

کدام کشورها ۴ سال سخت و آسانی را پیش رو دارند؟

برندگان و بازندگان بایدن

هرچند ترامپ نزدیک به دو ماه طول داد تا شکست انتخاباتی را

پذیرفت، اما رهبران جهان همان شب انتخابات می‌دانستند که انتخابات آمریکا را برده‌اند یا آن را باخته‌اند. می‌گویند سیاست خارجی آمریکا اصولا با رفتن و آمدن دولت‌های تازه تغییر خاصی نمی‌کند، اما ترامپ آنچنان هنجارشکنی کرد که بدون تردید بود و نبودش برای تمام دنیا فرق خواهد کرد. حال سوال این است که کدام کشورها بیشترین صدمه را از باخت ترامپ دیده‌اند و کدام کشورها از پیروزی بایدن سود خواهند کرد؟
یان برم، بنیان‌گذار گروه اوراسیا (موسسه مشاوره‌ای در حوزه ریسک سیاسی) در یادداشتی به این سوال پاسخ داده است. او کشورها را به چند دسته «بزرگترین برنده‌ها»، «عمدتا برنده‌ها»، «نه برنده و نه بازنده»، «برنده‌هایی که در صورت برد ترامپ هم برنده بودند»، «تقریبا بازنده‌ها» و «بازندگان واقعی» تقسیم کرده و ایران را در گروه «عمدتا برنده‌ها» جای داده است.

✱ بزرگترین برنده‌ها: برمر از کشورهای کانادا، فرانسه، آلمان و ژاپن به عنوان «بزرگترین برنده‌ها» نام می‌برد و در مورد آلمان می‌نویسد: «آنگلا مرکل، صدراعظم آلمان در دوران ترامپ وظیفه‌اش را انجام داد و عملا به عنوان رهبر جهان غرب عمل کرد و تلاش کرد اقدامات ترامپ را خنثی کند. حالا که آمریکا یک رهبر سنتی‌تر و قابل پیش‌بینی‌تر را انتخاب کرده مرکل می‌تواند همان‌طور که قولش را داده از سیاست خداحافظی کند. او تلاشش را در این دوران سخت کرد و حالا آلمان بالاخره باید برای دوران پسامرکل آماده شود.»

✱ عمدتا برنده‌ها: برمر همچنین از ایران، مکزیک و کره جنوبی به عنوان «عمدتا برنده‌ها» یاد می‌کند و درباره ایران می‌گوید: «دوره دوم ریاست جمهوری ترامپ به معنای چهار سال دیگر فشار اقتصادی سنگین بر تهران بود و حالا ترامپ رفته، اما بازگشت جو بایدن به واشنگتن تضمینی برای بازگشت آمریکا به برجام نیست و حتی این تضمین هم وجود ندارد که آمریکا هیچ تحریم اقتصادی معناداری را لغو کند. به علاوه هیچ تضمینی وجود ندارد که ایران هم با علاقه به وضعیت برجام اولیه برگردد؛ پس از آنکه ترامپ آنگونه برجام را پاره کرد ایران حتما قبل از بازگشت خواستار تعهدات تازه خواهد شد. همه اینها به کنار، نبودن ترامپ در کل به نفع رابطه ایران-آمریکاست.»

✱ نه برنده و نه بازنده: گروه سوم، کشورهای «نه برنده و نه بازنده» هستند و برمر تنها چین را در این گروه جای داده است: «یکی از دلایل موفقیت چین در سال‌های اخیر این بوده که آنها رویکرد استراتژیک جامعی در امور بین‌المللی در پیش گرفته‌اند. به همین خاطر پیروزی بایدن هم از لنز استراتژیک این رویکرد دیده خواهد شد. در کوتاهمدت، ریاست‌جمهوری بایدن به نفع چین است چراکه فشار کوتاهمدت را از روابط پکن-واشنگتن برمی‌دارد. به علاوه ورود بایدن به کاخ سفید باعث افزایش پیش‌بینی‌پذیری اقتصاد دنیا می‌شود و چین برای گسترش نفوذ اقتصادی‌اش به این نیاز دارد. ثبات ریاست جمهوری بایدن به علاوه به چین وقت خواهد داد تا انتعاف‌پذیری‌اش را تقویت کند و برای رقابت سخت آینده در حوزه‌های تجارت و تکنولوژی با آمریکا آماده شود. اگر ترامپ برای بار دوم در انتخابات برنده می‌شد مردم دنیا راحت‌تر قانع می‌شدند که آنچه جهان نیاز دارد رهبری جهانی چین است، نه تداوم حاکمیت آمریکا.»

✱ برنده‌هایی که در صورت برد ترامپ هم برنده بودند: گروه چهارم دسته‌بندی برمر را «برنده‌هایی که در صورت برد ترامپ هم برنده بودند» تشکیل می‌دهد. او هند و رژیم صهیونیستی را در این دسته قرار داده و درباره هند نوشته: «نارندرا مودی، نخست‌وزیر هند در میان رهبران جهان یکی از بهترین روابط را با ترامپ داشت، این هم به شکل سیاست‌ورزی شخصی مودی مربوط است و هم اهمیت ژئواستراتژیک هند برای دولت آمریکا که بدش نمی‌آید هند را به جان چین بیندازد. البته بایدن کمتر از ترامپ به سیاست‌های ناسیونالیسم افراطی هندوی مودی علاقه دارد. هند بخش کلیدی تمرکز استراتژیک بایدن در منطقه اقیانوس هند و آرام است. البته فراموش نکنید که کاملا هریس، اولین فرد با ریشه‌های هندی است که به سمت معاونت رئیس جمهوری در آمریکا می‌رسد.» ✱ تقریبا بازنده‌ها: برمر همچنین از کشورهای بریتانیا، عربستان و امارات به عنوان کشورهای «تقریبا بازنده» یاد می‌کند و درباره بریتانیا می‌نویسد: «بوریس جانسون مدت‌ها فکر کرده بود که در صورتی که نتواند با بروکسل روی برگزیت به توافق برسد یک توافقاتمه تجاری انگلیسی-آمریکایی به داشد خواهد رسید، اما چنین توافقی با ترامپ امکان نداشت نه بایدن. که بروکسل این را می‌دانند. همه اینها کار دشوار جانسون را دشوارتر کرده است؛ او هم در مورد کرونا بد عمل کرده، هم با مخالفت‌های جدی حامیان سفت و سخت برگزیت در دولتش روبه‌روست و هم تا حالا نتوانسته به برگزیتی که وعده‌اش را داده بود نزدیک شود. مردم هم به طور فزاینده‌ای از اوضاع ناراضی‌اند. به علاوه بایدن به انگلیس هشدار داده که نباید دست به عملی بزند که دوباره باعث شود میان ایرلند و ایرلند شمالی مرز واقعی به وجود آید. (این برای بایدن که ریشه‌های ایرلندی دارد مسئله‌ای شخصی به حساب می‌آید). تنها نقطه مثبت ققیه این است که برگزیت در دنیایی که بایدن در کاخ سفید آن حضور دارد احتمالا کمتر به هرج و مرج منجر می‌شود.» ✱ بازندگان واقعی: گروه «بازندگان واقعی» را کشورهای برزیل، روسیه و ترکیه تشکیل می‌دهد و برمر درباره روسیه می‌نویسد: «بین روسای جمهور آمریکا، ترامپ کمترین احساسات ضدروسی را داشت و نکته اینجاست که روس‌ها نتوانستند از این موقعیت نفع ببرند. مشکل کجا بود؟ خیلی ساده است. شاید رئیس‌جمهور مشکلی با پوتین نداشت اما باقی واشنگتن به شدت احساسات ضدروسی دارند و این را مخفی نمی‌کنند. از چنین چشم‌اندازی پایان دوران ترامپ ضربه‌ای سنگین به مسکو به حساب نمی‌آید، اما روسیه طی چهار سال گذشته از بی‌توجهی ترامپ استفاده و سعی کرد نفوذ خود را در نقاط مختلف جهان افزایش دهد. حالا پیروزی بایدن که مدافع رابطه نزدیک آمریکا و اروپاست، ضربه بدی به پوتین خواهد بود.»

✱ واقعا نمی‌دانیم: آخرین دسته‌بندی برمر «واقعا نمی‌دانیم» نام دارد و کره شمالی تنها کشور این گروه است. وی درباره این کشور نوشته: «احتمالا هیچ رهبر آمریکایی طی دهه‌های گذشته به اندازه ترامپ با پیونگ‌یانگ دوستانه برخورد نکرد. البته ترامپ به قولش در دستیابی به توافق با کره شمالی وفادار نماند و تحریم‌ها را هم کاهش نداد. آیا دولت کیم جونگ-اون از اینکه ترامپ کاخ سفید را ترک کرده ناراحت است؟ باید دید کیم چگونه به بایدن خوشامد می‌گوید؛ با یک آزمایش موشکی یا در پیش گرفتن سیاست سکوت و آرامش؟ هر کس که باطمینان بگوید می‌داند بین دو کشور چه اتفاقی قرار است بیفتد، دارد به شما دروغ می‌گوید.»

رشد اقتصادی ایران در پاییز امسال مثبت شد

نمای اقتصاد ایران در آخرین سال قرن



در ۹ ماهه امسال نرخ رشد این بخش ۸ دهم درصد منفی تر شده است. در رشد بدون نفت شش ماهه امسال نیز نرخ رشد منفی ۱.۳ درصد بود که نشان می‌دهد هرچند رشد منفی این بخش کاهش یافته، اما همچنان در دامنه منفی قرار دارد.

با این حال بخش کشاورزی که در شش ماهه امسال رشد ۱.۷ درصدی را تجربه کرد، در ۹ ماهه امسال با بهبود نسبی به ۱.۹ درصد رسید. همچنین بخش استخراج نفت و گاز که در شش ماهه امسال نرخ رشد منفی ۵.۹ درصدی را ثبت کرد، در ۹ ماهه امسال نرخ رشد منفی ۳ درصدی داشت. بخش صنعت نیز از جمله بخش‌هایی است که با بهبود روبه‌رو شد، به طوری که نرخ رشد یک دهم درصدی آن در شش ماهه نخست سال به ۱.۳ درصد در ۹ ماهه سال افزایش یافت.

اما بخش ساختمان بدون هیچ تغییری، نرخ رشد ۲ درصدی شش ماهه سال را در ۹ ماهه ابتدای امسال نیز تکرار کرد. در بین سایر بخش‌هایی که تغییری در نرخ رشد آنها مشاهده نشده است می‌توان به فعالیت‌های مستغلات، کرایه و خدمات کسب و کار اشاره کرد که نرخ رشد آن در شش ماهه و ۹ ماهه برابر با منفی ۲.۸ درصد بوده است. همچنین امور عمومی، آموزش، بهداشت و مددکاری نیز همان نرخ رشد منفی ۷ دهم درصدی را در ۹ ماهه سال تکرار کرده است.

مقایسه نرخ رشد ۹ ماهه سال گذشته با ۹ ماهه امسال نیز نتایج جالبی به دنبال دارد. در حالی که نرخ رشد اقتصادی با نفت ایران در ۹ ماهه پارسال منفی ۶.۸ درصد بوده، این نرخ در ۹ ماهه امسال به منفی ۱.۱ درصد بهبود یافته است. در نرخ رشد بدون نفت اقتصاد ایران نیز نرخ رشد کمتر شده است که دلیل عمده آن را می‌توان در شیوع کرونا و تأثیر آن بر کسب و کارهای بخش خدمات سراغ گرفت. در این راستا، نرخ رشد ۲ دهم درصدی ۹ ماهه سال گذشته به منفی ۹ دهم درصد در ۹ ماهه امسال رسید.

در زیرگروه‌ها نیز شاهد کاهش نرخ رشد بخش کشاورزی در ۹ ماهه امسال نسبت به ۹ ماهه پارسال هستیم، اما در همین دوره استخراج نفت و گاز که در ۹ ماهه پارسال منفی ۳۴.۵ درصد رشد داشت، در ۹ ماهه امسال به منفی ۳ درصد رسید. همچنین شرایط بخش صنعت نیز وضعیت بهبود نشان می‌دهد. کما اینکه در ۹ ماهه سال گذشته رشد این بخش منفی ۳.۲ درصد اعلام شد، درحالی‌که این نرخ رشد در ۹ ماهه امسال به ۱.۳ درصد رسید. در مجموع، در ۹ ماهه امسال و مقایسه آن با ۹ ماهه سال گذشته شاهد افت بیشتر نرخ رشد در بخش ساختمان، عمده‌فروشی و خرده‌فروشی، امور عمومی و سایر خدمات هستیم. در سوی مقابل، نرخ رشد بخش‌هایی نظیر حمل‌ونقل عملکرد بهتری داشت. نهایتا به گفته پژوهشکده آمار و طبق برآوردها، رشد اقتصادی فصل پاییز امسال بین ۰.۵ درصد (سناریوی اصلی و محتمل) و ۱.۳ درصد (به‌عنوان سناریوی خوش‌بینانه‌تر) پیش‌بینی می‌شود.

اقتصاد امروز

رشد اقتصادی ایران در پاییز امسال مثبت شد

رشد اقتصادی ایران در پاییز امسال مثبت شد

رشد اقتصادی ایران در پاییز امسال مثبت شد

رشد اقتصادی ایران در پاییز امسال مثبت شد

رشد اقتصادی ایران در پاییز امسال مثبت شد

رشد اقتصادی ایران در پاییز امسال مثبت شد

رشد اقتصادی ایران در پاییز امسال مثبت شد

رشد اقتصادی ایران در پاییز امسال مثبت شد

رشد اقتصادی ایران در پاییز امسال مثبت شد

رشد اقتصادی ایران در پاییز امسال مثبت شد

رشد اقتصادی ایران در پاییز امسال مثبت شد

رشد اقتصادی ایران در پاییز امسال مثبت شد

رشد اقتصادی ایران در پاییز امسال مثبت شد

رشد اقتصادی ایران در پاییز امسال مثبت شد

رشد اقتصادی ایران در پاییز امسال مثبت شد

رشد اقتصادی ایران در پاییز امسال مثبت شد

رشد اقتصادی ایران در پاییز امسال مثبت شد

رشد اقتصادی ایران در پاییز امسال مثبت شد

رشد اقتصادی ایران در پاییز امسال مثبت شد

رشد اقتصادی ایران در پاییز امسال مثبت شد

رشد اقتصادی ایران در پاییز امسال مثبت شد

رشد اقتصادی ایران در پاییز امسال مثبت شد

رشد اقتصادی ایران در پاییز امسال مثبت شد

رشد اقتصادی ایران در پاییز امسال مثبت شد

رشد اقتصادی ایران در پاییز امسال مثبت شد

رشد اقتصادی ایران در پاییز امسال مثبت شد

رشد اقتصادی ایران در پاییز امسال مثبت شد

رشد اقتصادی ایران در پاییز امسال مثبت شد

رشد اقتصادی ایران در پاییز امسال مثبت شد

رشد اقتصادی ایران در پاییز امسال مثبت شد

رشد اقتصادی ایران در پاییز امسال مثبت شد

رشد اقتصادی ایران در پاییز امسال مثبت شد

رشد اقتصادی ایران در پاییز امسال مثبت شد

رشد اقتصادی ایران در پاییز امسال مثبت شد

رشد اقتصادی ایران در پاییز امسال مثبت شد

رشد اقتصادی ایران در پاییز امسال مثبت شد

رشد اقتصادی ایران در پاییز امسال مثبت شد

رشد اقتصادی ایران در پاییز امسال مثبت شد

رشد اقتصادی ایران در پاییز امسال مثبت شد

رشد اقتصادی ایران در پاییز امسال مثبت شد

رشد اقتصادی ایران در پاییز امسال مثبت شد

رشد اقتصادی ایران در پاییز امسال مثبت شد

رشد اقتصادی ایران در پاییز امسال مثبت شد

رشد اقتصادی ایران در پاییز امسال مثبت شد

رشد اقتصادی ایران در پاییز امسال مثبت شد

رشد اقتصادی ایران در پاییز امسال مثبت شد

رشد اقتصادی ایران در پاییز امسال مثبت شد

رشد اقتصادی ایران در پاییز امسال مثبت شد

فرصت امروز: اقتصاد ایران در حالی در سال ۱۴۰۰ به گفته صندوق بین‌المللی پول، سال روشنی پس از سال‌ها تجربه تورم، رشد منفی و دست و پنجه نرم کردن با تحریم‌ها در پیش رو دارد که سال ۲۰۲۰ را با رشد منفی ۵ درصدی به پایان رسانده است، اما در سال ۲۰۲۱ به رشد اقتصادی ۲.۲ درصدی دست خواهد یافت. پیش‌بینی بانک جهانی از وضعیت اقتصاد ایران در سال آینده تا اندازه‌ای بدبینانه و شاید واقع‌بینانه‌تر از برآورد صندوق بین‌المللی پول است. بانک جهانی در گزارش دورنمای اقتصادی خاورمیانه در سال ۲۰۲۱ پیش‌بینی کرده اقتصاد ایران پس از تجربه رشد منفی در سال ۲۰۲۰ دوباره به مدار رشد در سال ۲۰۲۱ بازمی‌گردد. هرچند صندوق بین‌المللی پول سال ۲۰۲۱ را سال بهتری برای ایران دانسته و پیش‌بینی کرده است که کشورمان به رشد اقتصادی بیش از ۳ درصدی دست خواهد یافت، اما در سوی مقابل، بانک جهانی اگرچه رشد اقتصادی ایران را مثبت پیش‌بینی کرده، اما نگاهی بدبینانه‌تری نسبت به صندوق بین‌المللی پول دارد و پیش‌بینی این بانک از رشد اقتصادی ایران در سال ۲۰۲۱ تقریبا نصف برآورد صندوق بین‌المللی پول است.

اقتصاد ایران حالا در شرایطی در حال سپری کردن آخرین سال قرن شمسی است که پژوهشکده آمار به تازگی در گزارشی با استفاده از ابزارها و روش‌های مختلف علمی، میزان رشد اقتصادی فصل پاییز و همینطور ۹ ماهه ابتدای امسال را پیش‌بینی کرده و از مثبت شدن رشد اقتصادی پاییز خبر داده است.

تصویر اقتصاد ایران در ۹ ماهه ابتدای ۹۹

رشد اقتصادی ایران پس از رکوردشکنی سال ۱۳۹۵ و دو رقمی شدن آن، از سال ۱۳۹۶ دوباره افت کرد و با خروج آمریکا از برجام در ابتدای سال ۱۳۹۷، شتاب این افت بیشتر شد. طبق گفته مرکز آمار ایران، در سال گذشته نرخ رشد اقتصادی با نفت ایران به منفی ۶.۸ درصد و بدون نفت به منفی ۳ دهم درصد رسید. در این سال از بین گروه‌های سه‌گانه تنها بخش کشاورزی با نرخ ۲.۸ درصدی مثبت بود و دو بخش دیگر یعنی گروه صنایع و معادن با رشد منفی ۱۴.۴ درصدی و گروه خدمات با رشد منفی ۶ دهم درصدی این سال را به پایان رساندند.

رونד رشد اقتصادی ایران به ویژه در دومین فصل سال گذشته با روند منفی‌تری ادامه یافت، اما در فصل پاییز بهبود محسوسی در این شاخص پدیدار شد؛ درحالی‌که نرخ رشد اقتصادی با نفت، اعداد منفی شدیدی نشان می‌داد، اما بخش غیرنفتی اقتصاد توانست عملکرد بهتری از خود نشان دهد. چنانچه در بهار امسال نیز رشد اقتصادی با نفت و بدون نفت به ترتیب منفی ۴.۱ و منفی ۲.۴ درصد ثبت شد، رقمی که در دومین فصل سال به مثبت شدن نرخ رشد اقتصادی با نفت کشور منجر شد و این عدد به یک دهم درصد رسید. در رشد اقتصادی بدون نفت نیز با وجود بهبود قابل توجه این شاخص همچنان این شاخص با نرخ منفی ۳ دهم درصدی

رشد اقتصادی ایران در پاییز امسال مثبت شد

رشد اقتصادی ایران در پاییز امسال مثبت شد

رشد اقتصادی ایران در پاییز امسال مثبت شد

رشد اقتصادی ایران در پاییز امسال مثبت شد

رشد اقتصادی ایران در پاییز امسال مثبت شد

رشد اقتصادی ایران در پاییز امسال مثبت شد

رشد اقتصادی ایران در پاییز امسال مثبت شد

رشد اقتصادی ایران در پاییز امسال مثبت شد

رشد اقتصادی ایران در پاییز امسال مثبت شد

رشد اقتصادی ایران در پاییز امسال مثبت شد

رشد اقتصادی ایران در پاییز امسال مثبت شد

رشد اقتصادی ایران در پاییز امسال مثبت شد

رشد اقتصادی ایران در پاییز امسال مثبت شد

رشد اقتصادی ایران در پاییز امسال مثبت شد

گزارش صندوق بین‌المللی پول از صنعت توریسم در عصر پساکرونا

هنجارهای جدید گردشگری ایجاد می‌شود

سلامت را رونق دهد. فناوری همچنین می‌تواند نقش مهمی داشته باشد. با فاصله‌گذاری اجتماعی و پروتکل‌های بهداشتی که احتمالا در آینده هم پابرجا خواهد ماند، ارائه خدمات لمسی و سرمایه‌گذاری در فناوری دیجیتال می‌تواند پلی برای بهبود باشد. سرانجام اگر کاهش سفر طولانی‌تر شود، برخی از کشورهای وابسته به صنعت توریسم ممکن است به دنبال تنوع بخشیدن به اقتصاد خود باشند. سرمایه‌گذاری در بخش‌های غیرجهانگردی هدفی بلندمدت است، اما می‌تواند با تقویت ارتباط بین گردشگری و کشاورزی و تولید محلی و سرگرمی همراه باشد. به‌طور مثال، در جامائیکا یک پلتفرم آنلاین راه‌اندازی شده است که به خریداران در صنعت هتلداری اجازه می‌دهد کالاهای موردنیازشان را به طور مستقیم از کشاورزان محلی خریداری کنند. صادرات و خدمات با استفاده از توافقاتنامه‌های منطقه‌ای برای رفع محدودیت‌ها می‌تواند امکان زندگی با کار در کشور را فراهم کرده است. در پسایندمی، تغییر مدام به سمت اکوتوریسم (صنعتی با رشد سریع متمرکز بر حفاظت و ایجاد شغل محلی) می‌تواند این صنعت را به‌طور کلی تقویت کند. این یکی از عناصر اصلی استراتژی گردشگری کاستاریکاست. تایلند هم در تلاش است تا بازارهای دیگر مانند سفرهای ماجراجویی و سفرهای

می‌تواند به شکل‌گیری بهبود کمک کند.



راه و مسکن

وزیر راه و شهرسازی:

راه‌آهن گرگان-مشهد با کمک بازار سرمایه ساخته می‌شود

وزیر راه و شهرسازی با اشاره به عزم جدی دولت در برقراری مسیر ریلی گرگان-مشهد گفت که این راه‌آهن با کمک بازار سرمایه طی مدت پنج سال ساخته و به بهره‌برداری می‌رسد. محمد اسلامی که به همراه اسحاق جهانگیری، معاون اول رئیس جمهور و تعدادی از وزیران برای افتتاح چند طرح و شرکت در جلسه اقتصاد مقاومتی دیروز به استان گلستان سفر کرده بود، در حاشیه افتتاح فاز نخست طرح تعریض جاده کردکوی به بندر ترکمن، از ساخت راه آهن گرگان-مشهد به کمک بازار سرمایه طی پنج سال خبر داد و گفت: دولت تلاش می‌کند با ترسیم ساز و کار اجرایی قدرتمند و با استفاده از فرصت بازار سرمایه، مسیر تکمیل این راه آهن را ترسیم کند. کارهای مالی و حقوقی برای تامین سرمایه موردنیاز این پروژه از بازار سرمایه به مراحل پایانی رسیده و اگر در تامین منابع مالی وقفه ایجاد نشود، این مسیر ریلی در مدت زمان پنج سال به بهره‌برداری خواهد رسید.

به گفته اسلامی، دولت از تمام ظرفیت برای تحقق آرزوی دیرین مردم گلستان و برقراری راه دسترسی ریلی به مشهد تلاش خواهد کرد.

گفتنی است ساخت مسیر ریلی گرگان - بجنورد - مشهد سال ۱۳۸۸ با حضور رئیس مجلس شورای اسلامی و وزیر وقت راه و شهرسازی آغاز شد اما به دلیل کمبود بودجه ساخت آن متوقف گردید. حسن روحانی در سفر استانی پارسال به خراسان شمالی گفته بود: اجرای پروژه ریلی مشهد- بجنورد- گرگان در برنامه است، اما برای این پروژه نیاز است سرمایه‌گذار وارد عرصه شود. این پروژه ظرفیت حمل بار تا ۱٫۶ میلیون تن و ظرفیت جابه‌جایی سالانه ۲ تا ۴ میلیون مسافر را دارد. طول این راه‌آهن حدود ۵۷۰ کیلومتر است که ابتدای مسیر از خروجی ایستگاه گرگان شروع می‌شود و از شهرهای سرخندکلاته، فاضل‌آباد، علی‌آباد، خان ببین و دلند، رامیان و آزادشهر، گنبدکاووس، گالیکش، کلاله، پیش کمر، گرماب، تنگه، آشخانه، شیرین دره، دونگال، بجنورد، به یگان، شیروان، فاروج، قوچان، اخلمد عبور کرده و به گلپایه مشهد ختم می‌شود. این راه‌آهن همچنین یک‌خطه و دارای ۲۷ ایستگاه و بالغ بر ۱۵ کیلومتر تونل است.

بازار مسکن به کدام سو می‌رود؟

مسکن در خواب کوتاه زمستانی

یک کارشناس اقتصاد مسکن می‌گوید در مقطع کنونی کاهش معاملات داریم اما رکود نداریم، رکود را باید در یک شاخص بلندمدت بررسی کرد، در حالی که همواره طی ۵۰ سال گذشته تقاضای مسکن بیش از تولید بوده و در سال ۱۴۰۰ نیز این روند ادامه می‌یابد؛ متعقدم سال آینده در هر چهار شاخص معاملات، قیمت، تولید و سرمایه‌گذاری در بخش مسکن با رشد مواجه می‌شویم.

بی‌تالله ستاربان به ایسنا، گفت: کاهش مقطعی معاملات در بازار مسکن را اصلا نمی‌توان به عنوان رکود تلقی کرد. بازار مسکن در خواب کوتاه مدت قرار دارد و با وجود آنکه در تهران حدود ۲۰۰۰ معامله مسکن در بهمن ماه متعقد شده صحبت از رکود تحلیل عجولانه‌ای است. ما دیدیم که طی یک سال با وجود بیماری کرونا و رکود اقتصادی در ایران و تمام جهان، مسکن در تهران با حدود ۱۰۰ درصد افزایش قیمت مواجه شد. معاملات نیز با وجود آنکه از آبان ماه به علت انتخابات آمریکا به یکباره افت کرد، در ۱۰ ماهه امسال نسبت به سال قبل ۲۳ درصد افزایش یافت؛ این یعنی ورود سرمایه به بازار مسکن.

او ادامه داد: حالا به دلیل بحث برجام و نزدیک شدن به انتخابات ریاست جمهوری، مقداری خرید و فروش مسکن کاهش یافته و ممکن است تا اردیبهشت و خرداد این روند حاکم باشد اما پایدار نیست. معتقدم در سال آینده در هر چهار شاخص معاملات، قیمت، ساخت و ساز و سرمایه‌گذاری در بخش مسکن با افزایش مواجه می‌شویم. برنامه‌های ما برای حوزه مسکن اشتباه بوده و هنوز هم مشکل را رفع نکرده‌ایم. ۵۰ سال مسئله مسکن را کوچک شمرده‌ایم و با تحلیل‌های کوتاه‌مدت خواستیم آن را حل کنیم.

این کارشناس اقتصاد مسکن با بیان اینکه آثاری از رکود بازار با افت قیمت خانه برای سال آینده نمی‌بینم، گفت: علت اینکه فعلا بخش مسکن وارد رکود شده کاملا مشخص است. مسکن در حال حاضر سعی می‌کند در یک فضای باثبات حرکت کند؛ زیرا معمولا تاثیرات روانی خیلی در این حوزه تاثیر می‌گذارد و هم‌اکنون تحت تاثیر مسائل سیاسی قرار دارد. از طرف دیگر غالب تولیدکنندگان مسکن، خرد هستند و تحلیل بلندمدت ندارند؛ چراکه بخش مسکن در ایران یک ساختار متشکل نیست و هیچ‌گاه دولت‌ها خرده سازندگان را در یک تشکیلات بزرگ قرار ندادند. در واقع بسترهای ایجاد ساختار در بخش مسکن فراهم نیست و به همین دلیل دائما شاهد مقاطع رونق و رکود در این حوزه هستیم. به اعتقاد ستاربان، بعضی وقت‌ها که قیمت‌ها جهش می‌کند، برخی مسئولان دو تا مصاحبه می‌کنند با این تصور که دارند به بخش مسکن کمک می‌کنند. مثلا می‌گویند فعلا خانه نخرید تا ارزان شود، اما با این صحبت به تولید مسکن هم ضربه وارد می‌کنند؛ زیرا تولیدکنندگان خرد تحلیل خاصی از اقتصاد مسکن ندارند. می‌خواهند زود سرمایه را بیاورند تا ۱۰ تا ۲۰ تا واحد‌احداث کنند و بروند. هیچ وقت هم در طول ۵۰ سال نیامدیم اینها را متشکل کنیم. ساخت و ساز را کم می‌شود و معاملات پایین می‌آید، اما جالب است که در مقطع رکود قیمت‌ها بالا می‌رود؛ زیرا در دوره‌ای که رکود معاملاتی بوده، تولید مسکن خویبیده است. وی با بیان اینکه دولت‌ها در ایران همیشه جدا از بخش خصوصی بوده‌اند گفت: دولت برنامه‌ریزی خود را دارد و اقتصاد مسکن و ساختمان رها شده است؛ در حالی که نمی‌از نقدینگی کشور در بخش ساختمان است و جمعیت انبوهی در این حوزه کار می‌کنند. درواقع ما در کشور دو اقتصاد بزرگ داریم که یکی نفت و دیگری در صنعت ساختمان است. هر کس در هر شغلی به طور مستقیم یا غیرمستقیم به صنعت ساختمان مربوط است.

این کارشناس اقتصاد مسکن، سرمایه‌گذاران در ایران را به گنجشکی تشبیه کرد که با پرتاپ یک سنگ پر می‌زنند، اما در کشورهای توسعه‌یافته به دلیل وجود ساختار و برنامه‌ریزی بلندمدت معمولا اهداف بزرگ‌تری دنبال می‌شود. به همین دلیل بازارهای اقتصادی از جمله مسکن مثل کشور ما متلاطم نیست.

صادرات نفت ایران با بازگشت آمریکا به برجام چقدر افزایش می‌یابد؟

پازل نفتی احیای برجام



سوءخت‌های پالایش شده انجام می‌دهد و چشم‌انداز تقاضا برای نفت و گاز هم به دلیل بازیابی بازار از اثرات ترکیبی کووید-۱۹ و تحریم‌های آمریکا، قوی خواهد بود.

