

دلار ۱۵هزار تومانی همان
دلار ۴۲۰۰ تومانی نیست؟

۱

احمد حاتم‌ی یزد
کارشناس اقتصادی

رساندن قیمت دلار با آزادی منابع ارزی ایران به ۱۵ هزار تومان ممکن است، اما فروش این‌چنین دلار بدون توجه به تقاضای فشرده شده در اقتصاد ایران پیامدهای خوبی ندارد. چهار دهه است که در قانون بودجه، بانک مرکزی موظف به خرید دلارهای دولت شده است. بانک مرکزی برای خرید دلارهای نفتی دولت، پول چاپ کرده و این به تورم مزمن در اقتصاد ایران دامن زده است. بهترین راه این است که قانون، بانک مرکزی را به فروش دلار دولت موظف کند و نه خرید آن. رئیس‌جمهور اعلام کرده با آزادی منابع ارزی بلوکه‌شده ایران در یکی از کشورها، قیمت دلار از ۲۵ هزار تومان به ۱۵ هزار تومان می‌رسد. رساندن قیمت دلار از ۲۵ هزار تومان به ۱۵ هزار تومان با دسترسی بیشتر دولت به منابع ارزی بلوکه‌شده غیرممکن نیست، اما نمی‌توان گفت این صحبت رئیس‌جمهور از نظر اقتصادی درست است. دولت می‌تواند منابع ارزی را با هر قیمت که تمایل دارد به مردم بفروشد، اما پیامدهای ناگوار فروش دلار ۱۵ هزار تومانی خیلی زود گریبان اقتصاد کشور را می‌گیرد که مشابه دلار ۴۲۰۰ تومانی خواهد...

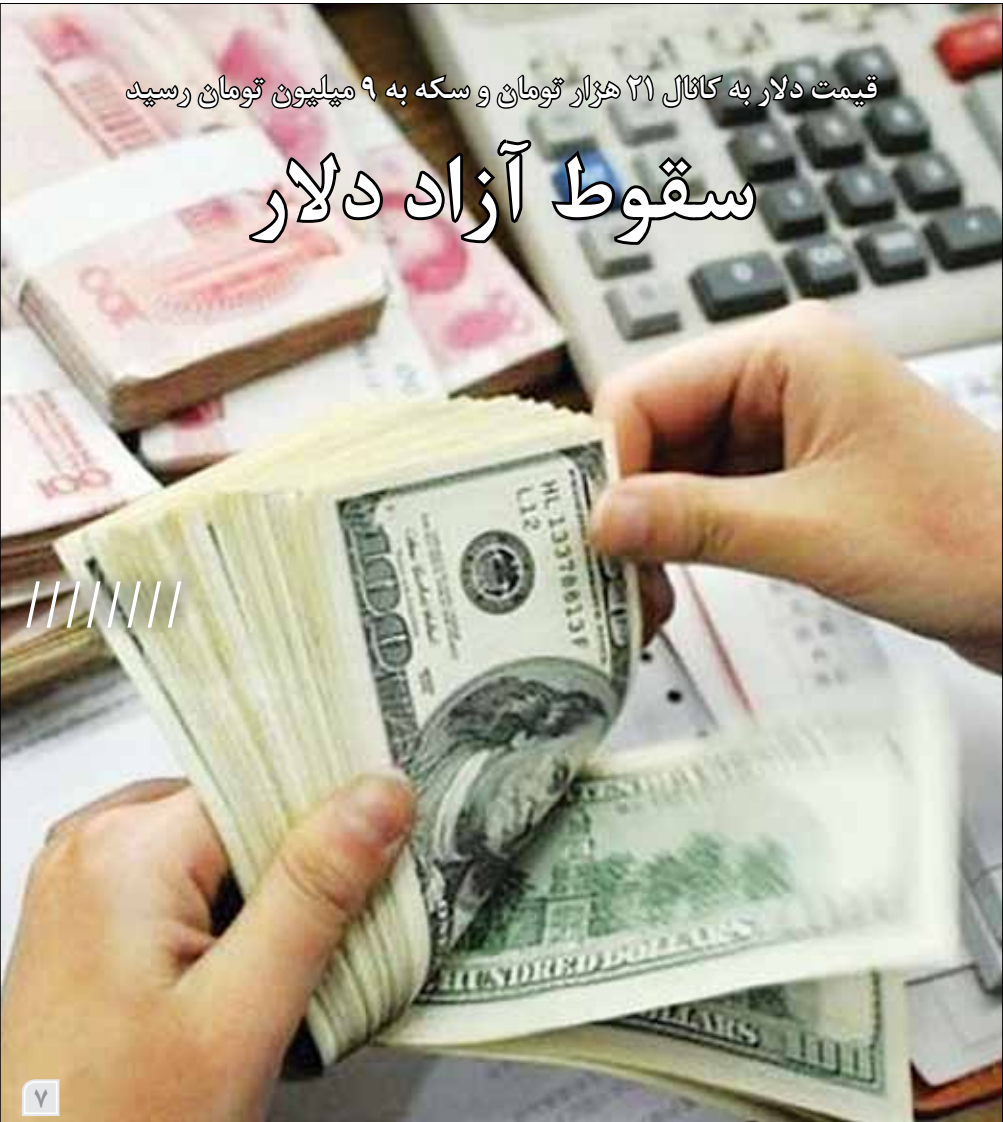
۴

فرصت امروز

برای کسب وکار آفرینی

قیمت دلار به کافال ۲۱ هزار تومانی و سکه به ۹ میلیون تومانی رسید

سقوط آزاد دلار



۷

یارانه نقدی در سال آینده ۲ سقفی شد

۲ سقف پرداختی برای یارانه ۱۴۰۰

فرصت امروز: طبق مصوبه کمیسیون تلفیق بودجه، یارانه نقدی در سال آینده در دو سقف پرداخت می‌شود که ۵۸ میلیون نفر یک مبلغ و از ۵۸ میلیون تا ۸۰ میلیون نفر مبلغ کمتری دریافت می‌کنند. این شاید مهمترین خبر سخنگوی کمیسیون تلفیق بودجه در نشست خبری روز گذشته بود. رحیم زارع در تشریح آخرین مصوبات کمیسیون تلفیق بودجه از تعیین دو سقف پرداختی برای یارانه در سال آینده خبر داد و گفت که براساس مصوبه این کمیسیون، یارانه نقدی در دو سقف پرداخت خواهد شد. او با بیان اینکه در پی مصوبه کمیسیون تلفیق، منابع یارانه‌ها یکجا دیده...

۳

ادامه ریزش قیمت دلار با بازار سرمایه چه خواهد کرد؟

طعنه دلار به بورس

۵

مدیریت و کسب‌وکار



پردازش کوانتومی گوگل به
ساخت دارو کمک می‌کند

- تبلیغات دیجیتال با توصیه‌های اساسی
- بهبود کیفیت استخدام شرکت در ۱۱ گام
- تغییرات رفتار مشتریان در سال ۲۰۲۱
- ورود فیفا به عرصه تولید پادکست
- بازار یابی منفی، الگویی متفاوت برای تعامل
- رونمایی لکسوس از خودروی جدیدش در توپج

۸ تا ۱۶

مقایسه بازدهی بازارهای مالی در ۲ سال گذشته نشان می‌دهد

بورس صدرنشین بازارها

خرید پول در کشوری که تورم داشته کاهش می‌یابد. بر همین اساس، زمانی که تورم رخ می‌دهد ارزش پول ملی به طور خودکار کاهش پیدا می‌کند. با این حال، اگر دولت‌ها با افزایش عرضه ارز یا سیاست‌های دستوری، مانع تغییر نرخ برابری ارزها شوند (یعنی از کاهش ارزش پول داخلی در برابر ارزهای خارجی جلوگیری کنند) به طور کوتاه مدت عوارض کاهش ارزش پول پنهان می‌ماند، هرچند این سیاست منجر به جهش قیمتی در بازه‌های میان‌مدت یا بلندمدت خواهد شد.

با توجه به این توضیحات، افزایش قابل توجه نرخ تورم از سال ۹۷ تا ۹۹ موجب افزایش قیمت دلار از حدود ۱۰ هزار تومان به ۲۵ هزار تومان شد؛ البته طی سال‌های ۹۲ تا ۹۶ نیز افزایش تورم وجود داشت، اما با عرضه گسترده ارز در بازار، نرخ‌ها پایین نگه داشته شده بود. در این شرایط، بروز شوک ارزی مانع پایداری نرخ‌ها شد. مطابق بررسی صورت گرفته، در بازه‌ای که تورم قابل توجهی وجود داشت (۱۳۹۷ تا ۱۳۸۶) نرخ ارز تقریباً ثابت ماند، دلیل این اتفاق هم عرضه بالای ارز (سرکوب قیمتی) در بازار بود، همچنین در سال‌های ۱۳۸۲ و ۱۳۹۲ که نرخ ارز در بازار تقریباً به طور آزاد تعیین می‌شد، شاهد کمترین مداخلات دولتی (ارزپاشی) بوده‌ایم. با توجه به اینکه قیمت سکه بهار آزادی متأثر از قیمت طلای جهانی است و برای تبدیل نرخ جهانی به ریال، از قیمت دلار استفاده می‌شود، می‌توان گفت تغییر قیمت دلار تأثیر مستقیمی

تعداد پروانه‌های احداث ساختمان حدود ۴۰ هزار واحد بود که با توجه به اضافه شدن سالانه حدود ۵۰۰ تا یک میلیون متقاضی مسکن در بازار مسکن، عدد قابل توجهی به شمار نمی‌آید. البته همه تقاضای مسکن از طریق واحدهای جدید پوشش داده نمی‌شود، اما با توجه به رشد هر ساله تقاضا باید روند رو به رشدی در عرضه مسکن وجود داشته باشد. از سوی دیگر، شاخص قیمت نهاده‌های ساختمانی نیز در همین بازه زمانی (جدیدترین آمار منتشرشده) بیش از ۱۲۰ درصد رشد داشته است. به عبارتی، هزینه ساخت مسکن طی دو سال گذشته بیش از دو برابر شده است. بر این اساس، طبیعی است که درجا زدن پروانه‌های احداث ساختمان در کنار افزایش محسوس شاخص قیمت نهاده‌های ساختمانی، منجر به افزایش قیمت مسکن شود. آمارهای رسمی از افزایش قیمت مسکن نیز نشان می‌دهد بر اثر عوامل مذکور (کمبود عرضه و افزایش شاخص قیمت نهاده‌ها) در بازه تابستان ۹۷ تا پاییز ۹۹ قیمت هر متر مربع خانه ۲۸۵ درصد افزایش یافته است.

* بازار سکه و ارز: زمانی که نرخ تورم افزایش پیدا می‌کند، قدرت خرید مردم در برابر ارزها کاهش پیدا می‌کند. به سخن دیگر، وقتی یک سبد کالایی در دو کشور با ۱۱ تومان خریداری می‌شود، بعد از وقوع تورم در یکی از این کشورها، آن کشور برای تهیه همان سبد کالایی، بیشتر از ۱۱ تومان باید هزینه کند بنابراین قدرت

نگاهی به بازدهی بازارها از تابستان ۹۷ تا پاییز ۹۹ نشان می‌دهد بازارهای مسکن، ارز، سکه و سرمایه به ترتیب ۱۴۳ درصد، ۵۷ درصد، ۹۸ درصد و ۶۴۲ درصد به طور میانگین رشد کرده‌اند و در این بین، بیشترین رشد با اختلاف بالا مربوط به بازار سرمایه است.

به گزارش پایگاه خبری بازار سرمایه، رشد بازار سهام در این بازه زمانی ۴۰۴ برابر رشد بازار مسکن، ۱۱۰۲ برابر رشد بازار ارز، ۶۰۵ برابر رشد بازار سکه و ۱۷۰۸ برابر رشد تورم نقطه به نقطه رشد کرده است. در دو سال گذشته سطح عمومی قیمت‌ها تا حد قابل ملاحظه‌ای افزایش یافت، تورم نقطه به نقطه که در سال ۱۳۹۶ تا ۷ درصد کاهش یافته بود، در سال ۱۳۹۷ از ۵۳ درصد هم عبور کرد. هرچند در سال ۱۳۹۸ روند نزولی نرخ تورم دوباره آغاز شد اما تورم در سال ۱۳۹۹ دوباره به آستانه ۵۰ درصد رسید. افزایش نرخ تورم هرچند در قالب گرانی کالاها و خدمات خود را نشان داده است، البته روی دیگر سکه افزایش تورم، افزایش قیمت دارایی‌ها بوده است. به عبارت دیگر، افزایش سطح عمومی قیمت‌ها طی دو سال گذشته (تابستان ۹۷ تا پاییز ۹۹) در رشد قابل توجه بازدهی بازارهایی نظیر مسکن، ارز، سکه و بورس موثر بوده است. * بازار مسکن: بازار مسکن طی سال‌های اخیر از دو جهت افزایش داشته است: نخست، کاهش محسوس عرضه یا ساخت و ساز و دوم، افزایش هزینه‌های ساختمانی، طی سال‌های ۱۳۹۷ تا ۱۳۹۹ میانگین

بازارهای مسکن، سکه، دلار و بورس رشد قابل توجهی داشتند. این رشد برای هر بازار، تا حدی مرهون افزایش تورم و تا حدی هم عوامل درون‌زا بود. به عبارت دیگر، تمام بازدهی در این بازارها به دلیل تورم نبوده است؛ به طور مثال کاهش عرضه ارز و کاهش عرضه مسکن روی قیمت این دو بازار تأثیر گذاشت. از طرف دیگر، سوددهی و عوامل بنیادی برخی شرکت‌ها نیز در رشد بازار سرمایه موثر واقع شد؛ ضمن اینکه در برخی موارد قیمت‌های جهانی هم بر نرخ داخلی اثرگذار بود. (مانند تأثیر قیمت اونس جهانی بر نرخ سکه) یکی از دلایل اینکه بازدهی همه این بازارها بیشتر از نرخ تورم بوده نیز همین است. در واقع، اختلاف رشد در این بازارها با نرخ تورم، نشان‌دهنده رشد واقعی (بازدهی) این بازارها است.

با توجه به توضیحات یادشده، نگاهی کلی به بازدهی این بازارها نشان می‌دهد که بازارهای مسکن، ارز، سکه و سرمایه به ترتیب ۱۴۳ درصد، ۵۷ درصد، ۹۸ درصد و ۶۴۲ درصد به طور میانگین سالانه رشد کرده‌اند که با توجه به میانگین ۴۶ درصدی نرخ تورم در دو سال اخیر، می‌توان گفت بازدهی واقعی همه این بازارها مثبت بوده است. در میان این بازارها، بیشترین رشد با اختلاف بالایی مربوط به بازار سرمایه است، رشد بازار سرمایه در این بازه زمانی، ۴۰۴ برابر رشد بازار مسکن، ۱۱۰۲ برابر رشد بازار ارز، ۶۰۵ برابر رشد بازار سکه و ۱۷۰۸ برابر رشد تورم نقطه به نقطه رشد کرده است.

بر تغییر قیمت سکه می‌گذارد. از این رو در دو سال اخیر (تابستان ۹۷ تا پاییز ۹۹)، قیمت سکه از ۵ میلیون تومان به مرز ۱۱۰۸ میلیون تومان افزایش پیدا کرد. * بازار سرمایه: در بین بازارهای مورد بررسی، بازار سرمایه با اختلاف بسیار بالایی بیشترین بازدهی را داشته است. ارزش بازار طی این دو سال (تابستان ۹۷ تا پاییز ۹۹)، نزدیک به ۱۱۰۰ درصد افزایش یافته است. رشد قابل توجه بازار سرمایه مرهون ورود نقدینگی مردم به بورس (افزایش تقاضا)، سوددهی برخی شرکت‌های بزرگ بورسی (مانند شرکت‌های پتروشیمی) و تأثیر افزایش قیمت‌های جهانی (در بازار کامودیتی‌ها مانند سنگ آهن، اسلب، مس و روی) از جمله دلایل رشد قابل توجه بورس بوده‌اند. همچنین شاخص‌های قیمت، قیمت هم وزن، صنعت، مالی و کل هم در این بازه زمانی به طور محسوسی افزایش یافتند. به عنوان نمونه، شاخص کل بورس تهران که در تابستان ۹۷ بیش از ۱۱۲ هزار واحد بود، در پاییز ۹۹ به یک میلیون و ۴۳۹ هزار واحد ارتقا یافت تا بیش از ۱۲۸ برابر شده باشد. هرچند در فصل آخر مورد بررسی یعنی پاییز اسمال بازار سرمایه با افت مواجه شد، اما به طور کلی، در بازه تابستان ۹۷ تا پاییز ۹۹، شاخص قیمت ۹۹۷ درصد، شاخص قیمت هم وزن ۲۰۲۸ درصد، شاخص صنعت ۱۱۴۵ درصد و شاخص مالی نیز ۱۱۱۰ درصد رشد کردند.

بنابراین همانطور که گفته شد، در دو سال اخیر

سازمان هواشناسی از کاهش شدید دما بین ۷ تا ۲۰ درجه خبر داد

هشدار نارنجی هواشناسی در ۱۳ استان

باغ‌ها از کودهای مناسب جهت کاهش تنش سرمای استفاده شود و نهادهای کشاورزی به مکان‌های مناسب منتقل شوند. خودداری از انجام عملیات یخ زمستانه در دماهای کمتر از منفی ۱۰ درجه سانتیگراد، تسریع در انتقال محصولات برداشت شده به مکان‌های مسقف (به‌خصوص صیفی‌جات استان بوشهر و هرمزگان)، حفاظت از مزارع گوجه فرنگی و صیفی‌جات در برابر سرما از دیگر توصیه‌های سازمان هواشناسی برای حفاظت از باغ‌ها و مزارع است. این سازمان در ادامه توصیه کرده است که در سالن‌های پرورش قارچ، گلخانه و انبارها دما تهویه و تنظیم و سوخت سالن‌ها نیز باتوجه به کاهش دما تأمین شود. دما و رطوبت انبارها نیز با توجه به رطوبت، جهت جلوگیری از خسارت بیماری‌های قارچی کنترل شود. در ادامه این هشدار به مرغداران و دامداران توصیه شده است که دمای هوا را در سالن‌ها تهویه و تنظیم کنند و سوخت سالن‌ها نیز باتوجه به کاهش دما تأمین شود. تأمین ذخیره آب آشامیدنی موردنیاز روزانه دام با توجه به احتمال یخ‌زدگی آب، اطمینان از خشک بودن بستر جهت جلوگیری از یخ‌زدگی دام به مقاومت در برابر تنش سرما، تهیه خوراک پرانرژی برای دام‌ها باتوجه به کاهش دما، جلوگیری از نفوذ هوای سرد به داخل سالن‌ها، پایش انفولانزای فوق حاد پرندگان در مرغداری‌ها باتوجه به کاهش دما و پایش تب برفکی در دامداری‌ها از دیگر توصیه‌های سازمان هواشناسی است.

سفرهای غیرضروری و همراه داشتن تجهیزات زمستانی، اجتناب و جلوگیری از فعالیتهای کوهنوردی، آمادگی تجهیزات برف‌روبی و نمک‌پاشی و آمادگی ارگان‌های خدمات‌رسان توصیه می‌شود. در ادامه این هشدار با اشاره به کاهش شدید دما آمده است: از اوایل وقت پنجشنبه (۲ بهمن ماه) تا شنبه (۴ بهمن ماه) این وضعیت رخ می‌دهد و در نیمه غربی، مرکزی، جنوبی و استان‌های ساحلی دریای خزر کاهش نسبی ۷ تا ۱۲ درجه دما و در شمال شرق و شرق کشور کاهش نسبی ۱۲ تا ۲۰ درجه دما و ماندگاری هوای سرد تا روز شنبه (۴ بهمن ماه) در غالب مناطق کشور پیش‌بینی می‌شود. این شرایط پنجشنبه (۲ بهمن ماه) در شمال غرب، سواحل شمالی و غرب، جنوب شرق و تهران و شنبه (۴ بهمن ماه) در شمال غرب، سواحل شمالی، جنوب شرق، غرب، جنوب شرق و تهران دور از انتظار نیست. در این شرایط افزایش مصرف سوخت و حامل‌های انرژی، خسارت به محصولات و تاسیسات کشاورزی، یخبندان شبانه یخ‌زدگی و لغزندگی جاده‌ها پیش‌بینی و نسبت به مدیریت در توزیع و مصرف بهینه انرژی، احتیاط در تردد جاده‌ای و آمادگی ارگان‌های خدمات‌رسان توصیه می‌شود. سازمان هواشناسی با صدور هشدار نارنجی رنگ دیگری آورده است: با توجه به کاهش دما احتمال وارد شدن خسارت در محصولات و تاسیسات کشاورزی وجود دارد. از این‌رو در مزارع و

سازمان هواشناسی کشور با صدور هشدار نارنجی رنگ از بارش برف در ۱۳ استان و کاهش شدید دما بین ۷ تا ۲۰ درجه سانتیگراد خبر داد و به کوهنوردان توصیه کرد که به کوهستان نروند. در هشدار نارنجی رنگ سازمان هواشناسی پیش‌بینی می‌شود که پدیده‌ای جوی اثرات منفی به دنبال داشته باشد و خسارت‌های احتمالی را سبب شود. هشدار نارنجی همچنین برای آماده‌باش دستگاه‌های مسئول برای مقابله با یک پدیده خسارت‌زا صادر می‌شود. سازمان هواشناسی همچنین از بارش برف، کولاک برف، رخداد مه و کاهش دید افقی، وزش باد شدید بین ۶۰ تا ۹۰ کیلومتر بر ساعت و احتمال وقوع بهمن از اواخر وقت چهارشنبه تا روز جمعه در ارتفاعات رشته کوه البرز خبر داد. این شرایط جوی روز سه‌شنبه (۳۰ دی ماه) برای نیمه جنوبی آذربایجان غربی و شمال غرب کردستان، چهارشنبه (۱ بهمن ماه) برای استان‌های اردبیل، کرمانشاه، گیلان، نیمه شمالی آذربایجان شرقی، نیمه جنوبی آذربایجان غربی، نیمه غربی کردستان و پنجشنبه (۲ بهمن ماه) برای استان‌های گیلان، مازندران، گلستان، خراسان شمالی، نیمه شمالی خراسان رضوی و شمال استان‌های تهران، البرز و قزوین پیش‌بینی می‌شود.

در پی حاکمیت این شرایط جوی بارش برف، کولاک برف، کاهش دید، لغزندگی و اختلال در تردد جاده‌ای، احتمال وقوع بهمن در ارتفاعات، تأخیر و احتمال لغو پروازها وجود دارد بنابراین اجتناب از

شرقی، آذربایجان غربی، زنجان، کردستان و کرمانشاه پیش‌بینی می‌شود. وزش باد شدید همچنین طی روز پنجشنبه (۲ بهمن) در استان‌های گلستان، خراسان شمالی، خراسان رضوی، یزد، اصفهان، کرمان، خراسان جنوبی و سیستان و بلوچستان و طی روز جمعه (۳ بهمن) در جنوب فارس، هرمزگان و سیستان و بلوچستان دور از انتظار نیست. سازمان هواشناسی هشدار داده است که احتمال وارد شدن خسارت به گلخانه‌ها و تاسیسات کشاورزی و احتمال شکستن درختان وجود دارد. از این‌رو نهال‌های تازه کشت شده با نصب قیم جهت مقاومت در برابر باد مستحکم شوند و از محلول‌پاشی پاشی و سم‌پاشی نیز خودداری شود. استحکام و ترمیم سقف و سازه‌های گلخانه‌ها، عایق‌بندی و محافظت از کندوها استفاده از بادشکن جهت جلوگیری از شکستگی شاخه و تنه درختان و حتی ریشه‌کن شدن درخت باتوجه به باد و سرما از توصیه‌های سازمان هواشناسی است. این سازمان در پایان هشدار خود تأکید کرده است که در مناطق سردسیر دامداری‌ها به نسبت به خشک نگه داشتن سطح زمین و مسدود نگه داشتن درهای سالن‌ها اقدام کنند و سالن‌های مرغداری نیز نسبت به تهویه و کنترل دما در شرایط باد اقدامات لازم را انجام دهند. خودداری از انجام آبیاری جهت جلوگیری از سست شدن ریشه گیاهان به دلیل باد، عدم استقرار ماشین‌آلات کشاورزی و نهادهای کشاورزی روی زمین از توصیه‌های دیگر سازمان هواشناسی است.

عدم کوددهی به استخرهای پرورش ماهیان گرم آبی و کاهش غذاهای به میزان نصف نرمال به دلیل کاهش دما و شکستن یخ‌آب سطح استخرها در مناطق سردسیر جهت هوادهی به ماهی‌ها از توصیه‌های سازمان هواشناسی برای محافظت از استخرهای پرورش ماهی در برابر کاهش دما است. براساس این هشدار نارنجی رنگ عشایر، دامداران و زنبورداران نیز از عبور در ارتفاعات و مراتع با توجه به کاهش دما خودداری و کندوها را در مقابل کاهش دما و وزش باد عایق‌بندی و حفظ کنند. تغذیه کمکی کلونی‌ها جهت زمستان‌گذرانی از دیگر توصیه‌های هواشناسی است. در ادامه هشدار سازمان هواشناسی تأکید شده است که برای حفاظت از ماشین‌آلات و ادوات کشاورزی تخلیه آب و جمع‌آوری لوله‌ها، اتصالات و تجهیزات سیستم آبیاری تحت فشار در مناطق سردسیر صورت گیرد، از ضایع در رادیاتور ماشین‌آلات کشاورزی استفاده و از ادوات کشاورزی با توجه به روند کاهشی دما محافظت شود. در ادامه، سازمان هواشناسی از وزش باد شدید تا خیلی شدید ۷۰ تا ۹۰ کیلومتر بر ساعت طی روز چهارشنبه (۱ بهمن) تا روز جمعه (۳ بهمن) در برخی مناطق کشور خبر داده است. بر این اساس این شرایط طی روز چهارشنبه (۱ بهمن) در استان‌های اردبیل، گیلان، مازندران، ایلام، خوزستان، لرستان، چهارمحال و بختیاری، کهگیلویه و بویراحمد، بوشهر، اصفهان، یزد، آذربایجان



نگاه

«بلومبرگ» از رشد اقتصادی فراتر از انتظار چین گزارش داد

موتور محر که اقتصاد جهانی

اقتصاد چین در سه ماهه پایانی سال ۲۰۲۰ به رشدی فراتر از انتظارات کارشناسان اقتصادی و نهادهای بین‌المللی دست یافت تا سال ۲۰۲۰ را با نرخ رشد ۲٫۳ درصدی به پایان برساند و مطابق پیش‌بینی‌ها تنها اقتصاد بزرگ جهان باشد که با نرخ رشد مثبت از سال سخت ۲۰۲۰ عبور کرده است.

براساس گزارش رسمی اداره ملی آمار چین که روز گذشته (دوشنبه) منتشر شده است، اقتصاد چین در سه ماهه پایانی سال ۲۰۲۰ به لطف بهبود قابل‌توجه تولیدات صنعتی، نسبت به دوره مشابه سال قبل از آن ۶٫۵ درصد رشد داشته است. این در حالی است که اقتصاددانانی که در نظرسنجی اخیر بلومبرگ شرکت داشتند، نرخ رشد اقتصادی چین در سه ماهه پایانی و کل سال ۲۰۲۰ را به ترتیب ۶٫۲ و ۲٫۱ درصد پیش‌بینی کرده بودند.

ریموند یئوئنگ، اقتصاددان ارشد حوزه چین در گروه بانکداری استرالیا و نیوزیلند (ZNZ)، پس از منتشر شدن آمار رسمی رشد اقتصادی چین در سال ۲۰۲۰ می‌گوید: «عملکرد اقتصاد چین چیزی فراتر از بازگشت به مسیر رشد بوده است. این بازگشت قوی بدین معناست که مقامات چین می‌توانند در سال ۲۰۲۱ به جای اتخاذ محرک‌های اقتصادی، اصلاحات ساختاری را در اولویت قرار دهند.»

بهبود Vشکل اقتصاد چین م‌رھون کنترل موفقیت‌آمیز همه‌گیری کرونا در این کشور و همچنین اتخاذ محرک‌های مالی و پولی (که باعث تقویت سرمایه‌گذاری در املاک و مستغلات و زیرساخت‌ها شد) بوده است. تقاضای خارجی برای تجهیزات پزشکی و تجهیزات دور کاری نیز به این بهبود فراتر از انتظار کمک کرده است. همچنین کوی لی، مدیر بخش تحقیقات اقتصاد کلان هلدینگ بین‌المللی CCB هنگ‌کنگ در مصاحبه با شبکه بلومبرگ درخصوص عملکرد فوق‌العاده اقتصاد چین در سه ماهه پایانی سال ۲۰۲۰ می‌گوید: «آمارهای این دوره سه ماهه واقعاً نشان داد که اقتصاد چین سال ۲۰۲۰ را با قدرت به پایان رسانده و بخش تولید نیز در وضعیت خوبی به سر می‌برد.»

دومین اقتصاد بزرگ جهان سال ۲۰۲۰ را با یک سقوط تاریخی آغاز کرد، چراکه شیوع ویروس کرونا و مقررات محدودکننده برای مهار آن باعث توقف بخش زیادی از فعالیت‌های اقتصادی در این کشور شد، اما در نهایت، چین توانست سال ۲۰۲۰ را نیز با رشد اقتصادی مثبت به پایان برساند. درست است که نرخ رشد اقتصادی چین در سال ۲۰۲۰ پایین‌ترین میزان آن در چهار دهه اخیر بوده است، اما با توجه به تولید ناخالصی جهان در سال ۲۰۲۰ براساس آمارهای بانک جهانی سهم اقتصاد چین از اقتصاد جهانی با سرعتی بی‌سابقه افزایش یافته است. هلدینگ ژاپنی نومورا با استناد به گزارش‌های صندوق بین‌المللی پول پیش‌بینی کرده است که اقتصاد چین در سال ۲۰۲۸ یعنی دو سال زودتر از پیش‌بینی‌های قبلی، اقتصاد آمریکا را پشت سر خواهد گذاشت و به بزرگ‌ترین اقتصادی جهان (برمبنای تولید ناخالص داخلی اسمی) بدل خواهد شد.

انتظار می‌رود که اقتصاد چین در سال جاری میلادی ۸٫۲ درصد رشد داشته باشد؛ رقمی که به میزان قابل‌توجهی بالاتر از رقبای جهانی این کشور است. البته رشد اقتصادی چین در سال جاری میلادی بستگی به این خواهد داشت که این کشور بتواند موج جدید شیوع ویروس کرونا را مهار کند و سیاست‌هایی را در پیش بگیرد که بار مصرف را دولت‌های محلی و شرکت‌های بزرگ دولتی به مصرف‌کنندگان و کسب‌وکارهای خصوصی منتقل شود.

دولت چین اخیرا به دلیل شیوع اندک ویروس کرونا در شمال این کشور اقدام به برقراری محدودیت سفر به چندین شهر این منطقه کرده و در مرکز استان هبنی (شهر شیچیاژوانگ) که بیش از ۱۱ میلیون نفر جمعیت دارد، مقررات منع آمد و شد برقرار کرده است.

اقتصاد چین در ماه‌های پایانی سال ۲۰۲۰ شتاب بیشتری گرفت و در نهایت سال ۲۰۲۰ از قدرتمندانه به پایان رساند، اما چالش‌هایی که اقتصاد چین در ابتدای سال ۲۰۲۱ با آنها مواجه شده است می‌توانند مانعی برای رشد آن نباشند. آمارهای ماه دسامبر نشان می‌دهند که شکاف میان تقاضا و عرضه بار دیگر باز شده و این مسئله احتمالاً بازتابی از تأثیرات شیوع مجدد ویروس کرونا بر شاخص‌های مصرف در چین است.

بو ژوانگ، اقتصاددان ارشد حوزه چین در مؤسسه تحقیقات اقتصادی تی‌اس‌لومبارد، در این خصوص می‌گوید: «اختلاف بسیار بزرگی بین تولید و مصرف در چین وجود دارد. از آنجا که نرخ رشد دستمزدها هنوز به سطح قبل از همه‌گیری کرونا بازنگشته است، من چندان به بهبود تقاضای داخلی در چین خوش‌بین نیستم. مخارج دولت نیز در سال جاری میلادی رشد ضعیف‌تری در مقایسه با سال گذشته خواهد داشت، چراکه به مقامات محلی گفته شده است که کم‌رندهای‌شان را تنگ‌تر ببینند.»

رشد اقتصادی مبتنی بر سرمایه‌گذاری و صادرات در سال ۲۰۲۰ باعث تشدید عدم توازن میان تولید و مصرف در اقتصاد چین شده است. براساس گزارش‌های اداره ملی آمار چین، در سال ۲۰۲۰ مصرف سرانه در چین ۴ درصد نسبت به سال ۲۰۱۹ کاهش یافته است؛ در حالی که سرمایه‌گذاری در دارایی‌های ثابت از جمله املاک و مستغلات و زیرساخت‌ها ۲٫۹ درصد رشد داشته است. تولیدات صنعتی چین نیز در سال ۲۰۲۰ افزایش داشته و به عنوان مثال تولید فولاد خام در این کشور طی سال ۲۰۲۰ از مرز یک میلیارد تن عبور کرده و یک رکورد تاریخی را به ثبت رسانده است.

نینگ جیژه، رئیس اداره ملی آمار چین پس از رونمایی از آمار رشد اقتصادی این کشور در یک نشست خبری اعلام کرد: «فضای نسبتاً زیادی برای افزایش سهم مصرف نهایی از رشد اقتصادی کشور وجود دارد. برای سال ۲۰۲۱ لازم است که توانایی مصرف شهروندان بهبود یابد، سیاست‌ها و فضای مصرف تقویت شود و محرک‌های بیشتری برای افزایش مصرف در نظر گرفته شود.»

روابط پرتنش چین با آمریکا نیز می‌تواند بر چشم‌انداز اقتصادی این کشور تأثیر بگذارد. دونالد ترامپ در آخرین روزهای حضورش در کاخ سفید تحریم‌ها و محدودیت‌ها علیه کسب‌وکارهای چینی را شدت بخشیده است تا برتری چین در صنایع پیشرفته را کنترل کند. هنوز مشخص نیست که آیا دولت بایدن این محدودیت‌ها را حفظ خواهد کرد و یا آنها را برخواهد داشت. محرک‌های مالی و پولی دولت و بانک مرکزی چین برای حمایت از اقتصاد این کشور در بحبوحه همه‌گیری کرونا باعث افزایش چشمگیر بدهی‌های چین شده و اکنون مقامات این کشور سعی دارند روند رشد بدهی‌ها را متوقف کنند. اعضای ارشد حزب کمونیست در نشست ماه دسامبر برای مشخص کردن اهداف اقتصادی سال ۲۰۲۰ پی‌آمیزی مبنی بر اینکه محرک‌های پولی و مالی به‌تدریج کاهش خواهند یافت، اما از کاهش ناگهانی محرک‌ها اجتناب خواهد شد را مخابره کردند. به گفته هوزه سانگ، پژوهشگر حوزه اندیشکده والسون، کاهش محرک‌های اقتصادی در ماه‌های آینده باعث افت سرمایه‌گذاری در چین خواهد شد.

آیا برندکُشی در جامعه ایران یک رفتار جمعی و تاریخی است؟

برندکُشی به جای برندسازی



می‌شود، صورت گرفته است. کما اینکه هفته گذشته و در مراسم روز ملی صادرات، اسحاق جهانگیری معاون اول رئیس‌جمهور به تحریم روسیه از سسوی آمریکا و نیاز این کشور به تامین برخی مواد اولیه و غذایی از دیگر کشورها اشاره کرد و گفت که اگر ایران برندی جهانی یا بزرگ داشت که امکان رقابت با دیگر کشورها را به وجود می‌آورد، امکان استفاده از این بازار و سایر بازارهای بزرگ بیش از پیش فراهم می‌شد.

