

آیا شبکه‌های اجتماعی باید محتواهای خطرناک را محدود کنند؟

مرزهای آزادی بیان در شبکه‌های اجتماعی

اگر پاسخ شما به این سوال که آیا شبکه‌های اجتماعی باید محتواهای خطرناک را محدود کنند یا نه، مثبت است، این موضوع باید براساس چه قوانین و مقرراتی انجام شود و چه کسانی وظیفه تدوین این قوانین را برعهده دارند؟ برای پاسخ این سوالات بهتر است گزارش نشریه «اکنونمیست» را بخوانید. «اکنونمیست» در این مطلب، به پیچیدگی‌های وضعیت آزادی بیان در دنیای معاصر اشاره کرده است:

«چند وقت پیش با بزرگترین پرونده دادگاهی آنتی‌تراست روبه‌رو شدیم. وزارت دادگستری ایالات متحده آمریکا این اتهام را به گوگل وارد کرد که این کمپانی با سازندگان گوشی‌های هوشمند معامله کرده است تا آنها این مرورگر را به عنوان یک برنامه پایه در گوشی‌های خود ارائه دهند. از دید این وزارتخانه، این مسئله به مصرف‌کنندگان آسیب می‌زند، زیرا گزینه‌های دیگر از دسترس آنها خارج می‌شود. این چنینش از این طریق ایجاد می‌شود که گوگل بر مسئله جست‌وجو حکومت می‌کند و تقریباً سهمی ۹۰ درصدی از بازار جهانی دارد و با استفاده از درآمدهای تبلیغاتی خود هزینه معامله با سازندگان گوشی‌های همراه را درمی‌آورد. وزارت دادگستری آمریکا هنوز اعلام نکرده است که به دنبال چه غرامت یا راه حلی است، اما می‌تواند به گوگل فشار بیاورد که ساختار مدیریت این بخش از کسب‌وکار خود را تغییر دهند. با این‌حال خیلی دل خود را خوش نکنید: این پرونده از نظر گوگل چند است و همین نکته می‌تواند دادگاه را چندین سال طولانی کند.

البته این عمل علیه گوگل هنوز هم فاصله زیادی با توفانی دارد که فیس‌بوک، توئیتر و شبکه‌های اجتماعی با آنها روبه‌رو هستند. یکی از این اسامی تمرکز خاصی روی نوعی قرارداد شرکتی دارد و دیگری در یک توفان سطح ۵ نارضایتی مردم قرار دارد. چپ‌گراها ادعا می‌کنند که از تئوری توطئه‌های «کیوانان» تا فعالیت‌های نژادپرست‌های سفیدپوست، شبکه‌های اجتماعی نقش پررنگ در ورود مردم به نفرت‌پرکنی و اخبار غلط دارند. راست‌گراها هم بنگاه‌های فناوری را به سانسور متهم می‌کنند، که شامل پرونده پس‌جو بایدن پیش از برگزاری انتخابات آمریکا هم می‌شد. با این حال هنوز هم این مسئله که باید با شبکه‌های اجتماعی چه کنیم، در بهترین حالت در همان وضعیت مراحل چهارگانه مقابل گوگل قرار دارد: آسیب زدن، حاکمیت، غرامت و به تأخیر انداختن. چیزی که در میان است، تعیین کنترل‌کننده آزادی بیان است.

شیرجه در یک مسئله

یک‌دهم مردم آمریکا باور دارند که شبکه‌های اجتماعی مفید هستند و تقریباً دوسوم آنها معتقدند که این شبکه‌ها مضر هستند. از بهمن سال گذشته تا امروز، یوتیوب تقریباً ۲۰۰ هزار ویدئو «خطرناک یا گمراه‌کننده» درباره کووید-۱۹ شناسایی کرده است. در انتخابات سال ۲۰۱۶، پیش از رای دادن، ۱۱۰ تا ۱۳۰ میلیون آمریکایی بزرگسال اخبار جعلی می‌دیدند. در میانمار از فی‌بوک برای تحریک حملات نسل‌کشی علیه اقلیت مسلمان این کشور، استفاده شد.

اقدامات بنگاه‌های فناوری برای استریلیزه کردن این فضای آلوده به این معناست که تنها تعداد اندکی از مدیران اجرایی، که به صورت انتخاباتی هم برگزیده نشده‌اند، در حال حاضر قصد دارند مرزهای آزادی بیان را تعیین کنند. این مسئله واقعیت دارد که رادیو و تلویزیون هم سه‌سهم خود از اطلاعات غلط را دارند و ادعاهای جمهوری‌خواهان درباره جانب‌داری رسانه‌ها به اثبات نرسیده است و در واقع منابع دست راستی عمدتاً در زمره اقلام محبوب در توئیتر و فیس‌بوک قرار می‌گیرند، اما فشار بر بنگاه‌های فناوری برای محدود کردن محتواهای بیشتر هم در حال افزایش یافتن است. در آمریکا، جناح راست از این مسئله وحشت دارد که با تحریک یک کاخ سفید دموکرات، کنگره و خود کارمندان شرکت‌های بزرگ فناوری، مدیران این شرکت‌ها تصمیم بگیرند که موضعی چپ‌گرایانه‌تر درباره این مسائل اتخاذ کنند.

دولت‌ها در جاهای مختلف دنیا حتی با استفاده از شبکه‌های اجتماعی کارهای فراقانونی کرده‌اند، عمدتاً بدون این‌که نظر عموم مردم در نظر بگیرند. برای مثال، پلیس لندن از شبکه‌های اجتماعی خواسته است پست‌های آزاردهنده، حتی اگر قانونی باشند را حذف کند. اواخر بهار بود که شورای قانون اساسی فرانسه توافقی بین دولت این کشور و شرکت‌های فناوری را کنار گذاشت، زیرا جلوی آزادی بیان را می‌گرفت، اما با توجه به اتفاقات اخیر این کشور احتمالاً این توافق مجدداً به بحث گذاشته شود. دولت‌های اقتدارگرا مانند سنگاپور هم از بنگاه‌های فناوری انتقاد دارند که «اخبار جعلی» را محدود کنند که البته به احتمال زیاد منظورشان محتوایی است که به شکلی انتقادی از سوی رقبای آنها منتشر می‌شود.

اگر شبکه‌های اجتماعی سلطه کمتری داشتند این مسئله اهمیت خیلی زیادی پیدا نمی‌کرد. اگر مردم می‌توانستند به راحتی تعویض لباس، در استفاده از شبکه‌های اجتماعی هم قدرت از خود نشان دهند، قطعاً به قوانینی که از آن خوش‌شان نمی‌آید هم برخورد نمی‌کردند، اما استفاده نکردن از شبکه‌های اجتماعی مانند از دست دادن خط موبایل است و شما را از دوستان‌تان جدا می‌کند. شبکه‌های اجتماعی نقش بسیار مهمی که در توزیع اخبار بازی می‌کنند و به قول مارک زاکربرگ بنیان‌گذار فیس‌بوک، حکم میدان اصلی شهر را بازی می‌کنند که اخبار و نظرات مختلف در آن تبادل می‌شد. اگر می‌خواهید در این گفت‌وگوها شرکت کنید، راهی ندارید مگر اینکه در این میدان حاضر شوید.

به هر حال مسائل این‌چنینی همیشه زوایای جنجال‌برانگیزی دارند، مخصوصاً زمانی که پای سیاست هم به میان کشیده شود. زمانی که جوامع تقسیم شوند و مرز بین بیان خصوصی و سیاسی مبهم شود، تصمیم‌گیری برای مداخله کردن یا نکردن قطعاً جنجال‌هایی ایجاد می‌کند. بنگاه‌های فناوری شاید بخواهند با سوءاستفاده‌هایی که از این موقعیت‌ها می‌شود اشاره کنند اما باید مراقب باشند که خود را وارد هر بحثی نکنند. به غیر از تحریک به خشونت، نباید جلوی بیان سیاسی را بگیرند. عیوب سیاستمداران با یک جدل پرسروصدا بهتر آشکار می‌شود تا یک سکوت اجباری.»

چرا رتبه ایران در شاخص آزادی اقتصادی افت کرده است؟

عقبگرد ایران در لیگ آزادی اقتصادی



به ۵.۴۵ در سال ۲۰۱۸ افزایش یافت. این حوزه تقریباً در تمامی مؤلفه‌ها رشد مثبت را طی این دوره زمانی تجربه کرده است؛ منتهی در چند مؤلفه با رشد منفی مواجه شده که در کل، برآیند نرخ‌های رشد مثبت و منفی منجر به رشد مثبت این حوزه شده است.

حوزه مقررات شاخص آزادی اقتصادی، با شاخص کیفیت مقررات (که بخشی از شاخص حکمرانی خوب منتشر شده از سوی بانک جهانی است) ارتباط نزدیکی دارد. توانایی دولت در تدوین و اجرای سیاست‌ها و مقررات صحیح در راستای توسعه بخش خصوصی است که این خود، دارای مؤلفه‌های متعددی است که تماماً برای حمایت از فعالیت بخش خصوصی است. شاخص کیفیت مقررات، در دامنه‌ای بین مثبت ۲.۵ و منفی ۲.۵ است. ملاحظه می‌شود که این شاخص در این دوره زمانی برای کشورهای ترکیه و امارات، همواره مثبت و برای ایران علی‌رغم متوسط بهبود سالانه ۰.۸۲ درصدی، همواره منفی بوده است. متوسط این شاخص برای این سه کشور ایران، امارات و ترکیه طی این دوره به ترتیب منفی ۱.۳۸، ۰.۸۸ و ۰.۲۴ است.

تحولات آزادی تجارت جهانی در دهه گذشته

بررسی‌ها نشان می‌دهد آزادی تجارت بین‌الملل در دوره ۲۰۱۰ تا ۲۰۱۸ با فراز و فرودهایی مواجه بوده و سالانه به‌طور متوسط کاهش ۷.۲ درصدی داشته است؛ به‌طوری‌که از ۴.۱۷ در سال ۲۰۱۰ به ۲.۲۹ در سال ۲۰۱۸ تنزل کرده است. بررسی این حوزه برای دو کشور امارات و ترکیه نیز حاکی از تنزل برای کشورهای مذکور است، اما در مقایسه با ایران، بسیار کمتر کاهش پیدا کرده است (به ترتیب منفی ۰.۲ و منفی ۰.۱ درصد)، اما نکته مهم‌تر این است که دو کشور مهم منطقه در حوزه آزادی تجارت بین‌الملل، مقادیر بسیار بالاتری را در مقایسه با ایران داشته‌اند؛ برای نمونه در سال ۲۰۱۸، مقدار عددی معیار آزادی تجارت بین‌الملل امارات و ترکیه، به ترتیب ۳.۶ و ۳ برابر ایران بوده است.

در این دوره زمانی برخی از مؤلفه‌ها و زیرمؤلفه‌های مرتبط با آزادی تجارت بین‌الملل، با رشد مثبت و برخی دیگر با رشد منفی مواجه بوده‌اند که نهایتاً در مجموع، نرخ متوسط نرخ رشد سالانه منفی ۷.۲ برای آزادی تجارت بین‌الملل طی سال‌های ۲۰۱۰ تا ۲۰۱۸ حاصل شد. علاوه بر این، سه کشور ایران، امارات و ترکیه در شاخص «تجارت مرزی» طی سال‌های ۲۰۱۵ تا ۲۰۲۰ به ترتیب متوسط نرخ رشد سالانه ۰.۴ و ۰.۸ درصدی داشته‌اند. ملاحظه می‌شود که ایران، نرخ رشد بسیار بیشتری در این شاخص نسبت به دو کشور دیگر داشته، اما همواره طی این دوره مقدار این شاخص برای ایران، از دو کشور دیگر کمتر بوده است. مؤلفه «نرخ ارز در بازار سیاه» از ۱۰ در سال ۲۰۱۵ به صفر در سال ۲۰۱۸ به تنزل کرده است که نشان‌دهنده کاهش بسیار شدید این مؤلفه است. مؤلفه «کنترل جابه‌جایی سرمایه و مردم» نیز در سال‌های ۲۰۱۰ تا ۲۰۱۸ کاهش ۱۴.۵ درصدی داشت است. هرچند دو زیرمؤلفه «کنترل سرمایه» و «آزادی حضور خارجی‌ها در کشور» رشد داشته‌اند، ولی زیرمؤلفه «آزادی مالی» به‌اندازه زیادی کاهش یافته است (نرخ رشد منفی ۱۴.۵ درصدی).

مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی در جدیدترین گزارش خود به بررسی آزادی اقتصادی در ایران و جهان پرداخته و عقبگرد ایران در لیگ آزادی اقتصادی را بررسی کرده است. البته شاخص آزادی اقتصادی کشورها هر ساله از سوی دو بنیاد هریج و موسسه فریزر سنجدیده و منتشر می‌شود، اما از آنجا که گزارش آزادی اقتصادی موسسه فریزر اعتبار بیشتری دارد و اقتصاددانان و پژوهشگران اقتصادی عمدتاً به داده‌های فریزر استناد می‌کنند، در این گزارش نیز از رتبه‌بندی موسسه فریزر استفاده شده است. بازوی کارشناسی وزارت صمت در این گزارش با عنوان «بررسی آزادی اقتصادی جهانی و جایگاه ایران در آن با تمرکز بر مؤلفه‌های آزادی تجارت بین‌الملل» نوشته است: جایگاه ایران در رتبه و شاخص آزادی اقتصادی در سال‌های ۲۰۱۰ تا ۲۰۱۹ وخیم‌تر شده است؛ درحالی‌که طی دوره ۲۰۱۰-۱۸ کشور با تنزل ۱.۸ درصدی در شاخص آزادی اقتصادی مواجه بوده است، رتبه ایران نیز طی این دوره، ۱.۴ درصد وخیم‌تر شده است که این هم نشان از تنزل ایران در رتبه دارد.

از اندازه دولت و پول باثبات تا حقوق مالکیت

موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی در ادامه گزارش خود به ارزیابی مؤلفه‌های شاخص آزادی اقتصادی پرداخته و وضعیت ایران در هر یک از این مؤلفه‌ها را مورد بررسی قرار داده است. این مؤلفه‌ها به ترتیب شامل اندازه دولت، پول باثبات، حقوق مالکیت و مقررات است.

حوزه اندازه دولت ایران از ۶.۱۱ در سال ۲۰۱۰ با متوسط نرخ رشد سالانه منفی ۰.۵ به ۵.۸۷ تنزل کرده است؛ یعنی طی این دوره، اندازه دولت ایران بزرگ‌تر شده است، بدین‌صورت که سهم مصارف دولت از کل مصارف (مصارف بخش خصوصی + مصارف دولت) در حال افزایش بوده است. مولفه بعدی، پول باثبات است و کشورمان از لحاظ حوزه پول باثبات از مقدار ۷.۶ در سال ۲۰۱۰ با متوسط نرخ رشد منفی ۲.۶ به مقدار ۶.۱۷ در سال ۲۰۱۸ تنزل کرده است. این وضعیت نشان از نوسانات زیاد پول ملی کشور در مقابل سایر اسعار دارد. از سوی دیگر، این معنای عدم ثبات قیمتی در کشور نیز هست.

نظام حقوقی و حقوق مالکیت، دیگر مؤلفه‌ای است که در این گزارش بررسی شده است. این حوزه بین سال‌های ۲۰۱۰ تا ۲۰۱۸ رشدی برابر با ۰.۴ درصد داشته است؛ به‌طوری‌که از ۴.۰۹ در سال ۲۰۱۰ به ۴.۲۱ در سال ۲۰۱۸ افزایش یافته است. بررسی مؤلفه‌های این حوزه از شاخص آزادی اقتصادی نشان می‌دهد که این رشد مثبت حوزه نظام حقوقی و مالکیت کشور، بیشتر ناشی از مؤلفه‌های «اجرای مقررات قرارداده‌ها و «محدودیت‌های نظارتی در فروش املاک و مستغلات» است؛ زیرا بقیه مؤلفه‌های این حوزه طی این دوره زمانی با تنزل مواجه شده‌اند. این دو مؤلفه به ترتیب با متوسط نرخ رشد سالانه ۰.۵ و ۴.۲ از مقادیر ۴.۴۴ و ۵.۸۷ در سال ۲۰۱۰ به ۴.۶۲ و ۸.۱۷ در سال ۲۰۱۸ رسیده‌اند.

اما مولفه بعدی که بازوی کارشناسی وزارت صمت در گزارش خود بررسی کرده، مقررات و قوانین است. روند حوزه مقررات ایران در سال‌های ۲۰۱۵، ۲۰۱۰ و ۲۰۱۸ نشان می‌دهد این حوزه متوسط نرخ رشد سالانه ۱.۷ در دوره زمانی مذکور داشته است؛ به‌طوری‌که از ۴.۷۵ در سال ۲۰۱۰

خوشحال‌ها در آمد بیشتری دارند

اقتصاد شادکامی

در حوزه سرمایه اجتماعی ۵۵ و در حوزه اقتصادی ۹۴ و رتبه کلی ایران در این رتبه‌بندی ۱۰۸ بوده است. همچنین مطابق گزارش numbeo در سال ۲۰۱۸، رتبه شهر تهران در مقایسه با شهرهای دیگر جهان از نظر شاخص کیفیت زندگی، از میان ۵۲۶ نمونه دیگر، ۴۳۳ بوده که گویای شرایط نگران‌کننده کیفیت زندگی در پایتخت ایران است، اماچه دلایلی به کاهش رضایتمندی از زندگی منجر می‌شود؟ بررسی‌های مختلف نشان می‌دهد وضعیت درآمد و اشتغال افراد بر میزان شادکامی آنان اثر دارد. یک بررسی در ایران با پرسش از ۱۴ هزار و ۲۳۹ زن و مرد ۲۰ تا ۴۰ ساله ساکن در شهرها و روستاهای کشور به این نتیجه رسید که شادکامی ارتباط معناداری با سطح درآمد افراد دارد و کسانی که سطح درآمد خود را خیلی بد و بد گزارش کرده‌اند، نسبت به دیگر افراد کمتر شاد بوده‌اند. همچنین شادکامی بیکار از افراد شاغل کمتر بوده است. یک پژوهش دیگر نشان می‌دهد افزایش سطح بیکاری و بالا رفتن نرخ آستانه‌ای آن، اثر منفی بر شادی مردم دارد. پیمایشی دیگر در بررسی ۳۷۸ نفر از دانشجویان دانشگاه تبریز به این نتیجه رسیده که بین اشکال مختلف سرمایه، از اقتصادی تا اجتماعی و شادی افراد، رابطه معناداری وجود دارد.

پژوهش دیگری در بررسی اثر عوامل اقتصادی-اجتماعی موثر بر شادی نیز می‌گوید بیکاری افراد تحصیلکرده سبب کاهش شدید شادکامی در این افراد شده است، یعنی اثر منفی بیکاری با افزایش سطح تحصیلات بیشتر شده است. همچنین بیکاری غیرارادی افراد با تحصیلات بالاتر، عامل نارضایتی آنان و ارتباط منفی بین تحصیلات و شادی است. بیکاری تحصیلکرده‌ها باعث بروز افسردگی، بی‌هدفی، ناامیدی، بی‌انگیزگی و بی‌ارزشی این افراد شده است. نکته قابل توجه در این بین، عدم هماهنگی بین سیاست‌های توسعه کمی دانشگاه‌های کشور و سیاست‌های آموزشی با نیازهای بازار کار است. این ناهماهنگی به بروز آسیب‌های اجتماعی مختلف و کاهش میزان شادکامی در جامعه منجر شده است.

در شرایطی که نرخ تورم بیش از ۳۰ درصد و گزارش‌های رسمی از اشتغال، گویای افزایش سطح بیکاری است، روان مردم بیش از همیشه به التیام بخشی نیاز دارد. اطلاع‌رسانی شفاف درباره دستاوردهای اقتصادی کشور، تلاش برای بهبود وضعیت درآمدی اقشار مختلف و کاهش تورم از جمله اقداماتی است که می‌تواند در کوتاه‌مدت از آثار منفی مشکلات اقتصادی بر سلامت روان بکاهد.

یادداشت

با ۲ رایزن بازرگانی می‌توان انتظار توسعه تجارت را داشت؟

 سعید اشتیاقی
 کارشناس اقتصادی

موضوع رایزن بازرگانی، متولی و نحوه انتخاب آن از دیرباز مورد بحث بوده و این بار با سخن وزیر صمت جانی دوباره گرفت و نقل محفل فعالان اقتصادی شده است. علیرضا رزم حسینی وزیر صنعت، معدن و تجارت که سیاست وزارتخانه خود را جلوگیری از امضاهای طلانی اعلام کرده بود، چندی پیش گفت: «به دنبال تفویض انتخاب رایزن تجاری به اتاق بازرگانی هستیم.» از آنجایی که او را شخصی عملگرا می‌دانم، پس امید آن هست که این امر محقق شود. اگرچه اتاق بازرگانی بلافاصله اعلام کرد که در این باره هیچ توافق و یا مکاتبه‌ای رسما با ما نشده است، اما بر خود لازم می‌دانم مواردی را در این باره متذکر شوم تا اهمیت این موضوع بر همگان روشن شود.

رایزن اقتصادی در حال حاضر توسط سازمان توسعه تجارت از بین کارمندان خود یا وزارت امور خارجه انت‌خاب شده و به کشورهای هدف به جهت توسعه تجاری با رویکرد صادرات روانه می‌شود، اما اینکه این شخص چه مقدار با اصول تئوری و عملی تجارت خارجی آشناست؛ موضوعی است که باید به آن توجه داشت. با مقایسه رایزن‌های ایران با دیگر کشورها می‌توان به این مهم پی برد که ایسن موضوع از چه اهمیتی برخوردار است: کره جنوبی ۱۴۱ رایزن، ژاپن ۱۴۳ رایزن، هند ۱۹۸ رایزن و چین ۲۲۱ رایزن. در کشورهای اروپایی نظیر سوئد نیز این عدد به ۲۳۵ رایزن می‌رسد، یعنی تقریبا ۴۰ برابر ایران.

این در حالی است که ایران در کل جهان تنها ۶ رایزن داشت که ۲ نفر در عراق و یک نفر در کشورهای ترکیه، ارمنستان، آذربایجان و پاکستان است. لازم به ذکر است که آمار فوق به روز نیست یعنی این عدد در کشورهای یاد شده قطعا افزایش داشته و در کشور ما نیز کاهش پیدا کرده است، چرا که وقتی بابت نگارش این یادداشت مجددا پیگیر این موضوع شدم، در آمار سایت سازمان توسعه تجارت تعداد ۶ رایزن به دو کشور عراق و افغانستان تقلیل یافته است.

سوال این است که آیا می‌شود با ۲ نفر رایزن بازرگانی انتظار توسعه در بخش تجارت خارجی را داشته باشیم؟ مثلا در عراق با این حجم بالای تجارت چگونه تنها یک نفر رایزن می‌تواند حاضر باشد؟ در حالی که ترکیه در حال حاضر تنها در قاره آسیا افزون بر ۳۲ رایزن بازرگانی دارد. البته برخی معتقد هستند که با پیشرفت تکنولوژی همانند سابق نیازی به نیروی فیزیکی نیست و اطلاعات مورد نیاز بازرگانان در بستر اینترنت و فضای مجازی فراهم است، اما مسئله اینجاست که این مهم (اطلاعات در بستر اینترنت) هنوز در بسیاری از کشورها نظیر عراق و افغانستان ارتقا نیافته و بنابراین نیاز به حضور رایزن بازرگانی در آنها بسیار احساس می‌شود.

اما چرا در برخی از کشورهای پیشرفته و توسعه یافته هنوز این موضوع اهمیت بالایی دارد؟ در پاسخ باید گفت، رایزن بازرگانی به سبب حضور فعال خود در بازارهای هدف قادر است اطلاعات دست اولی در مورد روند عرضه و تقاضا و نمایشگاه‌های تجاری کسب کرده و جامعه تجاری متبوع خود را بیش از پیش آگاه سازد. همچنین برقراری ارتباط مستقیم با شخصیت‌های تراز اول کشور مورد نظر و مقامات تصمیم‌گیرنده قطعا به مراتب اهمیتی بیشتر از مکاتبه یا مذاکره غیرمستقیم دارد. ساماندهی هیات‌های تجاری و جذب سرمایه‌گذار و معرفی طرح‌های سرمایه‌پذیر برای سرمایه‌گذاران کشورهای هدف نیز از دیگر دلایل این موضوع است.

اهمیت تجارت خارجی که سهم آن در تولید ناخالص دنیا از رقم ۵ درصد در سال ۱۹۵۰ به بیش از ۲۰درصد در سال‌های اخیر ارتقا یافته است، موضوعی است که مخاطب این روزها به طور کامل آن را فراموش کرده است و با بی‌مهری مسلک آنان را مورد توهین قرار می‌دهد.اما از جمله وظایف رایزن می‌توان به تهیه گزارش تحلیلی و به روز درباره اوضاع اقتصادی کشور هدف، حل و فصل دعاوی و اختلافات تجاری بین تجار دو کشور، برقراری ارتباط با کمیسرهای اقتصادی دیگر کشورها که ایران با آنان روابط حسنه دارد، سازماندهی هیأت‌های ورودی و هماهنگی جلسات با تجار برجسته حوزه مربوطه و شناخت عمیق از آداب و رسوم کشور هدف و زمان‌های اوج تقاضا اشاره کرد. همچنین از جمله ویژگی‌های فردی یک رایزن مسلط بودن به زبان انگلیسی یا زبان کشور هدف، دارا بودن تجربه تجارت خارجی، هوش و شمه تجاری و آگاهی از تحولات سیاسی و اقتصادی جهان است.

در این میان، استفاده از بازرگانان مقیم در کشورهای مقصد، راهکاری است که باید همه جوانب آن را سنجید و دریافت که آیا این شخص می‌تواند به طور کامل در اختیار بازرگانان ایران باشد و به عنوان رایزن نقش بپذیرد، چرا که رایزن، سفیر اقتصادی ایران در کشور هدف است و می‌بایست به موضوع تجارت خارجی واقف باشد و تجربه آن را داشته باشد تا بتواند خود را به جای تجار بگذارد و بنابراین گماردن فردی با روحیه کارمندی سازگار با این منصب نیست. همچنین روند انتخاب رایزن باید در انتخاب نهادی باشد که خود متولی امور بازرگانی کشور است و بر این اساس قطعا بهتر مدیریت می‌شود.

توسعه صادرات کشور به اقصی نقاط عالم و کاهش وابستگی به درآمدهای نفتی در گروی تلاش همه کارشناسان، مدیران، صاحبان صنایع و همه افرادی است که ایثارگرانه برای تقویت بنیه‌های اقتصادی کشور از همه توانایی خود بهره می‌گیرند. قطعا زحمات رایزن‌های بازرگانی ما در گذشته بر فعالان اقتصادی پوشیده نیست و دست یافتن به برخی از بازارها مانند کشورهای حوزه خلیج فارس مرهون زحمات آن سربازان اقتصادی بوده است.

با مصوبه کمیسیون تلفیق، ارز ۴۲۰۰ تومانی از بودجه سال آینده حذف می‌شود

عزم مجلس برای حذف ارز ترجیحی



یک میلیون بشکه نفت در روز ۶۵.۵ درصد سهم دولت، ۲۰ درصد سهم صندوق توسعه ملی و ۱۴.۵ درصد سهم وزارت نفت برای سرمایه‌گذاری پیش‌بینی شد همچنین بیش از یک میلیون بشکه نفت تا سقف ۱.۵ میلیون بشکه ۴۷.۵ درصد سهم دولت برای بازپرداخت بدهی به صندوق توسعه و ۳.۸ درصد سهم صندوق توسعه و ۱۴.۵ درصد سهم وزارت کشور تعیین شد. به گفته وی، بیش از ۱.۵ میلیون بشکه نفت تا سقف ۲ میلیون و ۳۰۰ هزار بشکه که دولت مدعی فروش آن است ۴۷.۵ درصد سهم دولت برای معیشت، سلامت و حمایت از تولید و طرح‌های تملک دارایی حمل و نقل پیش‌بینی شد. در مجموع درآمدهای دولت از منابع حاصل از افزایش صادرات نفت که در لایحه بودجه ۱۹۹ هزار میلیارد تومان پیش‌بینی شده بود، با مصوبه کمیسیون تلفیق ۲۳۱ هزار میلیارد تومان دیده شد. زارع در انتها اضافه کرد: به موجب مصوبه کمیسیون تلفیق ما ۳۰ هزار میلیارد تومان به عنوان دارایی‌های مالی به دولت قرض دادیم و از منابع صندوق توسعه در اختیار دولت گذاشتیم البته برآورد دولت ۷۵ هزار و ۵۰۰ میلیارد تومان بود. همچنین پیش‌فروش اوراق نفتی را ۷۰ هزار میلیارد تومان در نظر گرفتیم که دولت ۱۲۰ هزار میلیارد تومان پیش‌بینی کرده بود، ۷۰ هزار میلیارد تومان هم مربوط به نفت است و ۵۳ هزار میلیارد تومان برای تبصره چهار دیده شده که در مجموع برای سال ۱۴۰۰، ۲۴۳ هزار میلیارد تومان پیش‌بینی شده است در حالی که در سال ۱۳۹۹ این رقم ۲۲۰ هزار میلیارد تومان بود.

