

فرصت امروز

برای کسب و کار آفرینی

مخاطرات نظام بانکی چطور بر عملکرد اقتصادی اثر می گذارد؟

به سوی مدیریت نوسان های پولی

فرصت امروز: بحران های مالی همچنان در اقتصادهای توسعه یافته و در حال توسعه رخ می دهند و سیاست گذاری های مختلف هنوز نتوانسته این...

۴

یادداشت

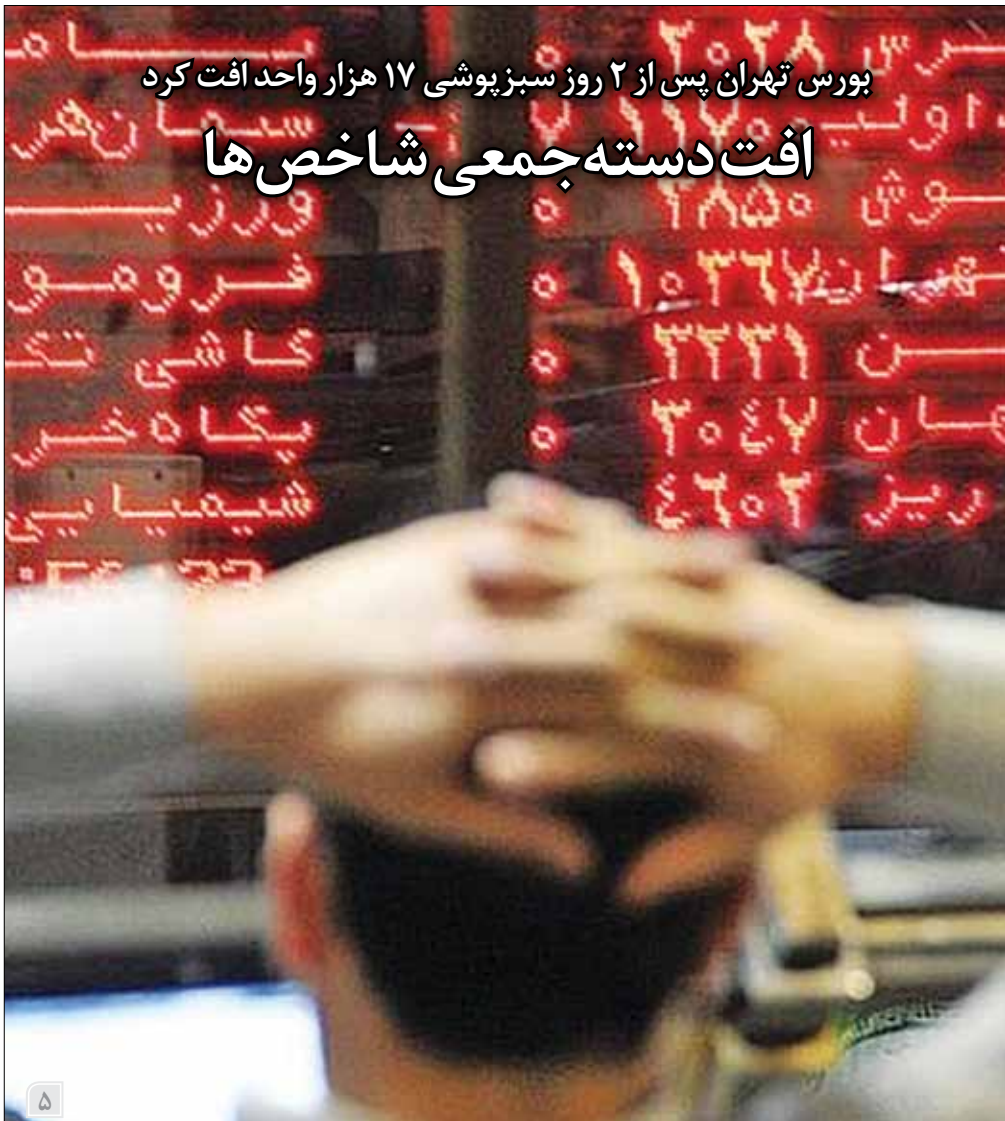
انتظارات بورس از رئیس جدید

سلمان خادم الملّه
کارشناس بازار سرمایه

پس از استعفای حسن قالیباف اصل از ریاست سازمان بورس و اوراق بهادار، محمدعلی دهقان دهنوی سکندار این سازمان شدند. قالیباف اصل، سالیان سال در بورس تهران زمام امور را در اختیار داشت و در طول همین مدت کوتاه در سازمان بورس نیز اقدامات مهمی انجام داد. شاید مهمترین رخدادهای کوتاه کردن زمان کد سبذگردانی از دو هفته به نیم روز، بازارگردانی همه نمادها، جهت نقدشوندگی بهتر سهام و مدیریت ۵۰ میلیون سهامدار عدالت بود. با توجه به استقرار رئیس جدید سازمان بورس، لازم است به چند نکته مهم پیشنهادی که می تواند در اولویت های اصلی این سازمان قرار گیرد، اشاره شود. اولویت دادن به این امور می تواند گره بسیاری از مشکلات در بورس را باز کند. ایجاد تعادل بین بخشی و تعامل مناسب با سایر بخش های مهم اقتصادی کشور از جمله بازار پول که با توجه به رشته تحصیلی و سابق کاری در دهقان دهنوی و حضور در وزارت امور اقتصادی و دارایی بسیار حائز اهمیت است.

ادامه در صفحه ۵

بورس تهران پس از ۲ روز سبز پوشی ۱۷ هزار واحد افت کرد افت دسته جمعی شاخص ها



ارزش معاملات تجارت الکترونیکی در نیمه نخست امسال ۸ برابر شد

تجارت آنلاین ایران در بزنگاه کرونا

فرصت امروز: گزارش تجارت الکترونیکی ایران در شش ماهه نخست سال ۹۹، هفته گذشته به همت مرکز توسعه تجارت الکترونیکی منتشر شد. این گزارش را می توان نمایی کلی از تجارت آنلاین در نیمه نخست امسال دانست که به رغم رکود تورمی در میانه تحریم و کرونا، با رشد روبه رو بوده است. طبق گزارش تجارت الکترونیک ایران، ارزش معاملات الکترونیکی نسبت به مدت مشابه سال گذشته ۸.۳ برابر شده و تعداد نمادهای اعتماد الکترونیکی نیز سه برابر شده است. همچنین در بخش زیرساخت تجارت الکترونیکی، ضرب نفوذ اینترنت به ۱۰۲ درصد رسیده که...

۲

اقتصاد ایران در آستانه تحویل قرن به کدام سو می رود؟

تریلوژی فقر، نابرابری و بیکاری

۳

مدیریت و کسب و کار



ایلان ماسک: بیت کوین در آستانه پذیرش گسترده توسط سیستم های مالی قرار دارد

چالش تعامل با همکاری که مورد علاقه مان نیستند

لیست رضایت بخش ترین شغل ها از نظر Glassdoor

توسعه کسب و کار با کمک کارمندان برند

۳ ترفند ساده برای ۲ برابر کردن فروش شما

۸ تا ۱۶

همتی: بانک مرکزی به دنبال افزایش نرخ ارز نیست

دلار به زیر ۲۰ هزار تومان می رسد

فرصت امروز: «سود بانکی تغییر نمی کند»، «دلار به زیر ۲۰ هزار تومان می رسد»، «حذف ارز ۴۲۰۰ تومانی باید با تدبیر انجام شود»... اینها بخشی از صحبت های عبدالناصر همتی در برنامه گفت و گوی ویژه خبری است. رئیس کل بانک مرکزی یکشنبه شب به تلویزیون رفت و با حضور در برنامه گفت و گوی ویژه خبری به تشریح آخرین وضعیت بازار پول و ارز پرداخت. شاید یکی از مهمترین سخنان همتی در این برنامه، دیدگاه او درباره ارز ۴۲۰۰ تومانی است که در چند هفته گذشته به یکی از مهمترین دغدغه های اقتصاد ایران در تب و تاب تصویب بودجه ۱۴۰۰ در کمیسیون تلفیق مجلس تبدیل شده است. نمایندگان مجلس در حالی مترصد حذف ارز ترجیحی در بودجه سال آینده هستند که رئیس کل بانک مرکزی در تازه ترین موضعش در این باره گفت: «من مخالف حذف ارز ۴۲۰۰ تومانی نیستم، اما باید ابعاد مختلف آن دیده شود و آسیبی به زندگی روزمره مردم وارد نشود.»

همتی همچنین از کاهش قیمت ارز به زیر ۲۰ هزار تومان خبر داد و با رد این شایبه که «بانک مرکزی به دنبال افزایش نرخ ارز است» گفت که «بانک مرکزی به دنبال تعدیل نرخ ارز است و با توجه به اینکه انتظارات تورمی کاهشی است، دلار به زیر ۲۰ هزار تومان می رسد.» به گفته وی، «خالت بانک مرکزی در بازار ارز باید هدفمند باشد، اما این رویکرد به معنای عدم تعدیل نرخ ارز نیست و سال آینده با تعدیل نرخ ارز و بهبود شرایط سیاسی به تورم هدف نزدیک خواهیم شد.»

به گزارش بانک مرکزی، همتی به تشریح آخرین وضعیت بازار پول و ارز کشور پرداخت و گفت: «پس از بازگشت از سفر شیراز به محض اطلاع از ماجرابی که برای بعضی از مهاجران و مشتریان شبکه بانکی درخصوص اخذ کد شهاب اتفاق افتاده بود، دستور تعدیل مهلت یک ماهه به بانکها ابلاغ شد. کد شهاب در واقع همان کد ملی (شخص حقیقی) یا شناسه ملی (شخص حقوقی) و کد فراگیر (اتباع خارجی) است که براساس مصوبات شورای عالی مبارزه با پولشویی، اخذ این کد اجباری است تا افرادی که تراکنش بانکی دارند هویتشان نزد بانکها روشن باشد.»

رئیس کل بانک مرکزی ادامه داد: «درخصوص قانون جدید چک با حضور در جلسه کمیسیون اصل ۹۰ و کمیسیون اقتصادی مجلس شورای اسلامی توضیحات لازم را ارائه دادیم و با توجه به اینکه این قانون پیچیدگی هایی دارد که مردم باید با جزئیات آن آشنایی بیشتری پیدا کنند و نیز با توجه به شیوع ویروس کرونا، اجرای این قانون از اوایل سال ۱۴۰۰ اجرای قانون الزامی خواهد شد. در حال حاضر امکان ثبت، تایید و انتقال چک در سامانه سیاد به صورت اختیاری برای مردم وجود دارد تا امکان آشنایی و آموزش لازم برای آنها فراهم شود.»

او با بیان اینکه «فضای بازار سرمایه و ارز متأثر از فعل و انفعالات سیاسی است»، گفت: «اگر به منابع ارزی دسترسی پیدا کنیم قدرت بازسازی بانک مرکزی افزایش خواهد یافت. البته من معتقد به سرکوب نرخ ارز نیستم و معتقد دخالت بانک مرکزی در بازار ارز باید هدفمند باشد، اما این رویکرد به معنای عدم تعدیل نرخ ارز نیست و سال آینده با تعدیل نرخ ارز و بهبود شرایط سیاسی به تورم هدف نزدیک خواهیم شد. البته توجه کنید که نمی توان به متغیرهای کلان اقتصادی به صورت منفرد نگاه کرد. اینکه بانک مرکزی به دنبال افزایش نرخ ارز است، به هیچ وجه صحیح نیست و تمام تلاش ما در بانک مرکزی تعدیل نرخ است.»

رئیس شورای پول و اعتبار با تأکید بر اینکه «بانک مرکزی علی رغم تمام فشارها و مشکلات ارزی، ارز کالاهای اساسی و دارو را تامین کرده است»، افزود: «طی سال گذشته ۱۵ میلیارد دلار برای کالاهای اساسی تامین کردیم که ۷ میلیارد دلار از آن از ذخایر بانک مرکزی بوده است. امسال نیز بخشی از نیازهای دولت را از ذخایر بانک مرکزی تامین کردیم. قیمت گذاری تولیدات و کالاهای بادوام به نرخ ارز حساس است و بانک مرکزی طی سال جاری ۹ میلیارد دلار ارز ۴۲۰۰ تومانی برای تامین کالاهای اساسی اختصاص داده است.»

به گفته همتی، «خوشبختانه در حال حاضر وضعیت صادرات نفتی کشور نسبت به گذشته روند رو به رشدی دارد و صادرات فرآورده های خلیلی شرایط خوبی دارد.