حالا پس از گذشت یک هفته از سخنان جهانگیری، رئیس اتاق بازرگانی ایران می‌گوید که دلیل نبود این برندهای بزرگ را باید در سیاست‌های غلط و مشکلات طولانی گذشته دید. غلامحسین شافعی با اشاره به برندکشی به جای برندسازی در کشورمان گفت که متأسفانه به‌جای برندسازی در کشور ما، برندکشی رقم می‌خورد. به دفعات دیدهایم و شنیده‌ایم که یک فعال اقتصادی، عمر خود را صرف توسعه و حضور در یک بازار بین‌المللی و جلب اعتماد مشتریان خارجی خود نموده اما یک مقررات یا بخشنامه یا دستورالعمل جدید (بی‌توجه به شرایط بخش خصوصی) صادرات کالای او را ممنوع و تجارت وی را نابود کرده است. همین حالا هم نمی‌دانیم اگر امشب سر بر بالین بگذاریم، فرداصبح یا چه شوک جدیدی مواجه خواهیم شد. در چنین شرایطی، سرمایه‌گذاری لازم برای ایجاد شرکت‌های بزرگ صادراتی و برندسازی در این عرصه، پریسک تلقی می‌شود و طبیعتاً افراد به سمت‌وسوی آن نمی‌روند.

به اعتقاد شافعی، تا سیاست‌گذاری‌های ما از بی‌ریزی رنج می‌برد، ظرفیت تازه و شاخصی در عرصه سرمایه‌گذاری و صادرات شکل نمی‌گیرد. مشکلات موجود در حوزه سیاست‌گذاری و بخشنامه‌های غیرکارشناسی و خلق‌الساعه به برندکشی و حذف بازارهای صادراتی منجر می‌شود و چنان ریسک‌های غیرمترقبه و جدید به فسالان اقتصادی وارد می‌کند که فرصتی برای ایجاد ظرفیت تازه در عرصه سرمایه‌گذاری، صادرات و برندسازی ایجاد نمی‌شود.

از ناپایداری سرمایه‌گذاری تا حذف بازار صادراتی

رئیس اتاق بازرگانی ایران روز دوشنبه در بیست و پنجمین جلسه هیأت نمایندگان اتاق مشهد به بیان اینکه اگر در اندیشه سامان دادن به شرایط معیشتی جامعه هسستیم، نقطه آغاز این اقدام و تحقق همه تلاش‌ها در حمایت از عرصه صادرات است، گفت: اقتصادی که بر صادرات رو به رشد متکی باشد، مسیر تعالی را طی خواهد کرد و از برکات آن جامعه نیز منتفع خواهد شد. امروز مکرر هر سه قوه از معیشت مردم سخن می‌گویند اما

طراحی و برنامه‌های خاصی را پیاده‌سازی کرد. در حوزه اشتغال، بررسی‌های کلان‌نشان می‌دهند که بسیاری از مشاغل از دست‌رفته در اثر شیوع کرونا، نه دارای بیمه هستند که تخفیف در حق بیمه کارفرما سبب نجات آنها شود و نه به تسهیلات و کمک‌های مالی دولت دسترسی دارند. ازاین‌رو می‌توان گفت که برنامه کمک‌۵هزارمیلیاردتومان‌یی‌به‌صندوق‌بیمه‌یی‌کاری از محل صندوق توسعه ملی نمی‌تواند باعث بهبود وضعیت تعداد زیادی از مشاغل شود. همچنین براساس قانون بیمه بیکاری، صاحبان حرفه و مشاغل آزاد و بیمه‌شدگان اختیاری نیز قادر به استفاده از برنامه حمایتی فوق نیستند.»

به گفته آنها، «به‌تبع شیوع این بیماری عالم‌گیر، وضعیت مالیات‌ستانی و درآمد‌های مالیاتی نیز دست‌خوش تغییرات ناخواسته شده است که مهمترین آنها، کاهش درآمد‌های مالیاتی به‌دلیل کاهش توأمان عرضه و تقاضا در اقتصاد است. این‌موضوع برای کشور ما که با کسری بودجه مواجه است جدی‌تر است. شیوع ویروس کرونا به دلیل اختلالی که در محیط کسب‌وکار و فعالیت‌های تولیدی-ایجادمی‌کند باعث‌می‌شود مؤدیان مالیاتی در انجام وظایف مالیاتی خود با سختی مواجه شوند»

همچنین براساس اطلاعات ارائه شده در این پژوهش، سیاست دولت در حمایت از بخش سلامت به‌صورت تأمین حدود ۱۲ هزار میلیارد تومان از محل صندوق توسعه ملی برای تأمین دارو، ماسک، تجهیزات پزشکی و تأمین تخت و تجهیز بیمارستان‌ها، اگر چه واجد نکات مثبت است اما ابهام‌ها و نقدهایی در مورد آن مطرح است. به بیان محققان فوق، «لزوم ارسال متمم یا اصلاحیه بودجه از سمت دولت به مجلس شورای اسلامی، عدم تعیین تفکیکی موارد مصرف، عدم وجود گزارش برآورد میزان نیاز و عدم وجود سازوکار مستقل نظارت بر نحوه هزینه‌کرد انتقادهایی هستند که به طرح فوق وارد است.»

ایمان ولی‌پور ایمیل: IvanKaramazov@yahoo.com

سال‌ها پیش علی رضاقلی کتابی به نام «جامعه‌شناسی نخبه‌کشی» نوشت که با استقبال مخاطبان روبه‌رو شد و به چاپ‌های متعدد رسید. او در این کتاب، ریشه‌های تاریخی را دلیل اصلی عقب‌ماندگی و توسعه‌نیافتگی ایران معرفی کرد و از قائم‌مقام فراهانی، امیرکبیر و محمد مصدق به عنوان مصداق‌های روشنی از نخبگان ایرانی یاد کرد که مغضوب عرصه سیاست شده و با دسیسه‌های داخلی و خارجی از صحنه قدرت حذف شدند. آنچه او تحت عنوان «جامعه‌شناسی نخبه‌کشی» سعی کرد تا ریشه‌های این رفتار تاریخی را در جامعه ایران موشکافی کند و مصداق‌های تاریخی آن را باز یابد، حالا به عنوان قیاس مع الفارق می‌توان از جامعه‌شناسی برندکشی نیز به موازات رفتار نخبه‌کشی در جامعه ایران سخن گفت؛ آنچه در یکی دو هفته گذشته و پس از صحبت‌های معاون اول رئیس‌جمهور در مراسم روز ملی صادرات درباره نبود برندهای بزرگ ایرانی در بازارهای صادراتی، بار دیگر در سخنان رئیس پارلمان بخش خصوصی تکرار شده و غلامحسین شافعی از سیاست‌های غلطی که باعث برندکشی در ایران شده، صحبت کرده است.

هرچند مقایسه این دو مفهوم آنقدرها هم قیاس مع الفارق به حساب نمی‌آید و در مقوله برندسازی نیز این تلاش نخبگان اقتصادی یک جامعه است که به خلق برند در بازارها منجر می‌شود. حال سوال این است که آیا انطور که رئیس اتاق بازرگانی ایرانی در بیست و پنجمین جلسه هیأت نمایندگان اتاق مشهد گفته، برندکشی معلول سیاست‌های غلط و بخشنامه‌های متعدد و خلق‌الساعه بوده و به تعبیر او، «در ایران برندکشی راه انداخته‌ایم؟»

برندسازی چطور جای خود را به برندسوزی داد؟

موضوع برندسازی در سال‌های گذشته بارها در ارتباط با بحث صادرات کالاهای ایرانی مطرح شده است. در این سال‌ها خبرهای مختلفی از صادرات محصولات نظیر زعفران، پسته، فرش و دیگر محصولات شناخته شده ایرانی با نام و برند خارجی به میان آمده و انتقادات زیادی از نقش آفرینی سایر کشورها در حوزه‌هایی که به نام ایرانی‌ها شناخته

فرصت امروز: با اینکه پاندمی کرونا به آستانه یک سالگی خود رسیده و تاکنون بیش از ۲ میلیون زندگی به طور غم‌انگیزی بر اثر ابتلا به ویروس کووید-۱۹ از دست رفته است، اما همچنان درباره بزرگی بحرانی که در میانه آن ایستاده‌ایم، آگاهی چندانی نداریم. تنها چیزی که می‌دانیم، نااطمینانی فزاینده در مورد آینده است؛ نااطمینانی درباره زمانی که ویروس مهار می‌شود، واکسیناسیون گسترده از راه می‌رسد و زمانی که فعالیت‌های اقتصادی و اجتماعی دوباره مانند قبل از سر گرفته می‌شوند.

این روزها در صاف ویروس و اقتصاد، پرسش‌های زیادی مطرح شده و اغلب اقتصاددانان در جست‌وجوی پاسخ این سوالات برآمده‌اند که رکود اقتصادی ناشی از کرونا چقدر طول می‌کشد؟ اپیدمی کرونا چه تغییر شکل ژئوپلیتیکی ایجاد می‌کند؟ آیا سایه سنگین کرونا همچنان بر سر دنیای ما حضور خواهد داشت؟ آیا بحران کرونا تأثیر ساختاری پایداری در جهان به‌جای خواهد گذاشت؟ به نظر می‌رسد پاسخ اغلب این پرسش‌ها، مثبت است، چراکه ویروس کووید-۱۹ نه‌تنها یک بحران سلامت با ابعادی عظیم است، بلکه یک بازسازی قریب‌الوقوع در نظم سیاسی و اقتصادی جهان پدید آورده است. در همین گام نخست، چند نکته قطعی به نظر می‌رسد؛ ویروس کرونا وضعیت بازارها را به هم زده، توانایی دولت‌های مختلف را برای مدیریت بحران به وضوح نشان داده و تأثیر بلندمدت آن بر افق سیاسی و اقتصادی جهان هنوز به اندازه خود این ویروس، مبهم و ناشناخته است.

در ارتباط با اقتصاد ایران که جدا از کرونا با تبعات تحریم نیز دست به گریبان است، این موضوع اهمیت مضاعفی پیدا می‌کند و این سوال پیش می‌آید که بحران کرونا تا چه حد می‌تواند بر اقتصاد کشورمان تأثیر منفی بگذارد؟ مسئله مهمی که در ارزیابی آثار اقتصادی شیوع این بیماری، مهم است، افق زمانی درگیری با ویروس کروناست.

طبق نظر محققان، در صورتی که سناریوی درگیری طولانی‌مدت

اقتصاد رژی

روند نزولی قیمت نفت از سر گرفته شد

طلای سیاه در سراسیمبی قیمت

قیمت نفت در معاملات روز دوشنبه تحت تاثیر افزایش موارد ابتلا به کرونا و مبهم شدن دورنمای احیای تقاضا، روند نزولی اواخر هفته گذشته را از سر گرفت و کاهش پیدا کرد. بهای معاملات نفت برنت ۴۵ سنت معادل حدود یک درصد کاهش یافت و به ۵۴ دلار و ۶۵ سنت در هر بشکه رسید. همچنین بهای معاملات وست تگزاس اینترمڈیت آمریکا ۴۳ سنت معادل حدود یک درصد کاهش یافت و به ۵۱ دلار و ۹۳ سنت در هر بشکه رسید.

شاخص‌های بازار جهانی در هفته‌های گذشته تحت تاثیر عرضه واکسن کرونا و کاهش غیرمنتظره تولید از سوی عربستان، روند صعودی پیدا کرده بودند. اما موج جدید کرونا در سراسر جهان تردیدهایی را درباره روند احیای تقاضا برانگیخته است. آمار شرکت بیکرهیوز نشان می‌دهد شرکت‌های انرژی آمریکایی هفته گذشته شمار دکل‌های حفاری نفت و گاز را برای هشتمین هفته متوالی افزایش دادند زیرا رشد قیمت‌ها، تولید را سودآورتر کرده است. با این حال شمار دکل‌های حفاری آمریکا کمتر از نصف میزان یک سال پیش است. تحلیلگران گروه بانکی ANZ نوشتند: تولیدکنندگان شیل اعلام کرده‌اند که میزان هزینه را همچنان تحت کنترل نگه خواهند داشت. اقتصاد هم به نفع افزایش حفاری نیست و نیمی از این صنعت همچنان غیراقتصادی مانده است.

آنچه صنعت برق کشور را تهدید می‌کند

چالش‌های سه‌گانه صنعت برق ایران

صنعت برق ایران از آغاز روند توسعه داخلی آن تا رسیدن به بالاترین سهم صادرات خدمات فنی و مهندسی کشور، یکی از بخش‌های استراتژیک اقتصادی کشور بوده است که نه‌تنها زیرساخت رشد اقتصادی کشور را فراهم کرده است، بلکه با شکل‌دهی به همکاری بخش عمومی – خصوصی در احداث تأسیسات نیروگاهی و شبکه برق، پیشتان بسیاری از سازوکارهای نوآورانه در حکمرانی صنعتی و توسعه‌ای کشور بوده است. صنعت برق علی‌رغم این گذشته پرافتخار با چالش‌های اساسی و بنیادینی مواجه شده که نه‌تنها از رشد پرشتاب گذشته جامانده است بلکه با رکود مستمر داخلی و از دست دادن ظرفیت‌های رقابتی خود در بازارهای جهانی مواجه شده است، به‌نحوی‌که شاهد «کسری بودجه ۵ هزار میلیارد تومانی»، «تابشست چندین هزار میلیارد تومانی به بخش خصوصی» و «توقف بسیاری از طرح‌های توسعه‌ای» آن هستیم.

اگرچه در طول سال‌های اخیر اقداماتی از جمله تصویب قانون حمایت از صنعت برق صورت پذیرفته و بخشی از مشکلات مالی آن از طریق تهاات دیون وزارت نیرو با واگذاری دارایی‌ها و بدهی‌های مالیاتی برطرف شده است، اما به دلیل عدم اصلاح ساختاری و نهادی، ابرچالش اصلی صنعت برق از میان نرفته و همچنان مانع رشد و جشن آن شده است. به همین دلیل امروزه اجماع بزرگی بین صاحب‌نظران، دولتمردان و فعالان بخش خصوصی برای رفع ابرچالش اقتصاد برق ایجاد شده است و به‌عنوان مهمترین راهبرد توسعه‌ای صنعت برق، اصلاح اقتصاد این صنعت مطرح است. البته اصلاح اقتصاد برق محدود به تغییر قیمت حامل‌های انرژی نبوده و پیش از آن نیازمند اصلاحاتی ساختاری در نظام قیمت‌گذاری، حقوقی و قراردادی، تأمین مالی و سرمایه‌گذاری و تسویه مطالبات بخش خصوصی است. این اصلاحات باید به شکلی انجام شوند که جریان درآمد و هزینه‌های صنعت برق متوازن شود و سرمایه‌گذاری در این صنعت روند صعودی پیدا کند. همچنین صنعت برق نیاز به جذب سرمایه برای تأمین مالی طرح‌های توسعه‌ای خود دارد که به سه منابع آن در گزارش حاضر اشاره شده است. این چالش هم با استفاده مؤثر از ابزارهای مالی از قبیل تخصیص «تسهیلات از محل منابع صندوق توسعه ملی»، «عرضه اوراق مشارکت و صکوک ارزی» و «پوشش ریسک‌های سرمایه‌گذاری» و از طریق گسترش فضای مالی طرح‌های عمرانی صنعت برق و توسعه روند سرمایه‌گذاری در این صنعت قابل حل به نظر می‌رسد. موضوع مهم دیگری که در اقتصاد صنعت برق نیازمند توجه ویژه است تسویه بدهی‌های انباشته‌شده وزارت نیرو است؛ این بدهی‌ها، علاوه بر آنکه بخش خصوصی این صنعت را تضعیف کرده، عملاً مانعی برای جذب سرمایه‌های بخش خصوصی به صنعت شده است. ادامه روند فعلی، علاوه بر آنکه موجب از دست رفتن ظرفیت‌های ملی تولیدی و صادراتی این صنعت که طی چند دهه به دست آمده است، می‌شود، به بیکاری هزاران نفر نیروی شاغل در این شرکت‌ها منجر خواهد شد که می‌تواند عواقب اجتماعی گسترده‌ای داشته باشد.

گروه دوم از معضلات صنعت برق ایران ریشه در رژیم حقوقی و قراردادی آن دارد. به دلیل این ساختار اقتصادی و رژیم حقوقی این صنعت، قراردادهایی میان کارفرمایان دولتی و پیمانکاران بخش خصوصی، به‌صورت یک‌جانبه تنظیم می‌شود به‌نحوی‌که تمامی زیان‌های ناشی از نوسانات اقتصادی و تغییر قوانین و مقررات را بر بخش خصوصی تحمیل می‌کند. این مسئله موجب توقف تعداد قابل‌توجهی از طرح‌ها در صنعت برق شده که نتیجه آنها کاهش پایداری شبکه به دلیل ضعف در بهینه‌سازی یا تکمیل خطوط و تجهیزات انتقال و توزیع و در نهایت بروز یا تشدید خاموشی‌است.

حل مشکلاتی که در ساختار حقوقی و قراردادی صنعت برق وجود دارد بیش از هر چیز نیازمند تفکیک حکمرانی از تصدیگری، شفافیت و یکپارچه‌سازی ساختار حقوقی وزارت نیرو و شرکت‌های تابعه آن و شفاف‌سازی نظام حکمرانی شرکت‌های توزیع است. همچنین ملزم کردن شرکت‌های دولتی و دستگاه‌های اجرایی برای «تبئیت از یک قرارداد تب» به شکلی که جبران هزینه‌های ناشی از تغییرات اقتصادی را منصفانه بین دو طرف تسهیم کند و موجب وحدت رویه در تمامی قراردادهای فی‌مابین دولت و بخش خصوصی صنعت برق شود. مهمترین مطالبه بخش خصوصی است. به‌علاوه صنعت برق برای تحقق جهش تولید، نیاز دارد از سد قراردادهای متوقفی بگذرد که در ساختار کنونی نظام حقوقی و قراردادی صنعت برق، بلا تکلیف مانده‌اند.

گروه سوم چالش‌های صنعت برق در بخش ساخت داخل و صادرات است. نباید فراموش کرد که صنعت برقی که امروز با چالش‌های متعددی دست‌به‌گریبان است، تا همین چند سال پیش بزرگترین صادرکننده خدمات فنی و مهندسی بوده و هنوز هم سهمی قابل توجه در این حوزه دارد. ظرفیت صادرات این صنعت به حدی است که براساس چشم‌انداز ۲۰ساله کشور، در سال ۱۴۰۴ ایران علاوه ر تبدیل شدن به هاب انرژی منطقه می‌توانسته است به صادرات ۱۷ میلیارد دلاری برسد، اما متأسفانه همه این ظرفیت‌ها که سال ۱۳۹۴ ایران را به صادرات ۵.۲ میلیارد دلاری خدمات فنی و مهندسی رساند، به کمتر از ۵۰۰ میلیون دلار اکت کرده است.

امروز صنعت برق ایران در شرایط حساسی قرار گرفته است که اگر اجماع ملی برای رفع چالش‌های آن شکل نگیرد ظرفیت‌های خود را به شکل بازگشت‌ناپذیری از دست خواهد داد و مجبور خواهد شد همچون سال‌های پیش از انقلاب اسلامی، برای رفع نیازهای خود و ساخت‌وساز طرح‌های زیرساختی از مستشاران و شرکت‌های خارجی طلب یاری کند و خوداتکایی که به‌واسطه مجاهدت چند دهه مدیران و متخصصان این صنعت ایجادشده است از دست برود.

۲ سقف پرداختی برای یارانه ۱۴۰۰



دارو) را در پی خواهد داشت چه مقدار یارانه به هر ایرانی خواهد رسید.

اما از دیگر بحث‌های این روزها با توجه به نزدیک شدن به پایان سال، بحث دستمزد و عیدی کارگران است و بیشتر کارگران فصلی، ساعتی و پاره وقت با نزدیک شدن به ایام پایانی سال، روزشماری می‌کنند کارفرمایان عیدی و پاداش آنها را پیش از پایان سال بپردازند تا از این طریق مایحتاج موردنیاز خانواده‌های‌شان را تأمین کنند.

مطابق قانون کار حداقل عیدی کارگران برای یک سال کار حداقل معادل ۶۰ روز و حداکثر ۹۰ روز است. براساس قانون مربوط به نحوه تعیین عیدی و پاداش سالانه کارگران شاغل در کارگاه‌های مشمول قانون کار مصوب سال ۱۳۷۰، کلیه کارفرمایان کارگاه‌های مشمول قانون کار مکلفند به هر یک از کارگران خود به نسبت یک سال کار معادل ۶۰ روز آخرین مزده، به عنوان عیدی و پاداش بپردازند و مبلغ پرداختی از این بابت به هر یک از کارگران نباید از معادل ۹۰ روز حداقل مزد روزانه قانونی کارگران تجاوز کند.

مبنای محاسبه عیدی و پاداش سالانه کارگران در کارگاه‌هایی که طرح طبقه‌بندی مشاغل دارند، مزد گروه و پایه یا مزد مبنا و در واحدهای فاقد طرح طبقه‌بندی، مزد ثابت یعنی مزد شغل و مزایای ثابت پرداختی به تبع شغل خواهد بود. البته پرداخت عیدی به کارگرانی که کمتر از یک سال در کارگاه‌ها مشغول به کار بوده‌اند نیز الزامی بوده و مبلغ عیدی پرداختی به آنان باید به مأخذ ۶۰ روز مزد و به نسبت ایام کارکرد و روزهایی که در آن محل مشغول کار بودند محاسبه و پرداخت شود.

با وجود آنکه مصوبه مجلس، میزان پرداخت عیدی کارگران را مشخص کرده و دو ماه پایه حقوق را به عنوان حداقل و سه ماه پایه حقوق را به عنوان حداکثر میزان عیدی دریافتی اعلام کرده اما میزان عیدی کارگران بسته به مدت قرارداد و کارکرد آنها متفاوت است. کارگران بسته به سنوات و تعداد روزهایی که کار کرده‌اند مستحق دریافت عیدی هستند و عیدی و

فرست امروز: طبق مصوبه کمیسیون تلفیق بودجه، یارانه نقدی در سال آینده در دو سقف پرداخت می‌شود که ۵۸ میلیون نفر یک مبلغ و از ۵۸ میلیون تا ۸۰ میلیون نفر مبلغ کمتری دریافت می‌کنند. این شاید مهمترین خبر سخنگوی کمیسیون تلفیق بودجه در نشست خبری روز گذشته بود. رحیم زارع در تشریح آخرین مصوبات کمیسیون تلفیق بودجه از تعیین دو سقف پرداختی برای یارانه در سال آینده خبر داد و گفت که براساس مصوبه این کمیسیون، یارانه نقدی در دو سقف پرداخت خواهد شد.

او با بیان اینکه در پی مصوبه کمیسیون تلفیق، منابع یارانه‌ها یکجا دیده شده است، گفت: بر این اساس منابع یارانه‌ها به صورت یکجا ۴۳۶ هزار میلیارد تومان در نظر گرفته شد که ۱۴.۵ درصد سهم نفت را از آن جدا خواهیم کرد. همچنین یارانه نقدی در دو سقف پرداخت خواهد شد. ۵۸ میلیون نفر یک مبلغ و از ۵۸ میلیون نفر تا ۸۰ میلیون نفر مبلغ کمتری یارانه دریافت می‌کنند.

به گفته وی یارانه تولید نیز برای اولین بار در سال ۱۴۰۰ پرداخت می‌شود که در حوزه ایجاد اشتغال و یارانه سود تسهیلات در حوزه‌های کشاورزی، مسکن و صنعت و معدن است. همچنین سهم دستگاه‌های اجرایی از ۴۳۶میلیارد تومان جداگانه پرداخت خواهد شد، اما در ردیف‌های عمومی بودجه می‌آید. در واقع، تبصره ۱۴ در بودجه ۱۴۰۰ نسبت به سال گذشته متفاوت خواهد بود.

امسال کدام کارگران عیدی کامل نمی‌گیرند؟

نکته جالب اینکه براساس مصوبات کمیسیون تلفیق بودجه، منابع لحاظ شده ناشی از حذف ارز ۴۲۰۰ تومانی حدود ۱۰۰ هزار میلیارد تومان است. از طرف دیگر، هر سال حدود ۴۲ هزار میلیارد تومان برای پرداخت یارانه نقدی ۴۵ هزار تومانی لحاظ می‌شود. با این اوصاف باید دید در طرح مجلس که قطعا تبعات تورمی (ناشی از حذف یارانه ارزی خوراک دام و

قابل توجه زوج‌های تهرانی

۲۵ میلیون بدهید ۲۴۰ میلیون وام بگیرید

آن باید ۸۰۰ ورق به مبلغ ۴ میلیون و ۱۵۲ هزار تومان خریداری کنند، رقم آن به ۱۴ میلیون و ۵۳۲ هزار تومان می‌رسد.

زوج‌های تهرانی نیز بر همین اساس می‌توانند تا سقف ۲۴۰ میلیون تومان شامل ۱۰۰ میلیون تومان تسهیلات خرید مسکن برای هر نفر و ۴۰ میلیون تومان وام جعاله دریافت کنند بنابراین زوجین باید ۴۰۰ برگه تسهیلات مسکن خریداری کنند که هزینه آن ۲۰ میلیون و ۷۶۰ هزار تومان می‌شود که همراه با ۴ میلیون و ۱۵۲ هزار تومان وام جعاله که برای آن باید ۸۰۰ برگه تسهیلات مسکن خریداری کنند، در مجموع باید ۲۴ میلیون و ۹۱۲ هزار تومان پرداخت کنند.

در ارتباط با قیمت اوراق در سایر استان‌ها نیز باید گفت، سقف این تسهیلات برای مراکز استان و شهرهای با جمعیت بیش از ۲۰۰ هزار نفر به ۸۰ میلیون تومان رسیده که برای آن باید ۱۶۰ برگه خریداری شود که هزینه آن ۸میلیون و ۳۴۰هزار تومان است. این وام برای سایر مناطق شهری ۶۰ میلیون تومان در نظر گرفته شده است که باید برای آن ۱۲۰ برگه خریداری شود که هزینه آن ۶ میلیون و ۲۲۸ هزار تومان می‌شود.

همچنین از دیگر مباحثی که این روزها در ارتباط با بحث مسکن درباره آن گمانه‌زنی می‌شود، احتمال افزایش وام بافت فرسوده به ۱۵۰ میلیون تومان است. در شرایطی که چند روز قبل پیشنهاد افزایش تسهیلات مسکن ملی از ۱۰۰ به ۱۵۰ میلیون تومان مطرح شد، طبق اعلام وزارت راه و شهرسازی احتمال این افزایش برای بافت‌های فرسوده نیز وجود دارد. وام واحدهای طرح اقدام ملی مسکن ۷۵ تا ۱۰۰ میلیون تومان با نرخ سود ۱۸ درصد است که روز ۱۷ دی ماه پیشنهاد افزایش سقف این تسهیلات تا ۱۵۰ میلیون تومان از سوی وزارت راه و شهرسازی به شورای پول و اعتبار ارائه و هنوز نتیجه اعلام نشده است.

از طرف دیگر تسهیلات پرداختی به متقاضیان نوسازی در بخش خودمالکی در بافت فرسوده شهر تهران ۱۰۰ میلیون تومان است که ۵۰ میلیون تومان با نرخ سود ۹ درصد و ۵۰ میلیون تومان با سود ۱۸ درصد

قیمت اوراق مسکن نسبت به اوایل ماه جاری تغییر چندانی نداشته و براساس آخرین قیمت‌ها، متأهل‌های تهرانی برای این اوراق باید ۲۴ میلیون و ۹۱۲ هزار تومان پرداخت کنند.

به گزارش ایسنا، تسه (اوراق) فروردین سال گذشته ۵۲ هزار و ۱۰۰ تومان، تسه اردیبهشت ماه سال گذشته ۵۳ هزار تومان و تسه خردادماه سال گذشته نیز ۵۲ هزار تومان قیمت دارند. هر برگ اوراق تسهیلات مسکن در تیر با قیمت ۵۳ هزار و ۴۰۰ تومان، در مرداد با قیمت ۵۱ هزار و ۴۰۰ تومان و در شهریور با قیمت ۵۲ هزار و ۹۰۰ تومان داد و ستد می‌شود. قیمت اوراق مهر، آبان و آذر سال گذشته نیز ۶۵ هزار و ۹۰۰ تومان، ۵۴ هزار و ۳۰۰ تومان و ۵۳ هزار و ۲۰۰ بوده و هر برگ اوراق تسهیلات مسکن در دی، بهمن و اسفند سال گذشته نیز با قیمت‌های ۵۳ هزار و ۲۰۰ تومان، ۵۴ هزار و ۱۰۰ تومان و ۵۴ هزار تومان داد و ستد می‌شود. در این میان، تسه فروردین سال جاری ۵۶ هزار تومان و تسه اردیبهشت و خردادماه سال جاری نیز ۵۴ هزار و ۵۰۰ تومان قیمت دارند. هر برگ از اوراق تسهیلات مسکن بانک مسکن در تیر سال ۱۳۹۹ با قیمت ۵۴ هزار و ۹۰۰ تومان، در مرداد با قیمت ۵۴ هزار و ۲۰۰ تومان و در شهریور با قیمت ۵۶ هزار و ۸۰۰ تومان داد و ستد می‌شود. این اوراق در مهرماه ۵۲ هزار و ۵۰۰ تومان، در آبان ماه ۵۰ هزار و ۸۰۰ تومان و در آذرماه ۵۱ هزار و ۹۰۰ تومان قیمت داشته‌اند. این گزارش نیز براساس قیمت تسه در آذرماه نوشته شده است.

اما قیمت اوراق برای مجردها و متأهل‌های تهرانی چقدر است؟ با توجه به اینکه مجردهای ساکن تهران می‌توانند تا ۱۴۰ میلیون تومان تسهیلات دریافت کنند که شامل ۱۰۰ میلیون تومان تسهیلات خرید مسکن و ۴۰ میلیون تومان جعاله می‌شود بنابراین برای دریافت ۱۰۰ میلیون تومان تسهیلات باید ۲۰۰ برگه تسهیلات مسکن خریداری کنند که هزینه این تعداد اوراق با تسه ۵۱ هزار و ۹۰۰ تومانی برابر با ۱۰ میلیون و ۳۸۰ هزار تومان می‌شود که با در نظر گرفتن ۴۰ میلیون تومان وام جعاله که برای



یادداشت

دلار ۱۵هزار تومانی همان دلار ۴۲۰۰ تومانی نیست؟

 احمد حاتمی یزد
 کارشناس اقتصادی

رساندن قیمت دلار با آزادی منابع ارزی ایران به ۱۵ هزار تومان ممکن است، اما فروش این‌چنین دلار بدون توجه به تقاضای فشرده شده در اقتصاد ایران پیامدهای خوبی ندارد. چهار دهه است که در قانون بودجه، بانک مرکزی موظف به خرید دلارهای دولت شده است. بانک مرکزی برای خرید دلارهای نفتی دولت، پول چاپ کرده و این به تورم مزمن در اقتصاد ایران دامن زده است. بهترین راه این است که قانون، بانک مرکزی را به فروش دلار دولت موظف کند و نه خرید آن.

رئیس‌جمهور اعلام کرده با آزادی منابع ارزی بلوکه‌شده ایران در یکی از کشورها، قیمت دلار از ۲۵ هزار تومان به ۱۵ هزار تومان می‌رسد. رساندن قیمت دلار از ۲۵ هزار تومان به ۱۵ هزار تومان با دسترسی بیشتر دولت به منابع ارزی بلوکه‌شده غیرممکن نیست، اما نمی‌توان گفت این صحبت رئیس‌جمهور از نظر اقتصادی درست است. دولت می‌تواند منابع ارزی را با هر قیمت که تمایل دارد به مردم بفروشد، اما پیامدهای ناگوار فروش دلار ۱۵ هزار تومانی خیلی زود گریبان اقتصاد کشور را می‌گیرد که مشابه دلار ۴۲۰۰ تومانی خواهد بود.

در چند سال اخیر، تحریم علیه اقتصاد ایران دسترسی کنشگران اقتصادی و دولت را به منابع ارزی محدود کرده است. در این چند سال تقاضا برای دلار در اقتصاد ایران فشرده شده است، به این معنا که علاوه بر تقاضای سرمایه‌گذاری، تقاضا برای دلار با هدف واردات کالای واسطه‌ای، سرمایه‌ای و مصرفی هم بیشتر شده است. در چنین شرایطی، دولت می‌تواند ۷ میلیارد دلار از منابع ارزی‌اش را با قیمت ۱۵ هزار تومان برای هر اسکناس دلار به متقاضیان بفروشد، اما در واقع، تنها به تقاضای فشرده‌شده در کوتاه‌مدت پاسخ داده و در طولانی‌مدت به بروز چالش‌هایی مثل نوسان دوباره قیمت ارز و کالا و خدمات در کشور دامن زده است.

بهترین تدبیر در شرایط کنونی، تلاش برای اشباع تقاضا با نرخ نزدیک به قیمت امروز بازار است. زمانی که دولت به‌آرامی به تقاضای ارز پاسخ دهد و سطح تقاضا به تعادل برسد، نرخ ارز کاهش پیدا می‌کند بنابراین است بهتر است به‌جای اعلام ارقامی که می‌تواند به مشکلات دامن بزند، از گذشته درس بگیریم. دولت در فروردین‌ماه ۹۷، نرخ ارز را ۴۲۰۰ تومان اعلام کرد اما دیدیم که نرخ ارز در بازار افزایش یافت. با وجود اینکه دولت ۱۸ میلیارد دلار از منابع ارزی خود را با نرخ ۴۲۰۰ تومان عرضه کرد، ولی باز هم قیمت در بازار بالا رفت.

بهترین راه‌حل برای حل چالش ارز در اقتصاد ایران، عدم دخالت دولت در تعیین نرخ است. دولت و بانک مرکزی باید اجازه دهند که بازار قیمت دلار را تعیین کند. در کشور همسایه ما عراق، درآمدهای نفتی دولت برای تبدیل به پول محلی در حراج و مزایده به دست متقاضیان می‌رسد. ایران هم می‌تواند با فروش منابع ارزی به بانک‌ها به تقاضای ارز پاسخ دهد. بانک مرکزی می‌تواند به بانک‌ها با بفروشد و بانک‌ها با گشایش اعتبار اسنادی به کالایی که ثبت سفارش شده و براساس مقررات گمرکی وارد شده، ارز تخصیص دهند. بانک‌ها می‌توانند دلار را در یک نوبت با نرخ ۲۰ هزار تومان و در نوبتی دیگر با نرخ ۲۵ هزار تومان بگیرند و این تقاضا برای ارز است که تعیین می‌کند ارز با چه قیمتی توسط بانک مرکزی به بانک‌ها فروخته شود. زمانی که ارز در مزایده یا حراج (auction) فروخته شود، مکانیسم عرضه و تقاضاست که قیمت را تعیین می‌کند.

اما چرا چنین روشی در ایران پیاده نمی‌شود؟ مشکل ما این است که براساس قانون بودجه، بانک مرکزی موظف به خرید دلاری است که دولت از محل صادرات نفت به دست می‌آورد. در چهار دهه گذشته، براساس قانون بودجه، بانک مرکزی باید دلار را با قیمت مشخص از دولت بخرد و به متقاضیان بفروشد. این نگاه به وظیفه بانک مرکزی در قبال منابع ارزی باعث شده است که بانک مرکزی برای خرید دلار از دولت پول چاپ کند و همین امر، زمینه‌ساز بروز تورم مزمن و طولانی در اقتصاد ایران شده است. کار بهتر این است که در قانون بودجه، بانک مرکزی نه موظف به خرید دلار دولت، بلکه به فروش دلار دولت موظف شود. در واقع، بانک مرکزی وظیفه پیدا می‌کند تا درآمدهای دلاری دولت را به قیمت بازار به واردکنندگان، صنعتگران و دیگر متقاضیان بفروشد. در این شرایط هیچ پول جدیدی به بازار مالی کشور سرازیر نمی‌شود و تورم هم کاهش پیدا می‌کند.