حذف ارز ترجیحی؛ گام بلند اصلاح ساختار بودجه

حذف ارز ۴۲۰۰ تومانی می‌تواند ۲.۵ برابر رقم پیشنهادی مجلس برای طرح تامین کالاهای اساسی منبع جدید ایجاد کند و یارانه سه دهک پایین درآمدی را به هر نفر حدود ۲۵۰ هزار تومان افزایش دهد. به گزارش مهر، با قصور دولت در انجام اصلاحات ساختاری در لایحه بودجه ۱۴۰۰ کل کشور، اینکه این مسئولیت سنگین بر دوش مجلس است که با اتخاذ تصمیمات بزرگ، بار اصلاح ساختار را به سرمنزل مقصود برساند. به اذعان کارشناسان، حذف ارز ترجیحی ۴۲۰۰ تومانی که بیش از سه سال است میهمان اقتصاد ایران است و در این مدت خسارات فراوانی را متوجه سفره مردم، فعالان شناسنامه‌دار اقتصادی و فضای کسب و کار کشور کرده، از جمله اصلاحات مهمی است که انتظار می‌رود توسط مجلس اتخاذ شود. نکته قابل توجه اینجاست که نه فقط توزیع ارز ۴۲۰۰ تومانی باعث کنترل قیمت نشد، بلکه مسئولان برای کنترل قیمت در برخی بازارها به افزایش واردات روی آوردند. مرکز پژوهش‌ها معتقد است هرچند قیمت برخی از کالاهای پس از یک دوره نوسان شدید (مانند مرغ و شکر) در بازار کنترل شده، اما این کنترل قیمتی، با هزینه حجم بالای واردات این کالاهای و درنتیجه آسیب به تولید داخل و هدررفت منابع ارزی صورت گرفته است.

قیمت مسکن شهر تهران چقدر کاهش یافت؟

آرایش جدید در بازار مسکن

شدن مسکن مردم و خریداران مسکن نفس بکشند. خسروی با تاکید بر اینکه به هیچ عنوان کاهش یک درصدی قیمت به ویژه در تهران را قبول ندارم، گفت: کاهش چشمگیر معاملات باعث شده که قیمت مسکن در تهران ۱۰ تا ۱۵ درصد کاهش داشته باشد. او با تاکید بر اینکه هم اکنون میزان معاملات ما در اتحادیه هم بسیار کاهش یافته، ادامه داد: فروشنده‌ای که تا دو ماه قبل آپارتمانش را متری ۴۲۰۰ میلیون تومان نرخ گذاری کرده بود، حالا ۳۰۰ میلیون تومان قیمت گذاشته و خریداری برای آن پیدا نمی‌شود و این به آن دلیل است که قدرت خرید کاهش یافته است. رئیس اتحادیه مشاوران املاک با بیان اینکه تعداد فروشنده‌ها چند برابر خریداران است، تصریح کرد: متأسفانه در کشور ما بعضی افراد دوست دارند قیمت خودرو و خانه‌شان بالا برود اما در نظر نمی‌گیرند که تورم به سود هیچ‌کس نیست.

از سوی دیگر، مهدی روانشانیا کارشناس بازار مسکن با بیان اینکه کاهش یک درصدی ماهانه قیمت مسکن شهر تهران در برابر افزایش‌های ۱۰ درصدی قبل از آن عدد قابل توجهی محسوب نمی‌شود، به ایسنا گفت: با این حال کاهش جزئی قیمت، نمادی از تغییر جهت بازار از افزایش لحام نیست.

به گفته روانشانیا، پس از سه سال افزایش مداوم قیمت مسکن و التهابات شدید بازار که منجر به ۵.۵ برابر شدن قیمت شد، گزارش آذرمه بانسک مرکز حاکم از کاهش ۱.۱ درصدی میانگین قیمت‌ها در آذر ماه

فرصت امروز؛ ابتدای سال ۱۳۹۷ بود که دولت دوازدهم تصمیم گرفت نرخ ارز را تک نرخی کرده و هرگونه معامله در قیمت‌های بالاتر از آن را قاچاق اعلام نماید. این درحالی بود که اکثر قریب به اتفاق کارشناسان اقتصادی این تصمیم را صحیح نمی‌دانستند و نسبت به بروز فساد و رانت هشدار می‌دادند. اما اراده دولت بر نرخ ارز ۴۲۰۰ تومان بود و پافشاری دولتمردان برای تخصیص ارز ارزان با هدف کنترل قیمت‌ها در سال‌های بعد نیز ادامه یافت، هرچند تبعات توزیع ارز ۴۲۰۰ تومانی چنان دامنگیر اقتصاد ایران شد که صدای فعالان بخش خصوصی را هم درآورد.

سیاست ارز ترجیحی ابتدا برای کلبه کالاهای وارداتی اعمال شد و هرچند صدها میلیون دلار در آن مقطع زمانی برای عموم کالاهای وارداتی تخصیص داده شد، اما نه‌تنها قیمت‌ها کنترل نشد بلکه افزایش هم پیدا کرد. سپس فشار افکار عمومی در کنار تغییر رویکرد دولتمردان باعث شد تا ارز ۴۲۰۰ تومانی صرفا برای برخی از کالاهای اساسی تخصیص داده شود، اما دریافت ارز توسط واردکنندگان کالاهای اساسی نیز نتوانست قیمت این کالاهای را کنترل کند و قیمت این کالاهای در بازار با افزایش قابل توجهی مواجه شد. حالا آنطور که سخنگوی کمیسیون تلفیق مجلس روز گذشته خبر داد، با مصوبه کمیسیون تلفیق، ارز ۴۲۰۰ تومانی از بودجه سال آینده حذف می‌شود.

ارز ۴۲۰۰ تومان از محاسبات بودجه حذف می‌شود

رحیم زارع، سخنگوی کمیسیون تلفیق لایحه بودجه ۱۴۰۰ در نشست خبری روز دوشنبه با بیان اینکه براساس مصوبه کمیسیون تلفیق ارز ۴۲۰۰ تومانی از محاسبات بودجه سال آینده حذف خواهد شد، گفت که این کار برای کمک به دولت صورت گرفته و موجب گرانی نخواهد شد. به گفته زارع، در لایحه بودجه ۴ نرخ ارز پیش‌بینی شده و دولت ارز ۴۲۰۰ تومان، ۱۱ هزار و ۵۰۰ تومان و ۱۷ هزار و ۵۰۰ هزار تومانی را در قالب تبصره ۱ و ۴ آورده بود و می‌خواست این اجازه را بگیرد که در سامانه ای تی اس (ETS) آنچه که نرخ بازار است بفروشد.

سخنگوی کمیسیون تلفیق ادامه داد: ما در مجلس نرخ ارز اضافه نکردیم فقط محاسبات ما در مجلس براساس ۱۷ هزار و ۵۰۰ تومان بود. مردم بدانند مابه التفاوت ارز رانتهی ۴۲۰۰ تومانی و مابقی قیمت‌ها را می‌خواهیم به حوزه‌های اشتغال، معیشت و سلامت بیاوریم و این مصاحبه‌ها که می‌شود و می‌گویند می‌خواهند گران شود اینطور نیست. ارز رانتهی و چندنرخی فسادزا بوده و الان عده‌ای که از این ارز بهره‌های چند ده هزار میلیارد تومانی می‌برند و دست‌شان برای سال آینده کوتاه می‌شود شاید نازخی باشند، ولی تصمیم مجلس شورای اسلامی شجاعانه و به نفع منابع عمومی معیشت، اشتغال و تولید خواهد بود.

زارع سپس در بخش دیگری از این نشست خبری با اشاره به مصوبات کمیسیون تلفیق در تبصره یک لایحه بودجه ۱۴۰۰ یادآور شد: تا سقف

چند روز قبل بود که بانک مرکزی از کاهش قیمت مسکن تهران در آذرمه امسال گزارش داد و گفت که متوسط قیمت مسکن شهر تهران در این ماه ۲۶ میلیون و ۹۱۰ هزار تومان بود که نسبت به آبان ماه ۱،۱ درصد کاهش داشته است. این درحالی است که برخی از فعالان بازار مسکن معتقدند کاهش قیمت مسکن شهر تهران بیش از اینها بوده است. از جمله رئیس اتحادیه مشاوران املاک در واکنش به آمار منتشرشده بانک مرکزی می‌گوید قیمت مسکن در تهران ۱۰ تا ۱۵ درصد کاهش یافته است. مصطفی قلی خسروی با بیان اینکه بازار مسکن روند رکودی به خود گرفته است، افزود: بازار مسکن به دلیل رکودی که در آن ایجاد شده به سمت نزول قیمتی در حال حرکت است و این خود می‌تواند باعث افزایش قدرت خرید متقاضیان مسکن شود.

او با بیان اینکه هم‌اکنون میزان عرضه مسکن طی چند ماه گذشته افزایش یافته است، به باشگاه خبرنگاران جوان گفت: افزایش عرضه مسکن در ماه‌های گذشته باعث شده که نرخ مسکن بسیار کاهش یابد به طوری که در برخی از مناطق بین ۱۰ تا ۱۵ میلیون تومان کاهش یافته است. وی با تاکید بر اینکه بانک مرکزی و یا مرکز آمار که اقدام به انتشار آمار معاملات مسکن می‌کنند نباید آمار اشتباهی را ارائه دهند، گفت: کدهای رهگیری که در سامانه املاک ثبت می‌شوند نشان می‌دهند که قیمت مسکن بسیار بیش از یک درصد کاهش داشته است بنابراین از مسئولان این نهادها می‌خواهم که با آمار غلط مردم را نگران نکنند و بگذارند با ارزان

ثبت نقل و انتقال چک‌های جدید در صیاد فعلا اختیاری است

۴ روز تا توزیع دسته چک‌های جدید



ملی) در ظهر چک پشت‌نویسی‌ی شود. البته لازم به ذکر است که ثبت در سامانه صیاد که قرار بود از ۲۰ آذرماه اجرایی شود، به علت آماده نبودن سامانه و عدم فرهنگ‌سازی تا پایان سال به تعویق افتاد اما تا ۴ روز دیگر براساس وعده بانک مرکزی سامانه صیاد رونمایی و ثبت اختیاری در این سامانه انجام می‌شود. بقیه موارد قانون چک نیز براساس بخشنامه بانک

مرکزی اجرایی خواهد شد.
پیش از این سامانه صیاد تنها قادر به اعلام وضعیت اعتباری صادرکننده چک بود که کاربران در این سامانه، می‌توانند با ارسال شناسه اعلام ۱۶ رقمی مندرج در چک‌های صیادی به سامانه استعلام پیامکی بانک مرکزی با سرشماره ۷۰۱۷۰۱ وضعیت اعتباری صادرکننده چک از نظر تعداد و مبلغ چک‌های برگشتی ثبت شده نزد بانک مرکزی مطلع شوند. همچنین لازم به ذکر است که اطلاع‌رسانی به‌صورت رتبه‌بندی شده براساس یکی از رنگ‌های زیر اعلام می‌شود:

✱ وضعیت سفید: صادرکننده چک فاقد هرگونه سابقه چک برگشتی بوده یا درصورت وجود سابقه، تمامی موارد رفع سوءاثر شده است.
✱ وضعیت زرد: صادرکننده چک دارای یک فقره چک برگشتی یا حداکثر مبلغ ۵ میلیون تومان تعهد برگشتی است.
✱ وضعیت نارنجی: صادرکننده چک دارای دو تا چهار فقره چک برگشتی یا حداکثر مبلغ ۲۰ میلیون تومان تعهد برگشتی است.
✱ وضعیت قهوه‌ای: صادرکننده چک دارای پنج تا ۱۰ فقره چک برگشتی یا حداکثر مبلغ ۵۰ میلیون تومان تعهد برگشتی است.
✱ وضعیت قرمز: صادرکننده چک دارای بیش از ۱۰ فقره چک برگشتی یا بیش از مبلغ ۵۰ میلیون تومان تعهد برگشتی است.

نقد کردن چک‌های دارای مشکل بود، یکی از اتفاق‌های خوب اقتصادی است که می‌تواند آمار پرونده‌های قضایی متخلف را هم کاهش دهد. البته این امر به آن معنا نیست که شرخرها کاملاً از این عرصه حذف می‌شوند بلکه فقط از روندهای قانونی برای فشار بر صاحب چک نمی‌توانند استفاده کنند وگرنه احتمالاً همچنان در پشت صحنه حضور خواهند داشت که البته می‌توان با مراجعه به نیروی انتظامی علیه مزاحمت آنها اقدام کرد. از سوی دیگر، در گذشته هر کسی می‌توانست حتی با حساب خالی چک بنویسد ولی حالا بانک مرکزی افراد را اعتبارسنجی می‌کند. با این شرایط افراد نمی‌توانند بیشتر از مبلغ اعتبارشان چک صادر کنند. با قانون جدید چک تمام حساب‌های بانکی افراد به دسته‌چک‌شان متصل است و اگر حساب اصلی متصل به چک خالی بود، بانک‌ها از تمام حساب‌های صاحب چک برداشت می‌کنند. در واقع، چک‌های جدید قابلیت ثبت در سامانه صیاد را دارند و صادرکنندگان چک می‌توانند از طریق درگاه‌های بانکی یا برنامه‌های موبایلی فعال در حوزه پرداخت کشور، اطلاعات ذی‌نفع به اضافه مبلغ و تاریخ چک را در سامانه صیاد ثبت کنند. علاوه بر این، گیرندگان چک‌های جدید نیز می‌توانند به طرق ذکر شده با استعلام وضعیت چک ثبت شده برای ایشان، مراتب تایید دریافت چک را به سامانه صیاد اعلام کنند. در صورتی که گیرنده چک پس از تایید اطلاعات آن متمایل به انتقال چک به شخص دیگری (شخص ثالث) باشد، این امکان در سامانه یادشده با ثبت مشخصات ذی‌نفع جدید (ثبت شناسه/کدملی وی) برای وی فراهم است.

رنگ‌بندی‌های مختلف نشان‌دهنده چیست؟

اما اگر انتقال چک در سامانه صیاد ثبت نشود، باید اطلاعات مربوط به هویت گیرنده جدید (شامل نام و نام خانوادگی/نام شرکت و شماره/شناسه

فرصت امروز: درحالی ۲۰ دی ماه امسال دسته چک‌های جدید در شبکه بانکی توزیع می‌شوند که ثبت نقل‌وانتقال چک‌های جدید در سامانه صیاد فعلا اختیاری است. از آنجا که در قانون جدید، نقل‌وانتقال چک تنها از طریق سامانه صیاد انجام می‌شود، از این پس ظهورنویسی چک‌های کاغذی ممنوع شده و انتقال چک مستلزم ثبت مراتب در سامانه صیاد است، اما با توجه به اینکه ثبت در این سامانه به علت آماده نبودن آن و عدم فرهنگ‌سازی تا پایان سال جاری به تعویق افتاده است و تا ۴ روز دیگر براساس وعده بانک مرکزی سامانه صیاد رونمایی و ثبت اختیاری در این سامانه انجام می‌شود. در این بین، مسئولان بانک مرکزی تأکید زیادی بر شفافیت و اعتبارسنجی دسته چک‌های جدید می‌کنند. از آنجا که اعتبار چک پیش از صدور آن در سامانه صیاد بررسی شده و تمام مبادلات آن هم در این سامانه ثبت می‌شود، امکان شفاف‌سازی و اعتبارسنجی بالا را برای دسته چک‌های جدید فراهم کرده است.

خداحافظی با شرخرها و چک در وجه حامل

یکی از مهمترین نکات درباره نقل و انتقال چک‌های جدید این است که صدور چک در وجه حامل را ممنوع کرده است. در قانون جدید چک، کسی که چک را صادر می‌کند، باید اطلاعات چک صادرشده اعم از مبلغ، تاریخ، گیرنده و دلیل صدور چک را در سامانه صیاد ثبت کند و در صورت وجود مغایرت بین گیرنده‌ای که در سامانه ثبت شده با گیرنده‌ای که چک را به بانک می‌برد بانک نمی‌تواند آن چک را پاس کند. همین اتفاق باعث می‌شود که چک‌های حامل و پشت‌نویسی شده دیگر وجود نداشته باشد و به همین دلیل دوران فروش چک و فعالیت شرخرهای نقدکننده نیز به پایان می‌رسد. حذف فعالیت شرخرها و هزاران دردسری که در پشت قضیه

بانک نامه

عملکرد صندوق توسعه ملی نشان می‌دهد

قرارداد ۱۱۱ میلیاردی ارزی

مجموع قرارداد عاملیت ارزی صندوق توسعه ملی با بانک‌ها به بیش از ۱۱۱ میلیارد دلار رسیده است. به گزارش ایسنا، بعد از تجربه نه چندان موفق حساب ذخیره ارزی، صندوق توسعه ملی اوایل دهه ۹۰ به منظور ذخیره بخشی از درآمدهای حاصل از فروش نفت ایجاد شد که سالانه و براساس قانون درصدی از منابع نفتی به آن واریز می‌شود تا در کنار ذخیره‌ای برای نسل‌های آینده بتواند از محل منابع آن در راستای توسعه نیز استفاده کرد. طبق اساسنامه صندوق توسعه ملی از محل منابع آن تسهیلات در دو بخش ارزی و ریالی پرداخت می‌شود و استفاده‌کنندگان از فعالان اقتصادی بخش خصوصی، تعاونی و پنگاه‌های اقتصادی متعلق به موسسات عمومی غیردولتی هستند، اما بررسی عملکرد صندوق توسعه ملی در بخش تسهیلاتی از ابتدای تاسیس تا پایان سال گذشته نشان می‌دهد که بخش عمده تسهیلات اعطایی از محل این صندوق به صورت ارزی و با عاملیت بانک‌های طرف قرارداد به متقاضیان پرداخت شده است.

این در حالی است که کل قراردادهای عاملیت ارزی منعقدۀ با بانک‌های عامل ۱۱۱ میلیارد و ۲۲۳ میلیون دلار بوده است. از این رقم تسهیلات اعطایی به ۳۲۲ طرح ارزی، تامین مالی و پذیرش شده و از محل این قراردادها توسط صندوق ۳۵ میلیارد و ۵۹ میلیون دلار اعلام وصول شده است. از میزان اعلام وصول شده ۳۱۹ طرح با مبلغ ۳۴ میلیارد و ۶۰۰ میلیون دلار به مرحله تخصیص ارز رسیده که بانک مرکزی برای آن نامه مسدودی صادر کرده است. از طرح‌های تامین مالی شده نیز ۳۱۴ طرح تا پایان سال گذشته موفق به گشایش اعتبار اسنادی به مبلغ ۳۰ میلیارد و ۳۸۰ میلیون دلار شده و به ۳۰۷ طرح با مبلغ ۲۱ میلیارد و ۵۱۵ میلیون دلار پرداخت قطعی صورت گرفته است.

همچنین ۶۳ درصد منابع برای طرح در مناطق کمتر توسعه‌یافته بوده است. با توجه به منابع تخصیصی به ۳۱۹ طرح تامین مالی شده میزان پیشرفت مالی این طرح‌ها صرفاً از محل منابع صندوق تا پایان سال گذشته ۶۲ درصد است. تا این زمان از مجموع ۳۴ میلیارد و ۶۰۰ میلیون دلار منابع ارزی مسدودشده ۶۳ درصد به طرح‌های حوزه نفت و گاز، پالایش و پتروشیمی و ۲۹ درصد به طرح‌های فعال در بخش صنعت و معدن اختصاص پیدا کرده است. این گزارش نشان می‌دهد که ۶۳ درصد منابع ارزی مسدودی صندوق توسعه ملی در اختیار طرح‌های متقاضی در مناطق کمتر توسعه‌یافته قرار دارد.

افزایش اندک نرخ دلار در صرافی‌های بانکی

سکه در مرز ۱۲ میلیون تومان

هر قطعه سکه تمام بهار آزادی طرح جدید در روز دوشنبه با افزایش ۳۰۰ هزار تومانی قیمت نسبت به روز قبل ۱۲ میلیون و ۱۵۰ هزار تومان معامله شد. سکه تمام بهار آزادی طرح قدیم نیز ۱۱ میلیون و ۷۰۰ هزار تومان معامله شد. همچنین نیم‌سکه بهار آزادی ۶ میلیون و ۳۵۰ هزار تومان، ربع سکه ۴ میلیون و ۲۰۰ هزار تومان و سکه یک گرمی به ۲ میلیون و ۳۵۰ هزار تومان مبادله شد. در بازار طلا نیز نرخ هر گرم طلای ۱۸ عیار به یک میلیون و ۱۸۰ هزار تومان و هر مثقال طلا به بهای ۵ میلیون و ۱۱۵ هزار تومان رسید. انس جهانی طلا نیز به قیمت یک‌هزار و ۹۳۰ دلار و ۶۸ سنت فروخته شد.

همچنین هر دلار در صرافی‌های بانکی ۲۵ هزار و ۷۲۰ تومان معامله شد که قیمت آن نسبت به روز قبل ۱۵۰ تومان افزایش داشت. به این ترتیب، نرخ فروش دلار در صرافی‌های بانکی ۲۵ هزار و ۷۲۰ تومان اعلام شد. قیمت فروش یورو نیز با افزایش ۲۰۰ تومانی نسبت به روز قبل به ۳۱ هزار و ۵۰۰ تومان رسید. قیمت خرید هر دلار ۲۴ هزار و ۹۰۰ تومان و قیمت خرید هر یورو نیز ۳۰ هزار و ۶۰۰ تومان اعلام شد.

مرکز آمار ایران گزارش داد

افزایش ۶ درصدی اجاره بها در پاییز

در پاییز امسال اجاره بهای واحدهای مسکونی در مناطق شهری، ۶٫۸ درصد نسبت به پارسال افزایش داشته است.

به گزارش ایسنا، یکی از بخش‌های مهم در برآورد شاخص قیمت مصرف‌کننده، بخش مسکن است. این بخش شامل زیربخش‌های «اجاره بهای واحدهای مسکونی» و «خدمات نگهداری و تعمیر واحد مسکونی» (تعمیرات جزئی واحد مسکونی: لوله‌کشی، گچ‌کاری، برق کاری، نصب ایزوگام و…) است.

براساس گزارش مرکز آمار ایران، در فصل پاییز ۱۳۹۹، شاخص قیمت اجاره بهای واحدهای مسکونی در مناطق شهری، به عدد ۲۰۹ رسید که نسبت به فصل قبل (۱۹۵۸)، ۶٫۸ درصد افزایش داشته است. در این فصل بیشترین نرخ تورم فصلی مربوط به استان آذربایجان غربی با ۱۹۰ درصد افزایش و کمترین آن مربوط به استان سیستان و بلوچستان با ۳٫۹ درصد افزایش است. درصد تغییرات شاخص قیمت اجاره بها در فصل پاییز ۱۳۹۹ نسبت به فصل مشابه سال قبل (تورم نقطه به نقطه)، ۲۸٫۴ درصد است که نسبت به فصل تابستان ۱۳۹۹(۲۸٫۹ درصد)، ۰٫۵ واحد درصد کاهش نشان می‌دهد. بیشترین نرخ تورم نقطه به نقطه مربوط به استان کرمانشاه با ۳۸٫۶ درصد افزایش و کمترین آن مربوط به استان سیستان و بلوچستان با ۱۲٫۷ درصد افزایش است. به عبارتی خانوارهای استان کرمانشاه به طور متوسط ۱۰٫۲ واحد درصد بیشتر از میانگین کل کشور و خانوارهای استان سیستان و بلوچستان ۱۵٫۷ واحد درصد کمتر از میانگین کل کشور در بخش اجاره بها هزینه کرده‌اند.

نرخ تورم چهار فصل منتهی به فصل پاییز ۱۳۹۹ نسبت به دوره مشابه سال قبل در بخش اجاره بها، برابر۲۶ درصد است. در استان چهارمحال و بختیاری (۲۲٫۸ درصد) بیشترین عدد و در استان آذربایجان غربی (۱۳٫۳ درصد) کمترین عدد را نشان می‌دهد. متوسط افزایش هزینه اجاره بها برای کل خانوارهایی که تمديد قرارداد داشته‌اند، در فصل پاییز ۱۳۹۹ برابر با ۳۴درصد است.

بالاترین رشد اقتصادی متعلق به کدام دولت بوده است؟

عملکرد دولت‌ها در رشد اقتصادی

یابد و دور زدن تحریم‌ها با مشکلات و دشواری‌های فراوان تری روبه‌رو شود. در عین حال قرارگیری ایران در لیست سیاه افای‌تی‌اف نیز زمینه را برای محرومیت ایران از خدمات بانکی کشورهای دوست نیز فراهم کرد این گزارش نگاهی دارد به عملکرد رشد اقتصادی دولت‌ها در ۲۱ سال اخیر.
✱ دولت سازندگی: فعالیت دولت اکبر هاشمی رفسنجانی در حالی آغاز شد که ایران جنگی هشت ساله و طولانی را پشت سر گذاشته بود. بررسی‌ها نشان می‌دهد بهره‌برداری از ظرفیت‌های خالی در شرایط پس از جنگ و سرمایه‌گذاری‌های عظیم در زیرساخت‌ها و طرح‌های عمرانی که تا حدودی با بهره‌گیری از منابع خارجی ممکن شد مهمترین عوامل دستیابی به سطوح بالای رشد اقتصادی در دولت پنجم بوده است. به این ترتیب بهترین عملکرد در سال‌های اخیر متعلق به دولت پنجم بوده است. این دولت در فاصله سال‌های ۱۳۶۹ تا ۱۳۷۲رشد اقتصادی ۷ و نیم درصدی را شاهد بود اما در دولت دوم هاشمی رفسنجانی متوسط رشد اقتصادی به محدوده ۲ درصد کاهش یافت. دولت ششم یا دولت دوم هاشمی رفسنجانی در فاصله سال‌های ۱۳۷۳ تا ۱۳۷۶ فعالیت داشت
✱ دولت اصلاحات: مروری بر اخبار و تحلیل‌های منتشرشده در رسانه‌ها در سال‌های ۱۳۷۶ تا ۱۳۸۴ به خوبی نمایان می‌کند که بحث بر سر اولویت توسعه سیاسی و اقتصادی یا بالعکس بحث دافی در آن دوره بوده است. هر چند شعارهای دولت اصلاحات، بیشتر بر حوزه سیاست دلالت داشت اما آمار گواهی می‌دهد دولت اصلاحات به ریاست سیدمحمد خاتمی توانسته است در دوره دوم فعالیت خود عنوان دومین رشد بالای اقتصادی را از آن خود کند. متوسط رشد اقتصادی ایران در دولت هفتم که در فاصله سال‌های ۱۳۷۷ تا ۱۳۸۲ فعالیت می‌کرد برابر با ۲٫۹ درصد و در سال‌های ۱۳۸۱ تا ۱۳۸۴ برابر با ۶٫۹ درصد بوده است. به این ترتیب پس از دولت پنجم، اقتصاد ایران در دولت هشتم یعنی دولت دوم اصلاحات بهترین عملکرد خود را به ثبت رسانده است.

✱ دولت عدالت و مهرورزی: محمود احمدی‌نژاد در سال ۱۳۸۴ در حالی توانست بر مسند ریاست جمهوری تکیه بزند که مروری بر شعارهای

انتخاباتی وی نشان می‌دهد مبارزه با فساد، سالم‌سازی اقتصاد و همچنین آوردن نفت بر سر سفره‌های مردم از مهمترین برنامه‌های وی بوده است. مهرورزی و عدالت‌گرایی دو شعار مهم دولت نهم و دهم است. متوسط سالانه نرخ رشد اقتصادی در سال‌های ۱۳۸۵ تا ۱۳۸۸ یعنی سال‌های استقرار دولت نهم به ۳٫۹ درصد رسیده است اما بدترین عملکرد اقتصادی به نظر می‌رسد در سال‌های استقرار دولت دهم یعنی حدفاصل ۱۳۸۹ تا ۱۳۹۲ محقق شده باشد چراکه رشد اقتصادی ایران در این دوره زمانی به طور متوسط سالانه ۴ دهم درصد کاهش یافته است. دولت احمدی‌نژاد در حالی به فعالیت خود پایان داد که ایران با تحریم‌های نفتی روبه‌رو بود بحران نرخ تورم نیز به بحرانی اساسی در جامعه تبدیل شده بود.

✱ دولت تدبیر و امید: حسن روحانی در سال ۱۳۹۲ با شعار امید بازگشت امید به جامعه و تدبیر در انتخابات ریاست جمهوری پیروز شد. هرچند آمار و ارقام نشان می‌دهد فعالیت دولت یازدهم در یکی از سخت‌ترین دوره‌های اقتصادی ایران در ۳۱ سال اخیر آغاز شد اما عملکرد این دولت در حوزه رشد اقتصادی عملکردی قابل دفاع بود متوسط سالانه نرخ رشد اقتصادی در حد فاصله سال‌های ۱۳۹۳ تا ۱۳۹۸ برابر با ۴٫۲ درصد گزارش شد. به این ترتیب دولت یازدهم توانست سومین دوره رشد بالای اقتصادی در سه دهه اخیر را از آن خود کند. امضای معاهده برجام تأثیر بسیار مهمی بر تغییر فضای اقتصادی ایران به جا گذارد چراکه باامضای این معاهده تحریم‌های نفتی ایران لغو شد و یکی از بالاترین رشدهای اقتصادی در سال ۱۳۹۵ به ثبت رسید.