از سوی دیگر، تحریم‌های ثانویه که اجرای مجدد آنها از نوامبر سال ۲۰۱۸ آغاز شد، ایران را از بیشتر مشتریان خارجی خود محروم کرد، هرچند در ابتدای اعمال این تحریم‌ها، اعطای معافیت‌های گسترده به مشتریان اصلی نفت خام ایران از شدت تأثیر این تحریم‌ها کاسته بود. بدین ترتیب، میزان تولید از ۳٫۷ میلیون بشکه در روز در ۱۰ ماهه ۲۰۱۸ تحت تحریم‌های ثانویه آمریکا به حدود ۲٫۷ میلیون بشکه در روز کاهش یافت، اما این معافیت‌ها در ماه مه سال ۲۰۱۹ دیگر تمدید نشدند و در نیمه دوم این سال میزان تولید به حدود ۲٫۱ میلیون بشکه در روز رسید. هرچند صنایع پالایشگاهی در ایران توانسته است بخشی از رکود را جبران کند، اما ظرفیت ذخیره مازاد ایران محدود است و بنابراین حجم صادرات نقش تعیین‌کننده‌ای در تعیین حجم تولید آن دارد. دور زدن تحریم‌ها نیز می‌تواند با جریمه‌های سنگین برای شرکت‌ها یا اصولا منع دسترسی آنها به نظام مالی ایالات متحده آمریکا همراه گردد. لذا مستری عمده تولیدات، خریداران چینی هستند که براساس گزارش شرکت رهگیری نفتکش‌های بلومبرگ، حدود دو سوم از کل صادرات نفت خام و میعانات ایران از زمان لغو معافیت‌ها متعلق به این کشور بوده است. در سال ۲۰۲۰ همچنین تولید نفت خام با کاهش دیگری مواجه شد و طبق آمارهای اوپک، میانگین تولید ایران در فصول سوم و چهارم این سال به دنبال شیوع کرونا به ۱٫۹ میلیون بشکه در روز رسید. علی‌رغم مداخلات طرف عرضه توسط گروه اوپک پلاس، این همه‌گیری موجب سقوط در تقاضای جهانی و همچنین افت شدید قیمت‌ها شد. این امر نهایتا باعث کاهش تقاضا برای نفت ایران به خصوص در دوره شیوع کووید-۱۹ در چین در دو ماهه اول این سال شد.

رشد ۶٫۸ درصدی صادرات ایران در سال ۲۰۲۱

از محورهای دیگر این گزارش که توسط مرکز پژوهش‌های اتاق ایران ترجمه شده است، به تحلیل سوآپ نفت و گاز ایران اختصاص دارد. نقاط قوت صنعت نفت و گاز شامل ذخایر اثبات شده زیاد، هزینه‌های استخراج پایین، موقعیت جغرافیایی استراتژیک و وجود شرکت‌های داخلی توانمند است. همچنین مهم‌ترین نقاط ضعف این صنعت، ممانعت از فعالیت شرکت‌های خارجی و جلوگیری از معامله دلاری ایران به دلیل تحریم‌های آمریکا، برداشت کم از میدان‌های ساحلی، کارایی کم صنایع

شهروندان ترکیه ۵۳ برابر ایرانی‌ها هزینه برق می‌دهند

قیمت برق در ایران و جهان

یک تقسیم ساده مشخص می‌کند، این خانوار کم‌مصرف در هر ماه ۰٫۲ درصد از درآمد خود را بابت پرداخت بهای انرژی هزینه می‌کند. به عبارت دیگر، از هر ۱۰۰ هزار تومان درآمد اِسن خانوار ۲۰۰ تومان برای هزینه برق می‌رود. البته که پس از اجرای طرح برق امید همین هزینه اندک نیز از خانوارهای کم‌مصرف گرفته نمی‌شود. حال که از سهم هزینه برق در سبد درآمدی خانوارهای کم‌مصرف ایرانی باخبر شدیم، بهتر است پیرامون میانگین تعرفه برق سایر کشورهای دنیا اطلاعاتی کسب کنیم. در همین راستا، با در نظر گرفتن نرخ دلار ۲۵ هزار تومانی، متوسط قیمت هر کیلووات ساعت انرژی برق در کشوری نظیر استرالیا معادل ۸ هزار و ۴۵۰ تومان هزینه دارد. از طرفی، مشترکان عراقی نیز به طور متوسط برای قیمت هر کیلووات ساعت برق حدود ۳۰۰۰ تومان می‌پردازند. مقایسه قیمت برق در ایران با قیمت سایر کشورهای جهانی بیانگر آن است که متوسط هزینه برق خانگی در کشورهای استرالیا، آلمان، بلژیک، آمریکا، ترکیه و عراق به ترتیب ۱۷۸، ۱۶۲، ۱۴۸، ۷۰، ۵۳ و ۶۳ برابر متوسط قیمت برق خانگی در ایران است.

حال ممکن است این موضوع برای شما مطرح شود که میزان درآمد کشورها عنوان شده نیز بسیار بیشتر از ایران است و طبیعی است که آنها بهای بیشتری برای برق بپردازند بنابراین به منظور بررسی این مسئله، شاخص سهم هزینه برق از سبد حداقل درآمد کشورهای مختلف را بررسی می‌کنیم. این شاخص از تقسیم هزینه برق ماهانه خانوارهایی با مصرف ۱۰۰ کیلووات ساعت در ماه بر حداقل درآمد ماهانه کشورهای مختلف محاسبه می‌شود. به عبارت دیگر با این شاخص می‌توان به این سوال پاسخ داد، خانوارهای ساکن کشورهای مختلف از هر ۱۰۰ هزار تومان درآمد خود چه میلی را برای پرداخت هزینه ۱۰۰ کیلووات ساعت برق مصرف می‌کنند. در همین راستا، مشخص شد که استرالیایی‌ها و

فرصت امروز: قیمت هر بشکه نفت در حالی از مرز ۶۰ دلار عبور کرده و زمزمه‌های نفت یکصد دلاری در یکی دو سال آینده به گوش می‌رسد که ایران با بازگشت احتمالی آمریکا به برجام و پایان تحریم‌های نفتی بار دیگر به یکی از فروشندگان عمده نفت جهان تبدیل می‌شود. در این زمینه، موسسه «فیچ سلوشنز» در جدیدترین گزارش خود به بررسی آینده صنعت نفت و گاز ایران تا سال ۲۰۲۹ میلادی پرداخته و از رشد ۶٫۸ درصدی صادرات نفت ایران در سال ۲۰۲۱ و دو برابر شدن این میزان در سال ۲۰۲۲ در صورت بازگشت احتمالی آمریکا به برجام گزارش داده است. البته پس از انتخاب جو بایدن به عنوان چهل و ششمین رئیس‌جمهور آمریکا در انتخابات سوم نوامبر ۲۰۲۰، پیش‌بینی‌های موسسه «فیچ سلوشنز» نسبت به انتهای این سال کمی تعدیل شده است. در این گزارش که با عنوان «صنعت نفت و گاز ایران؛ فصل اول ۲۰۲۱ حاوی پیش‌بینی‌های ۱۰ ساله تا ۲۰۲۹» به تازگی منتشر شده است، به تحلیل و بررسی صنعت نفت و گاز ایران در فصل اول سال ۲۰۲۱ پرداخته شده و با ورود بایدن به کاخ سفید و پایان عصر ترامپ، پیش‌بینی‌های پیشین این موسسه از وضعیت صنعت نفت و گاز در این فصل نسبت به فصل چهارم سال ۲۰۲۰ تعدیل شده است.

از دست و پنجه نرم کردن با تحریم‌ها تا کرونا

براساس گزارش موسسه «فیچ سلوشنز»، چشم‌انداز نفتی ایران به دنبال پیروزی جو بایدن در انتخابات ریاست جمهوری ایالات متحده آمریکا در سوم نوامبر ۲۰۲۰ به طور چشمگیری روشن شده است. بایدن نشان داده که به دنبال ورود مجدد ایالات متحده به توافق هسته‌ای ایران است که این موضوع، مسیر را برای رفع تدریجی تحریم‌های ثانویه و بازیابی حدود ۲ میلیون بشکه در روز تولید نفت هموار می‌سازد. با این حال، چشم‌انداز بلندمدت با توجه به تداوم ریسک‌های بالای سرمایه‌گذاری در ایران و محدودیت‌های مالی شرکت ملی نفت ایران همچنان بدون تغییر است.
روای بازگشت حجم تولید و صادرات محدود شده از سال ۲۰۱۸، شاهد فضای اندکی برای رشد خواهیم بود. البته افزایش تولید گاز ادامه پیدا می‌کند و حفاری فاز ۱۱ پارس جنوبی هم به زودی آغاز می‌شود. با این حال، احتمالا رشد تا آخر دوره پیش‌بینی ما محدود خواهد بود، زیرا پروژه‌های جدید کاهش یافته و محدودیت‌های صادراتی هم به طور فزاینده‌ای هویدا می‌شوند. چشم‌انداز در مورد پایین دست نسبتا قوی است، به گونه‌ای که شرکت ملی نفت ایران سرمایه‌گذاری‌های پیوسته‌ای را برای گسترش و ارتقای تولید

در شرایطی که خانوارهای ایرانی تنها ۰٫۲ درصد از حقوق ماهیانه خود را برای پرداخت هزینه برق مصرف می‌کنند، خانوارهای ساکن در ترکیه و عراق مجبور به تخصیص ۲٫۶ درصد و ۳٫۲ درصد درآمد خود برای تامین انرژی برق هستند.

به گزارش فارس، آیا تا به حال به این مسئله فکر کرده‌اید، پولی که بابت استفاده از انرژی برق پرداخت می‌کنید، چه سهمی از کل درآمد ماهانه شما را شامل می‌شود؟ آیا تاکنون از خود پرسیده‌اید، مردم در سایر کشورهای خارجی چه هزینه‌ای را به منظور تامین انرژی برق تامین می‌کنند؟ در پاسخ باید گفت، نظام تعرفه‌گذاری انرژی برق در کشور ما به صورت پلکانی طراحی شده است اما قیمت‌های مطرح شده در هر پلکان مصرف هیچ تناسبی با قیمت تمام شده تولید و توزیع برق ندارد.

به استناد آخرین جزئیات منتشرشده از وضعیت تعرفه برق در ایران، قیمت هر کیلووات ساعت برق در اولین پله یعنی مصرف بین صفر تا ۱۰۰ کیلووات ساعت در ماه معادل ۵۶ تومان هزینه دارد. با افزایش مصرف نیز قیمت‌ها افزایش یافته و در آخرین پله مصرفی یعنی مازاد بر ۶۰۰ کیلووات ساعت استفاده از انرژی برق ۴۱۹ تومان برای مشترکان خانگی هزینه دارد. در همین راستا، با تصویب طرح برق امید در هیأت وزیران از ابتدای آبان ماه امسال، تعرفه برق خانوارهای کم‌مصرف که کمتر از ۱۰۰ کیلووات ساعت برق در طول ماه استفاده می‌کنند، رایگان خواهد شد.

حال فرض کنید این مصوبه در کشور اجرایی نشده باشد. با در نظر گرفتن این فرض اگر شما یک خانوار با حداقل درآمد ثابت در کشور باشید، به استناد آمارها، یک میلیون و ۹۱۰ هزار تومان در ماه درآمد دارید. حال اگر این خانوار در ج‌رگه خانوارهای کم‌مصرف قرار گیرد، در بیشترین حالت با مصرف ۱۰۰ کیلووات ساعت انرژی برق باید مبلغ ۵۶۰۰ تومان را برای بهای انرژی برق پرداخت کند.

بانک نامه

اتفاق غیرمنتظره در بازار ارز و سکه

سکه پابین آمد، دلار بالا رفت

در حالی که انتشار خبر آزادسازی بخشی از منابع ارزی ایران در کره جنوبی باعث طرح این گمانه شده بود که قیمت دلار در ابتدای این هفته کاهش خواهد یافت اما اینگونه نشد و برخلاف تصور قیمت دلار در روز شنبه به کانال ۲۵ هزار تومانی وارد شد. در این راستا، هر دلار در این روز در صرافی‌های بانکی ۲۵ هزار و ۲۴۸ تومان معامله شد که قیمت آن نسبت به چهارشنبه گذشته ۲۲۲ تومان افزایش داشت. نرخ فروش هر یورو نیز با کاهش ۵۰ تومانی به ۳۰ هزار و ۶۰۳ تومان رسید. قیمت خرید هر دلار نیز ۲۴ هزار و ۷۴۸ تومان و نرخ خرید هر یورو هم ۲۹ هزار و ۹۷۰ تومان اعلام شد.

همچنین هر قطعه سکه تمام بهار آزادی طرح جدید در بازار تهران با کاهش ۱۵۰ هزار تومانی نسبت به چهارشنبه هفته گذشته، ۱۱ میلیون و ۱۰۰ هزار تومان معامله شد و سکه تمام بهار آزادی طرح قدیم نیز ۱۰ میلیون و ۸۰۰ هزار تومان به فروش رسید. نیم‌سکه بهار آزادی نیز ۶ میلیون و ۲۵۰ هزار تومان، ربع سکه ۴میلیون تومان و سکه یک گرمی هم ۲ میلیون و ۲۵۰ هزار تومان قیمت خورد. در بازار طلا نیز نرخ هر گرم طلای ۱۸ عیار به یک میلیون و ۸۲ هزار تومان و هر مثقال طلا به چهار میلیون و ۶۹۰ هزار تومان رسید. انس جهانی طلا نیز یک‌هزار و ۷۳۵ دلار فروخته شد.

در دیدار همتی با مدیرعامل بانک تجارت عراق مطرح شد

راهکارهای نقل و انتقال منابع ایران در عراق

رئیس کل بانک مرکزی در جلسه‌ای که به درخواست مدیرعامل بانک تجارت عراق در محل بانک مرکزی برگزار شد، درخصوص منابع جمهوری اسلامی ایران در عراق و راهکارهای نقل و انتقال آنها گفت‌وگو کرد.

طبق اعلام بانک مرکزی، در این دیدار عبدالناصر همتی بر لزوم استفاده هرچه سریع‌تر از این منابع تأکید کرد. همچنین در این جلسه، اقدامات لازم برای انتقال و استفاده از منابع یادشده، مورد بررسی قرار گرفت. مدیرعامل بانک تجارت عراق نیز در این دیدار با اشاره به اینکه پرداخت‌هایی اخیرا از محل منابع ایران در عراق انجام شده است، عنوان کرد که روند استفاده از منابع یاد شده از این پس تسریع خواهد شد و تلاش می‌شود کانال‌ها و روش‌های مختلفی که مورد تأیید طرف ایرانی است، به منظور استفاده از این منابع عملیاتی شوند.

تکلیف مالیات بر تراکنش‌های بانکی روشن شد

مخالفت مجلس با اخذ مالیات

از تراکنش‌های بانکی

نمایندگان مجلس شورای اسلامی با پیشنهاد اخذ مالیات از تراکنش‌های بانکی بالای ۱۰ میلیون تومان مخالفت کردند.

نمایندگان مجلس در جلسه علنی مجلس و در جریان بررسی بخش درآمدی لایحه بودجه سال ۱۴۰۰ پیشنهاد الحاقی ابراهیم رضایی به تبصره ۱۴ لایحه بودجه را مبنی بر اخذ مالیات از تراکنش‌های بانکی بالای ۱۰ میلیون تومان بررسی کرده و در نهایت با آن مخالفت کردند. ابراهیم رضایی در توضیح پیشنهاد خود گفت: براساس این پیشنهاد از تراکنش‌های بانکی بین ۱۰ تا ۱۰۰ میلیون تومان، ۱۰ هزار تومان مالیات و از تراکنش‌های بین ۱۰۰ میلیون تا یک میلیارد تومان ۵۰ هزار تومان مالیات اخذ شود. هدف از این پیشنهاد اصلاح نظام مالیاتی و جلوگیری از فرار مالیاتی و پولشویی است که بر روی این طرح کار کارشناسی انجام شده است.

مجتبی یوسفی نیز در مخالفت با این پیشنهاد بیان کرد: با این پیشنهاد پایه‌های جدید مالیاتی تعریف می‌شود که در لایحه بودجه جای بررسی آن نیست از سوی دیگر باید به تبعات آن نیز فکر کرد، این پیشنهاد امنیت سرمایه‌گذاری در بانک‌ها را کاهش می‌دهد و باعث می‌شود مردم پول خود را از بانک‌ها بیرون بیاورند.

همچنین مهدی ظفرانی در موافقت با این پیشنهاد گفت: مبالغ مالیاتی پیش‌بینی شده در این پیشنهاد بسیار ناچیز است و فشاری بر اقشار پردرآمد جامعه وارد نمی‌کند تراکنش‌های بالاتر از ۱۰ میلیون تومان مشمول مالیات می‌شود که مبلغ آن نیز ناچیز است.

در نهایت محمدباقر نوخیزت، رئیس سازمان برنامه و بودجه و زارع سخنگوی کمیسیون تلفیق مجلس نیز با این پیشنهاد مخالفت کرده و نمایندگان مجلس شورای اسلامی نیز به آن رأی ندادند.

با تصویب مجلس

دولت برای پرداخت یارانه تنخواه می‌گیرد

نمایندگان مجلس شورای اسلامی، بانک مرکزی را موظف کردند که برای پرداخت به موقع مصارف هدفمندی، تنخواه در اختیار سازمان هدفمندسازی یارانه‌ها قرار دهد. نمایندگان مجلس در جریان بررسی جزییات لایحه بودجه ۱۴۰۰ در بخش درآمدی بند «الف» و «د» تبصره ۱۴ را تصویب کردند.

طبق این مصوبه، در اجرای قانون هدفمندکردن یارانه تمامی دریافتی‌ها (منابع) این قانون به استثنای عوارض شهرداری‌ها و دهیاری، منابع حاصل از فروش آب و برق، حق بیمه مشترکی گاز طبیعی و عوارض گازرسانی به ترتیب موضوع ماده ۱۲ و ماده ۶۵ قانون الحاق برخی مواد به قانون تنظیم بخشی از مقررات مالی دولت ۲ به حساب سازمان هدفمندسازی یارانه‌ها نزد خزانه‌داری کل کشور واریز می‌شود. همچنین منابع حاصل از اصلاح قیمت بنزین نسبت به قیمت قبل از سهمیه‌بندی در سال ۱۳۹۸ مشمول عوارض و مالیات بر ارزش افزوده و سهم ۱۴.۵ درصد شرکت ملی نفت ایران نمی‌شود.

بانک مرکزی همچنین موظف است برای پرداخت به موقع مصارف هدفمندی و براساس درخواست سازمان برنامه و بودجه کشور معادل یک درصد جمع مصارف جدول تبصره ۱۴ را به صورت تنخواه در اختیار سازمان هدفمندی یارانه‌ها قرار دهد. تنخواه مذکور باید حداکثر تا دو ماه پس از دریافت از محل منابع جدول مذکور تسویه و شرط استفاده مجدد از این تنخواه تسویه تنخواه قبلی است. این حکم مشمول تنخواه خزانه‌داری کل کشور نمی‌شود. سازمان برنامه و بودجه مکلف است در صورتی کسری منابع یارانه نقدی منابع را از سایر محل‌ها تامین و به حساب سازمان هدفمندسازی یارانه‌ها نزد خزانه‌داری واریز نماید و حداکثر تا دو ماه پس از آن تسویه کند. شرط استفاده مجدد از این محل تسویه منابع قبلی است.

فرصت امروز: در روزهای گذشته خبرهای متعددی از آزادسازی منابع

ارزی ایران در کره جنوبی منتشر شد و در حالی که انتظار می‌رفت این سیگنال‌های مثبت، قیمت دلار در ابتدای این هفته را به کانال‌های پایین‌تر برساند، اما چنین اتفاقی رخ نداد و قیمت دلار در روز شنبه وارد کانال ۲۵ هزار تومانی شد. این درحالی بود که با اعلام موافقت آمریکا در مورد آزادسازی بخشی از دلارهای بلوکه شده ایران در کره جنوبی و همچنین توافق ایران با ژاپن و دیگر کشورها درخصوص استفاده از منابع بانکی برای واردات واکسن کرونا، انتظار می‌رفت بازار ارز با روندی کاهشی فعالیت خود را در اولین روز هفته از سرگیرد، اما مشاهدات میدانی از بازار ارز نشان‌دهنده افزایش قیمت‌هاست؛ کما اینکه دلار روز گذشته با تغییر کانال بار دیگر به کانال ۲۵ هزار تومان وارد شد و هر دلار آمریکا به قیمت ۲۵ هزار و ۱۹۶ تومان فروخته شد. صرافان می‌گویند تقاضا برای خرید ارز در روزهای اخیر افزایش یافته و با توجه به اینکه هنوز تکلیف سفرهای نوروزی روشن نیست، این خریده‌ها احتمالا به افزایش نگرانی‌ها برای خروج ایران از برجام بازمی‌گردد. سؤال این است که قیمت دلار با آزادسازی نخستین بخش از منابع ارزی ایران در کره جنوبی چقدر پایین می‌آید و چرا به رغم انتشار خبرهای مثبت هنوز بازار ارز واکنشی نشان نداده است؟ در پاسخ به این پرسش، بهاءالدین حسینی هاشمی، کارشناس اقتصادی می‌گوید: ... همچنین دبیر کل کانون صرافان درباره وضعیت فعلی بازار ارز گفت: اکنون در بازار خریداری وجود ندارد و بازار ارز مستعد آن است که با تحقق اخبار مثبتی در زمینه آزادسازی منابع ارزی بلوکه شده و رفع تحریم‌ها به سمت کاهش قیمت قابل توجهی حرکت کند.

انتظار کاهش قیمت دلار انتظاری منطقی است

بهاءالدین حسینی هاشمی درخصوص اینکه چرا اخبار مثبت هنوز تاثیر خود را بر بازارهای ایران به جا نگذاشته است، به خبرنگارلین می‌گوید: «متأسفانه همانقدر که خبر مثبت می‌شنویم، اخبار منفی نیز به گوش می‌رسد و با توجه به حساسیت بالای بازارها در شرایط کنونی، تاثیرپذیری آنها از اخبار منفی بالاتر است و در نتیجه جانب احتیاط را رعایت می‌کنند.» او به اتفاقات رخ داده در منطقه و همچنین مواضع اعلامی نمایندگان مجلس درخصوص برجام اشاره می‌کند و ادامه می‌دهد: «برخی تصمیمات

با آزادسازی نخستین بخش از منابع ارزی ایران در کره جنوبی

دلار چقدر پابین می‌آید؟



آینده اقتصاد را غیر قابل پیش بینی کرده و همین امر در طولانی مدت بسیاری از صاحبان سرمایه را به این نتیجه می‌رساند که فعالیت و کسب و کار و زندگی خود را به جایی منتقل کنند تا بتوانند درباره آینده آن تصمیم بگیرند. در این وضعیت بالatkلیف ما با بحران‌های اقتصادی متعدد روبه‌رو هستیم و لازم است با همگرایی سیاسی بر سر مسائل مهمی که سرنوشت کشور در گرو آن است، فضا به سمت بهبود حرکت کند.»

پیش‌بینی دبیر کانون صرافان درباره قیمت ارز

در همین حال، دبیرکل کانون صرافان نیز درباره وضعیت فعلی بازار ارز می‌گوید: «اکنون در بازار خریداری وجود ندارد و بازار ارز مستعد آن است که با تحقق اخبار مثبتی در زمینه آزادسازی منابع ارزی بلوکه شده و رفع تحریم‌ها به سمت کاهش قیمت قابل توجهی حرکت کند.»

سعید مجتهدی درباره دو امکان جدید اپلیکیشن کانون صرافان به ایسنا می‌گوید: «این دو امکان جدید که یکی از آن قیمت‌گذاری است، طبق آن همه صرافان قیمت‌های خود را در اپلیکیشن عرضه می‌کنند و معدل قیمت‌ها گرفته می‌شود که یک منبع خوب و معتبر برای اطلاع از قیمت‌ها انواع ارزهاست. دومین امکان مربوط به سایت صرافان است. پیش از این سایت‌های غیررسمی نوساناتی در بازار ایجاد می‌کردند، اما از این به بعد تمام صرافان به سایت کانون صرافان مرتبط می‌شوند و تنها صرافی که کانون به آن مجوز داده باشد، می‌تواند قیمت‌گذاری کنند.»

به گفته مجتهدی، «اگر تحریم‌های بانکی و نفتی برداشته شوند، شاهد کاهش قیمت‌ها در بازار خواهیم بود. همچنین آزادسازی منابع ارزی بلوکه شده و مذاکره با آمریکا از جمله عواملی هستند که می‌توانند بر تعادل بازار ارز تاثیر بگذارند و قیمت‌ها را کاهش دهند.»

او با بیان اینکه «بازار ارز در حال حاضر خریدار ندارد» ادامه می‌دهد: «با شیوع ویروس کرونا مسافرت‌ها و خرید ارز مسافرتی کاهش پیدا کرده است. در کل در حال حاضر بازار ارز مستعد این است با تحقق خبرهای مثبت چون برداشتن تحریم‌ها و آزادسازی منابع ارزی بلوکه شده کشور کاهش قیمت قابل توجهی داشته باشد. همچنین مردم باید ارز و سکه موردنیاز خود را از صرافی‌های معتبر و مجاز بانک مرکزی خریداری کنند و از مکان‌هایی که تابلو صرافی ندارد، خریداری نکنند.»

از عهده یک قوه خارج است و باید مرجعی کارشناسی و استراتژیک درباره آن موضوع اظهارنظر کند. اتفاق مهمی رخ داده است. می‌بینیم که آمریکا به کره چراغ سبز داده و همین امر نشان می‌دهد که حتی اگر تحریم‌ها رسماً برطرف نشود، این کشور مامشات خواهد کرد و در نتیجه ایران باید آماده بازگشت به بازارهای نفت و افزایش صادرات غیرنفتی باشد، اما متأسفانه عواملی این اتفاقات مثبت را خنثی می‌کنند و در نتیجه نوعی بالatkلیفی و دلسردی در فضای اقتصادی کشور ایجاد می‌شود.»

این کارشناس اقتصادی با بیان اینکه «انتظار کاهش قیمت دلار در شرایط فعلی، انتظاری معقول و منطقی است»، می‌گوید: «البته در پیش‌بینی‌ها نباید به مسئله اصلی یعنی واقعیات اقتصادی بی‌توجه ماند. درست است که تحریم نفس‌های آخر را می‌کشد، اما سوخت تحریم یعنی نقدینگی بسیار بالا همچنان در اقتصاد ایران وجود دارد و در نتیجه تقویت ارزش پول ملی حتی پس از لغو تحریم‌ها چندان امکان‌پذیر نیست.»

به اعتقاد او، «اگر تحریم‌ها و فشار روانی ناشی از آن برداشته شود، بی‌تردید قیمت دلار تا محدوده ۲۰ هزار تومان کاهش می‌یابد، اما مسلماً ریزش بیش از اینس میزان قیمت دلار نیاز به اصلاح ساختارها و تغییر

رویه‌ها دارد.»

حسینی هاشمی با اشاره به اینکه «ایران به دلیل اقتصاد تورمی با بحران‌های متعددی روبه‌روست»، می‌افزاید: «متأسفانه ما در تمامی سال‌های گذشته به دلیل سیاست غلط ارزی با خروج سرمایه از کشور روبه‌رو بودیم. باید بپذیریم که در جنگی برابر با ابرقدرت جهان یعنی آمریکا قرار داریم و همین وضعیت در طولانی مدت به خروج سرمایه از ایران دامن زده و میزان سرمایه خروجی حتی از کشورهایی که وضعیتی به مراتب بدتر از ما دارند بیشتر است.»

وی در پایان با اشاره به ندانن تیز کردن کشورهای همسایه در ارتباط با خروج سرمایه‌ها از ایران می‌گوید: «البته با ایجاد آرامش، برقراری فضای ثبات و همچنین تصمیم‌گیری درست و منطبق با ذات اقتصاد و اصلاح سیاست‌های ارزی می‌توان این روند را اصلاح کرد، اما در شرایط فعلی بسیاری از کشورهای اطراف برای سرمایه‌های ایران تیز کرده‌اند و این را می‌توان از سیاست‌های ترکیه و امارات و دیگران دریافت. تورم نیز

دبیر کمیسیون حقوقی کانون بانک‌ها مطرح کرد

مجلس می‌تواند بر عملکرد بانک‌های خصوصی نظارت کند؟

میزان مطالبات غیرجاری (پس از صحت‌سنجی اطلاعات صورت‌های مالی) هر بانک و دلایل ایجاد و ماندگاری بدهی این بانک‌ها به بانک مرکزی براساس مقررات قانون پولی و بانکی کشور و سایر قوانین و مقررات ذی‌ربط همگی در حوزه نظارت بانک مرکزی قرار دارند و اینگونه امور فقط اختصاص به بانک‌های خصوصی ندارند بلکه موضوعات مشترک بانک‌های دولتی و خصوصی هستند بنابراین اگر موضوع تحقیق و تفحص «تحقیق و تفحص از سیستم بانکی کشور» تعیین می‌شد موجه‌تر می‌بود، زیرا بسیاری از محورهای دوازده‌گانه مربوط به عملکرد بانک مرکزی و سیستم بانکی کشور مربوط است. دبیر کمیسیون حقوقی کانون بانک‌ها و موسسات اعتباری خصوصی همچنین درباره تحقیق و تفحص از کیفیت و صحت انتشار اطلاعات صورت‌های مالی و بررسی تخلفات حسابرس مستقل هر بانک یا میزان مطالبات غیرجاری (پس از صحت‌سنجی اطلاعات صورت‌های مالی) هر بانک گفت: در واقع این محور از تحقیق و تفحص مجلس از عملکرد بانک‌های خصوصی به نوعی متهم کردن حساب‌رسان بانک‌ها به ارتکاب تخلف است. پس اگر تخلف حساب‌رسان مستقل و سوگند خورده بانک‌ها از هم‌اکنون برای مجلس محرز و مشخص است، دیگر چه نیازی به انجام تحقیق و تفحص در مورد آنان است و تخلف یا تخلفات انتسابی به حساب‌رسان مستقل بانک‌های خصوصی چه ارتباطی با آنان دارد؟ به اعتقاد وی، پیشگیری از وقوع تخلف در بخش‌های اقتصادی لازم است اما حريم خصوصی مردم و فعالیت‌های اقتصادی آنان نیز بایستی مصون از بررسی و تحقیق باشد. در واقع ابهام حقوقی اصلی این ماجرا به دامنه و گستره اصل ۷۶ قانون اساسی و این پرسش برمی‌گردد که آیا تحقیق و تفحص مجلس که در اصل ۶۷ قانون اساسی بدان اشاره شده شامل بخش خصوصی نیز می‌شود یا خیر.