بیت کوین تا کانال ۳۶ هزار دلار عقب رفت

پایان انفجار در بازار ارز مجازی

دلیل اصلی افزایش قیمت بیت کوین همچنان نامشخص است، اما عقب‌نشینی قیمت تا کانال ۳۵ هزار دلار از نظر بعضی استراتژیست‌ها نشانه خوبی نیست.

به گزارش بلومبرگ، روز دوشنبه بیت کوین از کانال ۴۰ هزار دلار عقب‌نشینی کرد. اکنون استراتژیست‌ها می‌گویند این عقب‌نشینی شاید گام‌های نخست بروز زبان‌های بیشتر است. اگر بیت کوین به زودی از مرز ۴۰ هزار دلار عبور نکند، با خروج بیشتر سرمایه‌گذاران رو به رو می‌شود و این به معنای زبان بیشتر است.

تحلیلگران براساس تقاضای آینده بیت کوین- ۲۲.۹ میلیارد دلار بیت کوین در شرکت گری اسکیل چشم‌اندازی را برای آینده این ارز مجازی ترسیم کردند. آنها اعلام کردند افزایش قیمت قابل توجه بیت کوین به دلیل آشفتنگی در بازارهای مالی و تلاش برای یافتن راه حلی برای کاهش اثر همه‌گیری کرونا بر دارایی‌ها بوده است. هرچند در این بین دستاوردهایی هم به دست آمده اما احتمال ناپایداری آن وجود دارد.

استراتژیست جسی پی مورگان در این باره نوشت: بیت کوین در موقعیتی مشابه موقعیت خود در نوامبر گذشته قرار گرفته است. در واقع سرمایه‌گذاری در «گری اسکیل تراست» کمک کرد تا مهمترین ارز رمزنگاری شده جهان به جریان اصلی سرمایه‌گذاری تبدیل شود، اما اگر بیت کوین در هفته‌های پیش رو از مرز ۴۰ هزار دلار عبور نکند، تا پایان ماه مارس وارد سرانحیبی قیمت می‌شود.

روز دوشنبه قیمت بیت کوین با ۴ درصد افت به ۳۵ هزار و ۱۰۰ دلار رسید. اتیروم دیگر ارز مجازی محبوب هم ۵ دلار افت قیمت را ثبت و به یک هزار و ۲۰۰ دلار رسید. دلیل اصلی افزایش قیمت بیت کوین همچنان نامشخص است. بعضی تحلیل‌ها از ورود سرمایه‌گذاران تازه، صندوق‌ها و شرکت‌های یاد می‌کنند که به سرمایه‌گذاری بلندمدت در این بازار تمایل نشان داده‌اند. بعضی استدلال‌ها می‌گوید رشد بیت کوین از ضعف دلار و احتمال بهبودی اقتصاد جهان با بروز تورم ممانعت می‌کند و بعضی دیگر به رونق سوداگرانه و رشد انفجاری قیمت باور دارند.

قیمت دلار به کانال ۲۱ هزار تومان و سکه به ۹ میلیون تومان رسید

سقوط آزاد دلار



هستند.» او در مورد این سوال که کف قیمتی دلار چقدر است، پاسخ داد: «مشخص نیست که چقدر باشد اما بدون تردید حل مشکلات تحریمی ایران و همچنین افزایش صادرات نفت در کنار بررسی اف ای تی اف و خروج از لیست سیاه می‌توانند قیمت‌ها را به سال گذشته بازگرداند چراکه در سال گذشته نیز قیمت دلار در محدوده کمتر از ۲۰ هزار تومان در شرایط فعلی قرار داشت.»

او با اشاره به اینکه «انتظارات تورمی به شدت کاهش یافته است»، ادامه داد: «سرمایه‌گذاران سه ماهی است که از بازار ارز و طلا و سکه کوچ کردند چراکه می‌دیدند ریزش قیمت‌ها در راه است اما در شرایط فعلی بسیاری از کسانی که روی ماندن ترامپ حساب باز کرده بودند با زیان بسیار هنگفت در بازار ارز و سکه روبه‌رو شده‌اند.»

با اینکه بالاترین قیمت گزارش شده دلار در بازار ارز در محدوده ۳۱ تا ۳۲ هزار تومان در اواخر مهرماه امسال بود، اما دلار مدت بسیار کوتاهی در این محدوده قیمتی باقی ماند و سپس ریزش قیمتی را آغاز کرد. هرچند پس از انتخاب بایدن در انتخابات سوم نوامبر و شکست ترامپ به عنوان رئیس‌جمهور ایالات متحده، قیمت دلار کاهشی تا مرز ۲۲ هزار تومان را تجربه کرد ولی روند افزایشی مجدداً بر بازار ارز حاکم شد.

حالا با پایان یافتن دوره ریاست جمهوری ترامپ و شروع به کار رسمی بایدن در کاخ سفید، دلار بار دیگر در سراسیمهی قیمتی قرار گرفته است. صرافان معتقدند با توجه به اخبار سیاسی مثبت و همچنین دستیابی ایران به توافق‌های عملی برای آزادسازی منابع بلوکه شده در کره جنوبی، انتظار کاهش قیمت ارز در بازار انتظاری جدی تلقی می‌شود.

هرچند بسیاری از کارشناسان معتقد بودند قیمت دلار نمی‌تواند در شرایط فعلی به کمتر از ۲۰ هزار تومان برسد اما نشانه‌های ریزش قیمت‌ها حتی به بهای کمتر از ۲۰ هزار تومان نیز در بازار آشکار شده است. برخی از کارشناسان معتقدند قیمت واقعی ارز در بازار بین ۲۰ تا ۲۲ هزار تومان است اما بهبود شرایط سیاسی و کاهش حجم تحریم‌ها در کنار افزایش فروش نفت و خروج از لیست سیاه اف ای تی اف می‌تواند قیمت واقعی دلار را تغییر داده و آن را به کمتر از ۲۰ هزار تومان نیز برساند.

نیز پیش از این به آن اشاره کرده بود. به عنوان مثال، عبدالناصر همتی در هفته پایانی مهرماه امسال که دلار مرزهای قیمتی را یکی پس از دیگری درمی‌نوردید، بازار ارز را پریسک‌ترین بازار دانست و گفت: «مردم باید آنچه را که خودشان تشخیص می‌دهند درست است انجام دهند و هر لحظه ممکن است اتفاقی در این بازار رخ دهد.» اما دومین پیام ریزش اخیر بازار ارز، کاهش انتظارات تورمی در هفته‌های اخیر است؛ روندی که در صورت حمایت دولت و نهادهای مرتبط اقتصادی از برنامه‌های پولی و ارزی بانک مرکزی می‌تواند به تحقق تورم هدف‌گذاری شده در خرداد ۱۴۰۰ منجر شود. گزارش‌های میدانی از سطح پایتخت نشان می‌دهد،

اگرچه بازار ارز در آخرین روز هفته گذشته و اولین روز هفته جاری با کاهش قابل توجه قیمت‌ها مواجه بود اما بازگشایی بازار در روز دوشنبه با شوک فعالان و معامله‌گران همراه شد به طوری که حجم معاملات در بازار ارز با کاهش روبه‌رو شد و بسیاری این کاهش را ناشی از شوک معامله‌گران می‌دانند، هرچند برخی از صرافان و فعالان بازار در ساعات ابتدایی روز دوشنبه از فروش ارز به قیمت‌های پایین‌تر خودداری می‌کردند و تأکید داشتند قیمت‌های جدید به زودی اعلام می‌شود. اما در میانه روز حجم فروش افزایش یافت و خرید دلار به قیمت‌هایی در محدوده ۲۰ هزار تومان به فروشندگان عادی پیشنهاد شد.

معامله‌گران در پاسخ به این سوال که روند آتی بازار ارز را چگونه می‌بینید می‌گویند؛ احتمال رسیدن قیمت‌ها حتی به کمتر از ۲۰ هزار تومان هم وجود دارد، از این رو کسی در شرایط فعلی ریسک خرید دلار برای سرمایه‌گذاری را به جان نمی‌خرد. از سوی دیگر برخی از نوسان‌گیران که در سقف‌های قیمتی بالاتر در محدوده ۲۸ تا ۳۰ هزار تومان نیز نسبت به خرید دلار اقدام کرده بودند این روزها بیش از روزهای گذشته به دنبال خریداری برای کاهش زیان خود هستند.

احتمال کاهش بیشتر قیمت ارز وجود دارد

همچنین یک صراف درباره اینکه حجم خرید و فروش را در شرایط فعلی چگونه است، گفت: «من امروز (دوشنبه) همچنان معامله‌ای نکردم و فکر می‌کنم بسیاری از معامله‌گران منتظر از راه رسیدن کف قیمتی دلار

فرصت امروز: قیمت دلار در ادامه روند نزولی خود روز دوشنبه وارد کانال ۲۱ هزار تومان شد. این افت قابل توجه تقریباً پس از سخنان امیدوارکننده رئیس‌جمهور درخصوص کاهش نرخ ارز تا ۱۵ هزار تومان در صورت آزادسازی منابع ارزی در کره جنوبی و همزمان با پایان دوره ریاست جمهوری دونالد ترامپ و امیدواری به لغو تحریم‌ها و بازگشت آمریکا به برجام در دوره ریاست جمهوری بایدن صورت گرفته است. حالا قیمت دلار پس از ماه‌ها به کانال ۲۱ هزار تومانی بازگشت و در مقایسه با اواخر مهرماه که این اسکناس آمریکایی مرزهای ۳۲ هزار تومان را درنوردیده بود، حدود ۱۰ کانال پایین آمده است.

نگاهی به تحولات بازار ارز در نیمه دوم سال نشان می‌دهد نرخ ارز پس از افزایش در انتهای مهرماه و تحت تأثیر عوامل غیراقتصادی، با مدیریت هوشمندانه بانک مرکزی و بازارساز مجدداً در مسیر ثبات و سراسیمهی قیمتی قرار گرفته است، به گونه‌ای که نرخ دلار آمریکا با ۱۰ کانال ریزش حالا به محدوده ۲۱ هزار تومان رسیده است. به موازات ریزش قیمت دلار، دیگر از پرطرفدار بازار یعنی یورو نیز در این بازه زمانی با ریزش ۹۶۰۰ تومانی از نرخ ۳۷۴۰۰ تومان در ۲۷ مهرماه حالا به کانال ۲۷ هزار تومان در بیست و نهمین روز دی ماه رسیده است. در بازار سکه و طلا نیز افت قیمتی قابل توجهی شکل گرفت و قیمت سکه به کانال ۹ میلیون تومان رسید.

زمزمه دلار ۲۰ هزار تومانی در فردوسی

از میانه آبان ماه و با پیروزی بایدن در انتخابات ریاست جمهوری آمریکا بود که با افزایش امیدواری به لغو تحریم‌ها و بازگشت احتمالی آمریکا به برجام، روند کاهشی قیمت دلار آغاز شد. اسکناس سبز آمریکایی که در آخرین روزهای مهرماه امسال به قله ۳۲ هزار تومان نیز رسیده بود، رفته رفته با موج کاهش قیمت روبه‌رو شد و در واپسین روزهای دی ماه حالا به محدوده ۲۱ هزار تومان رسیده است. یورو نیز در این مدت از قله ۳۷ هزار تومان در اواخر مهرماه هم‌اکنون به محدوده ۲۷ هزار تومان رسیده است. آنچه مشخص است، کاهش بهای ارز در این روزها، دو پیام مهم دارد؛ نخست اینکه بازار ارز با ریسک بسیار بالایی همراه است و برای سرمایه‌گذاری گزینه خوبی نیست؛ موضوعی که رئیس کل بانک مرکزی

سکه تمام بهار آزادی تحت تأثیر کاهش نرخ ارز، کف حمایتی خود را از دست داد و وارد کانال ۹ میلیون تومان شد. هر قطعه سکه تمام بهار آزادی طرح جدید در روز دوشنبه با کاهش ۳۳۰ هزار تومانی نسبت به روز شنبه (۲۷ دی ماه) ۹ میلیون و ۸۵۰ هزار تومان معامله شد. سکه تمام بهار آزادی طرح قدیم نیز ۹ میلیون تومان معامله شد. همچنین نیم‌سکه بهار آزادی ۵ میلیون و ۳۵۰ هزار تومان، ربع سکه ۳ میلیون و ۵۰۰ هزار تومان و سکه یک گرمی هم ۲میلیون تومان معامله شد. در بازار طلا نیز نرخ هر گرم طلای ۱۸ عیار به نهصد و ده هزار تومان و هر مثقال طلا به ۳ بهای ۳ میلیون و ۹۴۵ هزار تومان رسید. انس جهانی طلا نیز یک‌هزار و ۸۳۲ دلار و ۹۲ سنت فروخته شد.

بررسی‌ها نشان می‌دهد، هفته‌های گذشته قیمت سکه و طلا متأثر از بازار ارز روند کاهشی داشت و مسیر نزولی قیمت ارز روی بازار طلا موثر بود. همچنین کاهش نرخ انس جهانی طلا نیز باعث افت قیمت طلا و

آمارهای بانک مرکزی از افزایش ۴۰،۷ درصدی مانده سپرده‌ها و ۴۲،۸ درصدی مانده تسهیلات بانکی در پایان مهرماه امسال نسبت به مقطع مشابه سال گذشته حکایت دارد.

به گزارش بانک مرکزی، گزارش وضعیت کل مانده سپرده‌ها و تسهیلات ریالی و ارزی بانک‌ها و موسسات اعتباری به تفکیک استان در پایان مهرماه سال ۹۹ حاکی از آن است که مانده کل سپرده‌ها افزون بر ۳۳۳۸۰ هزار میلیارد ریال شده است که نسبت به مقطع مشابه سال قبل (۹۶۵۴۰ هزار میلیارد ریال) ۴۰،۷ درصد و نسبت به پایان سال قبل (معادل ۶۲۱۷ هزار میلیارد ریال) ۲۲،۹ درصد افزایش نشان می‌دهد.

به موازات کاهش قیمت ارز

سکه به کانال ۹ میلیونی بازگشت

سکه شده و کارشناسان افت بیشتر انس جهانی طلا در هفته‌های آینده را پیش‌بینی کرده‌اند. کاهش ریسک‌های بین‌المللی پس از پذیرش شکست دونالد ترامپ و معرفی جو بایدن به عنوان رئیس‌جمهور قانونی آینده آمریکا نیز بر این روند تأثیرگذار بوده است. علاوه بر این انتظار می‌رود با آغاز توزیع واکسن کرونا و بهبود شرایط اقتصادی در ماه‌های آینده، میزان استقبال از طلا به عنوان ابزاری برای سرمایه‌گذاری کاهش یابد.

در بیست و نهمین روز زمستان همچنین نرخ ارز با کاهش مواجه شد به طوری که هر دلار آمریکا در صرافی‌های رسمی به قیمت ۲۲ هزار و ۲۰۰ تومان و هر یورو ۲۶ هزار و ۸۰۰ تومان ارزش‌گذاری شد. صرافی‌های بانکی نیز هر دلار آمریکا را ۲۱ هزار و ۶۰۰ تومان و هر یورو را نیز ۲۶ هزار و ۲۰۰ تومان خریداری کردند. درباره تحولات اخیر بازار ارز، رئیس کنفدراسیون صادرات ایران می‌گوید تحولات کوتاه مدت رخ داده در بازار ارز را نمی‌توان به عنوان ملاکی جدی برای سرنوشت این نرخ در ماه‌های

طبق اعلام بانک مرکزی

سپرده‌های بانکی ۴۰ درصد افزایش یافت

درصد است که نسبت به مقطع مشابه سال قبل و پایان سال قبل، به ترتیب ۲ دهم و چهار دهم واحد درصد افزایش نشان می‌دهد. نسبت مذکور در استان تهران ۹۳،۴ درصد و استان کهگیلویه و بویراحمد ۱۱۲،۴ درصد است.

بانک مرکزی اعلام کرده است که یکی از علت‌های مهم بالابودن رقم تسهیلات و سپرده‌ها در استان تهران، استقرار دفاتر مرکزی بسیاری از شرکت‌ها و موسسات تولیدی سایر استان‌ها در استان تهران بوده و عمده فعالیت‌های بانکی آنها از طریق شعب بانک‌ها و مؤسسات اعتباری استان تهران انجام می‌شود.



نماگر بازار سهام

رفتار حقوقی‌ها تعیین‌کننده مسیر معاملات بورس است

علیه معاملات هیجانی

به اعتقاد یک کارشناس بازار سرمایه، سهامداران باید به سرمایه‌گذاری بلندمدت در بورس فکر کنند زیرا با این رویکرد از خرید و فروش‌های هیجانی در بازار خودداری می‌کنند و دیگر بسیاری از اتفاقاتی که اکنون در معاملات بورس ایجاد شده است را شاهد نخواهیم بود.

مهدی مومن‌زاده، روند نزولی شاخص بورس در بازار را ناشی از هیجان دانست و به ایرنا، گفت: از ابتدای سال جاری شاهد دو روند هیجانی در بازار بودیم که باعث خروج بازار از مسیر اصلی معاملات خود شد. نخستین روند، ورود هیجانی سهامداران به بازار و خریدهای هیجانی آنها بود که در زمان روند صعودی بازار این اتفاق رخ داد. هیجان دیگر در بازار در زمان روند افت شاخص بورس و ورود بازار به فاز هیجانی برای فروش بود که در هر دو حالت رفتار هیجانی سهامداران، معاملات بورس را دچار روند غیرمنطقی کرد، این امر باعث شد تا کلیت معاملات بورس مخدوش و بازار از حالت تعادل عرصه و تقاضا خارج شود.

این کارشناس بازار سرمایه خاطر‌نشان کرد: با توجه به قیمت‌های جهانی، ارزنده بودن قیمت سهام، پیش‌بینی سود و آینده شرکت‌ها و نیز رشد اقتصادی کشور، فروش بسیاری از سهم‌ها در وضعیت فعلی توجیهی ندارد و روندی که اکنون بازار در پیش گرفته است به هیچ عنوان منطقی به نظر نمی‌رسد.

وی با بیان اینکه آمارهای رسمی نشان‌دهنده وضعیتی مثبت در رشد اقتصادی کشور است، افزود: در تابستان رشد اقتصادی خوبی را شاهد بودیم و اثر کرونا در وضعیت اقتصادی کشور محدود بود که طبق آمارهای رسمی، ایران در وضعیت کرونا بسیار بهتر از دیگر کشورها عمل کرد.

مومن‌زاده با بیان اینکه بررسی‌ها نشان می‌دهد که شرکت‌ها سود کمی را بین سهامداران تقسیم کرده‌اند و با توجه به قرار گرفتن بودجه در اختیار شرکت‌ها، پتانسیل رشد برای شرکت‌ها در سال آینده فراهم شده است، گفت: شرایط بنیادی در کشور و شرکت‌ها نشان‌دهنده رشد بازار و سهام شرکت‌ها است. مسئله‌ای که اکنون بازار را تحت تأثیر قرار داده، اصلاح اخیر شاخص بورس است که سهامداران را نگران کرده است، بخش زیادی از این موضوع ناشی از رفتارهای هیجانی است که سهامداران از خود نشان داده‌اند.

وی با بیان اینکه موضوع دیگر در اصلاح اخیر شاخص بورس رفتار حقوقی‌ها است که در دو ماه پایانی سال تعیین‌کننده مسیر اصلی معاملات بورس است، گفت: بسیاری از حقوقی‌ها هنوز اقدام به شناسایی سود نکردند، این در حالی است که در دو ماه پایانی سال ممکن است برای تأمین بودجه لازم، میزان فروش خود را افزایش دهند، این موضوع در کنار دیگر عوامل باعث افزایش فشار فروش در بازار شده است.

مومن‌زاده با تأکید بر اینکه در صورت کنترل فروش حقوقی‌ها و رفتار هیجانی سهامداران، بازار در موقعیت بسیار خوبی برای سرمایه‌گذاری قرار دارد، اظهار داشت: با توجه به اصلاح شدیدی که قیمت سهام شرکت‌ها در چند ماه اخیر تجربه کردند، سهامداران می‌توانند از اکنون برای پرتفوی سال آینده خود اقدام به سرمایه‌گذاری در بورس کنند زیرا به طور حتم تا سال آینده بازار روند مقوولی را به خود می‌گیرد و بازدهی خوبی در اختیار سهامداران قرار خواهد گرفت.

این کارشناس بازار سرمایه با اشاره به اینکه اگر در بازار و بین سهامداران دید میان‌مدت و بلندمدت برای سرمایه‌گذاری جایفتد دیگر شاهد ایجاد روند هیجانی و افت پرشتاب قیمت سهام شرکت‌ها در بازار نخواهیم بود، افزود: سهامداران باید به سرمایه‌گذاری بلندمدت در بورس فکر کنند زیرا با این رویکرد از خرید و فروش‌های هیجانی در بازار خودداری می‌کنند و دیگر بسیاری از اتفاقاتی که اکنون در معاملات بورس ایجاد شده است را شاهد نخواهیم بود.

مومن‌زاده با بیان اینکه اکنون هیجان برای فروش باعث ایجاد چنین اصلاح عجیبی در بازار شده است، گفت: در بلندمدت بازار از روند هیجانی خارج می‌شود و سهامداران بدون دلیل و از روی هیجان اقدام به فروش سهام و خروج نقدینگی خود از بازار نمی‌کنند. تأثیر اتفاقاتی که در کشور رخ می‌دهد در کوتاهمدت پررنگ است و همیشه اثر اتفاقات منفی و مثبت در بازار در بلندمدت خنثی خواهد شد.

مومن‌زاده با بیان اینکه روند اقتصادی در کشور نشان‌دهنده بهبود شرایط پولی و رونق بنگاه‌ها نسبت به سال‌های گذشته است، گفت: با توجه به حمایت و اقدامات مثبت دولت، وضعیت بهتری در کشور و شرکت‌ها حاکم شده است که به طور حتم تا چند وقت آینده اثرات مثبت تولید و افزایش سودآوری بنگاه‌ها را در بازار شاهد خواهیم بود.

این کارشناس بازار سرمایه با بیان اینکه اثر مثبت سرمایه‌گذاری بلندمدت را می‌توان در سایر بازارهای مالی دید، اظهار داشت: سرمایه‌گذاران برخی از دارایی‌های خود را مانند مسکن به دلیل سخت بودن در خرید و فروش نسبت به سهام اقدام به نگهداری آن برای بلندمدت می‌کنند.

به گفته وی، اینگونه دارایی‌ها ممکن است در کوتاه‌مدت اصلاحی را تجربه کنند اما به طور حتم در بلندمدت بازدهی بسیاری خوبی را برای سرمایه‌گذاران خواهند داشت.

مومن‌زاده به بازدهی صندوق‌های سرمایه‌گذاری اشاره کرد و افزود: بررسی بازدهی صندوق‌های سرمایه‌گذاری در طول پنج سال اخیر نشان می‌دهد که بازدهی این صندوق‌ها با همه مثبت و منفی‌هایی که در بازار شاهد بودیم، مقبول بوده است و سود بسیار خوبی را نسبت به سایر گزینه‌های سرمایه‌گذاری در بازار سرمایه در اختیار سرمایه‌گذاران قرار داده است.

این کارشناس بازار سرمایه با اشاره به اینکه پیشنهاد ما به سهامداران سرمایه‌گذاری به صورت بلندمدت در بازار سرمایه است، گفت: رویکرد بلندمدت می‌تواند بازار را از این شرایط سخت نجات دهد و به مراتب رویکرد درست‌تری در سرمایه‌گذاری خواهد بود.

وی با اشاره به اینکه بورس اکنون به دارایی یا سرمایه ملی تبدیل شده است و نگاه همه باید به بازار سرمایه برای سرمایه‌گذاری نسبت به سایر بازارها متفاوت باشد، خاطر‌نشان کرد: وزن سیاسی بازار تغییر کرده است، به طور حتم زمانی که یک وزن سیاسی تغییر می‌کند هزینه‌های ایجادشده در بازار را افزایش می‌یابد و در کنار آن اثر تصمیماتی که در مجلس یا سایر ارگان‌ها برای بازار اتخاذ می‌شود می‌تواند زیاد باشد.

مومن‌زاده با تأکید بر اینکه مصوبه‌ای که اخیراً وزارت صمت برای فولاد داده است بازار را به شدت تحت تأثیر قرار داده است و منجر به ایجاد روند نزولی در این بازار شده است، افزود: بازار به لحاظ اقتصادی شرایط خوبی پیدا کرده است، شرکت‌های بسیار خوبی به این بازار ورود کرده‌اند و جریان نقدینگی می‌تواند به سمت تولید ورود کند بنابراین بازار سرمایه در وضعیت فعلی مکان بسیار مناسبی برای سرمایه‌گذاری شده است.

ادامه ریزش قیمت دلار با بازار سرمایه چه خواهد کرد؟

طعنه دلار به بورس



روپایی ابتدای سال، آخرین روزهای سال ۹۹ گویا با افت بازار سرمایه همراه است.

در همین زمینه، محمد خبری‌زاده، کارشناس بازار سرمایه معتقد است که احتمال بازگشت بازار سرمایه از روز سه‌شنبه وجود دارد. این تحلیلگر بازار سرمایه درخصوص دلیل ریزش بورس و از دست رفتن کانال یک میلیون و ۲۰۰ هزار واحدی شاخص به خبرآنلاین گفت: با صحبت‌های رئیس‌جمهور مبنی بر کاهش نرخ دلار، مشخص بود بورس منفی می‌شود، بخش مهمی از صعود بازار سرمایه در نیمه اول امسال تحت تأثیر افزایش نرخ دلار بود.

به اعتقاد او، بازار شاید یکی دو منفی دیگر هم بخورد اما حتی با دلار زیر ۲۰ هزار تومان هم سهم‌های ارزنده در بازار وجود دارند. امیدوارم طوری نشود که سرمایه‌گذاران بی‌خیال شوند. اعتقادی که سرمایه‌گذاران حقیقی به بازار سرمایه داشتند به خاطر برخی کارهای اشتباه از بین رفته است. متأسفانه مردم را در پیچ قله به بورس دعوت شدند اما از آن به بعد تمام حرکت‌ها، سرکوب‌کننده بورس بود. این روند باعث شد که سرمایه‌گذاران حقیقی که با پول‌های خرد آمدند، از بازار خارج شوند و دیگر برگردند، اما شاید بورس از روز سه‌شنبه این هفته از حالت منفی دربیاید و به سمت متعادل شدن پیش برود اما اینکه بخواهد کمر راست کند و به سمت مثبت شدن برود، سخت است.

او درخصوص آینده بورس ادامه داد: نباید فعلا صعودی را برای بازار سرمایه متصور شد. با این سیگنال‌هایی که از طرف دولت به بازار سرمایه داده می‌شود، سخت است بازار زیر این همه فشار کمر راست کند، اما از طرف دیگر هر چقدر شاخص پایین می‌آید سهم‌ها ارزنده می‌شود اما چون بعضی نقاط ابهام هنوز وجود دارد، خوش‌بینانه نخواهیم تصور کنیم، تا آخر سال بازار در همین وضعیت باقی خواهد ماند.

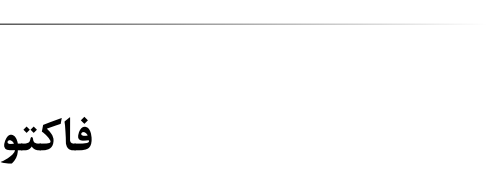
خبری‌زاده با اشاره به عواملی که باعث افت بورس شده، گفت: قیمت‌گذاری‌های دستوری، دستورالعمل‌های اشتباه، بحث پالایش یکم، بحث عدم بازارگردانی‌های درست، بحث فروش‌های بی‌وقفه توسط دولت همگی عواملی بود که بورس را منفی کرد. همه اینها در کنار دستورالعمل فولاد و اقدامات نادرست وزارت صمت که هنوز هم تمام نشده و اختلافات بر سر بودجه، زمینه را برای کاهش اعتماد به بورس فراهم کرده و این روند همچنان ادامه دارد. در شرایط فعلی ریزش قیمت ارز مهمترین تأثیر را بر

فرصت امروز: با توجه به اینکه هم‌اکنون بیش از ۶۰ درصد از جمعیت ایران با احتساب سهام عدالت، سهامدار بورس هستند، افت و خیزهای شاخص بورس به یکی از مهمترین دغدغه‌های مردم تبدیل شده است. پس از بازدهی روپایی چهار ماهه نخست امسال و رسیدن شاخص بورس به قله ۲ میلیون واحدی، از میانه‌های مردادماه بود که شاخص کل با تلاطم زیادی مواجه شد و پله پله از رکوردهای خود پایین آمد. پس از اصلاح سه ماهه از میانه آبان ماه و به واسطه پیروزی بایدن در انتخابات آمریکا، بار دیگر شاخص بورس در مدار رشد قرار گرفت، اما با پایان آذرماه و ورود به دی ماه تعداد روزهای قرمز بازار بیشتر شد تا در آخرین گام روز گذشته (دوشنبه) شاخص کل با افت ۳۶ هزار و ۹۸۹ واحدی به رقم یک میلیون و ۱۴۹ هزار واحد رسید. همین امر باعث شد تا در روزهای گذشته بسیاری از سهامداران برای جلوگیری از زیان بیشتر، سهام خود را بفروشند و از بورس خارج شوند. آنچه که به «بحران اعتماد در بازار سرمایه» از آن یاد شده است. دپروز همزمان با افت ۳۶ هزار واحدی شاخص بورس، برخی از سهامداران مالباخته نیز مقابل سازمان بورس تجمع کردند. در همین حال، قیمت دلار روز گذشته به کانال ۲۱ هزار تومان رسید و احتمال افت بیشتر آن کماکان در روزهای آینده وجود دارد. سوال این است که تداوم ریزش قیمت دلار چه تأثیری بر بازار سرمایه خواهد گذاشت و آیا بورس از خواب زمستانی برخواهد خاست؟

شاخص کل بورس تهران تا کجا می‌ریزد؟

شاخص بورس روز شنبه (۲۷ دی) به کانال یک میلیون و ۱۰۰ هزار واحدی سقوط کرد و این روند در روز دوشنبه ادامه یافت و شاخص کل با افت بیش از ۳۶ هزار واحدی به عقبگرد در کانال یک میلیون و ۱۰۰ هزار واحد ادامه داد. گفته می‌شود بیشترین تأثیر منفی بر افت داماسنج بازار سهام در این دو روز کاری گذشته متأثر از نمادهای صناعی بوده که جزو شرکت‌های صادراتی و ارزمحور هستند. پرواضح است که این اتفاق به دلیل کاهش نرخ ارز رخ داده است.

قیمت ارز بر بازار سهام آنچنان تأثیری دارد که برخی پژوهش‌ها این موضوع را تأیید کرده که افزایش قیمت دلار با رشد شاخص بازار سهام همراه است. بنابراین با کاهش قیمت دلار روند شاخص سهام بر پایه این متغیر و انتظارات تورمی ناشی از آن صعودی نخواهد بود. حالا با ریزش قیمت دلار، شاخص بورس در سراسییبی قرار گرفته و برخلاف روزهای



یک فعال بازار سرمایه در برنامه به وقت تحلیل شبکه ایران کالا به بررسی روند این روزهای بازار سرمایه پرداخت و فاکتورهای ارزندگی سهام را ارزیابی کرد.

محمد کفاش پنجه شاهی با تأکید بر اینکه برای ارزیابی این روزها باید معاملات سهام را از یک سال گذشته رصد کرد، گفت: از ابتدای سال ۹۷

یک کارشناس بازار سرمایه بررسی کرد

فاکتورهای ارزندگی سهام در روزهای منفی

شاهد رشد شدید چند مرحله‌ای نرخ دلار بودیم و معمولا بازار سرمایه اثر رشد نرخ ارز را با تأخیر نشان می‌دهد چراکه با گذر زمان نرخ‌های جدید دلار در صورت‌های مالی شفاف می‌شود، هر چند طی ماه‌های اخیر بازار واکنش‌های سریع‌تری نسبت به این موضوع داشته و به طور کلی مردم و سرمایه‌گذاران در بازار سهام آینده را می‌خرند و چشم‌انداز آینده در قیمت

شرکت بهره برداری نفت و گاز مسجد سلیمان در نظر دارد خدمات ذیل الذکر را طبق شرایط کلی آگهی حاضر و مشخصات مندرج در اسناد و مدارک مناقسه از طریق برگزاری مناقسه عمومی یک مرحله ای به مناقسه گران واجد شرایط واگذار نماید:

فراخوان مناقسه عمومی (ارزیابی کیفی)

شماره ثبت در پایگاه ملی مناقصات: ۳۴/۴۷۴/۲۲۵ **شماره مجوز: ۱۳۹۹/۶۰۹۹**

شماره مناقسه	موضوع	محل اجرای کار	مدت زمان اجرا	گواهینامه معتبر مورد نیاز	مبلغ و نوع تقصیم شرکت در مناقسه	برآورد کارفرما (ریال)
۹۹/۰۰۰۷	نصب و راه اندازی سیستم تله متری (بدون سیم) جهت انتقال دیتاهای مربوط به ۶ حلقه چاه گازی به واحد پتروشیمی رازی (تجدید مناقسه)	مسجدسلیمان	۳ ماه	۱- پایه ۵ ارتباطات و فناوری اطلاعات ۲- گواهینامه صلاحیت ایمنی پیمانکاران (معتبر)	۴۹۸,۰۰۰,۰۰۰ ریال	۱,۸۰۰,۰۰۰ ریال

از کلیه متقاضیان واجد شرایط دعوت می شود حداکثر ظرف ۱۰ روز پس از انتشار آگهی نوبت دوم ، آمادگی خود را بصورت کتبی به یکی از آدرس های ذیل الذکر اعلام و همزمان نسبت به دریافت فرم های ارزیابی کیفی اقدام نمایند.

فرمهای ارزیابی کیفی می بایستی ظرف مدت ۱۴ روز تکمیل و به آدرس های ذیل در مقابل رسید تحویل گردند. که پس از بررسی های لازم اسناد مناقسه به متقاضیان واجد شرایط تحویل داده خواهد شد .

زمان گشایش پیشنهادها روز سه شنبه مورخ ۱۳۹۹/۱۲/۱۹ می باشد .

نشانی محل اعلام آمادگی و دریافت اسناد: مسجدسلیمان ، شرکت بهره برداری نفت و گاز ، امور حقوقی و قراردادهای ، اتاق ب ۱۳ .

همزمان ارائه گواهی صلاحیت / رتبه بندی خدمات مورد نظر به منظور تطبیق با تصویر آن الزامی و ارائه معرفی نامه و کارت ملی برای متقاضیان شرکت در مناقسه و نمایندگان شرکت ها در همه مراحل لازم و ضروری می باشد.

تذکر ۱: حسب مورد ارائه یک نسخه از اساسنامه ، شرکتنامه و آگهی تأسیس و آخرین تغییرات ثبتی الزامی است.

تذکر ۲ : مناقسه گر ضمن اعلام آمادگی تأیید می نماید هیچ یک از اعضای هیأت مدیره و سهامداران آن شرکت / پیمانکاری شاغل دولتی نبوده و مشمول قانون منع مداخله در معاملات دولتی مصوب دیماه ۱۳۲۷ نمی باشند .