دوره دوم فعالیت دولت تدبیر و امید اما با وضعیتی نامتعارف همراه بود. به قدرت رسیدن ترامپ در آمریکا سبب شد سیاست‌های ضدایرانی این کشور تشدید شود در سال ۱۳۹۷ با خروج ترامپ از معاهده برجام و اعمال تحریم‌های نفتی علیه ایران بار دیگر رشد اقتصادی ایران منفی شد. با این حال بررسی‌ها نشان می‌دهد آثار ناشی از تحریم‌های شدید آمریکا در اقتصاد ایران در حال تخلیه است و رشد اقتصادی ایران در سال ۱۳۹۹ سالی که ایران با تحریم‌های شدید و پیامدهای ناشی از شیوع کرونا مواجه بود در حال مثبت شدن است.

خبر خوب برای قالی‌بافان

رئیس مرکز ملی فرش ایران از ارائه بیمه درمانی و تکمیلی به صورت اقساط با نرخ بهره ۴درصد به قالی‌بافان خبر داد. به گزارش ایسنا، روز دوشنبه در راستای توسعه فرهنگ بیمه در عرصه صنعت فرش دستباف و ایجاد بستر مناسب تولید براساس نیاز بازار و حمایت از قالی‌بافان، فعالان و شاغلان در عرصه این هنر- صنعت، مرکز ملی فرش ایران و شرکت سهامی بیمه ایران تفاهم‌نامه امضا کردند.

در حاشیه این مراسم، فرحناز رافع، رئیس مرکز ملی فرش ایران در گفت‌وگو با ایسنا، اظهار کرد: قالی‌بافان باید در جریان این موضوع قرار گیرند که تفاهم‌نامه قبلی این مرکز با صندوق بیمه اجتماعی کشاورزان، روستاییان و عشایر مانند بیمه تامین اجتماعی نیست و بیمه درمانی ندارد، بلکه تنها مربوط به مستمری، بیمه بازنشستگی و از کار افتادگی بود بنابراین برای تکمیل بیمه قبلی تفاهم‌نامه‌ای با بیمه ایران منعقد شد که مهمترین بند آن بیمه درمانی و تکمیلی قالی‌بافان است. البته بیمه درمانی و تکمیلی به صورت اقساط با سود ۴درصد در اختیار قالی‌بافان قرار خواهد گرفت.

وی همچنین از تقلیل بازنشستگی قالی‌بافان به ۱۵ سال با حمایت بیمه ایران خبر داد و گفت: همچنین حقوق دریافتی قالی‌بافان در زمان دریافت مستمری با این بیمه افزایش می‌یابد و تحت پوشش بیمه درمانی و تکمیلی هم قرار می‌گیرند بنابراین بیمه اجتماعی کشاورزان، روستاییان و عشایر با هم به صورت یک مجموعه بیمه‌ای کامل، قالی‌بافان را تحت پوشش قرار می‌گیرد.

گفتنی است که اواخر مهرماه امسال مرکز ملی فرش ایران برای تحت پوشش قرار دادن بیش از ۴۰۰ هزار قالی‌باف و سایر فعالان حرف مرتبط در سراسر کشور با صندوق بیمه اجتماعی کشاورزان، روستاییان و عشایر تفاهم‌نامه همکاری امضا کرد که در آن برای ارائه خدمات بیمه اجتماعی درخصوص بازنشستگی، پیری، از کارافتادگی کلی و فوت به مشمولین، توافق شده بود.

به گفته این مقام مسئول، در حال حاضر ۲۶۱ هزار قالی‌باف هم تحت پوشش بیمه تامین اجتماعی هستند که آنها هم می‌توانند از بیمه ایران بیمه تکمیلی دریافت کنند.

رافع در ادامه با بیان اینکه یکی از موضوعاتی که از سوی مرکز ملی فرش دنبال می‌شود پوشش بیمه حوادث است، اظهار کرد: اکثر قالی‌بافان پایگاه غیرمتمرکزی دارند و در خانه قالی‌بافی می‌کنند بنابراین در برابر سیل، زلزله و حوادث دیگر آسیب‌پذیر هستند که بیمه در برابر این حوادث هم در این قرارداد دیده شده است. همچنین با اجرای تفاهم‌نامه جدید، کارگاه‌های متمرکز و مجتمع قالی‌بافی هم تحت پوشش بیمه قرار می‌گیرند.

رئیس مرکز ملی فرش ایران همچنین با بیان اینکه قرار است بحث تضمین صادرات هم در مجموعه بیمه دیده شود، تصریح کرد: مقرر شده برای تامین سرمایه در گردش و وام معیشتی قالی‌بافان مبلغی به صورت قرض‌الحسنه در اختیار قالی‌بافان قرار گیرد.

بیش از ۴ میلیون تن کالای اساسی در بنادر

وزیر صنعت، معدن و تجارت (صمت) از موجودی ۴ میلیون و ۱۰۰ هزار تن کالاهای اساسی در بنادر کشور خبر داد و با اشاره به لزوم تجدیدنظر در قیمت پایه برخی محصولات در بورس، به دستگاه‌هایی که در اجرای سامانه جامع تجارت کوتاهی کرده‌اند هشدار داد.

به گزارش ایسنا، علیرضا رزم حسینی در نشست ستاد تنظیم بازار اظهار کرد: در ستاد تنظیم بازار تامین کالاهای موردنیاز مردم از طریق افزایش تولید و واردات کالاهای ضروری موردنظر وزارت صمت است. براساس گزارش گمرک تاکنون ۱۶ میلیون تن کالاهای اساسی وارد کشور شده و برای تامین ذخایر کالاهای راهبردی هم اقدامات خوبی صورت گرفته است. مسئله دیگر روان کردن ترخیص کالاهای دپوشده در گمرکات کشور است که براساس مصوبه ستاد اقتصادی دولت در حوزه ترخیص کالاها به ویژه کالاهای اساسی و موردنیاز مردم اقدامات خوبی صورت گرفته است.

وی همچنین از موجودی ۴ میلیون و ۱۰۰ هزار تن کالاهای اساسی در بنادر کشور خبر داد و گفت: باید برای ترخیص این کالاها مراحل قانونی انجام شود. بنابراین به طور کلی تلاش وزارت صمت تامین مواد اولیه موردنیاز کارخانجات و تامین کالاهای اساسی و ضروری است که باید طبق برنامه وارد شود. اولویت بعدی این وزارت‌خانه هم رصد قیمت و وضعیت عرضه ۱۰۰ قلم کالای اساسی است و براساس گزارشات امروز، قیمت ۴۰ قلم از این کالاها از ثبات نسبی برخوردار بوده و ۶۰ قلم هم نوسانات قیمتی داشته که مقرر شده سازمان حمایت اقدامات لازم را برای ثبات آنها انجام دهد.

وزیر صمت در ادامه اعلام کرد که حوزه اختیارات ستاد تنظیم بازار به استانداران نیز به عنوان رئیس ستاد تنظیم بازار استانی اختیار لازم در حوزه قیمت‌گذاری، نظارت و ترخیص کالاها داده شده است.

هشدار وزیر صمت نسبت به کوتاهی در اجرای سامانه جامع تجارت

وی در ادامه با تاکید بر لزوم اجرایی شدن سامانه جامع تجارت، گفت: اخیرا گزارش‌هایی مبنی بر نرسیدن نهاده‌های دامی پس از ترخیص از گمرک به مقصد نهایی منتشر شده است. به همه دستگاه‌های مسئول ابلاغ شده که باید به سامانه جامع تجارت متصل باشند در این جلسه هم تاکید شده دستگاه‌های مسئول که مصوبات به آنها ابلاغ شده حتما باید آن را اجرا کنند و دستگاه‌های نظارتی باید با بخشی از دستگاه‌های دولتی که در این مورد کوتاهی کردند برخورد کنند.

رزم حسینی با تاکید بر اینکه رسوب کالا در گمرک باید به حداقل برسد، از گمرک و بنادر خواست نسبت به تسهیل و تسریع ترخیص کالاها اقدام کنند تا در بازار نیز اثر بگذارد.

آخرین وضعیت پروازها برای واردات واکسن کرونا



هستیم و اگر از ما درخواستی شود به سرعت برنامه‌ریزی و اقدامات لازم را برای انجام هرچه سریع‌تر پرواز انجام خواهیم داد. معاون هوانوردی و امور بین‌الملل سازمان هواپیمایی کشوری در پاسخ به سوالی مبنی بر اینکه با توجه به آغاز مذاکرات با کره جنوبی برای تهاتر بخشی از پول‌های بلوکه شده ایران با واکسن کرونا، آیا به این کشور پرواز داریم یا خیر، توضیح داد: پروازی به کره جنوبی نداریم اما ایران به دیگر مقاصد مانند عراق و بسیاری از کشورهای اروپایی برقرار است و اگر لازم باشد به سرعت مجوزهای آن را دریافت خواهیم کرد و حتی برای پرواز با هواپیمای باری به کشورهایی مانند انگلستان برای واردات اقلام بهداشتی به ویژه واکسن کرونا هیچ کشوری ممنوعیتی را در نظر نخواهد گرفت و همه دنیا بین پروازهای مسافری و باری تفاوت قائل خواهند شد.

کشورهای مبدأ احتمالی واکسن کرونا پرواز داریم و اگر پروازی از قبل برنامه‌ریزی نشده باشد چه باید کرد؟ابوالقاسم جلالی – معاون هوانوردی و امور بین‌الملل سازمان هواپیمایی کشوری – در این باره به ایسنا، گفت: اگر پرواز برنامه‌ای از قبل به کشوری که از آن واکسن کرونا خریدیم داشته باشیم که هیچ مشکلی برای انجام پروازهای باری برای خرید و واردات واکسن کرونا نداریم، اما اگر به آن مقصد خارجی پروازی نداشته باشیم، مجوزهای لازم را برای انجام پرواز باری به صورت موردی دریافت کرده و این کار را انجام می‌دهیم. وی با تاکید بر اینکه وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی باید برای انجام پروازهای مرتبط با واردات واکسن کرونا به سازمان هواپیمایی کشوری درخواست دهد، افزود: در این زمینه کاملا تابع وزارت بهداشت و دیگر متولیان سلامت مانند ستاد ملی مقابله با کرونا

در شرایطی که به نظر می‌رسد مذاکرات ایران برای خرید و واردات واکسن کرونا آغاز شده است، معاون هوانوردی و امور بین‌الملل سازمان هواپیمایی کشوری اعلام کرد هیچ مشکلی برای واردات واکسن کرونا از کشورهای مختلف نداریم و حتی اگر پروازی به آن کشور نداشته باشیم به صورت موردی برنامه‌ریزی و انجام خواهد شد.

به گزارش ایسنا، از روزی که عبدالناصر همتی – رئیس کل بانک مرکزی- از حل شدن مشکل نقل و انتقال ارز برای واردات واکسن کرونا خبر داد، همه منتظر بودند تا ببینند بالاخره نخستین پرواز برای این کار کی انجام می‌شود و حالا پس از گذشت حدود دو هفته خبرهایی مبنی بر آغاز مذاکره با کره جنوبی برای تهاتر پول‌های بلوکه شده ایران با کالاهایی مانند واکسن کرونا منتشر شده است. اما سوال اینجاست که به کدام

«روغن» همچنان در خواب زمستانی!

نشانی اینترنت ntsw.irنام‌نویسی کنند. محمدی با اشاره به اینکه با هزار زحمت در سامانه مورد تأیید سازمان صمت ثبت نام و پس از آن سهمیه دو تا سه کارتن تعلق می‌گیرد، خاطرنشان کرد: همین مقدار در موقع عرضه در کمتر از یک تا دو ساعت به پایان می‌رسد و با این مقدار نمی‌توان مقدار تقاضای شهروندان را مدیریت کرد.

وی با بیان اینکه مجبور هستیم روغن خارجی بیایوریم که با توجه به هزینه سنگین آن استقبالی از سوی مسئولین صورت نمی‌گیرد، عنوان کرد: برخی از شرکت‌های توزیع نیز برای اعطای سهمیه روغن اختصاصی ما را مجبور به خرید اقلامی همچون شیر، رب گوجه فرنگی، ماست و ... می‌کنند.

نیز استان هرمزگان به روغن نباتی به طور متوسط ماهانه ۲۵۰۰ تن است و هر هرمزگانی به طور میانگین سالانه ۱۶ لیتر روغن مصرف

رشد ۳ درصدی قیمت طلای سرخ

پرونده قاچاق زعفران با حذف تعرفه صادرات بسته می‌شود

عوارض امکان افزایش صادرات به کشورهای چین و هند به عنوان مصرف‌کننده سنتی زعفران وجود دارد که در نتیجه افزایش صادرات و رسیدن محصول به نرخ واقعی، رضایت کشاورز را دربر دارد. این مقام مسئول با اشاره به اینکه قیمت کنونی زعفران مقرون به صرفه نیست، بیان کرد: اگر تدابیری برای کشت این محصول نشود، دیگر شاهد افزایش ۱۰ تا ۱۵ درصدی همه ساله سطح زیرکشت نخواهیم بود.

او با بیان اینکه ورود زعفران به کشور افغانستان ممنوع است، گفت: در حال حاضر قیمت زعفران به حدی برای دلال و عوامل واسطه جذابیت دارد که از مسیرقانونی و غیرقانونی به افغانستان و دیگر کشورها همچون چین و آمریکا که به علت تعرفه بالا یا شرایط تحریم امکان مبادله تجاری وجود ندارد، صادر می‌شود. میری در پایان تصریح کرد: با رفع موانع صادرات از جمله حذف تعرفه بالای صادراتی و مشکلات بازگشت ارز به کشور، مسئله قاچاق زعفران به علت شفافیت حل می‌شود.

حذف تعرفه بالای صادرات راهی برای پایان دادن به قاچاق

میری با انتقاد از تعرفه بالای صادرات به چین و هند گفت: از وزارت امور خارجه و مجلس شورای اسلامی تقاضا داریم که تعرفه عوارض صادرات به هند و چین را لغو کنند، چراکه تعرفه بالای صادرات به این کشورها موجب شده هنک کنگ و ویتنام عمده زعفران ایران را خریداری کنند و از آنجا که مصرف‌کننده نیستند، به صورت قاچاق به کشورهای چین و هند مجدد صادر کنند، در حالی که با حذف تعرفه

آخرین وضعیت خودروهای وارداتی دپو شده

دبیر انجمن واردکنندگان خودرو آخرین وضعیت خودروهای وارداتی را تشریح کرد.

به گزارش صبحانه، مهدی دادفر دبیر انجمن واردکنندگان خودرو با بیان اینکه از حدود ۱۲ هزار و ۷۰۰ خودرویی که از سال ۹۷ در گمرکات کشور وجود داشته بیش از ۱۲ هزار خودرو ترخیص شده‌اند، گفت: اکنون ۲ هزار و ۸۷۳ خودرو در گمرکات جمهوری اسلامی مانده است، اما خبری از ترخیص آنها نیست زیرا این خودروها ثبت سفارش نشده‌اند، به همین دلیل به هیچ عنوان اجازه ترخیص آنها داده نمی‌شود.

دبیر انجمن واردکنندگان خودرو ادامه داد: همچنین حدود ۷۰۰ خودرو در گمرکات باقی مانده است که قبل از ثبت سفارش وارد کشور شده بودند تا همزمان با ورود به گمرک مجوز ثبت سفارش دریافت کنند.

دادفر در پاسخ به سوالی مبنی بر اینکه واردات انحصاری خودرو انجام می‌شود یا خیر، گفت: قطعانه می‌توان گفت که واردات خودرو طی ۳ سال گذشته بسته است و فرق نمی‌کند که خودرو قرار است انحصاری وارد شود یا ارگانی، حتی واردات خودرو به صورت قاچاق هم انجام نشده است. به دلیل شفاف بودن فضای واردات خودرو، هیچ‌گونه واردات انحصاری و قاچاق انجام نمی‌شود. وی با تأکید بر اینکه بیش از ۲ هزار خودرو نیز دارای پرونده قضایی هستند، گفت: این خودروها به شرط دریافت حکم قضایی ترخیص خواهند شد. سیستمی که طراحی کرده‌اند باعث شده تا کار واردات بهتر انجام شود، هیچ‌گونه فسادى در آن وجود ندارد و تمام کارها شفاف است.

دبیر انجمن واردکنندگان خودرو با اشاره به قاچاق موتورسیکلت در کشور، گفت: متأسفانه برخلاف اینکه روی واردات حساسیت وجود دارد، در جلوگیری از واردات موتور حساسیت وجود ندارد و شاید بتوان این را گفت که هیچ نظارتی در واردات موتورسیکلت وجود ندارد، اکنون در بازار مشاهده می‌کنیم موتورسیکلتی که زمانی یک میلیون تومان بود، بیش از ۲۰ میلیون قیمت‌گذاری شده است.

به گزارش فارس، برخی مخاطبان سامانه «فارس من» با ثبت سوژه‌ای با عنوان «واردات خودرو را آزاد کنید» خواستار پیگیری این موضوع شده‌اند.

موافقت با بازسازی ۲۲۰ اتوبوس شهری اصفهان

رئیس کمیسیون حمل‌ونقل و فناوری اطلاعات شورای اسلامی شهر اصفهان گفت به تازگی بازسازی ۱۵۰ دستگاه اتوبوس شهری ایران خودرو و ۷۰ دستگاه اتوبوس شهری زرين خودرو از طريق برگزاری مناقصه عمومی به تصویب شورای شهر رسیده است. امیراحمد زندآور در گفت‌وگو با خبرنگار ایما، با بیان اینکه توسعه شهر و رفاه شهروندان در آینده تا حد زیادی در گرو ارتقای سطح حمل‌ونقل عمومی است، اظهار کرد: در سال ۹۹، حدود ۴۴ درصد از بودجه شهرداری به حوزه حمل‌ونقل اختصاص یافته و در راستای زیست‌پذیری بیشتر شهر و کاهش تردد خودروهای شخصی، این سهم در بودجه سال آینده نیز افزایش می‌یابد.

وی افزود: با روند روبه‌رشد شهرنشینی، تا سال ۲۰۵۰ جمعیت شهری تا مرز ۸۰ درصد نیز افزایش خواهد داشت بنابراین باید توسعه حمل‌ونقل عمومی در چشم‌اندازهای شهری مدنظر باشد. رئیس کمیسیون حمل‌ونقل و فناوری اطلاعات شورای اسلامی شهر اصفهان تصریح کرد: نقش حمل‌ونقل عمومی در برنامه «اصفهان ۱۴۰۵» می‌تواند یک گام رو به جلو برای شهر باشد و نواقصی که اصفهان در این زمینه دارد و در حد استاندارد شهر نیست، مورد توجه ویژه قرار گیرد.

وی با اشاره به تفاهنامه شهرداری اصفهان برای بازسازی اتوبوس‌های شهری با سازمان برنامه و بودجه و صندوق امید، خاطرنشان کرد: نوسازی ناوگان حمل‌ونقل عمومی در کاهش آلودگی هوا و دسترسی‌پذیری بیشتر به منابع شهر مؤثر است بدین سبب در قالب تفاهنامه مذکور مقرر شده بابت هر دستگاه اتوبوس ۲۸۰ میلیون تومان هزینه در قالب تسهیلات به شهرداری پرداخت شود تا ناوگان فرسوده اتوبوسرانی اصفهان به سمت بازسازی پیش رود.

زندآور خاطرنشان کرد: پیش‌تر ۱۸۹ دستگاه اتوبوس برای بازسازی به شرکت پیشرو واگذار شده بود و اخیراً نیز بازسازی ۱۵۰ دستگاه اتوبوس شهری ایران خودرو و ۷۰ دستگاه اتوبوس شهری زرين خودرو از طریق برگزاری مناقصه عمومی به تصویب شورای شهر رسیده است؛ با این تعداد و آنچه پیش از تفاهنامه با صندوق امید انجام شده، نزدیک به ۵۲۰ دستگاه اتوبوس که خارج از چرخه حمل‌ونقلی شهر بود به ناوگان اتوبوسرانی اصفهان اضافه خواهد شد.

رئیس کمیسیون حمل‌ونقل و فناوری اطلاعات شورای اسلامی شهر اصفهان گفت: هزینه‌های ایجاد خطوط اتوبوس تندرو و قطار شهری سنگین است، بنابراین با توجه به اینکه ردیف‌های بودجه شهرداری توان پوشش آن را ندارد، ناگزیر به اخذ اوراق مشارکت هستیم و بدین سبب مدیریت شهری در چند سال گذشته اقدام به اخذ اوراق مشارکت برای توسعه حمل‌ونقل عمومی کرده و این اوراق در قالب لوائح پیشنهادی برای تصویب به شورای شهر ارسال می‌شود.

وی تصریح کرد: به تازگی شورای شهر به شهرداری اجازه انتشار مبلغ ۴ هزار میلیارد ریال اوراق مشارکت را برای تأمین بخشی از منابع مالی در توسعه خطوط تندروی اتوبوسرانی داده است که این اوراق با نرخ سود اعلامی بانک مرکزی و تطبیق بازپرداخت ۵۰ درصد اصل و سود توسط دولت خواهد بود. زندآور با اشاره به چشم‌انداز سال آینده اصفهان در حوزه حمل‌ونقل عمومی، اظهار امیدواری کرد: تفاهنامه بازسازی ۷۰۰ دستگاه اتوبوس در سال آینده اجرایی شود و با خرید اتوبوس‌های جدید، شاهد بازسازی و نوسازی بخش عمده‌ای از اتوبوس‌های شهری اصفهان باشیم.

سازمان‌های توسعه‌ای رقیبی جدید در صنعت خودرو



دارد و هرچند سهام اقلیتی در این شرکت‌ها دارد اما به دلیل شرکت‌های تو در تو نسبت به اعمال قدرت در شرکت‌های خودروسازی اقدام کرده و حتی دست به انتخاب هیأت مدیره شرکت‌ها می‌زند.

وی می‌افزاید: به توجه به این شرایط باید پیش از آنکه دست به ایجاد تشکیلاتی چه با حضور بخش خصوصی و چه دولتی بزنند در گام نخست به نسبت به تعیین تکلیف حضور این سازمان‌ها در صنعت تولید خودرو و گیرهای موجود را رفع کرده و خودروسازان را به ظرفیت واقعی تولید (بیش از یک میلیون و ۸۰۰ هزار دستگاه خودرو در سال) برسانند و سپس به دنبال ایجاد خودروسازی دیگر با حضور ایدرو باشند.

این کارشناس صنعت خودرو با بیان اینکه این اظهارات مطالعه شده نیست، تصریح می‌کند: در حال حاضر در تبریز سایت تولید خودرو وجود دارد و حتی بخش خصوصی نیز در این استان در زمینه تولید خودرو فعال است بنابراین منطقی بر این موضوع حاکم نیست در شرایطی که خودروسازان تحت اختیار دولت با مشکلات متعددی دست به گریبان هستند با ایجاد رقیبی جدید و با هدف رفع انحصار تهدید کرد.

مدنی در پاسخ به اینکه آیا لازمه رفع انحصار ایجاد کارخانه‌های خودروسازی جدید است نیز اظهار می‌کند: هم‌اکنون انحصاری در صنعت خودرو وجود ندارد و اگر فرض بر این بود که خودروسازان فعلی خصوصی بودند و با همکاری یکدیگر نسبت به ایجاد کارتلی بزرگ اقدام کرده و

در حالی بر رفع انحصار در صنعت خودرو تأکید و راهکارهایی با هدف رفع آن مطرح شده که به نظر می‌رسد وزیر صمت ایجاد خودروسازی‌های جدید با حضور دولتی‌ها و سازمان‌های توسعه‌ای با هدف ایجاد رقیبی جدی را عاملی برای رفع انحصار می‌داند. به گزارش پدال نیوز به نقل از خودروکار، علیرضا رزم حسینی وزیر صمت در حالی پس از روی کار آمدن همواره بر رفع انحصار در صنعت خودرو تأکید دارد که به اعتقاد وی ایجاد خودروسازی با مشارکت بخش خصوصی می‌تواند یکی از راهکارهای رفع انحصار باشد به طوری که او در تازه‌ترین اظهارات خود در تبریز از آمادگی این وزارتخانه بر ایجاد یک خودروسازی در آذربایجان شرقی با مشارکت یک سازمان توسعه‌ای نظیر سازمان گسترش و نوسازی صنایع ایران خبر داده است. این شرایط در حالی است که کارشناسان صنعت خودرو همواره معتقدند حضور دولت در صنعت خودرو یکی از دلایل انحصار این صنعت بوده و لازم است هرچه سریع‌تر نسبت به خروج دولت از این صنعت اقدام شود. در این شرایط این پرسش مطرح می‌شود در حالی که این سازمان توسعه‌ای هم‌اکنون اهرم فشاری در شرکت‌های خودروسازی در اختیار دارد، چه نیازی به ایجاد خودروسازی جدید دولتی است؟

در همین حال سعید مدنی، مدیرعامل اسبق گروه خودروسازی سایپا با اشاره به سهم ایدرو در دو خودروساز بزرگ می‌گوید: هم‌اکنون این سازمان سهمی از ایران خودرو و سایپا را در اختیار دارد بر این اساس اختیاراتی

افزایش شرکت‌های تولیدکننده برای فرار از حل مسئله است

رزم حسینی، وزیر صنعت، معدن و تجارت در رابطه با حل مشکل افزایش قیمت محصولات داخلی گفته بود به دنبال این هستیم که خودروسازی را از انحصار خارج کنیم و سیاست وزارت صمت این است تا زمانی که خودرو انحصاری است، قیمت‌ها متعادل نیست.

رزم حسینی تأکید کرده بود: باید تلاش کنیم تا شرکت‌های جدید را در بازار خودرو تقویت کنیم تا اینها بیشتر در بازار فعالیت کنند و کیفیت خودرو نیز مورد توجه خاص خواهد بود. حال سوال اینجاست که ورود شرکت‌های جدید به بازار خودرو چه اندازه در اصلاح این بازار و نیز قیمت واقعی محصولات تأثیر گذار است؟ امیرحسن کاکایی، کارشناس صنعت خودرو اما ضمن نقد سخنان وزیر صمت معتقد است که ما در حال حاضر تولیدکننده داخلی کم نداریم به نوعی که در حال حاضر نزدیک به ۲۸ خودروساز خصوصی در کشور فعالیت

ورق بازار خودرو برمی‌گردد؟

ماه اخیر را متوقف و نوسانی هرچند جزئی اما صعودی به‌خود بگیرد. در این رابطه سعید مومتنی- رئیس اتحادیه نمایشگاه‌داران و فروشندگان خودرو تهران- تصریح کرد: از ابتدای آبان ماه که کاهش قیمت‌ها آغاز شد تا زمان اعلام تغییر فرمول شورای رقابت برای قیمت‌گذاری برخی خودروها؛ بازار همان کاهش ۳۰ الی ۳۲ درصدی خود را حفظ کرده بود و فروشندگان و خریداران نیز با این قیمت‌ها کنار آمده بودند و آنهایی که نیاز به خودرو داشتند، طی چند هفته اخیر خرید خود را انجام دادند. وی افزود: از روز سه‌شنبه گذشته پس از اعلام نظر شورای رقابت و اعلام فرمول جدید برای قیمت‌گذاری

ما به جز دو خودروسازی دولتی (ایران خودرو و سایپا) ۲۸ خودروساز خصوصی دیگر داریم که در این بازار فعالیت می‌کنند و میلیاردها تومان سرمایه‌گذاری کرده‌اند که در حال حاضر دچار زیان‌های زیادی شده‌اند بنابراین ما ابتدا باید ریشه‌یابی کنیم که چه اتفاقی افتاده است که به این وضعیت دچار شده‌اند.

صنعت خودروسازی ایران سال‌هاست با مشکلات زیادی مواجه است و در این میان سیاستگذاران و تصمیم‌گیرندگان در هر دوره برای رفع مشکلات این صنعت به صورت مقطعی راه حل‌هایی مطرح می‌کنند که نه تنها به حل مشکلات کمکی نمی‌کند بلکه مسائل خودروسازی کشور را نیز پیچیده‌تر می‌کند. افزایش قیمت خودروهای داخلی و شیوه قیمت‌گذاری از جمله مشکلات این صنعت است که آن را به بن بست کشانده است. در این میان چندی پیش علی رضا

پس از برگزاری جلسه شورای رقابت و اعلام فرمول جدید برای قیمت‌گذاری تعدادی از خودرو، قیمت‌ها در بازار خودرو پس از چند ماه، روند کاهشی خود در بازار را متوقف کرد و نوسان افزایشی جزئی به خود دید اما از امروز به گفته رئیس اتحادیه نمایشگاه‌داران و فروشندگان خودرو تهران، جو روانی ایجادشده برطرف و مجدد ثبات در قیمت‌ها شکل گرفت.