او در انتها به انجام پروژه اقدام ۵ بانک نیروهای مسلح در بانک سپه اشاره کرد و گفت: «دغام این بانکها، تدبیر مقام معظم رهبری بود و کار بزرگ و ارزشمندی بود که پس از دو سال و نیم تلاش حوزه نظارت بانک مرکزی و بانک سپه و نیروهای مسلح با کمترین حواشی به سرانجام رسید.»

به اعتقاد رئیس کل بانک مرکزی، «تورم کنونی ناشی از نرخ سود بانکی نیست؛ بلکه ناشی از شوک ارز و انتظارات تورمی است. لذا فعلا تصمیمی درباره تغییر نرخ سود سپرده بانکی نداریم.»



آنچه توانستم گفت خدا بوده است

میلاد با سعادت حضرت فاطمه زهرا (ع) و روز زن گرامی باد



کارت هدیه با طرح دلخواه مشتریان

شما می توانید با ورود به سامانه اینترنتی www.pgp.co.ir و تکمیل مراحل خرید،

کارت هدیه با طرح دلخواه خود سفارش دهید تا پس از صدور به نشانی شما ارسال شود.





ارتباطات

وزیر ارتباطات و فناوری اطلاعات خبر داد

راهاندازی ۲ جزء مهم شبکه ملی اطلاعات

وزیر ارتباطات از راهاندازی دو جزء مهم شبکه ملی اطلاعات تا پایان سال ۹۹ خبر داد و گفت دو جزء مهم شبکه ملی اطلاعات را تا قبل از پایان سال راهاندازی می‌کنیم که شامل افتتاح مرکز امنیت یکپارچه و منطقه ویژه ارتباطات برای تعاملات بین‌المللی می‌شود.

محمدجواد آذری جهرمی در برنامه تلویزیونی «تیترا امشب» با اشاره به انتقادات از وزارت ارتباطات در اجرای مطالبات رهبری در حوزه اجزای شبکه ملی اطلاعات، گفت: اجزای شبکه ملی اطلاعات و ارتباطات و پیشرفت آن روشن است. اشاره مقام معظم رهبری به نامه‌ای است که در دی ماه ۱۳۹۸ مکتوب شده که تعیین تکلیف کردند اختلاف در زیرساخت‌ها باید برطرف شود. عقب‌ماندگی به آن بخش اشاره دارد که در حال پیگیری است. سیاست‌های اصولی پهنای باند نیز در سند افق ۱۴۰۴ که در شورای عالی فضای مجازی تدوین شده، آمده است و مطابق با این سیاست‌ها، نسبت پهنای باند داخلی خدمات پایه فضای مجازی به پهنای باند خارجی باید ۷۰ به ۳۰ درصد باشد. او با بیان اینکه ۸۰ درصد زیرساخت ارتباطی مستقر شده و ثمره استقرار زیرساخت‌های ارتباطی این شبکه، همین خدماتی است که استفاده می‌شود، ادامه داد: اگر در بحران شیوع کرونا آموزش، سلامت، خرید و فروش بدون مشکل انجام شد، همگی به علت وجود زیرساخت ارتباطی شبکه ملی اطلاعات بود. اگر سال ۱۳۹۲ این بیماری شیوع پیدا می‌کرد چگونه دوام می‌آوردیم. در خصوص توسعه زیرساخت اطلاعاتی که مربوط به بحث پیام‌رسان بومی و موتور جست‌وجو می‌شود، معتقد بودیم که باید بخش خصوصی با حمایت دولت آن را اجرایی کنند، اما پس از فرمایش رهبری و نیز تصویب طرح کلان و سند معماری شبکه ملی اطلاعات، این تکالیف را پذیرفتیم و هم‌اکنون نیز آن را باجدیت پیگیری می‌کنیم.

به گزارش ایسنا، آذری جهرمی با بیان اینکه پیشرفت خوبی در این زمینه انجام شده و به زودی گزارش مکتوب آن را ارائه خواهیم کرد، افزود: دو جزء مهم شبکه ملی اطلاعات را تا قبل از پایان سال راهاندازی می‌کنیم که شامل افتتاح مرکز امنیت یکپارچه و منطقه ویژه ارتباطات برای تعاملات بین‌المللی می‌شود. به این ترتیب استقرار ۲۳ جزء زیرساختی شبکه ملی اطلاعات تکمیل خواهد شد.

وی در خصوص اختلاف آماری در مورد میزان پیشرفت شبکه ملی اطلاعات نیز گفت: ما در ابتدای دولت و طبق سند تبیین الزامات شبکه ملی اطلاعات، گزارشی از پیشرفت ۸۰درصدی شبکه را ارائه کرده‌ایم. هم‌اکنون نیز جمع‌بندی ما طبق سامانه کنترل پروژه نشان می‌دهد که ۹۰ درصد زیرساخت ارتباطی شبکه ملی اطلاعات استقرار یافته است. از سوی دیگر موضوع لایه محتوا و خدمات نیز در این شبکه دیده شده، اما همه آنها وظایف ما نیست و در آنجا نیز چالش‌های زیادی مطرح است.

وزیر ارتباطات با بیان اینکه بخش زیرساخت اطلاعاتی نیز تا پایان دولت استقرار می‌یابد، ادامه داد: ارزیابی مرکز ملی از پیشرفت زیرساخت اطلاعاتی شبکه ملی اطلاعات، ۲۵ درصد است که مربوط به چند ماه گذشته است، اما گزارش ارزیابی ما که روز گذشته دریافت شده، نشان می‌دهد که این پیشرفت به نیمه رسیده است که البته باید منتظر گزارش مرکز ملی بود. در هر صورت مرجع نهایی ارزیابی، مرکز ملی فضای مجازی است و ما نیز مستندات را در این زمینه منتشر می‌کنیم. خدشه‌ای در حوزه زیرساخت‌های ارتباطی وارد نبوده و تنها در نحوه اجرای زیرساخت‌های اطلاعاتی اختلاف نظرهایی وجود داشت.

به گفته آذری جهرمی، مردم چند شب قبل در فضای مجازی درباره صدای آژیر قرمز صحبت کردند و گفتند در مناطقی صدای آژیر قرمز شنیده و هواپیمایی نیز در آسمان دیده شده است. من همان زمان تلویزیون را روشن کردم و تمام شبکه‌های تلویزیون را گشتم هیچ کدام از شبکه‌ها درباره چنین چیزی صحبت نمی‌کردند. پس از حدود سه ساعت دیدم که صدا و سیما درباره این آژیر صحبت می‌کند. او با بیان اینکه وقتی پای فضای مجازی به میان می‌آید ساختار عملکردی تفاوت می‌کند، افزود: اگر به شیوه قدیم به این فضا نگاه کنیم، توسعه و پیشرفت نخواهیم کرد. فضای مجازی به اخبار سرعت می‌بخشد و این راهش نیست که با بستن این شبکه‌ها جلوی راه توسعه را بگیریم، بلکه باید محتوای مناسب ایجاد کنیم و اقدامات و عملکردمان را متناسب با این فضا پیش ببریم.

وزیر ارتباطات سپس به تماشای مسابقه فوتبال در اینستاگرام توسط کاربران اشاره کرد و گفت: مدتی قبل یک گزارش ورزشی پخش شد، مردم دوست داشتند این گزارش را در شبکه داخلی و با گزارش مجری محبوب‌شان بشنوند، اما این اتفاق رخ نداد بنابراین در حالی که می‌شد این برنامه را با ترافیک داخلی تماشا کنند، اما در شبکه خارجی پخش شد و ترافیک خارجی را به خود اختصاص داد. همیشه با بستن فضای مجازی نمی‌توان به نتیجه دلخواه رسید، گاهی چاره کار آزادکردن فضا است.

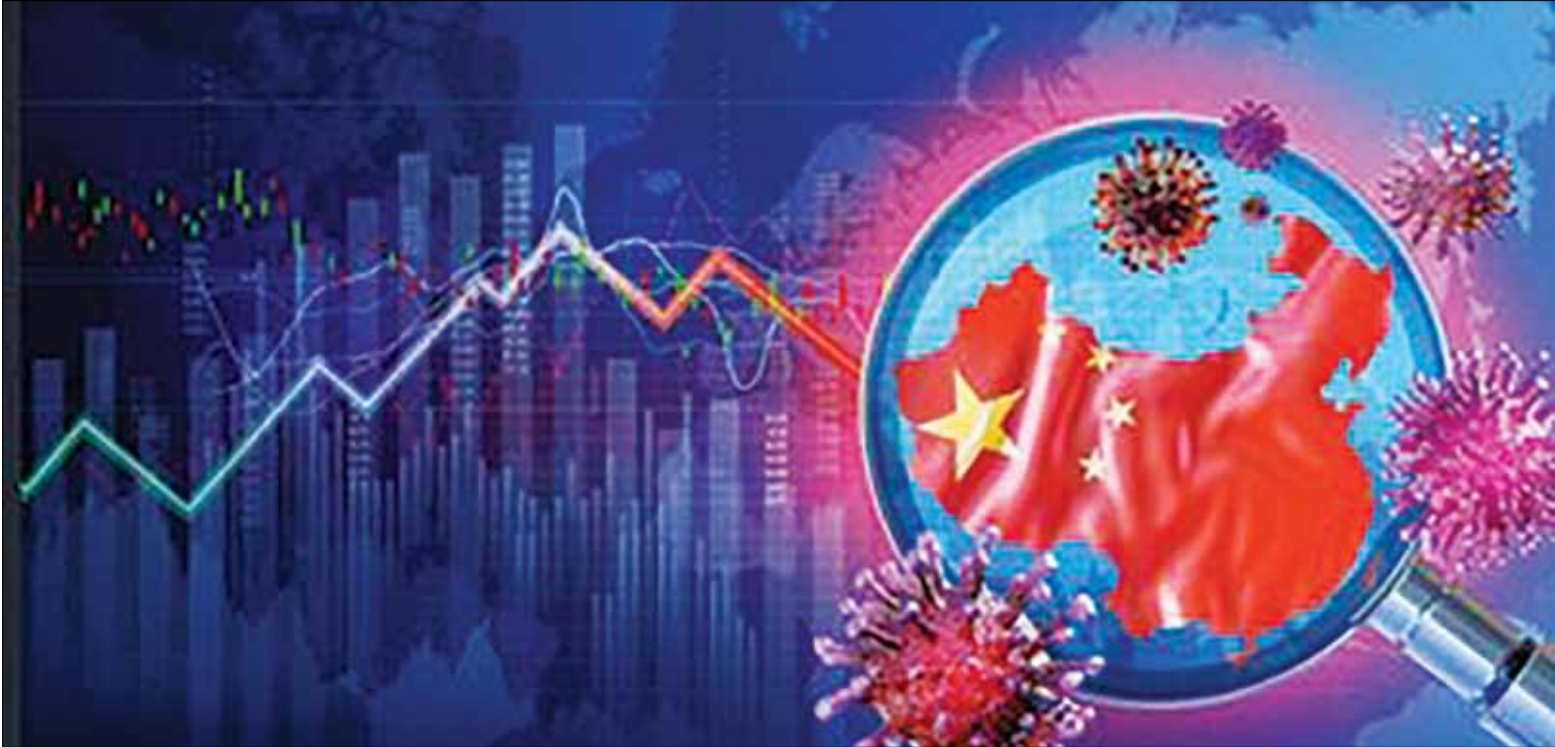
آذری جهرمی با بیان اینکه پهنای باند یک مسئله دستوری نیست که به مردم بگویم چه چیزی مصرف کنند، افزود: مصرف به ذائقه افراد برمی‌گردد و نمی‌توان به کسی زور کرد که چه چیزی مصرف کند. درباره پهنای باند، دو شکل نگاه وجود دارد. برخی می‌گویند دولت پهنای باند را افزایش ندهد چون بخش فرهنگی به تناسب آن رتقا پیدا نکرده است. عده‌ای می‌گویند کاری به فرهنگ نداشته باشیم و پهنای باند را بدون در نظر گرفتن این شاخصه توسعه بدهیم. تشکیل مرکز ملی به این دلیل بوده است که در این باره تصمیم بگیرد.

آذری جهرمی درباره آخرین وضعیت اتصال روستاها به اینترنت نیز گفت: بیش از ۹۵ درصد روستاهای کشور به شبکه پهن باند متصل هستند. ارزیابی‌های مختلف نشان می‌دهد ایران از نظر تعداد مشترک تلفن همراه و توسعه زیرساخت‌های ICT بالاترین دسترسی را دارد. البته پوشش روستایی پهن‌باند هنوز ضریب ۱۰۰درصدی ندارد و تمام تلاش ما بر این است که تا قبل از پایان دولت، پوشش ۱۰۰درصدی داشته باشیم.