WWW.SHANA.IR **www.mis.nisoc.ir** **HTTP://ETS.MPORG.IR**

تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۳۹۹/۱۰/۲۹

تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۳۹۹/۱۰/۳۰

روابط عمومی شرکت بهره برداری نفت و گاز مسجدسلیمان

خواستار صادرات

یک میلیون رأس دام مازاد هستیم

مدیرعامل اتحادیه تعاونی‌های عشایری دامداران گفت درخواست صادرات یک میلیون رأس دام را مشروط بر عدم تغییر قیمت در بازار داخل اعلام کرده‌ایم. فضل خرم، مدیرعامل اتحادیه تعاونی‌های عشایری دامداران متحرک در گفت‌وگو با باشگاه خبرنگاران جوان، از وضعیت مناسب بازار نهاده‌های دامی خبر داد و گفت: بنابر آمار، وزارت جهاد کشاورزی ۱۸۰ هزار تن ذرت و جو و ۱۶۰ هزار تن کنجاله سویا برای عرضه در بین عشایر بارگذاری کرده که این امر تا حدودی التهاب بازار را کاهش داده است و امیدواریم با ورود محموله‌های جدید و بارگذاری برای عشایر، نگرانی‌ها درخصوص تامین نهاده رفع شود. او با اشاره به اینکه ارز ۴۲۰۰ تومانی واردات نهاده دامی در بودجه سال آینده افزایش یافته است، افزود: گرچه تبدیل ارز ۴۲۰۰ تومانی به ۱۷ هزار و ۵۰۰ تومان در قانون بودجه سال آینده آمده است، اما معلوم نیست که تبدیل نرخ قطعی شود یا خیر؟ حال با فرض بر اینکه افزایش نرخ ارز قطعی شود، قیمت نهاده به حدود ۶ هزار تومان می‌رسد که دولت مایل‌التفاوت آن را در قالب ریال باید پرداخت کند. خرم قیمت کنونی هر کیلو دام سبک را ۴۵ تا ۵۰ هزار تومان اعلام کرد و گفت: با وجود انباشتگی دام در دامداری‌ها، پیشنهاداتی مبنی بر صادرات یک میلیون رأس دام مازاد به مسئولان وزارت جهاد داده شده است، اما مشروط بر اینکه در قیمت بازار داخل آثاری نداشته باشد. مدیرعامل اتحادیه تعاونی‌های عشایر دامداران متحرک در پایان تصریح کرد: از مسئولان وزارت جهاد درخواست مجوز صادرات یک میلیون رأس دام را داریم. مسیر عرضه دام عشایر از بازار دام کشور جدانست چراکه دام عشایر به طبع این موضوع می‌تواند بازار خود را پیدا کند.

مرغ دوباره در مسیر افزایش قیمت!

قیمت هر کیلو مرغ در خرده‌فروشی‌های سطح شهر تهران به بیش از ۲۱ هزار تومان رسید. به گزارش ایسنا، براساس مشاهدات میدانی و گزارش‌های رسیده از برخی از محله‌های تهران، هر کیلوگرم مرغ گرم آماده طبخ در خرده‌فروشی‌های سطح شهر تهران در محدوده قیمتی ۲۱ تا ۲۲ هزارتومان عرضه می‌شود که نسبت به هفته‌های گذشته با افزایش ۱۰۰۰ تا ۲۰۰۰ تومانی مواجه شده است. گفتنی است که قیمت مصوب مرغ گرم براساس اعلام ستاد تنظیم بازار، ۲۰ هزار و ۴۰۰تومان است و بیشتر نیز با این قیمت در اکثر خرده‌فروشی‌ها به دست مصرف‌کنندگان می‌رسید ولی در حال حاضر مرغ با قیمت مصوب فقط در برخی از خرده‌فروشی‌ها عرضه می‌شود.

رشد صادرات طلای سرخ به ۳۵ درصد می‌رسد

حداکثر قیمت هر مثقال زعفران ۷۰ هزار تومان

نایب رئیس شورای ملی زعفران گفت بنابر آمار گمرک صادرات زعفران ۲۰درصد رشد داشته که تا پایان سال این رشد به ۳۵ درصد می‌رسد. غلامرضا میری، نایب رئیس شورای ملی زعفران در گفت‌وگو با باشگاه خبرنگاران جوان، از ثبات قیمت طلای سرخ در بازار خبر داد و گفت: قیمت کنونی هر کیلو زعفران دسته ۷ میلیون و ۳۰۰ هزار تومان تا ۷ میلیون و ۵۰۰ هزار تومان، زعفران پوشال ۸ تا ۸ میلیون و ۶۰۰ هزار تومان، زعفران سرگل ۸ میلیون و ۵۰۰ هزار و تومان تا ۹ میلیون و ۵۰۰ هزار تومان و زعفران نگین ۱۰ تا ۱۵ میلیون تومان است. او با اشاره به اینکه بازار داخلی زعفران در رکود به سر می‌برد، افزود: با توجه به شرایط اقتصادی مردم و عدم برگزاری مهمانی‌ها، مصرف زعفران کاهش یافته است. میری با اشاره به اینکه صادرات زعفران در ۸ ماهه امسال ۲۰درصد رشد داشته است، بیان کرد: برآوردها حاکی از آن است که تا پایان سال رشد صادرات به ۳۵ درصد برسد. نایب رئیس شورای ملی زعفران حداقل مثقال هر بسته طلای سرخ را ۴۵ هزار تومان و حداکثر ۷۰ هزار تومان اعلام کرد. او ادامه داد: با توجه به آنکه محصول قابل توجهی در سطح بازار وجود دارد، از این رو با رافع موانع و چالش‌های پیش روی صادرکنندگان، صادرات رشد خواهد داشت. این مقام مسئول در پایان با بیان اینکه قیمت زعفران برخلاف سایر اقلام خاوار نسبت به سال قبل تغییری نداشته است، تصریح کرد: با توجه به افزایش هزینه‌های تولید، قیمت‌های کنونی زعفران جوابگوی هزینه کشاورزان نیست که انتظار می‌رود با رافع موانع صادراتی، قیمت زعفران به نرخ منطقی خود برسد تا کشاورزان به امر تولید دلگرم شوند چراکه تولید زعفران کیفی در رونق صادرات تاثیر بسزایی دارد.

استمرار درگیری واحدهای طيور با آنفلوآنزای پرندگان تا پایان بهمن

۷۵۶ هزار پرنده معدوم شدند

معاون سازمان دامپزشکی گفت از ۲۸ آبان تاکنون در ۲۶ کانون درگیر آنفلوآنزای حاد پرندگان، ۷۵۵هزار پرنده و طيور معدوم شده‌اند. بهمن نقیعی، معاون بهداشتی و پیشگیری سازمان دامپزشکی در گفت و گو با باشگاه خبرنگاران جوان، با اشاره به اینکه اخیرا ۵ واحد صنعتی در خراسان جنوبی گرفتار آنفلوآنزای حاد پرندگان شدند، اظهار کرد: تاکنون ۲۶ آبان تا ۲۷ دی، ۲۶ کانون در ۶ استان کشور درگیر آنفلوآنزای حاد پرندگان شدند. وی افزود: طبق آمار ۹ واحد مرغ تخم‌گذار، یک واحد مرغ مادر گوشتی، ۵ واحد نیمچه گوشتی، ۱ واحد بوقلمون صنعتی، ۱ واحد شترمرغ، ۴ واحد طیور بومی و ۵ پرنده حیات وحش در استان‌های مازندران، اردبیل، مرکزی، تهران، خراسان جنوبی و کرمانشاه گرفتار بیماری هستند. نقیعی ادامه داد: از مجموع ۲۶ کانون درگیر این بیماری حدود ۷۵۶ هزار پرنده و طیور اعم از صنعتی، بومی و حیات وحش معدوم‌سازی شده است. معاون بهداشتی و پیشگیری سازمان دامپزشکی با بیان اینکه در مازندران ۳ کانون اعم از یک طیور بومی و ۲ پرنده حیات وحش معدوم شدند، گفت: در استان اردبیل یک پرنده حیات وحش، استان مرکزی یک پرنده حیات وحش، تهران ۲ واحد طیور بومی، خراسان جنوبی ۹ واحد تخم‌گذار، یک واحد مادر گوشتی، ۵ واحد نیمچه گوشتی، یک واحد بوقلمون صنعتی، یک واحد شترمرغ و در کرمانشاه یک واحد طیور بومی در مجموع ۲۶ کانون گرفتار شدند.



تاجدار در ادامه با اشاره به کاهش ۲۰ درصدی تولید سیگار در نیمه اول سال جاری به دلیل مشکلات تخصیص ارز و در پی آن افزایش قاچاق، گفت: با عوارض و مالیات فعلی سیگار بیش از ۱۰۰ نوع محصول قاچاق در بازار عرضه می‌شود که بیش از ۹۲ درصد آن در گرید C و D یعنی در سطح کالاهای تولید داخل است بنابراین نباید اجازه دهیم یک هپکو یا هفت تبه دیگر در قلب تهران ایجاد شود.

به گفته وی میزان مصرف سیگار قانونی کشور ۵۵ میلیارد نخ در سال گذشته بوده در حالی که مصرف سیگار در کشور ۷۵ میلیارد نخ است بنابراین ۲۰ میلیارد نخ به صورت قاچاق وارد می‌شود که با توجه به توزیع و گستردگی آن نمی‌توان گفت فقط مربوط به کولبران هستند بنابراین بخش عمده آن از مجاری قانونی ولی به صورت قاچاقی وارد می‌شود.

برندهای خارجی برای پرداخت مالیات کمتر خود را ایرانی جانی‌زند! رئیس انجمن تولیدکنندگان، واردکنندگان و صادرکنندگان محصولات دخانی در ادامه از برخی سوءاستفاده‌ها از نام برندهای داخلی خبر داد و تصریح کرد: باید تعریف درستی از برند داخلی و بین‌المللی ارائه شود که سوءاستفاده نشود بعضی از برندهای بین‌المللی که سابقه کار چندین ساله دارند برند خود را در ایران ثبت می‌کنند و خود را برند ایرانی معرفی می‌کنند تا کالای داخلی محسوب شده و مالیات ۱۰ درصدی پرداخت کنند. با این کار برندهای بین‌المللی قانون را دور زده و برندهای داخلی را نیز در بازار رقابت حذف می‌کنند.

سیگارهای قاچاق در رده قیمتی سیگارهای داخلی هستند و افزایش قیمت سیگار داخلی در رده‌هایی که حساس به قیمت هستند باعث روی آوردن مصرف‌کنندگان به سیگار قاچاق می‌شود.

وی همچنین درباره سایر عوارض صنعت دخانیات گفت: در حال حاضر تولیدکنندگان دخانیات ۱۵درصد مالیات بر ارزش افزوده، ۱۰درصد عوارض کالاهای آسیب‌رسان به سلامت و همچنین به عنوان حق انحصار، تولیدکنندگان داخلی ۲درصد قیمت در کارخانه و تولیدکنندگان خارجی ۱۰درصد نرخ فوب وارداتی (ارزش در بندر مبدأ) پرداخت می‌کنند. مجموع مالیات و عوارض از محل تولید و فروش سیگار در سال جاری ۲۶۰۰ میلیارد تومان پیش‌بینی شده بود که به نظر می‌رسد به دلیل افزایش قیمت‌ها بیش از این میزان محقق شود.

این اظهارات در حالی مطرح می‌شود که مجموعه وزارت بهداشت و ستاد کشوری کنترل دخانیات کشور معتقدند سیگار در ایران ارزان است و با افزایش مالیات بر سیگار مصرف کاهش می‌یابد و برای خزانة نیز یک منبع درآمد است. از طرف دیگر براساس آمارهای مجموعه بهداشتی کشور، مصرف دخانیات سالانه نزدیک به ۶۰ هزار مرگ را در کشور رقم می‌زند و ضرر ۴۰ هزار میلیارد تومانی برای حوزه سلامت به دنبال دارد، اما در بین ۱۸۲ کشور عضو کنوانسیون کنترل دخانیات سازمان جهانی بهداشت، ایران حداقل میزان مالیات بر محصولات دخانی را دارد و بر این اساس خواستار اصلاح ساختار مالیات بر دخانیات در فصل بودجه هستند.

رئیس انجمن تولیدکنندگان، واردکنندگان و صادرکنندگان محصولات دخانی گفت که در صورت تصویب مالیات نخی برای سیگار، با در نظر گرفتن افزایش سایر هزینه‌های تولید، سال آینده پایه سیگار برندهای داخلی و بین‌المللی به ترتیب ۵۰ و ۳۰ درصد افزایش می‌یابد. به گزارش ایسنا، محمدرضا تاجدار در نشست خبری اظهار کرد: براساس ماده ۷۳ قانون برنامه ششم توسعه برای سیگار تولید داخل ۱۰درصد، تولید برندهای بین‌المللی ۲۵ درصد و واردات سیگار ۴۰ درصد مالیات تعیین شده، اما کمیسیون تلفیق مجلس تصمیم گرفته برای سال ۱۴۰۰ این مالیات را با مالیات ۵۰ تومانی برای هر نخ سیگار تولید داخل، ۱۰۰ تومانی برای هر نخ سیگار با برند بین‌المللی و ۱۵۰ تومانی برای واردات هر نخ سیگار جایگزین کند که واحدهای تولید داخل بیشتر از آن آسیب می‌بینند به طوری که این تصمیم بر برندهای تولید داخل اثر ۲۵درصدی و بر برندهای بین‌المللی اثر افزایشی ۲۰ درصدی خواهد داشت.

تومانی دریافت می‌شد که این نرخ در بودجه سال آینده ۱۷ هزار و ۵۰۰ تومان در نظر گرفته شده که حدود ۵۰۰ هزار تومان بر قیمت هر کارتن سیگار تاثیر خواهد داشت. با در نظر گرفتن افزایش هزینه‌های کارگری و لجستیکی پیش‌بینی می‌شود که در صورت تصویب مالیات نخی برای سیگار، در مجموع قیمت پایه (قیمت تمام شده برای تولیدکننده) سیگار برندهای داخلی و بین‌المللی به ترتیب ۵۰ و ۳۰ درصد افزایش یابد.

گره تار هنر بر پود مهارت و اقتصاد فرش زنجان

مزامحت و ایجاد اخلاخل در آرامش واحدهای مسکونی هم‌جوار شکل می‌گیرد و منجر به تولید خدمت یا کالای قابل عرضه به بازار خارج از محیط مسکونی می‌شود.

این تعریفی است که وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی برای مشاغل خانگی ارائه می‌کند. راهاندازی کسب و کارهای خانگی و راهاندازی کسب و کار در منزل می‌تواند مزایای گوناگونی را برای شاغلان این عرصه داشته باشد که از جمله آنها می‌توان به حذف هزینه‌های جاری محیط کار مانند خرید، رهن و اجاره، مالیات، عوارض و قبوض مصرفی، ایجاد توازن بین مسئولیت خانوادگی زنان و اشتغال آنان، حذف هزینه ایاب و ذهاب، استفاده از نیرو و تخصص اعضای خانواده، ایجاد زمینه‌های کار خانوادگی، امکان انتقال تجارب از طریق آموزش غیررسمی به شیوه استاد – شاگردی بین اعضای خانواده و ... اشاره کرد.

مدیر اشتغال و کارآفرینی اداره‌کل تعاون، کار و رفاه اجتماعی استان زنجان با اشاره به طرح ملی توسعه مشاغل خانگی، می‌گوید: طرح ملی توسعه مشاغل خانگی در دبیر خانه ستاد ساماندهی و حمایت از مشاغل خانگی معاونت توسعه کارآفرینی و اشتغال وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی پس از آسیب‌شناسی طرح‌های قبلی و انجام مطالعات داخلی و خارجی در سال ۱۳۹۶ طراحی و به تصویب رسید.

وی می‌افزاید: به منظور اجرا و پیاده‌سازی این طرح، جهاد دانشگاهی به عنوان یک نهاد توسعه‌ای، واسطه‌ای و تسهیلگر مکلف به شناسایی، توانمندسازی (آموزش و مشاوره) اشخاص حقیقی و حقوقی و پایدارسازی مشاغل خانگی با اتصال به بازار با بهره‌مندی از شبکه‌های افقی و عمودی شد.

برسد. مدیر اداره فرش سازمان صنعت، معدن و تجارت استان زنجان در رابطه با ویژگی‌های فرش این استان، می‌گوید: کیفیت فرش دستباف استان بسیار ارزشمند و بی‌نظیر بوده و طبیعی بودن مواد پشم و ایریشم و رنگ مورد استفاده در تولیدات فرش زنجان باعث افزایش کیفیت این فرش‌ها می‌شود.

وی می‌افزاید: بیشترین نقشه‌هایی که در استان بافته می‌شود، طرح بیدگینه، طرح قلتوق و طرح ماهی افشار است که در این بین طرح ماهی افشار نیز بیشترین میزان خرید و فروش را به خود اختصاص داده است. این مسئول با بیان اینکه در همه مناطق استان قالی‌بافی رواج دارد، تصریح می‌کند: بخش قره‌پشتلو، بخش افشار، انگوران و ایجرود مراکز عمده تولید فرش است و باید عنوان کرد در مجموع ۲۱ هزار و ۵۵۰ دار قالی در استان وجود دارد که شهرستان خدابنده با ۵۴۰۰ دار، بیشترین دار قالی را در استان به خود اختصاص داده است.

مدیر اداره فرش سازمان صنعت، معدن و تجارت استان زنجان، خاطرنشان می‌کند: براساس برآوردها، در مجموع ۵۹ هزار و ۷۰۰ بافنده در استان وجود دارد که شهرستان زنجان با ۲۱ هزار بافنده بیشترین تعداد بافندگان را در جغرافیای خود جای داده است و شهرستان سلطانیه نیز با ۱۲۰۰ نفر کمترین تعداد بافنده را در استان دارد.

حالا که خیلی‌ها به دلیل شیوع کرونا مجبورند در خانه بمانند، می‌توانند به فکر راهاندازی یک شغل خانگی باشند. مشاغل یا کسب و کارهای خانگی، آن دسته از فعالیت‌هایی است که از سوی یک عضو یا اعضای خانواده در فضای مسکونی در قالب یک طرح کسب و کار بدون

با اجرای طرح ملی مشاغل خانگی، تولیدات باکیفیت راه خود را به بازار پیدا می‌کند. در لغت‌نامه دهخدا، فرش آقا! بساط افکنده، گستردنی، زیرانداز، قالی و مفروش از اسباب خانه عنوان شده است. در تاریخ طبری از فرش‌هایی که با مو و پشم حیوانات در این دوره بافته شده، سخن رفته است. قدیمی‌ترین نشانه به هنر قالی‌بافی، به عصر مفرغ برمی‌گردد و این نشانه یک کارد قالی‌بافی است که از گورهای عهد مفرغ ترکمنستان و شمال ایران یافت شده است. در شهر سوخته (دشت سیستان – جنوبشرقی ایران) نیز فرش‌های حصیری و پارچه و ابزارهای بافندگی به دست آمده که متعلق به ۲۵۰۰ تا ۲۸۰۰ سال پیش از میلاد است. در دوره هخامنشیان و به نقل از گزنفون، شهر کهن ساردیس به قالی‌های گره‌باف خود فخر می‌کرده که به نقش‌های حاشیه و هیکل‌های مردان و شیردل‌های افسانه‌ای آراسته بوده است. کهن‌ترین قالی‌های موجود در جهان نیز به ترتیب قالی کشف شده نقش برجسته کاخ نینوا، فرش بازیریک از پنجمین گور اقوام سسکایی، تکه فرش قومس (دوران ساسانیان) و فرش آتاتولی (۱۳ – ۱۴ م) است.

قالی هر منطقه ایران با توجه به شرایط جغرافیایی، اقلیمی و فرهنگی ویژه محل با منطقه دیگر تفاوت می‌کند. همچنان که قرار گرفتن انسان در عوامل زیستی خاص مثل آب و هوا، فرهنگ و ... روحیه او را می‌سازد؛ بر دستاوردهای انسانی نیز موثر می‌افتد.

حالا فرش نیز مانند سایر یادگاری‌های گذشته باید راه خود را به دنیای جدید پیدا کند، فرش دیگر نباید فقط به عنوان زیرانداز و یا تابلو و پرده مورد استفاده قرار گیرد، این روزها بارقه‌های امید در این حوزه به چشم می‌خورد و قرار است خبرهای خوشی از فرش به گوش فعالان این عرصه

قیمت خودرو با نوع تولید مطابقت ندارد

رئیس خانه صنعت، معدن و تجارت ایران عوامل افزایش قیمت خودرو و در مقابل تاثیر افزایش تیراژ و ورود خودروسازان جدید بر اقتصادی شدن محصولات را تشریح کرد.

عبدالوهاب سهل‌آبادی در گفت‌وگو با خبرنگار خبرخودرو، اظهار داشت: فقدان رقابت یکی از مشکلات صنعت خودروی کشور است و متأسفانه به دلیل تعرفه‌های گمرکی، خودروهای وارداتی نیز نمی‌توانند در ایجاد رقابت نقش موثری داشته باشند. وی افزود: افزایش تعداد شرکت‌های خودروسازی و افزایش تیراژ نیز موجب کاهش قیمت خودرو نخواهد شد. رئیس خانه صنعت، معدن و تجارت ایران گفت: مقایسه آمار تولید کارخانه‌های خودروسازی با سال‌های گذشته، نشان می‌دهد که تولید رو به رشد بوده اما با وجود اینکه کاهش تولید نداشته‌ایم، آیا قیمت‌ها کاهش شده‌اند.

سهل‌آبادی درخصوص علت افزایش قیمت خودرو تصریح کرد: معضل تامین مواد اولیه داخلی و خارجی یکی از عوامل افزایش قیمت خودرو است. متأسفانه به دلیل عدم تثبیت نرخ ارز در اقتصاد کشور، حتی تامین مواد اولیه داخلی به عنوان ملزومات موردنیاز کارخانه‌های خودروسازی به ویژه در دو سال اخیر با نابسامانی‌های بیشتری مواجه شده است.

وی در ادامه تصریح کرد: خودروسازان داخلی در احاطه یک مثلی قرار دارند که یک ضلع این مثلث را قطعه‌سازان، ضلع دیگر را مصرف‌کنندگان و ضلع سوم را نمایندگی‌ها به عنوان توزیع‌کنندگان خودرو تشکیل می‌دهند. رئیس خانه صنعت، معدن و تجارت ایران درخصوص مشکلات قطعه‌سازان بیان کرد: پرداخت هم‌راه با تاخیر مطالبات قطعه‌سازان و اقدام خودروسازان به تعیین قیمت قطعه و محصور شدن آنها در حصار خودروسازی‌ها به دلیل اینکه تنها خریداران محصولات قطعه‌سازان، خودروسازان هستند، از مشکلاتی است که صنعت قطعه به عنوان حامیان صنعت خودرو با آن مواجه هستند. سهل‌آبادی در ادامه به نارضایتی مصرف‌کنندگان از خودروهای داخلی، نمایندگی‌های توزیع خودرو به عنوان ارائه‌دهندگان خدمات پس از فروش و همچنین خودروسازان اشاره کرد و افزود: به اعتقاد بنده، عامل اصلی این وضعیت، نبود رقابت و در مقابل، ایجاد انحصار است به طوری که خودروهای تولیدی با هر قیمتی، به فروش می‌رسند و قیمت‌گذاری فصلی نیز راه را برای واسطه‌گران و دلالان باز کرده است. وی تاکید کرد: در چنین شرایطی افزایش تیراژ یا ورود تولیدکنندگان بیشتر به عرصه خودروسازی، اگر اثری هم داشته باشد، بسیار محدود است. رئیس خانه صنعت، معدن و تجارت ایران در پایان خاطر‌نشان کرد: افزایش تیراژ در تمام نقاط دنیا، در اقتصادی کردن محصولات اثر مثبت دارد، اما تاکید بنده بر این موضوع است که عدم مدیریت بر نحوه تولید و نبود رقابت در صنعت خودروسازی کشور، متأسفانه موجب شده که قیمت‌ها مطابقی با نوع تولید نداشته باشد.

تاثیر ارتباط کیفیت و اصل یا تقلبی بودن لوازم یدکی با قیمت و برند

سختگوی اتحادیه صنف فروشندگان لوازم یدکی خودرو و ماشین‌آلات از بروز رکود در بازار لوازم یدکی و دلایل آن خبر داد. سید مهدی کاظمی در گفت‌وگو با خبرنگار خبرخودرو، درخصوص تاثیر قیمت و نام برند بر کیفیت و اصل یا تقلبی بودن لوازم یدکی موجود در بازار اظهار داشت: اتحادیه بر خرید مصرف‌کنندگان از فروشگاه‌های دارای برند و جواز کسب تاکید داشته زیرا این فروشگاه‌ها پس از طی مراحل مختلفی از جمله تایید اماکن، اتاق اصناف، گذراندن دوره‌های آموزشی درخصوص کیفیت قطعه، اصالت قطعه، مشتری‌مداری، حقوق، بیمه و مالیات موفق به دریافت جواز کسب شده‌اند.

وی با اشاره به اینکه نام فروشگاه‌ها که از جواز کسب برخوردار است، یک برند محسوب می‌شود، افزود: یکی دیگر از مزایای خرید قطعه از فروشگاه‌های تحت نظارت اتحادیه، این است که در هنگام بروز مشکل، تعویض قطعه، استرداد قطعه، بازگشت هزینه خرید قطعه و یا در صورت لزوم دریافت خسارت و پرداخت جریمه از طریق اتحادیه آسان‌تر است. سختگوی اتحادیه صنف فروشندگان لوازم یدکی خودرو و ماشین‌آلات تهران گفت: اکثریت قطعات موجود در بازار، برند هستند که از شرکت‌ها و واردکنندگان مختلف تامین می‌شوند اما برای مصرف‌کننده چندان شناخته شده نیستند. کاظمی یادآور شد: تشخیص کیفیت برند برای اشخاصی که سر و کار بیشتری با قطعات یدکی دارند، آسان‌تر است اما مصرف‌کنندگان غیرفنی که اطلاعات زیادی درخصوص انواع قطعات و اجزای مختلف یک خودرو ندارند، برای خرید لوازم یدکی با مشکلات بیشتری مواجه هستند. وی درخصوص تاثیر قیمت بر کیفیت لوازم یدکی بیان کرد: قیمت بالای قطعه و برندهای شناخته شده نه به طور صد درصدی اما در اکثر قریب به اتفاق موارد، نشانگر برتری کیفیت آن قطعه است.

سختگوی اتحادیه صنف فروشندگان لوازم یدکی خودرو و ماشین‌آلات تهران با اشاره به مفهوم قطعه اورجینال و عوامل اثرگذار بر قیمت آن تصریح کرد: هزینه تولید، واردات و تعرفه گمرکی قطعه اورجینال بیشتر است، بنابراین قیمت آن در بازار نیز گران‌تر از قطعات بی‌کیفیت است. کاظمی گفت: بالابودن قیمت قطعه می‌تواند، نشانگر کیفیت آن باشد اما مواردی وجود دارد که یک فروشنده، قطعه بی‌کیفیت را در بسته‌بندی یک برند معروف و مورداعتماد مصرف‌کننده و ۵ تا ۱۰ درصد کمتر از قیمت اصلی آن برای جذب بیشتر مشتری به فروش می‌رساند که در هنگام خرید می‌بایست دقت بیشتری به این موضوع داشت.

وی ادامه داد: فروشندگان دارای جواز کسب به دلیل تعهدشان به صنف اینگونه عمل نمی‌کنند و چنین مواردی از جانب فروشندگان ناآگاه و بدون جواز کسب اتفاق می‌افتد. سختگوی اتحادیه صنف فروشندگان لوازم یدکی خودرو و ماشین‌آلات تهران درخصوص انواع برندهای معتبر برای انواع خودروهای وارداتی گفت: برای خودروهای کرایه‌ای، برندهای جنیون و مویز، برند چری برای خودروهای چینی و قطعات متسویشی و تویوتا در خودروهای ژاپنی جزو قطعات باکیفیت هستند. کاظمی افزود: در کنار این قطعات باکیفیت، اکثر صاحبان برندی که برند آنها به ثبت رسیده، تلاش می‌کنند، قطعات باکیفیت خود را در جعبه مخصوص خود بگذارند تا شناخته شوند که درصد بسیاری از تولیدکنندگان را به خود اختصاص می‌دهند.

وی در ادامه درخصوص ویژگی‌های قطعات بی‌کیفیت تصریح کرد: بسته‌بندی قطعه در یک جعبه معمولی با اسامی مختلف دیگر، عنوان تقلب ندارد بلکه قطعه بی‌کیفیت گفته می‌شود. قطعات بی‌کیفیت، هزینه تولید آن کمتر بوده و هزینه گمرکی نیز ندارد و علاوه بر آن تحت نظارت سازمان استاندارد نبوده و شناخته شده نیست و اصولاً پس از مدت زمانی کوتاهی از استفاده در خودرو، باید تعویض شوند.

موتور ۳ استوانه ملی رونمایی شد



شده خطوط ماشینین کاری و هم‌بندی و زنجیره تامین صورت خواهد پذیرفت.

او تشریح کرد: امروز این موتور هم‌بندی می‌شود و استارت می‌خورد؛ تفاهم‌نامه‌ای امروز با وزیر نفت امضا خواهیم کرد، تا در بازه زمانی ۲۰ روزه به قرارداد برسد و از ماده ۱۲، کار داخلی‌سازی به سرانجام برسد، البته به سرمایه ثابت و در گردش نیاز داریم.

مقیمی افزود: باید فنآوری را توسعه داد؛ نیاز به تجهیزات و ماشین‌آلات نو داریم. با قطعه‌سازان قراردادهای جدیدی خواهیم داشت تا بتوانیم با قدرت بیشتری کار را پیش ببریم.

او گفت: موتور سه استوانه جدید ایران خودرو قابلیت استاندارد پورو ۶ را دارد و توان این موتور ۷۲ تا ۱۵۰ اسب بخار است و گشتاور آن ۹۸ تا ۲۴۰ نیوتن متر است. ایران خودرو سعی کرده تاکنون کلیه وظایف خود درخصوص این قانون رعایت کند و اقداماتی در این باره را به ثمر رسانده است از جمله این عملکرد اجرای فاز ۲ استاندارد مصرف سوخت ۴۲۴۱ در تمامی محصولات این شرکت، داخلی‌سازی موتور t۷۳، تولید موتور کم مصرف to ef۷ است و توانستیم مصرف سوخت را تا سه و نیم لیتر کاهش دهیم.

مقیمی افزود: در دهه فجر موتور ef۷ بهینه جدید را رونمایی خواهیم کرد که توانسته یک لیتر مصرف سوخت را بهینه سازد. او در پایان تصریح کرد: ایران خودرو در نظر دارد تا در دهه فجر تولید صنعتی گیربکس شش سرعته را با حضور وزیر صمت افتتاح کند.

سناریوی راهبردی در خودروسازها سیاست‌گذاری شده است. ایران خودرو امروز در حوزه مصرف سوخت، توسعه پلتفرم و ... نقشه راه را مصوب کرده است.

مقیمی گفت: اتخاذ راهبردی طراحی و توسعه موتورهای کم حجم و پرقدرت، سه استوانه، با استفاده از فناوری‌هایی مانند، تزریق مستقیم سوخت و تجهیز شده به انواع دیگر فناوری‌های روز، هر سه سیاست راهبردی ذکرشده را پشتیبانی می‌کنیم.

او گفت: در دستور کار داریم که از فرمان برقی استفاده کنیم، فرمان برقی به موتور فشار کمتری می‌آورد و باعث کاهش مصرف سوخت می‌شود. با توجه به اقدامات انجام شده در دستور کار داریم که تارا برقی را به بازار عرضه کنیم.

از ۲۵۰ قطعه موتور؛ ۸ قطعه وارداتی است

مقیمی ادامه داد: قصد داریم در ساخت این موتور ملی از داخلی‌سازی ۱۰۰درصدی استفاده کنیم. شاخص‌های مهمی داریم و لیبیک گفته‌ایم به مقام معظم رهبری من باب اینکه از مهندسان داخلی باید استفاده کنیم. ۲۵۰ قطعه در این موتور استفاده شده است که تنها ۸ قطعه آن وارداتی است و مابقی به دست مهندسان داخلی ساخته شده است. مدیرعامل ایران خودرو تشریح کرد: این خانواده موتور با در نظر گرفتن مشترک‌سازی بالا هر چهار نیاز اصلی صنعت خودرو را بر روی تمامی خودروها، خصوصاً بر روی پلتفرم‌های ایران‌خودرو مرتفع می‌سازد. با اتخاذ این راهبر، حداکثر بهره‌برداری از ظرفیت‌های نصب

۴۵درصد کاربران آزادراه عوارض الکترونیک نمی‌پردازند

بیات سرمدی: پروژه اخذ عوارض به صورت الکترونیک از ۲۸ اسفند ۹۷ آغاز شد و در گام اول چهار آزادراه تهران-قم، تهران-ساوه، کرج-قزوین و قزوین-زنجان به سامانه ETC (پرداخت الکترونیکی عوارض) مجهز شدند پس از آن ۳ آزادراه دیگر به این سامانه تجهیز شدند و در حال حاضر ۷ آزادراه کشور به سامانه اخذ الکترونیک عوارض مجهز است.

در حال حاضر آزادراه‌های تهران -قم، تهران -ساوه، تهران -پردیس، قزوین-زنجان، آزادراه شهید رجایی، آزادراه کرج -قزوین و آزادراه تبریز -ارومیه به این سامانه تجهیز شده‌اند و عوارض به صورت الکترونیک دریافت می‌شود.

#تجهیز همه آزادراه‌ها به سیستم اخذ عوارض الکترونیک تا پایان سال - برنامه وزارت راه و شهرسازی برای بقیه آزادراه‌ها در حوزه تجهیز با سامانه ETC چیست؟ پیش از این اعلام کرده بودید تا زمستان ۹۹ آزادراه‌ها به این سامانه تجهیز می‌شود

بیات سرمدی: تا پایان سال جاری در ۱۳ آزادراه دیگر مقدمات تجهیز آزادراه به سیستم عوارض الکترونیک انجام شده است و ۲۰ آزادراه و در واقع همه آزادراه‌ها به این سامانه مجهز خواهد شد و وارد چرخه بهره‌برداری می‌شود.

بیات سرمدی: اصلی‌ترین موضوع در موفقیت این سیستم، اهتمام مردم است؛ تلاش دولت برای تجهیز آزادراه‌ها به سامانه اخذ الکترونیک عوارض که در راستای تسهیل امور مردم و تسریع جابه‌جایی‌ها و کاهش ترافیک پشت گیت‌ها عبوری و کاهش استفاده از پول نقد، است، زمانی درواقع به نتیجه می‌رسد که مردم در پرداخت الکترونیک عوارض، استقبال کنند و اهتمام ورزند.

مردم حتما پس از دریافت پیامک پرداخت عوارض، تلاش کنند در

مدیرعامل ایران خودرو گفت اقداماتی صورت گرفته و الزاماتی داشتیم و در نهایت امروز از موتور سه استوانه رونمایی می‌کنیم.

به گزارش باشگاه خبرنگاران جوان، فرشاد مقیمی مدیرعامل ایران خودرو در مراسم رونمایی از پیش‌رانه موتور سه استوانه ملی گفت: چندین اقدام صورت گرفته است و الزاماتی داشتیم که به این سمت حرکت کنیم و اکنون از موتور سه استوانه رونمایی می‌کنیم.

او بیان کرد: فعالیت‌هایی انجام شده و به تولید انبوه این خودرو خواهیم رسید. راه بزرگتری در پیش داریم که در تلاش برای رسیدن به آن اهداف هستیم.

مقیمی ادامه داد: بحث هوای پاک را داریم که امروز، روز ملی هوای پاک است، این الزام را داریم که در رابطه با هوای پاک و جلوگیری از آلودگی کارهایی را انجام دهیم. در آلودگی هوا هم منابع طبیعی و هم منابع دست‌ساز انسان دست دارند.

مدیرعامل ایران خودرو گفت: آن چیزی که قانون تکلیف کرده، معاينه فنی و از رده خارج کردن خودروهای فرسوده و توسعه انرژی‌های تجدیدپذیر است و ما به عنوان مجری باید به آنها عمل کنیم. ایران خودرو درخصوص بحث کاهش مصرف سوخت، ارتقای سطح آلایندگی به اروپا، بهبود عملکرد طبق نیاز مشتری جهت تقویت رقابت‌پذیری عملیاتی مثبت انجام داده است.