به گزارش خودروتک به نقل از ایسنا، پس از اعلام خبر تغییر فرمول قیمت‌گذاری خودروها برای برخی از محصولات، این موضوع سبب شد بازار خودرو دچار تکانی شده و روند کاهش قیمت خود طی چند

بخشی از خودروها، بازار کمی دچار نوسان شد که امروز (پنجشنبه) فروکش کرده است. پس از صحبت‌های روز گذشته رئیس بازرسی کل کشور، بازرس کل وزارت صمت و همچنین وزیر صنعت، معدن و تجارت مبنی بر اینکه قیمت‌ها بایستی مجدد تجدیدنظر شود، جوی روانی ایجاد شد و برخی از دارندگان خودرو که پس از جلسه شورای رقابت، احساس کردند تصمیم شورای رقابت می‌تواند تأثیر صعودی در قیمت‌ها داشته باشد، از عرضه خودرو به امید صعودی شدن قیمت‌ها، خودداری کرده بودند، اما مجدد جو روانی ایجادشده فروکش کرد و از امروز مجدد فروشنده شده‌اند.

۱۱۷ محصول زیستی با راهبری شرکت‌های توانمند تولید می‌شود

شرکت‌های بزرگ و توانمند دانش‌بنیانی راهبری تولید محصولات زیستی را به عهده گرفتند؛ کاری که قرار است به تولید ۱۱۷ محصول راهبردی بینجامد.

ستاد توسعه زیست‌فناوری معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری یکی از مجموعه‌های پیشرو در حوزه واگذاری خدمات و برون‌سپاری کارها به بخش خصوصی و شرکت‌های دانش‌بنیان است. این ستاد با همین شیوه تاکنون توانسته زنجیره کاملی از این شرکت‌ها را کنار هم جمع کند و با هم‌افزایی امکانات و توانمندی‌های موجود در آنها اهداف خود برای توسعه این علم کاربردی و حیاتی در کشور را پیش ببرد.



دریچه

۵ شرکتی را که با فناوری‌های هوشمند به کاهش آمار سرقت خودرو کمک می‌کند بشناسید

طراحی و تولید سیستم‌های دزدگیر، ضد سرقت و هشدار سرقت با دانش علمی و تخصصی ۵ شرکت دانش‌بنیان روندی رو به رشد گرفت. افزایش آمار سرقت و دزدی در جوامع، امنیت خاطر را از مردم می‌گیرد و توانمندی نهادهایی که وظیفه تامین امنیت جامعه را به عهده دارند، زیر سوال می‌برد؛ به همین دلیل همه کشورها در تلاش برای یافتن راه‌های کاهش این سرقت‌ها و استفاده از ابزارهای نوین برای کنترل آن هستند.

ستاد توسعه فناوری‌های فضایی و حمل‌ونقل پیشرفته معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری هم برای کمک به این حوزه مهم و استراتژیک در تلاش است تا با استفاده از توان دانش‌بنیان‌های کشور و حمایت از تولید محصولات ضدسرقت در حوزه حمل‌ونقل نقشی تاثیرگذار در این حوزه داشته باشد. بر همین اساس هم ۵ شرکت دانش‌بنیان فعال در حوزه طراحی و تولید سیستم‌های دزدگیر، ضد سرقت و هشدار سرقت مورد حمایت این ستاد قرار دارد. در ادامه با این شرکت‌ها آشنا می‌شویم.

۱.رصد لحظه‌ای خودرو

شرکت راد هوش افزا یکی از این شرکت‌ها است که در پارک علم و فناوری استان آذربایجان شرقی مستقر است و در زمینه انفورماتیک و مکترونیک فعالیت می‌کند. هوشمندسازی، رباتیک، اتوماسیون صنعتی، مهندسی پزشکی و شهر الکترونیک زمینه‌های کاری این شرکت است.

نرم‌افزار ردیاب این شرکت به رانندگان و دارندگان وسایل نقلیه شخصی کمک می‌کند تا ایمنی خودروی خود را در هر لحظه رصد کنند. در صورتی که خودروی شخصی در اختیار فرد دیگری باشد، می‌توان با استفاده از اینترنت از طریق تلفن همراه در هر لحظه از وضعیت خودرو، موقعیت مکانی، سرعت لحظه‌ای و متوسط در طول مسیر و بسیاری از اطلاعات دیگر مطلع شد.

یکی از ویژگی‌های مفید این ردیاب‌ها این است که با استفاده از آن می‌توان نسبت به خاموش و یا روشن کردن خودرو در هر نقطه از شهر یا کشور اقدام کرد بنابراین فرد در صورت سرقت خودروی خود می‌تواند به سرعت نسبت به خاموش کردن خودرو از طریق اینترنت تلفن همراه اقدام کند و باعث جلوگیری از روشن شدن مجدد و در نتیجه به سرقت رفتن خودرو شود.

۲.طراحی انواع ردیاب خودرو

شرکت ره نگار گستر کارآفرین هم شرکت دیگری است که به این حوزه ورود کرده است. این شرکت در حوزه بازرگانی و فروش سخت‌افزار مدیریت ناوگان و ارائه خدمات مربوط به ردیابی فعالیت دارد. ردیاب خودروی کانکس، ردیاب خودروی ۲۰۲، ردیاب خودروی ۹۲۰، ردیاب خودروی ۹۰۰ و ... از جمله محصولات این شرکت است. این شرکت فعالیت خود را در حوزه بررسی سیستم‌های ردیابی مدیریت ناوگان و بررسی برندهای سخت‌افزاری کشورهای مختلف جهان گسترش داده است.

۳.تولید سیستم‌های ضدسرقت

شرکت فرجاد سیستم پرداز هم شرکت دیگری است که در حوزه طراحی و تولید سیستم‌های دزدگیر، ضد سرقت و هشدار سرقت فعالیت دارد. ردیاب خودرو از جمله محصولات تولیدی این شرکت است. این سیستم یک دستگاه الکترونیکی است که موقعیت خودرو

(سواری، کامیون، اتوبوس و ...) را ارسال می‌کند. موقعیت ارسال شده توسط دستگاه ردیاب خودرو را می‌توان از طریق سایت ردیابی یا گوشی موبایل بر روی نقشه دید. این دستگاه بسته به نوع و مدل آن، قابل نصب بر روی هر وسیله نقلیه‌ای از قبیل سواری، کامیون، اتوبوس، کامیونت، ماشین‌الات کشاورزی، دستگاه‌های راهسازی، موتورسیکلت و دوچرخه است. ردیاب شخصی یا ردیاب شخص هم یک دستگاه الکترونیکی است که با دریافت سیگنال‌های ماهواره‌های جی پی اس (GPS) موقعیت خود را به صورت طول وعرض جغرافیایی محاسبه می‌کند. عملکرد ردیاب شخصی به صورت کلی مشابه ردیاب خودرو است با این تفاوت که ردیاب شخصی در ابعاد کوچک‌تر وجود دارد و قابلیت حمل در جیب یا کیف شخص را دارد.

دزدگیر ماهواره‌ای هم محصول بعدی این شرکت است. دزدگیر جی پی اس (دزدگیر ماهواره‌ای) به سیستمی گفته می‌شود که علاوه بر قابلیت‌های رایج دزدگیر ماشین، این قابلیت را دارد که وضعیت و موقعیت دقیق خود را به مالک ماشین اطلاع دهد. همچنین با استفاده از سیم‌کارتی که روی آن قرار دارد هر گونه اتفاق مرتبط به امنیت خودرو نظیر ضربه، جابجایی ماشین، باز شدن درب‌ها یا روشن شدن ماشین را بدون محدودیت برد به صاحب ماشین اعلام می‌کند.

۴.کنترل خودرو از راه دور

گروه آرشین هم با طراحی چند محصول دانش‌بنیان به این حوزه ورود کرده است. یکی از محصولات آنها طراحی سیستم‌های امنیت اماکن و دزدگیر است. این سیستم از اجزای متفاوتی چون سنسورهای در و پنجره، سنسورهای حرکتی (بی‌سیم یا سیمی)، دوربین‌های امنیتی (بی‌سیم یا سیمی)، آژیر یا زنگ خطر، سنسور شیشه، سنسور آب، سنسورهای دود و حرارت، سنسورهای گاز طبیعی و گاز CO۲، ریموت کنترل برای کنترل از راه دور و پنل مرکزی تشکیل می‌شوند. محصول دیگر این شرکت، ردیاب و دزدگیر خودرو است؛ محصولی که به تماس اضطراری، خاموش کردن از راه دور، هشدار حمل یا جرتقلیل، تاریخچه حرکت، مدیریت و سهمیه‌بندی سوخت و ... مجهز است.

۵.تامین امنیت ساختمان‌ها

شرکت دانش‌بنیان گستره پرداز هوشمند وستا هم با طراحی چند محصول در تلاش است تا امنیت را برای جامعه به ارفعان آورد. از جمله محصولات این شرکت می‌توان به دزدگیر خودرو، دربارکن ساختمان و سیستم هوشمند ساختمان اشاره کرد.

دزدگیر خودرو دستگاهی است کامل که نقش ردیاب و دزدگیر را به صورت یکپارچه برای خودرو دارد و علاوه بر ویژگی‌های یک سیستم دزدگیر معمولی، از بستر مخابراتی شبکه موبایل و سرویس‌های مخابراتی SMS،WiFi، SMS استفاده می‌کند تا آن را به یک دزدگیر بسیار پیشرفته تبدیل کند.

همچنین این سیستم مجهز به گیرنده جی پی اس است و امکان ردیابی خودرو را به شما می‌دهد. دربارکن ساختمان این شرکت هم شما را قادر می‌کند با موبایل شخصی بدون نیاز به ریموت علاوه بر وای فای و به وسیله پیامک هم درهای ساختمان را باز و بسته کنید. سیستم هوشمند ساختمان هم محصول دیگر این مجموعه فناور است که هدف اصلی آن به کارگیری BMS در ساختمان‌ها و بهره‌گیری از مزایای اقتصادی و کاهش مصرف انرژی و ایجاد فضای امن و آرام در آنها است.



اپل در سال ۲۰۲۱ از چه محصولاتی

کاهش پیدا کند. از سایر احتمالات می‌توان به قرار پشتیبانی از شبکه G5 اشاره کرد. شاید اپل امسال و حتی شاید معرفی پردازنده‌ای با ۳۲ هسته برای در نسخه‌های ۲۱.۵ و ۲۷ اینچی با حاشیه‌های کم ویژگی‌های جدید در راه آید؛ طبق اعلام کو، نسل در نیمه اول سال جاری میلادی معرفی می‌شود. آیفون‌ها فرق می‌کنند، با این حال کیفیت بالایی جدید این تبلت‌ها قادر به پشتیبانی از شبکه G5 مورد استفاده در آپید ایر ۴ و گوشی‌های سری آی عامل iPadOS ۱۵ از راه می‌رسد که تغییرات مخ و ویژگی‌های زیادی را در اختیار کاربران قرار نداد، اما شاید دوباره چنین موضوعی را در iPadOS ۱۵ ش اپل واچ با طراحی جدید: مینگ‌چی کو از معرفی ۲۰۲۱ اشاره کرده که شامل قابلیت‌های مدیریت و در حال حاضر اطلاعاتی درباره طراحی جدید نسل

اپل سال ۲۰۲۰ را با معرفی محصولات جذابی به پایان رساند و انتظارات زیادی از این کمپانی در سال ۲۰۲۱ داریم. ۲۰۲۱ سال مهمی برای دنیای مک خواهد بود و همچنین باید منتظر افزودن ویژگی‌های مهمی به آپید و اپل واچ باشیم. به گزارش دیجیاتو، اپل در ۲۰۲۰ از گوشی‌های سری آیفون ۱۲، اپل واچ سری ۶ و اپل واچ SE همراه آپیدهای جدید و همچنین مک‌های مجهز به چیپ M۱ رونمایی کرد. این کمپانی همچنین سال گذشته میلادی هدفون روگوشی ایرپاد مکس را هم معرفی کرد. انتظار می‌رود ۲۰۲۱ سال هیجان‌انگیزتری برای محصولات اپل باشد. سالی مهم برای دنیای مک: اپل در ماه‌های پایانی ۲۰۲۰ از اولین چیپ مبتنی بر ARM خود برای دنیای مک به نام M۱ رونمایی کرد. این کمپانی تا دو سال آینده به صورت کامل از پردازنده‌های اینتل به چیپ M۱ مهاجرت می‌کند. با وجود این تغییر بزرگ در قلب تپنده مک‌ها، طراحی محصولات مجهز به آنها تفاوتی با نسل قبلی نداشت؛ موضوعی که در سال جاری میلادی تغییر خواهد کرد.

طبق اعلام تحلیلگر مطرح محصولات اپل یعنی مینگ-چی کو، در سه ماهه دوم یا سوم سال جاری میلادی از مک‌بوک پرو ۱۴ و ۱۶ اینچی مجهز به اپل سیلیکون و طراحی جدید رونمایی خواهد شد. در حال حاضر اطلاعات زیادی درباره طراحی جدید این لپ‌تاپ‌ها نداریم، اما انتظار می‌رود مک‌بوک ۱۴ اینچی ابعاد یکسان با مک‌بوک ۱۳.۳ اینچی داشته باشد اما حاشیه‌های اطراف نمایشگر آن

فهرست کالا و خدمات دانش‌بنیان منتشر شد

بنیان معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری توانسته است در زمستان ۱۳۹۹ یک لیست کامل، به‌روز و بسیار پیشرفته را براساس نیازهای کشور ارائه کند. در تهیه این فهرست، همچنین اسناد بالادستی مانند «شیوه‌نامه

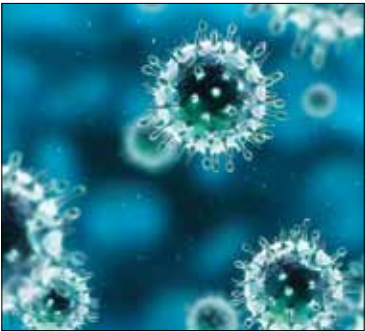
معیارهای کالا و خدمات دانش‌بنیان» نیز مورد توجه قرار گرفته است. در این مرحله فهرست مربوط به کالا و خدمات در ۷ گروه مختلف فناوری که بیشترین تقاضا و مراجعه را از سوی شرکت‌های دانش‌بنیان و فناور، داشته‌اند مورد بازنگری قرار گرفته و به شکل بسیار کامل‌تری عرضه شده‌اند. زیست فناوری، تجهیزات پیشرفته ساخت و تولید آزمایشگاهی، نفت، گاز و پتروشیمی، فناوری اطلاعات و ارتباطات و نرم‌افزارهای رایانه‌ای، برق و الکترونیک و سخت‌افزارهای رایانه‌ای، مواد پیشرفته و داروهای پیشرفته و مهندسی پزشکی این هفت حوزه را تشکیل می‌دهند.

علاقه‌مندان برای کسب اطلاعات بیشتر و مشاهده این فهرست، می‌توانند به سامانه مرکز شرکت‌ها و موسسات دانش‌بنیان معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری به آدرس daneshbonyanistir مراجعه کنند.

فهرست کالا و خدمات دانش‌بنیان براساس ویرایش هفتم به صورت کامل عرضه شد تا فهرستی کامل، به روز و بسیار پیشرفته براساس نیازهای کشور باشد. تولید کالاهای دانش‌بنیان، یکی از معیارهایی است که در فرآیند ارزیابی

و شناسایی شرکت‌های دانش‌بنیان مورد توجه قرار می‌گیرد بنابراین برای این منظور فهرستی از حوزه‌های فناوری کالاها و خدمات دانش‌بنیان تهیه و مبنای عمل قرار گرفته است. در واقع، برای جلوگیری از سردرگمی و فعالیت‌های غیرمرتبط، لیستی کامل از خدمات و کالاهای دانش‌بنیان و حوزه‌های موردنیاز کشور ارائه شده است، تا فعالان دانش‌بنیان و فناور، براساس این لیست تکمیل شده حرکت کنند و از حوزه‌های مشخص شده، مطلع باشند. برای تهیه این فهرست، منابع مختلفی مورد توجه قرار گرفت، یکی از این منابع، فهرست‌ها، دسته‌بندی‌ها و تجربیات، مشابه در برخی کشورهای توسعه یافته یا در حال توسعه بوده است.

اولین فهرست کالا و خدمات دانش بنیان در سال ۱۳۹۱ ارائه شد. در حال حاضر پس از گذشت نزدیک به ۸ سال، مرکز شرکت‌ها و موسسات دانش-



مدیرعامل شرکت پرتو آوی اطلس، در ادامه گفت: بدهیی است که شرکت‌های خارجی تولیدکننده این محصول در ایران نمایندگی رسمی ندارند و به همین خاطر خدماتی برای تعمیر، تعویض قطعه یا ارتقای دستگاه به



آموزش شرکت‌های خلاق آغاز شد تا با ارائه خدمتی دیگر مسیر گسترش فعالیت‌ها هموار شود

ستاد فرهنگ‌سازی اقتصاد دانش‌بنیان و توسعه صنایع نرم و خلاق با تدوین یک راهبرد جدید برنامه توسعه آموزش‌های خلاق را به صورت فشرده آغاز کرد. یکی از فعالیت‌های ستاد فرهنگ‌سازی اقتصاد دانش‌بنیان و توسعه صنایع نرم و خلاق، عقد تفاهم‌نامه و توافق‌های ضمنی با بخش بزرگی از مجموعه‌های خصوصی و دولتی است. این تفاهم‌نامه‌ها در راستای ارائه خدمات به شرکت‌های خلاق انجام می‌شود. بر این اساس، مجموعه آموزشی لیندا، خدمات و ویدئوهای آموزشی را با تخفیف ۶۰ درصدی به مخاطبان برآمده از زیست بوم صنایع نرم و خلاق، عرضه می‌کند. این خدمت به مدت یک ماه عرضه می‌شود. علاقه‌مندان می‌توانند از ۱۱ دی ماه تا ۱۱ بهمن ماه سال جاری از این بسته‌های خدمتی آموزشی استفاده کنند.



طرح‌های فناورانه جنگل‌ها و مراتع رونمایی شد

ستاری: تأمین امنیت غذایی با تعریف مدل بومی امکان‌پذیر است

رونمایی شد.

طرح توسعه فناوری‌های مهندسی و بیومکانیکی و اجرای طرح‌های بیابان‌زدایی، طرح به کارگیری روش آبیاری فناورانه، احداث سد زیرزمینی با استفاده از پتوی بنتونیت، استحصال آب باران و توسعه فعالیت بیولوژیک در دره و مناطق کوهستانی، طرح تثبیت کانون‌های بحرانی ریزگرد با استفاده از فناوری‌های طبیعی، برای مهار کانون‌های گرد و غبار مبتنی بر الگوی توسعه پایدار از جمله این طرح‌ها است. همچنین طرح توسعه گونه بومی گون علفی برای مقابله با بیابان‌زایی در منطقه گنبد کابووس با هدف یافتن روشی مناسب برای کاشت گون علفی بومی تغذیه احشام، حفاظت خاک و جلوگیری از بیابان‌زایی دیگر طرح فناورانه بود که رونمایی شد.

فناوری‌ها را با حوزه کشاورزی پیوند دهیم

در ادامه این مراسم کاظم خاوازی، وزیر جهاد کشاورزی، با اشاره به شرکت‌های دانش‌بنیان در رفع نیازهای حوزه کشاورزی، جنگل‌ها، مراتع و آبخیزداری گفت: یکی از چالش‌های ورود استارت‌آپ‌ها به عرصه بازار تولیدات کشاورزی این است که استارت‌آپ‌های حوزه بازار از یک حدی بزرگتر نمی‌شوند؛ تلاش می‌کنیم این‌را در ابعاد بزرگ به عرصه جنگل، مرتع و آبخیزداری پیوند دهیم. وی با بیان اینکه یکی از راه‌های رونق حضور استارت‌آپ‌ها و شرکت‌های دانش‌بنیان، نقش‌آفرینی در زنجیره تأمین است، ادامه داد: خوشبختانه به همکاری و تعامل سازنده‌ای که با معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری داریم، تمام تلاش‌مان بر این است که نقش این کسب و کارها را از اقتصاد حوزه جنگل‌ها، مراتع و به طور کلی حوزه کشاورزی افزایش دهیم.

توسعه بالغ بر ۲۰ پروژه مشترک فناورانه

مسعود منصور، رئیس سازمان جنگل‌ها، مراتع و آبخیزداری کشور با اشاره به همکاری با معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری برای توسعه طرح‌های نوآورانه در حوزه منابع طبیعی و آبخیزداری گفت: با حمایت معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری و سازمان جنگل‌ها، مراتع و آبخیزداری کشور، توسعه بالغ بر ۲۰ پروژه مشترک فناورانه در دستور کار قرار گرفته است که در ادامه طرح‌های مورد بهره‌برداری قابل تعمیم به سایر مناطق و دارای ویژگی‌های مشترک توسعه می‌یابد. وی با اشاره به ادامه‌دار بودن روند این همکاری‌ها افزود: ۱۴ حوزه کاری دیگر نیز احصا شده است تا در قالب تفاهم‌نامه شود. یکی از این طرح‌ها پایش و اطفای حریق جنگل‌ها است و تمامی این حوزه‌ها غیر از مواردی است که در تعامل با دانشگاه‌ها جلو می‌بریم. منصور، با اشاره به نقش شرکت‌های دانش‌بنیان و استارت‌آپ‌ها در توسعه فناوری‌های حوزه منابع طبیعی و آبخیزداری گفت: ارتباط با دانش‌بنیان‌ها، شنابنده‌ها و شرکت‌های خلاق در قالب رویکردهای جامعه‌گرایانه بهترین راه برای توسعه فناوری‌ها در حوزه آبخیزداری و منابع طبیعی است.

آغاز راه مرکز نوآوری حوزه مراتع و آبخیزداری

در بخش دیگری از این مراسم، تفاهم‌نامه همکاری ایجاد «مرکز نوآوری منابع طبیعی و آبخیزداری» برای بهره‌مندی از حداکثر ظرفیت‌ها در زمینه نوآوری‌ها و فناوری‌های حوزه منابع طبیعی و آبخیزداری میان معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری و سازمان جنگل‌ها، مراتع و آبخیزداری کشور به امضا رسید.

بهره‌گیری از فرصت‌های فناورانه جهت پاسخ به نیازهای کشور در زمینه توسعه فناوری‌های موردنیاز این حوزه، کمک به گسترش زیست بوم نوآوری در کشور در حوزه منابع طبیعی و آبخیزداری به طور خاص موضوع فناوری و نوآوری و حمایت از استارت‌آپ‌ها و کسب و کارهای نوپا از طریق راهاندازی این مرکز نوآوری از اهداف این تفاهم‌نامه همکاری است.

مرکز نوآوری منابع طبیعی و آبخیزداری در کرج راهاندازی خواهد شد و زمینه را برای استقرار شرکت‌های دانش‌بنیان و استفاده از خدمات آزمایشگاهی مهیا خواهد کرد.

با حضور معاون علمی و فناوری رئیس‌جمهوری و وزیر جهاد کشاورزی و رئیس سازمان جنگل‌ها، مراتع و آبخیزداری کشور از دستاوردهای فناورانه مشترک رونمایی شد. بر بستر همکاری دوجانبه میان معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری و سازمان جنگل‌ها، مراتع و آبخیزداری کشور ۲۰ پروژه فناورانه برای کمک به حفظ و صیانت از اقلیم کشور تعریف شده بود که امروز طرح‌های به نتیجه رسیده و نهایی شده وارد مرحله اجرایی شدند.

کاربرد این طرح‌ها در حوزه‌هایی چون بیابان‌زدایی، حفاظت از آب و خاک، رونق صنایع و فعالیت‌های زیست‌محیطی است و در مسیر صیانت از کشور از این طرح‌ها حسب مورد و اقلیم مناطق گوناگون، استفاده خواهد شد.

توانمندی دانش‌بنیان‌ها حافظ محیط زیست و منابع غذایی می‌شود

سورنا ستاری، معاون علمی و فناوری رئیس‌جمهوری در این مراسم با اشاره حمایت از طرح‌های دانش‌بنیان برای صیانت از جنگل‌ها، مراتع و ظرفیت‌های اقلیمی کشور گفت: برای حفظ زیست‌بوم کشور باید به توسعه فناوری‌ها بر مبنای ویژگی‌های بومی به ویژه در حوزه محیط زیست و غذا توجهی ویژه داشته باشیم. معاون علمی و فناوری رئیس‌جمهوری با بیان اینکه تأمین امنیت غذایی صرفاً با تعریف مدل بومی امکان‌پذیر است، افزود: تنوع زیستی کشور اگر با مدل بومی توسعه فناوری پیوند بخورد، ما را از تأمین مواد غذایی بی‌نیاز خواهد کرد. بسیاری از مدل‌های توسعه در زنجیره غذا با ظرفیت‌های بومی کشور سازگار نبوده است اما حضور شرکت‌های دانش‌بنیان می‌تواند این روند را به نفع ویژگی‌های منحصر به فرد بومی کشور مان اصلاح کند.

وی با بیان اینکه شرکت‌های دانش‌بنیان گام‌های مثبتی در تأمین امنیت غذا و حفظ زیست‌بوم کشور پیموده‌اند، عنوان کرد: بنای توسعه پایدار، توجه به جنبه‌های بومی و همچنین اقتصادی مدل است. باید مدل‌های توسعه بومی و اقتصادی را پیاده کنیم و در این مسیر کاملاً آماده‌ایم تا با حمایت از شرکت‌های دانش‌بنیان، توسعه را بر مبنای این الگو محقق کنیم.

ستاری با بیان اینکه بسیاری از طرح‌های حوزه کشاورزی، جنگل و آبخیزداری به دست شرکت‌های دانش‌بنیان قابل توسعه و پیاده‌سازی است، ادامه داد: پژوهشی محصول آفرین می‌شود که بخش خصوصی در آن سرمایه‌گذاری کند. دولت باید راهبر پژوهش باشد نه مجری آن و برای به دست آوردن محصول از پژوهش، حاصل نقش‌آفرینی بخش خصوصی است.

معاون علمی و فناوری رئیس‌جمهوری با بیان اینکه باید پژوهشگاه‌ها و پژوهشکده‌های دولتی با آغوشی باز از جوانان و طرح‌های نوآورانه آنان حمایت کنند، ادامه داد: پژوهشگران و اعضای هیأت علمی مستقر در این پژوهشگاه‌ها می‌توانند به توسعه و تحقق ایده‌های نوآورانه جوانان کمک کنند. پژوهشگاه باید جایی باشد که درآمد خود را از محل شرکت‌های دانش‌بنیان تأمین می‌کند و یک درآمد پایدار را برای پژوهش‌های بعدی سرمایه‌گذاری میکند.

ستاری با اشاره به سرمایه‌گذاری روی فرآورده‌های بومی بسیاری و ارقام گیاهی جدید سازگار با محیط زیست ادامه داد: امیدواریم با اقداماتی چون راهاندازی مرکز نوآوری برای تبدیل ایده‌های‌شان به محصول، مسیری پایدار برای توسعه اقتصاد دانش‌بنیان و کمک به حوزه جنگل‌ها فراهم شود.

ستاری با بیان اینکه حفاظت از محیط زیست و ظرفیت‌های اقلیمی با فناوری‌های بومی امکان‌پذیر است، ادامه داد: دانش‌بنیان‌های کشور، ایران را در میان برترین‌های فناوری حوزه پهنادی جای داده‌اند. تعامل میان حوزه کشاورزی و شرکت‌های دانش‌بنیان این حوزه می‌تواند در خدمت حوزه جنگل‌ها و مراتع و آبخیزداری کشور قرار بگیرد. در این راستا نیز آماده هستیم از این تعامل میان بخش متولی و شرکت‌های دانش‌بنیان حمایت کنیم.

در ادامه از طرح‌های فناورانه به نتیجه رسیده از میان پروژه‌های مشترک میان سازمان جنگل‌ها، مراتع و آبخیزداری با معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری



مصولاتی رونمایی می‌کند؟

قابلیت اندازه‌گیری فشار خون و قند خون به این ساعت هوشمند اضافه شود.

آیفون ۱۳ بدون پورت: اپل سال ۲۰۲۰ نسل جدید آیفون را با یک ویژگی مهم یعنی پشتیبانی از شبکه 5G و در چهار نسخه معرفی کرد. انتظار می‌رود در سال جاری میلادی دوباره با چهار گوشی ملاقات کنیم که البته طبق گفته کو، به دوربین باکیفیت‌تری مجهز می‌شوند. علاوه بر این، شنیده‌ها از امکان حذف پورت از آیفون ۱۳ حکایت دارند که البته هنوز نمی‌توان آن را تأیید کرد. نسل جدید ایرپاد و ایرپاد پرو: امسال باید منتظر نسل جدید ایرپاد و ایرپاد پرو باشیم که احتمالاً طراحی آنها مشابه یکدیگر خواهد بود. ایرپاد استاندارد اگرچه طراحی مشابه نسخه پرو خواهد داشت، اما از قابلیتی مانند نویز کنسلینگ فعال بهره نمی‌برد.