وزیر ارتباطات در پایان درباره عدم دسترسی دانش‌آموزان به ابزارهای الکترونیکی مانند تبلت افزود: اکنون ۳میلیون دانش‌آموز به تبلت دسترسی ندارند، هزینه تامین تبلت برای آنها، ۹۰۰ میلیارد تومان است. برخی اعتقاد دارند، تامین این تبلت‌ها برعهده وزارت ارتباطات است، در حالی که بودجه تخصصی وزارت ارتباطات ۱۶۰۰ میلیارد تومان است، تقریبا یک ششم مبلغی که برای خرید تبلت نیاز است. البته ما تمام تلاش خودمان را کرده‌ایم، اما نیاز گسترده‌تر از اینهاست و اصلا به حوزه کاری وزارت ارتباطات برنمی‌گردد.

ارزش معاملات تجارت الکترونیکی در نیمه نخست امسال ۸ برابر شد

تجارت آنلاین ایران در بزنگاه کرونا



و ۸۱ درصد از واحدهای تجارت الکترونیکی دارای نماد اعتماد، علاوه بر وب‌سایت از شبکه‌های اجتماعی استفاده می‌کنند. از سوی دیگر، حدود ۸۶ درصد از واحدهای تجارت الکترونیکی، از سرمایه‌گذار شخصی به منظور توسعه خود استفاده می‌کنند و حدود ۴۳ درصد از واحدهای تجارت الکترونیکی از پست جمهوری اسلامی ایران به منظور ارسال و تحویل کالا استفاده می‌کنند. همچنین ۴۶ درصد از صاحبان واحدهای تجارت الکترونیکی دارای نماد اعتماد، بین ۳۰ تا ۴۰ سال سن دارند و ۷۵ درصد از ای‌نماهای اعطاشده در نیمه نخست سال ۹۹ مربوط به واحدهای تجارت الکترونیکی با ماهیت حقیقی بوده است.

موانع و چالش‌های تجارت الکترونیکی ایران

از سوی دیگر، شاخص‌های عملکرد تجارت الکترونیکی نشان از رشد مبلغ و تعداد تراکنش‌های تجارت الکترونیکی دارد، چنانچه ارزش اسمی معاملات تجارت الکترونیکی در نیمه نخست امسال نسبت به شش ماهه پارسال با رشد ۲۸۴ درصدی همراه بوده است. همچنین تعداد کل معاملات تجارت الکترونیکی با رشد ۵۲ درصدی نسبت به مدت زمان مشابه سال گذشته مواجه بوده که نشان‌دهنده استقبال بیشتر خریداران از خرید آنلاین و اینترنتی بوده است. بررسی ترکیب جمعیت‌شناسی این گزارش نیز نشان‌دهنده تعداد رو به رشد واحدهای تجارت الکترونیکی است، با این حال در نیمه نخست سال ۹۹ سهم زنان از مالکیت واحدهای تجارت الکترونیکی همچنان ثابت (۱۳درصد) و بسیار کمتر از مردان بوده است. علاوه بر این، بیش از ۸۶ درصد از واحدهای تجارت الکترونیکی از سرمایه شخصی خود جهت راهاندازی و توسعه استفاده می‌کنند. به طور کلی، سا در نظر گرفتن آمارهای ارائه‌شده در گزارش تجارت الکترونیکی ایران می‌توان گفت که وضعیت کشورمان به ویژه در حوزه زیرساخت‌های تجارت الکترونیکی از جمله ضریب نفوذ تلفن همراه و ضریب نفوذ اینترنت پهن‌باند، بالاتر از میانگین جهانی و منطقه است و این یعنی زیرساخت ارتباطی قابل قبولی برای رشد تجارت الکترونیکی ایران وجود دارد، اما با وجود اینکه تجارت الکترونیکی ایران در مسیر رشد و ترقی قرار دارد، اما همچنان با موانع و چالش‌هایی نظیر شرایط اقتصادی پرنوسان، ایجاد محدودیت‌های متعدد، سیاست‌گذاری‌های نادرست و عدم آموزش و اطلاع‌رسانی کافی به شهروندان درخصوص تجارت الکترونیکی رویه‌روست که بایستی برای رفع آنها تمهیدی اندیشید.

کرونا یعنی اسفندماه ۹۸ (نسبت به اسفندماه سال قبل) رشد ۲۳۶درصدی داشت. این روند روبه رشد در سال ۹۹ نیز ادامه یافت و گزارش تجارت الکترونیکی ایران نشان می‌دهد که مبلغ و تعداد تراکنش‌های تجارت الکترونیکی در نیمه نخست امسال چه رشد قابل توجهی داشته است. البته امسال برخلاف سال‌های گذشته به دلیل شیوع کرونا، گزارش مرکز توسعه تجارت الکترونیکی در بازه زمانی شش ماهه تهیه شده و انتظار می‌رود که تا چندی دیگر گزارش سالانه تجارت الکترونیکی ایران در آخرین سال قرن نیز منتشر شود.

براساس آنچه مرکز توسعه تجارت الکترونیکی گزارش داده، شدن ارزش معاملات الکترونیکی و تعدادنماهای اعتمادالکترونیکی صادره در شش ماهه اول امسال به ترتیب ۸۳ برابر و ۲ برابر شده است. در بخش زیرساخت تجارت الکترونیکی نیز ضریب نفوذ اینترنت به ۱۰۲ درصد رسیده که نسبت به شش ماهه پارسال رشدی ۹ درصدی را نشان می‌دهد. همچنین ضریب نفوذ تلفن همراه هوشمند به ۶۵ درصد رسید که از رشد ۲۰ درصدی حکایت دارد و حدود ۱۸۵ هزار گواهی امضای الکترونیکی نیز صادر شد که نشان‌دهنده رشد ۱۲۲ درصدی نسبت به شش ماهه سال گذشته است.

در بخش عملکرد تجارت الکترونیکی، ارزش اسمی معاملات تجارت الکترونیکی ۶۳۹ هزار میلیارد تومان برآورد شده که حاکی از رشد ۲۸۴ درصدی نسبت به مدت مشابه سال قبل است. ارزش حقیقی معاملات تجارت الکترونیکی نیز به یک هزار و ۱۱۰ میلیارد تومان رسید که نسبت به مدت زمان مشابه سال قبل ۲۱۷ درصد رشد داشته و مبلغ هر خرید الکترونیکی هم به طور میانگین ۴۱۷ هزار تومان برآورد شد که نسبت به شش ماهه پارسال ۱۵۲ درصد رشد را نشان می‌دهد. همچنین تعداد کل معاملات تجارت الکترونیکی حدود یک و نیم میلیارد فقره بوده که نسبت به مدت مشابه سال گذشته، ۵۲ درصد رشد داشته و تعداد معاملات الکترونیکی دولتی نیز حدود ۱۵۱هزار فقره بوده که نسبت به شش ماهه سال قبل، ۳۴ درصد رشد داشته است.

مختصات تجارت الکترونیک در آخرین سال قرن

مهمترین متغیر در گزارش تجارت الکترونیکی ایران بدون تردید شیوع کرونا بوده است. از اواخر بهمن ماه سال گذشته بود که ویروس کووید۱۹- همپای دیگر کشورهای جهان وارد کشورمان شد و سبک زندگی و مختصات تجارت الکترونیک را دگرگون کرد. پرواض است که شیوع کرونا تاثیر بسزایی در اقتصاد کشورها و همبطور بر تجارت الکترونیکی جهان داشته است. ایران هم از این ماجرا برکنار نبوده و با تایید شیوع کرونا در اواخر سال گذشته شاهد تغییراتی در روند تراکنش‌های خرید اینترنتی بودیم، چنانچه تراکنش‌های خرید اینترنتی در همان ماه نخست ورود

آیا با کاهش ۲۵درصدی تعرفه پهنای باند

اپراتورها اینترنت را ارزان می‌کنند؟

کشور نیز به ابتدایی‌ترین نیاز عصر دیجیتال یعنی پهنای باند باکیفیت وابسته است.

حال این سوال مطرح می‌شود که آیا کاهش ۲۵ درصدی تعرفه پهنای باند شاهد ارزان‌تر شدن اینترنت خواهیم بود؟ حسین فلاح جوشقانی، رئیس سازمان تنظیم مقررات و ارتباطات رادیویی کشور (رگولاتوری) درباره جزئیات کاهش تعرفه پهنای باند زیرساخت به ایرنا می‌گوید: در دنیا منطقی وجود دارد که وقتی مصرف بالا می‌رود تعرفه پایین می‌آید. با توجه به افزایش مصرف، پس از ارزیابی‌های انجام شده به این نتیجه رسیدیم که قیمت پهنای باندی که اپراتورها از زیرساخت می‌گیرند ۲۵ درصد کاهش پیدا کند. کمیسیون تنظیم مقررات با تصویب این مصوبه سازمان را نیز موظف کرد که درخصوص تاثیر این مصوبه برای کاربران موضوع را از اپراتورها پیگیری و نتیجه را گزارش کند.

معاون وزیر ارتباطات با بیان اینکه بخش کاهش هزینه برای اپراتورها که مربوط به دولت است، با این مصوبه انجام شده است، افزود: درباره اثر این مصوبه بر هزینه کاربران پس از بررسی و اعلام گزارش به کمیسیون نتیجه اعلام خواهد شد.

رئیس رگولاتوری درباره اینکه آیا می‌توان انتظار داشت که به واسطه این کاهش تعرفه، هزینه بسته‌های اینترنت مشترکان همراه و ثابت نیز کاهش پیدا کند، گفت: دولت قدمی که می‌توانست برای کاهش هزینه‌های اپراتورها بردارد را برداشته است و اکنون باید اپراتورها در این خصوص اقدام کنند. اپراتورها باید در چارچوب‌هایی که مصوبات کمیسیون برای آنها مشخص کرده، تعرفه‌های خود را اعلام کنند. دولت تلاش خود را از اپراتورها پیگیری و نتیجه را کار گرفت و حالا باید منتظر پیشنهاد اپراتورها باشیم. این مصوبه امروز (دوشنبه) به اپراتورها اعلام شده است و به زودی اجرایی می‌شود.

البته مزایای افزایش پهنای باند تنها در امور اقتصادی خلاصه نمی‌شود. بلکه می‌تواند به عنوان زیرساختی برای سایر امور از جمله امور آموزشی و سلامت مطرح باشد. به‌عنوان نمونه، پهنای باند بیشتر، به‌معنای دسترسی دانش‌آموزان و معلمان و همچنین دانشجویان و استادان در نقاط مختلف، به سامانه‌های آموزش آنلاین است تا فرآیند آموزش در شرایط بحرانی مانند همه‌گیری کرونا متوقف نشود. علاوه بر این، در جدیدترین تصمیم‌گیری حوزه سلامت یعنی حذف دفترچه‌های کاغذی خدمات درمانی نیز لازم است پوشش و کیفیت اینترنت بهبود پیدا کند بنابراین علاوه بر اقتصاد، آموزش، سلامت و سایر ابعاد توسعه

راه و مسکن



وزیر راه و شهرسازی اعلام کرد

واردات واکسن کرونا از هفته آینده

در حالی که در روزهای گذشته مسئولان وزارت بهداشت از تایید واکسن روسی برای واردات به کشور خبر داده و گفتند که این واکسن به زودی به ایران وارد می‌شود، حالا وزیر راه و شهرسازی از انجام نخستین پرواز برای واردات اولین محموله واکسن کرونا از روسیه تا هفته آینده خبر داده و می‌گوید: مقدمات لازم برای انجام این پروازها انجام شده و هیچ مشکلی در این زمینه نداریم.

به گفته محمد اسلامی، براساس مذاکرات و هماهنگی‌های صورت گرفته تا هفته آینده نخستین پرواز برای واردات نخستین محموله واکسن کرونا از روسیه انجام می‌شود.

او در پاسخ به این سوال که میزان واکسن واردشده و پروازهای موردنیاز برای آن چقدر است، گفت: هر مقداری که وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی بخواهد و تایید کند به کشور وارد خواهد شد و برنامه‌ریزی‌های لازم برای انجام این پروازها صورت خواهد گرفت. بر این اساس، محموله اول تا هفته آینده با پروازی ویژه به کشور وارد خواهد شد و با حجم کم آغاز خواهیم کرد و در ادامه با تایید وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی، دیگر پروازها نیز انجام خواهد شد.

کرونا خرید و فروش مسکن را راکد کرد

ریزش قیمت ملک در ترکیه و دبی

بررسی‌ها نشان می‌دهد که میانگین قیمت مسکن در کشورهای مقصد ایرانیان از جمله ترکیه، ارمنستان و دبی در دوران کرونا کاهش قابل توجهی داشته است.