مالی و بررسی تخلفات حسابرس مستقل هر بانک می‌شود. در این زمینه علی نظامیان، دبیر کمیسیون حقوقی کانون بانک‌ها و موسسات اعتباری خصوصی درباره تحقیق و تفحص مجلس از عملکرد بانک‌های خصوصی به ایسنا، گفت: تحقیق و تفحص از جمله اختیارات نظارتی مجلس طبق اصل ۷۶ قانون اساسی است که از نظر حقوقی هیچ تردیدی در آن نیست اما در اینکه دامنه شمول اصل ۷۶ قانون اساسی شامل تحقیق و تفحص مجلس از بخش خصوصی هم می‌شود یا خیر ابهام وجود دارد که ملزم به تفسیر شفاف و صریح شورای نگهبان از اصل ۷۶ قانون اساسی است بنابراین هیأت رئیسه مجلس باید ابتدا از شورای نگهبان استعلام می‌کرد که آیا اختیار نظارتی مجلس برای تحقیق و تفحص در امور کشور براساس اصل ۷۶ قانون اساسی، علاوه بر امور دولتی شامل امور مربوط به بخش خصوصی هم می‌شود یا خیر و سپس براساس تفسیر شورای نگهبان نسبت به طرح موضوع در دستور کار مجلس اتخاذ تصمیم می‌کشد. به گفته وی، اگر تحقیق و تفحص مجلس شامل بخش خصوصی هم شود، باید انتظار داشت که کلیه امور مربوط به بخش خصوصی که حتی ممکن است به بخش دولتی و عمومی مرتبط نباشند چون عملکرد خبرگزاری‌های مستقل و غیردولتی مشمول تحقیق و تفحص واقع شوند، در حالی که چنین تجویزی در اصل ۷۶ قانون اساسی وجود ندارد. نظامیان ادامه داد: میزان تسهیلات پرداختی و تعهدات به اشخاص مرتبط با آیین‌نامه بانک مرکزی (مبلغ تسهیلات، وثایق دریافتی و وضعیت بازپرداخت)، میزان تسهیلات پرداختی و تعهدات کلان با تعریف آیین‌نامه بانک مرکزی (مبلغ تسهیلات، وثایق دریافتی و وضعیت بازپرداخت یا وضعیت ذخیره‌گیری مطالبات مشکوک الوصول هر بانک براساس مقررات مربوطه) بررسی کیفیت و صحت انتشار اطلاعات صورت‌های مالی و بررسی تخلفات حسابرس مستقل هر بانک،

بورس تهران با افت ۱۱ هزار واحدی وارد کانال یک میلیون و ۱۰۰ هزار واحد شد

اسفندماه سرد بورس



فرصت امروز؛ شاخص بورس تهران دیروز برای چندمین بار در طول هفته‌های گذشته به کانال یک میلیون و ۱۰۰ هزار واحد عقبگرد کرد. بورس تهران در حالی در ابتدای معاملات روز شنبه با ریزش ۵ هزار واحدی شاخص کل روبه‌رو شد که در ادامه معاملات و تا ساعت ۱۰ و نیم صبح حدود ۵ هزار واحد دیگر هم ریزش کرد و روی عدد یک میلیون و ۱۹۶ هزار واحد ایستاد. شاخص کل بورس نهایتاً در پایان معاملات نهمین روز اسفندماه، ۱۱ هزار و ۸۵۵ واحد افت کرد و تا رقم یک میلیون و ۱۹۳ هزار واحد عقب رفت. همچنین شاخص کل (هم‌وزن) با یک هزار و ۱۰ واحد کاهش به ۴۳۳ هزار و ۳۸۵ واحد و شاخص قیمت (هم‌وزن) با ۶۶۰ واحد افت به ۲۸۳ هزار و ۱۱۲ واحد رسید. شاخص بازار اول ۱۰ هزار و ۸۰۰ واحد و شاخص بازار دوم ۱۶ هزار و ۴۴۸ واحد کاهش داشت. در معاملات روز شنبه بیش از ۳ میلیارد و ۳۵۵ میلیون سهم، حق تقدم و اوراق بهادار به ارزش ۲۸ هزار و ۶۳۳ میلیارد ریال داد و ستد شد. گروه بانک‌ها صدرنشین برترین گروه‌های صنعت شد و در این گروه ۶۲۶ میلیون و ۷۰۷ هزار برگه سهم به ارزش ۲ هزار و ۹۲۳ میلیارد ریال داد و ستد شد. در آن سوی بازار سرمایه نیز شاخص فرابورس ۱۲۰ واحد کاهش داشت و بر روی کانال ۱۶ هزار و ۹۸۶ واحد ایستاد. در این بازار ۸۸۸ میلیون و ۶۳۲ هزار برگه سهم به ارزش ۵۷ هزار و ۱۶۳ میلیارد ریال داد و ستد شد.

سیگنال کاهش قیمت دلار در بورس تهران

بورس تهران در حالی اولین روز هفته را شروع کرد که پس از چند هفته مقاومت در نهایت به کانال یک میلیون و ۱۰۰ هزار واحد عقب‌نشینی کرد. به اعتقاد کارشناسان، دلیل اصلی ریزش بورس در روزهای گذشته احتمال کاهش قیمت دلار به دلیل خبر آزادسازی یک میلیارد دلار از منابع ارزی بلوکه شده ایران در کشور کره جنوبی بوده است. اما در شرایطی شاخص‌های بازار سرمایه روند نزولی و افت شدیدی را طس می‌کنند که از دو هفته پیش مسئولان بورس با تصمیمات جدید تلاش کردند دامنه نوسانات را کاهش دهند و ثبات را به بازار سرمایه بازگردانند؛ تمهیداتی که به نظر می‌رسد موثر نبوده است. از شنبه دو هفته گذشته مطابق تصمیم شورای عالی بورس، دامنه نوسان نامتقارن در بورس اجرا شد، به این معنا که برای دوره‌ای یک‌ماهه سقف نزول روزانه قیمت سهام در بورس به ۲۰ درصد محدود شد. طبق تصمیم شورای عالی بورس، دامنه نوسان قیمت سهام شرکت‌های بورس می‌تواند روزانه تا ۶ درصد رشد کند، اما فقط اجازه دارند ۲ درصد افت کنند؛ مقامات بازار سرمایه چنین تصمیمی را با هدف جلوگیری از تداوم نزول بورس اتخاذ کردند اما

شرکت در انتخابات استانی سهام عدالت مشروط به ثبت‌نام در سجام است

به گفته مشاور اجرایی سهام عدالت در شرکت سپرده‌گذاری مرکزی، اگر مشمولان سهام عدالت مراحل مربوط به ثبت‌نام در سجام را انجام نداده باشند، امکان دسترسی به سامانه و حضور در انتخابات را نخواهند داشت. محمدرضا پوررضایی به برگزاری انتخابات شرکت‌های سرمایه‌گذاری سهام عدالت اشاره کرد و به ایرنا گفت: مجامعی که قرار است ۲۰ اسفندماه برگزار شود به صورت الکترونیکی خواهد بود و با توجه به جمعیت زیاد سهامداران، مسائل مربوط به کرونا و رعایت پروتکل‌های بهداشتی به هیچ عنوان نیازی به مراجعه حضوری مردم برای مشارکت در انتخابات نیست. نکته دیگری که باید برای انتخابات پیش رو مورد توجه قرار گیرد این است که فقط افرادی می‌توانند در انتخابات هیأت مدیره شرکت‌های سرمایه‌گذاری استانی مشارکت کنند که نسبت به ثبت نام در سجام اقدام کرده باشند.

به گفته پوررضایی، در صورتی که افراد مراحل مربوط به ثبت نام در سجام را انجام نداده باشند امکان دسترسی به سامانه و حضور در انتخابات را نخواهند داشت و این افراد به دلیل عدم ثبت نام در سجام با محدودیت برای حضور در انتخابات مواجه خواهند شد.

مشاور اجرایی سهام عدالت در شرکت سپرده‌گذاری مرکزی ادامه داد: مجمع حدود ۱۶ استان در نوبت اول به صورت الکترونیکی برگزار شده است بنابراین در ۲۰ اسفند نوبت دوم برگزاری مجامع این شرکت‌ها و همچنین مجامع نوبت اول در سطح کشور به صورت سراسری برگزار می‌شود. نکته دیگر اینکه انتخابات ۲۰ اسفند، بزرگترین انتخابات اقتصادی کشور با ۳۰ میلیون سهامدار غیرمستقیم شرکت‌های سرمایه‌گذاری استانی محسوب می‌شود. مردم باید این موضوع را مدنظر خود قرار دهند، سهامدارانی که این توانایی را در خود می‌بینند تا در هیأت مدیره شرکت‌های سرمایه‌گذاری استانی شرکت کنند با دارا بودن مدارک کارشناسی در رشته‌های مالی، حسابداری و دیگر رشته‌های مرتبط می‌توانند در فرآیند ثبت نام تا ۱۰ اسفند اقدام کنند.

او اضافه کرد: رزومه افراد کاندیدا شده بعد از تایید صلاحیت، در سامانه برگزاری مجامع الکترونیک از ۴۸ ساعت قبل از آغاز انتخابات بارگزاری می‌شود و سهامداران غیرمستقیم می‌توانند در روز برگزاری مجمع وارد سامانه شوند و با در نظر گرفتن سابقه فعالیت افراد به نسبت سهامی که

بررسی روند بورس نشان می‌دهد که این تصمیم موثر نبوده است. اگرچه در سه روز ابتدایی اجرای سیاست‌های جدید، شاخص‌های بازار سرمایه با رشد رو به رو شدند، اما در ادامه مجدداً شاخص‌ها افت کردند و این افت کماکان ادامه دارد، تا جایی که روز شنبه در نهمین روز اسفندماه شاخص کل بورس بیش از ۱۱ هزار واحد ریخت.

کارشناسان معتقدند، علاوه بر سیگنال کاهش دلار، بخش دیگری از علت نزول بورس تهران به اجرای سیاست‌های ضدتورمی و افزایش نرخ سود بین بانکی تا مرز ۲۰ درصد و همچنین کاهش چشم‌اندازهای تورمی باز می‌گردد. به نظر می‌رسد دولت در برابر فشارهای سنگین تورمی تسلیم شده و تمایلی به کاهش نرخ سود در بازار بین بانکی ندارد. این موضوع باعث شده است تا نقدینگی‌های بزرگ عمدتاً راهی سرمایه‌گذاری در بازار اوراق بدهی شوند. در این بین، از هفته پیش با ارائه سیگنال‌هایی از سوی ایران و آمریکا برای مذاکره و بازگشت به برجام، امیدواری‌ها برای حل تنش‌های سیاسی میان دو کشور بیشتر شده و این موضوع به روند نزولی بورس تهران دامن زده است، چراکه رفع تحریم‌ها می‌تواند منجر به کاهش قیمت دلار در بازار آزاد و به تبع آن، ارز نیمایی شود که این موضوع می‌تواند درآمد شرکت‌های صادرات محور را که بخش بزرگی از بدنه بازار را تشکیل می‌دهند، به طور جدی تحت‌تأثیر قرار دهد.

کارشناسان چه توصیه‌ای برای سهامداران دارند؟

بورس تهران در اسفندماه امسال هنوز سبزپوش نشده و چراغ قرمز بورس در این ماه سرد سال همچنان روشن است. در این میان، یک کارشناس بازار سرمایه به سهامداران توصیه کرد که علاوه بر خرید پله‌ای، اقدام به نگهداری سهام در قیمت‌های فعلی کنند و به سراغ فروش سهام نروند، چراکه فروش سهام در وضعیت کنونی بازار به خصوص در سهم‌های بنیادی، اشتباه خواهد بود.

هومن عمیدی به افت دسته‌جمعی نمادهای بورس در نخستین هفته اسفندماه اشاره کرد و به ایرنا گفت: «دلایل متفاوتی باعث ایجاد روند نزولی شاخص بورس در چند روز اخیر شد، با توجه به اخبار خوبی که از توافق ضمنی دولت و اژانس بین‌المللی انرژی هسته‌ای درباره یک برنامه سه ماهه هماهنگ شده اتخاذ شد بود پیش‌بینی می‌شد که بازار سرمایه واکنش مثبتی را نسبت به این موضوع نشان دهد، اما در روز بعد از این تصمیم و در لحظات ابتدایی معاملات بورس، شاهد واکنش مجلس نسبت به این ماجرا بودیم که حتی بررسی ردیف بودجه هم از دستور کار دولت و مجلس خارج شد، این تقابل بین مجلس با دولت باعث افت دسته‌جمعی

نمادها و ایجاد فضای ترس در بازار شد.» به اعتقاد وی، «همچنین برخی از شائبه‌ها مبنی بر اینکه سازمان بورس قصد ادامه دادن تغییر دامنه نوسان برای مدت طولانی را ندارد بر روند بازار تأثیرگذار بود و زمینه ایجاد صف‌های فروش در اکثر نمادهایی که صف فروش آنها جمع‌آوری شده بود را فراهم کرد. البته این موضوع باید مدنظر قرار گرفته شود که با توجه به کاهش دامنه نوسان در سمت منفی، افت بازار بورس نمی‌تواند برای مدتی طولانی منفی باشد. سطح فعلی نمادها به قدری با جذابیت همراه هستند که هر لحظه ممکن است بازار به سمت روند مثبت بازگردد و فضای بازار وارد مدار صعودی شود.»

عمیدی سپس دیگر عامل تأثیرگذار در روند منفی شاخص بورس را فروش سنگین اوراق دانست و گفت: «عده‌ای بر این باور بودند در فضایی که بازار منفی است بهتر می‌توان این اوراق را به فروش رساند، به همین دلیل فضای بازار سرمایه توسط برخی حقوقی‌ها در حال کنترل است تا بازار منفی نماند و این اوراق‌ها بتوانند به خوبی فروش روند. معاملات اوراق دولتی در طول هفته گذشته و حجم بالایی که معامله شده است تا حد زیادی موید این نکته است که این تصور می‌تواند درست باشد و منفی ماندن بازار نمی‌تواند دربرگیرنده این موضوع نباشد. اکنون شرایط بازار سرمایه به سمتی پیش رفته که دیگر تحلیل بنیادی و گزارش خوب شرکت‌ها بر روی کدال نیز نتوانسته برای سهامداران اطمینان ایجاد کند و سرمایه‌گذاران را تشویق به خرید کند.»

او در انتها به سهامداران توصیه کرد که اقدام به نگهداری سهام در قیمت‌های فعلی کنند و فروش سهام در وضعیت کنونی بازار به خصوص در سهم‌های بنیادی بی‌معنا خواهد بود. همچنین توصیه می‌شود سهامداران با توجه به رشد قیمت جهانی نفت و فلزات، به طور حتم در پرتفوی سهام خود از سهام شرکت‌های دلاری برخوردار باشند.»

نگاه

کدام گروه‌ها در نیمه دوم اسفند سودآوری دارند؟

سودآوری گروه‌های بانکی، خودرویی و دارویی

یک کارشناس بازار سرمایه پیش‌بینی کرد که با توجه به ادامه رشد قیمت کامودیتی‌ها در بازارهای جهانی، سقف‌های تاریخی این گروه شکسته می‌شود. محمد رضانژاد به پایگاه خبری بازار سرمایه گفت: همانگونه که در بازارهای جهانی شاهدیم، قیمت اکثر کامودیتی‌ها رو به رشد است و این گروه در حال شکستن سقف‌های تاریخی هستند. لذا با این رخداد انتظار داریم که سهم‌های مرتبط با این دسته از کالاها رشد قابل توجهی را تجربه کنند. هم‌اکنون بیش از ۶۰ درصد بازار سرمایه متأثر از قیمت جهانی کالاهاست و گروه‌های مختلفی مثل پالایشی، فلزی معدنی و پتروشیمی از رشد قیمتی کامودیتی‌ها منتفع می‌شوند.

او درخصوص وضعیت دیگر گروه‌ها نیز ادامه داد: در گروه خودرو اگر عرضه‌ها به جای انتقال به واسطه‌ها در بورس کالا پذیرش شود، انتظار رشد سودآوری را داریم به نحوی که ممکن است این گروه از زیان انباشته خارج شود. همچنین برای گروه دارویی اگر افزایش نرخ متناسب با افزایش هزینه‌ها داشته باشد و حاشیه سود این گروه حفظ شود، انتظار رشد قیمت و رشد سودآوری وجود دارد.

به گفته رضانژاد، در گروه بانکی هم با بهبود وضعیت اقتصادی کشور و احتمال احیای روابط با کشورهای غربی، می‌توان به رشد سودآوری امیدوار بود؛ مشروط به اینکه سود بانکی و سقف سپرده‌های هزینه‌زا برای بانک‌ها نسبت به سپرده‌هایی که رایگان است، افزایش پیدا نکند. گروه بانکی‌ها با توجه به اصلاح قابل توجهی که داشته‌اند، می‌توانند همچنان مورد توجه بازار باشند. اما در گروه‌های دیگر اگرچه می‌توان انتظار رشد برخی تک سهم‌ها را داشت، انتظار رشد سودآوری قابل توجه را نداریم.

یک تحلیلگر بازار سرمایه مطرح کرد

رد فرضیه رشد تورم با صعود بازار سرمایه

به اعتقاد یک کارشناس بازار سرمایه، هر نوع تامین مالی در بازار سرمایه نه تنها تورمزا نیست، بلکه سبب کنترل تورم هم می‌شود. پیمان حدادی در گفت‌وگو با پایگاه خبری بازار سرمایه، به رد فرضیه رشد تورم با صعود بازار سرمایه اشاره کرد و گفت: درخصوص تامین مالی از طریق بازار سرمایه (چه بخش خصوصی و چه دولتی) به طور عمده یا با فروش سهام یا با انتشار اوراق بدهی انجام می‌شود. در روش انتشار اوراق بدهی، این امکان وجود دارد که میزان نرخ بازدهی یا بهره آن اوراق افزایشی شود که این شرایط هم به کنترل تورم می‌انجامد.

او در بررسی این موضوع توضیح داد: در چنین فضایی، پول‌ها بیشتر به سمت اوراقی می‌روند که بازدهی بالاتری داشته و بدون ریسک هستند، بر این اساس عمدتاً با جمع‌آوری نقدینگی سرگردان و هدایت آنها به سمت اوراق برای تامین مالی تا حدود زیادی از تلاطم و نوسان قیمت بازارها کاسته می‌شود. همچنین از این طریق، پول‌ها بیشتر به سمت اهداف دولت (در رابطه با اهداف جاری و یا عمرانی) می‌رود و معمولاً سبب افزایش قیمت یا تورم نخواهد شد. تامین مالی بخش خصوصی از طریق بازار سرمایه درخصوص پروژه‌ها و با اهداف بلندمدت انجام می‌شود و بنابراین به تورم منجر نمی‌شود؛ در مجموع روش تامین مالی که منجر به ایجاد تورم باشد در بازار سرمایه وجود ندارد.



شرکت توزیع نیروی برق استان هرمزگان

شرکت توزیع نیروی برق استان هرمزگان در نظر دارد نسبت به خدمات و خرید مشروحه ذیل از طریق برگزاری مناقصه عمومی از پیمانکاران و تامین‌کنندگان واجد شرایط اقدام نماید:

ردیف	موضوع	شماره مناقصه
۱	خرید تعداد نه هزار (۹۰۰۰) عدد تسمه حائل ۷۰ سانتی گالوانیزه گرم و تعداد هزار (۱۰۰۰) عدد کنسول فلزی ۲/۴۰ متری نمره ۸ و تعداد سه هزار و پانصد (۳۵۰۰) عدد کنسول فلزی ۲/۴۰ متری نمره ۷ مطابق با استاندارد تواتیر از محل اعتبارات داخلی مبلغ تضمین شرکت در مناقصه: ۱,۱۳۸,۲۰۰,۰۰۰ ریال مدت زمان تحویل کالا: حداکثر ۲ ماه پیش پرداخت: ۱۰٪	۹۹-۱۶۱
۲	خرید مقدار پانزده (۱۵) کیلومتر فیبر نوری جهت تکمیل تجهیزات پروژه های ارتباطات در سطح استان از محل اعتبارات داخلی مبلغ تضمین شرکت در مناقصه: ۵۰۲,۵۰۰,۰۰۰ ریال مدت زمان تحویل کالا: حداکثر ۱ ماه پیش پرداخت: ندارد خرید کابل از نوع محصولات داخلی بوده و همچنین خرید نهایی و انتخاب تامین کننده متوط به تاییده لایرتوری فنی کابل های فیبر نوری است.	۹۹-۱۲۱ (تجدید)
۳	طرح توسعه مشترکین روستایی در خمیر شامل (۳) دستگاه پست هوایی، ۹۹۷ متر شبکه فشار متوسط هوایی، ۷۶۶ متر شبکه فشار ضعیف هوایی) از محل اعتبارات (ماده ۵ بند ۱۰ ماده ۷ قانون حمایت از صنعت برق در سال ۹۹ مطابق موافقت نامه ۱۴۰۱۰۱۴۰ اعتبارات عوارض برق) مبلغ تضمین شرکت در مناقصه: ۳۳,۹۵۴,۳۲۴ ریال مدت زمان انجام کار: حداکثر ۱ ماه پیش پرداخت: ۱۵٪	۹۹-۱۴۷
۴	تامین نیروی انسانی به منظور انجام خدمات پشتیبانی و نگهداری مراکز ۱۲۱ در استان هرمزگان از محل اعتبارات داخلی مبلغ تضمین شرکت در مناقصه: ۱,۸۹۷,۱۱۰,۰۴۴ ریال مدت زمان انجام کار: حداکثر ۱۲ ماه پیش پرداخت: ندارد	۹۹-۱۰۴

مبلغ تضمین شرکت در مناقصه فقط به سه صورت ضمانت بانکی-کسر از مطالبات یا واریز وجه نقد مورد قبول می باشد.

لذا کلیه پیمانکاران و تامین کنندگان واجد شرایط جهت خرید اسناد مناقصه می توانند پس از تاریخ درج آگهی نوبت دوم در روزنامه جهت خرید اسناد مناقصه به آدرس www.setadiran.ir مراجعه نمایند و جهت دریافت اسناد اقدام نمایند.
- آدرس دستگاه مناقصه گزار: بندرعباس - بلوار جمهوری اسلامی - جنب شهرک مسکونی زیتون (نیروگاه قدیم) شرکت توزیع نیروی برق هرمزگان تلفن: ۰۷۶-۳۱۲۰۱۵۲۹، فاکس دبیر خانه: ۰۷۶-۳۱۲۰۱۴۰۲
- مشخصات شرکت توزیع نیروی برق استان هرمزگان: کد اقتصادی: ۴۱۱۱۴۳۵۸۹۳۱۵ شناسه شرکت: ۱۰۱۰۱۳۳۵۵۷۷ ش ثبت: ۱۹۵۴-کدپستی: ۷۵۱۱۵-۷۹۱۳۶
- محل بازگشایی پاکات: شرکت توزیع برق هرمزگان - دفتر امور تدارکات و آتبارها
- به پیشنهادهای فاقد امضاء، مشروط، مخدوش و پیشنهادهائی که بعد از انقضا مدت مقرر در اسناد مناقصه واصل می شود مطلقاً ترتیب اثر داده نخواهد شد.
- آدرس دالخواه اسناد: خرید اسناد فقط از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) میباشد. (www.setadiran.ir)

تاریخ انتشار نوبت دوم: ۹۹/۱۲/۱۱

تاریخ انتشار نوبت اول: ۹۹/۱۲/۱۰



ممنوعیت صادرات شیر خشک رفع شد

عوارض صادراتی هر کیلو ۱۶ هزار تومان

براساس مصوبه ستاد تنظیم بازار ممنوعیت صادرات شیر خشک رفع و به ازای هر کیلوگرم شیر خشک اخذ مبلغ ۱۶ هزار تومان به عنوان عوارض صادراتی تعیین شد.

به گزارش ایسنا در متن مصوبه ستاد تنظیم بازار آمده است: با توجه به تصمیمات بند ۴ قسمت الف یکصدونودویکمین جلسه ستاد هماهنگی اقتصادی دولت (ابلاغی طی نامه شماره ۱۳۵۰۷۱ تاریخ ۲۱ بهمن ۱۳۹۹ و نامه شماره ۰۷۱۰۶.۹۹۵۰۰ تاریخ دوم اسفند ۱۳۹۹ معاونت توسعه صنایع تبدیلی و کسب و کارهای کشاورزی وزارت جهاد کشاورزی درخصوص رفع ممنوعیت صادرات شیر خشک با اخذ مابه‌التفاوت ۱۶۰۰۰ تومان به ازای هر کیلوگرم در جلسه طرح و مقرر شد درخصوص رفع ممنوعیت صادرات و تعیین وضع عوارض صادراتی شیر خشک صنعتی، مطابق با قوانین و مقررات فوق‌الاشاره و بنا به پیشنهاد ارائه شده از سوی وزارت جهاد کشاورزی اعضای کارگروه با رفع ممنوعیت صادرات شیر خشک و اخذ مبلغ ۱۶۰۰۰ تومان عوارض صادراتی به ازای هر کیلوگرم موافقت نمودند.

تبصره ۱: به منظور رصد و پایش و نحوه قیمت و عرضه شیر خام به کارخانجات تولیدی محصولات لبنی و جلوگیری از افزایش قیمت مصوب شیر خام و کاهش عرضه متناسب با سرانه مصرف در کشور مقرر گردید مراتب از سوی دستگاه‌های ذی‌ربط و سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان به صورت هفتگی پایش و در صورت هرگونه مشکل نسبت به بازنگری مصوب فوق اقدام گردد. تبصره ۲: مصوبات مذکور با رعایت سایر ضوابط و مقررات، مشمول ماده ۱۱ مکرر آیین‌نامه اجرایی قانون مقررات صادرات و واردات نمی‌باشد.

۱۵ استان گرفتار آنفلوآنزای حاد پرندگان شدند

معاون بهداشتی و پیشگیری سازمان دامپزشکی گفت بنابر آخرین آمار از ابتدای مهر تاکنون ۵۶ کانون در ۱۵ استان کشور گرفتار آنفلوآنزای حاد پرندگان شده‌اند.

بهمن نقیبی، معاون بهداشتی و پیشگیری سازمان دامپزشکی در گفت‌وگو با باشگاه خبرنگاران جوان، درباره آخرین وضعیت شیوع آنفلوآنزای حاد پرندگان اظهار کرد: بنابر آخرین آمار از ابتدای مهر تاکنون، ۵۶ کانون در ۱۵ استان کشور گرفتار آنفلوآنزای حاد پرندگان شده‌اند که خوشبختانه ۵ کانون مربوط به واحدهای صنعتی و مابقی واحدهای بومی و حیات وحش است.

او از معدوم‌سازی یک میلیون و ۲۵۰ هزار قطعه طیور خبر داد و گفت: برآوردها حاکی از آن است که به سمت پایداری بهتر در حال پیشروی هستیم و همواره رصد و پایش باجدیت در سراسر کشور تا پایان اسفند ادامه دارد.

نقیبى با تأکید بر اجتناب از پنهان‌کاری واحدهای صنعتی بیان کرد: در واحدهای صنعتی، مدیران واحدها و مسئولان فنی بهداشتی افت مصرف دان، آب یا تولید و یا تلفات غیرعادی را در اسرع وقت به دامپزشکی اطلاع‌رسانی کنند و از پنهان‌کاری بپرهیزند، چراکه سیر بیماری به گونه‌ای است که امکان پنهان‌کاری برای مدت طولانی وجود ندارد.

معاون بهداشتی سازمان دامپزشکی با اشاره به اینکه تلفات تالاب میانکاله روبه افزایش است، گفت: بنابر آخرین آمار حدود یک هزار و ۴۰۰ پرند در تالاب میانکاله تلف شده‌اند و تا بازگشت پرندگان این روند ادامه دارد.

او در پایان با بیان اینکه بیماری بوتولیسم علت اصلی تلفات تالاب میانکاله است، تصریح کرد: سازمان دامپزشکی با صراحت اعلام کرده که تلفات تالاب میانکاله ناشی از بیماری بوتولیسم است و موارد دیگری مطرح نیست.

ناچاریم محدودیت‌ها را تا ماه‌ها ادامه دهیم

هر اندازه که بتوانیم واکسن تهیه می‌کنیم

رئیس‌جمهور گفت هر اندازه که بتوانیم واکسن تهیه می‌کنیم، مردم می‌دانند وضعیت واکسن امروز مشابه ماسک در اوایل این بیماری است. چطور مسیر هواپیماها را عوض می‌کردند و ماسک‌ها را در فرودگاه‌ها می‌گرفتند. امروز آن شرایطی که برای تهیه ماسک وجود داشت، در دنیا برای واکسن پیش آمده است.

به گزارش ایسنا، حجت الاسلام و المسلمین حسن روحانی در پنجاه و نهمین جلسه ستاد ملی مدیریت بیماری کرونا، با تبریک میلاد حضرت علی(ع) و تسلیت شهادت حضرت زینب(س) اظهار کرد: این روزها نسبت به دو سه ماه پیش برای ما روزهای حساس‌تری است. مردم هم در جنب و جوش اجتماعی و فرهنگی و هم در جنب و جوش نظافت و تمیزی و مسائل بهداشتی هستند.

روحانی گفت: همه دوست داریم شب عید، شب‌های آرامی برای مردم بسیار عزیز ما باشد و برای کسی مصیبتی پیش نیاید و همه خانواده‌ها بتوانند این ایام را در چارچوب همه رسومات و سنت‌هایی که بوده، البته نه به شکل سابق، برگزار کنند. در عید رفت و آمد مردم و سفر حتی اگر دچار موج چهارم نباشیم و شرایط عادی باشد، باز هم همه باید مراعات کنند.

روحانی ادامه داد: اگر دچار موج چهارم نشویم باز هم همه باید مراعات کنیم. عید امسال چیزی مشابه عید پارسال است. شاید از نظرهایی باید بیشتر از پارسال مراعات کنیم. پارسال می‌گفتیم از دست ویروس ووهان چه کار کنیم. امسال از مار غاشبه به افعی پناه بردیم. حالا می‌گوییم به پناه ویروس ووهان ببریم و ویروس انگلیسی سراغ‌مان نیاید. شرایط سخت‌تر شده است. مردم عزیز و بزرگوار ما که طی این ۱۳ ماه همیشه لطف و همکاری کردند ان شاءالله این ایام هم رعایت می‌کنند.

روحانی گفت: الحمدلله واکسن‌سایون در کشور ما آغاز شده و شرایط ما در هفته‌های پیش رو، هم برای کادر درمان در سراسر کشور و هم برای افراد مسن یا بیماران زمینه‌ای بهتر می‌شود. شرایط مهیا می‌شود. تمام توان دولت برای خرید واکسن امروز متمرکز است و در کل شرایط ما به گونه‌ای است که هر مقدار بتوانیم واکسن موردنیاز را تهیه می‌کنیم.



در آخرین اخبار مربوط به تعرفه گوشی، نمایندگان شورای اسلامی داده و درنهایت اعلام شد این موضوع که در حد یک صورت‌جلسه در کمیته تخصیص ارز بوده و ابلاغی به گمرکات نشده بود که با تصمیم کمیته‌ای متشکل از وزارت صمت، بانک مرکزی و وزارت ارتباطات، لغو شد.

هرچند همان زمان هم واردکنندگان مدعی بودند گوشی ۳۰۰ یورویی تخصیص ارز نمی‌گیرد و واردکننده رسمی نمی‌تواند این گوشی‌ها را وارد کند، زیرا ممنوعیت واردات گوشی‌های بالای ۳۰۰ یورو به دلیل تحریم‌ها و محدودیت‌های ارزی، در کمیته‌های کارشناسی کمیسیون تنظیم بازار بررسی شده بود. با وجود این در دو ماه گذشته و به ثبات رسیدن بازار ارز وضعیت واردات موبایل هم تا به ثبات رسید و حتی با کاهش قیمت ارز، در مدتی گوشی‌ها هم کاهش قیمت را تجربه کردند.

با مصوبه مجلس شورای اسلامی، سود بازرگانی واردات تجاری موبایل بالای ۶۰۰ دلاری از یک به هشت درصد افزایش یافته و با احتساب ۴درصد حقوق و عوارض گمرکی، تعرفه واردات از ۵ به ۱۲درصد افزایش خواهد یافت.

به گزارش ایسنا، در ماه‌های گذشته به دلیل مشکلات مربوط به کرونا و مشکلات تولید و از سوی دیگر، مشکلات واردات، قیمت گوشی با افزایش چند برابری مواجه بود. این در حالی است که بازار موبایل مستقیماً از بازار ارز تأثیر می‌گیرد و با هر نوسانی در قیمت دلار و به‌خصوص افزایش قیمت ارز، دستخوش تغییراتی می‌شود.

همچنین موضوع ممنوعیت واردات گوشی‌های بالاتر از ۳۰۰ یورو تابستان سال جاری به‌عنوان راه‌حلی برای مشکل واردات و کمبود گوشی مطرح شد و البته با جنجال‌هایی که این خبر به پا کرد و حتی با

جدیدترین آمار منتشرشده از سوی وزارت صنعت، معدن و تجارت (صمت) نشان می‌دهد که قیمت برخی از انواع خوراک دام و طیور، میوه، حبوبات و برنج، روغن، مرغ زنده و همچنین آهن‌آلات در آذرماه امسال بیش از ۱۰۰ درصد افزایش داشته و بین ۲ تا ۴.۷ برابر شده و قیمت ۲۳ کالا نیز بیش از ۵۰ درصد گران شده است.