او ادامه داد: با مطالعه و مراجعه به ادبیات خودروسازی روز دنیا، برای پاسخگویی به نیازهای فوق که اهداف کلیدی هر خودروساز است،

مدیرکل بهره‌برداری و نگهداری آزادراه‌های کشور با بیان اینکه

الکترونیکی شدن عوارضی آزادراه‌ها در راستای آسایش مردم است، از نبود اهتمام برخی کاربران در پرداخت الکترونیک گفت و افزود هنوز ۴۵ درصد کاربران با وجود عبور از آزادراه، در سامانه الکترونیک پرداخت انجام نمی‌دهند و در واقع نیمی از سرمایه سرمایه‌گذاران آزادراه، برنمی‌گردد.

به گزارش پایگاه خبری «عصر خودرو» به نقل از فارس، سامانه اخذ عوارض به صورت الکترونیک، (ETC) از ۲۸ اسفند ۹۷ در چهار آزادراه تهران-ساوه، تهران-قم، قزوین-زنجان و کرج-قزوین عملیاتی شد.

در سیستم پرداخت الکترونیک، اخذ عوارض آزادراهی به صورت الکترونیکی و بدون رد و بدل کردن پول نقد انجام می‌شود، پس از عبور خودرو از گیت عوارضی، پلاک‌ها با دوربین‌های سامانه خوانده می‌شود، اطلاعات پلاک به سامانه مرکزی ارسال می‌شود و پس از یک هفته باید پرداخت عوارضی توسط کاربر انجام شود.

در این سامانه مشخصات خودروهای ترددکننده از گیت، در هر سرعتی شناسایی می‌شود، بنابراین خودروها می‌توانند با حداکثر سرعت مجاز در آزادراه تردد کنند و در مهلت مقرر نسبت به پرداخت عوارضی با شیوه‌های مختلف، اقدام کنند.

در راستای اطلاع از آخرین وضعیت الکترونیکی شدن عوارضی آزادراه‌ها به سراغ عباس بیات سرمدی، مدیرکل بهره‌برداری و نگهداری آزادراه‌های کشور رفتیم و با وی در این‌باره گفت‌وگویی داشتیم که در ادامه می‌خوانید.

- در حال حاضر چند آزادراه کشور به سیستم اخذ الکترونیک عوارض مجهز است؟

فقدان نظارت، این قانون اجرایی نشد و در نهایت این ماده از قانون هوای پاک حذف شد.

ضیاء مقدم بیان کرد: اقدامات نظارتی می‌توانست مانع از ورود این موتورسیکلت‌ها به چرخه مصرف شود. حتی اگر این موتورهای فرسوده بلاصاحب نیز باشند، باید تحویل مراکز اسقاط شوند که براساس اطلاعاتی که بنده در اختیار دارم، تاکنون این اتفاق نیفتاده بلکه برخی از این موتورسیکلت‌ها از سوی ستاد اجرایی فرمان امام به مزایده گذاشته می‌شود و با قطعات آن در سایر بخش‌ها، مورد استفاده قرار می‌گیرد.

دبیر انجمن صنعت موتورسیکلت ایران با اشاره به موتورسیکلت‌های کاربراتوری به عنوان موثرترین عامل آلودگی هوا تاکید کرد: امحاء موتورسیکلت‌های بلاصاحب که بیشتر آنها کاربراتوری بوده و چهار سال از ممنوعیت توقف تولید آنها می‌گذرد، بهترین راهکار است که به کاهش آلودگی هوا نیز کمک موثری می‌کند.

ضیاء مقدم تصریح کرد: موتورهایی که از چهار سال گذشته تاکنون در داخل کشور تولید می‌شوند، همگی از سیستم سوخت‌رسانی انژکتوری برخوردار بوده و در مقایسه با کاربراتوری‌ها، آلودگی بسیار کمتری دارند.

وی درخصوص تعاریف امحا و اسقاط گفت: برخی از دستگاه‌های فرسوده قابل بازگشت هستند و برخی نیز می‌بایست به طور کامل

دبیر انجمن صنعت موتورسیکلت ایران ضمن اشاره به رونق خرید و فروش موتورسیکلت‌های کاربراتوری دست دوم در بازار بر اعمال ابزارهای دقیق نظارتی برای خروج فرسوده‌ها از چرخه مصرف تاکید کرد.

بهمن ضیاء مقدم در گفت‌وگو با خبرنگار خبرخودرو، اظهار داشت: برای موتورهای توقیفی در پارکینگ راهور ناجا براساس قانون زمانی تعیین شده است که پس از گذشت مهلت قانونی، در صورت عدم مراجعه دارندگان برای ترخیص که حجم بالای جرائم متعلقه یکی از دلایل آن می‌تواند باشد، این موتورها به دلیل اینکه در معرض شرایط جوی و تغییرات آب و هوایی قرار می‌گیرند، خرابی و فرسودگی بر آنها حادث می‌شود.

وی درخصوص مزایده این موتورسیکلت‌ها و ورود مجدد آنها به چرخه مصرف با توجه به تاثیراتی که موتورهای فرسوده بر تشدید آلودگی کلانشهرها دارند، افزود: قانون هوای پاک سن فرسودگی ۶ تا ۸ سال را برای موتورهای چینی و برای سایر موتورهای برند، سن ۱۰ سال را مقرر کرده است.

دبیر انجمن صنعت موتورسیکلت ایران گفت: براساس ماده ۸ قانون هوای پاک، مالکین خودرو و موتورسیکلت‌هایی که به سن فرسودگی می‌رسند، موظف هستند به منظور عدم بازگشت این دستگاه‌ها به چرخه مصرف، آنها را به مراکز اسقاط تحویل دهند که عملاً به دلیل

شرکت‌های خلاق برای رفع چالش‌های صنعت گاز به میدان می‌آیند

رویداد چالش‌های نوآورانه صنعت گاز با محور فرهنگ‌سازی مصرف برگزار می‌شود تا گامی موثر برای رفع چالش‌ها با استفاده از فناوری‌ها و نوآوری باشد. این رویداد که به اختصار «متانو» نام گرفته است در دو حوزه سخت‌افزاری و نرم‌افزاری برگزار خواهد شد. شرکت‌های خلاق و کلیه فعالان صنایع نرم و خلاق، می‌توانند در حوزه نرم‌افزاری، محصولات و خدمات خود را به دبیرخانه، رویداد چالش‌های نوآورانه صنعت گاز، ارائه دهند. ستاد فرهنگ‌سازی اقتصاد دانش‌بنیان و توسعه صنایع نرم و خلاق معاونت علمی و فناوری نیز از آن حمایت می‌کند. فرهنگ‌سازی در زمینه بهینه‌سازی مصرف گاز در برج‌های مسکونی و بخش خانگی خرد هر دو از محورهای برگزاری این رویداد هستند.



دریچه

وضعیت برنده – برنده؛ مسئولیت اجتماعی شرکتی چیست

فاطمه سادات فهری
دانشجوی دکتری کارآفرینی دانشگاه تهران

در جوامع مدرن، اهمیت مفهوم مسئولیت اجتماعی شرکتی یا (CSR)، Responsibility Social Corporate، هر روز بیش از پیش شناخته شده و ضرورت آن احساس می‌شود. به عبارتی دیگر، در جوامع امروزی، شرکت‌ها ملزم به دنبال کردن ارزش‌های اجتماعی فراتر از فعالیت‌های اقتصادی با ارزش‌های مادی و شخصی هستند. در مسئولیت اجتماعی شرکتی، تلاش می‌شود تا به همراه سودآوری، ارزش اجتماعی ایجاد شود. در حقیقت این پدیده از جمله مهم‌ترین دغدغه‌های بسیاری از جوامع به شمار می‌رود که تنها تعداد محدودی از شرکت‌ها با وجود بحران‌های اقتصادی و رقابت‌های شدید بازار خود را در برابر عملکردهای اجتماعی و ذی‌نفعان خود مسئول می‌دانند. مسئولیت اجتماعی شرکتی عنوان مسئولیتی است که نه تنها شامل به حداکثر رساندن سود برای شرکت‌ها است بلکه می‌تواند چیزی فراتر از آن را برای یک شرکت ایجاد کند. در بیشتر تعاریف مربوط به مسئولیت اجتماعی شرکت، آن را به عنوان مفهومی توصیف می‌کنند که به موجب آن شرکت‌ها اهداف اجتماعی و زیست محیطی خود را در کسب و کار و در تعامل با ذی‌نفعان به طور داوطلبانه ادغام می‌کنند.

بسیاری از پژوهشگران مسئولیت اجتماعی شرکتی را طیفی گسترده از ذی‌نفعان دانسته که نه تنها شامل سهامداران بلکه دربرگیرنده سرمایه‌گذاران و همچنین کارکنان، تامین‌کنندگان جوامع، دولت و محیط زیست نیز است بنابراین مسئولیت اجتماعی شرکت به این معنا است که شرکت‌ها مسئولیت سازمانی و جمعی فراتر از الزامات قانونی و تعهدات اقتصادی دارند.

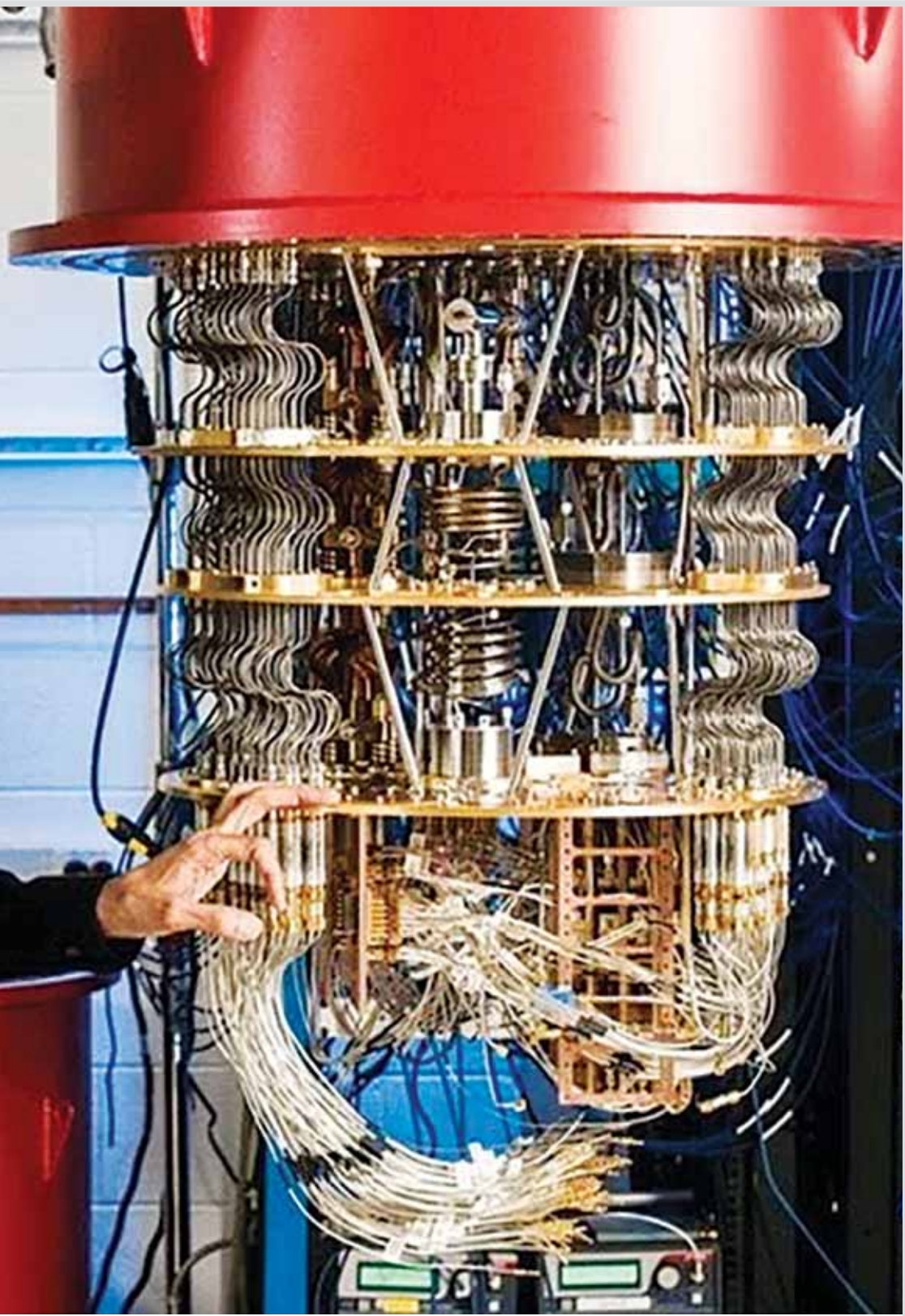
سازمان‌ها با به کارگیری و پیاده‌سازی فعالیت‌های مربوط به مسئولیت اجتماعی شرکتی علاوه بر دستیابی به مزایای مالی می‌توانند به منافع همچون کاهش گردش شغلی کارکنان، افزایش شهرت شرکت‌ها و افزایش رضایت مشتری دست یابند.

در نتیجه افزایش مزیت رقابتی و به دنبال آن کسب سهم بازار بیشتر در بازارهای داخلی را نیز به دنبال خواهد داشت و افزایش توان شرکت در جذب سرمایه‌گذاران را منجر می‌شود. ضمن اینکه مدیران با مشاهده مسئولیت‌پذیری اجتماعی تمایل بیشتری دارند تا در جهت منافع ذی‌نفعان عمل کنند، زیرا مدیران می‌دانند که همه ذی‌نفعان از جمله سهامداران و سرمایه‌گذاران، کارکنان، نهادهای تامین مالی و مشتریان عملکرد شرکت را مشاهده می‌کنند و در نتیجه در صددند تا در راستای بهینه‌سازی ارزش شرکت عمل کرده و از انجام اقدامات فرصت‌طلبانه که آثار زیانباری بر منافع ذی‌نفعان دارد اجتناب کنند.

در واقع مقوله مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها، تلاش دارد تا این مفهوم مهم و بنیادین را در اقتصاد قرن بیست و یکم رواج دهد که تنها، خریداران نهایی کالا و خدمات نیستند که از خرید آن، سود یا ضرر می‌کنند، بلکه دامنه سهامداران و ذی‌نفعان، بیش از خریداران نهایی است و به همین خاطر، بحث محیط زیست و جامعه نیز به میان کشیده می‌شود.

از سوی دیگر در نوآوری اجتماعی و کارآفرینی اجتماعی نیز به دنبال ایجاد راهکارهایی پایدار برای چالش‌ها و مسائل اجتماعی و زیست محیطی هستیم، لذا می‌توان اینگونه نتیجه‌گیری کرد که امروزه مسیر مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها، درون نوآوری اجتماعی قرار دارد که می‌تواند یک مزیت پایدار و تحول‌آفرین را برای جامعه و سازمان فراهم آورد.

درواقع، کارآفرینی اجتماعی یا کارآفرینی پایدار یک فرآیند نوآورانه



پردازش کوانتومی گوگل به

چگونه حرکت می‌کنند. بوهری‌نگر اینگلهایم به مدت سه سال انجام می‌شود، تأسیس داروسازی است که با همکاری گوگل در حوزه پ اینگلهایم با کمک کامپیوتر کوانتومی قصد دار کند و گوگل کامپیوتر کوانتومی و الگوریتم‌ها در حوزه داروسازی بسیار موفق عمل کرده‌اند.

بخش Quantum AI گوگل با همکاری شرکت داروسازی بوهری‌نگر اینگلهایم، به کمک پردازش کوانتومی روی ساخت نسل جدید داروها کار می‌کنند. به گزارش زومیت، همکاری گوگل و شرکت داروسازی بوهری‌نگر اینگلهایم باعث تولید نسل جدیدی از داروها خواهد شد که روند ساخت آنها بسیار دشوار است و نیاز به پردازش سنگینی دارد. براساس گزارش Engadget، این دو شرکت قصد دارند تکنولوژی پردازش کوانتومی جدیدی تولید کنند که دینامیک مولکولی را شبیه‌سازی کند یا متوجه شود که مولکول‌ها و اتم‌ها

فراکسیون دانش‌بنیان از شرکت‌های خلاق حمایت می‌کند

دهد. این امر می‌تواند حمایت‌های موردنیاز فعالان صنایع نرم و خلاق کشور را فراهم کند و به توسعه منطقهای اقتصاد در کشور کمک کند. گلرو با توجه به سیاست‌های نظام در توسعه فعالیت‌های نوآورانه گفت: معاونت علمی و

فناوری ریاست‌جمهوری با شناسایی چالش‌ها و نیازهای فعالان خلاق و نوآور کشور باید این درخواست‌ها و مستندات را در جلسات دوجانبه با فراکسیون اقتصاد دانش‌بنیان مطرح کند تا زمینه خدمت‌رسانی بیشتر در این حوزه فراهم شود. وی ضمن توضیح فعالیت‌های دانش‌بنیان و خلاق صورت گرفته در حوزه انتخابیه سمنان، گفت: با توجه به مذاکرات انجام گرفته میان اینجانب و سوزنا ستاری معاون محترم علمی و فناوری رییس‌جمهوری امکانات خوبی به پارک علم و فناوری استان سمنان اختصاص یافت که جای تقدیر دارد. گلرو همچنین بیان کرد: امیدوار هستم با توجه به ظرفیت‌های فوق‌العاده بالای سمنان از جمله وجود بیش از ۳۰ هزار دانشجو، این استان با حمایت این معاونت به هاب فعالیت‌های صنایع نرم و خلاق تبدیل شود و شرکت‌های خلاق در کنار شرکت‌های دانش‌بنیان فعالیت‌های خود را در استان سمنان توسعه دهند.



یک نماینده مجلس گفت فراکسیون شرکت‌های دانش‌بنیان مجلس شورای اسلامی آماده اختصاص حمایت‌های حداکثری به شرکت‌های خلاق است.

عباس گلرو، نماینده مردم در یازدهمین مجلس شورای اسلامی، از حوزه انتخابیه سمنان، مهدی‌شهر و سرخه، در این باره گفت: اساس توسعه‌یافتگی، اهتمام و توجه ویژه به منابع انسانی است. در صورتی که ما در کشور خواهان اقتصادی پویا، بالنده و درون‌زا باشیم، باید بیش از گذشته، حمایت‌های موردنیاز شرکت‌های دانش‌بنیان و خلاق را توسعه بخشیم. نماینده سابق ایسران در سازمان ملل متحد افزود: یکی از پیش‌نیازهای توسعه فناوری‌های نوظهور، تصویب قوانین جدید و تسهیلگری در حوزه تقنینی و حکمرانی است. بر همین اساس، مجلس شورای اسلامی آماده است تا قوانین موردنیاز فعالان فنوار و خلاق را در این نهاد مطرح کند و پس از بحث‌های کارشناسی به تصویب

برساند. عضو فراکسیون شرکت‌های دانش‌بنیان مجلس شورای اسلامی در ادامه گفت: با توجه به اهمیت حوزه عملکرد شرکت‌های خلاق، این فراکسیون آماده است تا نام این شرکت‌ها را نیز در قانون حمایت از شرکت‌های دانش‌بنیان قرار

۸ گامی که آمریکا باید برای بازگشت دانشجویان بین‌المللی بردارد

کدامند

با کاهش ثبت نام دانشجویان بین‌المللی، جامعه آمریکا خواستار اقدام سریع برای بازگرداندن این دانشجویان است.

به گزارش universitybusiness نخستین اقدامی که دولت جدید آمریکا برای اصلاح روند مهاجرت‌های دانشجویی و بین‌المللی باید انجام دهد، لغو ممنوعیت سفر مسلمانان است. در دومین مرحله برای ورود کودکان گامی جدی باید برداشته شود. رها کردن مدت زمان محدودیت‌ها سه‌سومین اقدامی است که از دولت آمریکا انتظار می‌رود.

همچنین انتظار دارد محدودیت‌های ویزای Hb1 لغو شود. چراکه کسب ویزای Hb1 آمریکا به کارمندان و افراد متخصص خارجی تحت شرایط خاص این اجازه را می‌دهد تا وارد خاک کشور آمریکا شده و در این کشور مشغول به کار شوند. همچنین می‌بایست دسترسی دانشجویان بین‌المللی را به کمک‌های مالی افزایش دهد و

جایگاه دانشجویان بین‌المللی را در بودجه CARES مشخص کند. گسترش حقوق کار برای دانشجویان بین‌المللی، موضوع دیگری است که این اتحادیه از دولت جدید آمریکا برای اصلاح روند مهاجرت‌های بین‌المللی انتظار دارد.

همچنین تشکل جهانی برای پیشرفت دانشجویان بین‌المللی یا GAISA، از دولت بایدن می‌خواهد تصمیمات دوران ترامپ مانند ممنوعیت سفر مسلمانان را لغو کند. با کاهش ثبت نام دانشجویان بین‌المللی که در یک دهه پیش

بی‌سابقه بوده است، جامعه آمریکا پیموند یک گام اثرگذار برای بازگشت دانشجویان بین‌المللی برای رونق دانشگاه‌ها و مراکز آموزش عالی را مطالبه می‌کند.

رچسارد دی کاپووا رئیس این تشکل، در گزارش جدید خود عنوان کرد: با وجود اینکه دانشجویان بین‌المللی سهم قابل توجهی که در توسعه زیست‌بوم و پیشرفت آن دارند، اغلب به عنوان شهروندان درجه ۲ نگریسته می‌شوند. وی در ادامه با اشاره به کم‌توجهی قوانین اخیر به نقش دانشجویان غیربومی گفت: دانشجویان بین‌المللی باید از مراکز آموزش عالی جذب شوند تا سهم شایسته خود را در

پیشرفت جامعه ایفا کنند. برای تحقق این موضوع باید از توجه، پشتیبانی و قدردانی برخوردار باشند. GAISA به طور مستقیم و واقعی برای تحقق این اولویت‌ها تلاش می‌کند.





۴۰ میلیارد تومان یارانه اختصاص یافت تا گسترش خدمات آزمایشگاهی شتاب گیرد

ارائه ۴۰ میلیارد تومان یارانه تلاشی است برای ارتقای خدمات آزمایشگاهی در کشور؛ خدماتی که نقش کلیدی در ارتقای نظام سلامت کشور دارد. شبکه آزمایشگاهی فناوری‌های راهبردی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری از جمله مجموعه‌هایی است که در مرز دانش و برای توسعه زیست‌بوم فناوری و نوآوری فعالیت می‌کند. این مجموعه فناور در تلاش است تا نقشی اثرگذار در به اشتراک‌گذاری و شبکه‌سازی خدمات و تجهیزات آزمایشگاهی داشته باشد. در همین راستا هم تاکنون توانسته ۸۰۸ مجموعه آزمایشگاهی را برای عضویت در این شبکه ترغیب کند و تجهیزات، توانمندی‌ها و نیروی دانشی آنها را به میدان بیاورد و فضایی برای به اشتراک‌گذاری بیش از ۱۷ هزار دستگاه فراهم کند.

یادداشت



چرا مدیران کم تجربه گاهی اوقات عملکرد بهتری نسبت به مدیران باتجربه دارند؟

باتجربه وجود دارد. مدیرانی که چندین سال شرکتی را مدیریت کرده‌اند، از روش‌های قدیمی استفاده می‌کنند که البته روی کاهش هزینه‌ها تمرکز دارند. در مقابل افرادی که برای اولین بار مدیر یک مجموعه می‌شوند، انعطاف‌پذیری بیشتری دارند و همچنین روی رشد تمرکز می‌کنند. تفاوت دیگر مربوط به طرز فکر مدیران می‌شود. بیشتر مدیران کم تجربه از این موضوع اطلاع دارند که باید یک کمپانی را در دوره مدرن مدیریت کنند، بنابراین باید به سراغ روش‌های جدید بروند و انعطاف‌پذیرتر باشند.

یکی دیگر از نکات قابل توجه در پژوهش جدید، استخدام مدیران باتجربه در زمانی است که شرکت‌ها با مشکلات دست و پنجه نرم می‌کنند. در حقیقت زمانی که کمپانی‌ها با چالش‌های بزرگی مواجه می‌شوند، به سراغ این افراد می‌روند و مشکلات زیادی را مقابل آنها قرار می‌دهند. در این شرایط مدیران کم تجربه نمی‌توانند عملکرد مناسبی داشته باشند.

در نهایت در این مقاله به یکی از مزایای استفاده از مدیران باتجربه اشاره شده که آن، دسترسی بیشتر به منابع حرفه‌ای و همچنین شبکه‌های کسب و کار گسترده‌تر است که می‌تواند حرکت به سمت هدف را سرعت ببخشد. نیاز یک کمپانی به مدیرعامل باتجربه و کم تجربه به نیازهای آن و همچنین اهدافش بستگی دارد، با این حال به نظر می‌رسد مدیران کم تجربه در دوران مدرن عملکرد بهتری از خود نشان می‌دهند.

از استارت‌آپ‌ها برای پاسخ به نیازهای فناورانه صنعت نفت حمایت می‌شود

را مورد حمایت قرار داده است، تا کلیه شرکت‌های فناور و دانش‌بنیان فعال در حوزه نفت، گاز و پتروشیمی، طرح‌های نوآورانه خود را برای جذب حمایت و سرمایه در این بستر

عرضه کنند. نانو تکنولوژی، بیوتکنولوژی، هوشمندسازی، شیرین‌سازی و ساخت و توسعه کاتالیست، از جمله برخی حوزه‌های تعیین شده در این رویداد است. سرمایه اولیه بلاعوض تا سقف ۱۰۰ میلیون تومان، ارائه فضای دفتری، کارگاهی و آزمایشگاه، منتورینگ کسب و کار، مشاوره ثبت پتنت، شرکت و برند، توسعه بازار داخلی و خارجی و صادرات محصولات تولیدشده، از جمله حمایت‌های در نظر گرفته شده برای منتخبین این رویداد است.

رویداد شناسایی نیازهای فناورانه اولویت‌دار وزارت نفت، از ۳ تا ۶ بهمن ماه برگزار می‌شود.

رویداد شناسایی نیازهای فناورانه اولویت‌دار وزارت نفت با حمایت ستاد توسعه فناوری‌های حوزه آب و انرژی برگزار می‌شود.

این با عنوان رخداد oil hack هم‌زمان با بیست و پنجمین نمایشگاه بین‌المللی نفت، گاز، پالایش و پتروشیمی، برگزار می‌شود. هدف از آن نیز حمایت از تیم‌ها و استارت‌آپ‌های نوظهور و تازه تأسیسی است که ایده‌های کاربردی و باارزشی را برای اجرا دارند و باید از آنها حمایت‌های مالی، معنوی و مشورتی شود.

وزارت نفت جمهوری اسلامی ایران و شرکت‌های چهارگانه تحت امر آن نهاد و همچنین، تمامی پیمانکاران و شرکت‌های بزرگ صنعتی فعال در حوزه فعالیت آن نهاد نیازهای فناورانه گسترده‌ای دارند که

نیازمند پاسخ‌های نوآورانه است. بر این اساس، ستاد توسعه فناوری‌های حوزه آب و انرژی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری این رویداد



فناوری‌های نوین به یاری صنایع آمد تا خرد کردن سنگ‌ها با کمترین مصرف انرژی انجام شود

بخش‌های متحرک از جمله دلایل مورد توجه قرار گرفتن این نوع آسیاب‌ها است. علی نکلعل‌آزاد، مدیرعامل این شرکت دانش‌بنیان درباره این فناوری، گفت: ایران به عنوان معدود کشورهایی است که به فناوری ساخت این دستگاه

دست یافته است. شرکت آراز سنگ‌شکن با تیم فنی و مجرب خود توانسته است یکی از مدرن‌ترین نوع دستگاه HPGR (رولر پرس فشار بالا) را ساخته و راه‌اندازی کند.

نکلعل‌آزاد با اشاره به محصولات دیگر این گروه فناور، بیان کرد: سنگ‌شکن فکی یکی از انواع اصلی سنگ‌شکن‌ها در کارخانه‌های خردایش مواد معدنی است. این نوع از سنگ‌شکن‌ها برای خرد کردن سنگ‌ها به اندازه‌های کوچکتر برای مراحل بعدی خردایش به کار می‌روند. وی افزود: این دستگاه‌ها به عنوان سنگ‌شکن‌های اولیه در خطوط خرد کردن مورد استفاده قرار می‌گیرند که کانی‌های

درشت و بزرگ (بالتر از ۲۰ سانتیمتر) را به سایه‌های کوچکتر تبدیل می‌کند. سنگ‌شکن‌های فکی کم اصطکاک‌ترین و کم‌هزینه‌ترین و از لحاظ کارکرد راحت‌ترین ماشین‌های خردایش سنگ هستند.

با کمک فناوری‌های نوین یک شرکت دانش‌بنیان، خرد کردن سنگ‌ها با مصرف انرژی کمتر، تخریب حداقلی محیط‌زیست و کاهش هزینه انجام می‌شود. شرکت بازرگانی تولیدی آراز سنگ‌شکن از مجموعه‌های فناوری است

که در حوزه ماشین‌الات، تجهیزات پیشرفته، نرم‌افزارها و سامانه‌های تخصصی مرتبط فعالیت می‌کند. این شرکت با استفاده از دستگاه رولر پرس فشار بالا به عنوان یک فناوری نوظهور، فرآیند خرد کردن سنگ در صنایع معدنی در کشور را تغییر داده است. با کمک این فناوری انرژی کمتری مصرف می‌شود که این موضوع کاهش هزینه‌های عملیاتی و آثار مخرب زیست‌محیطی را به همراه دارد.

همچنین خرد کردن سنگ به روش HPGR موجب کاهش مصرف انرژی در مراحل پایین‌دستی می‌شود. یکی دیگر از مزیت‌های این نوع خردایش، بالا بردن درجه آزادسازی است.

خردایش توسط رولر پرس‌ها، در سال‌های اخیر به دلیل تاثیر مثبتی که در فرآیند سایش دارند مورد توجه قرار گرفته است. کاهش هزینه‌ها به همراه صرفه‌جویی در انرژی مصرفی، افزایش تولید، اشغال فضای کمتر و عمر زیاد



ساخت دارو کمک می‌کند

شبیه‌سازی با کامپیوتر معمولی، می‌تواند از پس مولکول‌های بیشتر و پیچیده‌تری بر بیاید. گوگل اعلام کرده است که کامپیوتر کوانتومی می‌تواند به شکل بسیار دقیقی مدل سیستم مولکولی را خلق کند. کامپیوترهای پر قدرت کنونی اکثر داروها را شبیه‌سازی می‌کنند اما برای داروهایی که در مرحله تحقیق و توسعه هستند و با هدف مقابله مولکولی با بیماری خاصی طراحی می‌شوند، خوب عمل نمی‌کنند. پردازش کوانتومی می‌تواند به شکل دقیقی این شبیه‌سازی‌ها را انجام بدهد.

یک آزمایشگاه جدید برای این تحقیقات کرده است. این شرکت ادعا می‌کند اولین پردازش کوانتومی فعالیت می‌کند. بوهرینگرد داروی «درون رایانه‌ای» (in silico) تولید می‌کند. پردازش کوانتومی اند؛ چراکه در حالت تئوری و در مقیاسه با

دانش‌بنیان‌ها نیازهای صنایع را رفع کردند و تجارت فناوری را توسعه دادند

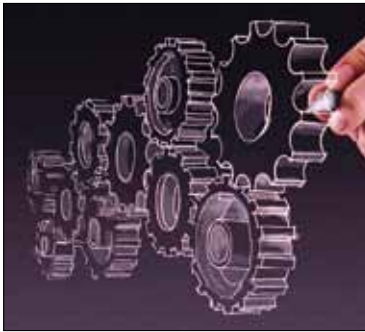
یک شرکت دانش‌بنیان موفق شد تا از طریق ارتباط با شرکت‌های صنعتی استان البرز بیش از ۱۰ نیاز فناورانه صنایع را پاسخ دهد.

علیرضا رضایی، مدیرعامل شرکت دانش‌بنیان طیف‌نگار یکتا نوین گفت: این

مجموعه دانش‌بنیان با توجه به نیاز مبرم صنایع مختلف به فناوری‌های نوین تلاش کرد تا به عنوان یک کارگزار حرفه‌ای تبادل فناوری عمل کند. یکی از وظایفی که این مجموعه برای خود تعریف کرده است، بازاریابی و فروش محصولات فناورانه دانش‌بنیان است.

مدیرعامل شرکت دانش‌بنیان طیف‌نگار یکتا نوین، در ادامه گفت: یکی دیگر از اهداف این شرکت، انتقال فناوری است. این حوزه شامل شناسایی نیازهای فناورانه واحدهای صنعتی و رفع آن است. در این زمینه از همکاری شرکت شهرک‌های صنعتی استان البرز نیز بهره‌مند شده‌ایم و با کمک این نهاد، نیازهای مختلف فناورانه شرکت‌های صنعتی را شناسایی کردیم.

به گفته وی، سپس در میان فعالان فناور و مخترعان و فعالان دانش‌بنیان جست‌وجو می‌کنیم تا ببینیم چه کسی از توانایی پاسخگویی به این نیاز



رونمایی لکسوس از خودروی جدیدش در توئچ

به قلم: ناتالی کوآتان کارشناس بازاریابی و تبلیغات
ترجمه: علی آل علی

برند لکسوس از مدت‌ها قبل نسبت به رونمایی محصول خودروی سدان IS در قالب آنلاین پرده برداشته بود، با این حال جزئیات اساسی مربوط به این نمایش تا همین چند روز پیش مشخص نبود. لکسوس برای جلب نظر گیمرها و به طور کلی نسل جوان اقدام به استفاده از توئچ به عنوان پلتفرم اصلی‌اش کرده است. پلتفرم توئچ برای نمایش لایو بازی‌های مختلف از سوی گیمرها راه‌اندازی شده است. این استارت‌آپ متعلق به آمازون است، با این حساب تردیدی نسبت به کیفیت توئچ باقی نخواهد ماند.

لکسوس برای نمایش طرح سه‌بعدی خودروی سدانش از استریمر مشهوری به نام «فاسلی» استفاده کرده است. بر این اساس فاسلی در لایوی دو ساعته اقدام به نمایش طرح سه‌بعدی سدان لکسوس خواهد کرد. نکته جالب اینکه تمام شرکت‌کنندگان در لایو امکان ایجاد انواع شخصی‌سازی در طرح موردنظر را خواهند داشت. همچنین فاسلی نیز به عنوان استریمر اصلی امکان ایجاد تغییرات گسترده در این طرح سه‌بعدی را دارد.

هدف اصلی لکسوس از اجرای این کمپین بهبود رابطه‌اش با گیمرها و همچنین نسل جوان است. این امر در ادامه استراژی‌های چند سال گذشته لکسوس دنبال می‌شود. همچنین نزدیک ساختن طراحی خودروها به سلیقه جوانان نیز یکی دیگر از اهداف اصلی لکسوس محسوب می‌گردد.

منبع: marketingdive.com

ورود فیفا به عرصه تولید پادکست

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

فدراسیون جهانی فوتبال یا به اختصار فیفا در هفته گذشته خبر بسیار مهمی را اعلام کرد. بر این اساس فیفا با همکاری گروه موسیقی یونیورسال اقدام به تولید پادکست «فیفا پلی آن» (FIFA PlayOn) خواهد کرد. این پادکست به منظور نزدیک ساختن عرصه فوتبال و موسیقی به هم طراحی شده است. بسیاری از ستاره‌های فوتبال و موسیقی در طول دهه‌های اخیر نسبت به تأثیرپذیری از یکدیگر اظهارنظر کرده‌اند بنابراین طراحی پادکستی برای بیان دقیق این موضوع دارای جذابیت‌های زیادی خواهد بود. لیام پین، خواننده مشهور و عضو بند وان دایرکشن، مجری اصلی پادکست فیفا خواهد بود. جیدی دایر، تحلیلگر عرصه ورزش نیز به عنوان مجری کمکی در پادکست موردنظر حضور خواهد یافت. این ترکیب برای علاقه‌مندان به عرصه موسیقی و ورزش به اندازه کافی جذابیت دارد. نخستین قسمت از پادکست موردنظر با حضور ایوان راکیتچی، هافبک تیم سویا اسپانیا و گروه موسیقی مورات از کلمبیا اجرا خواهد شد. برنامه اولیه برای طراحی و ساخت پادکست فیفا شامل ۶ قسمت است. بدون تردید در صورت موفقیت پادکست فیفا فصل‌های بعدی نیز در کار خواهد بود. بسیاری از ستاره‌های فوتبال برای حضور در این پادکست مدنظر قرار دارند، با این حال در قسمت نخست یک فوتبالیست به نسبت مشهور برای ارزیابی شرایط انتخاب شده است.