به گزارش خبرآنلاین، ترکیه یکی از محبوب‌ترین کشورهای خاورمیانه برای خرید ملک در میان ایرانیان به شمار می‌آید. محبوبیت خانه‌های ترکیه در میان ایرانیان به قدری است که طبق گفته قلی خسروی نایب رئیس اتحادیه مشاوران املاک ایرانیان در سال گذشته تنها در شهر ازمیر این کشور ۸ هزار خانه خریداری کرده‌اند. در میان دلایل محبوبیت خرید خانه در ترکیه می‌توان به کاهش ارزش لیر در برابر دلار آمریکا و همچنین برنامه ویزای طلایی ترکیه اشاره کرد که نه تنها موجب اشتیاق اتباع ایرانی برای خرید خانه در این کشور شده بلکه طبق آخرین برآوردهای صورت گرفته تنها در ماه جولای سال ۲۰۱۹ نزدیک ۴ هزار و ۱۹۰ خانه به اتباع خارجی فروخته شده است و اغلب خریداران خانه در این کشور آلمانی هستند و در این بین استانبول با سهم هزار و ۹۰ واحدی محبوب‌ترین شهر در میان شهروندان خارجی شناخته شده است.

اما با وجود هجوم خریداران خارجی به بازار املاک ترکیه افزایش تقاضا نتوانست از ریزش قیمت‌ها و رکود به وجود آمده تحت پاندمی کرونا در این کشور جلوگیری کند به طوری که طبق آخرین برآوردها میانگین قیمت مسکن در ترکیه طی یک سال اخیر نزدیک به ۳۸ درصد کاهش یافته است.

شهرهای موغله، استانبول، ازمیر، چناق قلعه و بالیکسیر ازجمله گران‌ترین شهرهای ترکیه هستند که میانگین قیمت مسکن به ترتیب در شهرهای موغله، استانبول و ازمیر ۷۴۶ دلار، ۷۰۳ دلار و ۴۷۷ دلار تخمین زده شده است. همچنین سهم خارجیانی که در املاک و مستغلات در استانبول سرمایه‌گذاری می‌کنند ۴۴ درصد و سهم این افراد در آنتالیا ترکیه ۲۱ درصد تخمین زده شده است.

ارمنستان یکی دیگر از مقاصد ایرانیان برای خرید ملک طی چند سال اخیر بوده است؛ اتباع خارجی می‌توانند صاحب صد درصدی ملک خود در این کشور باشند و از جمله دلایلی که خانه‌های این کشور بین اتباع خارجی بسیار محبوب شده است می‌توان به قوانین مالیاتی این کشور اشاره کرد که بر حسب آن ارمنستان مالیاتی بر روی املاک و مستغلات خود وضع نکرده است. بازار املاک و مستغلات ارمنستان طی سال‌های ۲۰۰۲ تا ۲۰۰۸ رشد چشمگیری داشته است و طبق آخرین برآوردها میانگین قیمت ملک در این کشور رشد ۵۷۰ درصدی را در این سال‌ها تجربه کرده است، اما با وقوع بحران جهانی میانگین قیمت ملک در این کشور نیز روند ریزی را در پیش گرفت.

طی سال‌های ۲۰۱۷ تا ۲۰۱۹ روند قیمت‌ها در بازار مسکن این کشور دوباره صعودی شد و در سال ۲۰۱۷ میانگین قیمت مسکن در این کشور ۱۸۸ و در سال ۲۰۱۸ نزدیک به ۱۵۷ درصد رشد کرد، اما با پاندمی کرونا مسیر بازار مسکن ارمنستان تغییر کرد و به طور میانگین قیمت مسکن در سال ۲۰۲۰ در این کشور با ریزش ۶ درصدی مواجه شد و بیشترین ریزش قیمت مسکن در سال ۲۰۲۰ نیز مختص ماه‌های پایانی آن است و پیش‌بینی می‌شود ریزش قیمت‌ها در ارمنستان در ماه‌های اولیه سال جاری نیز ادامه پیدا کند.

سومین مقصد ایرانیان برای خرید خانه که طی سال ۲۰۲۰ از ریزش قیمت‌ها در امان نمانده است نیز کشور دبی است که میانگین قیمت مسکن در این کشور در سال گذشته کاهش ۲،۱ درصدی را تجربه کرده است؛ گفتنی است که تنها در سه ماه ابتدایی سال ۲۰۲۰ میانگین قیمت مسکن در دبی ۳،۵ درصد کاهش داشته است.

طبق آخرین برآوردها قبل از کشف واکسن کرونا پیش‌بینی‌ها حاکی از ریزش ۵ درصدی قیمت مسکن طی سال ۲۰۲۱ در این کشور بوده است، اما در حال حاضر چشم‌انداز اقتصادی دبی با کشف واکسن کرونا تغییر کرده است و کارشناسان بر این باورند که با بهبود شرایط اقتصادی به احتمال زیاد ریزش قیمت‌ها در این کشور در سال ۲۰۲۱ با سرعت کمتری ادامه پیدا کند و به احتمال زیاد میانگین قیمت مسکن در دبی در سال ۲۰۲۱ نزدیک به ۲،۱ درصد کاهش خواهد یافت.



اقتصاد ایران در آستانه تحویل قرن به کدام سو می‌رود؟

تریلوژی فقر، نابرابری و بیکاری

که در سال ۱۳۹۵ میانگین سن مردان فوت شده ۶۱،۹ سال و زنان ۶۵،۲ سال بوده که در تابستان امسال به ترتیب به ۶۴،۷ سال برای مردان و ۶۸،۳ سال برای زنان رسیده است. براساس داده‌های ثبت احوال کشور، در تابستان امسال بالغ بر ۱۳۰ هزار و ۸۷۹ ایرانی شامل ۷۳ هزار و ۹۷۰ مرد و ۵۶ هزار و ۹۰۹ زن جان خود را از دست داده‌اند که نسبت به تابستان سال گذشته تعداد مرگ و میرها ۳۸ درصد رشد کرده که علت اصلی این جهش مرگ در کشور، شیوع بیماری کرونا اعلام شده است.

در تابستانی که گذشت، همچنین ۱۶۱ هزار و ۵۵۶ هزار فقره ازدواج در ایران به ثبت رسید و در سوی مقابل، ۴۸ هزار و ۱۲۲ زوج هم زندگی‌شان به طلاق کشیده شد. این یعنی در مقایسه با تابستان سال گذشته ازدواج رشدی ۶ درصدی و طلاق رشد ۷ درصدی داشته است. نکته جالب دیگر اینکه میانگین سن ازدواج در شهرهای ایران در حال بالا رفتن است و در سراسر کشور میانگین سن ازدواج ۲۷،۷ سال در بین مردان و ۲۳،۴ سال در بین زنان گزارش شده است.

به گفته مرکز آمار ایران، جمعیت فعال ۱۵ساله و بیشتر نیز در بازه زمانی سه ساله ۱۳۹۵ تا ۱۳۹۸، روندی صعودی داشته و در تابستان امسال به ۲۶ میلیون نفر رسیده است که نسبت به فصل بهار ۵۵۱ هزار نفر بر تعداد جمعیت فعال افزوده شده، اما نسبت به تابستان سال گذشته ۱،۶ میلیون نفر از تعداد آن کاسته شده است. همچنین جمعیت شاغل کشور در سال ۱۳۹۵ برابر با ۱۳ میلیون و ۵۷۹ هزار نفر و در سال ۱۳۹۸ برابر با ۲۴ میلیون و ۲۷۴ هزار نفر برآورد شده است که نشان می‌دهد یک میلیون و ۷۵۰ هزار نفر به جمعیت دارای شغل ایران در این مدت افزوده شده و در تابستان امسال هم نسبت به بهار گذشته ۵۷۹ هزار نفر دیگر شاغل شده‌اند، بااین حال نسبت به تابستان پارسال از جمعیت شاغل ایران بیش از ۱،۲ میلیون نفر کاسته شده که نشانه‌ای از آثار نمایان بحران کرونا بر بازار کار ایران است. برآورد مرکز آمار ایران این است که نسبت اشتغال در ایران از ۳۷،۸ درصد در سال ۱۳۹۵ به ۳۹،۴ درصد در سال ۱۳۹۸ بهبود

فرصت امروز: در حالی که کمتر از ۵۰ روز تا پایان سال ۹۹ باقی است، به نظر می‌رسد فقر، نابرابری و بیکاری همچنان تریلوژی اقتصاد ایران در آستانه تحویل قرن به شمار می‌رود. طبق گزارشی که مرکز آمار ایران در ابتدای این هفته منتشر کرد، اگرچه دسترسی شهروندان ایرانی به برخی از خدمات رفاهی نظیر اینترنت به نحو مطلوبی در سال‌های گذشته افزایش یافته، اما کیفیت زندگی ایرانیان همچنان با مشکلات و چالش‌های جدی از جمله فقر، نابرابری شدید درآمدی و بیکاری مواجه است. یعنی هر چقدر اقتصاد ایران در سال‌های اخیر با تبعات تحریم مواجه بود، حالا در یک سال گذشته بحران کرونا نیز مزید بر علت شده و مصاف ویروس و اقتصاد، چالش‌های جامعه ایرانی را دوچندان کرده است.

انتشار این گزارش مستند و جامع از وضعیت جامعه ایران مطمئناً می‌تواند در سال‌ها و دهه‌های آینده ملایک بسیاری از پژوهش‌ها و مطالعات در شروع قرن جدید باشد. این مطالعه با عنوان «گزارش وضعیت اجتماعی و فرهنگی ایران» در ۱۰ فصل منتشر شده و ابعاد اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جامعه ایرانی را دربر می‌گیرد. گزارشی که نشان می‌دهد جمعیت ایران رو به پیر شدن است و میل ایرانیان به فرزندآوری هم در روستاها و هم در شهرها به شدت کاهش یافته است، چنانچه «تعداد تولدهای ثبت شده در سال ۱۳۹۵ بیش از یک میلیون و ۵۲۸ هزار نفر بوده که در سال ۱۳۹۸ به یک میلیون و ۱۹۶ هزار نفر یعنی ۳۳۲ هزار نفر کمتر رسیده است. نتیجه اینکه الگوی کاهشی شدن تعداد فرزندآوری در هر دو مناطق شهری و روستایی تکرار شده و تعداد متولدین در بهار امسال هم ۱۹ هزار و ۵۰۰ نفر بوده که در تابستان گذشته به ۳۰۰ هزار نفر رسیده بود.»

البته در این گزارش همچنان که گزارش‌های جهانی هم نشان می‌دهد، طول عمر ایرانیان افزایش یافته است. آمارهای رسمی از افزایش طول عمر ایرانیان به‌ویژه در بین زنان ایرانی حکایت دارد، به گونه‌ای که میانگین سنی فوت‌شدگان از ۶۳،۳ سال در سال ۱۳۹۵ به ۶۶،۳ سال در تابستان ۱۳۹۹ رسیده یعنی افزایش سه ساله طول عمر ایرانیان با این توضیح مهم

اراقم بودجه باز هم در مجلس رشد کرد

جادوی ۳۰۰ هزار میلیاردی

بودجه شرکت‌ها و بانک‌ها سقف کلی بودجه را تشکیل می‌دهد، اما در مصوبه مجلس سقف کلی بودجه با رشد ۱۲ درصد به ۲۷۴۴ هزار میلیارد تومان رسیده است؛ به طوری که بودجه شرکت‌های دولتی و بانک‌ها تغییری نداشته ولی بودجه عمومی با رشد ۳۳ درصدی به ۱۲۳۸ هزار میلیارد تومان افزایش یافته است.

در بخش بودجه عمومی نیز منابع عمومی ۸۴۱ هزار میلیارد تومان بود که از درآمدها (مالیات و سایر درآمدها) با رقم ۳۱۷ هزار میلیارد تومان، واگذاری دارایی‌های سرمایه‌ای (فروش نفت و فرآورده‌ها و واگذاری اموال دولتی) ۲۲۵ هزار میلیارد تومان و واگذاری دارایی‌های مالی (واگذاری سهام و انتشار اوراق) با ۲۹۸ هزار میلیارد تومان تشکیل شده بود. در جریان مصوبات کمیسیون تلفیق منابع عمومی بودجه دولت از رقم ۸۴۱ هزار میلیارد تومان در لایحه با رشد ۳۵ درصدی به ۱۱۴۳ هزار میلیارد تومان رسیده است که افزایش ۳۰۲ هزار میلیارد تومانی دارد.