به گزارش ایسنا، از بین ۹۵ کالایی که تغییرات قیمت آنها از آذرماه سال گذشته تا آذر مشابه امسال منتشر شده، قیمت ۲۸ کالا بیش از ۱۰۰ درصد افزایش یافته و قیمت آنها بین دو تا بیش از ۴.۵ برابر شده است. بیشترین افزایش قیمت مربوط به کنجاله سویای وارداتی است که قیمت آن در مدت یادشده ۳۷۳.۹ درصد افزایش یافته و ۴.۷ برابر شده است و در کنار آن باید به جو خارجی و داخلی با ۱۱۷.۴ و ۱۱۴.۲ درصد و ذرت خارجی و داخلی با ۱۰۵.۱ و ۱۱۹.۷ درصد افزایش قیمت اشاره کرد؛ چراکه این کالاها نیز به عنوان خوراک دام و طیور بر قیمت مرغ، گوشت، تخم مرغ و لبنیات نیز تأثیرگذارند. قیمت مرغ زنده نیز در همین ماه با افزایش ۱۰۰.۶ درصدی نسبت به آذر پارسال به حدود ۱۷ هزار تومان رسیده است.

افزایش قیمت ۵۰ تا ۳۷۰ درصدی ۵۱ کالا در آذرماه امسال

شامل نخود، لپه، عدس، لوبیا قرمز، لوبیا چیتی، به ترتیب ۱۰۸.۱، ۱۷۷.۸، ۱۸۲.۳، ۱۱۶.۲، ۱۰۹.۷ درصد و قیمت برنج هندی و برنج تایلندی نیز ۱۷۲.۹ و ۱۲۰ درصد و حלב ۱۶ کیلویی روغن نباتی معمولی ۱۲۵.۵ درصد نسبت به آذر سال قبل افزایش یافته است. بنابراین در آذرماه امسال قیمت هر کیلو پرتقال ۱۲ هزار و ۹۰۰، موز ۲۹ هزار و ۳۰۰ تومان، هر کیلو حبوبات شامل نخود، لپه، عدس، لوبیا قرمز و لوبیا چیتی به ترتیب به ۱۹ هزار و ۸۰۰ تومان، ۳۵ هزار و ۲۰۰ تومان، ۲۵ هزار و ۲۰۰ تومان، ۲۷ هزار و ۳۰۰ تومان و ۳۰ هزار و ۶۰۰ تومان و قیمت برنج هندی و برنج تایلندی به ۲۲ هزار و ۹۰۰ تومان و ۱۷ هزار و ۲۰۰ تومان و حלב ۱۶ کیلویی روغن نباتی معمولی به ۲۵۹ هزار و ۴۰۰ تومان رسیده است.

همچنین ۱۲ کالای دیگر با افزایش قیمت بیش از ۱۰۰درصد در گروه آهن‌آلات شامل چهار نوع تیرآهن با ۱۳۱ تا ۲۹۰ درصد، دو نوع میلگرد با ۱۴۸۸ و ۱۵۱ درصد، ورق سبیه با ۱۹۹.۳ درصد، دو نوع سسیم با ۱۴۲ و ۱۵۱.۷ درصد و همچنین لاستیک پراید، پژو و سمند با ۱۰۱.۸، ۱۰۱.۴ و ۱۰۵ درصد افزایش قیمت قرار دارد.

خریداران برای جلوگیری از گران‌فروشی فاکتور درخواست کنند

خود عمل کرد. مشاور رئیس سازمان صنعت، معدن و تجارت استان زنجان از شهروندان درخواست کرد در صورت مشاهده هرگونه تخلف صنفی، مراتب را به سامانه ۱۲۴ گزارش دهند تا شکایات آنان بررسی و پیگیری شود. قربانلو خاطرنشان کرد: با توجه به گسترده‌گی بازار و محدودیت‌هایی که اداره بازرسی این سازمان دارد، انتظار می‌رود شهروندان علاوه بر شناخت و صیانت از حقوق خود، موارد تخلف را به این سازمان اعلام کنند تا از تخلفات پیش از آنکه گسترده‌تر شده، پیشگیری شود.

وی با درخواست از مصرف‌کنندگان جهت دریافت فاکتور فروش در زمان خرید، افزود: در صورت شکایت از بروز تخلف از ناحیه فروشندگان، فاکتور خرید در اثبات تخلف کمک شایانی می‌کند. برای تحقق این مسئله همراهی و همیاری مردم در کاهش تخلفات صنفی مسئله تأثیر بسیاری دارد. این مسئول ادامه داد: در قانون، ابزارهای مختلفی جهت مشارکت مردم در جلوگیری از بروز تخلف صنفی در نظر گرفته شده که با سکوت نکردن در مقابل تخلفات صنفی و گزارش آن به بازرسان از طرق مختلف می‌توان به مسئولیت اجتماعی

مشاور رئیس سازمان صنعت، معدن و تجارت استان زنجان گفت خریداران برای جلوگیری از گران‌فروشی فاکتور درخواست کنند. محمد قربانلو در گفت‌وگو با ایسنا، اظهار کرد: همه فروشندگان کالا مکلف هستند هرگاه خریداری درخواست رویت فاکتور خرید به جهت محاسبه قیمت تمام‌شده بود، باید صورت‌حساب‌ها را ارائه کنند؛ علاوه‌بر آن، همه اصناف و کسبه مکلف به رعایت احتساب سود قانونی خود در زمان فروش بوده و خریدار با رویت فاکتور خرید، می‌تواند به عدم گرانفروشی اطمینان حاصل کند.

پیش‌بینی‌ها درباره نرخ خودرو در بازار شب عید چیست؟



میلاد شکری: حسن کریمی سنجری گفت مؤلفه اولی که در بازار خودرو تأثیرگذار است آینده بازار خودرو است و عامل بعدی پیش‌بینی تورم و نرخ ارز است که این دو به لحاظ قیمتی به کدام سمت حرکت می‌کنند. حسن کریمی سنجری، کارشناس بازار و صنعت خودرو در گفت و گو با قدس آنلاین، درخصوص تأثیر شب عید و بازار نوروز بر خرید و فروش خودرو گفت: زمانی می‌توان درباره خرید و فروش خودرو و پیش‌بینی‌های مربوط به بازاری مثل بازار شب عید در ایران صحبت کرد که اصولاً خودرو ماهیت سرمایه‌ای نداشته باشد، یعنی خودرو برای مصرف و با ماهیت مصرفی و استفاده برای نیازی مثل مسافرت شب عید خرید و فروش شود. وی در این باره افزود: وقتی ماهیت خودرو در ایران متأسفانه سرمایه‌ای است لذا طبیعتاً زمانی که مسافرت‌ها کمتر است به دلیل شیوع بیماری کرونا و جهش‌های مرتبط به آن امسال هم قطعاً محدودیت‌های زیادی بر سر راه سفرهای درون کشوری وجود دارد لذا مردم ترجیح می‌دهند که بیشتر در منزل بمانند تا اینکه صرفاً برای رفتن به سفر خودرویی را

خرید و فروش کنند.

کارشناس بازار خودرو در این باره خاطرنشان کرد: شیوع ویروس کرونا بازار شب عید سال گذشته را در وضعیت فروکششی قرار داد لذا انتظار می‌رود این موضوع هم در سال جاری صدق کند، هرچند که در قیمت شب عید دو المان اصلی تأثیرگذار است.

سنجری در این باره خاطرنشان کرد: مؤلفه اولی که در بازار خودرو تأثیرگذار است آینده بازار خودرو است و عامل بعدی پیش‌بینی تورم و نرخ ارز است که این دو به لحاظ قیمتی به کدام سمت حرکت می‌کنند.

حسن کریمی سننجری با اشاره به اهمیت معادلات سیاسی در بازارهای اقتصادی ایران نیز بیان داشت: به هر حال معادلات سیاسی هم در بازارهای ایران بسیار تأثیرگذار است لذا اگر پیش‌بینی خوش‌بینانه‌ای که مردم در یکی دو ماه اخیر نسبت به بازگشت آمریکا به برجام داشتند باز هم جریان داشته باشد یعنی مردم به لغو تحریم‌ها امیدوار باشند و منتظر اتفاقات خوبی در عرصه سیاسی و اقتصادی

وزیر صمت نتوانست فولادسازان را برای کاهش قیمت قانع کند

بیشترین میزان شکایت از پژو ۴۰۵ و پراید

رفتن نقدینگی خودروسازان خواهد شد.

با توجه به توضیحات شما یعنی امکان تعطیلی واحدهای تولیدی و بیکاری شاغلان قطعه‌سازی ایجاد خواهد شد؟

امیدواریم این اتفاق رخ ندهد، معتقد هستیم که اگر در هفته‌های پایانی سال این وضعیت تصمیم‌گیری قیمت انجام و نتیجه نهایی از آن خارج شود، مشکلات حل خواهد شد بنابراین باید منتظر بود و دید چه اتفاقی رخ خواهد داد.

اگر مشکلی که به آن اشاره کردید، حل نشود برآورد شما بیکاری

چند نفر در این صنعت است؟

صنعت خودروسازی حدود ۱۵۰ هزار نفر شاغل و صنعت قطعه‌سازی نیز ۵۵۰ هزار نفر نیروی کار دارد. اگر اتفاقی رخ دهد که سبب آسیب دیدن صنعت خودرو شود حدود شغل ۷۰۰ هزار نفر در خطر قرار خواهد گرفت. به نظر دولت باید تصمیمی برای حل مشکلات فعلی صنعت خودرو باجدیت و همت تمام بگیرد.

قطعه‌سازان بارها به قیمت بالای مواد اولیه خصوصاً فولاد اشاره و گله داشتند، وزارت صمت نیز برنامه‌ای برای اصلاح قیمت فولاد دارد، این مسئله چه تأثیری در قطعه‌سازی خواهد داشت؟ طرح مذکور چه مقدار پیشرفت کرده است؟

هیچ اتفاقی تاکنون رخ نداده، کمیته را گذاشتند، ولی دیدیم که نخستین برخوردی که با وزیر شد اینگونه بود که درخصوص فولاد حرفی نزنید. به هر حال فولادسازان نیز نفوذ داشته و ثروتمند هستند و این مسائل را مدیریت می‌کنند. تاکنون هیچ اتفاقی رخ نداده و کماکان تأمین‌کنندگان فولاد در بورس کالا قیمت را افزایش می‌دهند، بازار به شدت ملتهب بوده و ۸۰ درصد بالاتر از قیمت بورس ورق معامله می‌شود. وضعیت مواد اولیه از دست دولت خارج بورس ورق معامله می‌شود.

باشند این موضوع درهمه بازارها از جمله بازار خودرو تأثیر می‌گذارد. کارشناس بازار خودرو در این باره افزود: اگر خلاف این موضوع نیز در جامعه دیده شود به هر حال باید منتظر برعکس اتفاقات پیش‌بینی شده در وضعیت خوش‌بینانه باشیم چراکه با عدم بازگشت آمریکا به برجام و تداوم تحریم‌ها تأثیر نرخ ارز و اثر افزایشی آن روی قیمت خودرو مهم است هرچند مسئله تقاضا برای خودرو نیز در این موضوع بسیار تأثیرگذار است.

وی در پایان خاطرنشان کرد: به هر حال رشد تقاضا در شب عید بستگی به عوامل مختلفی دارد لذا ممکن است برعکس سال‌های قبل از شیوع کرونا امسال بازار فروش کند اما اگر پیش‌بینی مردم این باشد که خودرو شب عید مجدداً گران می‌شود طبیعتاً دوباره نقدینگی به سمت خودرو حرکت می‌کند و این موضوع منجر به افزایش قیمت خودرو می‌شود بنابراین این موضوع به روند تعاملات سیاسی در یک ماه آینده بستگی دارد.

شده است.

با توجه به اینکه پایان دولت نیز نزدیک هست، به نظر شما دولتمردان صنعت خودرو را رها کردند؟

سیاست‌هایی که تصمیم‌گیری شده تنها منوط به این دولت نبوده، دولت‌های قبلی که با مطرح کردن «پراید کیلویی چند؟» سیاستی را شروع و تاکنون ادامه دارد. به نظرم دولت به حدی مشغله دارد که به صنعت خودرو فکری نمی‌کند، ما نیز بازیکنان دقیقه ۹۰ هستیم. تا زمانی که بحران ایجاد نشود به فکر حل آن نیستیم.

درحال حاضر چه مقدار خودرو در کف پارکینگ خودروسازان به دلیل نبود قطعه وجود دارد؟

در مجموع هر دو خودروساز بزرگ کشور حدود ۱۰۰ هزار دستگاه خودرو در کف پارکینگ‌ها هستند.

قطعه‌سازان با توجه به مشکلات فعلی که گریبان آنها را گرفته برای سال ۱۴۰۰ چه برنامه‌ای برای کیفیت قطعات دارند؟ آیا کیفیت دچار تنزل می‌شود؟

الزامات کیفی در هر دو خودروساز بیش از گذشته بیشتر و سختگیرانه‌تر شده است. به ویژه که در دو خودرو جدید یعنی «تارا» و «شاهین» هر دو خودروساز سختگیری بیشتری برای کیفیت اعمال کردند. ولی روال را در دو سال گذشته به گونه‌ای مدیریت کردیم که سبب کاهش کیفیت نشود. تصور داشتیم با حجم زیادی از معضلات و چالش‌ها کیفیت ناپود خواهد شد، اما دیدیم که این مسئله رخ نداد و واحدهای کیفی هر دو خودروساز توأم با قطعه‌سازان تلاش فراوانی برای حفظ و تثبیت کیفیت داشتند. فکر می‌کنم دو خودرو پراید و پژو ۴۰۵ که شکایت کیفی فراوانی داشتند، از آنجایی که از خط تولید حذف شدند به نظرم میانگین افزایشی در روال کیفی خواهیم داشت.

چرا مجلس با آزادسازی قیمت خودرو مخالف است؟

کاری مناسب برای حذف واسطه‌گری و دلال‌بازی از بازار خودرو است چراکه امروزه بازار خودرو به سبب حضور دلالان وضعیت عجیبی پیدا کرده بنابراین باید خودرو را از حالت سرمایه‌ای خارج کرد.

وی ادامه داد: در همین راستا کمیسیون صنایع طی روزهای اخیر مفصلاً روی قیمت‌گذاری خودرو بحث کرده و به این نتیجه رسیده است که آزادسازی قیمت خودرو در شرایط فعلی راهکار مناسبی نیست. نماینده مردم محلات در مجلس شورای اسلامی اظهار داشت: هنگامی که میزان عرضه بیش از تقاضا است آزادسازی خودرو جای

عضو کمیسیون صنایع و معادن مجلس شورای اسلامی از دلیل مخالفت کمیسیون صنایع مجلس شورای اسلامی با طرح آزادسازی قیمت خودرو سخن گفت.

علیرضا سلیمی در گفت‌وگو با خبرنگار خبر-خودرو، درخصوص مخالفت کمیسیون صنایع مجلس با طرح آزادسازی قیمت خودرو عنوان کرد: کمیسیون صنایع مجلس بر این عقیده است که آزادسازی قیمت خودرو باید در مواقع خاص و ضروری صورت بگیرد. در شرایطی مانند اکنون که تقاضا از عرضه پیشی گرفته است قطعاً نیاز به ساز و

خسروشاهی با تاکید بر اینکه شرکت‌های خودروسازی برای تبدیل شدن به یک خودروساز واقعی باید روند فعلی را ادامه دهند، می‌افزاید: خودروسازان نباید در انتظار شرکت‌های خارجی باقی بمانند تا کار مونتاژکاری را دوباره شروع کنند بنابراین لازم است تا هرچه سریع‌تر نسبت به تقویت مراکز تحقیق و توسعه و طراحی اقدام کنند تا قادر به عرضه خودروهای جدید و بروز باشند و سلیقه‌های مختلف را پوشش دهند.

این کارشناس صنعت خودرو ادامه می‌دهد: لازم است خودروسازان با هدف کاهش وابستگی بر روی طراحی و تولید سگمنت‌های مخالف خودرو از جمله خودروهای کوچک تا شاسی‌بلند کار کنند تا برای تولید این خودروها نیازی به شریک خارجی نداشته باشند.

وی بزرگترین چالش فعلی خودروسازان را قوای محرکه می‌داند و اظهار می‌کند: با گذشت این مدت از فعالیت صنعت خودرو به اندازه‌ای که بر روی قطعات بدنه و ترمیم و بخش‌های دیگر رشد داشته‌ایم، در زمینه قوای محرکه فعالیت خاصی انجام نشده که لازم است خودروسازان بر توسعه موتورهای جدید متمرکز شوند.

خسروشاهی با تأکید بر ضرورت حرکت خودروسازان در زمینه گیربکس‌های جدید تصریح می‌کند: به‌روزرسانی فناوری حتی در زمینه مصرف سوخت از ضرورت‌های صنعت خودرو است که در صورت تقویت خودروسازان می‌توانند بر توان خود متمرکز کنند تا از شرکت‌های خارجی بی‌نیاز شوند.

وی دو بخش صنعت خودرو را نیازمند تقویت بیشتر می‌داند و می‌گوید: تقویت بخش تحقیق و توسعه و تحقیقات مهندسی چه در بخش قوای محرکه و سایر بخش‌ها و همچنین سرمایه‌گذاری در قوای محرکه که هنوز به توانمندی لازم نرسیده‌ایم از ضرورت‌های صنعت خودرو است که در صورت فعالیت در این بخش‌ها خودروسازان قابلیت رقابت با شرکت‌های خارجی را خواهند داشت.

بسته جهش تولید خودرو چقدر موفق خواهد بود؟

عضو هیأت مدیره خانه صنعت، معدن و تجارت ایران به چالش‌های بی‌شماری که صنعت خودرو کشور را احاطه کرده اشاره کرد و موفقیت بسته جهش تولید وزیر صمت را منوط به ارائه راهکارهایی برای رفع این چالش‌ها دانست.

به گزارش پایگاه خبری پدال نیوز، آرمان خالقی درخصوص برنامه‌های وزیر صمت مطرح شده در بسته جهش تولید خودرو اظهار داشت: شکست انحصار بازار خودرویی که به طور عمده در اختیار دو خودروساز بوده و رقبای خارجی و داخلی قدری نیز برای آنها وجود ندارد به طوری که این دو خودروساز بزرگ بازیگر اصلی بازار هستند و قیمت و میزان عرضه نیز در اختیار آنهاست، از موضوعاتی است که صنعت خودروی کشور با آن مواجه است.

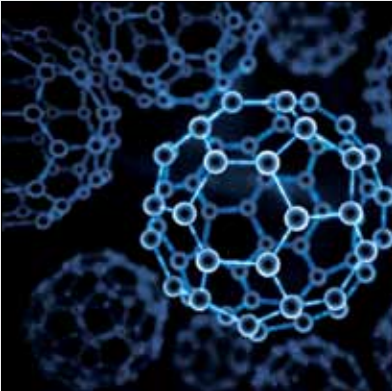
وی تشکیل صف متقاضیان را نشانه وجود تقاضای جدی برای خرید خودرو از خودروسازان دانست و گفت: علت این میزان تقاضا، حتی اگر کاذب بوده باشد باید مرتفع شود که یکی از دلایل آن، قیمت مصوب خودرو است و شرایط قیمتی در بازار آزاد که بسیار بالاتر از نرخ رسمی است.

عضو هیأت مدیره خانه صنعت، معدن و تجارت ایران بیان کرد: این مابه‌التفاوت فاحش قیمتی موجب ترغیب افراد به خرید از کارخانه و تشکیل صف می‌شود که اگر این موضوع حل شود، شاید شرایط بهتری برای صنعت و بازار خودرو رقم بخورد.

خالقی با اشاره به موضوع انحصاری بودن بازار و قیمت خودرو که به سود عده‌ای خاص است، گفت: در بحثهای بسته پیشنهادی وزیر صمت موضوع توقف زیان‌دهی خودروسازان و عدم تحصیل سود نامتعارف ناشی از تفاوت قیمت کارخانه و بازار حائز اهمیت بسیار است که اگر در این بسته چاره‌ای برای این دو موضوع اندیشیده نشده باشد، مشکلات صنعت خودرو همچنان به قوت خود باقی خواهد ماند.

۵۷ طرح نانویی با حضور معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری رونمایی می‌شود

۴۱ طرح فناورانه صنعتی و ۱۷ طرح توسعه‌ای در حوزه نانو دیروز با حضور معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری رونمایی شد. سورنا ستاری، معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری ضمن رونمایی از این طرح‌ها از دستاوردها و توانمندی شرکت‌های دانش‌بنیان حوزه نانوفناوری که موفق شده‌اند طرح‌های خود را با صنایع گوناگون پیوند دهند، بازدید کرد و با فعالان فناور این کسب‌وکارها به گفت‌وگو نشست. در حاشیه این مراسم، ۴ قرارداد ارتباط با صنعت میان شرکت‌های دانش‌بنیان و صاحبان صنایع مخاطب فناوری‌های نانو منعقد شد تا راه ورود محصولات و فناوری‌های ایران ساخت نانویی به صنعت هموار شود. این قراردادها در حوزه‌هایی چون رنگ و رزین، پلیمر، پودرهای نانویی است که هر یک زمینه رفع یکی از نیازهای راهبردی صنعت و خلق ارزش افزوده را فراهم می‌کنند.



دریچه

امروز مدیون فرداییم

اجرای کرده است که حوزه اسباب بازی از بخش‌های اولویت‌دار این برنامه است.

با توجه به برنامه‌ریزی انجام شده خدمات قابل ارائه به صنایع خلق متناسب با حوزه‌های تخصصی تعیین می‌شود. برای صنعت اسباب بازی برنامه‌های مختلف زیرساختی و توسعه‌ای پیش‌بینی شده است. از نکات بسیار مهم در موضوع اسباب‌بازی تقویت حوزه طراحی و محتوایی است. باید با تقویت گروه‌های طراح به محتواسازی برای اسباب بازی توجه کرد.

با توجه به نقش اسباب بازی در سلامت کودکان، توجه به معیارها و شاخص‌های استاندارد بسیار بااهمیت است و اگر دستورالعمل‌های استاندارد نیز دارای اشکالاتی است، باید نسبت به رفع آن اقدام کرد. در کنار استاندارد کردن فیزیکی اسباب‌بازی، استاندارد کردن محتوا در اسباب بازی نیز باید مورد توجه قرار گیرد.

فعالیت گسترده شبکه آزمایشگاهی فناوری‌های راهبردی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، آزمایشگاه‌ها و کارگاه‌های مختلف ساخت موجود در این شبکه می‌توانند خدمات قابل توجهی به سازندگان اسباب بازی ارائه کنند و همچنین کارگاه‌ها و آزمایشگاه‌های شرکت‌های تولیدکننده نیز می‌توانند با عضویت در این شبکه، توان تخصصی خود را به اشتراک بگذارند و از مزایای شبکه استفاده کنند. خدمات شبکه برای شرکت‌های خلقی با تخفیف ویژه عرضه می‌شود.

همچنین حضور و بهره‌مندی از فرصت نمایشگاه ایران ساخت برای بهره‌گیری از امکانات، تسهیلات و تجهیزات آن از دیگر موارد این حمایت‌ها است.

یکی از ضرورت‌های حوزه تعلیم و تربیت در آموزش و پرورش استفاده از اسباب بازی در آموزش‌های پیش‌دبستانی و دبستانی است و این اقدام می‌تواند رویکرد جامعه به اسباب بازی را از موضع کالای تجملی به کالای فرهنگی و ضروری تغییر دهد.

از مسائل بسیار مهم اما مغفول مانده در صنایع فرهنگی از جمله اسباب بازی، بی‌توجهی به موضوع «مرچندایز» یا همان «بازارپردازی» است. اگر کاراکترهای مورد استفاده در صنعت انیمیشن، گیم، اسباب بازی، لوازم‌التحریر، پوشاک و ... با استفاده از نظام بازارپردازی مورد بهره‌برداری قرار گیرند، نه تنها حول بزرگ اقتصادی در این حوزه‌ها ایجاد می‌کند، بلکه موجب ساماندهی فضای تربیتی حاکم بر محصولات کودکان و نوجوانان خواهد شد. یکی از برنامه‌های مهم دبیرخانه خلق توجه به مسئله مرچندایز و حمایت از شبکه‌سازی برای دستیابی به این مهم است. باید با هماهنگی دستگاه‌ها و نهادهای مختلف مرتبط با حوزه اسباب بازی از اقدامات پراننده رهمیز کرد و بتوان با هم‌افزایی و تدبیر ظرفیت‌های اندک هر بخش را به توانی بزرگ برای ساماندهی و توسعه کمی و کیفی این صنعت ارزشمند مبدل کرد. ستاد فرهنگ‌سازی اقتصاد دانش‌بنیان و توسعه صنایع نرم و خلق و برنامه خلق آمادگی دارند نقشی درخور، در قبال این صنعت ارزشمند ایفا کنند.

استفاده از فناوری‌های نوین و نوآوری مانند واقعیت مجازی و واقعیت افزوده، هوش مصنوعی می‌تواند بر جذابیت اسباب بازی و ارزش افزوده آن اثر گذار باشد و شرکت‌های دانش‌بنیان و خلق ما توان مناسبی برای نقش‌آفرینی در این عرصه دارند. کودکان، بازیگران فردای زیست بوم کارآفرینی و نوآوری هستند. این زیست بوم، برای ادامه حیات درخشان، به توجه ویژه‌ای نیاز دارد تا بتواند آینده‌سازانش را از اینک و اکنون، به سوی بالندگی و فردای پرفروغش، سوق دهد. واقعیت امر این است که ما امروز، مدیون فرداییم. فردا برای کودکان امروز است. ما مدیون کودکانیم؛ کودکانی که فردا، برای میهن‌مان، خلق و نواندیش و سازنده خواهند بود.

بیش از ۱۰۰ شغل در حوزه صنایع دستی ایجاد شد

هنر اسلامی و ایرانی در آن استفاده شده است و سعی کردیم تا بازتاب‌دهنده مفاهیم ارزشمند دفاع و مقاومت باشیم. وی افزود: یکی از محصولات ما مرتبط با حرم امام رضا(ع) است. فرش‌های دستیایی در حرم است که ممکن است ۲۰ سال کار کرده باشد. ما تکه‌های از این فرش‌ها یا یک گل از فرش را به شکل زیبایی در یک هدیه به عنوان تبرک مورد استفاده قرار دادیم که اتفاقاً مورد استقبال مردم مومن نیز قرار گرفت.

مدیرعامل شرکت خلقی بارقه هنر اسلامی، ضمن توضیح دیگر ابعاد کار این شرکت گفت: در کنار فعالیت‌های روزمره، ما یک شتاب‌دهنده نیز ایجاد کردیم تا از استارت‌آپ‌های نوظهور در عرصه سبک زندگی حمایت کنیم. ما ضمن انجام فرآیندهای شتابدهی روی این استارت‌آپ‌ها، به آنها کمک می‌کنیم تا رشد کنند

اعلایی با اشاره به استقبال انجام گرفته از سوی فعالان نوآور در این حوزه گفت: علاوه بر سرمایه‌گذاری بر روی این استارت‌آپ‌ها برای محصولات آنها نیز بازاریابی می‌کنیم تا آنها را به فروش برسانیم.

یک شرکت خلقی موفق شد با پیوند هنر ایرانی- اسلامی به زندگی مردم؛ برای صدها فعال حوزه صنایع دستی اشتغال‌زایی کند.

مرتضی اعلایی، مدیرعامل شرکت خلقی بارقه هنر اسلامی گفت: در کشور ما هنر و فرهنگ عظیمی وجود دارد. هنایای فرهنگی و هنری، اما بیشتر غیرکاربردی هستند بنابراین تلاش کردیم تا هنر ایرانی، اسلامی را به زندگی روزمره مردم پیوند بزنیم. بر این اساس، سامانه مادر را ایجاد کردیم. در این سامانه صدها محصول ارائه شده است که علاوه بر کاربردهای مختلف، هنر و فرهنگ ایرانی و اسلامی نیز در آن به کار رفته است. مدیرعامل شرکت خلقی بارقه هنر اسلامی، در ادامه افزود: در بخش محصولات کاربردی، وسایل آشپزخانه، پوشاک و صدها مورد استفاده دیگر قرار دارد. سفره، پارچه دستیاف، شال، روسری، رومیزی و لوازم‌التحریر یا وسایل کودک از جمله محصولات کاربردی تولیدشده در این حوزه است. اعلایی ضمن تاکید بر اهمیت حضور هنر ایرانی و اسلامی در زندگی روزمره مردم، گفت: در حوزه دفاع مقدس، مقاومت و لوازم مورد استفاده در هیات‌ها نیز محصولات بسیار مورد کاربردی تولید شده که از



ستاری: حضور دانش‌بنیان‌ها وابستگی صنعت غذا را کاهش می‌دهد و

ارزش آفرینی می‌کند

داشته‌اند وابستگی‌های بیشتری داریم. ستاری عمده دلیل وابستگی و نیاز به واردات را نادیده گرفتن نقش نوآوری و ظرفیت‌های بومی در حوزه دانش‌بنیان دانست و افزود: یکی از دلایل وابستگی بازار ایران، نادیده گرفتن و کم‌توجهی

به ظرفیت‌های اقلیمی و بومی و کم‌توجهی به نقش نوآوری و فناوری است. معاون علمی و فناوری رئیس‌جمهوری با بیان اینکه در حوزه غذایی از کشت تا فرآوری ظرفیت‌های نهفته بسیار خوبی وجود دارد، ادامه داد: شکوفا شدن این ظرفیت‌ها، نیازمند نقش‌آفرینی شرکت‌هایی است که با سرمایه‌گذاری بخش خصوصی، نیاز صنعت را تامین کنند. رئیس ستاد توسعه زیست فناوری، از ضرورت توانمندی این شرکت‌ها در ارتقا و طراحی به عنوان لازمه رفع وابستگی گفت و افزود: دستیابی به صنعت زمانی محقق می‌شود که توانمندی ساخت ماشین‌آلات طراحی، بهینه‌سازی ایجاد شود. این توانمندی با ایجاد زیست‌بومی برای کسب‌وکارهای دانش‌بنیان و خلق ایجاد می‌شود و باید با کمک شتاب‌دهنده‌ها، پژوهشگاه‌ها و مراکز نوآوری پای شرکت‌هایی که ماهیت نوآورانه دارند به صنایع گشوده شود.

فاز سوم مرکز رشد و نوآوری صنعت غذا و تغذیه با حضور معاون علمی و فناوری رئیس‌جمهوری گشایش یافت. این مرکز نوآوری وابسته به دانشگاه علوم پزشکی و خدمات بهداشتی درمانی شهید بهشتی است که با هدف حمایت از نوآوری

دانشجویان خلق، تجاری‌سازی دستاوردهای تحقیقاتی و فناوری و ایجاد فرصت‌های شغلی مناسب، جذب کارآفرینان و دانش‌آموختگان دانشگاهی ایجاد شده است. مرکز نوآوری صنعت غذا و تغذیه تولید محصولات و فرآیندهای فناورانه قابل عرضه به بازار متناسب با نیاز صنعت و ایجاد فضای لازم برای توسعه واحدهای فناور و شرکت‌های دانش‌بنیان در این حوزه را دنبال می‌کند. در حال حاضر ۲۷ واحد فناور در حوزه‌هایی چون تولید مواد غذایی استاندارد، پودرهای لبنی، کیت تشخیص سموم غذایی، عصاره‌گیری و چاشنی فعالیت می‌کنند. رفع وابستگی‌های صنعت غذا با توانمندی دانش‌بنیان‌ها سورنا ستاری، معاون

علمی و فناوری رئیس‌جمهوری در بازدید از این مرکز نوآوری با اشاره به اینکه با افتتاح فاز دوم این مرکز، زمینه را برای ارتقای صنعت غذا و کاهش وابستگی فراهم می‌کند، گفت: در هر حوزه‌ای که شرکت‌های دانش‌بنیان نقش کمرنگی



پرکاربردترین داروی ضد دیابت ایران ساخت شد

یک شرکت دانش‌بنیان با استفاده از توان داخلی فناوران، به میدان مقابله با محصولات خارجی پا گذاشت و مواد اولیه دارویی را تولید کرد. شرکت مهیان شیمی سال به عنوان یک شرکت تولیدکننده مواد موثره دارویی تاسیس شد. این مجموعه با درک اهمیت تولید مواد موثره دارویی در کشور کار خود را آغاز کرد و امروز به عنوان یکی از تولیدکنندگان معتبر این مواد در صنایع دارویی معرفی شده است. گروه دارویی مهیان به عنوان یک شرکت دارویی شناخته شده با بیش از سه دهه تجربه در حوزه وسیعی از صنعت داروسازی شامل تولید محصولات نهایی، مواد موثره دارویی، واردات محصولات دارویی تک نسخه‌ای و فوریتی، مکمل‌های غذایی و آرایشی و بهداشتی، صادرات، توزیع و پخش محصولات نهایی دارویی فعالیت می‌کند.