انتظار از پادکست فیفا در پلتفرم‌های مشهور صوتی صورت خواهد گرفت. براساس اعلام رسمی فیفا پلتفرم‌های آمازون موزیک، اپل موزیک، گوگل پادکست، اسپاتیفای و برخی دیگر از پلتفرم‌های محلی به طور منظم طرف همکاری فیفا خواهند بود.

منبع: marketingdive.com

آمازون اجازه ساخت دستیار مبتنی بر الکسا را به خودروسازها می‌دهد

آمازون از این پس اجازه می‌دهد سایر کمپانی‌ها به هسته هوش مصنوعی دستیار دیجیتال الکسا دسترسی داشته باشند. پیش از این غول دنیای فناوری به سازندگان لوازم الکترونیکی اجازه می‌داد برای الکسا کاربردهای دلخواهی تعریف کرده و یا آن را با محصولات خود یکپارچه کنند، ولی امکان استفاده از تکنولوژی هوش مصنوعی این دستیار برای تولید دستیارهای مشابه فراهم نبود.

به گزارش دیجیاتو، در ابتدا این خودروسازان هستند که از سخاوتمندی آمازون بهره‌مند خواهند شد، اما در ادامه هر شرکت دیگری که بخواهد با کمک دستیار صوتی کنترل بیشتری روی تجربه نرم‌افزاری داشته باشد، مجاز به استفاده از هسته هوش مصنوعی الکسا خواهد بود. آمازون پیچیدگی، نیاز به وقت و هزینه زیاد عرضه کردن یک دستیار را دلیل اصلی اقدام خود اعلام کرده و افزوده با این کار شتاب نوآوری در این حوزه افزایش پیدا می‌کند.

به گفته آمازون، شرکت‌هایی که دوست دارند دستیار اختصاصی خود را بر مبنای هوش مصنوعی الکسا توسعه دهند، می‌توانند از کلمات و صدهای اختصاصی برای فراخوانی دستیار با برقراری ارتباط استفاده کنند. این کمپانی اضافه کرده متخصصین داخلی آمازون در زمینه توسعه الگوریتم‌های مبتنی بر یادگیری ماشینی به منظور ایجاد یک کتابخانه صوتی آماده کمک‌رسانی هستند.

با دیجیتالی‌تر شدن خودروها، تجربه نرم‌افزاری و کار کردن با نمایشگرهای بزرگ داخل کابین به بازاری سودده برای شرکت‌های فناوری تبدیل شده است. البته از بین شرکت‌های مختلف این حوزه، اپل و گوگل با اتکا به اپل کارپلی و اندروید اونو کمی جلوتر هستند و آمازون طبق توافقاتی که با چند برند از جمله لامبورگینی و ریوین حاصل کرده، تازه می‌خواهد دستیار الکسا را با محصولات آنها یکپارچه کند. فیات-کرایسلر اولین شرکتی است که دسترسی مبتنی بر الکسا را توسعه خواهد داد. این گروه خودروسازی ایتالیایی-آمریکایی روابط نزدیکی با آمازون داشته و بیشتر برای بهره‌گیری از نمایشگرهای مجهز به آمازون Fire TV در داخل کابین تولیدات خود، به توافق رسیده است.

تبلیغات دیجیتال با توصیه‌های اساسی



هدف است. این دامنه براساس میزان علاقه‌شان به کسب و کار و همچنین توان مالی‌شان برای خرید محصولات برند مشخص می‌شوند. اگر کسب و کار شما در زمینه تولید لوازم خانه لوکس فعالیت دارد، هدف‌گذاری بر روی یک بازار محلی با توان پرداخت معمولی از سوی مشتریان ایده جذابی نخواهد بود. چنین سرمایه‌گذاری در حوزه تبلیغات کمترین بازگشت سرمایه را به همراه خواهد داشت.

ارزیابی وضعیت بازار و فعالیت تبلیغاتی در مرحله بعد بهترین راهکار برای کاهش ریسک‌های احتمالی است. متأسفانه بسیاری از برندها در تلاش برای تأثیرگذاری بر روی مخاطب هدف در عمل آنها را فراموش می‌کنند بنابراین ایده‌های تعاملی و جذاب برای مخاطب نامناسب به نمایش درمی‌آید. شناسایی مخاطب هدف باید همیشه محور تمام فعالیت‌های بازاریابی و تبلیغات قرار گیرد. امروزه با رواج الگوی تبلیغات دیجیتال توانایی کسب و کارها برای تأثیرگذاری بر روی مخاطب هدف به طور قابل ملاحظه‌ای افزایش یافته است. این امر تأثیرگذاری محتوای تبلیغاتی را به طور قابل توجهی افزایش می‌دهد. علاوه بر این، کمک مناسبی در راستای شخصی‌سازی محتوای تبلیغاتی نیز صورت می‌گیرد.

توجه به صفحات سایت

هر تبلیغ دیجیتال دارای یک صفحه سایت برای مراجعه کاربران است. کیفیت صفحه موردنظر باید هماهنگ با سایر بخش‌های کمپین باشد. یکی از مشکلات همیشگی تیم‌های تبلیغاتی بی‌توجهی به صفحات سایت است. نتیجه این امر مواجهه کاربران با کیفیت بسیار پایین صفحات اصلی سایت خواهد بود. بسیاری از کسب و کارها در عمل توانایی تأثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را به دلیل کیفیت به مراتب پایین‌تر صفحات سایت‌شان از دست می‌دهند.

اگر در زمینه طراحی صفحه سایت برای کمپین تبلیغاتی به دنبال قالب‌های شلوغ هستید، باید ارزیابی مجدد در حوزه کسب و کارتان صورت دهید. در غیر این صورت بخش قابل ملاحظه‌ای از کاربران حتی پس از مراجعه به صفحه سایت نیز تمایلی برای خرید نشان نخواهند داد.

منبع: entrepreneur.com

می‌گیرد بنابراین مشاهده اختلاف نظرهای گسترده در میان کسب و کارها در مورد وضعیت تبلیغاتی امری طبیعی خواهد بود. پیش‌بینی از وضعیت عرصه تبلیغات و تعیین بودجه‌های مناسب با سطح کلی درآمد شرکت دارای اهمیت بسیاری زیادی است. اگر این نکات به طور قابل ملاحظه‌ای مدنظر کسب و کار قرار گیرد، امکان سرمایه‌گذاری مطمئن در حوزه تبلیغات فراهم خواهد شد.

توجه به گفت‌وگوها

گوگل ادز (Google Ads) ابزاری کاربردی برای تبلیغات موفق از سسوی برندها محسوب می‌شود. این ابزار امکان ارزیابی ترندهای برتر در حوزه تبلیغات و همچنین بررسی رفتار کاربران در مواجهه با تبلیغات مختلف را فراهم می‌سازد. شاید در نگاه نخست این امر بسیار ساده به نظر برسد، اما استفاده از داده‌های اساسی و پایه در زمینه رفتار تبلیغاتی کاربران در شبکه‌های اجتماعی تفاوت میان کمپین‌های موفق و شکست‌خورده را شکل می‌دهد. ابزار گوگل ادز امکانات گسترده‌ای در اختیار بازاریاب‌ها قرار می‌دهد. یکی از امکانات اساسی در این ابزار امکان ارزیابی وضعیت گفت‌وگو درباره برند در فضای آنلاین است. بسیاری از برندها در صورت آگاهی از وضعیت نظرات کاربران در مورد فعالیت بازاریابی و همچنین کیفیت محصولات‌شان امکان طراحی محتوای تبلیغاتی بهتر را خواهند داشت بنابراین استفاده از ابزارهایی نظیر گوگل ادز برای هر برند و تیم تبلیغاتی ضروری خواهد بود. خوشبختانه امروزه دسترسی به داده‌های معتبر در مورد رفتار کاربران در زمینه تبلیغات کار دشواری نیست. پیش از این برندها باید به طور جداگانه نسبت به آگاهی از وضعیت مخاطب هدف‌شان اقدام می‌کردند، بنابراین در یک تحلیل کلی در بخش قابل توجهی از بودجه کسب و کارها صرفه‌جویی شده است.

هدف‌گذاری بر روی مخاطب مناسب

کسب و کارها توانایی هدف‌گذاری بر روی تمام مشتریان یک بازار را ندارند. این امر فقط مربوط به محدودیت‌های ساختاری کسب و کارها نیست، بلکه دارای مزیت قابل ملاحظه‌ای از نظر مالی و تبلیغاتی خواهد بود. هر کسب و کار در بازاری مشخص دارای دامنه مشخصی از مخاطب

تعامل بهینه با مشتریان با شناخت رفتارهای جدیدشان

تغییرات رفتار مشتریان در سال ۲۰۲۱

مردم در طول یک سال اخیر زمان بسیار بیشتری را در خانه سپری می‌کنند. این امر برای برندها دارای اهمیت بسیار زیادی است. یکی از نشانه‌های اصلی تغییر رفتار مشتریان در بی خانه‌نشینی بیشتر توجه به بازی‌های رایانه‌ای و به ویژه مسابقات آنلاین است. استودیوهای بازی‌سازی برای این دوران به خوبی آماده شده‌اند. اغلب استودیوهای بازی‌سازی مسابقات آنلاین مختلفی برای بازی‌های گوناگون‌شان طراحی کرده‌اند. این امر میزان مشارکت کاربران کنسول‌های بازی را به طور قابل ملاحظه‌ای افزایش داده است. شاید تا پیش از این مسابقات آنلاین نوعی رقابت حرفه‌ای در میان گیمرهای مطرح محسوب می‌شد، اما اکنون به سرگرمی برای تمام مردم دنیا بدل شده است.

۳. توجه فزاینده به کسب و کارهای محلی

کسب و کارهای محلی همیشه چالش‌های گسترده‌ای در زمینه رقابت با برندهای بزرگ داشته‌اند. این امر در طول دوران کرونا کمتر به چشم می‌خورد. مشتریان در بازارهای مختلف تمایل بالاتری برای تعامل با برندهای محلی پیدا کرده‌اند. این امر به معنای پیدایش مزیت رقابتی قابل ملاحظه برای برندهای محلی است. استارت‌آپ‌های محلی در صورت ایجاد شرایط مساعد برای تعامل با مشتریان شانس برخورداری از توجه ویژه آنها را خواهند داشت.

برندهای بزرگ در میان موج گسترده توجه مشتریان به برندهای محلی بیکار نبوده‌اند. نایک یکی از برندهای موفق در زمینه بهبود رابطه با مشتریان محلی است. این برند از زمان شیوع ویروس کرونا سرمایه‌گذاری قابل ملاحظه‌ای برای تعامل هرچه بهتر با مشتریان محلی داشته است. بی‌شک این تلاش‌ها مزیت کسب و کارهای محلی را به خطر نخواهد انداخت. البته بخش قابل ملاحظه‌ای از مزیت موردنظر بستگی به عملکرد آتی کسب و کارهای محلی و کوچک خواهد داشت.

منبع: noobpreneur.com

به قلم: آنسیم موگال کارشناس بازاریابی و موسس ازئس Webbe.Inc
ترجمه: علی آل علی

موفقیت کمپین‌های تبلیغات دیجیتال به عوامل متعددی بستگی دارد. این عوامل از هدف‌گذاری بر روی مخاطب مناسب تا تعامل بهینه با مشتریان را شامل می‌شود. اگر کسب و کارها در ارائه عملکرد مناسب در هر کدام از حوزه‌ها کم‌کاری نمایند، در عمل با مشکلات بسیار زیادی مواجه خواهند شد. یکی از دلایل بی‌توجهی مشتریان به کمپین‌های بازاریابی برندهای مختلف همین نکته مهم است. در ادامه برخی از نکات مهم و ضروری برای هر برند در زمینه تبلیغات دیجیتال را مورد بررسی قرار خواهیم داد.

توجه به بازگشت سرمایه‌گذاری

بازگشت سرمایه‌گذاری (ROI) یکی از نکات مهم برای برندها محسوب می‌شود. هر برند در زمینه سرمایه‌گذاری بر روی حوزه تبلیغات انتظار دریافت نتایج مشخصی را دارد. اگر نتایج موردنظر به خوبی حاصل نشود، تردیدها در مورد کارایی الگوی تبلیغات دیجیتال شروع خواهد شد. بازاریاب‌ها و طراح‌های تبلیغات همیشه تحت فشار بسیار زیاد تیم مدیریت شرکت هستند. این امر به معنای ضرورت جلب اعتماد تیم مدیریت در زمینه سرمایه‌گذاری تبلیغاتی و همچنین طراحی محتوای جذاب و نتیجه‌بخش است.

بسیاری از تیم‌های تبلیغاتی در شرکت‌ها به دلیل ناتوانی برای بیان ماهیت ایده یا جزئیات اجرای کمپین‌های تبلیغاتی با مشکل مواجه می‌شوند. مهمترین مسئله در این میان هماهنگی کامل میان بخش‌های مختلف شرکت است. اگر این نکته مدنظر کارآفرینان قرار نداشته باشد، مشکلات عرصه کسب و کار به طور فزاینده‌ای افزایش خواهد یافت.

تعیین معیارهای اساسی و کاربردی برای تأثیرگذاری بر روی تیم مدیریتی دارای اهمیت بسیار زیادی است. وقتی از بازگشت سرمایه‌گذاری در حوزه تبلیغات صحبت می‌کنیم، باید به معیارهای دقیق برای بیان وضعیت برند توجه داشته باشیم. این امر اغلب اوقات مورد بی‌توجهی قرار

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

اگر از مردم در مورد سال ۲۰۲۰ سوال کنید، پاسخ‌های متفاوتی دریافت خواهید کرد. وضعیت عرصه کسب و کار از زمان همه‌گیری کرونا به طور قابل ملاحظه‌ای تغییر کرده است. این امر در مورد رفتار مشتریان نیز مصداق دارد. بسیاری از مشتریان دیگر مانند دوران پیش از کرونا اقدام به تعامل با برندها نمی‌کنند. این امر نتیجه تغییرات گسترده در شرایط زندگی روزمره است. اگر کسب و کارها با این شرایط کنار نیایند، به زودی با مشکلات اساسی مواجه خواهند شد.

برخی از برندها از همان ماه‌های اولیه شیوع ویروس کرونا نسبت به ایجاد تغییرات اساسی در نحوه فعالیت‌شان اقدام کردند. این تغییرات، فارغ از بحث تأثیرگذاری، موجب جست‌وجوی راهکارهای تازه برای مدیریت برند به عنوان ترندی تازه شد. کسب و کارها برای ماندگاری در عرصه کسب و کار و توانایی رقابت با برندهای دیگر باید هرچه سریع‌تر با تغییرات در حوزه فعالیت‌شان هماهنگ شوند. این امر تا حد زیادی نیازمند شناسایی تغییر رفتار مشتریان نیز هست. اگر ارزیابی‌های هر کسب و کار در زمینه تعامل با مشتریان براساس رویکرد پیش از بحران کرونا باشد، به زودی با مشکلات عمیقی در حوزه کسب و کار مواجه خواهد شد بنابراین باید توجه ویژه‌ای به تغییرات رفتار مشتریان داشته باشیم.

۱. سرعت روزافزون فرآیند دیجیتالی شدن

شمار قابل ملاحظه‌ای از کسب و کارها و موقعیت‌های شغلی دیگر به طور سستی در دسترس نیستند. این امر به معنای مهاجرت گسترده به سوی کسب و کارهای دیجیتال است. فرآیند دیجیتالی شدن ترند مهمی در زمینه تحلیل رفتار مشتریان محسوب می‌شود. ساده‌ترین نمود این مسئله نیز در زمینه رفتار مشتریان در مواجهه با خرده‌فروشی‌های

از بازاریابی منفی چه می‌دانیم؟

بازاریابی منفی، الگویی متفاوت برای تعامل با مخاطب هدف



به قلم: کوری وین رایت کارشناس بازاریابی محتوایی
ترجمه: علی آل علی

آیا تا به حال تجربه ناگواری در زندگی داشته‌اید؟ بدون تردید همه مردم چنین تجربه‌های ناگواری را داشته‌اند، زندگی پر از تجربه‌ها و نکات منفی است. گاهی اوقات افراد تمایل به ایجاد تغییر اساسی در زندگی‌شان دارند.

این امر به دلیل شدت نکات منفی و همچنین تلاش برای دستیابی به وضعیتی بهتر روی می‌دهد. بازاریاب‌ها برای بهبود وضعیت برند و تعامل با مخاطب هدف گاهی بر روی نکات منفی تأکید می‌کنند. این امر شاید در نگاه نخست عجیب باشد، اما در چشم‌اندازی گسترده موجب بهبود نگاه مشتریان به برند و همچنین امکان تعامل بهتر با آنها می‌شود.

بازاریابی منفی یکی از الگوهای نوین برای تأثیرگذاری بر روی مخاطب هدف محسوب می‌شود. بسیاری از برندها در فرآیند تبلیغات بر روی نکات مثبت و خوش‌بینانه تأکید دارند. چنین الگویی از بازاریابی شاید در نگاه نخست جذابیت بسیار زیادی داشته باشد، اما به مرور زمان برای کاربران تکراری خواهد شد. بنابراین باید به دنبال راهکارهایی نوین برای تأثیرگذاری بر روی مخاطب هدف باشیم.

بازاریابی منفی به شیوه‌ای مبتنی بر استفاده از احساسات منفی مانند ترس، عصبانیت یا ناراحتی به منظور جلب نظر مشتریان به خدمات یا محصولات برند اشاره دارد. این شیوه به طور سنتی با نمایش فضایی نامناسب و ارجاع به محصولات برند امکان بهبودی اوضاع را نشان می‌دهد. مهمترین مسئله در این میان اشاره به فضایی منفی و نامناسب به صورت تأثیرگذار است. در غیر این صورت امکان جلب نظر مخاطب هدف به طور گسترده‌ای از میان خواهد رفت.

برخی از برندها برای رقابت با هم از الگوی بازاریابی منفی استفاده می‌کنند. بدون تردید این امر عجیب به نظر می‌رسد، اما در عرصه بازاریابی برخی از برندها مانند کوکاکولا و پپسی رقابت دیرینه‌ای همراه با استفاده از این الگو داشته‌اند. امروزه الگوی بازاریابی منفی پیشرفت‌های بسیار زیادی داشته است. اغلب کسب و کارها امکان استفاده از چنین الگویی برای تأثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را دارند. مهمترین نکاتی که باید برای استفاده از این شیوه مدنظر داشته باشیم، به شرح ذیل است:

- تأکید بر روی مشکلات مشتریان
- ایجاد تمایز میان برندمان با دیگر رقبای حاضر در بازار
- صرف نظر از شیوه‌های سنتی و کلیشه‌ای اظهارنظر در عرصه بازاریابی

برای ایجاد تأثیرگذاری بهتر

چگونه بازاریابی منفی را توسعه دهیم؟

بازاریابی منفی نیز مانند هر الگوی بازاریابی نیازمند تلاش و برنامه‌ریزی برای اجرای درست است. بسیاری از برندها به این نکته مهم توجه ندارند بنابراین در زمینه اجرای هر الگوی بازاریابی فقط به تقلید از برندهای بزرگ اتکفا می‌کنند. این امر نتایج به شدت ناگواری برای برندها به همراه خواهد داشت. در ادامه برخی از مهمترین نکات برای بازاریابی منفی را مورد بررسی قرار خواهیم داد. این نکات به اجرای هرچه بهتر این الگوی بازاریابی کمک خواهد کرد.

اشتباه برخی از برندها در زمینه اجرای بازاریابی منفی تلاش برای تقلید از برندهای دیگر بدون توجه به تفاوت میان حوزه فعالیت‌شان است. نتیجه این امر ناتوانی برای تأثیرگذاری بر روی مشتریان است بنابراین همیشه باید به تفاوت‌های برندمان با دیگر رقبا توجه داشته باشیم. در غیر این صورت امکان تأثیرگذاری مناسب بر روی مخاطب هدف از بین خواهد رفت.

ایجاد موقعیت‌های منفی

اجازه دهید در زمینه بازاریابی منفی کار را با توصیه‌های ساده شروع کنیم. بسیاری از برندها برای تأثیرگذاری در این حوزه از گام‌های سخت و حرفه‌ای آغاز می‌کنند. درست به همین خاطر نیز در همان مراحل اولیه با شکست‌های بسیار عجیب مواجه می‌شوند. بازاریابی منفی، همانطور که بیان شد، بر محور موقعیت‌های نامناسب و ناگوار جریان دارد. این موقعیت‌ها ناشی از وجه منفی و آزاددهنده زندگی مشتریان است. ایجاد موقعیت‌های منفی برای بازاریابی در قالب این ایده اهمیت بالایی دارد. هیچ برندی امکان استفاده از الگوی بازاریابی منفی بدون خلق شخصیت‌های مناسب را نخواهد داشت.

یکی از نکات مهم در زمینه ایجاد فضایی منفی دوری از ساده‌انگاری است. مخاطب هدف علاقه‌ای به مشاهده شخصیت‌های ساده و بیش از اندازه سطحی ندارد. این امر در مورد فیلم‌های سینمایی به خوبی قابل مشاهده است. برخی از فیلم‌های دارای ایده‌های جذاب فقط به دلیل بازی نامناسب بازیگران و عوامل اجرایی با مشکل مواجه می‌شوند بنابراین در زمینه اجرای ایده‌های جذاب برای بازاریابی منفی باید به خلق موقعیت‌ها و افرادی مناسب توجه نماییم.

نکته اساسی در زمینه بازاریابی منفی سرمایه‌گذاری بر روی دامنه مناسبی از مشتریان است. برخی از برندها به اشتباه در تلاش برای جلب نظر تمام مشتریان حاضر در بازار هستند. این امر موجب کاهش تأثیرگذاری کمپین می‌شود. بنابراین مهمترین نکته در این میان تلاش برای پرهیز از تأثیرگذاری کلیشه‌ای بر روی مخاطب هدف و همچنین جلب نظر مشتریان علاقه‌مند به برند است.

وقتی از علاقه به برند صحبت می‌کنیم، بیشتر مشکلات مشتریان مدنظر قرار می‌گیرد. این امر به معنای نمایش محتوای برند به مشتریان دارای دامنه مشخصی از مشکلات است. بدون تردید یک برند برای تعامل مناسب با مشتریان باید راهکار مشخصی برای مشکلات مشتریان در اختیار داشته باشد. در غیر این صورت توانایی تأثیرگذاری بر روی مخاطب هدف به طور کلی از بین خواهد رفت.

شخصی‌سازی موقعیت‌ها

هر موقعیت ناگواری باید به طور منحصر به فردی با پیام برند هماهنگی داشته باشد. کسب و کارها در فرآیند بازاریابی در تلاش برای فروش محصولات‌شان هستند. بازاریابی منفی نیز برای اشاره به مشکلات مشتریان و ترغیب‌شان به سوی استفاده از شیوه‌های مختلف کاربرد دارد. موقعیت‌های شخصی‌سازی شده به معنای ترسیم فضایی مطابق با ایده‌های ذهنی مشتریان نیست. یکی از الگوهای رایج در زمینه خرده‌فروشی ایجاد موقعیت‌اضطرابی برای مشتریان است. این امر شاید در نگاه نخست بسیار عجیب باشد، اما تأثیرگذاری بسیار مناسبی به همراه دارد.

وقتی خرده‌فروشی‌ها تخفیف‌هایی با محدودیت زمانی وضع می‌کنند، بسیاری از مشتریان بی‌علاقه و حتی فاقد نیاز مشخص برای خرید نیز جلب کمپین می‌شوند. حوزه بازاریابی منفی نیز باید به همین شکل صورت گیرد. شاید مشکلی که برند ما بر روی آن تأکید دارد، برای تمام مشتریان یکسان نباشد، اما باید آن را به شیوه‌ای تأثیرگذار بیان نماییم. در غیر این صورت شناسی برای تأثیرگذاری بر روی مخاطب هدف و جلب نظرش نخواهیم داشت.

اگر تمام مشتریان برند در پی تعامل با کسب و کارمان یک نوع تجربه را داشته باشند، هرگز بازاریابی منفی را به صورت موفق اجرا نکرده‌ایم. هر کدام از مشتریان باید تجربه منحصر به فرد و تا جای ممکن شخصی‌سازی‌شده از وضعیت‌شان داشته باشند. در غیر این صورت بسیاری از مشتریان دیگر با برند شما تعاملی نخواهند داشت. این نکته شاید در نگاه نخست بسیار سخنگیرانه باشد، اما در صورت عدم توجه به آن در بلندمدت کیفیت بازاریابی برند را تحت تأثیر قرار می‌دهد.

طراحی تیت‌های منفی

بازاریاب‌ها ادعاهای مختلفی در مورد طبیعت انسان مطرح می‌کنند. این امر با هدف نمایش برتری یک الگوی بازاریابی بر سایر الگوهاست. نکته مهم در این میان تلاش برای تأثیرگذاری عملی بر روی مشتریان به جای بحث‌های بی‌فایده است. بازاریاب‌ها باید براساس هر الگویی از تکنیک‌های مناسب نیز استفاده نمایند. وقتی از بازاریابی منفی صحبت می‌کنیم، باید به طور قابل ملاحظه‌ای نسبت به استفاده از تیت‌های منفی نیز تمایل نشان دهیم. در غیر این صورت کاربران نسبت به ماهیت کمپین آگاهی دقیقی نخواهند داشت. امروزه بسیاری از برندها برای جلب نظر مخاطب هدف با مشکل مواجه هستند. این امر تا حدودی ناشی از طراحی تیت‌های نامناسب و تلاش برای تأثیرگذاری بر روی مخاطب هدف براساس الگوهای سنتی است. هرچه بازاریاب‌ها در این راستا به تکنیک‌های قدیمی وفاداری بیشتری داشته باشند، نتیجه نهایی کمپین کمتر قابل توجه خواهد بود. اغلب برندها دارای تجربه‌های مختلفی در زمینه بازاریابی هستند. این امر موجب تلاش برای طراحی کمپین‌های تازه به منظور بهبود شرایط می‌شود.

مهمترین مسئله در این میان تلاش برای ارزیابی انتقادی کمپین‌های قبلی است. اگر کسب و کار شما سابقه استفاده از الگوی بازاریابی منفی را داشته است، باید به دلایل ناکامی یا تأثیرگذاری اندک کمپین قبلی توجه نشان دهید. این امر اهمیت بسیار زیادی برای برندها دارد. اگر کسب و کارها در بلندمدت نسبت به این امر توجه لازم را نشان ندهند، کمپین‌های‌شان همیشه یک کیفیت ثابت و از همه بدتر اشتباهات تکراری را خواهد داشت.

تیت‌های منفی برای جلب نظر مخاطب هدف کاربرد بیشتری دارد. خبرنگارها همیشه از تیت‌های منفی برای جلب نظر مخاطب هدف استفاده می‌کنند. این امر موجب تأثیرگذاری منحصر به فرد بر روی مخاطب هدف و امکان جلب نظرش به ادامه خبر می‌شود. حوزه بازاریابی نیز به طور قابل ملاحظه‌ای با تعامل نزدیک مشتریان و بازاریاب‌ها در ارتباط است. اگر بازاریاب‌ها به دنبال جلب نظر مشتریان به صورت پایدار هستند، باید شیوه‌های شخصی‌سازی‌شده را مدنظر قرار دهند. در غیر این صورت کمپین بازاریابی با کاستی‌ها و نواقص بسیار زیادی مواجه خواهد شد.

تیت‌هر کمپین محتوای کلی‌اش را نشان می‌دهد بنابراین برندها باید نسبت به جلب نظر مخاطب هدف و تأثیرگذاری بر روی آنها توجه لازم را نشان دهند. یکی از بهترین راهکارها در این میان توجه به نحوه انتخاب تیت‌ر از سوی رسانه‌های حرفه‌ای است. این امر اطلاعات بسیار مفیدی در اختیار بازاریاب‌ها برای طراحی تیت‌های جذاب قرار خواهد داد.

توسعه تجربه منفی مشترک

تجربه‌های منفی بسیار زیادی در طول زندگی افراد روی می‌دهد، با این حال برخی از تجربه‌ها به طور مداوم برای افراد متعدد تکرار می‌شود. این امر موجب ایجاد نوعی تجربه مشترک در میان نسل‌ها می‌شود. اگر بازاریاب‌ها به دنبال طراحی کمپینی ماندگار و حتی بحث‌برانگیز هستند، باید به تجربه‌های مشترک افراد توجه نشان دهند. این امر موجب تأثیرگذاری بهتر بر روی مخاطب هدف می‌شود.

وقتی موضوع اصلی یک کمپین بازاریابی اشاره به برخی از نکات منفی در حوزه بازاریابی و تعامل با مخاطب هدف است، باید به نکات متعددی توجه داشته باشیم. یکی از نکات مهم در این میان توسعه تجربه مشترک میان مخاطب هدف است. اشاره ساده به یک تجربه منفی، مانند صف‌های طولانی خرید از خرده‌فروشی‌ها، به تنهایی برای جلب نظر مخاطب هدف کافی نیست بنابراین باید وضعیت را اندکی متفاوت‌تر نمایش دهیم.

اگر افراد در صف‌های طولانی صندوق پرداخت خرده‌فروشی‌ها منتظر می‌مانند، باید به فرصت‌های از دست رفته‌شان توجه نشان دهیم. این امر امکان تأثیرگذاری مناسب بر روی مخاطب هدف را افزایش می‌دهد. بسیاری از برندها در عرصه بازاریابی BYB باید بر امری فراتر از یک مشکل صرف توجه نشان دهند. منظور اصلی ما در این میان تلاش برای مقدمه‌چینی در راستای بیان راه حل برند است.

بدون تردید کمپین‌های بازاریابی بدون ارائه راه حل همیشه ناقص خواهند بود. بنابراین باید به نکات مختلفی در این میان توجه نشان دهیم. در غیر این صورت همیشه به بی‌تفاوتی مخاطب هدف مواجه خواهیم شد. ترسیم یک فضای منفی برای تأثیرگذاری بر روی مخاطب هدف دارای اهمیت بسیار زیادی است. برخی از برندها برای تعامل با مخاطب همیشه به نکات منفی و مشکلات اشاره دارند. اگر در این میان راه حل‌های مناسب عرضه نشود، مشتریان نگاه بسیار منفی به کسب و کارها خواهند داشت.

نمایش دشمن مشترک

وقتی شرایط منفی وجود دارد، یک دشمن مشترک نیز برای همه وجود خواهد داشت. اگر کسب و کار شما در زمینه ارائه مشاوره روانشناسی فعالیت دارد، باید به دشمن مشترک مراجعه‌کنندگان‌تان اشاره کنید. عصبانیت بیش از اندازه یا افسردگی دشمن‌های مشترک بسیاری از مردم است. این مشکل روحی با طی جلسه‌های روانشناسی یا روان‌درمانی حل خواهد شد. بازاریابی در این حوزه باید براساس نمایش تصویری منفی از دشمن مشترک افراد درگیر با افسردگی یا عصبانیت بیش از اندازه صورت گیرد.

وقتی یک برند در کمپین بازاریابی‌اش شرایط منفی و دشمن مشترکی را ترسیم می‌کند، امکان همدان‌پنداری با مخاطب هدف بیشتر خواهد شد. این امر به معنای حضور خواه‌ناخواه در صف مشتریان برند است. بسیاری از برندها به طور مداوم احساس فقدان هماهنگی با مشتریان‌شان را دارند. فاصله میان برندها و مشتریان همیشه موجب تأثیرگذاری اندک کمپین‌های بازاریابی می‌شود بنابراین باید راهکاری اساسی برای این مشکل پیدا کرد. یکی از نکات مهم در این میان تلاش برای ایستادن در کنار مشتریان است. این امر در حوزه بازاریابی منفی یکی از نتایج غیرمستقیم ترسیم دشمنی مشترک خواهد بود.

بیان راهکار و اعتقاد برند

بدون تردید هر برندی دارای عقیده‌ای منحصر به فرد در زمینه بازاریابی است. این امر حتی در حوزه کلی کسب و کار نیز مشاهده می‌شود بنابراین باید نسبت به بیان دیدگاه برند در خصوص نکات و شرایط منفی اقدام کرد. یک کمپین بازاریابی منفی بدون ارائه این دیدگاه ناقص خواهد بود. کسب و کارها باید همیشه نسبت به ارائه دیدگاه‌های مناسب اقدام نمایند. در غیر این صورت شرایط‌شان به شدت دشوار خواهد شد. کمپین‌های بازاریابی منفی همیشه مخاطب هدف را در انتظار راهکاری مناسب با سوی کسب و کار قرار می‌دهد بنابراین در نهایت باید راهکاری مناسب از سوی کسب و کار معرفی شود. در غیر این صورت تمام تلاش‌های کسب و کار با ناکامی همراه خواهد بود.

برندها در زمینه ارائه راهکار و دیدگاه‌شان نسبت به مسائل همیشه با ملاحظات بسیار زیادی مواجه هستند. یکی از مهمترین ملاحظات در این میان مربوط به بازخورد مخاطب هدف است. اگر بازخورد مخاطب هدف نسبت به راهکار برند منفی باشد، چه؟ این امر همیشه برندها را در شرایط دشواری قرار می‌دهد. بنابراین باید همیشه نگاه متفاوتی به شرایط جاری

کسب و کار داشته باشیم. حتی اگر مشتریان نسبت به راهکار برند واکنش منفی نشان دهند، بازهم همه چیز برای کسب و کارمان به اتمام نرسیده است. بسیاری از برندها با ارائه راهکارها یا دیدگاه‌های تازه در عمل مسیر جدیدی را پیش روی مشتریان قرار می‌دهند. شاید این امر به موفقیت در لحظه منتهی نشود، اما مسیر آینده برند را به طور قابل توجهی هموار خواهد کرد.

استفاده از داده‌های معتبر

استفاده از داده‌های معتبر برای افزایش تأثیرگذاری کمپین یکی از شیوه‌های سنتی محسوب می‌شود. بازاریاب‌ها همیشه نیاز به داده‌های معتبر برای اثبات ادعای‌شان هستند. در غیر این صورت کمتر کسی حرف آنها را باور خواهد کرد. بی‌اعتمادی مشتریان به کمپین‌های بازاریابی ناشی از مشاهده اطلاعات و ادعاهای نادرست در طول مدت زمانی طولانی است بنابراین کسب و کارها برای بهبود شرایط‌شان نیاز به ایجاد تغییر اساسی در نحوه فعالیت‌شان دارند.

امروزه موسسه‌های پژوهشی در حوزه‌های مختلف مشغول به تولید اطلاعات هستند. این امر گزینه‌های بسیار زیادی را پیش روی برندها برای بهبود وضعیت بازاریابی‌شان قرار می‌دهد. اجازه دهید دوباره به مثال موسسه روانشناسی اشاره کنیم. در این مثال استفاده از نتایج پژوهش‌های متعدد برای افزایش اعتبار ادعای برند اهمیت خواهد داشت. بسیاری از مشتریان با مشاهده ادعای برندها در زمینه‌های مختلف نسبت به درستی‌شان جهت‌گیری بهتری خواهند داشت.

اگر یک برند به تنهایی در تلاش برای اجرای مطالعه و گزارش‌اش به مشتریان باشد، شاید تأثیرگذاری مناسب را به همراه نیاورد. این امر فقط در مورد برندهای بزرگی مانند مایکروسافت یا نایک صحت دارد. در غیر این صورت صحت مطالعه و اطلاعات تولیدشده برند نیز در معرض تردید خواهد بود. همچنین باید به محدودیت‌های پیش روی کسب و کارها در این راستا نیز توجه نماییم. بسیاری از برندها شرایط مناسب برای انجام مطالعات مختلف را ندارند بنابراین باید به دنبال راهکارهایی برای بهبود شرایط‌شان باشند. بهترین گزینه نیز استفاده از خدمات موسسه‌های پژوهشی معتبر است. برخی از موسسه‌ها حتی در صورت تمایل برندها فرآیند مطالعه‌ای منحصر به فردی برای تکمیل کمپین بازاریابی‌شان انجام می‌دهند.