البته اینکه این ۳۰۲ هزار میلیارد تومان از کجا آمده باید گفت که در اجزای تشکیل‌دهنده منابع عمومی، واگذاری دارایی سرمایه‌ای با رشد ۵۵ درصدی از ۲۲۵ هزار میلیارد تومان به ۳۴۹ هزار میلیارد تومان افزایش دارد که در این بخش درآمد نفتی از ۱۹۹ هزار به حدود ۲۳۰ هزار میلیارد تومان رسیده است، درآمدهای عمومی با رشد ۲۳۰ درصدی بر عدم تحقق رقم پیش‌بینی شده بود اکنون عامل رشد سقف بودجه شده است.

افزایش درآمد نفتی عمدتاً به دلیل تغییری است که مجلس در نرخ تسعیر ارز ایجاد کرد؛ به گونه‌ای که از صادرات ۲،۳ میلیون بشکه در روز سهم دولت را کاهش داد ولی نرخ ۱۱ هزار و ۵۰۰ تومان پیشنهادی دولت را به ۱۷ هزار و ۵۰۰ تومان افزایش داد؛ موضوعی که دولت با آن به دلیل تبعات آن به ویژه تورم موافق نبود. همچنین درآمدها ۴۲۹ هزار میلیارد تومان مصوب شده که نسبت به رقم ۳۱۷ هزار میلیارد تومانی لایحه ۳۸،۴ درصد افزایش دارد که بخشی از این افزایش به رشد

یادداشت

انتظارات بورس از رئیس جدید

ادامه از صفحه اول

این موضوع می‌تواند با سرعت بیشتری پیگیری و عملیاتی شود. در کنار آن حضور مستمر رئیس سازمان در جلسات هیأت دولت که می‌تواند به عنوان یک مطالبه اصلی اهالی بازار سرمایه پیگیری شود.

توجه بیشتر به توسعه و تعمیق رویکرد تامین مالی در بازار سرمایه از طریق روش‌های مختلف در کنار نقدشوندگی بازار و رونق معاملات ثانویه که به دلیل ورود نقدینگی مناسب به بازار طی سال جاری صورت گرفته، لازم است صورت گیرد. همچنین ایجاد ارتباط متمرکز بین بازار سرمایه و بخش واقعی اقتصاد از جهت تامین مالی بنگاه‌ها، موسسات و شرکت‌های خصوصی بسیار ضروری و حیاتی است. در این خصوص استفاده از ظرفیت انواع اوراق و ابزارهای تامین مالی اسلامی در کنار سایر روش‌های مرسوم و متداول می‌تواند زمینه‌ساز حرکت اقتصاد ایران در فضای رکودی فعلی باشد.

بر طبق شواهد علمی، مسیر توسعه و پیشرفت اکثر بازارهای مالی و بورس‌های معتبر در جهان، از طریق به کارگیری گسترده انواع ابزارهای مالی نوین شامل انواع مشتقات مالی (از جمله قراردادهای آتی و اختیار معاملات) و ابزارهای جدیدی مانند فروش تعهدی (فروش استقراضی) می‌گذرد. این موضوع می‌تواند از نظر کارایی عملیاتی و اطلاعاتی آثار فراوان مثبتی را در بازار سرمایه داشته باشد و در شرایط فعلی و با توجه به نوسانات شدید صعودی و نزولی بازار، توسعه و استفاده از این ابزارها اقدامی در جهت ثبات و تعادل بازار باشد.

ایجاد هماهنگی و همکاری بین نهادهای مالی و شرکت‌های کارگزاری با بخش‌های مبتنی بر فناوری اطلاعات بازار سرمایه در جهت گسترش و رونق معاملات و همچنین جلوگیری از مشکلات احتمالی برای سرمایه‌گذاران بر طبق تجربیات حاصل شده در چند ماه ابتدایی امسال، از نکات مهم دیگری است که پیشنهاد می‌شود دهقان دهنوی به آن توجه داشته باشند. در آخر با توجه به تجربیات موفق جهانی پیشنهاد می‌شود، توجه به بهبود زیرساخت‌های مبتنی بر فناوری اطلاعات در کل مجموعه بازار سرمایه و همچنین توجه به آموزش و تربیت منابع انسانی در بازار به عنوان دو راهبرد اصلی مدنظر قرار گیرد و قطعاً این دو موضوع می‌توانند در آینده دو بال پرواز و اوج‌گیری بازار سرمایه در عرصه اقتصادی کشور باشند.

به گفته این کارشناس بازار سرمایه، حرکت صعودی دلار در شرایط کلی بازار بی‌تاثیر نبوده و در کنار دیگر عوامل، زمینه صعود بازار سهام را فراهم کرده است. به نظر می‌رسد دلار برای چند روز آینده مثبت باشد، اما این احتمال وجود دارد که دوباره شاهد ریزشی در بازار دلار باشیم و نرخ آن به کمتر از ۲۰ هزار تومان برسد.

او با بیان اینکه قیمت واقعی دلار در وضعیت فعلی بین ۲۱ تا ۲۲ هزار تومان است، تاکید کرد: از نظر تکنیکالی و جو حاکم در بازار احتمال اینکه دلار تا کمتر از نرخ ۲۰ هزار تومان کاهش پیدا کند وجود دارد. به طور معمول روند قیمتی دلار در ایران به گونه‌ای بوده است که برای یک یا دو سال روند افزایشی داشته اما بعد از آن برای مدتی طولانی متعادل بوده است.

احتمال تاثیر منفی ریزش دلار بر بازار سرمایه

وی با اشاره به اینکه یکی از مسائل تهدیدکننده در معاملات بورس، احتمال تاثیر منفی ریزش دلار بر روند بازار است، گفت: اگر افت شدید قیمت دلار در ریزش‌هایی که بازار تا چند وقت گذشته تجربه کرده است پیش‌خور شده باشد، در این صورت می‌توان گفت با افت قیمت دلار بازار سهام افت نمی‌کند و تاثیری از این موضوع نمی‌گیرد. به گفته کلاهچی، اکنون بازار دوباره به سمت سهام شرکت‌های بزرگ پیش رفته است، اما اگر دلار با روند نزولی همراه شود باید بر روی سهام شرکت‌های کوچک متمرکز شد و ممکن است سهام شرکت‌های بزرگ همسو با افت قیمت دلار در مسیر کاهش قرار بگیرند. البته این موضوع طبیعی است که وقتی بازار بعد از ریزشی پر قدرت و پرشتاب به روند صعودی باز می‌گردد با افزایش عرضه همراه شویم و شاهد خروج سهامداران از بازار باشیم.

این کارشناس بازار سرمایه با بیان اینکه از دیدگاه بلندمدت بازار بورس مستعد رشد است، گفت: شرکت‌های تولیدی حاضر در بورس با یک سوم ظرفیت خود در حال تولید هستند و همچنین تولید برخی از آنها بسیار ناچیز است اما با توجه به مطرح شدن بحث برجام و برداشته شدن تحریم‌ها ضمن افزایش تولید و سودآوری شرکت‌ها، صادرات از سر گرفته می‌شود که این موضوع می‌تواند کمک‌کننده به کلیت بازار باشد.

کلاهچی ادامه داد: بازار تا خرداد سال ۱۴۰۰ و نزدیک انتخابات ریاست جمهوری ایران مثبت است، اما سهامداران نباید در انتظار رشد پرشتاب شاخص بورس باشند بلکه فقط کلیت بازار می‌تواند مثبت باشد و مسیر معاملات بازار روندی معقول و منطقی خواهد بود. سطح یک میلیون و ۳۰۹ هزار واحد و یک میلیون و ۴۵۰ هزار واحد در شاخص کل به عنوان مقاومتی جدی تلقی می‌شوند که در صورت شکسته شدن این مقاومت‌ها می‌توان به ادامه رشد بازار خوش‌بین بود، اما تا زمانی که این محدوده‌ها شکسته نشود نمی‌توان در انتظار رشد مداوم شاخص بورس باشیم.

بورس تهران پس از ۲ روز سبزیپوشی ۱۷ هزار واحد افت کرد

افت دسته‌جمعی شاخص‌ها



فرصت امروز: سرانجام پس از رشد ۳۹ هزار واحدی شاخص بورس در روز شنبه و رشد ۳ هزار واحدی در روز یکشنبه، بورس تهران در سومین روز هفته قرمزپوش شد و افتی ۱۷ هزار واحدی را تجربه کرد. در این روز همه شاخص‌ها روندی نزولی داشتند و شاخص کل با کاهش ۱۷ هزار ۴۸۲ واحدی تا رقم یک میلیون و ۲۳۳ هزار واحد عقب رفت. شاخص کل هم وزن با یک هزار و ۹۱۸ واحد کاهش به ۴۲۹ هزار و ۶۱۸ واحد و شاخص قیمت هم وزن با یک هزار و ۲۵۴ واحد افت به ۲۸۰ هزار و ۹۸۱ واحد رسید. شاخص بازار اول ۱۷ هزار و ۵۸۰ واحد و شاخص بازار دوم ۱۸ هزار و ۶۵۸ واحد کاهش داشت. در معاملات این روز بیش از ۸ میلیارد و ۸۴۹ میلیون سهم، حق تقدم و اوراق بهادار به ارزش ۹۹ هزار و ۲۵۵ میلیارد ریال داد و ستد شد.

نمادهای شرکت سرمایه‌گذاری تامین اجتماعی (شستا)، بانک تجارت (وتجارت)، پالایش نفت اصفهان (شپنا)، سایپا (خسایپا)، صنعتی زرمکارون (غزر)، ایران خودرو (خودرو) و پالایش نفت تهران (شتران) از جمله نمادهای پرریننده بودند. گروه خودرو هم در معاملات سیزدهمین روز بهمن ماه صدرنشین برترین گروه‌های صنعت شد و در این گروه ۲ میلیارد ۷۴ هزار برگه سهم به ارزش ۸ هزار و ۶۱۰ میلیارد ریال داد و ستد شد. در آن سوی بازار سرمایه نیز شاخص فرابورس بیش از ۲۰۶ واحد کاهش داشت و بر روی کانال ۱۷ هزار و ۸۳۶ واحد ثابت ماند. در این بازار ۲ میلیارد و ۱۹۱ هزار برگه سهم به ارزش ۱۰۸ هزار و ۱۱۲ میلیارد ریال دادوستد شد.

سمت و سوی حرکت بورس در ادامه بهمن

پس از آنکه شاخص بورس تهران در روز شنبه بیش از ۳۹ هزار واحد و در روز یکشنبه بیش از ۳ هزار واحد رشد کرد و به نیمه کانال یک میلیون و ۲۰۰ هزار واحد رسید، در روز دوشنبه روندی نزولی داشت و همه شاخص‌ها کاهش پیدا کردند. این در حالی بود که بیشتر سهامداران با توجه به روند رو به رشد بورس در دو روز ابتدای این هفته انتظار سبزیپوشی بورس را داشتند. البته نوسان قیمت دلار نیز در این موضوع بی‌تاثیر نبود و با رشد قیمت دلار در این هفته و رسیدن نرخ آن به کانال ۲۴ هزار تومان شاهد رشد شاخص بورس بودیم، اما با توجه به صحبت‌هایی که رئیس کل بانک مرکزی یکشنبه شب در برنامه گفت‌وگوی ویژه خبری مطرح کرد و از رسیدن نرخ دلار به زیر ۲۰ هزار تومان صحبت کرد، شاید این سیگنال در افت بورس بی‌اثر نبوده است.

در این باره، یک کارشناس بازار سرمایه معتقد است: ورود نقدینگی به بازار که از ابتدای هفته آغاز شده، می‌تواند بازار را برای مدتی در مدار صعودی نگه دارد و شاهد رشد شاخص کل باشیم. سهیل کلاهچی به روند صعودی شاخص بورس در ابتدای هفته اشاره کرد و به ایرنا گفت: معاملات بورس در هفته گذشته از لحاظ ورود و خروج نقدینگی به بازار از سمت حقیقی‌ها چندان تعریفی نداشت، اما روز یکشنبه تا حدودی شاهد ورود پول حقیقی‌ها به بازار بودیم که این موضوع را می‌توان به عنوان نکته‌ای مثبت در بازار برداشت کرد.

او با بیان اینکه اکنون در بازار، بسیاری از سهم‌ها به خصوص سهام

شاخص‌ساز در نقاط حمایتی خوبی قرار دارند، گفت: یکی از قابل‌توجه‌ترین گروه‌ها در بازار گروه پالایشی است که روند معاملات آن در چند روز گذشته مثبت بوده است که در نهایت روز یکشنبه از نقاط حمایتی خود عبور و شروع به حرکت کردند.