یادداشت



ستاری: دانش‌بنیان‌های فعال نانو بیش از ۸ هزار میلیارد تومان فروش را در سال جاری رقم زدند

در بخش دیگری از این مراسم، سعید سرکار دبیر ستاد توسعه فناوری نانو معاونت علمی، از رفع نیازهای اولویت‌دار صنایع با توانمندی دانش‌بنیان‌های نانو گفت و ادامه داد: این مرکز بستری است که ضمن شناسایی نیازهای فناورانه صنایع، شرکت‌های دانش‌بنیان توانمند بر روی این نیازهای فناورانه کار می‌کنند و به آنها پاسخ می‌دهند.

سرکار با بیان اینکه ظرفیت‌های فناورانه شرکت‌های دانش‌بنیان حوزه نانو و میکروالکترونیک به کمک رفع نیازهای صنایع تجربه می‌آمده است، بیان کرد: در حل مشکلات اولویت با نیازهای فناورانه‌ای است که از قبل مشتری مشخصی داشته باشد.

در این مراسم همچنین با انعقاد چهار قرارداد میان شرکت‌های دانش‌بنیان حوزه نانوفناوری و صنایع، نیازهای این حوزه به کمک محصولات ایران‌ساخت تأمین شد تا صنعت از واردات و خروج ارز بی‌نیاز شود. براساس این قراردادها، توسعه دانش فنی تولید رزین نوع یک و نوع دو کلدیاس که در صنعت ریخته‌گری کاربرد دارد بین شرکت دانش‌بنیان مان بسیار و شرکت سرمایه‌گذاری ایران خودرو، تولید محصولات دانش‌بنیان ضدحریق خودرو شتاب‌دهنده امیر زبرجموعه هلدینگ رازکو و شرکت نانو آریسا پوشش، تولید رزین‌های ریخته‌گری بین شرکت دانش‌بنیان کاوش بسیار رزین آریا و شرکت مالمیل سایپا، رنگ پوشش‌های مقاوم به خوردگی پیچ و مهره‌های صنعت خودرو میان شرکت اطلس پوشش محافظ و نانوفناور پوشش پارس ماندگار تحقق یافت. در سوله شرکت‌های دانش‌بنیان مستقر در سازمان پژوهش‌های علمی و صنعتی ایران شتاب‌دهنده حوزه الکترونیک برای همراهی تیم‌های استارت‌آپی فعال در حوزه فناوری‌های نانو و میکروالکترونیک مستقر است.

همچنین شرکت‌های دانش‌بنیان تولیدکننده تجهیزات تصفیه هوا مبتنی بر پلاسما، تولید تجهیزات الکترونیکی چاپی، سیال تکمیل چاه با وزن بالا جایگزین کلسیم بروماید، پوشش نانوسرامیک کامپوزیتی مخصوص آلومینیوم، مکمل نانولیپوزومال کلسیم، دستگاه ضدعفونی خشک از دیگر حوزه‌های فعالیت شرکت‌های دانش‌بنیان مستقر در سوله‌های مرکز صنعتی سازی نانوفناوری کاربردی است.

۵۷ دستاورد دانش‌بنیان نانویی با حضور معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری رونمایی و چهار نیاز صنعت با آنها تأمین شد. سورنا ستاری، معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری در این مراسم رونمایی همچنین مرکز صنعتی سازی نانوفناوری کاربردی را افتتاح و با فعالان فناور مستقر در سوله‌های این مرکز گفت‌وگو کرد.

با حمایت معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، زمینه استقرار شرکت‌های دانش‌بنیان، در سوله‌های مرکز صنعتی سازی نانوفناوری کاربردی برای انجام فعالیت‌های توسعه‌ای، تولیدی و پژوهش در سازمان پژوهش‌های علمی و صنعتی ایران فراهم شد. سورنا ستاری، معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری با اشاره به توانمندی شرکت‌های دانش‌بنیان در تأمین نیازهای فناورانه کشور گفت: ستاد توسعه فناوری نانو در سال‌های اخیر برای توسعه این فناوری گام‌های اثربخشی برداشته است و سازمان پژوهش‌های علمی و صنعتی نیز با رویکرد تازهای که در حمایت از ایده‌های نوآورانه شرکت‌های دانش‌بنیان و خلق پیش گرفته است و به رونق زیست بوم نوآوری و فناوری کمک می‌کند.

ستاری با بیان اینکه بیش از ۱۴۰ شرکت دانش‌بنیان در سازمان پژوهش‌های علمی و صنعتی ایران فعالیت می‌کنند، ادامه داد: مجموعه‌های دانش‌بنیان فعال در حوزه نانوفناوری، بخشی از شرکت‌های فعال در سوله‌های این مجموعه هستند که نوآوری‌های‌شان را به بازار صنایع پیوند می‌زنند. رئیس ستاد توسعه فناوری نانو با اشاره به جایگاه چهارم کشور در تولید مقالات این حوزه افزود: کشور در این حوزه فناوری، گام‌های بلندی برداشته است و توسعه بازار این حوزه اتفاق نمی‌افتاد مگر با ایجاد زیست‌بومی که حضور سرمایه‌گذار بخش خصوصی در این حوزه را تسهیل کند. ستاری با بیان اینکه شرکت‌های دانش‌بنیان این حوزه رشد نمایی را تجربه می‌کنند، ادامه داد: بیش از ۲۷۰ شرکت نانو امسال بیش از ۸ هزار میلیارد تومان فروش را تجربه کرده‌اند. معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری با اشاره به رشد دوبرابری سالانه این کسب‌وکارها گفت: این شرکت‌ها سالانه رشد فروش ۱۰۰ درصدی نسبت به سال قبل را تجربه می‌کنند که نشان‌دهنده توانمندی فعالان فناور این حوزه است.

۷ بسته صادراتی جدید که برای توسعه بازار به خلاق‌ها تعلق گرفت کدام است

خود، تبلیغات انجام دهد و بروشور یا کاتالوگ منتشر کند. برای همه این موارد پیش‌بینی لازم انجام شده است و کمک هزینه هر کدام پرداخت خواهد شد.

۴. حضور پررنگ‌تر در نمایشگاه‌های بین‌المللی برای حضور شرکت‌های خلاق در نمایشگاه‌های بین‌المللی نیز از قبل نیز مبالغی پرداخت می‌شد، براساس این توافق جدید نیز یک پنجره تازه، برای حضور هرچه بیشتر شرکت‌های خلاق در نمایشگاه‌های منطقه‌ای و بین‌المللی باز شده است.

۵. پرداخت هزینه خرید محصولات اعتباری همچنین برای پرداخت هزینه خرید محصولات اعتباری نظیر ضمانت‌نامه و بیمه‌نامه‌های اعتبار صادراتی، در مقصد کمک هزینه‌های مختلفی ارائه می‌شود، برای مثال کمک هزینه کارمزد سود ضمانت‌نامه ۷ از میلیارد ریال تا ۱۰ میلیارد ریال قابل پرداخت است.

۶. کمک برای اقامت همکاران تجاری

در این بسته حتی پیش‌بینی شده است که برای مهمانان خارجی یک شرکت خلاق که به قصد سرمایه‌گذاری یا همکاری تجاری به ایران آمده‌اند نیز کمک هزینه پذیرش و پذیرایی، تخصیص یابد.

۷. کم‌تری برای پرداخت سود تسهیلات به وی عرضه خواهد شد. هفتمین مورد از هفت بسته خدماتی ویژه شرکت‌های خلاق دارای صادرات، کمک هزینه سود تسهیلات است. اگر شرکت خلاق به قصد صادرات تسهیلات بگیرد، مبالغی از ۷ میلیارد تا ۱۰ میلیارد ریال برای پرداخت سود تسهیلات به وی عرضه خواهد شد.

علاقه‌مندان می‌توانند برای کسب اطلاعات بیشتر به سایت دبیرخانه برنامه توسعه زیست‌بوم شرکت‌های خلاق مراجعه کنند. ستاد فرهنگ سازی اقتصاد دانش‌بنیان و توسعه صنایع نرم و خلاق تاکنون خدمات عمده دیگری نیز به شرکت‌های خلاق صادراتی ارائه کرده است و این هفت خدمت ویژه تنها براساس توافقنامه با سازمان توسعه تجارت ایران ایجاد شده است. سید متون خدمات ارائه شده به شرکت‌های خلاق صادراتی مضاف بر خدمات عرضه شده عام به همه شرکت‌های خلاق است.

ستاد فرهنگ‌سازی اقتصاد دانش‌بنیان و توسعه صنایع نرم و خلاق برای توسعه بازار محصولات هفت خدمت صادراتی ارائه می‌دهد.

در حال حاضر خدمات و فرصت‌های قابل توجهی در سازمان‌ها و نهادهای مختلفی وجود دارد که می‌تواند راه را برای کسب و کارهای خلاق هموارتر سازد. ستاد فرهنگ‌سازی اقتصاد دانش‌بنیان و توسعه صنایع نرم و خلاق، از طریق گفت‌وگو، رایزنی و عقد تفاهم با این نهادها سعی دارد که سید خدمات شرکت‌های خلاق از تنوع بیشتری برخوردار باشد.

با توجه به اهمیت صادرات و مشکلات و چالش‌هایی که شرکت‌های خلاق در این حوزه با آن مواجه هستند این ستاد از طریق رایزنی‌های انجام گرفته با سازمان توسعه تجارت ایران، برای ایجاد یک بسته کامل خدماتی برای شرکت‌های خلاق در این حوزه به تفاهم رسید. در این بستر خدماتی جدید، هفت خدمت صادراتی ویژه در اختیار شرکت‌های خلاق قرار می‌گیرد.

۱. کمک هزینه اعزام هیأت‌های تجاری

یکی از این بسته‌های خدماتی پرداخت کمک هزینه اعزام هیأت‌های تجاری و بازاریابی در حوزه صادرات و تجارت بین‌الملل است. گام اول برای یک شرکت خلاق رشدیافته برای صادرات، بررسی مقصد صادراتی از طریق اعزام یک فرد یا گروه به آن کشور به قصد بازاریابی است. ستاد با کمک سازمان توسعه تجارت، برای پوشش قسمتی از هزینه‌های این سفر از ۶۰ میلیون تا ۸۰ میلیون ریال کمک هزینه بازاریابی بین‌المللی ارائه می‌کند.

۲. ثبت نشان یا علائم تجاری

همچنین ممکن است شرکت خلاق نیازمند این باشد که در بازارهای هدف، صادراتی، نشان یا علائم تجاری خود را ثبت کند. در این زمینه نیز شرکت خلاق کمک هزینه ثبت نشان یا علائم تجاری در کشورهای خارجی دریافت می‌کند که براساس ضوابط تا سقف ۱۵۰ میلیون ریال قابل پرداخت است.

۳. حمایت از تبلیغات

همچنین یک شرکت خلاق ممکن است نیازمند این موضوع باشد که در مقصد صادراتی

محصولی فناورانه به کمک بهینه‌سازی مصرف سوخت ساختمان‌ها آمد تا هزینه‌ها کاهش یابد

محصول دانش‌بنیان مدل سازی کنیم. وی افزود: این نرم‌افزار نقشی موثر در ارائه اطلاعات درست از معماری، شبکه‌های تأسیساتی ساختمان‌ها و اطلاعات سازهای، ارائه می‌کند. این اطلاعات برای ساکنان بسیار مهم و اساسی است.

دبیر ستاد توسعه فناوری‌های حوزه فضای و حمل و نقل پیشرفته معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری ادامه داد: با توجه به اینکه اغلب پدیده‌ها در پروژه‌های ساختمانی دارای ماهیت مکانی (نقشه‌ای) است، استفاده از سیستم‌های مکانیزه‌ای که قابلیت مدیریت اطلاعات مکانی داشته باشند، بسیار حائز اهمیت است.

منطقه‌ای همچنین بیان کرد: نرم‌افزار مدیریت اطلاعات ساختمان روشی مناسب برای گردآوری و نگهداری اطلاعات از بخش‌های مختلف پروژه‌های ساختمانی است. با استفاده از این نرم‌افزار اطلاعات موردنیاز در دوره بهره‌برداری که با صرف هزینه‌های بسیار بالا به دست می‌آید، در دوره ساخت به راحتی و با کمترین هزینه قابل جمع‌آوری است.



شرکتی دانش‌بنیان با حمایت معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، نرم‌افزاری برای نگهداری اطلاعات سازهای و شبکه‌های تأسیساتی ساختمان‌ها طراحی کرد.

این نرم‌افزار راهکارهای اجرایی مناسب‌تری برای بهینه‌سازی مصرف انرژی در ساختمان‌ها ارائه می‌کند و گامی اساسی برای افزایش طول عمر مفید آنها برمی‌دارد. محصول دانش‌بنیان مدل‌سازی مکان‌محور ساختمان‌ها با نام تجاری «تماساخت» توسط شرکت دانش‌بنیان فرا عمران نگار با حمایت ستاد توسعه فناوری‌های فضای و حمل‌ونقل پیشرفته معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری توسعه یافت.

منوچهر منطقی، دبیر ستاد توسعه فناوری‌های حوزه فضایی و حمل و نقل پیشرفته معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری با اشاره به پیاده‌سازی این محصول به صورت پایلوت در شرکت ایران خودرو و سازمان بندار و دریانوری، گفت: با فرهنگ‌سازی مناسب می‌توانیم تمامی ساختمان‌های کشور را با استفاده از این

رضایت مشتریان از کسب و کارهای آنلاین افزایش می‌یابد

عرضه می‌شود. کلیه مراحل تولید نیز اعم از طراحی، خرید پارچه، نمونه‌دوزی، مارکتنینگ و فرش نیز در این مجموعه انجام می‌شود. وی همچنین ادامه داد: تنها مراحل برش و دوخت در خارج از مجموعه انجام می‌گیرد. برای احترام

بیشتر به مشتری، با کاربر تماس گرفته می‌شود که بر روی اندازه‌های وی اخذ می‌شود. همچنین ما خدمات امتحان لباس در درب منزل را نیز داریم. شیرازی‌ها، ضمن توضیح بیشتر در مورد خدمات شرکت، بیان کرد: براساس این خدمت، چند سباز لباس برای مشتری ارسال می‌شود و مشتری، با خیال راحت در منزل لباس‌ها را امتحان می‌کند. سپس سباز موردنظرش را انتخاب می‌کند. مدیرعامل شرکت خلاق ستیا تمایز یک آرمان، با تأکید بر اهمیت مشتری‌مداری، گفت: شرکت‌های خلاق در همه حوزه‌ها توانسته‌اند که تحولی قابل توجه در کسب و کارهای سنتی ایجاد کنند. خدماتی

که این شرکت‌ها ارائه می‌دهند، باعث شده است که مشتری دیگر به خدمات بی‌کیفیت راضی نباشد و در نتیجه، کسب و کارهای سنتی نیز ناچار باشند که به شکل بهینه‌تری با مشتری تعامل داشته باشند.

یک شرکت خلاق توانسته است با عرضه سبزی از خدمات متنوع، تحولی اساسی در حوزه فروش پوشاک آنلاین ایجاد کند. حمیدرضا شیرازی‌ها، مدیرعامل شرکت خلاق ستیا تمایز یک آرمان گفت: ما پیش از این در حوزه

آی تی و کامپیوتر فعالیت می‌کردیم. با مطالعه‌ای که بر روی بازار پوشاک انجام دادیم، متوجه خلأهای جدی در این زمینه شدیم. بر این اساس، یک تیم مطالعاتی در شرکت شکل گرفت تا بر روی نیازمندی‌های این حوزه کار کنند و براساس آن، یک سامانه فروش را برنامه‌ریزی کنند. مدیرعامل شرکت خلاق ستیا تمایز یک آرمان، در ادامه افزود: فروشگاه‌های آنلاین بسیاری با تکیه بر شبکه‌های اجتماعی شکل گرفت بوده که خدمات چندان باکیفیتی عرضه نمی‌کردند. بر این اساس، ما تلاش کردیم تا با عرضه یک سبد خدماتی متنوع رضایت مشتری را به عنوان یک اصل در کسب و کار در نظر بگیریم. این

فعال صنایع نرم و خلاق، ضمن تشریح ویژگی‌های فروش آنلاین در ایران گفت: با پایه‌گذاری برند «رنس» تلاش‌های ما سرعت بیشتری یافت. در این فروشگاه آنلاین پوشاک زنانه متنوع به همراه کیف، کفش و شال و روسری



بررسی ترند وینار در حوزه کسب و کار

توصیه‌هایی برای بر گزاری و سخnerانی بهتر در وینارها



به قلم: مار تینا پر تونس کارشناس بازاریابی در موسسه هاب اسپات
ترجمه: علی آل‌علی

امروزه مردم زمان بسیار بیشتری را در خانه سپری می‌کنند. دلیل این امر شیوع ویروس کرونا و نگرانی‌های جدی نسبت به ابتلای آن است. این شرایط برای برگزاری بسیاری از مراسم‌های کاری نیز دشوار بوده است. برخی از برندها برای مدت زمانی طولانی برگزاری هرگونه مراسم کاری را متوقف کرده‌اند. بدون تردید این امر برای بخش‌های مختلف شرکت خبر ناخوشایندی محسوب می‌شود. یک راهکار دیگر در این میان برگزاری مراسم‌ها به صورت آنلاین است. اگر این نکته به خوبی مدنظر کارآفرینان قرار داشته باشد، امکان تاثیرگذاری مناسب بر روی مخاطب هدف را به همراه خواهد داشت.

بسیاری از کسب و کارها مایل به برگزاری یا دست‌کم حضور در مراسم‌های آنلاین هستند. وینارها در طول یک سال اخیر توسعه بسیار زیادی پیدا کرده است. این امر به طور قابل ملاحظه‌ای به افزایش تمایل کسب و کارها برای استفاده از این گزینه و همچنین توسعه ابزارهای زیرساختی از سوی شرکت‌های ارائه‌دهنده خدمات است بنابراین کسب و کارها شرایط بسیار مناسبی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف‌شان پیدا کرده‌اند.

آگاهی از تکنیک‌های مناسب برای حضور یا برگزاری مراسم‌های مناسب دارای اهمیت بسیار زیادی است. برخی از کسب و کارها به طور مداوم در این زمینه با مشکل مواجه هستند. دلیل این امر عدم آگاهی دقیق از شیوه‌های برگزاری مراسم کاری و همچنین ناتوانی برای سازگاری با شرایط منحصر به فرد وینارهاست. بدون تردید تفاوت‌های معناداری میان شیوه برگزاری وینار و مراسم‌های حضوری وجود دارد بنابراین باید نسبت به درک تفاوت میان این دو موضوع اقدام کرد. هدف اصلی مقاله کنونی بررسی برخی از مهمترین تفاوت‌ها میان برگزاری مراسم وینار و حضوری در عرصه کسب و کار است. تمرکز اصلی در ادامه بر روی توصیه‌های کاربردی برای اجرای مناسب وینارها یا شرکت در آنها خواهد بود.

توصیه‌هایی برای ارائه‌دهندگان در وینارها
۱. ایجاد لحن منحصر به فرد

ارائه مطالب به صورت آنلاین هرگز کار ساده‌ای نیست. اغلب اوقات حضور در مراسم‌های واقعی امکان برقراری ارتباط چشمی را فراهم می‌کند. این امر موجب تقویت انگیزه سخنران‌ها به دلیل حضور در شرایط مناسب نیز می‌شود. بسیاری از کارآفرینان در این شرایط برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف انگیزه کافی را پیدا می‌کنند. بدون تردید پشت میزهای کاری یا از خانه امکان تاثیرگذاری مناسب بر روی مخاطب از راه دور وجود ندارد. این امر بیانگر نیاز به ایجاد تغییراتی در نحوه ارائه مطالب است.

اغلب کارآفرینان نسبت به لحن خاص برای بیان مطالب توجه نمی‌کنند. این امر در فضای آنلاین بیش از هر زمان دیگری دارای اهمیت است بنابراین باید نسبت به شناسایی برخی از نکات مهم در طراحی لحن خاص سخنرانی اقدام نماییم. این امر شاید در نگاه نخست بسیار ساده به نظر برسد، اما در بلندمدت تاثیرگذاری بسیار زیادی بر روی مخاطب هدف خواهد داشت.

تعیین برخی از نکات مهم برای مخاطب هدف از همان ابتدای مراسم دارای اهمیت است. آیا مخاطب هدف امکان تعامل با سخنران‌ها را دارد؟ این امر باید در همان ابتدا مدنظر قرار گیرد بنابراین اگر شرایط خاصی برای تعامل با شما به عنوان سخنران در طول مراسم وجود دارد، باید همان ابتدا نسبت به بیانش اقدام نمایید. در غیر این صورت مخاطب هدف دچار سردرگمی خواهد شد.

۲. بیان مطالب مور دانتظار

برخی از مراسم‌های کاری دارای بخش‌های مختلف با موضوعات خاص هستند. وقتی یک سخنران از قبل موضوع‌اش را بیان می‌کند، برخی از افراد دارای درک و برداشت مشخصی از وی خواهند بود. این امر مشکلات زیادی برای کارآفرینان به همراه دارد. اگر یک کارآفرین برخلاف انتظارات نسبت به ارائه‌اش نسبت به بیان مطالب اقدام نماید، مخاطب هدف اعتراض گسترده‌ای را بیان خواهد کرد. این امر به معنای کاهش چشمگیر توجه به سخنرانی وی خواهد بود.

ارزیابی انتظارات از شرکت و موضوع موردنظرمان پیش از بیان مطالب ضروری خواهد بود. این امر امکان بیان مطالب به شیوه‌ای مناسب را به همراه خواهد داشت. اگر این نکته مدنظر کارآفرینان قرار داشته باشد،

تاثیر گذاری بر روی مخاطب هدف بسیار ساده‌تر از هر زمان دیگری خواهد بود. بسیاری از مشکلات کاری به دلیل بی‌توجهی سخنران‌ها به انتظارات عمومی نسبت به مطالب‌شان صورت می‌گیرد. این امر مشکلات بسیار پر دامنه‌ای برای کسب و کارها به همراه خواهد داشت. همکاری با برخی از افراد حاضر در شرکت برای فراهم‌سازی متن سخنرانی مناسب اهمیت بسیار زیادی دارد. اغلب اوقات یک فرد نسبت به مطالب مهم در حوزه‌ای مشخص موجب اشتباه یا نادیده‌نگاری بخشی از نکات مهم می‌شود. استفاده از کمک دیگران در این شرایط دارای اهمیت بسیار زیادی خواهد بود. این امر بسیاری از کارآفرینان را نسبت به کیفیت پایین سخنرانی‌شان و نقاط ضعف احتمالی آگاه خواهد کرد. برخی از کارآفرینان نیز در مسیر طراحی سخنرانی امکان استفاده از ایده‌های جانبی همکاران‌شان را خواهند داشت.

۳. تمرین ابتدایی پیش از سخنرانی اصلی

وقتی یک متن مشخص برای بیان در وینار داریم، نباید از رو تمام کلمات را بیان نماییم. اغلب اوقات سخنران‌ها محورهای کلی بحث را مشخص ساخته و جملات را با استفاده از لحن خاص‌شان بیان می‌کنند. این امر اهمیت بسیار زیادی دارد. اگر تمام محتوا به طور مشخص از روی برگه خوانده شود، توجه مخاطب هدف به سرعت منحرف خواهد شد. این امر برای بسیاری از کارآفرینان به معنای ناتوانی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف است.

تمرین و تکرار در هر حوزه‌ای کاربردی است. اگر شما برای نخستین بار در مراسم آنلاین بخشی برای سخنرانی دارید، به احتمال زیاد دچار استرس‌های زیادی خواهید شد. این امر باید با تمرین‌های مناسب رفع شود. اگر هرگونه مشکلی نظیر عدم بیان درست اصطلاحات یا دیگر نکات مربوط به بیان درست مطالب در طول وینار روی دهد، اعتماد به نفس سخنران و همچنین توجه مخاطب هدف به شدت کاهش خواهد یافت بنابراین باید پیش از بروز هرگونه مشکلی نسبت به رفع این چالش‌ها اقدام نماییم. شاید برخی از کارآفرینان دارای تجربه مناسب در زمینه ارائه سخنرانی‌های حرفه‌ای باشند، اما وضعیت سخنرانی در قالب وینار به طور کلی با دیگر نمونه‌ها تفاوت دارد. این امر بیانگر ضرورت بیان مطالب به طور متفاوت از سبوی سخنران‌هاست. اگر این امر مدنظر افراد قرار نداشته باشد، به سختی امکان تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را خواهند داشت.

بسیاری از سخنران‌های حرفه‌ای نیز پس از آماده‌سازی متن اولیه نسبت به تمرین‌های ابتدایی اقدام می‌کنند. دلیل این امر کاهش احتمال خطا در مراسم اصلی است. هرگونه اشتباهی در وینارها برای مدت‌ها در خاطر مخاطب هدف باقی خواهند ماند بنابراین ریسک بر روی وضعیت کسب و کار مشکلات بسیار زیادی برای برند به همراه خواهد داشت. بهترین راهکار در این میان تلاش برای تمرین ابتدایی به تنهایی و سپس بیان مطالب در حضور برخی از همکاران است. این امر کمک شایانی به افراد برای کاهش استرس پیش از سخنرانی خواهد کرد.

وینارها امکانات زیادی برای شبیه‌سازی سخنرانی‌های واقعی در اختیار افراد قرار می‌دهد. امکاناتی نظیر به اشتراک گذاری صفحه نمایش، امکان مشاهده دیگران از طریق وبکم و همچنین بارگذاری برخی از مطالب در قالب اینفوگرافی از جمله امکانات سامانه‌های برگزاری وینار است بنابراین باید به این نکته در زمینه برگزاری مراسم توجه ویژه‌ای داشته باشیم.

۴. پاسخگویی به پرسش‌های مخاطب در وینار

وقتی یک مسئله در قالب وینار مطرح می‌شود، اغلب اوقات پرسشهای بسیار زیادی نیز به همراه دارد. اگر کاربران در مراسم‌های حضوری انگیزه کافی برای بیان پرسش‌های‌شان را ندارند، در حالت آنلاین ماجرا برعکس است بنابراین باید زمان مناسب برای دریافت و پاسخگویی به پرسش‌های کاربران را مدنظر قرار دهیم. اگر این امر مدنظر سخنران‌ها قرار نداشته باشد، میزان تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف به طور قابل ملاحظه‌ای کاهش خواهد یافت.

دریافت پرسش‌ها از سوی کاربران باید در طول سخنرانی صورت گیرد. این امر شامل بیان امکان بارگذاری پرسش در طول سخنرانی و سپس دریافت پاسخ در بخش انتهایی است. همچنین امکان درخواست از کاربران برای بیان پرسش‌های‌شان در پایان مراسم نیز وجود دارد. این امر مزیت‌های بسیار زیادی برای کارآفرینان به همراه دارد. وقتی سخنران‌ها به صورت تصویری برخی از پرسش‌های کاربران را دریافت می‌کنند، امکان فهم دقیق ماهیت پرسش بسیار ساده‌تر از نمونه متنی است بنابراین باید همیشه به این نکته مهم توجه نماییم.

برخی از سامانه‌های پیشرفته در زمینه برگزاری وینار امکان درخواست برای طرح پرسش در طول مراسم را دارند. این امر مزیت بسیار مهمی برای سخنران‌ها محسوب می‌شود بنابراین با ورود به زمان پرسش و پاسخ امکان دریافت تقاضا برای پاسخگویی به پرسش‌های مشتریان فراهم می‌شود. این امر نظم برگزاری مراسم را به طور قابل ملاحظه‌ای افزایش می‌دهد. استفاده از این امکان برای برخی از سخنران‌ها به معنای امکان تأمل بر روی درخواست‌های متعدد و انتخاب بهترین پرسش برای پاسخگویی در مدت زمانی محدود است. همچنین با پاسخگویی به هر پرسش مسائل مشابه برخی از کاربران دیگر نیز حل و فصل خواهد شد.

۵. ساده‌سازی دسترسی به وینار

برگزاری وینار همیشه همراه با مشکلاتی برای اتصال به سامانه و ورود به تالار اصلی همراه است. همین امر بسیاری از کاربران را نسبت به حضور در مراسم‌های مهم مردم می‌سازد. بی‌تردید مواجهه با وینارهای بدون مخاطب هدف برای هر برند و سخنرانی دشوار است بنابراین باید تمام اقدامات لازم برای جلب نظر مخاطب هدف را مدنظر قرار دهیم. در غیر این صورت ارائه‌مان در تالار آنلاینی بدون حضور کاربران ارائه خواهد شد. استفاده از سامانه‌های عمومی مانند گوگل نقش مهمی در بهبود دسترسی کاربران به وینار خواهد داشت. یکی از دلایل اصلی برای انتخاب گوگل به عنوان سامانه برگزاری وینار کیفیت بالای خدمات این برند است بنابراین دیگر خبری از مشکلات حین برگزاری مراسم نخواهد بود. این نکته شاید برای بسیاری از کاربران ساده باشد، اما در طول برگزاری مراسم آنلاین برای سخنران و برند برگزارکننده مراسم اهمیت بالایی خواهد داشت.

برخی از شرکت‌کنندگان در مراسم‌های آنلاین به طور مداوم مشکلاتی برای شنیدن مطالب وینار دارند. این امر شامل افراد دارای ناتوانی‌های شنیداری یا بینایی می‌شود بنابراین باید راهکارهایی به منظور دسترسی مناسب این افراد به محتوای وینار نیز مدنظر قرار دهیم. یکی از بهترین راهکارها استفاده از زیرنویس برای کنفرانس‌های مختلف است. این امر نیازمند تهیه یک زیرنویس مناسب یا دست‌کم بارگذاری متن سخنرانی پیش از شروع است.

۶. ضبط سخنرانی در صورت نیاز

بدون تردید بیان زنده مطالب در وینارها اهمیت بسیار زیادی دارد، با این حال برخی از افراد به دلیل تردید نسبت به وضعیت اینترنت یا دیگر ابزارهای مورد نیاز برای بیان مطالب در حین برگزاری وینار نسبت به تهیه یک نسخه پشتیبان اقدام می‌کنند. این امر با هدف برگزاری وینار تحت هر شرایطی انجام می‌شود. اگر برخی از برندها نسبت به این نکته توجه لازم را نشان ندهند، مشکلات بسیار زیادی برای برندها ایجاد خواهد شد بنابراین باید تحت هر شرایطی برای بهبود وضعیت سخنرانی اقدام کرد. مهمترین مسئله در زمینه ضبط سخنرانی بیان دلایل استفاده از این روش و همچنین اعلام رسمی به هنگام پخش ویدئوی از پیش ضبط شده است. این امر اهمیت بسیار زیادی برای تاثیرگذاری مناسب بر روی مخاطب هدف دارد. گاهی اوقات برندها نسبت به بیان این نکته مهم کم‌کاری می‌کنند. اگر مخاطب هدف پس از برگزاری مراسم نسبت به این نکته اطلاع پیدا نمایند، وضعیت بسیار دشواری برای برند و سخنران موردنظر ایجاد خواهد شد.

استفاده از ابزارها و امکانات مناسب برای ضبط ویدئوهای باکیفیت اهمیت بالایی دارد. بدون تردید هیچ کاربری تمایل به مشاهده ویدئوهای دارای قطعی و کیفیت پایین ندارد. اگر ویدئوی شما از پیش ضبط شده است، باید نسبت به این نکته توجه دوچندانی داشته باشید. بهترین راهکار در این میان تلاش برای ویرایش ویدئو پیش از بارگذاری در سامانه وینار است.