بیان نکات خنده‌دار در مورد رقبا

برخی از الگوهای بازاریابی منفی در تلاش برای تخریب چهره رقبا نیز هست. بارزترین مثال در این رابطه وضعیت برند کوکاکولا و پپسی است. این دو برند بارها در کمپین‌های بازاریابی‌شان دست به تمسخر یکدیگر زده‌اند. شاید این امر در نگاه نخست بسیار ساده و غیرکاربردی به نظر برسد، اما تأثیرگذاری مناسبی بر روی وضعیت کمپین به همراه دارد.

یکی از راهکارهای مناسب برای حمله به رقبا اشاره به نقاط ضعف و تاریک کسب و کارشان است. اگر رقیب اصلی شما در زمینه پرداخت مالیات سابقه منفی دارد، تأکید بر روی آن اهمیت بالایی خواهد داشت. نکته مهم در این میان ضرورت فعالیت مناسب برندگان در حوزه‌هایی است که به رقبا حمله می‌کنند. در غیر این صورت چنین امری کسب و کار خودتان را نیز تحت تأثیر قرار می‌دهد. راهکار دیگر برای انتقاد و زیر سؤال بردن رقبا شامل نمایش تفاوت میان برندمان و آنها خواهد بود. این امر شاید کمتر مورد توجه بازاریاب‌ها قرار گرفته باشد. دلیل آن نیز ناتوانی برای مقایسه‌های کاربردی میان برندهاست. کسب و کارها برای مقایسه خود با دیگران باید ابتدا از نقاط قوت‌شان آگاهی داشته باشند. در غیر این صورت نتیجه فرآیند بازاریابی به شدت منفی خواهد شد.

یکی از نمونه‌های سنتی حمله به رقبا در حوزه بازاریابی منفی مربوط به برند پپسی است. این برند در یکی از کمپین‌های بازاریابی ماندگارش کودکی علاقه‌مند به نوشیدن پپسی را به نمایش می‌کشد. نکته جالب اینکه کودک داستان از دو قوطی کوکاکولا به عنوان پله‌ای برای رسیدن به پپسی استفاده می‌کند. این کمپین یکی از نمونه‌های کلاسیک در زمینه حمله به رقبا محسوب می‌شود. بدون تردید انتقادهای همیشگی در زمینه این نوع کمپین‌ها وجود دارد، اما واکنش مثبت اغلب مشتریان امکان صرف نظر از انتقادها را تسهیل می‌کند.

بازاریابی منفی الگویی تازه در عرصه بازاریابی محسوب می‌شود. بدون تردید حمله برندها به هم برای زیر سؤال بردن کیفیت عملکردشان و ترسیم تصویری جذاب از خود ایده تازه‌ای نیست. مهمترین مسئله در این میان تلاش برندها برای مزیت‌های‌شان به صورت انتقادی است. اگر کسب و کار شما در تلاش برای استفاده از این الگو است، توجه به نکات مورد بحث در این مقاله کاربردی خواهد بود.

منبع: blog.hubspot.com

چگونه نیروی کار ماهر را استخدام کنیم؟

بهبود کیفیت استخدام شرکت در ۱۱ گام



به قلم: مارا کالولو کارشناس بازاریابی محتوایی در موسسه GT

ترجمه: علی آل علی

استخدام استعدادها و افراد دارای مهارت برای موفقیت هر کسب و کاری ضروری است. کارآفرینان برای راه‌اندازی یا مدیریت بهینه کسب و کار باید در وهله نخست کارمندان مناسبی در اختیار داشته باشند. در غیر این صورت بهترین ایده‌های کاری نیز با شکست مواجه خواهد شد. این امر نیازمند طراحی فرآیند استخدام از سوی هر برند است.

بدون تردید صحبت از فرآیند استخدام در کسب و کارهای کوچک تاژگی دارد. بسیاری از کارآفرینان پس از راه‌اندازی کسب و کار نسبت به ایجاد چنین فرآیندی بی‌توجه هستند. این امر مشکلات بسیار زیادی برای کسب و کارها ایجاد می‌کند. طراحی برنامه مناسب در این زمینه اغلب با استفاده از کمک مشاوران یا موسسه‌های حرفه‌ای صورت می‌گیرد. هدف اصلی در این مقاله مرور برخی از توصیه‌ها و تکنیک‌های حرفه‌ای برای طراحی فرآیندهای استخدامی حرفه‌ای است. شاید این امر در نگاه نخست بسیار ساده باشد، اما هرگونه برنامه‌ریزی در مرحله عمل بسیار سخت‌تر از بیان صرفش خواهد بود.

یادگیری برخی از گام‌های مهم برای ایجاد فرآیند استخدامی به طور معمول نیاز به مهارت بالایی ندارد بنابراین در ادامه به برخی از نکات مهم در این راستا اشاره خواهیم کرد.

۱. تعیین دقیق نیازهای کسب و کار

جست‌وجو در میان افراد مناسب برای استخدام در شرکت بدون توجه به سطح نیاز کسب و کار امکان‌ناپذیر است. برخی از شرکت‌ها در تلاش برای استخدام نیروی کار جدید بدون توجه به نیاز کسب و کارشان عمل می‌کنند. نتیجه این امر افزایش تعداد کارمندان شرکت بدون هرگونه نتیجه مناسبی است. بی‌تردید هر شرکت دارای نیازهای متعددی است. مهمترین مسئله در این میان تلاش برای خلاصه‌سازی نیازهای شرکت به منظور هماهنگی با فرآیند استخدام است. برخی از مهمترین نیازهای هر کسب و کار در فرآیند استخدام نیروی کار تازه به شرح ذیل است:

- توسعه کسب و کار در سطح بازارهای گسترده
- مدیریت بهتر پروژه‌های در دسترس برند
- بهبود جایگاه شرکت در بازارهای جاری

بدون شک برای رفع نیازهای کسب و کار باید به مهارت‌های مختلفی در میان افراد موردنظر توجه کرد. بسیاری از برندها بدون توجه به ارزیابی مهارت‌های مختلف متقاضیان استخدام در شرکت اقدام به افزایش تعداد نیروی کار می‌کنند. این امر نتیجه دلخواه در زمینه بهبود وضعیت برند و استخدام بهترین گزینه‌ها را در پی نخواهد داشت بنابراین در زمینه تعیین نیازهای کسب و کار باید به مهارت‌های کارمندان نیز توجه نشان داد. در غیر این صورت فرآیند استخدام کسب و کارها از همان ابتدا با نقص‌های فراوان همراه خواهد شد.

۲. طراحی برنامه استخدام

پس از اینکه نیازهای شرکت در زمینه استخدام مشخص شد، باید نسبت به طراحی برنامه اولیه اقدام کرد. یکی از نخستین بخش‌های هر برنامه مربوط به تعیین جایگاه نیروی کار تازه در شرکت است. اگر یک برند جایگاه مشخصی برای نیروی کار در نظر نداشته باشد، با مشکلات بسیار زیادی مواجه خواهد شد. امروزه برندهای بزرگ حتی پیش از استخدام نیروی کار تازه نیز نسبت به موقعیت سازمانی آنها اطلاع دقیق دارند. این امر کمک شایانی به آنها برای برنامه‌ریزی و بهره‌گیری مناسب از کارمندان جدید از همان روز نخست می‌کند.

طراحی برنامه استخدامی به معنای توجه به موقعیت هر کدام از نیروی‌های تازه شرکت است. این امر باید از همان ابتدا مدنظر مدیران ارشد قرار گیرد. در غیر این صورت با هدررفت زمان قابل ملاحظه در زمینه انطباق نیروی کار با جایگاه مناسب مواجه خواهیم شد.

نسخه‌های اولیه برنامه استخدامی همیشه با مشکل مواجه است. این امر گرایشی طبیعی در میان کسب و کارها و یکی از ویژگی‌های فرآیند طراحی برنامه است. هر برنامه باید بارها مورد ارزیابی دوباره قرار گیرد. در غیر این صورت تاثیرگذاری مناسب را به همراه نخواهد داشت. استفاده از نظرات مختلف برای بهبود سطح کیفی برنامه طراحی شده ضرورت دارد بنابراین شاید در ابتدا نیاز به استفاده از کمک کارمندان مختلف به منظور بهبود سطح کیفی برنامه باشد. یکی از اشتباهات رایج کسب و کارها در این زمینه اکتفا به نظرات محدود برخی از همکاران در تیم شرکت است.

۳. نگارش توضیحات شغل

نگارش توضیحات کاربردی در مورد جایگاه شغلی موردنیاز دارای اهمیت است. امروزه بسیاری از افراد جویای شغل در مواجهه با آگهی‌های استخدامی دچار دردرس می‌شوند. این امر ناشی از فقدان توضیحات مناسب در مورد هر شغل و مهارت‌های مدنظر شرکت‌هاست بنابراین شاید در ابتدا یک متقاضی استخدام آگهی موردنظر را هماهنگ با موقعیت شغلی‌اش در نظر بگیرد، اما با حضور در مصاحبه شرکت با انتظارات دیگری مواجه شود.

این امر اغلب اوقات به اعتبار کسب و کارها ضربه بسیار سختی خواهد زد بنابراین باید از همان گام نخست نسبت به اطلاع‌رسانی دقیق در مورد وضعیت کسب و کار اقدام کرد. در غیر این صورت وضعیت کسب و کار با مشکلات بسیار زیادی مواجه خواهد شد. نگارش توضیحات دقیق در مورد کسب و کار کار ساده‌ای نیست. بسیاری از برندها در این زمینه به دلیل ارزیابی ساده‌انگارانه دچار مشکل می‌شوند. یک تعریف دقیق از شغل و مهارت‌های موردنیاز شرکت نیازمند اشاره واضح به تمام نکات است. اگر حتی یک نکته نیز مورد بی‌توجهی قرار گیرد، در نهایت مشکلات بسیار زیادی پیش خواهد آمد. برخی از بخش‌های اصلی یک تعریف دقیق از موقعیت شغلی در شرکت به شرح ذیل است:

- عنوان اصلی شغل
- وظایف و مسئولیت‌های موقعیت شغلی
- مهارت‌ها و کیفیت مورد انتظار
- مزیت‌ها، حقوق و سایر نکات جانبی

شخصی‌سازی موقعیت‌های شغلی در شرکت‌های بزرگ نکته مهمی است. این امر به افراد علاقه‌مند برای همکاری با شرکت‌ها فرصت کافی به منظور شخصی‌سازی موقعیت شغلی را می‌دهد. اگر این نکته مهم مدنظر کسب و کارها قرار نداشته باشد، در عمل مشکلات بسیار زیادی برای کسب و کارها ایجاد خواهد شد. بسیاری از کارمندان حرفه‌ای و دارای مهارت‌های بالا به دلیل فقدان گزینه‌های شخصی‌سازی در موقعیت‌های شغلی مختلف اقدام به صرف نظر از آنها می‌کنند.

۴. تبلیغ برای استخدام

استخدام نیروی کار ماهر بدون تبلیغات امکان‌پذیر نیست. امروزه برندهای بزرگ برای استخدام نیروی کار در هر سطحی آگهی‌های گسترده‌ای منتشر می‌کنند. این امر موجب جلب نظر تمام نیروی کار دارای مهارت‌های هماهنگ با نیاز کسب و کار می‌شود. اگر این نکته مدنظر کسب و کارها قرار نداشته باشد، شمار قابل ملاحظه‌ای از نیروی کار متخصص در مصاحبه‌ها حضور نخواهند یافت. این امر در نهایت به ضرر کسب و کار خواهد بود.

امروزه تبلیغات بیشتر در قالب دیجیتال صورت می‌گیرد بنابراین دیگر خبری از درج آگهی در روزنامه یا دیگر مطبوعات چاپی نیست. البته این راهکار هنوز هم طرفدارهای خاص خود را دارد. نخستین گام در راستای تبلیغ فرآیند استخدامی ثبت اعلامیه در سایت رسمی و اکانت‌های برند در شبکه‌های اجتماعی است. این امر اعتبار بسیار ویژه‌ای به فرآیند استخدامی خواهد داد. بسیاری از برندها در راستای اعلام رسمی و تبلیغ برای استخدام نیروی کار با مشکلات بسیار زیادی مواجه هستند. این امر مشکلات بسیار زیادی برای کسب و کارها به همراه می‌آورد. صرف هزینه تبلیغاتی در حوزه استخدام مدنظر بسیاری از برندها قرار ندارد. این امر نوعی صرف هزینه اضافی قلمداد می‌شود. اگر کسب و کارها در تلاش برای تاثیرگذاری بر روی نیروی کار ماهر اندکی هزینه نیز انجام دهند، هرگز ایداع نامناسبی نخواهد بود بنابراین باید ملاحظات مالی را در این حوزه کم‌رنگ‌تر دنبال کرد.

همانطور که در بخش پیشین مورد تاکید قرار گرفت، در زمینه تبلیغ و معرفی موقعیت شغلی باید عبارت‌های واضح را مدنظر قرار داد. بسیاری از برندهای بزرگ در زمینه تعریف موقعیت شغلی و نیازها اساسی در زمینه استخدام نیروی کار مهارت بالایی دارند. این امر ناشی از تجربه دهه‌های استخدام نیروی کار است. اگر کسب و کار شما در این راستا مهارت قابل ملاحظه‌ای ندارد، باید به دنبال الگوبرداری از برندهای بزرگ باشید. این امر در گام‌های نخست استخدام نیروی کار مناسب دارای مزیت‌های بسیار زیادی است. سپس با گذشت مدت زمانی اندک امکان شخصی‌سازی فرآیندهای استخدامی و حتی تعریف فرآیند منحصر به فرد کسب و کارتان فراهم خواهد شد.

۵. ارزیابی متقاضیان

پس از درج آگهی استخدام و تبلیغ برای جلب نظر افراد دارای مهارت‌های لازم برخی از رزومه‌ها به دست مدیران ارشد شرکت می‌رسد. تصمیم‌گیری در مورد افراد دارای صلاحیت برای همکاری امر بسیار حساسی است. اگر کسب و کارها در این راستا براساس معیارهای نامناسب تصمیم‌گیری نمایند، در نهایت با مشکلات بسیار وسیعی مواجه خواهند شد. این امر مشکلات اساسی در زمینه توسعه کسب و کار ایجاد خواهد کرد. ارزیابی متقاضیان امکان بهترین گزینه‌ها را فراهم می‌آورد. گاهی اوقات برخی از کسب و کارها با متقاضیان فراوان و دارای مهارت‌های بالا مواجه می‌شوند. مهمترین مسئله در چنین شرایطی انتخاب از میان دامنه وسیعی از متقاضیان باکیفیت است. بدون تردید هر کسب و کار دارای دامنه محدودی از گزینه‌های استخدامی است بنابراین باید در این زمینه نهایت دقت را انجام دهد. در غیر این صورت فرآیند استخدامی با مشکلات بسیار زیادی مواجه خواهد شد.

ارزیابی متقاضیان برای همکاری و استخدام در برند باید براساس معیارهای مشخص صورت گیرد. در غیر این صورت انتخاب از میان افراد

در دسترس براساس شانس یا معیارهای غیرحرفه‌ای خواهد بود. اگر یک دامنه مشخص از معیارها را تعریف کرده‌اید، دیگر نباید از آنها کوتاه بیایید. در غیر این صورت وجهه حرفه‌ای کسب و کار با مشکلات اساسی مواجه خواهد شد. امروزه برخی از کسب و کارها در زمینه جلب نظر نیروی کار ماهر با مشکلات عمده‌ای مواجه هستند. دلیل این امر تعیین دامنه‌ای از معیارها برای استخدام کارمندان و سپس تخطی از آنهاست. چنین عملکردی موجب بدنامی کسب و کارها می‌شود بنابراین برندها باید تمام توان‌شان برای تعیین معیارهای درست و سپس وفاداری به آنها را به کار گیرند.

۶. برگزاری مصاحبه

اغلب اوقات پس از ارزیابی اولیه رزومه‌های ارسالی برخی از متقاضیان حذف می‌شوند. این امر با هدف کاهش دامنه افراد در دسترس و برگزاری مصاحبه حضوری با مشارکت بهترین افراد است. شاید این امر در نگاه نخست بسیار عجیب به نظر برسد، اما تنها معیار ورود به مرحله مصاحبه شامل سابقه کاری نیست. برخی از افراد با طی مراتب تحصیلی و اخذ مدارک مختلف دارای مهارت‌های زیادی برای همکاری با کسب و کار ما هستند. صرف نظر از چنین افرادی فقط به دلیل فقدان سابقه کاری امر نامناسبی خواهد بود. کسب و کارها باید همیشه نسبت به همکاری با نیروی کار جوان و دارای مهارت بالا اقدام نمایند. یکی از مزیت‌های همکاری با نیروی کار جوان امکان سرمایه‌گذاری بر روی آنهاست. این امر اغلب با عقد قراردادهای استخدام طولانی‌مدت و ترغیب آنها برای شرکت در دوره‌های مهارت‌افزایی صورت می‌گیرد. وقتی متقاضیان برتر با مصاحبه دعوت می‌شوند، باید نسبت به تعریف بخش‌های مختلف مصاحبه اقدام کرد. این امر اغلب اوقات از نگاه کارآفرینان تازه‌کار دور می‌ماند. مصاحبه با متقاضیان باید حالت حرفه‌ای و دقیق داشته باشد. مرور رزومه هر فرد برای طرح پرسش‌های دقیق دارای اهمیت است.

یکی از اشتباهات مدیران ارشد هر شرکت در زمینه برگزاری مصاحبه‌های استخدامی مربوط به بیان نکات متعدد به صورت پشت سر هم است. این امر امکان آگاهی از مهارت‌های افراد از زبان خودشان را از بین خواهد برد و در هر جلسه باید برای هر دو طرف زمان لازم برای بیان نکات مدنظرشان را لحاظ کرد. با این حساب بیان صرف نکات از سوی مصاحبه‌کننده هرگز ایده جذابی نخواهد بود. بسیاری از برندها در مدت زمانی کوتاه توان برگزاری مصاحبه‌های مختلف را ندارند. مهمترین مسئله در این میان توزیع متقاضیان در گروه‌های مختلف و تعیین روزهای مشخص برای مراجعه‌شان است. اگر تمام متقاضیان در یک روز مورد مصاحبه قرار گیرند، به دلیل خستگی مفرد مدیران ارشد کیفیت مصاحبه‌های پایانی به شدت کاهش خواهد یافت. این امر به وجهه حرفه‌ای کسب و کار در زمینه جلب نظر مخاطب هدف لطمه خواهد زد. تعیین محورهای مصاحبه و اطلاع‌رسانی به مخاطب هدف دارای اهمیت بسیار زیادی است. این امر موجب حضور متقاضیان با آگاهی کامل می‌شود بنابراین برندها فرصت کافی برای تاثیرگذاری بر روی مدیران ارشد و بیان مهارت‌های دیدگاه‌شان را خواهند داشت. اگر در طول مصاحبه‌های شرکت شاهد کم حرفی متقاضیان هستید، باید نسبت به تجدیدنظر در بخش‌های اساسی مصاحبه شرکت اقدام نمایید. دلیل این امر پیام روشن مبنی بر عدم اطلاع‌رسانی درست به متقاضیان است. در غیر این صورت آنها با آمادگی بهتر در جلسه حاضر می‌شوند.

۷. ارسال ارزیابی ثانویه به هیأت مدیره

اغلب اوقات هیأت مدیره یا رئیس شرکت در مورد استخدام نهایی متقاضیان تصمیم‌گیری می‌کند. ارزیابی اولیه براساس رزومه‌های دریافتی صورت می‌گیرد. سپس با برگزاری مصاحبه نسبت به ارزیابی ثانویه اقدام می‌شود. امروزه اغلب برندها به دلیل شرایط ناشی از کرونا به صورت آنلاین مصاحبه‌ها را برگزار می‌کنند. بیان دقیق مهارت‌های هر متقاضی اهمیت بالایی دارد. همچنین باید نسبت به بیان مزیت‌های هر متقاضی نسبت به دیگران نیز اقدام کرد. در غیر این صورت توانایی تاثیرگذاری مدیران ارشد بر روی هیأت مدیره به شدت کاهش خواهد یافت.

رعایت اختصار در ارزیابی ثانویه ضروری است. اغلب اوقات رئیس یک شرکت زمان لازم برای مرور رزومه‌های طولانی و حتی گزارش‌های نیمه بلند را ندارد. بنابراین رعایت اختصار در نگارش ارزیابی ثانویه ضروری خواهد بود. اگر در نهایت تمومدار از ارزیابی افراد مختلف نیز ضمیمه شود، بخش قابل توجهی از مشکلات استخدامی کاهش خواهد یافت.

تیم استخدام شرکت باید پیش از ارسال برگه‌های ارزیابی ثانویه یک جلسه اساسی با هیأت مدیره برگزار نماید. این امر موجب ایجاد هماهنگی بیشتر و اطلاع از دغدغه‌ها و انتظارات تیم هیأت مدیره می‌شود بنابراین در نگارش ارزیابی ثانویه این نکات مورد بررسی دقیق قرار خواهد گرفت. هرچه میزان هماهنگی میان بخش‌های مختلف شرکت بیشتر باشد، نتیجه نهایی بهتر از آب درمی‌آید. این امر در تمام حوزه‌های کسب و کار دارای اهمیت است.

۸. ارزیابی دوباره گزارش‌ها

همیشه تیم هیأت مدیره از میان گزارش‌های ثانویه تعداد مشخصی را برای ارزیابی دوباره انتخاب می‌کند. این امر به معنای راه‌یابی شمار بالاتری از متقاضیان مورد انتظار به مرحله نهایی است. وظیفه اصلی مدیران ارشد در این میان انتخاب تعداد مشخصی از متقاضیان از دامنه موردنظر است بنابراین شاید ارزیابی دوباره رزومه، فایل مصاحبه یا حتی برگزاری مصاحبه‌های تازه ضروری باشد.

ارزیابی وضعیت حضور متقاضیان استخدام در شرکت در فضای آنلاین دارای اهمیت است. امروزه برخی از کارآفرینان دارای حساب کاربری رسمی در شبکه‌های اجتماعی هستند. بدون تردید اطلاع از نقطه نظرات واقعی این افراد از طریق مرور نظرات‌شان اهمیت خواهد داشت.

ارزیابی دوباره گزارش‌های مربوط به متقاضیان امر ساده‌ای نیست. همچنین برگزاری مصاحبه دوم نیز نیازمند آماده‌سازی پرسش‌ها و بحث‌های تازه خواهد بود. هرچه به پایان فرآیند استخدام نزدیک می‌شویم، حساسیت‌ها بیشتر خواهد شد بنابراین باید از معیارهای حرفه‌ای‌تری برای حذف برخی از متقاضیان استفاده نماییم. در غیر این صورت متقاضیان حذف شده اعتراض‌های جدی نسبت به روند استخدامی شرکت بیان خواهند کرد. شاید این امر در گذشته اهمیت چندانی نداشت، اما امروزه دارای اهمیت بسیار زیادی است. اگر کسب و کارها به این نکات توجه لازم را نداشته باشند، در عمل با مشکلات بسیار زیادی مواجه خواهند شد.

۹. عمل با مشکلات بسیار زیادی مواجه خواهند شد.

متقاضیان استخدام در یک شرکت اغلب دارای سابقه کاری مشخصی هستند. این امر ضرورت گفت‌وگو با محل کار سابق این افراد را مطرح می‌سازد. برخی از برندها حتی تا ۵ شرکت قبلی متقاضیان را نیز مورد بررسی قرار می‌دهند. اغلب اوقات پرس و جو در مورد دلیل ترک محل کار قبلی به اندازه کافی روشننگر خواهد بود. این امر به طور ویژه‌ای مربوط به معمای استعفاي افراد موردنظر یا اخراج‌شان است. اگر پای اخراج نیروی کار در میان باشد، باید نسبت به دلایل این امر از محل کار قبلی متقاضیان پرس و جو نماییم. برخی از متقاضیان استخدام در رزومه‌های‌شان نکات جعلی را درج می‌کنند. این امر شامل ذکر برخی از شرکت‌ها در بخش سابقه کاری است. پرس و جو از شرکت‌ها برای تعیین صحت ادعای هر کدام از متقاضیان ضروری خواهد بود. در غیر این صورت معیار مناسبی برای ارزیابی شرایط در دست مدیران ارشد نخواهد بود.

۱۰. پیشنهاد موقعیت شغلی

پس از پایان بررسی‌های چند مرحله‌ای یک یا چند متقاضی برتر باقی خواهند ماند. این امر باید از سوی شرکت استخدام شوند. درخواست همکاری با شرکت باید به صورت حرفه‌ای صورت گیرد. در غیر این صورت تاثیرگذاری لازم را به همراه نخواهد داشت. نکته جالب اینکه برخی از متقاضیان پس از طی مراحل مختلف از همکاری با شرکت انصراف می‌دهند بنابراین راهیابی متقاضیان به مرحله نهایی به معنای موافقت‌شان با استخدام در شرکت نیست. این امر اغلب اوقات به دلیل حضور متقاضیان در شرکت‌های مختلف برای استخدام روی می‌دهد بنابراین هرچه سرعت یک برند برای ساماندهی فرآیند استخدامی بیشتر باشد، شانس بالاتری برای همکاری با گزینه‌های برتر خواهد داشت. تعریف دقیق جزئیات موقعیت شغلی به همراه حقوق و مزایا دارای اهمیت است. این نکته گاهی اوقات از سوی برندها مورد بی‌توجهی قرار می‌گیرد بنابراین در نهایت شاهد انصراف متقاضیان نسبت به همکاری با شرکت هستیم.

۱۱. ارزیابی انتقادی فرآیند استخدامی شرکت

پس از هر بار استخدام نیروی کار موردنیاز باید نسبت به ارزیابی کیفیت فرآیند استخدامی اقدام کرد. این امر دارای اهمیت بسیار زیادی است. اگر کیفیت برگزاری جلسات استخدامی و فرآیند کلی مورد ارزیابی و بهبود قرار نگیرد، در بلندمدت امکان استخدام نیروی کار ماهر از بین خواهد رفت. برندهای بزرگ پس از هر بار برگزاری فرآیند استخدامی نسبت به نظرخواهی از متقاضیان و افراد برگزیده اقدام می‌کنند. این امر موجب بهبود کیفیت استخدام شرکت خواهد شد.

منبع: com.learn.gt

آگهی مفقودی

کارت دانشجویی به شماره دانشجویی
۹۵۲۳۸۰۴۴۱۷۰۰۸۳ متعلق به

منیرالسادات حسینیان مفقود گردیده و

از درجه اعتبار ساقط می باشد.

اخبار

تولید بیش از ۳۴ هزار گیگوات ساعت برق در ۹ ماهه نخست سال جاری در خوزستان



اهواز – **شبنم قجاوند**؛ مدیر بازار برق شرکت برق منطقه ای خوزستان با بیان اینکه در نه ماه گذشته سال جاری در خوزستان بیش از ۳۴ هزار گیگوات ساعت برق تولید کرده است، گفت: پیک آذر ماه سال جاری سه هزار و ۱۶۰ مگاوات بوده که نسبت به پیک بار در مدت مشابه سال قبل حدود شش درصد افزایش داشته است.
فرامرز شادفر بیان کرد: کل تولید برق استان در نه ماهه سال جاری ۳۴ هزار و ۷۸۲ گیگوات ساعت بوده که ۱۲ هزار و ۸۹۱ گیگوات ساعت (۳۷ درصد) سهم نیروگاه های برق آبی، ۲۱ هزار و ۵۸۹ گیگوات ساعت (۶۲.۱ درصد) سهم نیروگاه های حرارتی و سبیکل ترکیبی و حدود ۳۰۲ مگاوات ساعت (۰.۹ درصد) از کل انرژی تولیدی سهم نیروگاه های تولید برق‌کنده بوده است.
وی افزود: ۴۲.۸ درصد از انرژی تولید شده در نیروگاه های حرارتی و سبیکل ترکیبی توسط بخش دولتی (نیروگاه رامین و ماهشهر) و ۵۷.۲ درصد توسط نیروگاه های بخش خصوصی (زرگان، آبادان، خرمشهر، بهبهان و فجر) تولید و به شبکه تحویل داده شد.
مدیر بازار برق شرکت برق منطقه ای خوزستان بیان کرد: انرژی مصرفی در نه ماهه سال ۱۳۹۹ برابر با ۳۱ هزار و ۹۹۴ گیگوات ساعت بوده که نشان دهنده حدود ۲ درصد افزایش مصرف انرژی نسبت به مدت مشابه در سال قبل است.

جهش سرانه فضای سبز همدانی ها با احداث پارک فرامنطقه ای ولایت

همدان – **خبرنگار فرصت امروز**: رئیس و اعضای کمیسیون سرمایه گذاری و گردشگری شورای اسلامی شهر به همراه مدیر منطقه یک از روند اجرایی پروژه پارک فرامنطقه ای ولایت بازدید کردند. در این بازدید حسین قربانغلی رئیس کمیسیون سرمایه گذاری و گردشگری شورای اسلامی شهر با بیان اینکه پروژه پارک فرامنطقه ای ولایت با وسعتی بیش از ۱۰۰ هکتار توسط شهرداری منطقه یک در حال انجام است گفت از ماه های پیش عملیات زیرسازی جاده دسترسی و دیواره چینی در حال انجام است که شاهد پیشرفت آنها هستیم. وی ادامه داد: هدف از اجرای این پروژه تهیه و احداث نیازهای اولیه برای گردشگرانی است که با به این پارک می گذارند و سعی بر آن است که کمترین آسیب به طبیعت وارد شود و بارگذاری های صورت پذیرفته به عنوان راه دسترسی، آلاچیق، سرویس بهداشتی، نمازخانه و دیگر تاسیسات به هیچ عنوان بیش از ۵ درصد از کل فضا نخواهد بود.
حسین قربانغلی گفت: یکی از پروژه های این چنینی که در دیگر شهرها احداث شده است پارک کوهستانی باراجین در شهر قزوین است و توانسته است بسیار موفق در پر کردن اوقات فراغت شهروندان و جذب گردشگر عمل کند. رئیس کمیسیون سرمایه گذاری و گردشگری گفت: احداث این چنین پروژه هایی می تواند باعث جهش بزرگی در سرانه فضای سبز شهروندان همدانی باشد و همشهریان عزیز بتوانند از طبیعت بکری که در این منطقه وجود دارد استفاده ببرند و تا سالهای سال مورد استفاده بوده و باقیات صالحات است. وی گفت: تا کنون احداث پارکهای بزرگ و فرامنطقه ای در شهر همدان وجود نداشته است و بیشترین اقدامات در بحث احداث بوستان ها و پارکهای محلی بوده و برای اولین بار است که چنین اتفاقی در شهر همدان رخ می دهد.
قربانغلی افزود: مطابق نظراتی که در طی بازدیدهای مختلف توسط مسئولین و نمایندگان مجلس از این پارک بازدید پذیرفته است جاده ورودی که از سمت شهر به طرف این پارک وجود دارد مناسب نبوده و لازم است تا جاده دسترسی که هم اکنون خارج از محدوده خدمات شهری هستند به شهرداری واگذار شده تا شاهد استانداردسازی این جاده نیز باشیم. زیرا با بازگشایی این پارک بزرگ شاهد رفت و آمد بسیار زیاد شهروندان و گردشگران خواهیم بود.

بازدید مدیر مخابرات منطقه گلستان از پروژه ها و مراکز مخابرات روستایی شهرستان علی آباد کتول

گرگان – **خبرنگار فرصت امروز**: مدیر مخابرات منطقه گلستان از مراکز تلفن شهرهای سنگدوین ، مزرعه کتول و همچنین روستاهای حاجی کلاته و رحمت آباد بازدید کرد.
مهندس غلامعلی شهمرادی از مراکز تلفن شهرهای سنگدوین و مزرعه کتول و روستاهای رحمت آباد و حاجی کلاته از توابع شهرستان علی آباد کتول بازدید و از نزدیک تجهیزات فنی سخت افزاری و نرم افزاری را مورد بررسی قرارداد.
مدیر مخابرات منطقه گلستان با تاکید بر اینکه ارائه خدمات مطلوب به مشتریان مستلزم داشتن امکانات مناسب است گفت : توسعه و بروزرسانی تجهیزات موجب خواهد شد تا سرویسها و خدمات با کیفیت تری در اختیار متقاضیان قرار گیرد
سازمان مخابراتی در این مراکز تلفن به تبادل نظر پرداخت و با اشاره به اینکه نیاز مشتریان روز به روز در حال تغییر و افزایش است بر همسو شدن با خواسته مشتریان تاکید کرد.
همچنین در دیدار چهار به چهار مهندس غلامعلی شهمرادی با مردم واعضای شورای شهر های سنگدوین و مزرعه کتول و دهیار روستاهای رحمت آباد و حاجی کلاته از نزدیک نسبت به نیاز های مخابراتی مردم آگاهی و در راستای تامین آنها هماهنگی ها و دستورات لازم صادر شد.

یک میلیون و ۱۲۷ هزار مشترک گاز طبیعی در گیلان



رشت – **خبرنگار فرصت امروز**: شرکت گاز استان گیلان با اجرای گسترده طرح های گازرسانی، در پاییز امسال بیش از ۱۱ هزار متقاضی را بهره مند از گاز طبیعی کرده است.
روابط عمومی گاز گیلان – حسین اکبر مدیرعامل شرکت گاز استان گیلان با اشاره به جذب بیش از یازده هزار مشترک جدید در پاییز امسال گفت: با تحقق این مهم، مجموع مشترکین گاز طبیعی در گیلان، به بیش از یک میلیون و ۱۲۷ هزار مشترک افزایش یافته است.
مدیرعامل شرکت گاز استان افزود: با اجرای گسترده برنامه های گازرسانی به روستاها و حفرات خالی شهرها، از ابتدای سال جاری تاکنون بیش از ۳۲ هزار مشترک، برخوردار گاز شده اند. حسین اکبر بیان کرد: هم اکنون همه شهرها و دو هزار و ۵۷ روستای گیلان بهره مند از گاز طبیعی هستند و متوسط بهره مندی خانوارهای گیلانی از نعمت گاز به بالای ۹۸ درصد رسیده است. وی با اشاره به برودت هوا و افزایش شدید مصرف گاز در روزهای گذشته اظهار داشت: شرکت گاز، سوخت بسیاری از نیروگاه های تولید برق را تامین می نماید فلذا در صورت عدم صرفه جویی در مصرف گاز توسط مشترکین خانگی و تجاری، گاز تحویلی به نیروگاه های تولید برق کاهش یافته و در ادامه شاهد قطع برق در سطح شهرها و روستاها خواهیم بود.حسین اکبر در پایان از همه مشترکین درخواست کرد تا با رعایت مدای آسایش (۱۸) و ۲۱ درجه) و استفاده از البسه گرم و زمستانی در منازل، شرکت گاز را در ارائه خدمات هرچه بهتر یاری رسانند.