شاید این کمپانی در سال ۲۰۲۱ از یک اسپیکر هوشمند جدید برای قرارگیری در میان هوم‌پاد ۲۹۹ دلاری و هوم‌پاد مینی ۹۹ دلاری رونمایی کند. با این حال کو در ماه دسامبر ۲۰۲۰ از تقاضای پایین برای این اسپیکرهای هوشمند و تعلیق موقت برنامه‌ها برای مدل جدید خبر داد.

اپل تی‌وی و تی‌وی پلاس: شنیده‌ها از معرفی اپل تی‌وی جدید در آینده نزدیک حکایت دارند. این دستگاه از پردازنده سریع‌تری بهره می‌برد که نتیجه آن اجرای بهتر بازی‌ها خواهد بود. شایعات همچنین به کنترلر بازی این کمپانی اشاره می‌کنند. در سال ۲۰۲۱ سرویس استریم ویدئوی اپل به نام تی‌وی پلاس هم میزبان سریال‌ها و فیلم‌های جدیدی خواهد بود.

گری فیس آیدی در این محصولات و همچنین از نسل جدید تراشه‌های سری M رونمایی کند مک پرو جدید باشیم. آی‌مک جدید هم احتمالاً م نمایشگر و همچنین چیپ M1 از راه می‌رسد. جدید آپید پرو همراه با نمایشگر مینی ال‌ای‌دی این پتل‌ها با نمایشگر OLED مورد استفاده در واهند داشت. علاوه بر این انتظار می‌رود نسل باشند. آپید پرو ۲۰۲۱ به چیپ A۱۴ Bionic بفون ۱۲ مجهز می‌شود. امسال همچنین سیستم تصوص به خود را خواهد داشت. iPadOS ۱۴ iPadOS ۱۳ یک نسخه انقلابی بود، بنابراین اهد باشیم.

نسل آینده اپل واچ با طراحی جدید در اواخر سلامت نوآورانه و همچنین طراحی بهتر می‌شود. آینده اپل واچ منتشر نشده، اما انتظار می‌رود

دنیای بازی‌های رایانه‌ای ایرانی گسترش یافت

در نظر دارد بازی‌های بیشتری در این ژانر تولید کند، باید توجه کرد که شرکت‌های ایرانی توان و قدرت رقابت با رقبای خارجی را دارند، اما نهادهای دولتی باید از بخش

خصوصی حمایت کنند و بسته‌های حمایتی لازم نظیر تسهیلات را به صورت هوشمندانه‌ای تخصیص دهند.

وی همچنین گفت: تولید بازی‌های استراتژیک، بخش دیگری از کار ما است و امیدوار هستیم در این زمینه بتوانیم محصولات باکیفیت و باب سلیقه، کاربر ایرانی را تولید کنیم. این فعال دانش‌بنیان همچنین بیان کرد: به دلیل نیاز به خرید سرور، برای برخورداری از حمایت‌های معاونت علمی و فناوری

ریاست جمهوری، اقدام کرده‌ایم. در صورت اختصاص این حمایت‌ها، تعداد بیشتری از افراد فارغ‌التحصیل در این مجموعه مشغول به کار خواهند شد.

یک شرکت دانش‌بنیان توانسته است با تولید بازی‌های بومی رایانه‌ای، طیف گسترده‌ای از مخاطبان را جذب کند.

بنیامین سالاری، مدیرعامل شرکت دانش‌بنیان خانه فناوری و هنر اکسیرتک گفت: فعالیت اصلی این مجموعه در زمینه تولید بازی‌های رایانه‌ای است. البته این شرکت در زمینه وب، ریاتیک و بسترهای هوشمند نیز فعالیت می‌کند.

مدیرعامل شرکت دانش‌بنیان خانه فناوری و هنر اکسیرتک در ادامه افزود: این شرکت توانست بازی روی خط را ابداع کند که در دو جشنواره بین‌المللی توانست جوایزی را کسب کند. برنامه‌نویسی شبکه، برنامه‌نویسی بلادرنگ و پیام‌رسان

بلادرنگ از جمله ویژگی‌های متمایز این مجموعه بازی است. سالاری با اشاره به تحقیقات انجام گرفته در این شرکت، گفت: موضوع این بازی اجتماعی است. این مجموعه



دانشجویان بین‌المللی مالزی باز می‌گردند

قبول می‌کنند، مانع بازگشت دانشجویان جدید می‌شود. بالدوین گفت: زمانی که این مراکز پردازش ویزاهای دانشجویی را آغاز کنند و دانشجویان اجازه ورود پیدا کنند اول ژانویه است، مگر اینکه از ۲۳ کشور یادشده باشند. البته

پردازش ویزای آنها چهار هفته طول می‌کشد. سپس آنها باید اینجا پرواز کنند و در قرنطینه بمانند بنابراین احتمالاً تا اواسط فوریه پیش از رسیدن آنها به اینجا نخواهد بود.»

دانشجویانی که می‌توانند وارد مالزی شوند لازم است به مدت ۱۰ روز در قرنطینه بمانند و می‌توانند این درخواست را به صورت آنلاین رزرو کنند.

وضعیت مبهم دانشجویان بین‌المللی مالزی همانند بسیاری از کشورها، دانشجویان بین‌المللی که قرار است در مالزی باشند به دلیل کم‌توجهی از سوی مقامات ابراز ناامیدی و نگرانی می‌کنند. دانشجویان اعلام کرده‌اند پس

از ماه‌ها ثبت نام و برنامه‌ریزی، هنوز وضعیت روشنی ندارند و هیچ جدول زمانی مشخصی برای کار دانشجویان بین‌المللی وجود ندارد. پس از یک سال تغییر اقدامات انجام شده برای آنها دشوار است.

با توجه به تلاش‌های اخیر مالزی برای کاهش آسیب‌های ناشی از شیوع کرونا آمیدها مبنی بر آغاز تحصیل پررنگ شده است.

به گزارش پای نیوز، تأثیر منفی شیوع کرونا بر دانشگاه‌ها و کالج‌های بخش خصوصی سهامداران امیدوارند که پردازش ویزا در اوایل سال ۲۰۲۱ از سر گرفته شود و دانشجویان جدید بین‌المللی اجازه ورود به کشور را بدهند. از آغاز ماه اکتبر مرزهای مالزی تا ۳۱ دسامبر به روی دانشجویان بسته شده بود، اما دانشجویان ثبت نام شده، اگر از یکی از ۲۳ کشور از جمله ایالات متحده، هند، روسیه، کشورهای آمریکایی و اروپای غربی، ترکیه، بنگلادش و اندونزی و کشورهای همسایه نایند، می‌توانستند به کشور وارد شوند. کریس بالدوین، مدیرعامل و مدیر تحقیقات در دانشگاه پزشکی نیوکاسل مالزی، گفت: «ما در حال حاضر در موقعیتی هستیم که هر دانشجویی که قبل ثبت نام کرده

است می‌تواند به کشور برگردد مگر اینکه در یکی از ۲۳ کشور باشد. ما بیشتر دانشجویان بین‌المللی خود را به کشور بازگردانیم. با این وجود، کمبود مراکز رسیدگی به درخواست‌های ویزا که در خواست‌های ویزای دانشجویی را



ر کورد تاریخی برای کشور انگلستان

 	به قلم: نسلین کاسترونو آخربنگر	
 	مترجم: امیر آل علی	

در اتفاقی تاریخی روز گذشته نیمی از برق موردنیاز انگلستان توسط توربین‌های بادی تامین شد. این اتفاق در طول تاریخ بی‌سابقه بوده و دلیل اصلی این امر نیز به خاطر توفان شدید و تعداد توربین‌های زیادی است که در چند سال اخیر ایجاد شده‌اند. این اقدام در راستای چشم‌انداز مسئولان برای تبدیل انگلستان به کشوری همگام با محیط زیست با کربن صفر تا ۲۰۵۰ است. در این راستا هدف نزدیک‌تر، تامین یک سوم از برق سالانه، از طریق توربین‌های بادی تا سال ۲۰۳۰ است. در کنار این موضوع، چندین خبر از تأسیس نیروگاه‌های کوچک هسته‌ای نیز منتشر شده است. همین امر باعث شده است تا بسیاری از تحلیلگران، انگلستان را سبزترین کشور چند سال آینده بدانند. در این راستا این نتایج می‌تواند منجر به ترندی جدید در بین مسئولان کشورهای مختلف شود. درواقع اکنون بیش از هر زمان دیگری می‌توان به محیط زندگی سالم‌تر، امیدوار بود.

منبع: thehill.com

تقدیر اوبر از خط مقدم درمان

کمپین جدید اوبر، محصول آژانس تبلیغاتی «Mother»، یک سری پیام‌های تقدیرآمیز برای بیمارستان‌ها می‌فرستد. به گزارش ام بی ای نیوز، اوبر در چارچوب یک کمپین جدید ضمن تشکر از کارمندان سازمان جهانی بهداشت و خط مقدم کادر درمان، امکان حمل و نقل رایگان با خودروهای این شرکت را برای‌شان فراهم و یک سری غذای مجانی را میان‌شان توزیع می‌کند.

کمپین #GratefulUK اولین اقدام Mother برای این سرویس تاکسیرانی به شمار می‌رود که در پی موفقیت کسب و کار تبلیغات «Uber Eats» در سال ۲۰۱۹، اختیارات خود در قبال شرکت را افزایش داده است.

در کنار حمل و نقل و وعده‌های غذایی رایگان، اوبر پیام‌های تقدیرآمیز مردم را برای کارمندان جهانی بهداشت و کادر درمان می‌فرستد. این برند از عموم مردم خواست که برای کارکنان بخش بهداشت و درمان که امسال تحت فشار ناشی از شیوع ویروس کرونا قرار گرفته‌اند، نقاشی، نامه عاشقانه و شعر ارسال کنند.

این قبیل پیام‌های عاشقانه در قالب آگهی‌های تبلیغاتی، خارج از خانه، در مطبوعات، در دنیای اینترنت و بر روی دیوار بیمارستان‌ها به نمایش درخواهند آمد. بیمارستان‌ها بیش از بقیه تحت تاثیر بحران کووید-۱۹ قرار گرفته‌اند.

اوبر همچنین از مردم می‌خواهد که پیام‌های تشکرآمیز خود را با استفاده از هشتگ #GratefulUK در اینستاگرام یا توییتر با دیگران به اشتراک بگذارند تا به گسترش ابزار عشق و علاقه به کادر پزشکی در ایام کریسمس کمک کنند.

لباس کریسمس و هشدار برای کووید-۱۹

پوشیدن ژاکت‌های مخصوص کریسمس با طرح‌های ویژه، خود به یک سنت در فصل تعطیلات تبدیل شده‌اند، اما در دوران کرونا این ژاکت‌ها با کارکردی دوگانه به عنوان یک وسیله ایمنی در برابر کووید-۱۹ عمل می‌کنند.

به گزارش ام بی ای نیوز در قالب یک کمپین، محصول آژانس تبلیغاتی «MullenLowe»، یک برند فعال در عرصه امنیت خانه به نام «Simplisafe» نسخه‌ای اختصاصی از سوئیشرت زمستانی را با هدف حفظ فاصله مناسب از دیگران طراحی و تولید کرده است. این لباس آنقدر زنده نیست که فوراً دیگران را از خود براند. مثل برند Simplisafe، این ژاکت با استفاده از یک نوع فناوری مدرن پیشرفته با نزدیک شدن بیش از حد دیگران به فرد مورد نظر به آنها هشدار می‌دهد، با ورود یک دوست یا یکی از اعضای خانواده به مرزهای محیط امن یک متر و ۸۰سانتیمتر در اطراف کاربر، آژیرهای تعبیه شده بر روی ژاکت بلافاصله شروع به زنگ زدن می‌کنند تا به آنها هشدار دهند که عقب بنشینند.

این برند اقدام به تبلیغ ژاکت فوق در یک وب‌سایت اختصاصی به آدرس sweater.simplisafe.com کرده است. با هدف کمک به خانواده‌های فقیر و نیازمند در دوران شیوع ویروس کرونا، Simplisafe دست به تولید تعداد محدودی پلیور برای مصرف‌کنندگانی زده است که به «صندوق کمک به تامین اجاره بها مسکن در آمریکا» کمک‌های مالی می‌کنند.

مناسفانه ژاکت‌های اهدایی زشت هستند و عملکرد هشدار فقط در نمونه‌های اولیه‌ای وجود دارد که آژانس تبلیغاتی – Mulle Lowe برای کمپین تهیه و تدارک دیده است، اما افراد مسلط به فناوری مدرن می‌توانند همه جزئیات مربوط به روش اضافه کردن آژیرهای شخصی مخصوص به خود را در وبسایت کمپین بیابند.



بررسی برخی از به‌روز رسانی‌های مهم واتساپ

تغییرات واتساپ در سال ۲۰۲۱



بسیار زیادی پیدا کرده است، اما هیچ دلیل و منطقی برای محروم ساختن کاربران رایانه‌های شخصی از امکان تماس در واتساپ وجود ندارد. کارشناس‌های واتساپ در بیان دلیل تأخیر در انتقال تماس صوتی و تصویری به بخش دسکتاپ بر روی کمبودهای زیرساختی تأکید دارند. بر این اساس واتساپ در تلاش برای فراهم‌سازی تجربه‌ای منحصr به فرد برای کاربرانش است. این امر شامل بخش تماس‌های صوتی و تصویری نیز می‌شود. با این حساب در سال ۲۰۲۱ کیفیت برتری از تماس‌های مورد نظر در بخش دسکتاپ مورد استفاده قرار خواهد گرفت.

توسعه دستگاه‌های در دسترس

استفاده از یک اکانت در ۴ دستگاه مختلف نوعی رویا برای کاربران واتساپ است. تمهیدات امنیتی واتساپ برای کاربرانش بر هیچ‌کس پوشیده نیست. بسیاری از کاربران برای دسترسی به اکانت‌شان از طریق دستگاه‌های دیگر با مشکلات بسیار زیادی واجه هستند. واتساپ در آپدیت سال جدیدش برای کاربران امکان دسترسی به یک اکانت تا سقف ۴ دستگاه مختلف را فراهم خواهد کرد. بر این اساس کاربران دیگر نیازی به نگرانی نسبت به نحوه دسترسی به اکانت‌شان در دستگاه‌های مختلف ندارند.

توسعه دستگاه‌های در دسترس برای کاربران همراه با رفع برخی از باگ‌های امنیتی واتساپ صورت می‌گیرد بنابراین واتساپ در تحلیل کلی پیام‌رسانی امن‌تر برای کاربران خواهد شد.

حذف خودکار برخی از محتوایهای بصری

فیس‌بوک در حال کار بر روی ارتقای امکانات مربوط به حریم خصوصی برای واتساپ است. بر این اساس کاربران امکان فعال‌سازی گزینه حذف خودکار برخی از محتوایهای بصری را خواهند داشت. بسیاری از کاربران پس از ارسال یک فایل بصری مهم نسبت به حذفاش اقدام نمی‌کنند، رایج‌ترین دلیل در این میان فراموشی حذف پیام مورد نظر است. شاید این امر در نگاه نخست بسیار ساده باشد، اما در برخی از موارد مشکلات فراوان امنیتی و حریم خصوصی برای کاربران به همراه خواهد داشت. اکنون با راه‌اندازی گزینه حذف خودکار محتوای بصری این مشکل تا حد زیادی حل و فصل خواهد شد.

منبع: entrepreneur.com

به کاربران اجازه ذخیره‌سازی پیام‌ها و عدم دریافت هرگونه نوتیفیکیشن و خطاری از سوی واتساپ را می‌دهد. سپس با پایان یافتن تعطیلات دوباره وضعیت واتساپ به حالت اولیه باز می‌گردد. بدون تردید حالت تعطیلات برای بسیاری از کاربران خوشایند خواهد بود.

بسیاری از کاربران در طول تعطیلات‌شان علاقه‌ای برای مشاهده پیام‌های مربوط به کار یا حتی فایل‌های بارگذاری شده در گروه‌ها ندارند. حالت تعطیلات برای این دسته از کاربران مزیت‌های بسیار زیادی به همراه دارد. اگرچه اخبار بسیار زیادی در مورد ویژگی‌های حالت تعطیلات در دسترس نیست، اما کار بر روی این بخش برای سال ۲۰۲۱ نهایی خواهد شد بنابراین شاید در طول چند ماه آینده اخبار بیشتری از بخش موردنظر دریافت نماییم.

خرید مستقیم درون برنامه‌ای

واتساپ از مدت‌ها قبل نسخه بیزینس را در دسترس کاربران و به طور مشخص برندها قرار داده است. یکی از نوآوری‌های تازه واتساپ در سال ۲۰۲۱ مربوط به خرید مستقیم کاربران خواهد بود. بسیاری از برندها در شبکه‌های اجتماعی مختلف امکان فروش مستقیم محصولات‌شان را پیدا کرده‌اند، فیس‌بوک به عنوان توسعه دهنه اصلی واتساپ از مدت‌ها قبل امکان خرید درون برنامه‌ای به صورت مستقیم را مدنظر قرار داده است.

این ویژگی به طور قابل ملاحظه‌ای در اینستاگرام قابل مشاهده است. استقبال کاربران و برندها از ویژگی خرید درون برنامه‌ای اینستاگرام نکات بسیار مهمی برای فیس‌بوک به همراه داشته است. مهمترین نکته در این میان تلاش کارشناس‌های فیس‌بوک برای توسعه این بخش در واتساپ است. بدون تردید تفاوت‌های بنیادی میان اینستاگرام و فیس‌بوک وجود دارد، با این حال شمار بالای کاربران فعال واتساپ موجب تصمیم‌گیری کارشناس‌های ارشد فیس‌بوک برای راه‌اندازی بخش فروش مستقیم در آن شده است.

گسترش تماس صوتی و تصویری به نسخه دسکتاپ

یکی از ضعف‌های اصلی واتساپ در طول سال‌های اخیر مربوط به عدم پشتیبانی تماس صوتی و تصویری از نسخه دسکتاپ است بنابراین کاربران برای تماس در قالب‌های فوق باید از گوشی‌های هوشمند استفاده نمایند. اگرچه استفاده از گوشی‌های هوشمند در طول سال‌های اخیر رواج

ترجمه:علی آل علی

واتساپ به عنوان یکی از محبوب‌ترین پیام‌رسان‌های دنیا در ۱۲ سال فعالیت دامنه وسیعی از کاربران را به خود جلب کرده است. امکانات این پیام‌رسان برای کاربران به طور مداوم افزایش یافته است. برخی از امکانات این اب شامل فعال‌سازی بخش سناکت کردن چت‌ها برای همیشه، به جای الگوی موقت و همچنین افزودن مداوم اموجی‌های جذاب است. این امر در کنار برخی توسعه‌های فنی برای سازگاری بهتر واتساپ با کاربری گوشی‌های هوشمند و رایانه‌های شخصی موجب تداوم محبوبیت این پیام‌رسان شده است. راه‌اندازی سرویس تماس صوتی رایگان نیز محبوبیت واتساپ را به طور گسترده‌ای افزایش داده است.

مدیران ارشد فیس‌بوک برای سال ۲۰۲۱ برنامه‌های تازه‌ای برای واتساپ دارند. بدون تردید ایجاد تغییرات در واتساپ امر تازه‌ای نیست، اما مسئولان فیس‌بوک قصد ساماندهی تغییرات همزمان و متعدد را دارند. همین امر شمار قابل توجهی از کاربران واتساپ را نسبت به تغییرات تازه کنجکاو کرده است. در ادامه به بررسی برخی از مهمترین تغییرات واتساپ در طول سال ۲۰۲۱ خواهیم پرداخت.

مقررات استفاده جدید واتساپ

واتساپ در ۸ ژانویه آپدیت تازه‌ای را ارائه خواهد کرد. بر این اساس مقررات استفاده از واتساپ برای کاربران تغییر خواهد کرد. این مقررات در راستای جلب رضایت کاربران به منظور ارسال پیام‌های سیستمی از سوی واتساپ طراحی شده است. بسیاری از شبکه‌های اجتماعی و پیام‌رسان‌ها در اپ‌های‌شان نسبت به ارسال پیام‌های سیستمی به کاربران اقدام می‌کنند، با این حساب اقدام تازه واتساپ در این راستا قابل درک خواهد بود.

کنته مهم درخصوص پیام‌های سیستمی واتساپ به کاربران شباهتش به نوتیفیکیشن است بنابراین خبری از ارسال پیام در قالب چت‌های خصوصی نخواهد بود. این امر یکی از جلوه‌های فعالیت واتساپ در راستای احترام به فضای کاربری افراد است.

حالت تعطیلات

واتساپ از مدت‌ها قبل در حال توسعه حالت تعطیلات است. این حالت

زنان بیشترین مخاطبان فروشگاه‌های اینترنتی ایرانی در شبکه‌های اجتماعی هستند

هرچند به نظر می‌رسد آمار فعالان مناطق دورافتاده‌تر در این فروشگاه‌های اینترنتی هنوز به رقم قابل توجهی نرسیده و فعلا بعد از تهران، استان‌های فارس، خراسان رضوی و اصفهان بیشترین تعداد فروشگاه‌های حاکم در شبکه‌های اجتماعی را دارا هستند. علاوه بر تراکم بالای جمعیت در این شهرها (طبق آخرین آمار نفوس و مسکن ایران)، بالاتر بودن ضریب نفوذ اینترنت در این شهرها، دلیل بیشتر بودن مشارکت کاربران نسبت به سایر شهرهای ایران است.

تاثیر کرونا در فرهنگ خرید آنلاین

نرم‌افزار تحلیل و رصد رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی زلکا نشان می‌دهد که رفتار مخاطب در استقبال از خرید آنلاین در فصل تابستان و پاییز دو سال متوالی ۹۸ و ۹۹، تفاوت چشمگیری داشته است که «شیوع ویروس کرونا» و تشویق گسترده برای ترغیب جامعه نسبت به خرید آنلاین در سراسر دنیا، از علل اصلی رشد ۲.۵برابری نرخ مشارکت و صحبت از خرید آنلاین در سال ۹۹ نسبت به سال ۹۸ (در بازه زمانی مشابه) است. می‌توان گفت کمپین‌های فشرده و پشت سر هم خرید در «بُلك فرایدی» و «شب پلدا» در آذرماه دو سال گذشته، سبب افزایش ناگهانی نرخ مشارکت کاربران و تعداد دنبال‌کنندگان فروشگاه‌های شبکه‌های اجتماعی شده است و تراфик زیاد حضور کاربران را در این ماه می‌توان به وضوح حس کرد.

منبع: digiato

و ۵۷درصد دنبال‌کنندگان این صفحات را تشکیل می‌دهند. ۳۹درصد دنبال‌کنندگان را آقایان تشکیل می‌دهند و جنسیت ۴درصد باقی‌مانده نیز در بخش اطلاعات کاربری، گزینه‌های Prefer not to say یا Custom تیک خورده است. در واقع به زبانی ساده‌تر می‌توان گفت که خانم‌ها مشتریان اصلی و عامل رشد این نوع فروشگاه‌ها هستند. با توجه به حضور فعال زنان در این بازار، به‌طور کلی محصولات بیشتر مرتبط به این قشر از جامعه نیز مانند پوشاک، زیبایی و سلامت، لوازم خانگی و یوزآلات، سهمی بیش از ۶۰درصد از این دسته‌بندی‌ها را از آن خود کرده است.

این موضوع نشان می‌دهد که راه‌اندازی فروشگاه اینترنتی که مخاطبین اجناس و محصولات آن زنان باشد، احتمال موفقیت بیشتری در این بستر را پیدا خواهد کرد.

تهرانی پر از فروشگاه فعال در شبکه‌های اجتماعی

همچنین گزارش زلکا نشان می‌دهد که تهران با ۵۹درصد نرخ مشارکت، گوی سبقت را از سایر استان‌ها ربوده است و بیشترین فروشگاه‌های اینترنتی فعال در بستر شبکه اجتماعی در قلب پایتخت کشور فعال هستند. با این وجود نباید از این مسئله غافل شویم که این بسترها توانسته بل ارتباطی قدرتمندی بین افراد ساکن در مناطق دور و مشتریان شهری را ایجاد کند، به طوری که بسیاری از روستائیشان توانسند محصولات خود را از طریق صفحات مجازی به دست مشتریان سراسر ایران برسانند.

ایستگاه بازاریابی

مدیریت فاجعه بار شبکه های اجتماعی با ۶ اشتباه رایج

به قلم: سید بلخی کارشناس حوزه بازاریابی
مترجم: امیر آل علی

شبکه های اجتماعی در حال حاضر بستر اصلی فعالیت های هر کسب و کاری محسوب می شود. در این راستا نکته ای که باید به آن توجه داشته باشید این است که با توجه به حضور رقبا متعدد، حتی یک اشتباه می تواند فرصت های موجود را نابود نماید. در این راستا بسیاری از اشتباهات رایج وجود دارد که مدیران صفحات مختلف نسبت به آن کم توجه بوده و نتایج فاجعه آمیزی را در کوتاه مدت و یا بلندمدت به همراه خواهد داشت. درواقع نکته ای که باید به آن توجه داشته باشید این است که طی کردن یک مسیر درست حتی اگر زمانبر نیز باشد، ضامن بقای کسب و کار شما خواهد بود. در ادامه چند نمونه از اشتباهات رایج را بررسی خواهیم کرد.

۱-خرید دنبال کنندگان

خرید دنبال کنندگان تقلبی به اقدامی بسیار رایج برندهای مختلف تبدیل شده است. در این راستا نکته ای که باید به آن توجه داشته باشید این است که این اقدام باعث می شود تا شما نتوانید بررسی های مداومی را نسبت به روند رشد خود انجام داده و به آمارهای درستی دست پیدا کنید. درواقع بسیار عجیب است که بسیاری از صفحات در این زمینه مبالغ زیادی را نیز خرج می کنند که می توان با نیمی از آن، اقدامات بازاریابی اصولی را انجام داد. در نهایت فراموش نکنید که شما برای موفقیت، به دنبال کنندگانی علاقه مند به حوزه کاری خود نیاز دارید. همچنین اگر محتوای مناسبی نداشته باشید، عملا هر فردی می تواند تشخیص دهند که تعداد دنبال کنندگان شما تقلبی هستند که این امر در اعتماد آنها نیز تاثیر منفی را به همراه خواهد داشت. به صورت کلی برای این امر که به دنبال کنندگان چند هزار تایی دست پیدا کنید، به زمانی بیشتر از یک سال نیاز خواهد بود. با این حال شما با تنوع بخشیدن به اقدامات و حرفه ای کردن سطح محتواها، می توانید سرعت آن را افزایش دهید.

۲-استفاده از هشتگ های غیر مرتبط

یک باور غلط در بین بسیاری از افراد وجود دارد که هرچه از هشتگ های بیشتری استفاده کنند، شانس دیده شدن بالاتری را نیز خواهند داشت. با این حال آن تاکنون به این موضوع فکر کرده اید که چه دلیلی برای دنبال کردن شما به معنای شانس یک هشتگ غیرمرتبط وجود دارد؟ برای مثال افرادی که یک هشتگ را دنبال می کنند تنها علاقه دارند تا در آن حوزه محتواها را مشاهده کنند. تحت این شرایط حضور پست شما نه تنها جذابیتی را نخواهد داشت، بلکه یک ضدتبلیغ محسوب می شود. این امر باعث خواهد شد تا افراد گزینه عدم علاقه مندی را فعال کنند که به معنای شانس تبدیل این افراد به مشتری خواهد بود. این امر در حالی است که اگر بر روی محتواهای مرتبط تمرکز نمایید، جلوه ای کاملا حرفه ای را خواهید داشت. در نهایت فراموش نکنید که اعلام نارضایتی از رفتار شما می تواند باعث شود تا اینستاگرام مجوز ادامه فعالیت را بگیرد که این امر به معنای از دست رفتن همه چیز خواهد بود.

۳-عدم توجه به نظرات

مخاطب باید خود را در مرکز توجهات حس نماید. در این راستا ممکن است تعداد دایرکت و نظرات زیر پست زیادی را داشته باشید، با این حال هیچ بهانه ای نباید باعث نادیده گرفتن آنها شود. درواقع تمامی نظرات حتی موارد منفی باید به بهترین شکل پاسخ داده شود. بنا بر آمارها بیش از ۵۰ درصد افراد انتظار دارند که واکنشی نسبت به پیام آنها در زمانی کمتر از یک ساعت داشته باشید. در این رابطه توصیه می شود که در تلاش برای ارجاع دادن به دایرکت باشید. این امر کمک خواهد کرد تا زمینه ارتباط بهتر مهیا شود. در کنار این مسئله تکنیک دیگری نیز وجود دارد. درواقع در کنار یک پاسخ کوتاه می توانید به دایرکت افراد رفته و مسئله را پیگیری نمایید. به صورت کلی نکته ای که باید به آن توجه داشته باشید این است که حتی در بدترین شرایط نیز باید سرعت پاسخگویی اولویت شما باشد. خوشبختانه امروزه شبکه های اجتماعی مختلف نظیر اینستاگرام، امکان تعیین پیام های پیشفرض را مهیا کرده اند که باعث خواهد شد تا سرعت پاسخگویی به مراتب بیشتر شود.