توصیه‌هایی برای حاضران در وینارها
۱. وقت‌شناس باشید

وینارها درست مانند مراسم‌های حضوری دارای نظم خاصی است. اگر شما باید در زمان مشخصی در مراسم حضور پیدا کنید، تاخیر در حضور به مثابه بی‌احترامی به طرف مقابل خواهد بود. اغلب اوقات حاضران در مراسم‌های مهم کاری شامل کارآفرینان و مدیران ارشد هستند بنابراین شما نماینده کسب و کارتان در مراسم موردنظر هستید. اگر حضور به موقع را در دستور کارتان قرار ندهید، علاوه بر از دست دادن بخشی از مراسم، به دلیل بی‌احترامی به نظم جلسه نیز مورد داوری قرار خواهید گرفت.

برخی از برندها همیشه در زمان مناسب در مراسم‌ها حضور دارند. این

امر اهمیت بسیار زیادی برای کارآفرینان دارد. اگر این نکته مدنظر مخاطب هدف قرار نداشته باشد، به طور قابل ملاحظه‌ای اعتبارتان در خطر قرار خواهد گرفت. اگر همیشه مشکل حضور س‌روقت در مراسم‌ها را دارید، تنظیم ساعت یا درخواست از دیگران برای یادآوری مراسم ضروری خواهد بود. این امر موجب کاهش حضور دیر در مراسم‌های کاری خواهد شد.

۲. بیان مطالب در زمان مناسب

وقتی به عنوان فرد حاضر در یک مراسم حضور داریم، باید تمام توجه‌مان را نسبت به رعایت قوانین اختصاص دهیم. برخی از کارآفرینان تفاوت میان حضور در مراسم کاری و سخنرانی را درک نمی‌کنند. این امر نظم برگزاری مراسم را به طور قابل ملاحظه‌ای تحت تاثیر قرار می‌دهد. اگر این امر مدنظر کارآفرینان قرار نداشته باشد، با مشکلات عمیقی مواجه خواهند شد.

اغلب اوقات زمان مشخصی برای بیان مطالب از سوی حاضران در وینارها وجود دارد بنابراین در صورت تمایل برای بیان مطلب باید در زمان موردنظر اقدام کرد. همچنین باید نسبت به بیان نکات یا پرسش‌های‌مان در کوتاه‌ترین زمان ممکن نیز توجه نشان دهیم. اگر این امر مدنظر کارآفرینان قرار نداشته باشد، نظم برگزاری وینار برهم خواهد خورد. همچنین شاید سخنران اصلی این رفتار کارآفرینان را نوعی بی‌احترامی تلقی نماید.

گاهی اوقات پیش از برگزاری مراسم نسبت به ثبت درخواست حاضران برای طرح پرسش اقدام می‌شود. اگر شما به عنوان یکی از حاضران در مراسم نسبت به درخواست برای بیان پرسشی در زمان مناسب اقدام نکرده‌اید، در طول برگزاری وینار نباید نظم جلسه را برهم زنید. این امر اهمیت بسیار زیادی دارد. همانطور که سخنران‌ها نماینده برندشان هستند، حاضران هم نماینده کسب و کارشان محسوب می‌شوند بنابراین باید نسبت به رفتار حرفه‌ای اقدام نماییم. در غیر این صورت مشکلات بسیار زیادی برای کسب و کارها به ارمغان خواهد آمد.

۳. مانع سخنرانی دیگران نشوید

سخنرانی در وینارها دشواری بسیار زیادی دارد. بسیاری از کارآفرینان نیاز به تمرین بسیار زیادی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف دارند. این امر در صورت بیان نکات خارج از چارچوب وینار از سوی کاربران مشکلات بسیار زیادی برای سخنران‌ها ایجاد خواهد شد. متأسفانه بسیاری از کارآفرینان نسبت به بیان درست نظرات‌شان نسبت به ارائه دیگران در زمان مناسب توجهی ندارند بنابراین حتی در میانه سخنرانی یک فرد اقدام به بیان نظرشان می‌کنند. این امر تمرکز ارائه‌دهنده را برهم خواهد زد. همچنین ارزیابی نسبت به میزان رعایت نظم جلسه از سوی شما را نیز تحت تاثیر قرار می‌دهد.

۴. تبلیغ دیگران ممنوع

وقتی فردی در حال بیان سخنرانی‌اش است، نباید نسبت به تبلیغ سخنرانی یا کسب و کار خود یا دیگران اقدام نماییم. این امر تاثیر بسیار منفی بر روی نظم جلسه دارد. اغلب اوقات برگزار کنندگان جلسات نیز نسبت به چنین بی‌نظمی‌هایی واکنش جدی نشان می‌دهند. با این حساب کارشناس‌های بازاریابی باید نسبت به رعایت نکات مناسب در این میان اقدام نمایند. در غیر این صورت شرایط بسیار دشواری برای مدیریت وینار فراهم خواهد شد.

مراسم‌های کاری درست مانند جشن تولید است. اگر جشن تولد متعلق به فردی دیگر باشد، تلاش برای برهم زدن نظم و تبلیغ تولد خودمان اشتباه خواهد بود. این امر باید به طور مداوم مدنظر شرکت‌کنندگان در مراسم‌های کاری دیگر برندها قرار داشته باشد. اگر این امر مدنظر قرار نگیرد، بسیاری از دعوت‌نامه‌های حضور در وینارها برای کسب و کار ما ارسال نخواهد شد. به هر حال کمتر فردی تمایل به حضور اعضای دردرساز یک شرکت دارد.

امروزه برگزاری مراسم‌های آنلاین در قالب وینار بدل به ترندی رایج شده است. تلاش برای رعایت برخی از نکات ابتدایی برای حضور مناسب در این مراسم‌ها امری ضروری به نظر می‌رسد. متأسفانه بسیاری از کارآفرینان هنوز هم نسبت به تفاوت‌های مراسم‌های حضوری و آنلاین آگاهی دقیقی ندارند. همچنین نحوه ارائه یا حضور به عنوان شنونده را نیز مدنظر قرار نمی‌دهند. استفاده از توصیه‌های مورد بحث در این مقاله گام مهمی برای بهبود کیفیت ارائه سخنرانی در وینارها خواهد بود. همچنین کیفیت عالی برای کارآفرینان به منظور حضور عادی در حین سخنرانی دیگران فراهم خواهد کرد.

منبع: هاب اسپات

نگارش محتوای بازاریابی با تکنیک‌های طلایی



به قلم: کارولین فروسی کارشناس بازاریابی در موسسه هاب اسپات
ترجمه: علی آل‌علی

وقتی برندها در مورد نگارش محتوا در لینکدین یا دیگر پلتفرم‌های اجتماعی مطلبی را جست‌وجو می‌کنند، با دامنه متفاوتی از گزینه‌ها مواجه می‌شوند. بسیاری از برندها برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف از تیم‌های بازاریابی کامل و دارای مهارت بالا استفاده می‌کنند، با این حال چنین گزینه‌ای برای تمام برندها در دسترس نیست. کسب و کارهای کوچک همیشه با مشکلاتی برای تولید محتوای بازاریابی مواجه هستند. این امر موجب ناتوانی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف و جلب نظر کاربران در شبکه‌های اجتماعی می‌شود. یکی از مشکلات اساسی در زمینه تولید محتوا فقدان درک درست از این فرآیند است. درست به همین خاطر بسیاری از برندها توانایی تاثیرگذاری مناسب بر روی مخاطب هدف را ندارند.

امروزه بسیاری از موسسه‌ها و کارشناس‌های حوزه بازاریابی توصیه‌های مختلفی برای تولید محتوا به صورت جذاب دارند. این امر شاید در نگاه نخست کار بازاریابی و تولید محتوا را ساده سازد، اما در نگاهی عمیق‌تر موجب ناتوانی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف می‌شود. وقتی بازاریاب‌ها با دامنه وسیعی از گزینه‌های بازاریابی مواجه می‌شوند، اغلب اوقات تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف بدل به فرآیندی سخت و دشوار خواهد شد. این امر بسیاری از بازاریاب‌ها را نسبت به فعالیت بازاریابی و تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف ناامید می‌سازد.

بی‌تردید کسب و کارها و تیم‌های بازاریابی فرصت کافی برای امتحان تمام توصیه‌های بازاریابی را ندارند. این امر در مورد شیوه تولید محتوا نیز صحت دارد. بنابراین باید از توصیه‌هایی کاربردی و تاثیرگذار استفاده کرد. کارشناسان موسسه هاب اسپات در طول نزدیک به دو دهه فعالیت در حوزه مشاوره بازاریابی و توسعه ابزارهای کمکی در این راستا اطلاعات بسیار مفیدی را گردآوری کرده‌اند. استفاده از چنین داده‌هایی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف امری ضروری خواهد بود. در ادامه برخی از توصیه‌هایی اساسی برای نگارش محتوای بازاریابی جذاب را مورد بررسی قرار خواهیم داد. نکته مهم در این میان آشنایی ابتدایی با مفهوم تولید محتواست.

نگارش محتوا به چه معناست؟

نگارش محتوا در عرصه بازاریابی به معنای فرآیند نگارش، ویرایش و انتشار محتوای دیجیتال در شبکه‌های اجتماعی است. پیش از این نگارش محتوا در عرصه بازاریابی همراه با فرمت‌هایی نظیر چاپ در مطبوعات بود، با این حال امروزه تمام برندها نسبت به بازگذاری محتوا در عرصه بازاریابی دیجیتال اقدام می‌کنند. همین امر تعریف نگارش محتوا را تحت تاثیر قرار داده است.

فضای آنلاین در طول دهه‌های اخیر به طور قابل ملاحظه‌ای توسعه یافته است. بنابراین برندها امکانات بسیار زیادی برای بازگذاری محتوای آنلاین پیدا کرده‌اند. تولید محتوا در قالب پست‌های وبلاگی، سایت و همچنین شبکه‌های اجتماعی در میان محبوب‌ترین گزینه‌های برندها قرار دارد.

امروزه تولید محتوا یکی از فرآیندهای مهم در هر کسب و کاری محسوب می‌شود. برندها برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف نیاز به محتوای باکیفیت دارند. این امر بسیاری از برندها را به درس‌های بزرگی انداخته است. دلیل این امر نیز سطح بالای رقابت در عرصه بازاریابی است. پیش از این هیچ عرصه بازاریابی شاهد این حجم از رقابت نبوده است. وقتی میزان رقابت در عرصه بازاریابی افزایش پیدا می‌کند، استفاده از محتوای جذاب و تاثیرگذار نیز بدل به گزینه‌ای ضروری خواهد شد. بسیاری از برندها در زمینه تولید محتوای بازاریابی با مشکلات بسیار زیادی مواجه هستند. دلیل این امر فقدان آگاهی از شیوه‌های جذاب و تاثیرگذاری تولید محتواست. امروزه اگر برندها توانایی تولید محتوای جذاب و مطابق با سلیقه مخاطب هدف را نداشته باشند، به زودی با مشکلات عمیقی مواجه خواهند شد. بنابراین باید در نگاهی دقیق به عرصه کسب و کار نسبت به استفاده از ایده‌های کاربردی به منظور تولید محتوای بازاریابی اقدام نماییم. این امر را در ادامه در قالب برخی از توصیه‌ها و تکنیک‌های کاربردی مدنظر قرار خواهیم داد.

نگارش محتوای منحصر به فرد و اصیل

وقتی بازاریاب‌ها در تلاش برای تولید محتوای بازاریابی هستند، اغلب اوقات علاقه‌مند به الگوبرداری از دیگر کمپین‌های موفق خواهند بود. این امر نوعی رویکرد رایج در میان بازاریاب‌ها محسوب می‌شود. بدون تردید الگوبرداری از برندهای موفق و کمپین‌های تاثیرگذار ایده جذابی است، با این حال اغلب بازاریاب‌ها در عمل تمام جزئیات یک کمپین را برای تبلیغات برندشان مورد استفاده قرار می‌دهند. این امر علاوه بر نقض قانون کپی‌رایت موجب ارزیابی بسیار نامناسب مشتریان از برندها نیز می‌شود. تلاش برای تولید محتوای اصیل و منحصر به فرد در عرصه بازاریابی امر حیاتی 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 هستند. اگر کاربران توانایی تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را نداشته باشند، به زودی از عرصه کسب و کار کنار خواهند رفت. این امر مشکل بسیار اساسی برای برندها محسوب می‌شود.

هر کسب و کار دارای برخی ارزش‌ها و تعهدات پایه‌ای در زمینه تعامل با مشتریان است. استفاده از چنین ارزش‌هایی برای طراحی کمپین‌های بازاریابی اصیل و نوآورانه ایده جذابی خواهد بود. اغلب کسب و کارها دارای ایده‌ها و پتانسیل‌های جذابی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف هستند. این امر تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را به طور قابل ملاحظه‌ای افزایش می‌دهد. یکی از نکات مهم در این میان تلاش برای شناسایی ارزش‌ها و مزیت‌های رقابتی کسب و کارمان است. بسیاری از بازاریاب‌ها نسبت به این نکته مهم هیچ آگاهی ندارند بنابراین مشاهده ناتوانی چنین کسب و کارهایی برای تاثیرگذاری بر روی مشتریان امری طبیعی خواهد بود.

توجه به کیفیت و جذابیت آغاز محتوا

آغاز هر امری باید به طور جذاب و هیجان‌انگیزی صورت گیرد. فیلم‌ها و مان‌های موفق همیشه آغاز مناسبی دارند. دلیل اهمیت این بخش در تمام فعالیت‌های ورزش‌همه امکان جلب نظر مخاطب هدف است. اگر یک سریال آغاز مناسبی نداشته باشد، مخاطب هدف به زودی نسبت به مشاهده‌اش دل‌سرد خواهد شد بنابراین باید نسبت به ایجاد تغییرات اساسی در طراحی بخش‌های ابتدایی محتوای بازاریابی‌مان اقدام نماییم. این امر در میان بسیاری از برندهای بزرگ به خوبی رعایت می‌شود. اگر کمپین‌های برندهای ورزشی نظیر نایک یا آدیداس را مشاهده کرده باشید، چنین برندهایی به خوبی بخش ابتدایی محتوای بازاریابی‌شان را ساماندهی می‌کنند. نمایش تصویری از ورزشکاران موفق و تلاش برای بازی با نور در پس‌زمینه اصلی مهمترین اقدامات چنین برندهایی محسوب می‌شود.

استفاده از ایده‌های جذاب برای شروع بخش آغازین محتوای بازاریابی کار ساده‌ای نیست. بسیاری از برندها در این مسیر با مشکلات عمده‌ای مواجه می‌شوند. دلیل این امر ناتوانی برای استفاده از کلیدواژه‌های مناسب است. مسئله سئو در طول سال‌های اخیر اهمیت بسیار زیادی برای برندها پیدا کرده است. برخی از کسب و کارها به طور مداوم در زمینه استفاده از محتوای سئو مناسب دچار مشکلات عمیقی می‌شوند. مهمترین مسئله در این میان تلاش برای تاثیرگذاری مناسب بر روی مخاطب هدف است. اگر این مسئله مدنظر برندها قرار داشته باشد، امکان بازاریابی و جلب نظر مخاطب هدف به بهترین صورت فراهم خواهد شد.

جست‌وجوی کلیدواژه‌های کاربردی در عرصه سئو باید براساس حوزه فعالیت هر برند صورت گیرد. در غیر این صورت تاثیرگذاری مورد انتظار برندها ایجاد نخواهد شد. سالانه شمار بسیار زیادی از برندها به دلیل استفاده از کلیدواژه‌های نادرست در عمل امکان تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را از دست می‌دهند.

بهترین منبع برای جست‌وجوی کلیدواژه‌های کاربردی سرویس گوگل ترندز است. امروزه اغلب کاربران برای جست‌وجوی محتوا از گوگل استفاده می‌کنند. بنابراین این پلتفرم دارای اطلاعات بسیار دقیقی از سلیقه و نحوه رفتار کاربران است. تلاش برای همکاری با گوگل در زمینه بهبود وضعیت سئو دارای اهمیت است. اگر بازاریاب‌ها در طراحی محتوای بازاریابی نسبت به مسئله سئو توجه لازم را نشان ندهند، به زودی با مشکلات عمیقی مواجه خواهند شد.

محتوای بازاریابی پس از شروع مناسب باید ارتباط منطقی با سایر بخش‌ها نیز داشته باشد. متأسفانه برخی از برندها در تلاش برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف در عمل فرآیند ایجاد ارتباط بخش آغازین با دیگر بخش‌ها را فراموش می‌کنند. نتیجه این امر مواجهه با محتوایی چند پاره است. این امر مشکلات بسیار زیادی برای کسب و کارها به همراه خواهد داشت.

رعایت تکنیک‌های سئو برای توسعه جایگاه محتوا در گوگل
نگارش محتوای بازاریابی بدون توجه به مسئله سئو امکان‌ناپذیر است. بسیاری از برندها برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف از شیوه‌های گوناگونی استفاده می‌کنند. این امر شامل تلاش برای استفاده از اطلاعات دقیق درباره کاربران است. مهمترین مسئله در این میان مراجعه به منابع مناسب است. اگر این امر مدنظر برندها قرار نگیرد، به سرعت مشکلات عرصه بازاریابی افزایش خواهد یافت. استفاده از سرویس گوگل ترندز بهترین گزینه برای بازاریابی مناسب خواهد بود.

یکی دیگر از راهکارها برای بهبود وضعیت سئو محتوای بازاریابی تلاش برای ارزیابی نمونه‌های قبلی است. بسیاری از برندها در زمینه طراحی محتوای بازاریابی به نمونه‌های قبلی توجهی نشان نمی‌دهند. این امر مشکلات بسیار زیادی برای کسب و کارها به همراه خواهد داشت. بدون تردید هیچ محتوای بازاریابی عاری از ایراد نیست بنابراین برندها باید نسبت به ارزیابی کمپین‌های قبلی به منظور کاهش ایرادات در نمونه‌های بعدی اقدام نمایند. اگر یک برند نسبت به این امر توجه لازم را نشان

نمدهد، در عمل مشکلات بسیار زیادی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف داشت.

امروزه بسیاری از برندها حتی پس از چند دقیقه بارگذاری محتوای بازاریابی اقدام به ارزیابی انتقادی‌اش می‌کنند. این امر مفهوم اصلاح کمپین‌های بازاریابی در حین اجرا را پیش می‌کشد. برخی از کسب و کارها نسبت به تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف با رعایت چنین نکته‌ای نتیجه بسیار مطلوبی دریافت می‌کنند. مسئله اساسی در این میان تلاش برای استفاده ترکیبی از تمام ایده‌های مورد بحث در این بخش است. فقط در این صورت امکان تاثیرگذاری مناسب بر روی مخاطب هدف فراهم خواهد شد.

بدون تردید در ابتدای مسیر استفاده از تکنیک‌های مدیریت سئو بسیاری از بازاریاب‌ها با مشکلات اساسی مواجه خواهند شد. این امر کاملاً طبیعی است. مهمترین مسئله تلاش برای تمرین و تکرار در زمینه استفاده از تکنیک‌های بازاریابی و مدیریت سئو است. مهمترین چالش در این میان ناامیدی بسیار بازاریاب‌ها نسبت به تاثیرگذاری مناسب بر روی مخاطب هدف است. این امر کیفیت بازاریابی و مدیریت سئو برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را به شدت تحت تاثیر قرار می‌دهد.

تلاش برای ارزیابی نحوه مدیریت سئو دیگر برندها نیز یکی از ایده‌های جذاب در عرصه بازاریابی محسوب می‌شود. بدون تردید برندهای بزرگ دارای تجربه و مهارت بالایی در زمینه مدیریت سئو هستند بنابراین استفاده از شیوه ارزیابی عملکرد رقبا برای کسب و کارهای کوچک و تازه تاسیس اهمیت بسیار زیادی خواهد داشت. بسیاری از برندها بدون یادگیری و تقلید از برندهای بزرگ امکان تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را نخواهند داشت بنابراین هیچ ایرادی در این راستا پیش روی کسب و کارمان نخواهد بود.

تلاش برای جلب نظر دامنه متنوعی از کاربران در پلتفرم‌های مختلف

تولید محتوای بازاریابی برای تعامل با مخاطب هدف امری طبیعی محسوب می‌شود. امروزه بسیاری از برندها در تلاش برای بازاریابی و تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف هستند. مسئله اساسی در این میان تمرکز برخی از برندها بر روی یک یا دو پلتفرم است. این امر شایع در نگاه نخست امکان تمرکز بر روی تولید محتوا را به همراه داشته باشد، اما در عمل بازاریاب‌ها را نسبت به سایر مشتریان و کاربران آنلاین بی‌توجه خواهد کرد.

حضور در تعداد بالایی از شبکه‌های اجتماعی برای هیچ تیم بازاریابی منطقی نیست. این امر به دلیل محدودیت‌های مدیریت عرصه بازاریابی اغلب از نظر مدنظر قرار نمی‌گیرد. مهمترین مسئله در این میان تلاش برای حضور در شبکه‌های اجتماعی پرطرفدار است. امروزه اسنپ چت و تیک تاک به عنوان پلتفرم‌هایی جدید مدنظر بسیاری از کاربران قرار دارد. اگر برندها نسبت به حضور موفق در این دو پلتفرم اقدام نکنند، در ادامه مشکلات بسیار زیادی برای بازاریابی خواهند داشت.

حضور در شبکه‌های اجتماعی باید همیشه با ارزیابی میزان حضور مخاطب هدف برسد، اما نحوه بازاریابی و تاثیرگذاری بر روی مخاطب سودی برای کسب و کارها نخواهد داشت. درست به همین خاطر حضور در برخی از پلتفرم‌های کمتر شناخته شده هیچ توجیه منطقی و سودآوری به همراه ندارد.

کسب و کارهای بزرگ همیشه نسبت به انتخاب پلتفرم‌های مناسب برای حضور بازاریابی اقدام می‌کنند. این امر شاید در نگاه نخست بسیار دشوار به نظر برسد، اما نحوه بازاریابی و تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را به طور قابل ملاحظه‌ای تحت تاثیر قرار خواهد داد. نظرخواهی از مشتریان یکی از ساده‌ترین راهکارها برای انتخاب پلتفرم‌های مناسب است. برخی از برندها در این راستا به طور مداوم با مشکلاتی مواجه هستند. دلیل این امر تلاش برای اتکا بر تجربه‌های قبلی‌شان در عرصه بازاریابی و ناتوانی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف است. امروزه در عرصه بازاریابی استفاده از تجربیات قبلی معنایی ندارد. مهمترین نکته تلاش برای شناسایی نکات مختلف در بازار و تلاش برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف براساس تغییرات مداوم سلیقه‌شان است. در غیر این صورت مشکلات بسیار زیادی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف و تولید محتوای بازاریابی جذاب ایجاد خواهد شد.

ترغیب مخاطب به سوی عملی خاص با گزینه‌های جذاب

تلاش برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف در دل هر کمپین بازاریابی نهفته است. کمپین‌های بازاریابی در نهایت برای بهبود وضعیت برند تولید می‌شود. بنابراین باید نسبت به ترغیب مخاطب هدف به سوی عملی خاص توجه نماییم. این امر همیشه گزینه‌ای مانند خرید محصولات برند نیست. شاید گاهی اوقات تلاش برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف با استفاده از ترغیب‌شان برای حضور در سایت رسمی برند نیز هدفی مناسب باشد. برخی از برندها در این راستا نسبت به تعیین اهداف گوناگون اقدام می‌کنند. توصیه اساسی در این بخش تلاش برای استفاده از یک هدف در هر محتوای بازاریابی است. این امر تاثیرگذاری محتوای

بازاریابی را به طور قابل ملاحظه‌ای افزایش می‌دهد.

اگر محتوای بازاریابی فقط معطوف به ترغیب مخاطب هدف به سوی عملی خاص باشد، تاثیرگذاری‌اش به شدت کاهش خواهد یافت بنابراین باید نسبت به جنبه‌های سرگرم‌کننده محتوای بازاریابی در عین توجه به سایر بخش‌ها توجه نشان دهیم. این امر اهمیت بسیار زیادی برای برندها دارد. ایجاد تعادل میان جنبه‌های بازاریابی و سرگرم‌کننده محتوا برای هر برندی مهم خواهد بود اگر این نکته به خوبی رعایت نشود، تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف غیرممکن خواهد بود.

اهمیت ویرایش محتوا

برخی از برندها به محض تکمیل نگارش محتوای بازاریابی اقدام به بارگذاری‌اش در شبکه‌های اجتماعی می‌کنند. این امر مشکلات بسیار زیادی برای برندها به همراه دارد. بدون تردید هر متن اولیه‌ای دارای ایراد است. این امر در مورد محتوای بازاریابی نیز صادق دارد. شاید محتوای بازاریابی برند شما در قالب ویدئو تهیه شده باشد. در این صورت بازهم ویرایش‌اش پیش از انتشار ضرورت خواهد داشت. دلیل این امر امکان مواجهه با برخی از ایرادات ویدئویی است. همیشه پیش از انتشار محتوای بازاریابی باید دست‌کم دو بار آن را مورد ارزیابی مجدد قرار داد. در غیر این صورت تاثیرگذاری لازم بر روی مخاطب به دست نخواهد آمد.

خوشبختانه امروزه ابزارهای بسیار متنوعی برای ویرایش محتوای بازاریابی در اختیار برندها قرار دارد. همین امر فرآیند ویرایش محتوای بازاریابی را ساده‌تر از هر زمان دیگری کرده است. شاید برخی از برندها در مسیر تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف با مشکلات بسیار زیادی مواجه شوند، اما در نهایت امکان جلب نظر مخاطب هدف را خواهند یافت. مهمترین شرط در این میان تلاش برای استفاده از ابزارهای ویرایش مناسب است. در غیر این صورت کیفیت نهایی محتوای بازاریاب برندهان چندان مناسب نخواهد بود.

توجه به ارتباط میان بخش‌های مختلف محتوا

هر محتوای بازاریابی دارای بخش‌های مختلفی است. مسئله اساسی در این میان ارتباط مناسب میان بخش‌های مختلف محتوای برندهان است. اگر این نکته به طور قابل ملاحظه‌ای مدنظر برندها قرار نداشته باشد، تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف بدل به امری دشوار و پیچیده خواهد شد. یکی از توصیه‌های کلی در زمینه توجه به بخش‌های مختلف یک محتوا مربوط به افزودن اطلاعات مفید به مخاطب هدف است. اگر یک محتوای بازاریابی هیچ اطلاعات تازه‌ای در اختیار مخاطب هدف قرار نمی‌دهد، باید آن را به طور کامل حذف کرد. این امر شاید در نگاه نخست رفتار بسیار خشن باشد، اما برای حفظ سطح مطلوب کیفیت محتوا ضروری خواهد بود.

بسیاری از مردم در زمینه توجه به محتوای بازاریابی برندها بسیار سختگیر هستند. دلیل این امر ارزشمندی عنصر زمان برای مردم است بنابراین کمتر کاربری حوصله اتلاف وقت با مشاهده محتوای بازاریابی کم‌ارزش را خواهد داشت. ارزیابی کیفیت محتوای بازاریابی اغلب اوقات از سئوی بازاریاب‌ها به سختی صورت می‌گیرد. راهکار مناسب در این میان درخواست از سایر اعضای شرکت برای بیان نظرات صریح‌شان در مورد کیفیت محتواست. این امر کمک شایانی به بازاریاب‌ها برای بهبود کیفیت نهایی محتوای بازاریابی خواهد کرد.

استفاده از نقل قول‌های افراد مهم

بسیاری از کارآفرینان بزرگ یا رهبران تاثیرگذار در سراسر دنیا دارای جملات انگیزشی و جادویی هستند. این امر در عرصه بازاریابی باید مدنظر بازاریاب‌ها قرار داشته باشد. استفاده از نقل قول‌های مهم اهمیت بسیار زیادی دارد. برخی از برندها برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف اقدام به استفاده از نقل قول‌های مشهور می‌کنند. نکته مهم در این میان پذیرش بهتر ادعای بازاریاب‌ها از سئوی مخاطب هدف در صورت استفاده از نقل قول‌های تاثیرگذار است. این امر اهمیت بسیار زیادی برای برندها دارد بنابراین باید به طور ویژه‌ای مدنظر بازاریاب‌ها قرار گیرد.

نقل قول‌های کاربردی و مهم در فضای اینترنت به سادگی پیدا می‌شود. مهمترین نکته در این میان یافتن نقل قول‌های دارای ارتباط با ماهیت کلی کمپین‌مان است. اگر این نکته مدنظر بازاریاب‌ها قرار نداشته باشد، محتوای نهایی برند ارتباط معناداری با اهداف کسب و کار نخواهد داشت. این امر مشکلات بسیار زیادی برای برندها به همراه خواهد داشت. استفاده از نظرات کارشناس‌های حوزه روانشناسی برای انتخاب نقل قول‌های مهم ایده جذابی خواهد بود. امروزه برندهای بزرگ برخی از روانشناس‌ها را به عنوان مشاور در تیم بازاریابی‌شان جای می‌دهند. این امر به بهبود کیفیت کلی محتوای بازاریابی برند کمک شایانی خواهد کرد. امروزه بازاریابی و تولید محتوا پیوند نزدیکی با هم پیدا کرده است. برخی از برندها در مسیر تولید محتوای جذاب به طور مداوم با مشکلاتی مواجه هستند. مهمترین مسئله در این میان یادگیری تکنیک‌ها و توصیه‌های کاربردی در زمینه تولید محتوای جذاب است. مطالب مورد بحث در این مقاله برخی از نیازهای برندها را رفع خواهد کرد.

منبع: هاب اسپات



راهکارهایی برای رشد کسب و کارهای کوچک و خانگی

سکینه‌حجازی‌فر

کارشناس ارشد کار آفرینی

۱-سفارش‌های از دست رفته را ثبت کنید:

برای موفقیت در هر کاری به «ارزیابی» نیاز داریم. یکی از کارهایی که برای ارزیابی کسب و کار خود باید انجام دهید این است که معاملات از دست رفته را ثبت و بررسی کنید. سفارش‌هایی که از سوی مشتریان کنسل شده است. مشتریان مشتاقی که مراجعه کردند اما خرید انجام ندادند و مواردی از این دست را یادداشت کنید و به صورت دوره‌ای مثلا هر دو ماه یک بار آنها را مورد بررسی قرار دهید. دلایل این معاملات از دست رفته را مشخص کنید تا ایرادات احتمالی کار خود را پیدا کنید. شاید قیمت‌گذاری شما منصفانه و متناسب با توانایی خرید مشتریان‌تان نیست. شاید مشتری از برخورد اولیه راضی نیست. حتی اگر کسب و کار شما مجازی است، روش و چگونگی برخورد با مشتری بسیار مهم است.

اگر در اینستاگرام فعالیت می‌کنید و خودتان پاسخگویی به دایرکت مشتریان را انجام نمی‌دهید بدانید بسیار مهم است چه کسی این کار را انجام می‌دهد و مسئول این کار چقدر درباره مشتری‌مداری اطلاعات و توانایی دارد. اگر برای پاسخگویی به مشتریان کسی را استخدام کرده‌اید نیاز دارید بر فعالیت او نظارت مستمر داشته باشید .

شاید کیفیت محصولات یا خدمات شما در مقایسه با رقبا قابل رقابت نیست، شاید محصول یا خدمتی که ارائه می‌دهید ارزش کافی برای مشتریان ایجاد نمی‌کند و ... با ثبت معاملات از دست رفته می‌توانید دلایل از دست دادن آنها را ردیابی کنید و در آینده از بروز اشتباهاتی که منجر به کنسل شدن برخی سفارشات شده است جلوگیری کنید. گاهی این بررسی‌ها ایراد یا نقطه ضعف احتمالی کسب و کار شما را نشان می‌دهند.