این کارشناس بازار سرمایه به دیگر عامل تاثیرگذار در روند صعودی معاملات بورس اشاره کرد و افزود: تغییر ریاست در روند صعودی بازار بی‌تاثیر نبوده است، براساس تجربیات گذشته همیشه در طول تاریخ بعد از تغییر ریاست سازمان بورس، بازار برای چند روزی مثبت است که این موضوع می‌تواند کمک‌کننده در تغییر مسیر شاخص بورس و بازگشت دوباره بازار به مدار صعودی باشد.

کلاهچی نرخ دلار را به عنوان دیگر عامل تاثیرگذار در بازگشت روند صعودی به معاملات بورس عنوان کرد و ادامه داد: چند وقت گذشته نرخ دلار با روند نزولی همراه شد و تا محدوده ۲۱ هزار تومان کاهش پیدا کرد، در حالی که اکنون دوباره دلار در مسیر صعودی قرار گرفته و وارد کانال ۲۴ هزار تومان شده است.

شرکت سازه‌های زوب آهن اصفهان

زوب آهن

بر ایرانیان سربلند مبارک باد

زوب آهن صنعت فولاد

برقده و فنار صنعت فولاد

ایران

تثبیت سودآوری شرکت زوب آهن اصفهان بزرگ چهارمین سال متوالی در سال ۹۹

خروج از زیان انباشته

بازسازی کوره بلند شماره یک با توان داخلی

کسب مدال ملی صادرات

انتقاد اولیه از قرارداد صادراتی فروش ریل و تامین ریل مورد نیاز

جهت ۶ مسیر ریل در حال ساخت کشور

شرکت انتقال گاز ایران

منطقه ۹ عملیات انتقال گاز

آگهی فراخوان مناقصه - شماره فراخوان سامانه

ستاد: ۲۰۹۹۰۹۱۸۶۱۰۰۰۰۲۱

شماره مناقصه: ۸۸۷۹۰۰۲۶

شماره مجوز: ۱۳۹۹۰۶۵۴۷

منطقه ۹ عملیات انتقال گاز در نظر دارد پروژه با مشخصات زیر را به پیمانکاران ذیصلاح و واجد شرایط واگذار نماید. داوطلبان می‌توانند جهت رویت اطلاعات کامل به سایت شرکت انتقال گاز ایران (www.mgc.ir) در گاه منطقه ۹ عملیات، بخش آگهی مناقصات مراجعه نمایند.

۱- نام و نشانی دستگاه مناقصه‌گزار: شرکت انتقال گاز ایران (منطقه ۹ عملیات انتقال گاز) ساری بلوار طالقانی، ترسیده به میدان خلیل احمد تلعن: ۰۱۱۳۳۸۰۵۶۱۳-موضوع و محل اجرای پروژه: تهیه و طرح غذا و اداره غذاخوری های منطقه ۹ سال ۱۴۰۰-استان های مازندران، گلستان و گیلان

۲- مبلغ تضمین شرکت در فرایند ارجاع گاز: ۲۲/۱۵۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال به صورت یکی از تضمین مذکور در جدول شماره ۴ این نامه تضمین در معاملات دولتی

۳- برآورد تقریبی مناقصه و مبنای آن: ۲۲/۰۰۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال بر اساس هزینه اجرای خدمات و قیمت بازار

۴- محل، زمان و مهلت دریافت اسناد مناقصه: از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) مورخ ۹۹/۱۱/۱۸ الی ۹۹/۱۱/۲۰ صرفاً از طریق سامانه ستاد امکان دریافت اسناد مناقصه امکان پذیر است.

۵- تحویل پیشنهادات و اسناد مناقصه: تا مورخ ۹۹/۱۲/۰۵ صرفاً از طریق سامانه ستاد بازگاری اسناد امکان پذیر است.

۶- محل و زمان گشایش پیشنهادات: ساری - بلوار طالقانی، ترسیده به میدان خلیل احمد - سالن کنفرانس ساختمان مرکزی منطقه ۹ عملیات انتقال گاز - تاریخ گشایش پیشنهادات متعاقباً در سامانه ستاد اعلام خواهد شد.

۷- تاریخ کنش پیشنهادات متعاقباً در سامانه ستاد اعلام خواهد شد.

۸- مهلت اعتبار پیشنهادات: ۳ ماه که برای یک دوره ۳ ماهه دیگر از طرف کارفرما قابل تمدید است.

۹- فرآیند مناقصه: یک مرحله ای با ارزیابی کیفی

۱۰- شرایط شرکت در مناقصه: الف) ارائه مجوز رسمی از وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی در زمینه طرح غذا (ب) دارا بودن روزنامه رسمی و آخرین تغییرات شرکت (ج) دارا بودن گواهینامه صلاحیت ایمنی پیمانکاری از وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی

تذکر: قیمت‌ها متناسب با کالای ساخت داخلی با لحاظ کیفیت، ارائه گردد.

تاریخ انتشار نوبت دوم: ۹۹/۱۱/۱۵

تاریخ انتشار نوبت اول: ۹۹/۱۱/۱۴

شرکت فولاد مبارک

آگهی شرکت فولاد مبارک

ردیف	نوع فراخوان	شماره	موضوع	مهلت ارسال مدارک	مدیریت مرتبط
۱	مناقصه	۴۸۵۱۸۲۳۱	انجام عملیات سخت پوشش کاری (HARD FACING) انواع سازه های مختلف فولادی به روش جوشکاری OPEN ARC با استفاده از ماشین NC و CNC با متریال های ترکیبی COMPLEX CARBIDE شرکت فولاد مبارک	۱۳۹۹/۱۱/۳۰	قراردادهای خرید
۲	مناقصه	۴۸۵۲۰۵۲۳	خرید ۱۴ ردیف کود شیمیایی طبق مشخصات فایل پیوست	۹۹/۱۱/۲۵	قراردادهای خرید

مناقصات و مزایدهات: جهت دریافت اسناد و کسب اطلاعات بیشتر به نشانی www.msc.ir لینک مناقصات و مزایدهات بخش خرید و تامین کنندگان مراجعه و طبق راهنمای موجود، نسبت به انتخاب مناقصه مورد نظر از طریق سیستم ارتباط با تامین کنندگان (SRM) اقدام نمایند. سایر فراخوان ها: جهت کسب اطلاعات بیشتر به نشانی www.msc.ir بخش اطلاعیه ها، فراخوان مربوطه مراجعه بفرمایید.

کد آگهی: ۹۹۱۶۲

روابط عمومی شرکت فولاد مبارک



جزییات سرمایه‌گذاری هندی‌ها در چابهار

معاون امور بندری و اقتصادی سازمان بندر و دریانوردی از ورود تدریجی تجهیزات بندری در جریان سرمایه‌گذاری ۸۵ میلیون یورویی هندی‌ها در بندر چابهار خبر داد.

فرهاد منتصر کوهساری در گفت‌وگو با ایسنا، در این باره اظهار کرد: براساس قرارداد منعقدشده هندی‌ها در صدد سرمایه‌گذاری ۸۵ میلیون یورویی در بندر چابهار و در حوزه تجهیزات بندری هستند و امروز دو دستگاه جرثقیل موبایل ساحلی ۱۴۰ تنی که برای تخلیه کانتینری، کالاهای عمومی، فولاد، چوب و ... مورد استفاده قرار می‌گیرد در این بندر رونمایی شده و به بهره‌برداری رسید.

وی با بیان اینکه ۲۰ روز پیش این دو دستگاه جرثقیل به بندر چابهار وارد شد، افزود: دستور خرید دو دستگاه جرثقیل ۱۰۰ تنی موبایل ساحلی دیگر نیز توسط هندی‌ها صادر شده و تا یک ماه دیگر به چابهار وارد می‌شود. همچنین دو دستگاه دیگر نیز تا اردیبهشت ماه سال آینده وارد خواهند شد.

معاون امور بندری و اقتصادی سازمان بندر و دریانوردی ادامه داد: تجهیزات دیگری در حوزه بندری و تخلیه و بارگیری در قرارداد مذکور با هندی‌ها مورد تأکید قرار گرفته است که می‌توان به چهار دستگاه گنتری کرین برای تخلیه کانتینری، شش دستگاه جرثقیل موبایل محوطه‌ای برای تخلیه بار در محوطه‌های بندری و ۱۴ دستگاه آر تی جی برای چیدمان کانتینر در بندر اشاره کرد که براساس قرارداد وارد کشور شده و در این بندر نصب و رونمایی خواهند شد.

منتصر کوهساری تأکید کرد: در پی مذاکرات صورت گرفته امروز با طرف‌های هندی مقرر شد تا آنها روی گنتری کرین و آر تی جی تمرکز کرده و اولویت‌شان تأمین این تجهیزات در وهله نخست باشد. البته ساخت برخی از این دستگاه‌ها ۱۸ ماه طول می‌کشد و هندی‌ها بسته به مدت زمانی که در قرارداد به آن اشاره شده است، اقدام می‌کنند.

صادرات محصولات کشاورزی رکورد زد

توزیع ۴.۹ میلیارد دلاری بین ۸ کشور

طبق اعلام معاون فنی گمرک، صادرات محصولات کشاورزی در ۱۰ ماهه اول امسال ۲۵.۹ درصد افزایش یافته و به بیش از ۷ میلیون تن با ارزش ۴.۹ میلیارد دلار رسیده است که نشان‌دهنده رکوردی دیگر در صادرات این اقلام است.

مهرداد جمال ارونقی در گفت و گو با ایسنا، با ارائه گزارشی از آخرین وضعیت صادرات محصولات کشاورزی اعلام کرد که در ۱۰ ماهه اول امسال بالغ بر ۷ میلیون و ۸۵ هزار تن محصولات کشاورزی به ارزش بیش از ۴.۹ میلیارد دلار صادر شده است که از لحاظ وزنی ۲۵.۹ درصد و ارزش ۸.۴ درصد نسبت به ۱۰ ماه اول سال گذشته افزایش دارد. به گفته وی، صادرات محصولات کشاورزی در ۱۰ ماهه پارسال ۵.۶ میلیون تن به ارزش ۴.۵ میلیارد دلار بوده است.

جزییات صادرات محصولات کشاورزی در دوره مورد بررسی نشان می‌دهد که ۲.۴ میلیون تن با ارزش بیش از ۲.۱ میلیارد دلار به ۱۰ قلم عمده محصولات کشاورزی اختصاص دارد که از نظر ارزشی پسته در صدر این صادرات قرار دارد؛ به گونه‌ای که از این رقم سهم پسته با پوست تازه یا خشک ۱۴۷ هزار تن به ارزش بیش از ۹۲۰ میلیون دلار همچنین و صادرات مغز پسته تازه یا خشک حدود ۱۵.۴ هزار تن به ارزش بیش از ۱۷۰ میلیون دلار گزارش شده است.

در سایر این اقلام نیز خرمای تازه یا خشک ۹۸۸ هزار تن به ارزش ۱۰۷.۲ میلیون دلار، هندوانه تازه ۶۵۶.۳ هزار تن به ارزش ۱۴۵.۹ میلیون دلار، سیب تازه ۵۵۱.۲ هزار تن به ارزش ۲۰۸.۳ میلیون دلار صادر شده است. همچنین میزان صادرات گوجه فرنگی تازه یا سرد ۳۰۲.۵ هزار تن به ارزش ۱۴۰.۲ میلیون دلار، گوجه فرنگی زراعی تازه یا سرد ۲۸۱.۸ هزار تن به ارزش ۱۲۸.۲ میلیون دلار و رب گوجه فرنگی ۲۰۲.۲ هزار تن به ارزش بیش از ۱۵۴.۷ میلیون دلار بوده است. سایر شیرینی‌ها بدون کاکائو ۱۰۲.۳ هزار تن به ارزش ۱۱۷.۲ میلیون دلار و همچنین بیسکویت‌های حاوی مواد شیرین‌کننده ۱۰۲.۶ هزار تن با ارزش ۹۳.۸ میلیون دلار از دیگر ۱۰ قلم عمده صادراتی محصولات کشاورزی صادر شده در ۱۰ ماهه امسال است.

به گفته معاون فنی گمرک، کشورهای مقصد صادراتی ۱۰ قلم عمده محصولات کشاورزی هشت کشور بوده است که نشان می‌دهد توزیع گسترده‌تری نسبت به قبل در صادرات این اقلام بین کشورها صورت گرفته است. براساس این گزارش، به چین پسته با پوست تازه یا خشک حدود ۴۴۰.۶ میلیون دلار و هند، پسته با پوست تازه یا خشک حدود ۸۱.۳ میلیون دلار صادر شده است. به عراق نیز ۷۳.۴ میلیون دلار سیب تازه، ۷۳.۴ میلیون دلار رب گوجه فرنگی، گوجه فرنگی تازه یا سرد ۶۳.۵ میلیون دلار، هندوانه تازه ۶۰.۲ میلیون دلار، پسته با پوست تازه یا خشک ۵۲.۶ میلیون دلار، شیرینی‌های بدون کاکائو ۵۰ میلیون دلار، بیسکویت‌های حاوی مواد شیرین‌کننده ۴۹.۹ میلیون دلار صادر شده است.