۴-عدم ثبات در اقدامات

این امر بسیار رایج است که برخی از صفحات بدون نظم رفتار می کنند. درواقع این امر یک مزیت نیست که در برخی از روزهای هفته بسیار فعال باشید و در برخی از روزها عملا فعالیت را انجام ندهید. در این راستا شما باید یک برنامه ایجاد نموده و براساس آن اقدام نمایید. برای مثال ممکن است هر روز یک استوری از مهمترین اخبار حوزه کسب و کار خود را داشته باشید. این امر باعث خواهد شد تا افراد بتوانند با شما هماهنگ شده و اگر صرفا با یک یا چند مورد از فعالیت های شما علاقه مند هستند، بتوانند برنامه ریزی نمایند. در نهایت وجود نظم، از نشانه های حرفه ای بودن برند شما نیز خواهد بود. درواقع مهمترین عامل ریزش شدید مخاطب، بی نظمی در ارسال محتواها است.

۵-کم توجهی به محتواهای تولیدشده توسط کاربران

اگر برنامه ای برای درگیر کردن مخاطبان خود نداشته باشید، بدون شک بازنده خواهید بود. در این راستا ایجاد تعامل برای تولید محتوا، یکی از اقدامات بسیار ضروری محسوب می شود. در این راستا شما باید به خوبی از آنها حمایت کرده و اجازه دهید تا پیوندی عمیق میان شما و مخاطبان شکل گیرد. در این راستا تنها موضوع را مشخص نمایید و اجازه دهید هر کاربر با توجه به ذوق و خلاقیت خود اقدام کند. در این زمینه ارسال عکس از محصول، یکی از رایج ترین اقدامات محسوب می شود، با این حال برای این امر که بالاترین حد نتایج را داشته باشید، لازم است تا به موارد نوآورانه فکر کنید.

۶-عدم استفاده از قابلیت لایو

چند سالی است که بسیاری از شبکه های اجتماعی به قابلیت پخش زنده مجهز شده اند. این امر باعث خواهد شد تا فاصله میان شما و مخاطب در بستر اینترنت به کمترین میزان ممکن برسد. به همین خاطر نیز شما باید از آن استفاده مداوم داشته باشید. پرسش و پاسخ، یکی از رایج ترین سناریوها محسوب می شود. با این حال فراموش نکنید که نباید اجازه دهید که زمان آن بیش از حد طولانی شود. به صورت کلی ۱۵ دقیقه کاملا مناسب است، با این حال اگر به زمان بیشتری نیاز دارید، توصیه می شود که در چند قسمت، یک لایو را برگزار نمایید.

منبع: teakyourbiz.com



عبارت های مورد نظر و انتقال درست شان است. وقتی در عرصه بازاریابی از تصاویر استفاده می شود، امکان بیان چندین جمله و واژگان مختلف بدون نیاز به کاربرد حتی یک کلمه فراهم می شود. شاید این امر در نگاه نخست بسیار ساده و عجیب باشد، اما دلیل محبوبیت عکس ها و حتی فیلم های سینمایی همین نکته است. داستان های متنی نیز جذابیت خاص خود را دارد، اما مشاهده محتوای بصری سیستم عصبی و ادراکی ما را بیشتر تحریک خواهد کرد.

داستان سرایی در زمینه بازاریابی یکی از نکات مهم برای جلب نظر مخاطب هدف است. وقتی از اینفوگرافی ها و آیکون های جذاب برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف استفاده می کنیم، شاید در نگاه نخست شناسمان برای بیان داستان کاهش یابد. نکته مهم در این میان افزایش شناس کسب و کارها برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف براساس استفاده از اینفوگرافی و آیکون های مختلف است. این امر در عرصه واقعیت بارها و بارها تکرار می شود. دلیل آن نیز امکان داستان سرایی بدون نیاز به بیان متن های طولانی با آیکون های جذاب است.

طراحی آیکون برای بسیاری از بازاریاب ها امری دشوار است. اگر شما نیز در این زمینه مشکلاتی برای طراحی آیکون دارید، باید به دنبال نمونه های رایگان برای استفاده باشید. خوشبختانه امروزه آیکون های بسیار زیادی برای دسترسی مخاطب هدف وجود دارد بنابراین با اندکی جستجو و امکان یافتن گزینه های مختلف و همچنین دامنه های متنوعی از آیکون ها فراهم خواهد شد.

امکان بیان محتوای به هم مرتبط

محتوای مدنظر در عرصه بازاریابی همیشه واحد نیست. گاهی اوقات بازاریاب ها نیاز به محتوای جذاب و متوالی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف دارند. اگر در این شرایط از محتوای متنی یا حتی ویدئویی استفاده کنیم، مقدار قابل ملاحظه ای از زمان مان را از دست می دهیم. این امر به معنای طولانی شدن محتوای نهایی و از دست دادن مخاطب هدف است بنابراین یک راهکار بهتر در این میان تلاش برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف با استفاده از آیکون های دارای ارتباط مفهومی با هم است. استفاده از آیکون های مختلف برای بازاریابی کار ساده ای نیست. این امر وقتی پای بیان محتوا و پیام های دارای ارتباط به هم میان باشد، سخت تر نیز می شود. تنها راهکار مناسب در این میان تمرین و تکرار مداوم است. بسیاری از برندها در عمل نیاز به تمرین فراوان برای تاثیرگذاری مناسب بر روی مخاطب هدف دارند. اگر شما بازاریاب تازه کاری در این زمینه محسوب می شوید، باید ابتدا طرح تان را برای برخی از همکاران نمایش دهید. مزیت این امر امکان رفع برخی از مشکلات مربوط به طرح های اولیه است. هیچ بازاریابی فاقد ایراد و امکان اشتباه نیست بنابراین نباید با خودخواهی و اعتماد به نفس کاغذ نسبت بر روی اعتبار بازاریابی مان ریسک کنیم.

نمایش بهینه شخصیت و سبک برند

امروزه هر برند برای بازاریابی دارای سبک و الگوی خاصی است. این امر موجب شناسایی برندها حتی بدون نیاز به درج لوگو یا نام شان در کنار تبلیغات شان می شود. یکی از مثال های مناسب در این میان نحوه تبلیغات ایل است. این برند همیشه سبکی متمایز و مشخص برای خود دارد. همین امر نیز موجب شناسایی سریع تبلیغاتش از سوی مخاطب هدف می شود. بسیاری از بازاریاب ها در زمینه استفاده از سبک های بازاریابی دچار مشکل تاوam می شوند. اگر شما از اینفوگرافی برای نمایش جلوه کسب و کار تان در زمینه بازاریابی استفاده می کنید، باید به طور مداوم سبک واحدی را پیش ببرید. این امر شاید در نگاه نخست غیرممکن باشد، اما در صورت اجرای درست از سوی برندها موجب تاوam تعامل با مخاطب هدف خواهد شد. ایجاد تغییرات ناگهانی در نحوه فعالیت برند، نه فقط عرصه بازاریابی، مشکلات زیادی به همراه خواهد داشت. ساده ترین نتیجه چنین روند اشتباهی ریزش شدید مخاطب هدف است. با این حساب استفاده درست از سبک های بازاریابی بصری مهمترین جزء تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف خواهد بود. این امر با اندکی تمرین و همچنین مشاهده نمونه های موفق در دنیای بازاریابی ساده تر خواهد شد.

استفاده از آیکون های مختلف در زمینه بازاریابی و طراحی اینفوگرافی ضروری است. شاید بازاریاب ها گاهی اوقات بدون آگاهی قبلی از اهمیت آیکون ها نسبت به کاربست آنها اقدام نمایند. این امر یک رویکرد رایج در میان بازاریاب ها است. مسئله اساسی در این میان بهبود توانایی تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف در صورت اجرای درست شیوه های بازاریابی و طراحی اینفوگرافی است. نکات مورد بحث در این مقاله شروع مناسبی اولیه بازاریابی شان خوش بینی بسیار زیادی دارند، اما در نهایت با اعتراض گسترده مخاطب هدف نسبت به دشواری فهمش مواجه خواهند شد. دلیل این امر ماهیت تخصصی اغلب کسب و کارها و ناتوانی برای بیان دقیق

درست به همین خاطر مدنظر بسیاری از ویراستارها قرار نمی گیرد. یک راهکار ساده تر در این میان طراحی یک اینفوگرافی برای بیان بهتر مسئله خواهد بود. وقتی ما به عنوان ویراستار یا نویسنده مطلب در تلاش برای طراحی اینفوگرافی هستیم، باید نسبت به اهمیت جلوه های بصری توجه داشته باشیم. استفاده از آیکون های ابزار یا طراحی آنها برای بیان بهتر مفاهیم یکی از ایده های ضروری خواهد بود.

امروزه توجه مخاطب هدف از محتوای بازاریابی برندها به سادگی پرت می شود. بنابراین کسب و کارها باید به دنبال راهکارهایی برای جلب توجه مخاطب هدف و حفظ این توجه باشند. شاید در نگاه نخست چنین ایده ای بسیار ساده به نظر برسد، اما در صورت استفاده درست از اینفوگرافی ها امکان جلب نظر مخاطب هدف به صورتی حرفه ای و پایدار وجود خواهد داشت.

تاثیرگذاری بیشتر کلمات

وقتی از کلمات بسیار زیادی برای بیان پیامان استفاده می کنیم، هر کلمه تاثیرگذاری اصلی اش را از دست خواهد داد. این امر نوعی ویژگی ادراکی انسان محسوب می شود. هرچه کلمات کمتری مورد استفاده قرار گیرد، توجه مخاطب هدف به طور سازمان یافته تری جلب خواهد شد. تلاش برای استفاده کمتر از کلمات برای بسیاری از بازاریاب ها کار دشواری است. دلیل این امر سختی های مربوط به فرآیند تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف است. این نکته در طول دهه های متمادی بازاریاب ها را به سوی استفاده هرچه بیشتر از کلمات و جمله های مختلف هدایت کرده است بنابراین اکنون تلاش برای عدم استفاده از چنین طرح هایی غیرممکن به نظر می رسد.

اگر شما در گروه بازاریاب هایی با تمرکز بر روی محتوای متنی هستید، باید به سرعت نسبت به تغییر الگوی فعالیت تان اقدام نمایید. در غیر این صورت شناسی برای تاثیرگذاری مناسب بر روی مخاطب هدف نخواهید داشت. امروزه بسیاری از برندها در عمل بدون علاقه به استفاده از محتوای متنی و کلمات متعدد در زمینه بازاریابی با کمپین های این چنینی وارد عرصه بازاریابی می شوند. امروزه اغلب اطلاعات مهم از سوی برندها و همچنین موسسه های مختلف در قالب اینفوگرافی هایی با آیکون های متنوع عرضه می شود. به عنوان مثال، عرصه سلامت و بهداشت را مدنظر قرار دهید. تمام موسسه های بهداشتی برای تاثیرگذاری بهتر بر روی مخاطب هدف از اینفوگرافی های دارای طرح های جذاب استفاده می کنند. وقتی ما به عنوان مخاطب چنین اینفوگرافی هایی اقدام به مشاهده آنها می کنیم، هر کلمه تاثیرگذاری به شدت بالایی بر روی مان خواهد داشت. این امر در صورت توجه مناسب برندها در زمینه بازاریابی موجب بهبود تعامل با مخاطب هدف می شود.

ساده سازی فهم و درک داده ها

نمایش بصری داده ها موجب ساده شدن فهم آنها از سوی مخاطب هدف می شود. بسیاری از داده های مهم در عمل از سوی مخاطب هدف به طور درست فهم نمی شود. دلیل این امر اغلب تخصصی بودن داده های موردنظر است. همچنین برندها علاقه ای برای تعریف دقیق عبارت های مورد استفاده شان در عرصه بازاریابی نشان نمی دهند. با این حساب ناتوانی مخاطب هدف برای فهم موضوع موردنظر امری طبیعی خواهد بود. استفاده از آیکون در زمینه طراحی جلوه های بصری امری رایج و کاربردی است. شاید در نگاه نخست آیکون فقط در زمینه طراحی اینفوگرافی کاربرد داشته باشد، اما دامنه استفاده از این ابزار بسیار بیشتر است. امروزه بسیاری از برندها برای بازاریابی در شبکه های اجتماعی از تصاویر استفاده می کنند، این امر موجب تاثیرگذاری مناسب بر روی مخاطب هدف می شود. نکته جالب اینکه اغلب تصاویر دارای دست کم یک آیکون اصلی است. دلیل استفاده از آیکون برجسته سازی بخشی از تصویر است. چنین امری در زمینه طراحی اینفوگرافی در قالب بیان بهتر مسئله بروز پیدا می کند. هرچه کلیدواژه های مورد استفاده بازاریاب ها در زمینه طراحی اینفوگرافی ساده تر باشد، با کمک آیکون ها فهم شان از سوی مخاطب هدف تسهیل خواهد شد. استفاده از اینفوگرافی پیش از ظهور فناوری اینترنت کمتر در قالب رنگی صورت می گرفت، اما امروزه امکان طراحی نمونه های جذاب و متنوع فراهم شده است. این نکته در زمینه بهبود کارایی اینفوگرافی ها نکته مهمی محسوب می شود.

بیان مفاهیم بیشتر با کلمات کمتر

صحبت کردن در مورد برخی از موضوعات بسیار سخت است. دلیل این امر مربوط به ناتوانی برای بیان برخی از نکات در قالب گفتارهای ساده و قابل فهم برای دیگران است. گاهی اوقات بازاریاب ها نسبت به متن اولیه بازاریابی شان خوش بینی بسیار زیادی دارند، اما در نهایت با اعتراض گسترده مخاطب هدف نسبت به دشواری فهمش مواجه خواهند شد. دلیل این امر ماهیت تخصصی اغلب کسب و کارها و ناتوانی برای بیان دقیق

به قلم: کارولین فورسی کارشناس بازاریابی در موشه Hubspot
ترجمه: علی آل علی

استفاده از اینفوگرافی برای انتقال بهینه مفاهیم ایده بسیار جذابی محسوب می شود. امروزه آیکون های بسیار زیادی برای افزایش زیبایی بصری اینفوگرافی در دسترس برندها قرار دارد. اگر یک برند در زمینه طراحی اینفوگرافی عملکرد مناسبی داشته باشد، زمینه لازم برای ارتباط مناسب با مشتریان را فراهم خواهد کرد. شاید این امر در عرصه کسب و کار بسیار عادی به نظر برسد، اما بسیاری از برندها برای ارتباط و تعامل اولیه با مشتریان نیز دچار مشکل هستند.

برخی بازاریاب ها نسبت به کاربرد اینفوگرافی در عرصه بازاریابی تردید دارند. همچنین برخی دیگر نیز دارای اطمینان نسبی در این حوزه هستند، اما شیوه های طراحی اینفوگرافی های جذاب را نمی دانند. این امر در عمل مشکلات بسیار زیادی ایجاد می کند. اگر شما نیز در تلاش برای طراحی اینفوگرافی هستید، باید نسبت به استفاده از آیکون های جذاب در طرح های تان اقدام نمایید. شاید این امر برای شما تازه گی داشته باشد. بدون تردید استفاده از انواع آیکون های محبوب در فرآیند گفت وگوی متنی کاربرد بالایی دارد. مهمترین مسئله در این میان تلاش برای استفاده از آیکون های جذاب و آشنا برای اغلب مردم به منظور انتقال بهتر مفاهیم در عرصه بازاریابی است.

بازاریاب ها با اینفوگرافی به بصری سازی داده های مهم می پردازند. این امر موجب تاثیرگذاری بهتر بر روی مخاطب هدف می شود. اگر یک برند در تلاش برای بیان داده های خام یا حتی اطلاعات پیچیده به مخاطب هدف باشد، باید در ابتدا آنها را ساده سازی نماید. بهترین راهکار در این میان استفاده از اینفوگرافی های جذاب است. استفاده از آیکون های مختلف در این میان جذابیت های بازاریابی را به طور قابل ملاحظه ای افزایش خواهد داد. پیش از بررسی نحوه دسترسی به آیکون و استفاده از آنها در عرصه بازاریابی باید نسبت به اهمیت آنها اطلاع کسب کنیم. بنابراین در ادامه ابتدا به بررسی این مسئله خواهیم پرداخت.

چرا آیکون ها در اینفوگرافی ها مهمند؟

اینفوگرافی ها منبع مهمی از اطلاعات برای مخاطب است. شاید در نگاه نخست استفاده از اینفوگرافی فقط در عرصه بازاریابی مهم باشد، اما در تمام سندها و حتی پژوهش های مختلف نیز از اینفوگرافی استفاده می شود. این امر به دلیل ساده سازی فرآیند انتقال محتوای ارزشمند صورت می گیرد. بسیاری از محتواها در نگاه نخست دارای اهمیت بالایی است، اما در عمل انتقال شان به مخاطب هدف چالش بزرگی خواهد بود. این امر باید با استفاده از اینفوگرافی ها حل و فصل شود. جایگاه آیکون های مختلف در این میان تقویت جلوه بصری طرح هاست. بسیاری از برندها نسبت به چشم نوازی اینفوگرافی شان توجه لازم را ندارند بنابراین در عمل با مشکلات بسیار زیادی مواجه می شوند. اگر پیش از طراحی طرح نهایی نسبت به ساده سازی مفاهیم اصلی و همچنین استفاده از آیکون های مناسب اقدام نماییم، طرح نهایی مان جذابیت بسیار بیشتری برای مخاطب هدف خواهد داشت. این امر بدون شک سختی های بسیار زیادی برای بازاریاب ها به همراه دارد، اما با تمرین و الگوبرداری از نمونه های مناسب در این زمینه کار برای آنها به شدت ساده تر خواهد شد.

اهمیت آیکون ها در بازاریابی و طراحی اینفوگرافی به همین سادگی نیست. در بخش فوق نسبت به برخی از اهمیت های ساده ای طرح های کوچک و زیبا اشاره کردیم، اما در ادامه به طور دقیق تر این امر را مورد بررسی قرار خواهیم داد. پس از آگاهی از اهمیت اینفوگرافی و همچنین آیکون ها در طراحی نمودارهای جذاب باید نسبت به دلایل کاربرد آنها نیز اطلاعاتی کسب کنیم.

کمک به توجه مخاطب هدف

یک اینفوگرافی مناسب باید مخاطب هدف را جذب کند. بسیاری از طرح های نموداری در نگاه نخست دارای جذابیت های کافی نیستند. همین امر فرآیند انتقال محتوا را با شکست مواجه می کند. امروزه مخاطب هدف حوصله کافی برای مشاهده طرح های ساده، کلیشه ای و غیر حرفه ای را ندارد بنابراین بازاریاب ها باید اینفوگرافی های جذابی در اختیار مخاطب هدف قرار دهند. سالانه شمار بالایی از برندها به دلیل ناتوانی برای جلب نظر مخاطب هدف از نظر گرافیکی با شکست مواجه می شوند.

یکی از نمونه های استفاده از آیکون در اینفوگرافی ها مربوط به نمودارهای تاریخی است. به عنوان مثال، اگر شما به عنوان بازاریاب یا ویراستار یک محله تاریخی در تلاش برای نمایش تحول ابرسازی انسان در طول تاریخ باشید، از چه راهکاری استفاده خواهید کرد؟ بیان متنی موضوع یکی از انتخاب های دم دستی است، اما ساده ترین راهکار نخواهد بود. بیان دقیق شیوه تحول ابرسازی انسان نیاز به زمان و هزینه بسیار زیادی دارد.

جدیدترین کتاب‌های حوزه تجارت

به قلم: سبکگ یالند کارفرین
مترجم:امیر آل علی

در تعطیلات کریسمس پیش رو، یکی از اقدامات موثر این است که با مطالعه کتاب‌های منتخب، خود را برای سالی بهتر آماده نمایید. درواقع ۲۰۲۰ با توجه به شیوع جهانی ویروس کرونا، با اتفاقات بسیار تلخی همراه بود، با این حال عرضه واکسن، بدون شک به بهبود جدی اوضاع کمک خواهد کرد. در ادامه چند مورد از جدیدترین کتاب‌های حوزه تجارت را بررسی خواهیم کرد.

۱-فراتر از مرزها / نویسنده: جیمز آلچر نویسنده این کتاب که خود از کارآفرین‌های مطرح نیز محسوب می‌شود، تلاش کرده است تا در این اثر به تجربیاتی بپردازد که از آنها می‌توان تحت عنوان قوانین تجارت استفاده کرد. تعداد آنها عدد باورنکردنی ۱۰ هزار توصیه بوده و بیانگر تحقیقات گسترده آقای آلچر است. نکته جالب دیگر این است که پوشش خوبی نسبت به شرایط مختلف کارآفرین‌ها، صورت گرفته است.

۲-فعالیت معکوس / نویسنده: کالین بریار بدون شک موفق‌ترین برند در بحران کرونا، آمازون با مدیریت جف بزوس بوده است. در این راستا آیا با داستان شکل‌گیری این برند فوق‌العاده و فرهنگ کاری آن آشنا هستید؟ تمرکز اصلی این کتاب، بررسی دلایل موفقیت بسیار بالا و ظهور امپراتوری آمازون است. تحلیل‌های این کتاب، تمامی اطلاعات موردنیاز را در اختیار شما قرار خواهد داد. بدون شک موارد بیان شده، برای هر کارآفرینی الهام‌بخش بوده و می‌تواند در تصمیمات آتی شما تاثیرگذار باشد.

۳-هنر فروش در کسب و کار / نویسنده: جان وارپلو نویسنده این کتاب یکی از پادکست‌سازهای مطرح در حوزه تجارت محسوب می‌شود. وی در کتاب خود تلاش کرده است که با توجه به اطلاعاتی که مصاحبه‌های خود با کارآفرین‌های مختلف به دست آورده، به راز فروش موفق دست پیدا کند. در این راستا نکته‌ای که باید به آن توجه داشته باشید این است که برای رسیدن به چنین سطحی، اقدامات متنوعی نیاز است که حتی از برخی از گزینه‌ها، متعجب خواهید شد. درواقع اگر می‌خواهید که فروش خود را در سال ۲۰۲۱ متحول سازید، این کتاب راهنمای جامعی خواهد بود. ۴-موفقیت در عصر بازاریابی شبکه‌ای / نویسنده: متئو پولارد با توجه به این امر که در سال ۲۰۲۱ وارد یک دهه جدید می‌شویم، لازم است تا نسبت به تغییرات موردنیاز آگاهی پیدا کنیم. نکته‌ای که باید به آن توجه داشته باشید این است که بدون توجه به بستر اینترنت، هیچ برندی نمی‌تواند موفق ظاهر شود. در این راستا آیا نسبت به جدیدترین ترندها و اقداماتی که باید انجام شود آگاهی دارید؟ در این کتاب تلاش شده است که با مثال زدن از نمونه‌های موفق، بهترین برنامه ممکن ارائه شود.

۵-اقتصاد تازانی / نویسنده: ویل پایچ بقا در یک تجارت وابستگی بسیار بالایی با میزان سازگاری شما دارد. در این کتاب ویل پایچ که خود از اقتصاددان‌های مطرح و از مدیران Spotify است، ۸ اصل را مورد بررسی قرار داده که باعث خواهد شد موفقیت را در درآمدت برای کسب و کار خود تضمین نمایید.

۶-تاثیر زبان بدن / نویسنده: اریکا داوان آ با تاکسون به این موضوع فکر کرده‌اید که صرفاً زبان بدن می‌تواند اعتمادسازی نماید؟ در این راستا با توجه به این امر که امروزه تولید محتوای ویدئویی در صدر علایق افراد قرار دارد، توجه به این موضوع کاملاً حیاتی شده است. در این کتاب سعی شده تا به زبان بدن، به صورت کاملاً کاربردی توجه شود. درواقع آموزش‌ها براساس شرایط مختلف بوده و این امر باعث می‌شود تا به سادگی بتوانید موارد را درک کنید.

۷- ۵ قانون مذاکره / نویسنده: راسل کروکینک اگر مهارت مذاکره نداشته باشید، هیچ موفقیتی را به دست نخواهید آورد. درواقع این مسئله در زمینه استخدام، جذب سرمایه‌گذار و فروش که سه اصل حیاتی محسوب می‌شوند، کاملاً تاثیرگذار است. در این راستا نکته‌ای که باید به آن توجه داشته باشید این است که برخی از قوانین، به مراتب مهمتر از سایرین بوده و لازم است تا ابتدا آنها را مورد توجه قرار دهید. به عقیده نویسنده، با رعایت ۵ اصلی که در کتاب بررسی شده است، تا ۷۰ درصد شانس موفقیت در هرگونه مذاکره‌ای را خواهید داشت.

۸-شما با ریسک‌های‌تان شناخته می‌شوید / نویسنده: مایکل واکر در این کتاب تلاش شده است تا این مفهوم در ذهن مخاطب شکل گیرد که ریسک کردن امری کاملاً حیاتی در زندگی محسوب می‌شود. در این راستا نمونه‌های بسیاری نیز به عنوان مثال ذکر شده است، با این حال تمرکز اصلی معرفی مواردی است که باعث خواهد شد تا احتمال بروز شکست و انتخاب ریسک‌های بد، کاهش پیدا کند.

۹-راز نوآوری / نویسنده: وارن تاتل در جهان امروز اگر نوآوری نداشته باشید، تفاوتی با سایر برندها نیز نخواهید داشت. تحت این شرایط طبیعی است که افراد برندهای مطرح‌تر را انتخاب نمایند، با این حال چگونگی می‌توان برندی کاملاً نوآور در عرصه کاری خود محسوب شد؟ این کتاب تلاش کرده است تا تمامی توصیه‌ها و اقدامات لازم برای رسیدن به چنین سطحی را مورد بررسی قرار دهد. ۱۰-بازنگری در رابطه با مشتریان / نویسنده: بنجامین چسلاک

نویسنده این کتاب عقیده دارد که در سال جدید، افراد باید به دنبال بهبود ارتباط خود با مشتریان باشند. درواقع نمی‌توان انتظار داشت که محصور، به صورت مداوم بهبود پیدا کنند، با این حال شما می‌توانید هر روز روابط خود با مشتری را متحول سازید، با این حال در ایدا شما باید نقاط قوت و ضعف خود را بشناسید که تنها از طریق بازنگری در ارتباط خود میسر خواهد بود. این کتاب تلاش کرده است تا شما را در این روند، کمک نموده و سناریوهای مختلفی را براساس آمارهای احتمالی، ایجاد نماید.

۱۱-اعتمادسازی / نویسنده: مارگارت بلامستین با توجه به این امر که در حال حاضر فروش اینترنتی محبوب‌ترین روش محسوب می‌شود، لازم است تا به بزرگ‌ترین مشکل آن توجه ویژه‌ای را داشته باشید. درواقع در این شیوه افراد به مراتب سخت‌تر اعتماد می‌کنند. به همین خاطر ضروری است تا نسبت به روش‌های مختلف اعتمادسازی، توجه ویژه‌ای را داشته باشید. در این راستا تلاش شده است تا از شیوه برندهای مطرحی نظیر Airbnb استفاده شود. در نهایت فراموش نکنید که اعتمادسازی اقدامی مقطعی نبوده و از آن می‌توان برای ایجاد وفاداری مشتری نسبت به برند خود نیز استفاده کرد.

منبع: practicalecommerce.com

مهمترین ادغام‌های استارت‌آپی ایران و جهان

داستان‌های شکست و موفقیت

برند جوان با برند چیلیوری به فعالیت خود ادامه دهند. به گفته علیرضا صادقیان، مدیرعامل چیلیوری، «این به معنای خرید ریحون توسط چیلیوری نیست؛ بلکه برندها ادغام شده‌اند و هیچ پلتفرمی، دیگری را نخریده است. دلیل انتخاب برند چیلیوری این بود که چیلیوری برند بهتری برای سرمایه‌گذاری آتی است.» متأسفانه این ادغام که قرار بود باعث رشد ۶۰ درصدی مشتریان و ۴۰ درصدی رستوران‌های طرف قرارداد شرکت چیلیوری شود، حتی نتوانست این مجموعه را از تعطیلی نجات دهد. اسفند ۹۸ بود که صادقیان در حساب توییتری خود از توقف فعالیت چیلیوری، «حداقل به‌صورت موقتی» خبر داد. به گفته او، شیوع بحران کرونا باعث افت ۷۰ درصدی سفارش آنلاین غذا شده و آنها را مجبور کرده است مذاکره برای جذب سرمایه جدید را به پایان این شرایط موکول کنند.

صادقیان تلاش برای خنثی‌سازی اقدامات انحصارگرایانه رقیب به جای تمرکز بر کسب‌وکار خود را عامل هدررفتن انرژی و هزینه این مجموعه نامید. پس از اینکه چیلیوری از اسنپ‌فود به اتهام انحصار شکایت کرد و دیوان عدالت اداری رأی شورای رقابت مبنی بر پرداخت جریمه توسط اسنپ‌فود را باطل اعلام کرد، بنیان‌گذار چیلیوری به‌عنوان معاون استراتژی به گروه اسنپ پیوست.