۲- شبکه حرفه‌ای خود را رشد دهید

خانگی بودن کسب و کار شما به این معنا نیست که دایره فعالیت شما محدود به محیط منزل می‌شود. سعی کنید دایره فعالیت خود را گسترش دهید تا از بازاریابی دهان به دهان استفاده کنید و خودتان و محصول و خدمات‌تان را به دیگران بشناسانید.

اگر دیگران ندانند شما چه مهارتی دارید، داشتن این مهارت برای‌تان سودی نخواهد داشت. پس به سرای محله‌ها، انجمن‌های مرتبط، فرهنگسراهای شهر خود، گروه‌های اجتماعی و ... مراجعه کنید و درباره محصولات و خدمات خود صحبت کنید و آنها را از کسب و کار خود آگاه کنید. در نمایشگاه‌هایی که از سوی شهرداری‌ها، انجمن‌ها و ... تشکیل می‌شود شرکت کنید تا دایره مشتریان خود را گسترش دهید.

۳- یک وبینار رایگان ارائه دهید:

این استراتژی می‌تواند به شما کمک کند اعتبار خود را در میان مشتریان بالقوه افزایش دهید، همچنین می‌تواند منجر به افزایش فروش شما و افزایش آشنایی افراد با شما شود . یک وبینار به مشتریان بالقوه اجازه می‌دهد تا در یک دوره کوتاه آنلاین که به میزبانی شما برگزار می‌شود، حضور داشته باشند این دوره‌ها معمولا بین ۳۰ دقیقه تا یک ساعت است و به شما امکان می‌دهد نکاتی را ارائه دهید و به سوالات مربوط به محصولات و خدمات خود پاسخ دهید.

اگر کسب و کار شما مرتبط با محصولات غذایی و آشپزی است می‌توانید در این وبینار یک دستور پخت ویژه را آموزش دهید و در ارتباط زنده با مشتریانی که قبلا از محصول موردنظر شما استفاده کرده‌اند نظرخواهی کنید یا از یک کارشناس تغذیه خواهش کنید فواید مواد اولیه استفاده شده در این محصول را برای مخاطبان بازگو کند. می‌توانید در ادامه وبینار روش‌هایی برای دیزاین این محصول در منزل آموزش دهید. می‌توانید به سوالات آشپزی شرکت‌کنندگان پاسخ دهید. اگر کسب و کار شما در حیطه لوازم اتاق کودک است می‌توانید در این وبینار از مصاحبه زنده با یک کارشناس کودک کمک بگیرید و ویژگی‌های محصولات مناسب اتاق کودک را از او جویا شوید این اطلاعات برای خانواده‌ها و نوساداران جذاب و ضروری است و ارائه آموزش‌های رایگان یکی از ابزارهای جذب مخاطب است.

با این کار به مشتریان بالقوه خود نشان می‌دهید که امن بودن محصولات و خدمات‌تان برای شما بسیار مهم است و نیز آنها مطمئن می‌شوند شما در کارتان خبره هستید به دانش تخصصی و به روز در زمینه کسب و کار خود واقف هستید.

روزهای قبل از ارائه وبینار از طریق پیج‌های مرتبط با کسب و کار خود این وبینار را اطلاع‌رسانی کنید تا مخاطبان بیشتری جذب کنید.

۴-مشتریان راضی را تشویق کنید تا تجربیات خود را به اشتراک بگذارند:

افراد تمایل دارند محصولات و خدماتی را بخرند که قبلا امتحان خود را پس داده‌اند پس هنگامی که یک مشتری راضی در مورد محصولات یا خدمات شما در شبکه‌های اجتماعی صحبت می‌کند، مشتریان بالقوه به این نتیجه می‌رسند که استفاده از محصول یا خدمات شما مقرون به صرفه و مناسب است. در شبکه‌های اجتماعی، بازاریابی دهان به دهان هنوز هم عاملی بزرگ در تصمیم خرید افراد است و ۷۱درصد از مصرف‌کنندگان بیشتر براساس مراجعه به شبکه‌های اجتماعی خرید می‌کنند .

اگر مشتریان به شما می‌گویند که محصول شما را دوست دارند، آنها را تشویق کنید تا این احساس خود را با مخاطبان شما به اشتراک بگذارند.

منبع: modirinfo



۷. رشد کنید، خرج نکنید

قبل از اینکه پول را به دست آورید، آن را خرج نکرده و در مورد موفقیت شرط‌بندی نکنید. این امر ممکن است کلیشه‌ای به نظر برسد، اما انتظار غیرمنتظره (و برنامه‌ریزی) داشتن مهم است. با تمرکز بر درآمد، احتمال بیشتری برای رشد کسب و کار خواهید داشت. شما هیچ‌وقت نمی‌دانید چه زمانی ممکن است ضربه بخورید، بنابراین بهتر است خریدهای گزاف را در هنگام امنیت مالی انجام دهید.

۸. در تیم خود سرمایه‌گذاری کنید

هنگامی که سخن از رفاه تیم به میان می‌آید، نگرش من نسبت به پول کمی تغییر می‌کند. تیم شما خانواده شما است، آنها افرادی هستند که شما را به سمت بالا می‌برند. با سرمایه‌گذاری در آنها، به احتمال زیاد بهره‌وری در محل کار را افزایش می‌یابد و فرهنگی براساس احترام شکل می‌گیرد. در finder، ما یک برنامه آموزش و توسعه قوی داریم، اعضای تیم را تشویق می‌کنیم تا پروژه‌های مورد علاقه خود را دنبال کنند و دارای انعطاف‌پذیری هستیم. این امر افراد را تقویت می‌کند، از فرسودگی جلوگیری می‌کند و خلاقیت را افزایش می‌دهد، همه اینها برای کسب و کار ما و نیز برای مردم ما اثر مثبت دارد.

۹. هرگز سؤال پرسیدن را متوقف نکنید

ما با سؤالات و مشاوره از افرادی که بیشتر از خودمان آگاه هستند یاد می‌گیریم. این شخص می‌تواند یک مشاور مالی، یک برنامه‌ریز کارآفرین یا حتی یک دوست خوب باشد. نکته این است که، به طور جدی گوش کنید و از منابع موردنظر که در اطراف‌تان وجود دارد استفاده کنید. انجام این امر از استفاده از آنچه که می‌دانید و ماندن در همان محل بسیار بهتر است.

۱۰. متواضع بمانید

اگرچه گسترش جهانی finder در حال انجام است، فرانک و من هرگز شروع کار خود را فراموش نکرده‌ایم؛ زمانی که با آن لپ تاپ شکسته کار می‌کردیم و در تلاش برای رسیدن به اهداف اولیه‌مان بودیم. ما در هنگام شروع در محلی جدید، که یک بازار کاملا جدید است، به روزهای اولیه‌مان برمی‌گردیم. نکته مهم این است که، صرف نظر از اینکه چه مقدار پول دارید به یاد داشته باشید که از کجا شروع کردید هرگز اشتیاقی که باعث الهام گرفتن در این سفر در وهله اول بود را فراموش نکنید.

منبع: Success/ucan

به «بله» باشد و یا چه مذاکره برای قیمت بهتر، من همیشه سعی می‌کنم بهترین معامله ممکن را دریافت کنم. این امر در معاملات تجاری و هنگام خرید شخصی نیز انجام می‌شود. من واقعا متعقدم که هنر مذاکره چیزی است که همه می‌توانند یاد بگیرند و به آن تسلط پیدا کنند، شما شگفت‌زده خواهید شد که چه تعداد افراد با اولین پیشنهاد از مسیرشان خارج می‌شوند. از طرف مقابل بپرسید که آیا این بهترین معامله ممکن است و یا تا حد امکان تخفیف‌های بالقوه را پیشنهاد دهید.

۴. ادغام و برون‌سپاری

در دنیای دیجیتال امروز ما توانایی کار با افراد متخصص در سراسر جهان را داریم، به این ترتیب کسب و کارها قادر به استخدام استعدادهای برتر براساس نیازهای خود هستند. با برون‌سپاری، شما به احتمال زیاد قیمت ارزان‌تر برای کار باکیفیت را خواهید داشت و از پرداخت هزینه‌های کارکنان تمام وقت اجتناب خواهید کرد. در صورت برون‌سپاری ممکن است نیاز به انتقال پول بین‌المللی داشته باشید، اما با مقایسه ارائه‌دهندگان، می‌توانید اطمینان حاصل کنید که هزینه‌های کلی این سرویس‌ها به نفع شما است.

۵. هزینه‌های خود را نظارت کنید

این امر به نظر ساده می‌رسد، اما یک قانون طلایی من این است که همیشه کمتر از درآمد خرج کنم. در آمریکا، ما برای مدت طولانی اعتبار را امری طبیعی در نظر گرفته‌ایم. درآمد خود، هزینه‌های منظم و هزینه‌های اضافی را بررسی کرده و فراموش نکنید که مقداری از آن را ذخیره کنید. این امر نه تنها به شما پینش بیشتری نسبت به خرج پول‌تان می‌دهد و حس کنترل شما را بیشتر می‌کند، بلکه یک راه عالی برای کمک به رسیدن به نقاط قوت مالی خواهد بود.

۶. خود راه‌اندازی

هنگامی که فرانک و من ابتدا finder را شروع کردیم، یک لپ تاپ قدیمی داشتیم که بعضی از دکمه‌ها را نداشت، برای چندین سال به خودمان حقوقی نمی‌دادیم و اتاق‌هایی در آپارتمان‌مان اجاره می‌دادیم تا جایگزین درآمدمان شود. تا جایی که می‌توانید، هزینه‌های خود را حداقل نگه دارید. در خارج از جعبه فکر کنید تا دلارهای خود را افزایش دهید، مانند استفاده از فضای کاری مشترک برای به اشتراک گذاشتن خدمات و تجهیزات و یا استفاده از وسایلی که قبلا داشتید؛ مانند رایانه‌های قدیمی.

فرد سبجیستا، یکی از بنیان‌گذاران و مدیرعامل شرکت سایت finder به عنوان یک کارآفرین، نویسنده و مربی برنده جایزه مشهور شده و به طور منظم سخنگوی استارت‌آپ‌ها است. وی تجربیاتش در زمینه کارآفرینی را با ما به اشتراک می‌گذارد. طی ۱۰ سال گذشته، من و شریک کسب و کارم وب‌سایت شخصی خود را از یک وب‌سایت کوچک کارت اعتباری استرالیایی به کسب و کار جهانی ۵۰ میلیون دلاری افزایش دادیم. در طول راه، تعدادی از عادت‌های پولی را که برای رسیدن به اهداف مالی و تجاری نقشی اساسی ایفا کردند، در من ایجاد شد. در ادامه ۱۰ عادت برتر را معرفی خواهیم کرد.

۱. توسعه و پیگیری اهداف روشن

این کاملاً کلیدی است که اهداف مالی مشخصی را در طولانی مدت و کوتاه مدت ایجاد کنید. نقاط عطف مالی را که می‌خواهید در شش ماه، یک سال، ۱۰سال از زمان حال را به دست بیاورید در نظر بگیرید و همه آنها را بنویسید. یک طرح واضح (و واقع‌بینانه) برای راهنمایی خود ایجاد کنید و به طور منظم آن را مرور کرده و با تغییر وضعیت خود آن را سازگار کنید. بسیاری از افراد این برنامه‌ها را ایجاد می‌کنند و سپس آنها را در یک پوشه یا کشو قرار می‌دهند و هرگز به آنها نگاه نمی‌کنند. من یادداشت‌های تقویم را برای چک کردن تنظیم می‌کنم و وقتی در حال بررسی برنامه هستم، از خودم می‌پرسم: از آخرین باری که برنامه را چک کردم چه چیزی به دست آورده‌ام؟ آیا این اهداف برای دوره‌ای که در آنها تعیین شده است، هنوز هم واقعی هستند؟ به چه ابزارهایی برای به واقعیت تبدیل کردن این اهداف احتیاج دارم که پیش از این نداشتم؟

۲. گزین‌های خود را در نظر بگیرید

هنگام شروع، تبدیل کردن ایده‌های کسب و کار به واقعیت می‌تواند دشوار باشد. یک وام تجاری می‌تواند به فشار مالی اولیه کمک کند و پول را در جریان نگه دارد. با این حال، مهم است که به مبلغ وام خود توجه داشته باشید، زیرا نمی‌خواهید که به فشار اضافی در آینده تبدیل شود. گزین‌های خود را مقایسه کنید تا مطمئن شوید که برای کسب و کارتان بهترین قرارداد را اختیار کرده‌اید.

۳. به یاد داشته باشید که اولین پیشنهاد فقط یک نقطه شروع است اگر هر کارآفرینی در ابتدا «نه» را قبول می‌کرد، کسب و کارهای بسیار کمتری امروزه وجود داشت. چه تلاش برای تبدیل کردن «نه»

اخبار

اجرای مانور نوسازی شبکه توزیع برق در هرمزگان

بندرعباس – خبرنگار فرصت امروز: چهارمین مانور فراگیر شرکت توزیع نیروی برق هرمزگان با رویکرد اصلاح شبکه برق رسانی در سراسر استان برگزار شد. معاون بهره برداری شرکت توزیع نیروی برق هرمزگان با اعلام این خبر گفت: این مانور با حضور ۱۴۲ نیروی عملیاتی در قالب ۴۳ اکیمپ اجرایی و ۶۲ خودروی عملیاتی سبک و سنگین اجرا شد. حمید ساعدیناه افزود: جمع آوری ۲۳ پایه فشار متوسط و ۹۸ پایه فشار ضعیف اضافی و جایگزینی ۱۵ پایه فشار متوسط و ۱۷ پایه فشار ضعیف با پایه های فرسوده از اقدامات انجام شده دراین مانور بوده است. در این مانور نیز ۴۰۰ مقره تعویض و ۲۷ ساعت نجومی جدید نصب شد. ساعدیناه اضافه کرد: ۱۵ دستگاه پست زمینی نیز بصورت خط گرم سرویس شد. ضمن اینکه ۸۲۰ چراغ با توان ۱۹۰ کیلووات تعدیل شد.

مانور اصلاح شبکه فرسوده در بندرلنگه

مانور اصلاح شبکه‌های فرسوده فشارضعیف در بندرلنگه برگزار شد. مدیر برق شهرستان بندرلنگه گفت: این مانور باحضور تیمهای عملیاتی از مدیریتهای برق بندرلنگه،بندرخمیر،امور تعمیرات بندرعباس و شرکتهای پیمانکار به وسیله سه دستگاه چرنقیل،دو دستگاه خودروی بالابر، یک دستگاه تریلی و ۶ خودروی سبک عملیاتی اجرا شد. علی صفری زاده افزود: ۱۸ پایه فشارضعیف فرسوده در این مانور تعویض شد. قرار است در فاز نخست این مانور ۲۵۷ پایه جدید به ارزش ۹ میلیارد ریال جایگزین پایه های قدیمی شود. صفری زاده مجموع اعتبار مانور اصلاح شبکه این شهرستان را ۴۵ میلیارد ریال اعلام کرد.

جهانگیری خبر داد:

تکمیل و بهره برداری از پروژه ایمن سازی و آرام سازی تقاطع ملاصدرا– صنایع دستی

قزوین – خبرنگار فرصت امروز: سعید جهانگیری، مدیرعامل سازمان حمل و نقل و ترافیک شهرداری قزوین گفت: با توجه به بررسی های صورت گرفته و ضرورتی که احساس می شد، پروژه ایمن سازی و آرام سازی جریان ترافیک تقاطع صنایع دستی– ملاصدرا در دستور کار سازمان قرار گرفته و اجرا شده است. به گزارش روابط عمومی سازمان حمل و نقل و ترافیک شهرداری قزوین؛ جهانگیری گفت: یکی از معضلات ترافیکی که در تقاطع ملاصدرا– صنایع دستی شناسایی شد، تداخلات و گر ه های ترافیکی در این تقاطع بود که مانع دسترسی اسان شهروندان در این محور می شد. وی عنوان کرد: همچنین تردد عابران پیاده در این تقاطع از ضریب ایمنی بالایی برخوردار نبود بنابراین پروژه ایمن سازی و آرام سازی برای تقاطع مذکور طراحی شد. مدیرعامل سازمان حمل و نقل و ترافیک شهرداری قزوین با اعلام این خبر که در حال حاضر ایمن سازی و آرام سازی تقاطع ملاصدرا– صنایع دستی تکمیل شده و به بهره بردری رسیده است، تصریح کرد: با آرام سازی جریان ترافیک در تقاطع صنایع دستی– ملاصدرا تداخلات و گر ه های ترافیکی در این محور برطرف شده و شاهد روان سازی جریان ترافیک در تقاطع مذکور هستیم. جهانگیری خاطرنشان کرد: همچنین با ایمن سازی جریان ترافیک در این تقاطع ضریب ایمنی تردد عابران پیاده به میزان چشمگیری افزایش یافته و احتمال تصادف عابرپیاده با خودرو در این محور کاهش پیدا کرده است. وی یادآور شد: این پروژه شامل اقداماتی از قبیل نصب و رنگ آمیزی سرعتگیر و علایم ترافیکی مانند تابلو و چشم گر به ای بود.

«در گیلان ۳۰۰ میلیون لیتر در مصرف بنزین صرفه جوئی شد»

رشت – خبرنگار فرصت امروز: مدیر شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی منطقه گیلان، کورش بالادست ، گفت : « با جایگزینی CNG به عنوان سوخت پاک و ارزان به جای بنزین طی ۱۱ ماهه سال جاری ۳۰۰ میلیون لیتر در مصرف بنزین صرفه جوئی شد. » به گزارش روابط عمومی شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی منطقه گیلان و به نقل از مدیر منطقه از ابتدای فروردین لغایت پایان بهمن ماه سال جاری بالغ بر ۲۲۲ میلیون متر مکعب CNG در استان گیلان به مصرف رسید که این رقم نسبت به مدت مشابه CNG در استان افزود : « متوسط مصرف روزانه CNG در این مدت یک میلیون متر مکعب بوده که از طریق ۱۰۰ باب جایگاه CNG فعال (۲۸ باب دومنظوره و ۶۲ باب تک منظوره) در سطح استان توزیع شد. « مدیر منطقه گیلان اظهار کرد: «جایگزینی سوخت پاک CNG ، صرفه اقتصادی و کاهش آلاینده های زیست محیطی از اثرات استفاده از CNG واز سیاست های کلان دولت و شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی ایران است که در گیلان نیز در حال تحقق و توسعه است. « این مقام مسئول همچنین گفت : « در حال حاضر ۲۵۰ باب جایگاه CNG در سطح کشور فعال است و گیلان با دارا بودن ۱۰۰ باب جایگاه در رتبه ششم از نظر تعداد قرار دارد »



سال گذشته رشد ۱۶ درصدی داشته است. بالادست افزود : « متوسط مصرف روزانه CNG در این مدت یک میلیون متر مکعب بوده که از طریق ۱۰۰ باب جایگاه CNG فعال (۲۸ باب دومنظوره و ۶۲ باب تک منظوره) در سطح استان توزیع شد. « مدیر منطقه گیلان اظهار کرد: «جایگزینی سوخت پاک CNG ، صرفه اقتصادی و کاهش آلاینده های زیست محیطی از اثرات استفاده از CNG واز سیاست های کلان دولت و شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی ایران است که در گیلان نیز در حال تحقق و توسعه است. « این مقام مسئول همچنین گفت : « در حال حاضر ۲۵۰ باب جایگاه CNG در سطح کشور فعال است و گیلان با دارا بودن ۱۰۰ باب جایگاه در رتبه ششم از نظر تعداد قرار دارد »

شهردار گرگان: بودجه شهرداری گرگان به ۱۰۰۰ میلیارد تومان افزایش می یابد

گرگان – خبرنگار فرصت امروز: عبدالرضا دادبود در آیین معرفی ۱۲ پروژه شهرداری گرگان که در سالن همایش های شهید قاسم سلیمانی شهرداری گرگان برگزار شد گفت:این ۱۳ پروژه با اعتبار ۳۱۶۰ میلیارد ریال شامل ۹ پروژه بهره‌برداری و راه‌اندازی و ۴ پروژه آغاز عملیات اجرایی است.دادبود افزود: دو پروژه سرمایه گذاری شامل یک پروژه تجاری، خدماتی و یک پروژه مسکونی به مجموعه املاک شهرداری اضافه خواهد شد.وی تصریح کرد: ساخت پارک اختصاصی اوتیسیم برای افراد مبتلا به این بیماری در زمینی به مساحت ۱۰۰۰ متر با سرمایه گذاری شهرداری و اعتبار ۸۰۰ میلیون تومان آغاز خواهد شد.شهردار گرگان خاطرنشان کرد: عملیات اجرایی خرید و نصب سورنمه داخل مجموعه شهرسازی شروع و در حال تکمیل است و امیدواریم در بهار ۱۴۰۰ این پروژه را به بهره برداری برسانیم.دادبود از افزایش بودجه شهرداری خبر داد و گفت: سال ۹۹ را با بودجه ۶۰۰ میلیاردی که دوبرابر سال قبل بود شروع کردیم که تا پایان امسال محقق خواهد شد و برای سال ۱۴۰۰ بودجه ۱۰۰۰ میلیارد تومانی را به شورای شهر پیشنهاد داده ایم.وی افزود: با اقدامات جهادی که در طول این سال ها انجام داده ایم تحقق این بودجه دشوار نخواهد بود. شهردار گرگان بیان کرد: توسعه گردشگری و توسعه پایدار شهر گرگان در حوزه های اقتصادی، فرهنگی، عمرانی و اجتماعی را دنبال می‌کنیم.

برگزاری همایش مشق بندگی در شهرداری گرگان

گرگان – خبرنگار فرصت امروز: مشاور امور بانوان و خانواده شهردار گرگان از برگزاری همایش مشق بندگی به مناسبت ولادت با سعادت حضرت علی (ع) در شهرداری گرگان خبر داد.دکتر قاضیه رضایی گفت: به مناسبت ولادت با سعادت حضرت علی(ع) و روز پدر و آغا ماه سراسر نور رجب، همایش مشق بندگی، همایش جشن تکلیف فرزندان کارکنان شهرداری گرگان برگزار خواهد شد.وی ادامه داد: این همایش صبح چهارشنبه ۱۶ اسفندماه جاری در سالن همایش‌های شهید سپهبد حاج قاسم سلیمانی با رعایت دستورات بهداشتی و فاصله اجتماعی برگزار خواهد شد.مشاور امور بانوان و خانواده شهردار گرگان تصریح کرد: در این همایش به صورت نمادین تعدادی از فرزندان کارکنان شهرداری گرگان حاضر خواهند بود و جشن تکلیف برای این عزیزان برگزار می‌شود.

شهردار بندرعباس:

عدالت، مردم داری و حفظ کرامت انسانی از مهمترین ویژگی‌های حضرت علی(ع) است



بندرعباس – خبرنگار فرصت امروز: شهردار بندرعباس گفت: عدالت، مردم داری، حفظ کرامت انسانی و دفاع از حقیقت و حقوق تک تک آحاد جامعه، از یادگارهای ماندگار علم و عمل به سیره آن امام عزیز است. به گزارش مدیریت ارتباطات و امور بین‌الملل شهرداری بندرعباس، عباس امینی‌زاده با گرامیداشت سیزدهم رجب، سالروز ولادت حضرت علی(ع) و روز مرد، اظهار کرد: بی‌تردید، شهید ائمه‌المرکبان و جانبازان هشت سال دفاع‌مقدس به عنوان نمادهای اصلی راه و طریقت این امام اهمام بوده و هستند. وی افزود: حضرت علی(ع) یاور استین و همیشگی پیامبر گرامی اسلامی(ص) در ترویج و گسترش دین مبین اسلام و ارزش‌های الهی و توحیدی آن، تلاش بسیار و نقش بسزایی داشته است. امینی‌زاده با اشاره به اینکه عدالت بزرگترین شاخص این امام همام است، افزود: حضرت علی(ع) در مسند قضاوت هیچگاه از عدالت عدول نکرده و همواره پیروان خود را به این امر الهی فرا می‌خواندند. شهردار بندرعباس ادامه داد: ۱۳ رجب در تاریخ اسلام میلاد کسی است که مظهر عدالت و خداپرستی و تربیت یافته در مکتب نبوت شناخته می‌شود. امینی‌زاده با اظهار اینکه حضرت علی(ع) نمونه کامل انسان الهی، الگوی تربیتی اسلام و تبلور عینی تفکر توحیدی است، اضافه کرد: عدالت، مردم داری، حفظ کرامت انسانی و دفاع از حقیقت و حقوق تک تک آحاد جامعه، از یادگارهای ماندگار علم و عمل به سیره آن امام عزیز است. وی اضافه کرد: ماه رجب، ماه نزول رحمت الهی و ماه اجابت دعاست و ایزد منان با حکمت بی‌منتھای خود، میلاد فرخنده یاور همیشگی پیامبر گرامی اسلام(ص)، امام‌علی(ع) را در این ماه عزیز قرار داده تا محبت خود را در این ماه بر عرشیان و فرشیان تمام کند.

اهواز – ش‌سپنم قجوانند: مدیرعامل شرکت برق منطقه ای خوزستان گفت: سه پست GIS در تابستان پیش رو در کلاتشهر اهواز وارد مدار خواهد شد، محمود دشت بزرگ اظهار کرد: ۳ پست ۱۳۲ کیلوولت GIS کیاشهر، ا خرمی و پست برق کارون در تابستان ۱۴۰۰ وارد مدار می شوند.

وی بیان کرد: هر کدام از این پست ها ۱۰۰ مگاوات آمپر ظرفیت دارد و نقش بسزایی در پایداری و توسعه شبکه برق در خوزستان به ویژه کلاتشهر اهواز خواهند داشت.

مدیرعامل شرکت برق منطقه ای خوزستان افزود: پیشرفت فیزیکی این پروژه ها بیش از ۷۰ درصد است و تجهیزات خریداری شده در حال نصب و راه اندازی می باشد.

دشت بزرگ ادامه داد: این سه پست از مجموع ۱۲ پست GIS



است که برای صنعت برق خوزستان برنامه ریزی شده تا علاوه بر افزایش ظرفیت، در مقابل شرایط نامساعد جوی و محیطی نیز پایدار باشند، وی اضافه کرد: سایر پست ها نیز در مرحله اجرا و نهایی شدن هستند، قطعات آنها مانند سونچ گیرها که قطعات اصلی پست های



رضایت بنشانید تا باری از دوش خسته نیازمندان بردارید. با عرض تبریک ۱۳ رجب، میلاد باسعادت پرچمدار مددکاری و پایه‌گذار عدالت علوی امیر مؤمنان حضرت امام علی (ع) فرصت

برگزاری نشست خبری مجازی رئیس دانشگاه علوم پزشکی مازندران و سخنگوی ستاد استانی مقابله با ویروس کرونا مازندران



علوم پزشکی مازندران با بیان اینکه اکنون شاهد شیوع بیماری کروناي انگلیسی در برخی مناطق کشور هستیم، تصریح کرد: عوامل مختلفی می‌تواند پیک بیماری را به تأخیر بیندازد، وی تأثیر

رعایت پروتکل‌های بهداشتی را در بستری بیماران مؤثر دانست و گفت: نظریه متفاوتی درباره اعمال محدودیت‌های کرونايي وجود دارد و برخی براین عقیده هستند محدودیت‌ها باید قبل از شروع اظهار داشت: در حال حاضر روند ابتلاء و شیوع کرونا دراستان دارای شیب ملایم و کاهشی است، وی با اظهار اینکه مازندران جزو اولین استان‌های شیوع کرونا به شمار می‌رود، افزود: این در حالی است که نسبت به دیگر استان‌ها وارد پیک‌ها و موج‌های کرونايي شده است، وی با عنوان اینکه عوامل مختلفی در شیوع بیماری تحت تأثیر است، ادامه داد: رعایت پروتکل های بهداشتی در دیر واردشدن استان به موج و پیک‌های کرونايي مؤثر بوده است و پنج هفته دیر از کشور وارد پیک سوم بیماری شدیم، دکتر موسوی باتأکید بر رعایت پروتکل‌های بهداشتی و فاصله گذاری اجتماعی در استان اظهار داشت: اگر بتوانیم روند انتقال بیماری را کند کنیم، ورود به پیک کرونايي با تأخیر مواجه می‌شود. رئیس دانشگاه

حضور مدیر عامل شرکت آب و فاضلاب استان بوشهر در خبرگزاری فارس

فارس و ۲۰ درصد دیگر از منابع داخلی استان بوشهر تامین می‌شود. حمزه‌پور با اشاره به فعالیت‌های ۲ سال گذشته در اجرای طرح‌های آبرسانی با حمایت‌های وزارت نیرو و مسئولان استانی افزود: استاندارد بوشهر توجه ویژه‌ای به طرح‌های آبرسانی دارد و به‌صورت مستمر شورای آب استان برای بررسی وضعیت تامین آب تشکیل می‌شود. وی، با وجود کاهش منابع مالی و شرایط اقتصادی ویژه در کشور، اجرای طرح‌های آبرسانی را به عنوان اولویت نخست برنامه‌ها دانست و تصریح کرد: این مهم سبب شده اقدامات ویژه‌ای در این حوزه شود. مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب استان بوشهر، به طرح‌های اجرا شده پرداخت و خاطر نشان کرد: در ۲ سال گذشته با تدابیر ویژه، به‌گونه‌ای برنامه‌ریزی شده که از ظرفیت مهم آب خلیج‌فارس با شیرین‌سازی برای تامین آب شرب استفاده شود. حمزه‌پور با بیان اینکه آب شرب شهر بوشهر به آب‌شیرین‌کن‌ها وابسته می‌شود تصریح کرد: با تکمیل پروژه‌های آب‌شیرین‌کن دفعه‌ها مردم و مسئولان در تامین آب آشامیدنی برطرف و این مشکل تاریخی رفع می‌شود.



استان بوشهر در سال‌های مختلف متفاوت بوده به‌گونه‌ای که امسال در نقاط جنوبی استان کاهش بارش باران ثبت شده است. مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب استان بوشهر، با بیان اینکه این استان به سبب شرایط جغرافیایی و طبیعی، ۸۰ درصد منابع تامین آب آشامیدنی وابسته به استان‌های همجوار است گفت: ۶۰ درصد منابع آب شرب استان در حوزه شهری و روستایی از سد کوثر در استان کهگیلویه و بویراحمد و ۲۰ درصد از منطقه کازرون استان

مقام معظم رهبری درخصوص گام دوم انقلاب، باید با هم افزایشی و کمک در همه امور و خدمات رسانی به مردم، نقشه استکبار جهانی و دشمنان نظام مقدس جمهوری اسلامی را به شکست منجر ننماییم. همچنین در ابتدای این مراسم محمدنقی اسماعیل زاده فرمانده پایگاه بسیج شهید تندگویان شرکت گاز گیلان گزارشی از فعالیت های آن پایگاه در زمینه های جذب نیرو، برنامه های فرهنگی، آماده باشه، طرح های همیاری و کمک مؤمنانه شهید سلیمانی، مبارزه با کرونا و انتقال به سایر مناطق کشور قرار گرفت.دراین بازدیدمشعشری معاون مدیرعاملمجمع گازپارس جنوبی توضیحاتی درارتباط بااقدامات انجام گرفته ارائه نموده واطهارداشت:تلاشهای زیادی درمجموعه شرکت گازپارس جنوبی صورت پذیرفت تاایاتمام کارپروژه های تعریف شده افزایش استخراج وتولیدگازطبیعی

بازدیداستانداراستان مرکزی از تاسیسات مجتمع گازپارس جنوبی پایتخت انرژی کشور

راشاهدباشیم،که قطعا باین وجود،اتفاقات بسیارمطلوبی درحوزه گازرسانی کشوربه شهرها وروستاها وصادرات آن رخ خواهدداد. شایان ذکراست دراین بازدیداستانداراستان مرکزی رامسمعی مدیرعامل شرکت گازاستان مرکزی زندیه وکیلی معاون عمرانی استاندارفرخی معاون اموراتقصادی استانداردمیرزایی مدیرکل محیط زیست ،جعفری مدیرکل صنعت ومعدن،جمشیدی مدیرپخش فرآورده های نفتی ،رمضانپورمدیرعامل پالایشگاه امام خمینی شازند،همراهی نمودند.