اعداد و ارقام تورم و واردات گوشت

در سال جاری قیمت گوشت نسبت به پارسال افزایش داشته اما واردات آن با کاهش همراه بوده است.

به گزارش ایسنا، قیمت گوشت طی مدت اخیر تا حدودی افزایش یافت؛ به طوری که گوشت گوسفندی تا ۱۵۰ هزار تومان و گوشت گوساله تا ۱۴۲ هزار تومان هم در بازار قیمت خورده است. این در حالی است که بررسی گزارش مرکز آمار در رابطه با قیمت گوشت نشان می‌دهد که در دی‌ماه سال جاری هر کیلو گوشت گوسفندی به طور متوسط تا ۱۱۸ هزار و ۹۰۰ تومان فروش رفته و حتی در مواردی ۱۳۰ هزار تومان قیمت خورده است.

این در حالی است که در آذرماه هر کیلو گوشت گوسفندی به طور متوسط حدود ۱۱۹ هزار و ۸۰۰ تومان و در دی ماه سال گذشته حدود ۸۹ هزار و ۶۰۰ تومان فروخته شده است.

بر این اساس گوشت گوسفندی نسبت به آذرماه ۰.۸ درصد کاهش داشته ولی نسبت به پارسال ۳۲.۶ درصد گران‌تر شده است.

در مورد گوشت گاو و گوساله نیز دی‌ماه پارسال هر کیلو به طور متوسط ۷۹ هزار و ۵۰۰ تومان فروش رفته اما در آذرماه سال جاری به ۱۰۸ هزار تومان و در دی‌ماه ۱۰۷ هزار تومان به طور متوسط قیمت خورده است.



هشدار نسبت به فروش کالای تقلبی در فضای مجازی

شرط کاهش قیمت لوازم خانگی

قیمت کالاهای مصرفی مثل لوازم خانگی هستیم؟ گفت: افزایش قیمت لوازم خانگی مدتی زمان برد و کاهش قیمت آن نیاز به زمان دارد. از طرف دیگر علاوه بر تغییرات نرخ ارز باید سایر مواد اولیه نیز در نظر گرفته شود. برای مثال اخیراً دو شرکت سازنده موتور پمپ و کولر که در داخل کشور فعال هستند، قیمت محصولات خود را ۱۵ تا ۲۵ درصد افزایش دادند. علت اینکه سرعت افزایش قیمت بیشتر از کاهش آن است، در اصل هزینه جایگزین است که به‌روز حساب می‌شود.

وی همچنین شرط دیگر کاهش قیمت لوازم خانگی را کاهش قیمت مواد اولیه‌ای که در بورس کالا عرضه می‌شود، عنوان کرد و گفت: به طور کلی مهمترین مرجع صحبت در مورد قیمت، تولیدکنندگان هستند، نه توزیع‌کنندگان. از طرف دیگر در گذشته رقابت بین کالاهای خارجی و ایرانی ترمزی برای کنترل و کاهش قیمت بود، اما بعد از ممنوعیت واردات این اهرم هم از بین رفت. در این میان قیمت برخی از مواد اولیه مانند ورق فولادی در بورس کالا نیز براساس قیمت‌های جهانی محاسبه می‌شود.

به گزارش ایسنا، در پی کاهش نرخ ارز سخنگوی انجمن تولیدکنندگان لوازم خانگی در پاسخ به اینکه آیا کاهش نرخ ارز در ماه‌های اخیر بر قیمت لوازم خانگی تأثیر داشته، گفته بود که تولیدکنندگان عموماً از ارز نیماهی

استفاده می‌کنند که کاهش زیادی نداشته است، اما معاون امور صنایع وزیر صنعت، معدن و تجارت اواخر آذرماه، مهمترین دلیل گران بودن لوازم خانگی را نرخ ارز عنوان کرده و گفته بود اینکه با افزایش نرخ ارز قیمت‌ها بلافاصله افزایش پیدا می‌کند مربوط به گرانی در تولید نیست بلکه در بخش توزیع و خرده‌فروشی این اتفاق افتاده است، چراکه تولیدکنندگان پیش از افزایش قیمت باید با دستگاه‌های نظارتی از جمله سازمان حمایت هماهنگی کنند.

رئیس اتحادیه در پایان از آرامش نسبی در بازار لوازم خانگی خبر داد و گفت: کالای ایرانی به لحاظ استاندارد و کیفیت قابل رقابت با کالاهای خارجی است و تولیدکنندگان خودشان را به‌روز کرده‌اند. از طرف دیگر با توجه به اینکه کالاهای خارجی دیگر به صورت قانونی وارد نمی‌شود بهتر است مردم کالاهای ایرانی تهیه کنند تا اینکه کالاهای خارجی بدون ضمانت‌نامه را بخرند.

وی همچنین هشدار داد که ممکن است عده‌ای کالاهای باکیفیت ایرانی را به جای کالای خارجی جا بزنند و به قیمت گزاف به خریداران عرضه کنند که این اتفاق به ویژه در فضای مجازی محتمل‌تر است و مردم باید در خریدهای خود بیشتر دقت کنند.

سونامی افزایش قیمت مصالح ساختمانی

سیمان به پاکتی ۴۰ هزار تومان رسید

پورحاجت بیان کرد: اگر در حوزه فولاد، فساد یا رانت در توزیع و قیمت‌گذاری ایجاد شده بود، اما فولاد در بازار، فراوانی داشت ولی در خصوص سیمان، یک روز کارخانه‌های تولید سیمان اعلام به افزایش قیمت می‌کنند و روز بعد به بهانه‌های متعدد، خط‌های تولید خود را از مدار خارج می‌کنند که این موضوع، مصداق بارز فساد و انحصارگری است.

وی عنوان کرد: این موضوع نه تنها از طرف دولت، بلکه از طرف مجلس شورای اسلامی نیز پیگیری نمی‌شود و از عجایبی است که در ۱۰ سال گذشته تاکنون با آن برخورد کرده‌ام.

رئیس انجمن انبوه‌سازان خوزستان افزود: کارخانه‌های سیمان توان تولید سیمان را دارند اما تولیدات خود را متوقف کرده‌اند.

وی گفت: آیا کسی توجه نمی‌کند که صنعت احداث در کشور در شرایطی بسیار بحرانی قرار می‌گیرد؟ آیا کسی به این موضوع توجه نمی‌کند که خرید مسکن برای جوانان ایرانی به یک رویای دست‌نیافتنی تبدیل خواهد شد.

رئیس اتحادیه فروشندگان لوازم خانگی تداوم کاهش قیمت ارز و همچنین کاهش قیمت مواد اولیه در بورس را شش‌رط کاهش قیمت لوازم خانگی عنوان کرد و نسبت به فروش کالاهای تقلبی در فضای مجازی هشدار داد.

به گزارش ایسنا، نرخ ارز در بازار آزاد در مهرماه امسال از ۳۲ هزار تومان گذشت، اما حالا در کانال ۲۴ هزار تومان است بنابراین انتظار می‌رود قیمت کالاهایی که در این مدت رشد داشته حالا با کاهش قیمت دلار نزولی شود، اما به نظر می‌رسد شرایط دیگری هم باید برای این کاهش قیمت فراهم شود.

در این رابطه اکبر پازوکی، رئیس اتحادیه فروشندگان لوازم خانگی در گفت‌وگو با ایسنا، با بیان اینکه هنوز مدت زیادی از کاهش نرخ ارز نگذشته، تصریح کرد: اگر کاهش نرخ ارز تداوم داشته باشد احتمال کاهش قیمت در بازار لوازم خانگی وجود دارد، اما اگر لحظه‌ای باشد نمی‌توان گفت با کاهش چند روزه قیمت دلار قیمت لوازم خانگی هم باید کاهش پیدا کند، چراکه تولیدکنندگان مواد اولیه موردنیاز خود را از طریق واردات یا در بورس کالا تهیه می‌کنند.

وی در ادامه در پاسخ به اینکه چرا با افزایش قیمت ارز فوراً شاهد افزایش

دبیر کانون سراسری انبوه‌سازان کشور گفت کارخانه‌های تولید سیمان به بهانه‌های واهی، از مدار تولید خارج شده‌اند و بعضی دیگر از این کارخانجات نیز به صادرات سیمان به کشورهای دیگر پرداخته‌اند که این مسئله، باعث افزایش قیمت سیمان در بازار به هر پاکت ۴۰ هزار تومان در مدت یک هفته رسیده است.

فرشید پورحاجت در گفت‌وگو با ایسنا، اظهار کرد: از ابتدای امسال با یک وزارت صمت بدون وزیر مواجه بودیم که تبعات سنگین این موضوع برای کشور خسارت‌های فراوانی ایجاد کرد.

وی ادامه داد: با آمدن وزیر جدید به وزارت صنعت، معدن و تجارت به نظر می‌رسد که در درای پر تلاطم حوزه صنعت کشور به آرامش برسد، اما این اتفاق رخ نداد و علی‌رغم شروع به کار چند ماهه وزیر جدید، متأسفانه مشاهده می‌شود که برنامه‌هایی که مرتبط با صنعت احداث در کشور بوده‌اند به خروجی مثبتی نرسیده‌اند.

رئیس انجمن انبوه‌سازان خوزستان در خصوص وضعیت قیمت مصالح ساختمانی گفت: با یک سونامی وحشتناک افزایش قیمت در مصالح



تسهیلات ۱۵هزار میلیاردی

برای تولید با ضرر!

با نزدیک شدن به هفته‌های پایانی سال ۹۹، به نظر می‌رسد دولت برنامه خود برای افزایش ۵۰ درصدی تولید خودرو را بیش از هر زمان دیگری باجدیت دنبال می‌کند و راهکار اصلی کمک به خودروسازان نیز مانند گذشته است: اعطای تسهیلات و وام به ایران خودرو و سایپا.

به گزارش اقتصادآنلاین، صنعت خودرو ایران در طول سال‌های گذشته، مسیری را طی کرده که برخلاف تمام هشدارها و توصیه‌های کارشناسان و فعالان این صنعت بوده است. در حالی که بسیاری از آنها معتقدند تا زمانی که حاشیه بازار به عنوان تعیین‌کننده قیمت نهایی خودرو عمل نکند، نمی‌توان انتظار داشت که نظم به بازار بازگشته و نگرانی از فعالیت دلالتان و سفته‌بازان به حداقل برسد اما تصمیم‌گیران دولتی نه تنها گامی در مسیر اصلاح رویه فعلی برنداشته‌اند که حتی تجربیات غلط سال‌های گذشته را نیز تکرار می‌کنند.

اصرار دولت و شورای رقابت بر قیمت‌گذاری دستوری خودرو باعث شده، از سوی خودروسازان بزرگ کشور به زبان انباشته چند هزار میلیارد تومانی برسند و از سوی دیگر با افزایش فاصله قیمتی میان نرخ کارخانه و بازار به چند ده میلیون تومان، عملاً فقط گروهی محدود از مزیت‌یابان باقی‌ماندن قیمت‌های رسمی استفاده می‌کنند و رانتی که بعضی فعالان این حوزه آن را تا ۱۰۰ هزار میلیارد تومان تخمین زده‌اند، تنها به جیب عده‌ای خاص می‌رود.

زبان انباشته خودروسازان در سال‌های گذشته باعث شده آنها از یک طرف در عمل به تعهدات خود با مشکل مواجه شوند و از سوی دیگر در پرداخت بدهی به قطعه‌سازان نیز چالش داشته باشند و به این ترتیب زنجیره تولید و توزیع خودرو با چالش مواجه شده است. در کنار آن وقتی تولید یک شرکت به زبان برسد، تولید هر محصول جدید به معنای زبان بیشتر است و از این رو صحبت‌هایی که دولت از افزایش ۵۰ درصد تولید خودرو می‌کند، می‌تواند به کابوس جدیدی از زبان انباشته برای خودروسازان منجر شود.