موزاندو و بامیلو

۲۷ آبان ۹۴ روابط عمومی بامیلو طی بیانیه‌ای رسمی، از ادغام دو فروشگاه اینترنتی موزاندو و بامیلو که هر دو با سرمایه‌گذاری شرکت روم‌ساک راه‌اندازی شده بودند، خبر داد. بامیلو که جدی‌ترین رقیب دیجی‌کالا به شمار می‌رفت، قرار بود با این ادغام، توان رقابتی بیشتری در عرصه فروشگاه‌های اینترنتی ایران پیدا کند، اما پایان تلخی در انتظار این مارکت‌پلیس ایرانی بود.

اسفند ۹۷ و در آستانه سال نو، بامیلو طی بیانیه‌ای از تعدیل بیش از ۷۰ درصد از نیروهای خود خبر داد. از ۲۱ اردیبهشت ۹۸، دامنه این فروشگاه اینترنتی به فروشگاه اسنپ‌مارکت تغییر داده شد و به این ترتیب این پلتفرم به‌طور رسمی تعطیل شد.

این مجموعه پس از تعطیلی اعلام کرد: «از این پس بیشتر روی کالاهای مصرفی (FMCG) که مورد استقبال کاربران است و بخش‌های کلیدی‌تر در بازار خرده‌فروشی متمرکز خواهد شد.»

بامیلو تحت مدیریت گروه اینترنت ایران بود که شامل چند کسب‌وکار اینترنتی دیگر مانند اسنپ، زودفود و بین‌تاپین می‌شود. زودفود و بین‌تاپین بعداً نام خود را به ترکیبی از برند اسنپ، به ترتیب اسنپ‌فود و اسنپ تریپ، تغییر دادند. اسفندماه ۹۵ ایرانسل نیز در گروه اینترنت ایران سرمایه‌گذاری کرد.

از برند بامیلو دیگر خبری نیست، اما برند موزاندو همچنان با این نام فعالیت می‌کند.

زودشور و لاندراپ

۲۶ تیر ۱۳۹۸ طی بیانیه‌ای اعلام شد دو استارت‌آپ خشکشویی آنلاین زودشور و لاندراپ با یکدیگر ادغام شدند. این ادغام در راستای «کاهش هزینه‌های مشترک و مستهلاک شدن هزینه‌های عملیاتی و درآمدزایی بیشتر» صورت گرفت. سه ماه بعد اما اعلام شد که این دو مجموعه به خاطر اختلاف دیدگاه مدیران، به این نتیجه رسیدند که نمی‌توانند به همکاری با یکدیگر ادامه دهند. حالا این دو پلتفرم به حالت قبل از ادغام برگشته‌اند و به‌طور جداگانه فعالیت می‌کنند.

ادغام بدوفود و زودفود و تغییر نام به اسنپ‌فود

اگر هنوز کسی نام بدوفود را به یاد داشته باشد، احتمالاً به خاطر انیمیشن‌های تبلیغاتی سورپلند است. بدوفود تحت مدیریت گروه اینترنت ایران در زمینه سفارش آنلاین غذا راه‌اندازی و کمی بعد با زودفود ادغام شد. زمانی‌که این دو پلتفرم ادغام شدند، هنوز نام اسنپ به برند تبدیل نشده بود و تا یک سال بعد از شکل‌گیری تعداد تراکنش‌های کمتری نسبت به زودفود داشت. با رشد چشمگیر سرویس اسنپ و جا افتادن

نام آن بین مردم، گروه اینترنت ایران بر آن شد تا برای بهتر دیده شدن مجموعه‌های دیگر تحت مدیریتش، از ترکیب برند اسنپ برای نام‌گذاری آنها استفاده کند. به این ترتیب زودفود به اسنپ‌فود تغییر نام داد.

طبق گفته مهرداد عبدالرزاق، مؤسس و رئیس هیأت مدیره اسنپ‌فود: «اسنپ‌فود استقلال عمل خود را کاملاً در اختیار دارد و تنها سرویس‌های ما از برند یکدیگر برای بهتر دیده شدن استفاده می‌کنند.»

ای‌نتورک، ادرو و عدد

۳ مرداد ۱۳۹۷ اعلام شد پلتفرم‌های تبلیغاتی ای‌نتورک و عدد با پلتفرم ادرو ادغام شدند و فعالیت خود را در قالب شرکت دانش‌بنیان کسب و کارهای نوپای خاورزمین (ای‌نتورک)، ادامه می‌دهند. ازآنجاکه تمام سهام این سه پلتفرم تحت مالکیت هلدینگ PPG (پیشگامان پژواک پردیس) است، تصمیم گرفته شد برای کاهش هزینه‌ها و جلوگیری از داشتن محصولات موازی، با هم ادغام شوند.

طبق گفته علی جعفری، مدیرعامل خاورزمین، پس از ادغام تغییری در اسم، دامین و پلتفرم‌ها داده نشد و صرفاً ماهیت حقوقی آنها تغییر کرد. در پی ادغام این سه مجموعه، مدیریت کلی آن به مجموعه خاورزمین واگذار شد. در حال حاضر شرکت آوای هوشمند همراه پارس (ADAD) به خاطر آنچه در وب‌سایت خود «شیوع بیماری کرونا» نامیده، فعالیت خود را متوقف کرده است.

بیمیتو و ازکی

دو بازیگر اصلی صنعت بیمه آنلاین در ایران، بیمیتو و ازکی در اسفند ۹۸ با یکدیگر ادغام شدند و خبر از سرمایه‌گذاری قابل توجه گروه صنعتی ماموت دادند. اینطور که گفته شده بود، در پی این ادغام شرکتی جدید تأسیس خواهد شد که نیمی از آن متعلق به بیمیتو و نیمی دیگر متعلق به ازکی است.

طبق گفته حامد ولی‌پوری، مدیرعامل بیمیتو، استراتژی این است که هر دو برند به کارشان ادامه دهند، چون «کاربر مشترک زیادی در این دو پلتفرم وجود ندارد».

او اضافه کرد که سهم بازار بیمیتو و ازکی از صنعت بیمه آنلاین، با این ادغام به ۸۰ درصد رسیده است.

ادغام آواتک، شزان، نوآوا و زاویه در هم‌آوا

۱۴ شهریور ۱۳۹۷ اعلام شد که چهار پلتفرم آواتک (شتاب‌دهنده کارآفرینی)، شزان (شتاب‌دهنده تخصصی در حوزه فناوری‌های همگرا)، نوآوا (فعال در زمینه‌های فناوری و سرمایه‌گذاری) و زاویه (فضای کار اشتراکی) در مجموعه هم‌آوا ادغام و در کارخانه نوآوری مستقر می‌شوند. طبق گفته ایمان جلیلی، مدیر ارتباطات شرکت هم‌آوا، این ادغام با هدف «تسریع امور و متمرکز شدن همه سرویس‌ها» صورت گرفت. طبق قرارداد، این پلتفرم‌ها به فعالیت خود به همان شکل ادامه می‌دهند، اما به نام هم‌آوا (شرکت مادر) قرارداد امضا می‌کنند.

تقسیم وظیفه بین این چهار مجموعه به گفته جلیلی، به این صورت است که «فضای کار اشتراکی عرصه زاویه و برنامه‌های شتاب‌دهی به‌طور مشترک به عهده آواتک و شزان خواهد بود. نوآوا نیز به استارت‌آپ‌ها خدمات رشد ارائه خواهد داد. هم‌آوا نیز از این به بعد سرمایه‌گذاری روی استارت‌آپ‌های در حال رشد را به عهده خواهد داشت.»

نمونه‌های خارجی ادغام شرکت‌ها

ای‌بی و پی‌پال

زمانی‌که ای‌بی (eBay) در سال ۲۰۰۲ برای ادغام سراغ پی‌پال (PayPal) رفت، بزرگ‌ترین وب‌سایت حراجی آنلاین در دنیا بود. هدف از ادغام، تسهیل پرداخت آنلاین در بستری ای‌بی بود. این ادغام به رشد هر دو شرکت کمک کرد و در پی آن سهام هر دو به طرز چشمگیری افزایش یافت.

همکاری ای‌بی و پی‌پال توانست پی‌پال را به‌سرعت به بزرگ‌ترین سیستم پرداخت آنلاین در آمریکا و جهان تبدیل کند؛ به‌طوری‌که بیش از ۷۰درصد خریدهای آنلاین در ای‌بی با سیستم پی‌پال انجام می‌گرفت. با شروع سال ۲۰۱۳، میان مدیران پی‌پال و ای‌بی اختلاف بالا گرفت؛ به‌حدی‌که کارل ایکهان، یکی از سرمایه‌گذاران پی‌پال، کمپینی برای جدایی پی‌پال از ای‌بی به راه انداخت. او معتقد بود ارزش پی‌پال بسیار بیشتر از ای‌بی است و اداره آن به‌دست ای‌بی از رسیدن پی‌پال به ارزش واقعی در بازار سهام جلوگیری می‌کند.

البته پیش‌بینی ایکهان درست بود، چراکه در مدت کوتاهی پس از جدایی، این شرکت با رشد نزدیک به ۵۰ میلیارد دلاری، ارزشی بالاتر از ای‌بی در بازار کسب کرد.

دیزنی و پیکسار

میکی‌ماوس و نیمو، پینوکیو و داستان اسباب‌بازی‌ها. سیندرلا و ماشین‌ها. ادغام والت دیزنی و پیکسار به‌راستی یکی از موفق‌ترین پیوندها در تاریخ ادغام کسب‌وکارها است. دیزنی پیش از این تمام فیلم‌های پیکسار را منتشر کرده بود؛ اما حالا که قرارداد آنها با انتشار ماشین‌ها رو به پایان بود، تصمیم به ادغام بسیار به‌موقع بود؛ چون حالا این دو شرکت می‌توانستند آزادانه و راحت با یکدیگر همکاری کنند.

انیمیشن‌هایی که این دو شرکت بعد از ادغام تولید کردند، مانند وال-ئی، آپ و بولت گواه بر موفقیت قابل توجه این تصمیم است. با این ادغام، پیکسار توانست به تولید دو فیلم در سال فکر کند و از توصیه‌های تخصصی دیزنی در زمینه تبلیغ، بازاریابی و فروش محصولات جانبی استفاده کند.

آکاتلک و لوست

در سال ۲۰۰۶، ارزش هر سهم شرکت مخابراتی فرانسوی آکاتلک حدود ۱۶ دلار بود که برای ادغام با شرکت آمریکایی لوستنت وارد قرارداد ۱۳ میلیارد دلاری شد. قرار بود این ادغام این دو شرکت را که هنوز به خاطر سقوط صنعت مخابرات در سال ۲۰۰۱ با مشکلات مالی دست‌وپنجه نرم می‌کردند، به رشد قابل توجهی برساند، اما اختلافات فرهنگی، بوروکراسی دست‌وپاگیر، و نبود نوآوری باعث شد شرکت آکاتلک-لوست سال‌ها دچار ضرر شود تا جایی که سهام آن به یک دلار برای هر سهم سقوط کرد. سرانجام در سال ۲۰۱۵ نوکیا تصمیم گرفت در رقابت بااریکسون سوئد، آکاتلک-لوست را با قرارداد ۱۶۶ میلیارد دلاری بخرد و از این پس تحت برند Nokia Corporation به فعالیت خود ادامه دهد.

ادغام استارت‌آپ‌ها اگر با استراتژی صحیح و برنامه‌ریزی دقیق و هدفمند انجام شود، می‌تواند به رشد سریع و چشمگیر کسب‌وکارها کمک قابل توجهی کند. اما داستان همه ادغام‌ها پایان خوشی ندارد و عوامل بسیاری، از جمله اختلاف بین مدیران و نبود هدف مشترک، می‌تواند چنان ضربه‌ای به کسب‌وکار وارد کند که به سقوط سهام و حتی تعطیلی آن بینجامد.

استاندار: زنوزی سرمایه بزرگ کشور و آذربایجان شرقی است

تراکتور برندی معتبر برای فوتبال آسیا است



زنوزی برای خدمت به جوانان استان پای به میدان گذاشته است
پورمحمدی ادامه داد: زنوزی با ورود به ورزش آذربایجان به هیچ عنوان دنبال سود نبوده و برای خدمت به جوانان استان پای به میدان گذاشته و بارها عنوان کرده که برای یک دقیقه شادی مردم از هیچ تلاش و کوششی دریغ نخواهد کرد که چنین روحیه ای بسیار ارزشمند و قابل ستایش است.وی اضافه کرد: تیم بزرگ تراکتور که امروز موفق شده عنوان محبوب‌ترین تیم آسیا را کسب کند، حاصل تلاش‌های بی‌دریغ مالکیت این باشگاه، کادر مدیریتی، کادر فنی و بازیکنان این تیم است.استاندار آذربایجان شرقی افزود: ما از فعالیت

خبر خوش مدیرعامل سازمان قطار شهری قم

سد تولید سوزن کراس آور در کشور شکسته شد



کشور است که بیشتر توسط کشورهای فرانسه، اسپانیا، هند و چین تولید و عرضه می‌شود که در سال جهش تولید با تکیه به توان داخل

مدیر عامل توزیع برق گیلان:

طرح تعدیل موقت روشنایی معابر همزمان با سراسر کشور در استان گیلان در حال اجراست

این طرح با شرکت توزیع برق گیلان به عمل آوردن. وی افزود: دراستان گیلان طی این طرح ۹۵۰۶ دستگاه چراغ روشنایی معابر مورد تعدیل قرار گرفته و در مجموع ۱۴۲۶ کیلووات صرفه جویی صورت پذیرفته است. هنرمند گفت: هموطنان با اقداماتی ساده مانند خاموش کردن لامپ‌های اضافی در منازل و ادارات و کاهش جزئی شعله بخاری و یا کاستن یک درجه دمای محیط، می‌توانند تا ۱۰ درصد مصرف گاز کشور را کاهش دهند که در این صورت با همکاری مردم مشکلی در تامین گاز و برق کشور در روزهای سرد سال به وجود نخواهد آمد. وی در پایان تصریح کرد: راحت ترین راه برای ارسال آدرس های های خاموشی از سوی مردم داندود و نصب اپلیکیشن برق من می باشد که از طریق سایت شرکت به آدرس **www.gilanpdc.ir** قابل دسترس است.



کرد: تعدیل روشنایی معابر با هدف کاهش مصرف گاز نیروگاهی در تمامی استان ها در حال اجراست و انتظار می رود همه دستگاه های اجرایی استان، همکاری لازم را به منظور اجرای

برای اولین بار در کشور انجام شد :

استفاده برق منطقه ای خوزستان از پهباد جهت جمع آوری اطلاعات مکانی پست های برق

تجهیزات ۱۴۰ پست انتقال و فوق توزیع با استفاده از این روش گردآوری شده است و اجرای فاز سوم پروژه نیز در دستور کار دفتر قرار دارد.

سرسری افزود: علاوه بر عملیاتی نمودن این تکنولوژی، در طی سالل های گذشته بررسی ها و مطالعات قابل توجهی در خصوص بهبود فرایند مذکور در صنعت برق، توسط واحد (GIS) شرکت و مشاورین مربوطه انجام شده است.

بر اساس این گزارش مدیر کل دفتر فناوری اطلاعات و آمار وزارت نیرو، از مدیر عامل شرکت برق منطقه ای خوزستان به دلیل استقرار سامانه اطلاعات مکانی (GIS) و استفاده از فتوگرامتری بردکوتاه (پهباد) جهت جمع آوری اطلاعات مکانی پست های برق (پهباد) جهت جمع آوری اطلاعات مکانی پست های برق تقدیر و قدردانی کرده است.



مدیر دفتر برنامه ریزی فنی معاونت ریزی و تحقیقات بیان کرد: تاکنون دو فاز اول و دوم پروژه برداشت اطلاعات مکانی، شامل

امام جمعه تبریز:

کرونا جهاد مالی ملت ایران را به نمایش گذاشت



آن کمک کردند. حجت الاسلام آل هاشم سومین راه کمک به دین خدا را کمک مالی به هم نوعان دانست و گفت: عده ای هم هستند که همواره از مال و ثروت حلال خود برای دین خدا مایه گذاشته اند که کار این عده بس مهم و حیاتی است و در زمان جنگ تحمیلی، جبهه ها را کمک های مردمی از طریق مساجد پشتیبانی می کردند و چه بسا اگر این حمایت های مادی و مالی نبود، زمزمه گان و انقلاب به مشکل جدی برخورد می کرد.وی با اشاره به اینکه در حال حاضر هم مصداق این جهاد مالی را در شرایط کرونایی مشاهده می کنیم، اظهار داشت: این شرایط همان جایی است که اگر خیرین و کمک های مردمی نبود، بسیاری از خانواده های آسیب پذیر در تنگنای

آذربایجان شرقی – فلاح: استاندار آذربایجان شرقی با تمجید و قدردانی از تلاش‌های مالک باشگاه فرهنگی، ورزشی و اقتصادی تراکتور تبریز، گفت: زنوزی سرمایه بزرگ کشور و استان ماست و باید قدردان خدمات او برای ورزش باشیم.

محمدرضا پورمحمدی با حضور در باشگاه تراکتور به مناسبت کسب عنوان محبوب ترین تیم فوتبال آسیا، اظهار داشت: این باشگاه برندی معتبر برای فوتبال آسیا است و امروز شهرت فوتبالی و ورزشی تبریز و آذربایجان را مدیون این نام بزرگ هستیم. وی از تلاش های بی وقفه مالک، اعضای باشگاه، کادر فنی، اجرایی و بازیکنان تیم تراکتور برای سرپلندی فوتبال آذربایجان، قدردانی کرد. پورمحمدی با بیان اینکه از حضور در جمع اعضای باشگاه تراکتور انرژی مثبتی دریافت می کند، اظهار داشت: امروز نام تراکتور در وسعتی فراتر از آذربایجان به اشتراک گذاشته شده است و انتخاب این باشگاه به‌عنوان محبوب‌ترین تیم آسیاباعث افزایش شور و نشاط استانی شده است که جای قدردانی دارد.وی با اشاره به دیدار خود با رئیس‌جمهوری اسلامی ایران، گفت: در دیداری که با دکتر روحانی داشتم، ایشان تبریز را شهری ورزشی عنوان کرد که با تیم‌های مختلف ورزشی خوندنمای می کند و بی‌شک شهره ورزشی این شهر را مدیون تراکتور هستیم.

اخبار

مدیر عامل شرکت آب و فاضلاب استان مرکزی در نشست خبری مجازی و آنلاین :

با یکپارچه سازی شرکت های آب و فاضلاب شهری و روستایی ، شاهد تأثیرات مثبت در آبرسانی به روستاها هستیم



اراک – خبرنگار فرصت امروز:مدیر عامل شرکت آب و فاضلاب استان مرکزی در نشست خبری ، سالروز تصویب قانون تشکیل شرکت های آب و فاضلاب در سال ۶۹ با خبرنگاران به صورت مجازی و آنلاین برگزار شد. از تأثیرات مثبت یکپارچه سازی شرکت های آب و فاضلاب شهری و روستایی گفت . به گزارش روابط عمومی شرکت آب و فاضلاب استان مرکزی مهندس یوسف عرفانی نسب مدیرعامل این شرکت در خصوص اهداف یکپارچه سازی شرکت های آب و فاضلاب شهری و روستایی اظهار داشت: ارتقاء و تسهیل در خدمات رسانی و پاسخ گویی به مشترکین ، هم افزایی ظرفیت های تخصصی شامل مدیران و نیروهای متخصص، ظرفیت های فنی شامل تاسیسات و تجهیزات و ظرفیت های اقتصادی شامل درآمدها و منابع مالی اعم از دولتی و غیر دولتی ، کوچک سازی دولت و کاهش هزینه های اداری و مدیریتی را از اهداف یکپارچه سازی شرکت های آب و فاضلاب شهری و روستایی بوده است. وی تصریح کرد: یکپارچه سازی به لحاظ اقتصادی و درآمدها و منابع مالی چه دولتی و چه غیر دولتی ثمرات خوبی داشت که اثرات مثبت آن در حوزه آبرسانی به روستاها را به خوبی شاهد هستیم . وی با اشاره به دستاوردهای طرح یکپارچه سازی شرکت ها بیان داشت : اشتراک گذاری حداکثری تاسیسات و تجهیزات در دو بخش شهر و روستا باعث شد مشکل تامین آب ۱۰ روستای استان که در مجاورت شهری ها قرار داشتند ، مرتفع شود ، که باعث افزایش رضایتمندی مردم شد. عرفانی نسب در ادامه افزود : از دیگر اقداماتی که با انجام طرح یکپارچه سازی شرکت ها از ابتدای سال ۹۹ شاهد آن بودیم ، اجرای ۴۰ پروژه آبرسانی برای ۷۴ روستا می باشد که قرار است اسمال در قالب #پویش ۲۰هفته الف . ب . ایران با حضور وزیر نیرو به بهره برداری برسد.

استاندار بوشهر عنوان کرد: آمادگی استان بوشهر برای تاسیس کارخانه نوآوری در حوزه آب

بوشهر – خبرنگار فرصت امروز :استاندار بوشهر گفت: امیدواریم کارخانه نوآوری در حوزه آب در بوشهر دایر شود و این آمادگی در استان وجود دارد به گزارش روابط عمومی شرکت سهامی آب منطقه ای بوشهر به نقل از پایگاه اطلاع رسانی وزارت نیرو (پاون)، «عبدالکریم گروند» در آئین امضای تفاهم‌نامه اجرای طرح اکو تکنوپارک بوشهر که امروز دوشنبه به امضای وزارت نیرو و استاندار بوشهر و رئیس دانشگاه خلیج فارس رسید، افزود: این تفاهم‌نامه فضایی است که می‌تواند در نوآوری مورد استفاده مناسب قرار گیرد و همکاری جدیدی را به نمایش بگذارد. وی اظهار داشت: هم دانشگاه و هم شرکت آب منطقه‌ای هر یک فضایی دارند که می‌توان از این ظرفیت‌ها استفاده کرد و این کار مشترک می‌تواند به عنوان الگویی مد نظر قرار گیرد.استاندار بوشهر گفت: ظرفیت‌های زیادی داریم که برای به‌رهمندی مطلوب از این ظرفیت‌ها لازم است کنار هم قرار گیرند. وی افزود: نخستین کارخانه نوآوری در دانشگاه خلیج فارس دایر شده و استان بوشهر یکی از استان‌هایی بود که نوآوری و بحث‌های دانشی در این استان در بخش‌های مختلف شتاب خیلی بالایی گرفت. زمانی در این استان تنها ۱۱،۱۰ شرکت دانش بنیان شکل گرفته بود که تا ۲۸ شرکت ارائه رفته است و با این نوآوری‌ها به بیش از ۱۶۰، ۱۷۰ شرکت خواهد رسید.وی با بیان این که انگیزه و ظرفیت‌های لازم برای این کار هم وجود دارد، اظهار داشت: اکنون در بوشهر این اتفاق مبارک افتاده است و لازم است این تفاهم‌نامه عملی شود. گرواند با بیان اینکه در این استان امکان شکل گیری حرکت‌هایی وجود دارد که در کشور به عنوان یک الگو مطرح شود، گفت: اکنون این آمادگی وجود دارد و حاضریم در هر زمینه‌ای در نوآوری این استان را مورد حمایت جدی قرار دهیم. رئیس دانشگاه خلیج فارس هم گفت: رویکردی در مجموعه وزارت نیرو با هدف ایجاد زیست بوم نوآوری شکل گرفته و از طرفی رویکردهای استانی هم مانند پارک‌های فناوری سال‌هاست اتخاذ شده و استان‌هایی مانند یرد هم پیش‌از بوده‌اند.

قائم مقام مدیر عامل شرکت آب و فاضلاب هرمزگان:

چاه جدید برنطین وارد مدار تولید شد



مدار خارج شدن چاه شماره یک برنطین، در تامین آب مشترکان این روستا از طریق شبکه آبرسانی با مشکل مواجه شدیم، افزود: از زمان خارج شدن چاه مذکور از مدار تولید برای جبران کمبود، آبرسانی به صورت نوبت بندی و سیار در دستور کار قرار گرفت. شاکری ادامه داد، با پایان حفر چاه، بلافاصله تجهیزات مورد نیاز نصب و بهره برداری از چاه آغاز شد. قائم مقام مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب هرمزگان ابراز امیدواری کرد، با تامین آب شرب روستای برنطین از محل چاه جدید به پایداری لازم برسد گفتنی است، برنطین شش هزار و ۱۰۱ نفر جمعیت دارد که آب مشترکان آن از چاه های دشت واقع در این روستا تامین می شود.

اقدامات انجام شده دو ماهه اخیر ناحیه کهگیلویه و بویراحمد



کیلوولت در پست برق چرام و آماده سازی فیدرهای اختصاصی شرکت گاز؛ در پست برق دنا از جمله اقدامات انجام شده است. تامین قطعه یدک به منظور رفع اشکال از دیفکت های باقیمانده پست های ناحیه و برنامه ریزی جهت اجرای خاموشی کلی پست برق ساران به منظور اجرای دو بی یقیمانده ۲۲۰ کیلو ولت مربوط به پتروشیمی گچساران و همچنین پیکره بندی و پیاده سازی اتوماسیون و تعویض رله های کل پست، از دیگر اقدامات انجام شده در امور بهره برداری ناحیه کهگیلویه و بویراحمد در دو ماهه اخیر است.

استاندار گلستان:

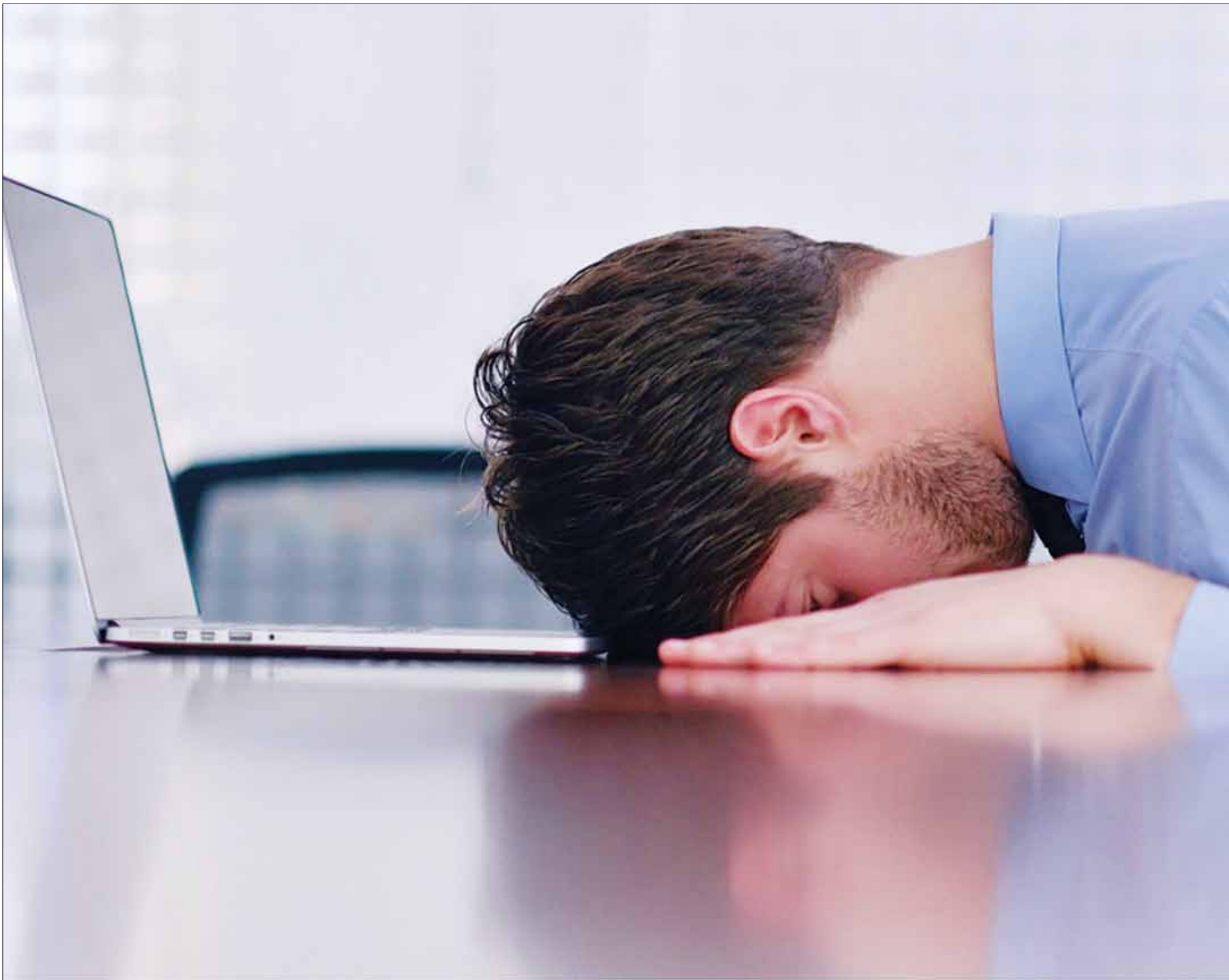
میراث شهید سلیمانی خودباوری کشورهای اسلامی در برابر زیاده‌خواهی‌های استکبار است

گراگان – خبرنگار فرصت امروز: استاندار گلستان گفت: میراث حاج قاسم سلیمانی با محوریت جبهه مقاومت خودباوری کشورهای اسلامی در برابر زیاده‌خواهی‌های استکبار جهانی است.هادی حق شناس در مراسم سالگرد شهید سپهبد حاج قاسم سلیمانی اظهار داشت:میراث حاج قاسم سلیمانی با محوریت جبهه مقاومت خودباوری کشورهای اسلامی در برابر زیاده‌خواهی‌های استکبار جهانی است.وی افزود: شهید سلیمانی نقشی تاثیرگذار در سطح منطقه داشت و نقشی ایشان فراتر ایران بود و سال‌ها باید بگذرد تا ویژگی‌های شخصیتی ایشان مشخص شود.استاندار گلستان اظهار کرد: ظرفیت شهید سلیمانی بسیار کوبنده‌تر از سردار سلیمانی خواهد بود و شهید سلیمانی در طول ۲۲ سال گذشته جهاد به ظاهر اصغر ولی اکبری را انجام داد و نه از سرسازی به سرداری که از سرداری به سربازی رسید.حق شناس گفت: شهید سلیمانی سربازی بود که به علت عظمت روح او تمام ایران و منطقه سر تعظیم فرود آوردند.