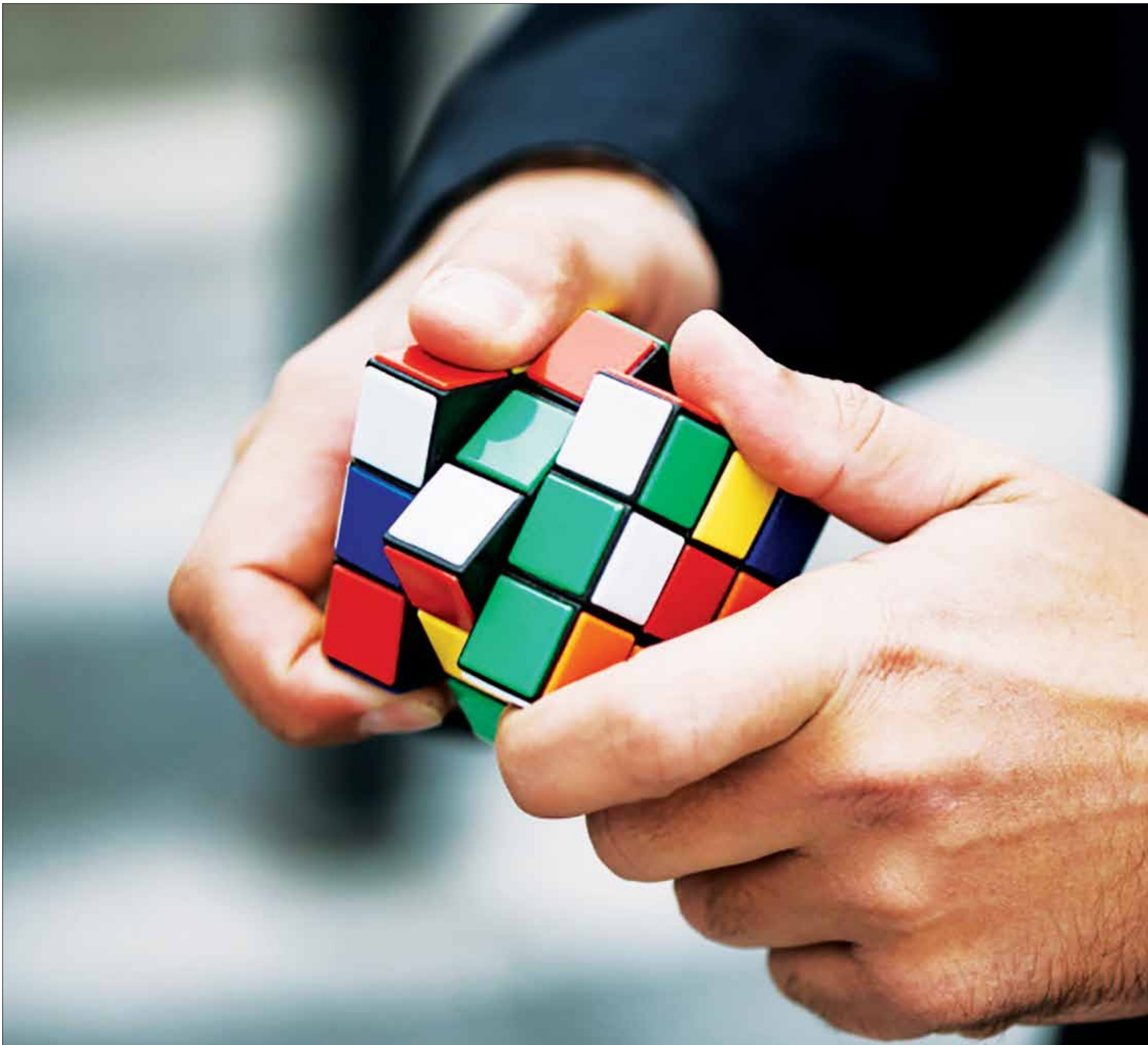
مرکزی بعنوان پایتخت صنعت کشورمی باشد،باتشکروقدردانی اززحمات مجموعه گازپارس جنوبی از نزدیک درجریان عملیات استخراج وانتقال گازازسکوهایانتقال به پالایشگاه وتصفیه آن وانتقال به سایر مناطق کشورقرارگرفت.دراین بازدیدمشعشری

معاون مدیرعاملمجمع گازپارس جنوبی توضیحاتی درارتباط بااقدامات انجام گرفته ارائه نموده واطهارداشت:تلاشهای زیادی درمجموعه شرکت گازپارس جنوبی صورت پذیرفت تاایاتمام کارپروژه های تعریف شده افزایش استخراج وتولیدگازطبیعی

اراک – خبرنگار فرصت امروز: همزمان با سومین روزاسفندسالجاری سیدعلی آقازاده استانداراستان مرکزی به همراه جمعی ازمدیران ارشداستان مرکزی ازتاسیسات مجتمع گازپارس جنوبی درمسئله‌بازدیدکردند.

به گزارش روابط عمومی شرکت گازاستان مرکزی استانداراستان مرکزی دربازدیدازتاسیسات پارس جنوبی درمسئله‌ضمن اشاره به نقش صنایع استان مرکزی درساخت تاسیسات پالایشگاه های مجتمع پارس جنوبی واینکه استان

۶ استراتژی فروش مطمئن برای غلبه بر سخت‌ترین رقبایان



فروقی نمی‌کند که تا چه اندازه خود را به سپرهای مدافع مجهز کرده‌اید، در هر صورت افرادی پیدا می‌شوند که محصول یا خدمات شما را به چالش می‌کشند. برای اینکه بتوانید بر سخت‌ترین رقبایان غلبه کنید، باید محصول یا خدمات خود را به گونه‌ای نمایش دهید که برای مشتری یا مخاطبان خوشایند باشد. آنها باید بدانند که شما، صلاح آنها را می‌خواهید.

اگر می‌خواهید که توانایی ایستادگی در برابر کسب و کارهای دیگر در حوزه فعالیتی خود را داشته باشید، باید از آمادگی لازم برخوردار شوید. شما باید توانایی مقابله با سخت‌ترین رقبای بازار را داشته باشید. محصولات باکیفیت، سابقه درخشان و پایگاه کاربری بزرگ آنها می‌تواند تهدید بزرگی برای شما باشد.

این شش استراتژی فروش، قدرتی را در اختیار شما قرار می‌دهد که توانایی مقابله با هر رقیبی را داشته باشید، علاوه بر اینکه فروش را نیز تضمین می‌کند.

۱. به گونه‌ای به مخاطبان بالقوه خود نزدیک شوید که گویی شما را استخدام کرده‌اند

شاید در نگاه اول کمی غیرعادی به نظر برسد، اما به طور قطع موثر خواهد بود. به این فکر کنید که کسب و کارهای دیگر چگونه به مشتری‌های بالقوه خود نزدیک می‌شوند. در اکثر مواقع، پیشنهاد فروشی را به آنها ارائه کرده و یا اینکه از آنها می‌خواهند که با هم همکاری کنند. اگر می‌خواهید که بر رقیب خود غلبه کنید، باید تلاش کنید تا خودتان را از آنها متمایز کنید. اگر به گونه‌ای رفتار کنید که گویی همین حالا نیز با آنها همکاری می‌کنید، حالت متفاوتی را در تعامل کسب و کاری ایجاد کرده‌اید.

به جای اینکه تلاش کنید تا چیزی را به مشتری یا ارباب رجوع خود بفروشید، به عنوان مشتری‌های پرداخت‌شونده با آنها ارتباط داشته باشید؛ به بیان دیگر، مکالمه شما از «این را بخرید» به «من مشکلی را شناسایی کرده‌ام، بیاپید از این طریق به رفع آن بپردازیم» تغییر پیدا می‌کند. این تاکتیک مزایای زیادی را به همراه دارد؛ شما با این روش نشان می‌دهید که عضوی از تیم مشتریان هستید.

۲. قیمت مناسب خود را حفظ کنید

قیمت پایین محصول و خدمات نشان از مقرون به صرفه بودن آن دارد؛ با این حال می‌تواند احساس نگرانی را در مشتریان ایجاد کند. بنابر این دلیل: قیمت‌های پایین باعث می‌شوند دیگران تصور کنند که محصول یا خدمات شما از کیفیت مطلوب برخوردار نیست. مشتریان، قیمت را با کیفیت برابر می‌دانند. قیمت‌های بالا به منزله کیفیت بالاتر هستند و قیمت‌های پایین نیز از کیفیت کم خبر می‌دهند.

زمانی که قیمت مناسبی را برای محصول در نظر بگیرید، برای آنها خوشایند خواهد بود. آنها به این فکر می‌کنند که محصول یا خدمات، شایسته قیمت بالایی است که برای آن در نظر گرفته‌اید؛ به این ترتیب، شما و کسب و کارتان را معتبرتر می‌دانند.

۳. با پیشنهادهای ویژه، کوپن و تخفیف، مشتریان خود را حفظ کنید

پیشنهادهای ویژه با محدودیت زمانی، کوپن و تخفیفات می‌تواند مشتریان زیادی را برای شما به ارمغان بیاورد. زمانی که پیشنهادها را برای مدت زمان محدودی ارائه می‌شوند، مشوق‌های قیمتی می‌تواند مفهوم کمیابی محصول را در ذهن خریداران احتمالی ایجاد کند. به محض اینکه این مدت زمان تمام می‌شود، قیمت دوباره افزایش خواهد یافت.

برخی کسب و کارها در به کارگیری این روش تعلل کرده و ترجیح می‌دهند که قیمت‌های خود را در مدت زمان‌های محدود، کاهش ندهند، این در حالی است که در نهایت، مشتریان خود را به رقبایان واگذار می‌کنند.

پیتر کینگ، بنیانگذار Mamma.com است که موتورهای جست‌وجو را برای کوپن و تخفیفات هدف قرار داده است، می‌گوید:

ارائه تخفیف برای محصولات می‌تواند چرخه موفقیت‌آمیزی را برای فروش ایجاد کند. بسیاری از شرکت‌هایی که پیشنهادها را تخفیف خود را در موتورهای جست‌وجوی ما لیست کرده‌اند، با رشد چشمگیری مواجه شده‌اند. این کار تنها به دلیل اینکه مشتریان با محصول شما آشنا شوند، انجام نمی‌شود، بلکه محصول نیز باید از قیمت مناسبی برخوردار باشد.

مردم دائما به دنبال چنین پیشنهادهایی هستند. برخی از آنها از موتورهای جست‌وجو استفاده می‌کنند تا بتوانند محصولاتی را پیدا کنند که با قیمت‌های کمتر، قابل خریداری باشد. مطمئن باشید که بعد از یک بار خرید کردن، به مشتری دائمی شما تبدیل خواهند شد.

۴. ارزش خود را به فروش برسانید

وابستگی به قیمت به عنوان مزیت نسبی در مقابل رقبایان، باعث نمی‌شود که مشتریان به سمت شما کشیده شوند. اگر می‌خواهید که به رقبایان خود غلبه کنید، باید ارزش محصول یا خدمات خود را شناسایی کرده و آن را ارتقا دهید.

اگر نشان دهید که در مقایسه با رقبایان، ارزش بسیار بالاتری را ارائه می‌دهید، به طور قطع می‌توانید بر آنها غلبه کنید. برای پیشرفت و تقویت ارزش خود تلاش کنید.

۵. پیشنهادهایی که ارائه می‌دهید را با اهداف و نیازهای مشتریان سازگار کنید

این استراتژی به طور قطع با راهکار قبلی در ارتباط است، اما هدف از این روش، تمرکز روی دستیابی مشتری به نیازهای فعلی و آینده است. اگر در این امر موفق شوید، محصول یا خدمات خود را در مقابل تلاش‌های رقبایان، دائمی کرده‌اید. این استراتژی به آینده‌نگری نیاز دارد. شما باید چند گام جلوتر از رقبایان و مشتریان را نیز در نظر بگیرید. اگر بتوانید نیازهای مشتریان در چند سال آینده را نشان دهید و پیشنهادی را برای آن نیازها ارائه دهید، می‌توانید برگ برنده‌ای را در مقابل رقبایان داشته باشید.

۶. از قیمت‌گذاری طبقه‌ای استفاده کنید

محصولات و خدمات خود را در قیمت‌های متفاوتی عرضه کنید تا مشتریان بالقوه با درآمدها و شرایط مختلف، توانایی خرید آنها را داشته باشند. منظور از این استراتژی، جذب مشتریان در حجم گسترده است. شما نمی‌خواهید که هیچ کدام از مشتریان خود را از دست بدهید. این احتمال وجود دارد که رقبایان شما، به یک قیمت وابسته باشند و تنها بخش خاصی از بازار را جذب کنند، این در حالی است که شما دسترسی گسترده‌تری دارید. هر کدام از لایه‌های قیمتی، جایگزینی را برای محصول یا خدمات کامل ارائه می‌دهد که با قیمت نیز تناسب دارد. حتی یکی از آنها نیز می‌تواند تجربه مناسبی را برای مخاطبان فراهم کند. زمانی که مشتری‌ها با قیمت‌های متفاوت در هر لایه مواجه می‌شوند، ترجیح می‌شوند که بالاترین کیفیت را با بالاترین قیمت در اختیار داشته باشند. این یک جایگزین ارزشمند برای استراتژی اول به شمار می‌رود.

منبع: Entrepreneur/ucan



۶ قدم تا یک برنامه‌ریزی قابل اجرا ایجاد کنیم

همه افراد اهداف مخصوص به خودشان را دارند، اما برخی از آنها به نظر می‌رسد دیرتر از بقیه به اهداف خود می‌رسند. این به این خاطر است که افرادی که به اهدافشان به موقع‌تر از بقیه افراد می‌رسند از یک برنامه سیستماتیک برای رسیدن به اهداف خود استفاده می‌کنند و آنها را به بهترین شکل به دست می‌آورند. با ما همراه باشید تا با این برنامه آشنا شوید. پاسخ بسیار ساده است؛ شما به یک برنامه عملی بسیار کاربردی و واقع‌بینانه نیاز دارید. در اینجا به ۶ قدمی که برای ایجاد یک برنامه عملی قابل‌اجرا دارید را ذکر می‌کنیم:

۱. به دنبال شفافیت باشید

اولین قدم برای واقعی کردن و اجرایی شدن یک برنامه عملی این است که تصمیم بگیرید دقیقاً چه می‌خواهید. شفافیت مهمترین عامل باکیفیت کردن اهدافی است که آنها را برای خود در نظر می‌گیرید و شاید مهمترین عامل موفقیت محسوب شود. به جای اینکه اهداف کلی مانند به دست آوردن پول تعیین کنید، در مورد اینکه چقدر پول را تا چه زمانی می‌خواهید دقیق‌تر باشید یا در مورد اینکه چه سطحی از سلامتی و تناسب اندام را تا چه وقتی می‌خواهید یا خودتان روراست باشید. شما باید هدفی را تعیین کنید که چندبعدی باشد و تمام بخش‌های مختلف زندگی شما را تحت پوشش قرار دهد تا مانند یک ماشینتی که خوب روغن‌کاری شده عمل کنید. اهدافی که شما تعیین می‌کنید باید تمام ابعاد سلامت، شغل، مادیات، روابط، اهداف شخصی و جامعه‌ای که در آن زندگی می‌کنید و رشد روحی شما را دربر گیرد. اگر این اهداف‌تان را به این شیوه ادامه دهید، به زودی شاهد این خواهید بود که در طبقه‌بندی افراد موفق حضور دارید. زیرا هنوز خیلی از آدم‌ها نمی‌دانند که دقیقاً چه چیزی می‌خواهند. بیشتر افراد به صورت ناآگاهانه خودشان را با ترس از شکست مملو کرده‌اند که آنها را از تعیین اهداف خودشان باز می‌دارد. اگر شما اهداف مشخصی را برای خود تعیین نکنید، پس نمی‌توانید در به دست آوردن آنها شکست بخورید زیرا آنها از همان ابتدا مبهم هستند.

۲. اهداف خود را یادداشت کنید

فقط ۳ درصد از افراد بزرگسال اهداف خود را یادداشت کرده‌اند. بقیه افراد در نظر دارند که بالاخره یک روزی آن را یاداشت کنند. موفقیت با یک کاغذ و خودکار و کمی از وقت شما به دست می‌آید.

شما می‌توانید با روش «۳ هدف» شروع کنید: همین الان در کمتر از ۳۰ ثانیه، ۳ هدف مهم زندگی خود را سریعاً یادداشت کنید. این سه هدف شما هر چیزی می‌تواند باشد، اما مهم این است که این سه هدف، تصویر واقعی از آنچه که از زندگی خود می‌خواهید را نشان دهند. وقتی که یک هدفی را روی کاغذ می‌نویسید، در واقع آن را به ذهن هشیار خود منتقل می‌کنید و مجموعه‌ای از نیروهای روحی خود را در آن فعال می‌کنید و این باعث می‌شود تا چیزهای بیشتری از آنچه که واقعا می‌خواستید به دست آورید. به زودی به این باور می‌رسید که آن هدف را به دست خواهید آورد و افراد و شرایطی که در رسیدن به آن هدف برای شما تاثیرگذار خواهند بود به طرف شما کشیده می‌شوند.

۳. برای خودتان یک زمان مشخص برای رسیدن به هدف تعیین کنید

قدم بعدی، تعیین زمان مشخص برای رسیدن به آن هدف است. اگر هدف بسیار بزرگی در سر دارید، چندین زمان برای رسیدن به آن در نظر بگیرید. سوالي که اینجا پیش می‌آید این است که اگر اهداف خود را سر وقت مقرر به دست نیابورید چه باید بکنید؟ می‌توانید یک زمان دیگر مشخص کنید. به خاطر بسپارید که زمانی که برای تحقق اهداف خود در نظر می‌گیرید تنها یک گمان است و می‌تواند تغییر کند. ممکن است که خیلی زود به هدف خود برسید یا کمی دیرتر از زمانی که مشخص کردید آن را به دست آورید، اما لزوم داشتن یک زمان مشخص برای محقق شدن هدف بسیار ضروری و مهم است. تاثیر این زمان مشخص برای رسیدن به هدف این است که به عنوان یک نیروی محرک روی ذهن نیمه هشیار شما عمل می‌کند تا به اهداف‌تان طبق برنامه برسید. اگر می‌خواهید به استقلال مالی برسید شاید بهتر باشد که اهداف ۱۰ تا ۲۰ ساله برای خود تعیین کنید و سپس آن را به اهداف کوچک‌تر سالانه تغییر دهید و به همین صورت می‌دانید که چقدر باید پس‌انداز و چقدر در سال سرمایه‌گذاری کنید. هیچ هدف غیرمعقولی در دنیا وجود ندارد فقط زمان مشخص برای رسیدن به این اهداف است که گاهی می‌تواند غیرمعقول باشد.

۴. یک لیست تهیه کنید

اکنون به کارهایی که برای رسیدن به اهداف‌تان باید انجام دهید فکر کنید و لیستی از آن تهیه کنید. پس از اینکه اهداف خود را روی کاغذ نوشتید، تنها چیزی که شما را از به دست آوردن اهداف‌تان باز می‌دارد این است که برای خود وقت نمی‌گذارید تا کارهای کوچکی که برای رسیدن به اهداف‌تان باید انجام دهید را برای خود تعیین کنید و لیستی از آنها تهیه کنید. مواعی که برای رسیدن به اهداف‌تان باید بر آنها غلبه کنید چه هستند؟ دانش، اطلاعات و مهارت‌هایی که نیاز دارید را شناسایی کنید. افرادی که برای دستیابی شما به اهداف‌تان می‌توانند کمک‌تان باشند و با شما همکاری کنند را شناسایی کنید. هرچه لیستی که تهیه می‌کنید جامع‌تر باشد، انگیزه شما نیز بیشتر خواهد شد. هر چه برای رسیدن به خواسته‌های‌تان مشتاق‌تر و جدی‌تر باشید، باور به اینکه به آنها خواهید رسید نیز بیشتر خواهد شد. تمام این کارها را با هم ترکیب کنید و برنامه‌ای از آنها بسازید. این کارها را بر حسب اولویت به شکل یک دنباله دربیابورید. اولویت همان چیزی است که نشان می‌دهد چه چیزی اهمیت بیشتری دارد و کدام یک اهمیت کمتری دارند. دنباله هم به این معناست که کدام کار را باید قبل از اینکه کار دیگری را انجام دهید، به پایان برسانید و ترتیب آنها چگونه خواهد بود.

هر قدمی که نیاز است بردارید را به صورت یک لیست بنویسید. هر گاه قدم‌های جدید و آیتهم‌های تازه‌ای به ذهن‌تان رسید، می‌توانید آنها را نیز اضافه کنید. قانون ۸۰/۲۰ می‌گوید که ۸۰ درصد نتایج شما از ۲۰ درصد کارهایی که برای آن انجام می‌دهید به دست می‌آید. این قانون همچنین می‌گوید که اولین ۲۰ درصد زمانی که برای برنامه‌ریزی اهداف و ساماندهی برنامه‌های مربوط به آن صرف می‌کنید، ارزشی معادل با ۸۰ درصد زمان و تلاش لازم برای رسیدن به هدف‌تان را دارد.

۵. یک برنامه‌ریزی برای خودتان ترتیب دهید

اکنون که به این لیست جامع از تمامی اقدامات لازم خود رسیده‌اید، وقت آن است که یک برنامه‌ریزی جامع هم برای آن داشته باشید. هر روز، هفته و ماه خود را جلوتر برنامه‌ریزی کنید. برنامه هر ماه را همان اول ماه، هر هفته را آخر هفته قبل آن و هر روز را عصر روز قبل بنویسید. هرچه بیشتر در مورد برنامه‌ریزی فعالیت‌ها و وظایف خود ریزبین باشید و به جزئیات بیشتری بپردازید، در زمان اندک هم به چیزهای بیشتری خواهید رسید. قانون آن اینگونه عمل می‌کند که هر دقیقه‌ای که برای برنامه‌ریزی اختصاص می‌دهید، ۱۰ دقیقه از زمان اجرایی شما را حفظ می‌کند.

سپس همانطور که روزهای برنامه‌ریزی‌شده شما فرا می‌رسند، از اولویت اول خود در آن روز برای عمل به برنامه‌های‌تان شروع کنید. باز هم تکرار می‌کنم، شما می‌توانید برای اولویت‌بندی از قانون ۸۰/۲۰ استفاده کنید.

از خودتان قبل از شروع بپرسید، اگر می‌توانستم فقط یکی از این کارها را امروز انجام دهم، آن کار کدام یکی از اینها بود؟ عدد یک را در کنار آن فعالیت بنویسید. سپس از خودتان بپرسید که اگر می‌توانستید یک کار دیگر هم از بین این لیست انجام دهید، کدام یک می‌توانست استفاده ارزشمندی از زمان شما باشد؟ پس از آن عدد دو را در کنار پاسخ این سوال قرار دهید. به همین منوال به پرسیدن سوال از خودتان ادامه دهید تا اینکه به ۲۰درصد برتر وظایف خود در آن برسید که به واسطه دنباله و اولویت ساماندهی شده‌اند.

اکنون شما یک برنامه عملی قابل اجرا دارید.

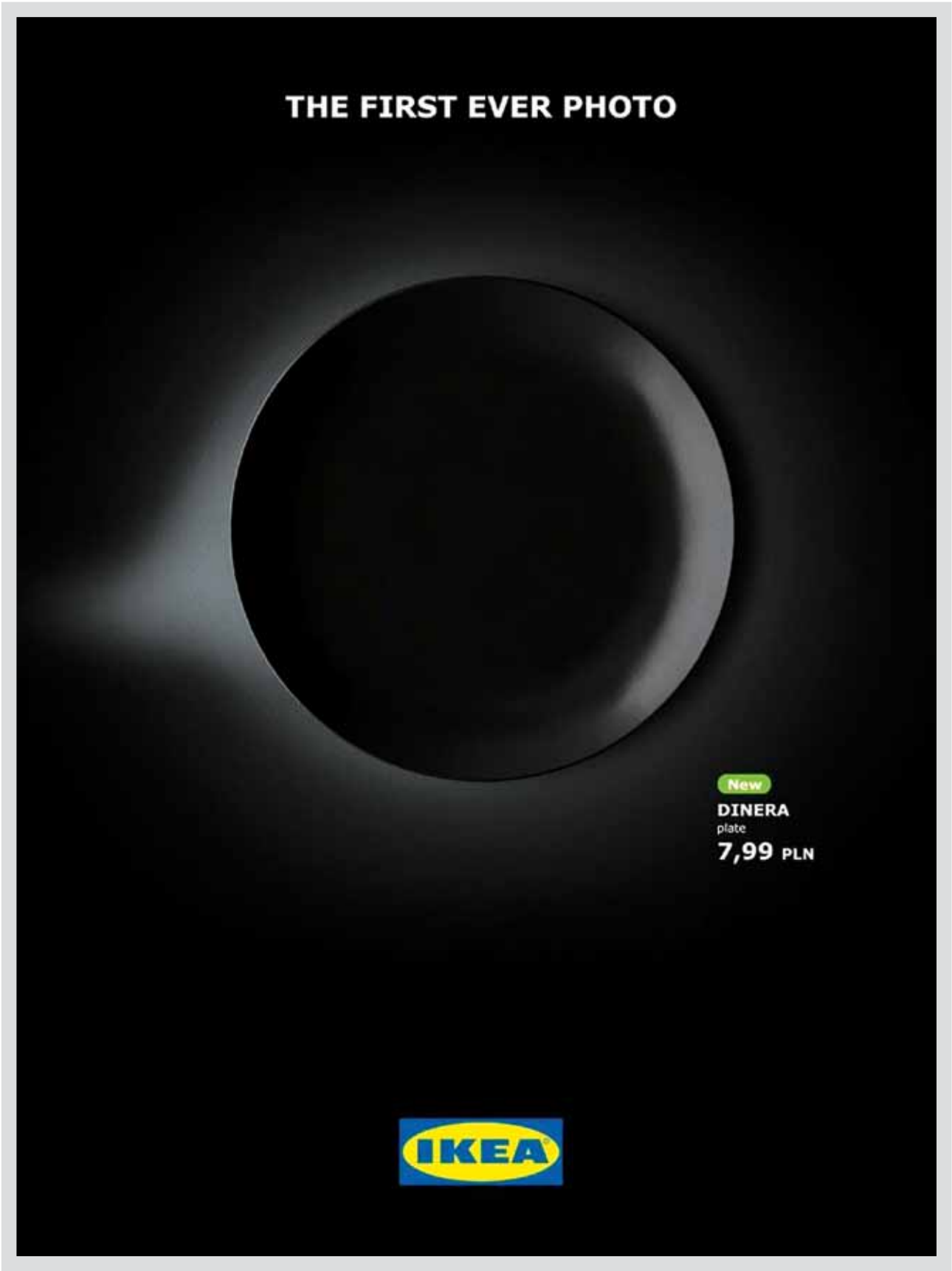
۶. وارد عمل شوید

قدم بعدی شما وارد عمل شدن است. درست پا به پای برنامه‌های خود پیش بروید و در بین راه تغییراتی هم مناسب با شرایط پیش آمده اعمال کنید.

هر روز کاری را انجام دهید که شما را قدمی دیگر به اهداف‌تان نزدیک می‌کند و به این برنامه متعهد باقی بمانید.

منبع: briantracy/ucan

تبلیغات خلاق



مسیر موفقیت

چگونه بین زندگی کاری و زندگی شخصی تعادل برقرار کنیم؟

حرفه شما نباید محدودکننده باشد. اگر از کاری که انجام می‌دهید متنفر باشید، شاد نخواهید بود و مسیری ساده و هموار نخواهید داشت. نیازی نیست که به همه جنبه‌های شغلی خود عشق بورزید، اما کارتان باید به اندازه کافی هیجان‌انگیز باشد که هر روز صبح از بلند شدن از رختخواب وحشت نداشته باشید.

بنابراین کاری پیدا کنید که حتی حاضر باشید آن را به صورت رایگان انجام دهید. اگر شغل شما باعث خسته شدن‌تان می‌شود و انجام کارهای مورد علاقه خود را خارج از ساعات کاری‌تان دشوار می‌بینید، این یعنی مشکلی وجود دارد. شاید دارید در یک محیط کاری سمی یا برای یک فرد سمی کار می‌کنید یا کاری را انجام می‌دهید که واقعاً آن را دوست ندارید. اگر اینچنین است، اکنون زمان پیدا کردن یک کار جدید است.

۳–سلامتی خود را در اولویت قرار دهید:

سلامت جسمی، عاطفی و روانی شما باید دغدغه اصلی شما باشد. اگر با اضطراب یا افسردگی دست و پنجه نرم می‌کنید و فکر می‌کنید به درمان نیاز دارید، جلسات درمانی را در برنامه خود قرار دهید، حتی اگر مجبور باشید محل کارتان را زودتر ترک کنید. اگر با یک بیماری مزمن دست و پنجه نرم می‌کنید، از اینکه در روزهای پرکار اداره شما را «بیمار» خطاب کنند نترسید. چون زیاد کار کشیدن از خود مانع از بهتر شدن‌تان می‌شود و احتمالاً باعث می‌شود روزهای کاری بیشتری را در آینده تعطیل کنید. در اولویت قرار دادن سلامتی، شما را به کارمند و فرد بهتری تبدیل خواهد کرد. شما کار کمتری را از دست خواهید داد و وقتی در محل کارتان حضور دارید، شادتر و پربرتر خواهید بود.

اولویت‌بندی سلامتی شما نباید شامل فعالیت‌های افراطی باشد بلکه می‌تواند به سادگی انجام مراقبه‌ها یا ورزش‌های روزانه باشد.

منبع: businessnewsdaily/modirinfo

دور کاری را ارائه می‌دهند، می‌توانند به کارکنان کمک کنند تا بین زندگی کاری و زندگی شخصی خود تعادل بهتری برقرار کنند.

هنگام ایجاد برنامه کاری، به بهترین راه رسیدن به تعادل در محل کار و زندگی شخصی خود فکر کنید. شاید تقسیم ساعات روز شما به طور مساوی بین کار و زندگی بتواند به برقراری تعادل بین این دو کمک کند، اما داشتن انعطاف‌پذیری در انجام کارها اهمیت بیشتری دارد. در ادامه سه روش برای ایجاد تعادل بهتر بین کار و زندگی را معرفی می‌کنیم:

۱–پذیرید که تعادل بین کار و زندگی به طور «ایده‌آل» وجود ندارد:

با شنیدن «تعادل کار و زندگی»، احتمالاً تصور می‌کنید که یک روز بسیار پرپرا در محل کار خود داشته باشید و زودتر آنجا را ترک کنید تا نیمه دیگر روز را در کنار دوستان و خانواده بگذرانید. اگرچه این‌ا ایده آل به نظر می‌رسد، اما همیشه امکان‌پذیر نیست.

برای یک برنامه ایده آل و کامل تلاش نکنید. بلکه برای یک برنامه واقع‌بینانه تلاش کنید. بعضی روزها ممکن است بیشتر روی کار تمرکز کنید، در حالی که روزهای دیگر وقت و انرژی بیشتری برای انجام سرگرمی‌ها یا گذراندن وقت با عزیزان‌تان دارید. بدانید تعادل در طول زمان حاصل می‌شود نه هر روز.

«مهم است که همواره در مسیر بمانید و دائماً ارزیابی کنید که در چه مرحله‌ای از رسیدن به اهداف و اولویت‌های خود هستید. در بعضی مواقع، ممکن است فرزندان‌تان به شما احتیاج داشته باشند و در مواقعی دیگر، ممکن است لازم باشد که به سفر کاری بروید، در هر حال اینکه به خودتان اجازه دهید که نیازهای هر روز را ارزیابی کنید، امری کلیدی برای رسیدن به تعادل است.»

۲–کاری پیدا کنید که دوست داشته باشید:

اگرچه کار یک هتجار اجتماعی موردانتظار است، اما