هستند که عادت به سپاسگزاری دارند. آنها حتی در سخت‌ترین شرایط هم همیشه دلیلی برای شکرگزاری پیدا می‌کنند. همه ما چنین آدم‌هایی را دور و بر خود می‌شناسیم، اما راز آنها چیست؟ آنها چگونه همیشه به همه چیز دیدگاه مثبتی دارند؟

این عادت یا طرز فکر قدردانی، یک‌شبه اتفاق نمی‌افتد. هیچ عادتی یک‌شبه اتفاق نمی‌افتد. باید هم توجه زیادی داشته باشیم و هم عمل. همه ما باید یک زندگی متعادل داشته باشیم. تحقیقات نشان می‌دهد که سپاسگزاری، باعث می‌شود که ما زندگی طولانی‌تر و سالم‌تری داشته باشیم.

بنابراین این هفته که باید شکرگزاری کنیم، چهار چالش