حضور سرپرست معاونت درمان دانشگاه علوم پزشکی قزوین در نشست مجازی معاونان درمان کشور

قزوین – خبرنگار فرصت امروز: در نشست مجازی معاونان درمان دانشگاه های علوم پزشکی کشور، با حضور معاون درمان وزارت بهداشت، مسائل مربوط به درمان بیماران بستری و سربایی مبتلا به ویروس کووید ۱۹، توجه به بحث تغذیه و روان درمانی این بیماران و اهمیت انسبب شناسی موارد مرگ و میر مبتلایان به بیماری کرونا بررسی شد. دکتر علی اکبر کریمی، سرپرست معاونت درمان دانشگاه علوم پزشکی قزوین که در این رابطه گفت: معاون درمان وزارت بهداشت به توجه و تلاوam خدمات درمانی سایر بیماری ها، مانند: بیماری های قلبی و عروقی، سرطان ها، بیماری های متابولیک و سکنه های قلبی و مغزی در شرایط فعلی و همچنین اهمیت نظارت و اعتباربخشی بیمارستان ها تأکید کرد.این نشست، روز ۱۳ دی ۹۹ برگزار شد.

۶ علت بی‌حوصلگی در محیط کار؛ عواقب و راه‌های درمان آن



باز هم شبیه از راه رسید. صدای آزاردهنده زنگ ساعت سکوت لذت‌بخش را می‌شکند. چند بار دکمه «چرت» (SNOOZE) ساعت را می‌زنیم و به تخت‌خواب می‌چسبیم. بعد درست زمانی که عقربه ساعت به ۸ می‌رسد، تمام عضلات بدن مان درد می‌گیرد. نهایتاً به محل کار می‌رسیم و کامپیوتر روی میز را روشن می‌کنیم. همه‌چیز به نظر طبیعی می‌آید، جز ذهنی که به هر سو سرک می‌کشد. اگر موقعیت بالا برای‌تان آشناست، احتمال دارد که درگیر بی‌حوصلگی و خستگی در محل کار باشید و حالا به سراغ این نوشته آمده‌اید تا از این شرایط آزاردهنده خلاص شوید. در اینجا به دلایل ایجاد بی‌حوصلگی در محل کار، عواقب کمتر شناخته‌شده آن و راهکارهایی برای رفع خستگی و بی‌حوصلگی کاری نگاه می‌کنیم.

دلیل واقعی بی‌حوصلگی و خستگی در محیط کار

بی‌حوصلگی ناشی از مشکلات احتمالی محل کار است:

۱. علایق شما با کاری که می‌کنید همخوان نیست

اتفاق نادری نیست که کارمان با آنچه برای‌مان جالب است منطبق نباشد، اما ممکن است گاهی متوجه این ناهماهنگی نباشیم. خوب است به این فکر کنیم که چرا این شغل را انتخاب کرده‌ایم و در آن مشغول به کار شدیم:

- درآمد قابل توجهی داشت؟
- گزینه دیگری جز آن مصاحبه کاری نداشتیم؟
- فقط احتیاج به محیط تازم‌ای داشتیم؟

اگر موارد بالا دلایل عمده ما برای انتخاب شغل فعلی‌مان بوده است، باید درباره علاقه‌مان به این کار بازنگری کنیم.

۲. از توانایی‌های‌تان به‌قدر کافی استفاده نمی‌کنید

هر کس نقاط قوت و استعدادی دارد. هرگاه توانایی‌های ما به‌تمامی در شغل‌مان به کار نیایند، ممکن است وظیفه محول‌شده اصلاً چالش‌برانگیز به نظر نرسد. بدتر از همه، ممکن است در ارزشمندی خود برای شرکت تردید کنیم و به‌تدریج انگیزه کاری خود را از دست بدهیم.

۳. فرصت‌های رشد و یادگیری کمی دارید

تصور کنید یک وظیفه ثابت را تا دو هفته یا دوماه یا دو سال یا بارها و بارها انجام دهید. احساس‌تان چه خواهد بود؟ مطمئنم که همگی تا حد مرگ، بی‌حوصله خواهیم شد.

اگر محل کارتان فرصت‌های کافی برای رشد و یادگیری فراهم نمی‌کند

و قادر به مشاهده پیشرفتی نیستید، کم‌کم ناامید می‌شوید و درباره کارتان احساس بی‌حوصلگی می‌کنید.

۴. اتلاف وقت زیادی دارید

داشتن زمان تنفس در محل کار ضروری است، اما وقت آزاد بیش از اندازه دردسرزا است. وقتی زمان بطالت زیاد باشد، ذهن به این شاخه و آن شاخه می‌پرد: به این فکر می‌کنیم که کجا غذا بخوریم و یا به مشکلات رابطه‌های‌مان یا حرفی که همسایه امروز زده است فکر می‌کنیم.

هرچند ذهن مشغول می‌شود، اما دلیل پیدایش این افکار این است که حوصله‌مان سر رفته است.

۵. احساس خستگی و فرسودگی می‌کنید

اهدافی که در زندگی دنبال می‌کنیم و مسائلی که باید بیرون از محیط کار به آنها رسیدگی کنیم فراوان است. وقتی با سایر بخش‌های زندگی خیلی درگیر باشیم، توجه و انرژی خود را به‌سادگی از کار منحرف می‌کنیم. هرچه برای انجام وظایف کاری تلاش کمتری انجام دهیم، علاقه و دلبستگی ما به کارمان کمتر می‌شود؛ همین مسئله حتی بیشتر ما را به بی‌حوصلگی سوق می‌دهد.

۶. هدف روشنی ندارید

افرادی که به‌مدت طولانی در یک پُست مشغولند، به‌آسانی احساس می‌کنند که راه را گم کرده‌اند. به‌مرور، در مورد اینکه از شغل‌مان چه می‌خواهیم دچار سردرگمی می‌شویم. به روال تکراری روزها عادت می‌کنیم و کم‌کم شور و علاقه خود به کار را از دست می‌دهیم.

عواقب کمتر شناخته‌شده اعتنا نکردن به بی‌حوصلگی

ممکن است فکر کنید اشکالی ندارد اگر رسیدگی به بی‌حوصلگی را به وقتی دیگر موکول کنید، اما هرچه بیشتر بی‌حوصلگی را نادیده بگیرید، با عواقب بیشتری روبه‌رو می‌شوید. بی‌حوصلگی خود را جدی بگیرید؛ این حالت می‌تواند عواقبی داشته باشد!

افزایش استرس

تعدادی از شرکت‌کنندگان کارگاه کاهش استرس این‌گونه نظر دادند:

- کارهای کسل‌کننده می‌توانند واقعا استرس‌آور باشند؛
- این احساس که مهارت‌های‌مان در کار فعلی‌مان به هدر خواهد رفت، می‌تواند موجب استرس شود.

اکتساب عادات بد

به‌گمان متخصصان، افراد با زیاده‌روی در مصرف غذاهای ناسالم و انجام کارهای خطرناک در محل کار، بی‌حوصلگی خود را تسکین می‌دهند. زمانی که به خستگی و بی‌حوصلگی‌مان رسیدگی نمی‌کنیم، ممکن است جایی دیگر به محرکی پناه ببریم تا بر بی‌حوصلگی فائق شویم.

کاهش سلامت روانی

پژوهشی نشان می‌دهد جوانان یا تازه‌فارغ‌التحصیل‌شدگان ممکن است دچار افسردگی یا خمودگی شوند؛ زیرا آنها «خود را مجبور به انجام کارهایی می‌بینند که موجب رشد و خشنودی آنها نیست.»

بازدهی پایین

همان‌طور که پیش از این اشاره کردیم، وقتی برای انجام کار بی‌حوصله و بی‌علاقه باشیم، بازدهی کارمان افت شدیدی می‌کند.

۶ راهکار برای رفع خستگی و بی‌حوصلگی در محل کار بی‌حوصلگی خودبه‌خود از بین نمی‌رود و باید برایش کاری کرد. ببینیم چطور می‌شود بی‌حوصلگی را رفع کرد. خوشبختانه راهایی برای تغییر اوضاع وجود دارد:

۱. درباره شرایط کاری خود با رئیس یا سرپرست‌تان گفت‌وگو کنید

اگر رئیس یا سرپرست‌تان به بازخورد علاقه‌مند است، صحبت کردن با او همیشه برای‌تان خوب خواهد بود. آنها قاعده‌تا همان آدم‌هایی هستند که باید حرف‌تان را به آنها بزنید؛ چون می‌توانند شما را درک کنند و کاری برای‌تان انجام دهند. می‌توانید درخواست وظایف دشوارتر یا کاری را داشته باشید که با علایق‌تان همسو است. این پیشنهاد نه‌تنها به رفع بی‌حوصلگی کمک می‌کند، بلکه رئیس‌تان از اشتیاق شما برای رشد و یادگیری سپاس‌گزار خواهد بود.

۲. بیشتر از چیزی که از شما انتظار می‌رود انجام دهید

برای استفاده کامل از توانایی و زمان‌تان، سعی کنید بیشتر از نیاز رئیس‌تان کار کنید. پس از اتمام وظایف تکراری و ساده، زمانی را صرف انجام وظایف خارج از دایره مسئولیت‌تان کنید. به‌مرورزمان، رئیس‌تان متوجه اخلاق کاری شما می‌شود و آن را تصدیق خواهد کرد. در آینده ممکن است وظایف جالب‌توجهی به شما محول شود که مشتاق نگاه‌تان دارد!

۳. در وقت آزاد، مهارت‌های تازه بیاموزید

اگر اوقات بی‌کاری‌تان زیاد است، دانش خود را افزایش دهید و چیزی تازه یاد بگیرید. کسی که همه‌فن‌حریف باشد، همیشه در چشم رؤسا می‌درخشد. مثلاً اگر در گروه طراحی کار می‌کنید ولی با نرم‌افزارهای طراحی آشنا نیستید، خودآموزی در این زمینه فرصت خوبی برای‌تان است.

۴. بدانید چه انتظاری از کارتان دارید

دانستن انتظارات اهمیت دارد زیرا شناسایی اهداف می‌تواند ایجاد انگیزه کند! خوب است برای کشف و تعیین اهداف و آنچه مشتاقش هستید وقت بگذارید، اما لطفاً فراموش نکنید که این موارد را یادداشت کنید و به‌عنوان یادآور به میز کارتان بچسبانید. همچنین اگر به کمک نیاز دارید، می‌توانید از توصیه‌های موفقیت‌شغلی «چطور» بهره بگیرید.

۵. استراحت کنید تا فرسوده نشوید

استراحت برای سفر طولانی پیش‌رو حکم مرحله مقدماتی را دارد. هرگز برای استراحت کردن تردید نکنید زیرا به آن نیاز دارید! اگر قصد دارید به موفقیت بیشتری برسید، استراحت برای‌تان ضروری است. قدرت یک استراحت کوتاه را دست‌کم نگیرید.

۶. اگر شغل‌تان مانعی برای شماست، ترکش کنید

اگر همچنان بعد از به کار بستن تمام توصیه‌های بالا، کارتان را خسته‌کننده و کسل‌کننده می‌دانید، باید به فکر ترک شغل فعلی‌تان باشید. فرصت شغلی همه‌جا هست؛ ممکن است شغلی بهتر منتظر شما باشد. تغییری در زندگی‌تان ایجاد کنید و با خودتان مهربان‌تر باشید.

سخن آخر

زمانی که در محل کار خسته و بی‌حوصله هستیم، در واقع با علامت هشدارِی مواجهیم که نباید آن را نادیده بگیریم. این احساس می‌تواند نشانه‌ای از این باشد که هدفی را در زندگی گم کرده‌ایم. اگر اجازه بدهیم این بی‌حوصلگی ادامه پیدا کند، سلامت روان و شادی خود را در معرض خطر قرار داده‌ایم.

هر روز یک کار تکراری را انجام ندهید که شما را بی‌حوصله می‌کند. تغییری ایجاد کنید تا شوروشوق دوباره‌ای به کار و زندگی‌تان بدهد.

منبع: lifehack.chetor

بررسی مسئله تعیین اهداف و برنامه‌ریزی کسب و کار

چگونه اهداف کسب و کارمان را تعیین کنیم؟

به قلم: آلیسا گرگوری
کارشناس کسب و کار و کارآفرین مستقل / ترجمه: علی آل‌علی

تعیین اهداف در عرصه کسب و کار امر ساده‌ای نیست. بسیاری از برندها پس از شروع به فعالیت به دلیل فقدان برنامه مناسب با مشکلات اساسی مواجه می‌شوند. اگر یک کسب و کار بدون برنامه و اهدافی مشخص وارد عرصه کسب و کار شود، امکان ارزیابی نتیجه استراتژی‌های مختلف را نخواهد داشت. گام نخست برای برنامه‌ریزی نیز تعیین اهداف مناسب است. کارآفرینان به هر حال در راستای دستیابی به اهدافی مشخص اقدام به برنامه‌ریزی می‌کنند.

گاهی اوقات کسب و کارها برای تعیین اهداف کسب و کارشان زمان بسیار زیادی را اختصاص می‌دهند. این امر شاید در نگاه نخست عادی باشد، اما در عمل زمان زیادی از برندها خواهد گرفت. تعیین اهداف مناسب و دقیق کار ساده‌ای نیست، اما بیش از اندازه هم پیچیده نخواهد بود. هدف اصلی در ادامه مقاله کنونی بررسی برخی از نکات مهم در زمینه تعیین اهداف کسب و کار به ساده‌ترین شیوه ممکن است.

تعیین اهداف کسب و کار؛ از ایده تا عمل

روند شروع کسب و کار از سوی کارآفرینان به طور معمول مشابه است. افراد وقتی ایده‌های جذابی، از نظر خودشان، برای فعالیت در حوزه کارآفرینی دارند، اقدام به تاسیس کسب و کار می‌کنند. شاید ایده اولیه جذابیت بسیار زیادی داشته باشد، اما تبدیل ایده ذهنی کارآفرینان به کسب و کاری واقعی فرآیند سختی خواهد بود. گاهی اوقات امکان اجرای دقیق ایده‌های کارآفرینان در عرصه کسبب و کار وجود ندارد بنابراین پیش از راه‌اندازی یک کسبب و کار باید نسبت به امکان اجرای آن نیز توجه داشته باشیم. این نکته اغلب اوقات مورد بی‌توجهی قرار می‌گیرد.

کارآفرینان پس از راه‌اندازی کسبب و کار در تلاش برای ایجاد روندهای مشخصی در عرصه فعالیت اعضای شرکت هستند. این امر از نظر ایجاد عادت‌های کاری مناسب اهمیت بالایی دارد. شاید برنامه‌ریزی پس از شروع کسبب و کار امر عادی برای اغلب افراد باشد، اما از نظر حرفه‌ای همراه با مشکلات زیادی خواهد بود. برنامه‌ریزی و تعیین اهداف کسبب و کار باید پیش از شروع به کار صورت گیرد. دلیل این امر صرفه‌جویی در زمان در دسترس کسبب و کارهاست. وقتی از همان ابتدا برنامه و اهداف مشخصی پیش روی کسبب و کارها باشد، دیگر نیازی برای اتلاف وقت نخواهد بود.

یکی از ایرادهای تعیین اهداف به صورت غیرقابل مذاکره در ابتدای شروع به فعالیت برند مربوط به تغییرات ناخواسته است. رویدادها و اتفاقات مختلفی در عرصه کسبب و کار موجب تغییر برنامه‌های کارآفرینان می‌شود. اگر برنامه یک برند دارای انعطاف‌پذیری لازم نباشد، در عمل با مشکلات بسیار زیادی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف مواجه خواهند شد. یکی از راهکارهای مناسب برای ایجاد انعطاف‌پذیری در برنامه‌های کسبب و کار مربوط به واقع‌نگری است. کارآفرینان نسبت به تمام نکات در عرصه کسبب و کار آگاهی ندارند. همین امر مشکلات بسیار زیادی برای آنها به همراه خواهد داشت. تلاش برای تعیین اهداف براساس آگاهی فعلی از بازار و ایجاد فضای مناسب برای اصلاح اهداف در گذر زمان مهمترین نکته خواهد بود. مشکل اصلی کارآفرینان در زمینه برنامه‌ریزی پردازش ایده‌های اولیه در مورد اهداف و سپس ایجاد وقفه‌های طولانی برای تبدیل اهداف به برنامه‌های مشخص است. اغلب کارآفرینان به طور روزانه طراحی برنامه براساس اهداف را به هفته یا ماه بعد موکول می‌کنند. در نهایت نیز پس از گذشت چندین ماه هیچ پیش‌رفتی در فعالیت آنها روی نمی‌دهد. در ادامه باید به این مسئله مهم پردازیم.

چرا تاخیر در برنامه‌ریزی روی می‌دهد؟

اگر شما نیز به عنوان کارآفرین پس از برنامه‌ریزی اولیه با مشکلاتی در زمینه اجرای برنامه‌ها در راستای دستیابی به اهداف‌تان مواجه می‌شوید، باید چند نکته بسیار مهم را مدنظر قرار دهید. نکته نخست مربوط به ماهیت واقع‌گرایانه اهداف است. شاید یک هدف برای کسبب و کار کوچک مناسب نباشد. این امر موجب تاخیر در اجرای برنامه‌ها و از دست رفتن فرصت‌های مختلف می‌شود. توجه به حوزه فعالیت و جایگاه برند در بازار نیز مهم است. پروژه‌های بلندپروازانه اغلب برای کسبب و کارهای تازه تاسیس مناسب نیست. کارآفرینان تازه کار باید اندکی با فضای کسبب و کار نیز آشنا شوند. در غیر این صورت شانس چندانی برای بقا در بازار نخواهند داشت. نکته بعد در مورد تبدیل اهداف اولیه به برنامه‌های کاربردی مربوط به تعیین محدوده زمانی است. اگر برنامه شما برای سال آینده است، باید دست‌کم ۲ هفته مانده تا پایان سال جاری ایده‌های‌تان بدل به هدف و سپس برنامه شود. در غیر این صورت در عمل برای سال آینده امکان اجرای برنامه‌ها را نخواهید داشت. وقتی کارآفرینان زمان مشخصی برای تعیین برنامه‌ها مشخص نمایند، به هر زحمتی که باشد، برنامه ساماندهی خواهد شد. زمان باقی‌مانده تا سال نو نیز باید صرف ارزیابی برنامه و آمادگی مقدمات برای اجرای آن شود. به این ترتیب کسبب و کارها فرصت کافی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را خواهند داشت.

آیا راهکار بهتری برای تعیین اهداف وجود دارد؟

بررسی بحث پیرامون مشکلات و چالش‌های تعیین اهداف و برنامه‌ریزی برای کسبب و کار باید به طور معمول همراه با ارائه برخی از راهکارهای مناسب باشد. برهمین اساس در این بخش به بررسی برخی از راهکارهای مناسب جهت تعیین بهینه اهداف خواهیم پرداخت.

کسبب و کارها وقتی در تلاش برای برنامه‌ریزی هستند، اغلب به دنبال اهداف بلندمدت و بزرگ می‌روند. بدون شک هر کسبب و کاری نیاز به اهداف بلندمدت دارد، اما باید به فکر اهداف میان‌مدت نیز باشد. در غیر این صورت شانشی برای دوام در بازارهای رقابتی نخواهد داشت. مشتریان هیچ‌گاه شکیبانی لازم برای مشاهده نتایج موفقیت کسبب و کار در بلندمدت را ندارند بنابراین باید به دنبال راهکارهایی برای نمایش مزیت‌های برندمان در کوتاه‌مدت نیز باشیم. متأسفانه کسبب و کارها در بسیاری از موارد توانایی ایجاد هماهنگی میان اهداف کوتاه‌مدت و بلندمدت را ندارند. این امر موجب پیگیری اهداف متفاوت از سویی کسبب و کارها می‌شود. اگر برنامه‌ریزی درست از سوی برندها مدنظر قرار گیرد، فرآیند مدیریت کسبب و کار و برنامه‌ریزی ساده‌تر از هر زمان دیگری خواهد شد.

وقتی از تعیین اهداف صحبت می‌کنیم، باید وضعیت رقبا را نیز مدنظر قرار دهیم. اگر هدف ما در مقایسه با رقبا بسیار ابتدایی است، در صورت دستیابی به آن نیز شانشی برای توسعه برند و جلب نظر مشتریان نخواهیم داشت بنابراین همیشه پیش از تعیین اهداف و تبدیل‌شان به برنامه باید نیم‌نگاهی به وضعیت رقبا نیز داشته باشیم. بدون شک این امر در ابتدا بسیار دشوار خواهد بود، اما به مرور زمان با تکرار بدل به عادت‌ی ساده خواهد شد. امروزه تعیین اهداف برای کسبب و کار دارای اهمیت حیاتی است. برندهای بدون برنامه توانایی چندانی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف و همچنین دوام در بازار ندارند. همین امر موجب جهت‌گیری شمار بالایی از کارآفرینان به سوی برنامه‌ریزی و تعیین اهداف می‌شود. زمان‌بندی درست برای تعیین اهداف فرآیند موفقیت‌برند را تسهیل خواهد کرد.

منبع: smallbusinessbonfire.com

فرصت امروز

روزنامه‌مدیریتی –اقتصادی

| سه‌شنبه | ۱۶ دی ۱۳۹۹ | شماره ۱۷۰۰ | صفحه ۱۶ |

صاحب امتیاز: موسسه مطبوعاتی فرصت سازان امروز

مدیر مسئول و سردبیر: محمدرضا قدیمی

چاپ: هنر سرزمین سبز

دفتر مرکزی: میدان هفت تیر، خیابان بهار شیراز، میدان بهار شیراز، پلاک ۱۴۹

دفتر مرکزی: ۸۸۳۱۷۷۳۸

سازمان آگهی‌ها: ۸۸۳۲۰۹۶۰

آیین نامه اخلاق حرفه ای روز نامه: WWW.FORSATNET.IR/REGULATIONS

WWW.FORSATNET.IR

INFO@FORSATNET.IR

تبلیغات خلاق



مسیر موفقیت

شجاعت در مقابل آسایش

رسیدن به اهداف خود مشاهده می‌کنید، باعث می‌شود همه ارزش آن را داشته باشند. دیدن میشل الکسیس گواه این موضوع است و بعد از سخنرانی هفته گذشته در لینکدین (LinkedIn)، آن را به اشتراک گذاشت و این ایده را به عمق وجود خود فرو برد.

تفاوت بین ماندن در رختخواب (منطقه آسایش تشبیهی شما) و از بین بردن اهداف، به چالشی پیش روی شما مبدل می‌شود. مخاطب را با چشم نگاه می‌کند و به آنها می‌گوید این را انجام دادید. شما برای انجام این کار متولد شده‌اید!

همه ما باید با این چالش‌ها روبه‌رو شویم و بسیاری از ما از ایسن امر امتناع می‌ورزیم. برخاستن در مورد یافتن شجاعت پنهان در درون خود است برای اقدام کردن به انجام آن تا وقتی که به طور منطقی دیگر چنین احساسی به همراه نداشته باشد.

این در مورد استفاده از اعصابی است که به نفع شماست. ایسن در مورد گرفتن ناراحتی‌های شما و تبدیل آنها به سلاح‌های کشتار جمعی است.

سخن پایانی

دیدن میشل الکسیس که از نظر جسمی بیمار، عصبی، ترسناک و مانند کسی که رو به موت است به من چیزهای زیادی آموخت. غالباً مجبور نمی‌شویم جلوی کسانی مانند او را بگیریم که این‌چنین تأثیر زیادی دارند تا ببینیم شجاعت واقعی چگونه به نظر می‌رسد. پشت صحنه نگاه تمام افرادی که شما آنها را تحسین می‌کنید، نشان‌دهنده شباهت‌های زیادی با میشل است.

همه چیز در ویدئو آسان به نظر می‌رسد و آنچه شما نمی‌بینید شجاعتی است که موفقیت به آن احتیاج دارد. هر کدام از ما از طعم چالش‌های خود غافل هستیم و غلبه بر آنها با استفاده از شجاعت بدین شکل است که چگونه ما بالا می‌رویم، به آنچه می‌خواهیم می‌رسیم و از آن اهدافی که معنای زندگی ما را دارد، عبور می‌کنیم.

هدف، چشم‌انداز، کارآفرینی، پیشرفت شخصی و هر چیز دیگری که می‌توانید در راحتی رختخواب خود پنهان ندارید مگر اینکه شجاعت اجرای آن را داشته باشید. شما می‌توانید در راحتی رختخواب خود پنهان شوید یا از آنجا خارج شوید و در مقابل اژدهاها برقصید، در حالی که درختان اطراف شما می‌سوزد و ذهن شما از همه سرگونی‌ها ساکت می‌شود.

انتخاب باشماست.

شجاعت را انتخاب خواهید کرد یا آسایش را؟

منبع: success*ucan

ترسناک پنهان می‌شویم، اما آنچه من تجربه کردم این است که ما به اندازه کافی به دنبال اهداف خود نمی‌رویم. انجام کاری مانند سخنرانی عمومی یک بار در سال یا دو بار در سال نمی‌تواند به اندازه کافی بر روی نتایج شما متمرکز باشد.

میشل نشان داده است که سریع‌ترین راه برای رسیدن به اهداف بزرگ‌مان بی‌رحم بودن است. او این کار را با رفتن روی صحنه برای چندین بار طی یک دوره کوتاه مدت انجام داده است.

مهم‌تر از همه، موجب شجاعت می‌شود

شما در بستر گرم خود می‌مانید و هرگز انجام نمی‌دهید زیرا فاقد شجاعت هستید.

ما با شجاعت متولد نشده‌ایم. ما آن را توسعه می‌دهیم. شجاعت مانند عضله‌ای است که باید هر هفته ورزش داده شود. انجام تکرارها کمتر از یک تعهد هفتگی باعث می‌شود دید شما و در نهایت اهداف شما بیش از حد از شما دور شود. برای ماندن در مسیر صحیح، باید خودتان را اهرم کنید.

آنچه من آموختم‌ام این است که شجاعت واقعاً چیزی جز انجام کارهای کوچک که بخشی از اهداف شما را تشکیل می‌دهند نیست. به عبارت دیگر، شجاعت بدون دستیابی به نتیجه، اقدام می‌کند.

لحظه‌ای که خیلی سخت روی نتیجه‌ای که می‌خواهید به آن برسید تمرکز می‌کنید، در افکار خود گم می‌شوید. به دست آوردن قدرت نفوذ خود و داشتن شجاعت با برنامه‌ریزی کارها در تقویم خود شروع می‌شود. هنگامی که چیزی در تقویم شما قفل شده است، به خودتان نیرو می‌دهید.

هیچ یک از ما نمی‌خواهیم دیگران را پایین بیاوریم و با قرار دادن چیزهایی در تقویم خود، شما وقت خود را برای کسب شجاعت قرار می‌دهید. خبر خوب این است که اگر در روز اقدام، نتوانید اقدام کنید، همیشه می‌توانید به رختخواب خود عقب‌نشینی کنید.

در این حالت چیزی که من متوجه شدم این است که شما برنده نخواهید شد. پس از قفل شدن، احتمال بسیار خوبی وجود دارد که می‌خواهید آن را اجرا کنید. داشتن چیزهایی که در دفترچه فعالیت‌های خود دارید به فعال کردن اقدام خودکار کمک می‌کند. لحظه‌ای که می‌توانید هنگام انتخاب شجاعت از حالت اقدام خودکار استفاده کنید، شرایط شروع به تغییر می‌کند.

بالارفتن تا چالش

بعد از لحظاتی همراه با شجاعت، پیش‌رفتی که در