مدیر امور آب و فاضلاب خمیر در جمع نمازگزاران این شهرستان:

فعالیت همزمان ۸ پیمانکار برای اجرای طرح توسعه آبرسانی در شهرستان خمیر

بندرعباس – **خبرنگار فرصت امروز**:مدیر امور آب و فاضلاب شهرستان خمیر با حضور در نماز جمعه خمیر به ارائه گزارشی از اقدامات انجام شده اب و فاضلاب در این شهرستان پرداخت.
به گزارش روابط عمومی و آموزش همگانی شرکت آب و فاضلاب هرمزگان، جهانگیر حسین زاده در جمع نمازگزاران شهرستان خمیر با بیان اینکه شرایط آب شهرستان خمیر با اقدامات در حال انجام از وضعیت مناسبی برخوردار است، ادامه داد، منابع تامین آب شهرستان خمیر با توجه به ظرفیت سازی هایی که صورت گرفته است به پایداری نسبی رسیده است، وی افزود: فعالیت های آبرسانی در شهرستان خمیر با حمایت های مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب هرمزگان به سرعت در حال انجام است بطوریکه در حال حاضر برای بهبود وضعیت آب شهر و روستاهای شهرستان خمیر ۸ پیمانکار بطور همزمان در حال فعالیت هستند.مدیر امور آب و فاضلاب شهرستان خمیر ادامه داد، توجه به ظرفیت سازی تامین آب خمیر با حساسیت ویژه ای دنبال شده است بطوریکه این شهرستان اولین شهرستان کننده آب از آب شیرین کن های بندرعباس بوده است. وی ابراز امیدواری کرد با تکمیل خط انتقال آب شیرین کن به مناطقی از بخش مرکزی و روبردر، عمده مناطق شهری و روستایی شهرستان خمیر در آینده از نزدیک از محل آب شیرین کن بندرعباس تامین آبی می شوند. حسین زاده به نوسازی شبکه های آبرسانی شهری و روستایی اشاره کرد و گفت: به منظور بهره مندی بیشتر مردم، طرح توسعه و اصلاح آبرسانی در روستاهای دارای شبکه و فاقد شبکه آبرسانی در دستور کار است بطوریکه امسال بخشی از شبکه آبرسانی لشتگان پائین، پل انگور، در گوگ، آل درویش، کسه، آرابی، کهورستان، کشار، کیشی بالا، محمدآباد، شهرک خاتم بناب، گوین، انگوران و... به اتمام رسیده یا در حال انجام است. وی اضافه کرد، طی روزهای آینده طرح توسعه شبکه آبرسانی به روستاهای سرتنگ، دکل پهن، کیشی پائین و درواختی نیز آغاز می شود.

مدیرمخابرات منطقه قزوین :

نگاه مهندسی باعث بهبود مستمر، ایجادکیفیت وطراحی است

قزوین – **خبرنگار فرصت امروز**: مهندس نصرابادی دردیداربا انجمن صنفی کارفرمایی مهندسان برق و الکترونیک استان گفت:بانگاه مهندسی بهبود مستمر،کیفیت وطراحی درست اتفاق می افتد ودرحوزه های مختلف نیازمند نیروهای متخصص و دارای مهارت فنی لازم هستیم. در حوزه مسئولیت پذیری اجتماعی انجمن می توان به آموزش افرادمتخصص اشاره نمود که انجمن بتواند نیروی دانشگاهی را به نیروی های متخصص وبا مهارت بالا تبدیل کند

مدیرمخابرات منطقه قزوین افزود: چه بخوایم وچه نخواهیم مردم درسیاری ازامور به مدد شبکه های ارتباطی ومجازی در استفاده از تکنولوژی ازماجلوثرهستند ودراین زمینه جای مهندسی کردن سرویس ها بشدت دربین مردم خالی استوای افزود:ارائه هرسرویس باید بامحیط وفرهنگ جغرافیایی آن متناسب باشد ومهندسین باید پیشتاژ معرفی و آموزش نحوه استفاده مردم از این سرویسهای جدید باشند واگر اقدام تکنیم مردم به رهنحو راه خودراپیداخواهندکرد. مهندس نصرابادی ضمن اشاره به اینکه مهندسین درهررشته باید نیازهای فعلی واینده مردم وبازار را رصد کنند افزود: بایدبانیهای مردم اشناشویم ویاسخ شایسته و به موقع به آن بدهیم وی با انتقاد از اینکه فضایی برای آموزش و مشاوره خانواده جهت نحوه استفاده از سرویس های جدید اینترنتی و خرید کالاهای موردنیاز مردم درجامعه وجود ندارد خواستارتشکیل دیارتمنهایی شد که مردم بامراجعه به آنها وبانگاه مهندسی بتوانند بدون دغدغه وباطمینان سرویس ها وخدمات خودراباشماره های مهندسی شناسایی ونسبت به ایتباع آن اقدام کنند

آذربایجان شرقی –فلاح:مدیرمنطقه ۸ عملیات انتقال گاز گذر

مطمئن و موفق از فصل سرما را مستلزم و نیازمند تعامل همگانی و رعایت صرفه جویی دانست.
فیروز خدایی در حاشیه بازدید و تبادل نظر با پرسنل تاسیسات تقویت فشار گاز هشترو، با اعلام این مطلب گفت: همکاران تلاشگر منطقه ۸ ضمن آمادگی حداکثری در تمامی تاسیسات تقویت فشار گاز و مراکز بهره برداری، با انجام تعمیرات و آماده سازی تأسیسات، ارتقاء راندمان و کارکرد توربین ها، رفع کمبودهای انرژی و تأمین امکانات و اقلام مورد نیاز، تمام تلاش لازم را برای انتقال پایدار گاز را به عمل می آورند تا زمستان امسال نیز با سربلندی سبزی گرددمدیر منطقه ۸ عملیات انتقال گاز افزود: با توجه به شرایط آب و هوایی و برودت هوا در کشور علی الخصوص در مناطق کوهستانی و صعب العبور، برای انتقال مستمر، مطمئن و پایدار گاز طبیعی به همه بخش ها و به ویژه در بخش خانگی، نیاز به همراهی مردم در مصرف بهینه گاز داریم. خدائی، تاسیسات و



مراکز بهره برداری منطقه ۸ عملیات انتقال گاز را بسیار با اهمیت و حساس دانست و اشاره کرد: ضرورت دارد مسئولان تاسیسات و مراکز بهره برداری با تلاش و تدوین برنامه زمان بندی شده، وظایف خود را هدفمند پیگیری نموده و تمام توان خود را برای رفع چالشها و کمبودهای سازمانی بکار گیرند. مدیر منطقه ۸ عملیات انتقال گاز

قم – خبرنگار فرصت امروز:فرمانده قرارگاه فرهنگی – جهادی

حضرت مهدی(عج) گفت: ۲۰ زندانی به همت این قرارگاه آزاد شده و به آغوش خانواده هایشان باز می گردند.
مهرشاد سهیلی طی سخنانی در مراسم بزرگداشت علامه آیت الله مصباح یزدی (ره) و رونمایی از سرود مصباح ولایت که در تالار همایش های غدیردفتر تبلیغات اسلامی حوزه علمیه قم برگزار شد، ضمن گرامیداشت یاد و خاطره این عالم ربانی اظهار داشت: آیت الله مصباح یزدی همواره بر توجه جوانان به تحصیل تاکید داشت و این موضوع را در دیدارهای خصوصی که با ایشان داشتیم مطرح می کرد.

وی ضمن یاد آوری آخرین دیدارش با این فیلسوف فقیه بیان کرد: علامه مصباح یزدی (ره) با اشاره به اینکه برای انجام هرکاری نیاز به مطالعه و علم آموزی است برضرورت پژوهش و تحقیق در

ایلام – خبرنگار فرصت امروز:رئیس امور پیمان های شرکت

پالایش گاز ایلام با اشاره به اینکه جایگاه گوگرد تولیدی این واحد صنعتی در بازارهای داخلی ارتقا یافته است،گفت:درسال آینده تولید، گوگرد به عنوان یکی از فراورده های ویژه در پالایشگاه گاز ایلام از ابتدای امسال بیش از ۲۰ درصد افزایش تولید نسبت به مدت مشابه سال قبل داشته است. به گزارش روابط عمومی، رضا شیرخانی افزود: با توجه به کیفیت و خلوص بالای گوگرد تولیدی در این پالایشگاه و به منظور جلوگیری از آسیب به محیط زیست حین فرآیند تولید، عرضه آن عمدتاً بصورت دانه بندی شده، انجام می شود. وی اظهار داشت: گوگرد تولیدی این شرکت به واسطه فعالیت های صورت گرفته در حوزه بازاریابی و ارتقا جایگاه آن، در بازارهای داخلی با بالاترین قیمت در داخل کشور نسبت به محصولات مشابه تولیدی سایر پالایشگاه ها از سوی خریداران

تحسین نماینده ولی فقیه در مازندران از اقدامات جهادی شرکت توزیع نیروی برق استان مازندران



مازندران با عنوان اینکه اقدام جهادی شرکت توزیع نیروی برق استان مازندران تامین برق نیروگاه زاله سوز ساری در دستور کار قرار گرفته است تصریح کرد: با اکیپ امکانات و نیروهای جهادی برق رسانی به این پروژه در حال انجام می باشد که طی ۲۴ ساعت آینده آماده ی تامین و فروش انرژی می شود تا زمانی که نیروگاه زاله سوز مورد بهره برداری قرار گرفته است مشکلی بابت تامین انرژی برق نداشته

دکتر سالاری در نشست شورای سلامت شهرستان تالش عنوان کرد:

اطلاع رسانی به مردم برای استفاده از امکانات موجود در بیمارستان شهید نورانی تالش ضروری است



درمان در شهرستان تالش موجب شد تا پیگیری ها در سطح ملی افزایش یافت و با افتخار شاهد افتتاح بیمارستان جدید در تالش بودیم. رئیس دانشگاه علوم پزشکی گیلان با اشاره به همراهی همه جانبه دستگاهها و نهادهای حمله سپاه، بسیج و نمایندگان مردم در خانه ملت، گفت: رفع تمامی ضعفها و مشکلات در هر بخشی نیازمند همراهی و همکاری است و خوشبختانه این مهم در گیلان دیده می شود. دکتر سالاری با اشاره به عقب ماندگی گیلان در طرح تحول سلامت، گفت: مدت قرارداد بسیاری از پروژه های طرح تحول سلامت به دلیل عدم پیگیری و فقدان اعتبار، منقضی شد اما با پیگیری های مستمر و مطالبه گرایانه، عملیات اجرایی و ساخت وساز این پروژه ها از سر گرفته شد و امیدواریم شاهد افتتاح تعدادی از آن ها نیز تا پایان دولت دوازدهم باشیم. وی با اشاره به تحولات صورت گرفته در حوزه استقرار تجهیزات سرمایه یی و تشخیص پزشکی، گفت: تاکنون چندین دستگاه CT اسکن وارد گیلان شده و این سیر همچنان ادامه دارد، کما اینکه همچنان پیگیر تداوم سیر استقرار تجهیزات

بر لزوم صرفه جویی و رعایت انضباط مالی در سازمان تاکید کرد و اظهار داشت: باید با جدیت در جهت کاهش هزینه های جاری و نهادینه سازی مدیریت صحیح مصرف تلاش نمود تا با کاهش هزینه ها، از هدررفت سرمایه ها جلوگیری شود. وی، هدف از برگزاری این نشست را شناخت و آشنایی بیشتر از طریق دیدار حضوری و دریافت نقطه نظرات، پیشنهادات و انتقادات همکاران عنوان کرد و تصریح نمود: امیدواریم بتوانیم با استفاده از نظرات و پیشنهادات و راهکارهای سازنده نیروهای توانمند منطقه، در دستیابی به اهداف سازمانی و ارایه خدمات ارزنده تر به هموطنان و رفع مشکلات کارکنان بکوشیم. خدائی در بخش دیگری از سخنان خود ضمن پاسخ به سئوالات مطرح شده، مسائل نیروی انسانی و تاکید بر سلامتی نیروها، رعایت نکات بهداشتی و الزامات HSE، مستند سازی فعالیتها و آموزش نیروی انسانی را از اهم موضوعات شرکت قلمداد نمود و بر آتقاء کیفی اهداف سازمان تاکید کرد.

آزادی ۲۰ زندانی به همت قرارگاه فرهنگی – جهادی حضرت مهدی(عج)

اشاره کرد و گفت: آزاد سازی ۲۰ زندانی و توزیع غذا در حاشیه شهرهای محروم از جمله اقداماتی است که از سوی این قرارگاه در حال انجام است.

دراین مراسم حجت الاسلام حسینی نژاد با اشاره به اینکه آیت الله مصباح یزدی دروئسمه امام خمینی را به عنوان پژوهشکده ای دینی پایه گذاری کرد، گفت: شمار بالای پژوهشگران برجسته و فاجر را فقط می شود در موسسه آموزشی پژوهشی امام خمینی یافت که در نوع خود کم نظیر است. در بخش دیگری از این مراسم سرود مصباح ولایت از سوی یکی از گروه های سرود یزد به مناسبت ارتحال آیت الله محمدرضی مصباح یزدی اجرا شد و در بخش پایانی پس از رونمایی از پوستر سرود مصباح ولایت، صابر خراسانی و سیدمهدی تحویل دار به شعرخوانی و مرثیه سرائی پرداختند.

رئیس امور پیمان های شرکت پالایش گاز ایلام خبرداد:

ارتقا جایگاه گوگرد تولیدی پالایشگاه گاز ایلام در بازارهای داخلی

فروش امور پیمان های پالایشگاه گاز ایلام بر روی بهبود مستمر، شناسایی مشتریان و نیازهای آنها و در نهایت تعریف روش های فروش متمم کر می شود.رئیس امور پیمان های شرکت پالایش گاز ایلام با اشاره به اینکه در آینده برنامه تولید گوگرد بنتونیتی که حاصل آن تکمیل زنجیره تولید، کسب ارزش افزوده بیشتر، تنوع محصول و دستیابی به بازارهای جدید است نیز در دست اقدام می باشد، خاطر نشان کرد: در این رابطه ارتباط دوسویه مناسبی با مشتریان تعریف شده که برحسب نیازهای آنها برنامه تولید و فروش برانبرنامه ریزی می گردد. شیرخانی خاطر نشان کرد: با مجموعه اقدامات انجام شده و به یمن زحمات کلیه همکاران در مجموعه پالایشگاه گاز ایلام، درآمد فروش گوگرد سال جاری از لحاظ ارزش ریالی بیش از ۵۸ درصد نسبت به مدت مشابه سال قبل افزایش داشته است.

بازدید مدیر مخابرات منطقه گلستان از پروژه ها و مراکز مخابرات روستایی شهرستان علی آباد کتول

باشد. در پایان علی بابایی کارنامی نماینده مردم ساری و میاندرد در مجلس شورای اسلامی با عنوان اینکهدر راستای پیگیری بخشی از مطالبات مردم که در سیستم مدیریتی برنامۀ ریزی شده است با هدف خدمتگزاری به مردم لذا امروز شاهد یک اقدام جدید با نگرش تحول خواهی مدیریت می باشیم افزود: در راستای دغدغه های مهم مردم و مورد مطالبه جامعه تامین برق نیروگاه زاله سوز ساری در دستور کار قرار گرفته است که در دو منظر سرعت بخشیدن به پروژه و عملی شدن آل و آرزوهای چندین ساله مردم ساری و میاندرد که انتظار دارند در اسرع وقت نیروگاه زاله سوز ساری به بهره برداری برسد ، سخنگوی کمیسیون اجتماعی مجلس شورای اسلامی اظهار کرد: بر واقع از، اقدامات جهادی در دولت و مجلس دور مانندیم امروز شاهد یک تفکر جهادی از سوی شرکت توزیع برق بودیم که جای قدر دانی دارد که این نوع نگاه باید در کل استان برای توسعه مازندران اجرایی شود که بعنوان نماینده مردم جای قدر دانی دارد

پزشکی در سراسر استان هستیم. رئیس دانشگاه علوم پزشکی گیلان با اشاره به پیگیری های انجام شده در سطح ملی جهت توسعه زیرساخت های بهداشت و درمان، گفت: با هماهنگی ها و پیگیری هایی که در سازمان برنامه و بودجه، قرارگاه خاتم الانبیا سپاه و همچنین وزارت بهداشت انجام شده، استان گیلان در آینده نزدیک شاهد رشد و توسعه قابل توجه در حوزه سلامت خواهد بود. دکتر سالاری همچنین توزیع ۸۵۰ قلم انواع تجهیزات پزشکی در استان، توزیع پزشکان و متخصصان در شهرستان های استان و تلاش برای استقرار دستگاه MRI را از دیگر اقدامات پیش بینی شده عنوان کرد. وی بر لزوم اطلاع رسانی به مردم در جهت استفاده از امکانات موجود در بیمارستان شهید نورانی تالش تاکید کرد و گفت: باید اطلاع رسانی ها به مردم در خصوص خدمات ارائه شده در بیمارستان تخصصی شهید نورانی درست و به موقع انجام شود تا مردم نیازمند، خدمات درمانی مورد نیاز را در تالش دریافت کنند و از ارجاع بی مورد به مرکز استان و بخش خصوصی پیشگیری شود. رئیس دانشگاه علوم پزشکی گیلان همچنین بر لزوم ارائه خدمات درمانی در بیمارستان توسط متخصصان و همچنین فعالیت کلینیک تخصصی بیمارستان تا ساعت ۱۰ شب و وایش و رصد مستمر آن را مورد تاکید قرار داد.دکتر سالاری همچنین با اشاره به برخی از کمبودها در بیمارستان تالش، گفت: تجهیزات مورد نیاز برای اتاق عمل، بخش های تکمیلی ICU و همچنین سایر دستگاهها را نیز با پیگیری هایی که مشترکاً با نماینده مجلس خواهیم داشت و با تکیه بر ظرفیت های ملی، در این بیمارستان مستقر کنیم.

«فناوری» گمشده نظام آموزشی



تنها در پارک علم و فناوری قم برای ۱۰ نفر اشتغال‌زایی کرده‌ایم، گفت: راه‌اندازی و توسعه آموزش‌های مجازی حوزوی می‌تواند بسیاری از مردم عادی و بانوان خانه‌دار را با احکام اسلامی آشنا کند و به ارتقای سبک زندگی دینی بینجامد. مقدم با اشاره به اینکه بسیاری از ناهنجاری‌های اجتماعی به دلیل بی‌توجهی و کم‌آگاهی از مسائل دینی است، گفت: بسیاری از هنجارهای اجتماعی ما به دلیل اینکه ۹۹ درصد از مردم ما مسلمان هستند و در جامعه دینی زندگی می‌کنند با مسائل دینی اشتراک دارد لذا لازم است که با شناخت کامل و آموزش‌های لازم مسائل دینی، گرفتاری‌های متعدد اجتماعی را بررسی و رفع معضل کرد.

رابطه متقابل ارتقای آموزشی و اشتغال‌زایی

رئیس پارک علم و فناوری استان قم هم در گفت‌وگو با خبرنگار مهر، با بیان اینکه تغییر رویکرد در انتقال دانش و اندیشه ضروری به نظر می‌رسد، گفت: واقعیت این است که با تغییر نسل دوره‌های علمی و آموزشی تحول در رویکردهای انتقال دانش ضروری است.

سید حسین اخوان علوی با تأکید بر اینکه پایه‌های علمی در سطوح مختلف آموزشی کشور نیاز به روزآمدسازی و بازنگری دارد، گفت: متأسفانه وجود نگاه آموزش‌محور و تئوریک سبب شده که نتوانیم فارغ‌التحصیلان کارآفرین و مهارت‌محور تربیت کنیم. وی با تأکید بر اینکه آموزش‌های تئوریک باید همراه با رویکردهای کاربردی و مهارت‌محور باشد، گفت: اگر می‌خواهیم صف طولانی فارغ‌التحصیلان ورود به بازار کار کاهش پیدا کند نیاز به توسعه آموزش‌های مهارت‌محور و مبتنی بر فناوری داریم.

رئیس پارک علم و فناوری استان قم از مقاومت بافت‌های سنتی آموزش برای عدم پذیرش طرح‌های فناورانه برای ارتقای مباحث آموزشی گلایه کرد و گفت: اگر به فکر آینده بازار کسب و کار جامعه دانشگاهی هستیم نباید نسبت به تغییر و ارتقای رویکرد فرآیندهای آموزشی که منجر به توسعه کسب و کارهای نوین خواهد شد، کوتاهی کنیم.

مهر، با بیان اینکه اپلیکیشن شبیه‌سازی کلاس‌های درس حوزوی را طراحی کرده است، گفت: در نسخه ۱.۹ این طرح توانسته‌ایم امکان کلاس مجازی، فایل صوتی اساتید و عضویت افراد حاضر و مستمعین را در یک شبکه اجتماعی فراهم آوریم. محمدعلی مقدم با تأکید بر اینکه این پروژه ویژه مؤسسات و مدارس آموزشی حوزوی است، گفت: سامانه اپلیکیشنی مدرس برای بیش از ۱۰۰ کلاس درس که به ازای هر کلاس بین ۱ تا ۳ استاد همکاری دارند، طراحی شده است.

وی با اعلام اینکه در حال حاضر حدود ۲ هزار مدرس حوزوی در کشور فعالیت دارند، گفت: در سامانه مدرس بیش از ۳۵۰۰ طلبه عضو هستند. مدیرعامل واحد فناور نام‌آوران اندیشه فردا با اشاره به اینکه لازم است که دروس آموزشی ضمن خدمت را در این سامانه راه‌اندازی کرده و گسترش دهیم، گفت: برنامه‌های آموزشی جانبی و دوره‌های ضمن خدمت از جمله گزینه‌هایی است در نسخه دوم این سامانه برای سال ۹۹ برنامه‌ریزی شده است.

مقدم یکی از مشکلات اساسی در اجرای پروژه را محدودیت‌های شدید مالی اعلام کرد و گفت: واقعیت این است که تقریباً هیچ‌کس دوست ندارد روی آموزش‌های دینی و مذهبی سرمایه‌گذاری کند و در این زمینه هر کس کاری کند باید از روی علاقه و به همت خودش باشد.

مقدم با تأکید بر اینکه آموزش‌های مجازی دروس حوزوی و در کنار آن برنامه‌های تکمیلی می‌تواند سرعت و کیفیت آموزش را افزایش دهد، گفت: توسعه و ترویج کلاس‌های مجازی و آنلاین دروس حوزوی این فرصت را فراهم می‌کند علاوه بر کسانی که محصل هستند و می‌توانند با کنکور و امتحان وارد حوزه شوند بسیاری از کسانی که مشغله داشته و از طرفی علاقه‌مند هستند به صورت آزاد دروس حوزوی را یاد بگیرند به ویژه بانوان متأهل و خانه‌دار هم وارد عرصه شوند.

این عضو واحد فناور مرکز رشد علوم انسانی و اسلامی با بیان اینکه

گفت: بسیاری از آموزشگاه‌های زبان خارجه در هماهنگی و همراهی میان فرآیند چهارگانه یک ترجمه مشکل دارند.

ناکارآمدی سیستم آموزش عالی در ترجمه و مکالمه

وی گفت: بیش از ۹۰ درصد دانش‌پذیران و حتی مترجمان در دستیابی به یک فرهنگ زبانی مشترک میان زبان مبدأ و مقصد مشکل دارند و در نتیجه به یک ترجمه خوب و فراگیر دست پیدا نمی‌کنند.

ایمن مدیر واحد فناوری با طرح این موضوع که بیش از ۱۲ سال از روش‌های ابداعی خود برای آموزش فراگیران استفاده می‌کند، گفت: در این زمینه توانسته‌ایم مقالات معتبر ISI را تهیه و ارائه کنیم.

وی با تأکید بر اینکه اجرای این طرح زمینه اشتغال و مهارت‌افزایی را فراهم کرده است، گفت: با توجه به استانداردهایی که تعریف کرده‌ایم زمان استاندارد دستیابی به زمینه‌های ترجمه به طور میانگین شش ماه است که در نوع خود ارزشمند است.

شیخی با ابراز خرسندی از موفقیت طرح ابتکاری ترجمه مؤسسه خود در ایجاد اشتغال و مهارت‌افزایی کارآموزان، گفت: در طول ۱۲ سال از اجرای این طرح ۵ هزار نفر آموزش دیده که برخی از آنها به موفقیت‌های تجاری بسیار خوبی در زمینه ترجمه آثار مطرح جهان رسیده‌اند.

شیخی با تأکید بر اینکه بازار کار ترجمه و حتی مکالمه حرفه‌ای اشباع‌پذیر نیست، افزود: متأسفانه سیستم فرسوده و تاریخ مصرف گذشته در دانشگاه‌ها نمی‌تواند نیازهای روزآمد و حرفه‌ای دانشجویان را در زمینه ترجمه و مکالمه زبان‌های خارجی تأمین کند، اما در عین حال با انعطاف‌ناپذیری و تعصب‌های منفعت‌طلبانه‌ای از سوی برخی از مبادی آموزشی دانشگاهی برای ارتقا و اصلاح سیستم‌های نظام آموزشی مواجه هستیم.

بی‌توجهی به سرمایه‌گذاری در پروژه‌های آموزشی

یکی دیگر از مدیران فناور حوزه آموزش نیز در گفت‌وگو با خبرنگار

متولیان عرصه علم و فناوری ضمن تأکید بر ناکارآمدی سیستم‌های آموزشی فعلی، تأکید کردند مقاومت برخی مسئولان حوزه آموزش، سبب محدود شدن کارآفرینی و مهارت‌افزایی دانش‌پذیران شده است.

به گزارش مهر، فناوری‌های روز و پیشرفته دنیا، مردم را وادار به استفاده از تکنولوژی‌های مدرن کرده است و کسی نمی‌تواند در چرخه آموزشی قرار بگیرد و خود را از قافله پیشرفت روزافزون علمی جدا بداند. با این همه متأسفانه شاهد هستیم که بسیاری از نهادها و مؤسسات آموزشی هنوز از چرخه روز آموزشی دور هستند و نمی‌خواهند روش‌های جدید آموزشی را برای رشد و توسعه علمی استفاده کنند و دود آن به چشم دانش‌پذیرانی می‌رود که از کاربرد و مهارت رشته تخصصی خود محروم شده و در نهایت از ورود به بازار کار دور می‌افتند.

تعدادی از فناوران حوزه آموزشی بر ناکارآمدی برخی سیستم‌های آموزشی کشور تأکید کرده و می‌گویند: متأسفانه مقاومت برخی مسئولان حوزه آموزش، سبب محدود شدن کارآفرینی و مهارت‌افزایی دانش‌پذیران شده است. مدیر یکی از واحدهای فناور پارک علم و فناوری استان قم که در زمینه ترجمه نوین متون خارجی فعالیت دارد در گفت‌وگو با خبرنگار مهر، با اشاره به روش‌های ابتکاری خود، گفت: برای تهیه و ایجاد یک ترجمه استاندارد باید چهار مرحله را در نظر داشت که اگر در دوره آموزش ترجمه زبان خارجی هر کدام از این چهار مرحله در نظر گرفته نشود و یا کم‌رنگ شود دستیابی به ترجمه کامل و حرفه‌ای اتفاق نمی‌افتد.

طیبه شیخی با بیان اینکه برای آموزش مترجم توانمند و گسترش یک ترجمه حرفه‌ای باید Semantics (معناشناسی) و Syntax (ساختار) زبانی همگرایی و نقطه تلاقی ایجاد کرد، گفت: خوشبختانه مؤسسه ما توانسته برای دو زبان انگلیسی و عربی به یک زبان معیار ترجمه حرفه‌ای دست پیدا کند.

وی به تشریح چهار فرآیند دستیابی به یک ترجمه حرفه‌ای پرداخت و

تازه‌ترین ترندهای دیجیتال در دنیای کسب و کار

به قلم: ایوان ویدجا یا کارشناس کسب و کار و صاحب سایت noobpreneur.com / ترجمه: علی آل علی

پیش‌بینی عرصه کسب و کار همیشه امر دشواری بوده است. کمتر کارآفرینی توانایی پیش‌بینی درست رویدادهای احتمالی در عرصه کسب و کار را دارد. یکی از بارزترین نمونه‌ها در این میان وضعیت سال ۲۰۲۰ بود. کمتر کارآفرینی پیش‌بینی تا این اندازه تاریک و ناگوار از سال گذشته میلادی داشت، با این حال شرایط سال گذشته تمام کسب و کارها را متأثر ساخت. مهمترین نتیجه بحران کرونا برای کسب و کارها در بعد دیجیتال روی داد. کسب و کارهای دیجیتال به دلیل محدودیت‌های ناشی از کرونا تغییرات بسیار سریعی را تجربه کردند. این تغییرات در زمینه افزایش تمایل مشتریان برای تعامل با آنها نیز روی داد. بنابراین تغییر رفتار مشتریان در بلندمدت براساس رویکرد به سوی کسب و کارهای دیجیتال صورت خواهد گرفت. این امر دارای اهمیت بسیار زیادی خواهد بود. ترندهای حوزه کسب و کار در این زمینه تاثیر بسیار زیادی از ماهیت کسب و کارهای دیجیتال پذیرفته‌اند. در ادامه برخی از تازه‌ترین ترندهای دیجیتال در عرصه کسب و کار را مورد بررسی قرار خواهیم داد.

نسل پنجم اینترنت همراه

مردم در مورد نسل پنجم اینترنت همراه با مدت‌های طولانی صحبت کرده‌اند. سال ۲۰۲۰ پس از مدت‌ها انتظار مردم برای اینترنت سریع‌تر پایان یافت. اینترنت سریع‌تر به معنای اتکای هرچه بیشتر مردم و همچنین کسب و کارها بر روی فناوری‌های اینترنت پایه خواهد بود. بدون تردید بحران کرونا بخش‌های مختلفی از زندگی انسان‌ها را تحت تاثیر قرار داده است. این امر استفاده از اینترنت به عنوان فناوری برای رفع نیازها در شرایط موردنظر را ترویج کرده است. سال ۲۰۲۰ آخرین افراد مقاوم در برابر موج فناوری آنلاین را نیز وادار به تسلیم کرد. برخی از برندهای بزرگ و باسابقه نیز حضورشان در فضای آنلاین را اعلام کرده‌اند بنابراین در آینده دیگر خبری از دوگانه میان کسب و کارهای حضوری و آنلاین نخواهد بود.

امروزه کسب و کارها امکان صرف نظر از سرعت گردش اطلاعات را ندارند. تمام گوشی‌های هوشمند جدید به فناوری اینترنت نسل پنجم مجهز خواهند بود. این امر به معنای تغییر کلی زمینه کسب و کارهای دیجیتال است. یکی از مهمترین نتایج این امر گردش سریع اطلاعات پیرامون برندهاست. اشتباهات حوزه بازاریابی یا تعامل با مشتریان حتی سریع‌تر از گذشته میان مردم دست به دست خواهد شد بنابراین عرصه برای خطای کسب و کارها به شدت تنگ شده است.

استفاده از سرعت اینترنت برای بهبود خدمات به مشتریان اهمیت بسیار زیادی خواهد داشت. مشتریان به موازات بهبود سرعت اینترنت و دسترسی همگانی به آن در نقاط مختلف جهان انتظارات فزاینده‌ای نیز خواهند داشت. عدم واکنش مناسب به این ماجرا برای کسب و کارها گران تمام خواهد شد.

فضای ابری هیبرید

شرکت‌های بزرگی نظیر گوگل، IBM، اوراکل و AZUR سرمایه‌گذاری قابل ملاحظه‌ای بر روی فناوری فضای ابری هیبریدی کرده‌اند. فناوری فضای ابری هیبریدی حلقه اتصال میان فضای ابری شخصی و عمومی است. بر این اساس کارآفرینان و به طور کلی تمام کاربران امکان به اشتراک‌گذاری اطلاعات‌شان در فضای ابری شخصی برای کاربران منتخب را خواهند داشت. نکته مهم در این میان عدم نمایش عمومی اطلاعات بارگذاری شده در فضای ابری هیبریدی است. همین امر مهمترین مزیت این فناوری محسوب می‌شود. بسیاری از شرکت‌های بزرگ برای به اشتراک‌گذاری ابر داده‌های‌شان با تیم‌های مختلف دچار چالش امنیت اطلاعات هستند. وقتی تمام فعالیت‌های کاری به صورت دیجیتال و از راه دور مدیریت می‌شود، باید به فکر راهکارهایی برای حل مشکلات نیز بود. فضای هیبرید یکی از راهکارهای مناسب برای کاهش مشکلات امنیتی در زمینه به اشتراک‌گذاری اطلاعات است. اگر این نکته مهم مدنظر برندها قرار نداشته باشد، بخش قابل ملاحظه‌ای از اطلاعات‌شان در معرض دستبرد سایبری قرار می‌گیرد. همچنین مشکلات بسیار زیادی در مسیر به اشتراک‌گذاری اطلاعات مهم و اساسی در میان تیم‌های مختلف شرکت ایجاد خواهد شد.

امنیت سایبری

سال گذشته شرکت مایکروسافت اطلاعات تازه‌ای در مورد افزایش میزان حملات سایبری در سراسر دنیا منتشر کرد. امروز دیگر سرقت فقط به صورت سنتی روی نمی‌دهد. بسیاری از تیم‌های سرقت به صورت آنلاین اقدام به کلاهبرداری حتی هک کردن سرورهای دیگر موسسه‌ها می‌کنند. امروزه کسب و کارهای بسیار زیادی در عرصه امنیت اطلاعات مشغول به فعالیت هستند. این امر به معنای تبدیل حوزه امنیت سایبری به یکی از ترندهای اساسی حوزه کسب و کار است. اگر این نکته مدنظر کارآفرینان و توسعه‌دهندگان نرم‌افزارهای امنیتی قرار نگیرد، به زودی توانایی پاسخگویی به نیازهای متعدد مشتریان را از دست خواهند داد. امنیت سایبری فقط در زمینه پیشگیری از سرعت اطلاعات کسب و کارها دارای اهمیت نیست. یکی از حوزه‌های مهم امنیت سایبری مربوط به شبکه‌های اجتماعی است. کاربران شبکه‌های اجتماعی واکنش‌های بسیار منفی و شدید در برابر درز اطلاعات‌شان نشان می‌دهند. این امر در طول سال‌های اخیر برای فیس‌بوک به طور مداوم روی داده است بنابراین سایر شبکه‌های اجتماعی برای پرهیز از دچار شدن به سرنوشتی مشابه با فیس‌بوک باید نسبت به تامین امنیت داده‌ها و اطلاعات کاربران اقدام نمایند. در غیر این صورت اعتبار برندشان به خطر خواهد افتاد.

نرم‌افزارهای فضای ابری

استفاده از نرم‌افزارهای مختلف در طول دوران همه‌گیری کرونا افزایش قابل ملاحظه‌ای یافته است. ساده‌ترین نمود این حوزه در مورد شبکه‌های اجتماعی و ارتباط میان کاربران روی داده است. بسیاری از مردم در سراسر دنیا به طور ناگهانی نیازمند نرم‌افزارهای مختلف برای ارتباط با یکدیگر شدند. بسیاری از برندها هنوز هم از شیوه دور کاری برای مدیریت شرایط استفاده می‌کنند، با این حساب میزان نیازها به فناوری‌های کاربردی در زمینه ارتباطات افزایش پیدا کرده است.

کسب و کارهای بسیار زیادی در زمینه توسعه اپ‌های پیام‌رسان و دیگر فناوری‌های ارتباطی فعالیت دارند. یکی از نکات مهم در این رابطه افزایش میزان رقابت است بنابراین شرکت‌های فعال در این حوزه باید بازنه‌اندیشی اساسی در مورد نحوه رقابت با هم انجام دهند. در غیر این صورت شناسی برای بقا در این بازار نخواهند داشت.

امروزه کسب و کارهای دیجیتال تحولات بسیار زیادی را پشت سر می‌گذارند. بحران کرونا انتظارات از کسب و کارهای دیجیتال را به طور قابل ملاحظه‌ای افزایش داده است. این امر در کنار تحولات طبیعی حوزه‌های کسب و کار نیاز به آگاهی از ترندهای تازه و کاربست‌شان را به طور قابل ملاحظه‌ای افزایش داده است. با این حساب کسب و کارها باید بیش از هر زمان دیگری نسبت به استفاده از ترندهای دیجیتال توجه نشان دهند.

منبع: noobpreneur.com



چرا الان «قدردانی» بیش از همیشه مهم است؟

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

۳. قدردان کوچک‌ترین چیزها هم باشید

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

۴. زمانی را صرف تأمل در خودتان کنید

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

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

منبع: Addicted2Success/ucan

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

۱. اطرافیان خود را بشناسید

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

۲. چالش‌های رشد و پیشرفت را بشناسید

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

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

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

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

بنابراین، این هفته که باید شکرگزاری کنیم، چهار