در شرایطی که در روزهای گذشته بسیاری از فعالان صنعت خودرو، از جمله احمد نعمت‌بخش - دبیر انجمن خودروسازان - از این گفته بودند که اگر دولت قیمت‌گذاری دستوری را متوقف کند و راه را برای واقعی شدن قیمت‌ها باز بگذارد، خودروسازان هیچ نیاز به کمک و وام ندارند اما دولت با نادیده گرفتن این دیدگاه‌ها، حالا از نهایی‌شدن تسهیلات جدید به خودروسازان خبر داده است. البته صحبت از اعطای این تسهیلات به روزها و هفته‌های اخیر نامی گرم و صحبت از آن حتی در سال گذشته نیز مطرح شده بود تا جایی که تعدادی از قطعه‌سازان در نامه‌ای خطاب به رئیس جمهور، از وی خواسته بودند که با اعطای این تسهیلات موافقت کند. هرچند با گذشت حدود یک سال از زمان آن نامه و جای‌جایی مجلس‌ها و تغییر در شرایط اقتصادی دولت، احتمال آنکه حتی دیگر نظر نویسندگان این نامه بر دریافت تسهیلات نیاشند، زیاد است اما به نظر می‌رسد این بار رئیس کل بانک مرکزی، مستقیماً مجاری وام‌های جدید به خودروسازان را دنبال می‌کند. همتی که چند روز قبل برای بازدید از ایران خودرو به محل این شرکت رفته بود، درباره برنامه‌هایی که برای اعطای تسهیلات به خودروسازان وجود دارد، توضیح داد: منابع لازم از روش‌های غیرتورمی مانند انتشار گواهی اوراق مولد (گام) در حال تأمین است که می‌توان منابع لازم برای زنجیره تولید را از ابتدا که تأمین مواد اولیه است تا انتها که فروش خودرو است را از طریق اوراق گام به مبلغ ۱۰ هزار میلیارد تأمین کنیم. حدود ۵ هزار میلیارد تومان هم اعتبار بانک‌ها برای دو شرکت خودروسازی ایران خودرو و سایپا در نظر گرفته شده است.

وزیر صمت: ۲۳ درصد رشد تولید خودرو داشته‌ایم

وزیر صمت بعد از حضور در نشست کمیسیون صنایع گفت تاکنون ۲۳ درصد رشد تولید خودرو داشته‌ایم و امیدوارم تا پایان اردیبهشت سال آینده نسبت به ۶ ماه قبل از آن ۵۰ درصد رشد تولید داشته باشیم. به گزارش «تنامنده»، علیرضا رزم‌حسینی وزیر صنعت، معدن و تجارت روز (دوشنبه ۱۳ بهمن) بعد از حضور در کمیسیون صنایع و معادن جمهوری اسلامی در گفت‌وگوی تلویزیونی اظهار داشت: موضوع خودرو برای مردم بسیار مهم است چراکه کالایی است که برای آحاد جامعه مورد توجه است. وی افزود: در برنامه وزارت صمت افزایش تولید خودرو را اعلام کرده‌ایم و این کار را هم آغاز کرده‌ایم با آنکه صنایع کشور دچار مشکل هستند، اما این کار به خوبی پیش رفته و رشد تولید خودرو را داشته‌ایم ضمن اینکه بسته مالی خوبی هم با کمک بانک مرکزی برای خودروسازان کشور در نظر گرفته شده است. وزیر صمت با بیان اینکه روند کاهنده قیمت‌های داخلی خودرو آغاز شده است، تصریح کرد: سیاست وزارت صمت رقابتی کردن تولید خودرو و حذف دلالتان و واسطه‌گران است. رزم‌حسینی با بیان اینکه ۲۳ درصد رشد تولید خودرو داشته‌ایم، اظهار امیدواری کرد: تا پایان اردیبهشت سال آینده نسبت به ۶ ماه قبل از آن رشد تولید خودرو به ۵۰ درصد برسد.

کمیسیون صنایع به دنبال بازدید از

قطعه‌سازان خودرو

سخنگوی کمیسیون صنایع بعد از حضور وزیر صمت در این کمیسیون اظهار داشت مقرر شد که کمیسیون صنایع مأموریتی را به منطقه نیشابور برای بازدید از روند تولید قطعه‌سازان خودرو داشته باشند. به گزارش گروه سیاسی یکتاپرس، حجت‌الله فیروزی سخنگوی کمیسیون صنایع و معادن مجلس شورای اسلامی دیروز بعد از حضور علیرضا رزم‌حسینی وزیر صمت در این کمیسیون در پاسخ به سؤال نمایندگان در گفت‌وگوی تلویزیونی اظهار داشت: وزیر صمت به منظور پاسخگویی به دو سؤال نماینده نیشابور در کمیسیون صنایع حضور پیدا کرده بود. وی افزود: حوزه خودرو حوزه‌ای گسترده بوده و بخشی از مطالبات مردم محسوب می‌شود که عمده این مطالبات درباره کیفیت و قیمت خودروست.



از روش‌های غیرتورمی مانند انتشار گواهی اوراق مولد (گام) در حال انجام است که می‌توان به کمک این اوراق منابع لازم برای زنجیره تولید از ابتدا که تأمین مواد اولیه است تا انتها که فروش خودرو است را به مبلغ ۱۰ هزار میلیارد تأمین کرد. رئیس کل بانک مرکزی در ادامه خبر دیگری هم داد مبنی‌بر اینکه حدود ۵۵ هزار میلیارد تومان اعتبار بانک‌ها برای دو خودروسازی ایران خودرو و سایپا در نظر گرفته شده است. همتی به این نکته نیز اشاره کرده که تأمین مالی را می‌توان از طریق اوراق مارجعه و سایر روش‌ها انجام داد تا از نظر منابع مالی مشکلی وجود نداشته باشد. همتی افزود: «اصلاح نظام قیمت‌گذاری»، «نظام عرضه و فروش خودرو»، «واگذاری اموال مازاد شرکت‌های خودروسازی» و «نظام زنجیره تأمین مالی» چهار اصلی است که اگر در صنعت خودروسازی کشور به خوبی رعایت شود شاهد شوکوفایی بیش از پیش این صنعت خواهیم بود. به این ترتیب خودروسازان با مصوبه شورای پول و اعتبار بار دیگر مجاز به استفاده از تسهیلات شدند، این در شرایطی است که از سال ۹۷ تاکنون، همراه با اعمال تحریم‌های بین‌المللی و نزول تولید در شرکت‌های خودروساز، بانک مرکزی بارها اقدام به تزریق نقدینگی در قالب تسهیلات ریالی و ارزی به تولیدکنندگان خودرو کرده است.

متوسل شده است. آنچه مشخص است خودروسازان برای طرح جهش تولید که وزیر صمت آن را برای ۶ ماه آینده وعده کرده، حساب ویژه‌ای بر آزادسازی محصولات کم‌تیراژ و همچنین افزایش قیمت زمستانه خودرو در راستای تأمین نقدینگی این طرح باز کرده بودند، این در شرایطی است که با تعلیق مصوبات شورای رقابت، باز هم پای نهادهای پولی و بانکی به خودروسازهای کشور باز شده است. به این ترتیب به نظر می‌رسد این بار هم قرار است نهادهای پولی و بانکی چاله‌های نقدینگی خودروسازان را پر کنند حال آنکه تجربه سال‌های گذشته نشان داده این تسهیلات تنها حکم مسکنی را دارد که به‌طور موقت درد خودروسازی را دوا می‌کند، اما همان‌طور که عنوان شد در غیاب دستورالعمل‌های اصلاحی برای درمان قطعی کمبود نقدینگی خودروسازان باز هم دریافت تسهیلات تورم‌زا در دستور کار سیاست‌گذار خودرویی به منظور جهش تولید قرار گرفته است؛ تسهیلاتی که پیش‌تر رئیس کل بانک مرکزی، تخصیص آن به خودروسازان را بی‌فایده و هدررفت پول خوانده بود. در هر صورت عبدالناصر همتی رئیس کل بانک مرکزی با حضور در گروه خودروسازی ایران خودرو با توجه به ضرورت برنامه‌ریزی در زمینه رشد ۵۰ درصدی تولید در شرکت‌های خودروساز عنوان کرده بود که تأمین نقدینگی لازم

با تعلیق «فرمول آزادسازی قیمت خودرو» از سوی شورای رقابت که اجرای آن می‌توانست بخش مهمی از نقدینگی خودروسازان برای جهش تولید را تأمین کند، حالا سیاست‌گذار برای تحقق وعده جهش خودرو باز هم به نهادهای پولی و بانکی متوسل شده است؛ بر این اساس روز گذشته، رئیس کل بانک مرکزی نیز ارائه تسهیلات ۱۵ هزار میلیارد تومانی به خودروسازان برای افزایش ۵۰ درصدی تولید را تأیید کرد.

به گزارش پدال نیوز، آنچه مشخص است اینکه خودروسازان برای طرح جهش تولید، حساب ویژه‌ای بر آزادسازی محصولات کم‌تیراژ در راستای تأمین نقدینگی این طرح باز کرده بودند. این در شرایطی است که با تعلیق مصوبات شورای رقابت، خودروسازان شرایط اولیه - «توجیه اقتصادی» تولید - برای جهش عرضه را از دست داده‌اند و در این وضعیت توقع «خبز خودروسازی با تسهیلات» به مثابه انتظار برای «حرکت امن تا مقصد از جاده خاکی» است که تحقق آن بسیار بعید به نظر می‌رسد. تسهیلات بدون آزادسازی شاید اثر موقتی بگذارد اما راهکار پایدار نیست.

با تعلیق آزادسازی قیمت از سوی شورای رقابت که می‌توانست بخش مهمی از نقدینگی خودروسازان برای جهش تولید را تأمین کند، حالا سیاست‌گذار خودرو برای تحقق این وعده باز هم به نهادهای پولی و بانکی

رشد افسارگسیخته بهای تمام‌شده خودرو زیر بار ارز ۱۷ هزار و ۵۰۰ تومانی

و نتیجه روشنی برای تصمیم‌گیران دربر ندارد و صرفاً پرتاب تیری در تاریکی است و به دنبال آن، همان مشکلاتی که با تعیین نرخ ارز ۴ هزار و ۲۰۰ تومانی حادث شد، ظهور و بروز می‌یابد.

عضو هیأت مدیره خانه صنعت، معدن و تجارت ایران درخصوص تأثیر ارز ۱۷ هزار و ۵۰۰ تومانی بر داخلی‌سازی قطعات، دستمزدها و مالیات گفت: در این شرایط دستمزدهای کارگری، هزینه‌های نیروهای کار را پوشش نمی‌دهد و فشار کارگری و تلاطمات کارگری در کارخانجات را افزایش داده و تشدید می‌کند که به نظر می‌رسد یکی از اقدامات اشتباه باشد و به اصطلاح دولت این بار از طرف دیگر بام می‌افتد که منطقی پشت آن متصور نیست و در مقام مقایسه، ارز ۱۱ هزار و ۵۰۰ تومانی منطقی‌تر است.

عضو انجمن تخصصی صنایع همگن نیرومحرکه و قطعه‌سازان خودرو کشور تعیین نرخ ارز ۱۷ هزار و ۵۰۰ تومانی در بودجه کل کشور بدون منطق و محاسبات کارشناسی است که موجب بروز تورم و گرانی خودرو می‌شود.

محمدعلی ذکریایی در گفت‌وگو با خبرنگار خبرخودرو، درخصوص حذف ارز ۴۲۰۰ تومانی و تعیین نرخ ۱۷۵۰۰ و ۱۱۵۰۰ تومان برای نرخ ارز در لایحه بودجه سال ۱۴۰۰، اظهار داشت: نرخ ۱۷ هزار و ۵۰۰ تومانی ارز در بودجه سال آینده، موجب رشد افسارگسیخته تورم، گرانی و کاهش ارزش پول ملی شده و قیمت تمام شده خودرو را نیز به شدت افزایش خواهد داد.

وی افزود: افزایش نرخ ارز از روی محاسبات دقیق کارشناسی نبوده

امکان اخذ نوبت معاینه فنی از طریق سامانه «تهران من» فراهم شد

سایت ستاد معاینه فنی خودروهای تهران inspection.tehran.ir امکان‌پذیر است.

مدیرعامل ستاد معاینه فنی خودروهای تهران درخصوص وضعیت مراجعات به مراکز معاینه فنی نیز گفت: در حال حاضر روزانه ۵۵۰۰ دستگاه خودرو به مراکز معاینه فنی شهر تهران مراجعه کرده و مراکز فاقد صف انتظار هستند. به شهروندان توصیه می‌شود با توجه به آنکه خودروهای تولید داخل سال ۹۵ از سال آینده مشمول معاینه فنی خواهند گردید هرچه سریع‌تر جهت اخذ معاینه فنی خودروی خود اقدام نمایند و مراجعه به مراکز را به انتهای امسال و یا ابتدای سال آینده موکول ننمایند.

براساس گزارش روابط عمومی ستاد معاینه فنی خودروهای تهران، به مناسبت گرامیداشت ایام دهه مبارکه فجر با رویکرد اهمیت انجام معاینه فنی در کاهش آلودگی هوا، حمایت از رانندگان محترم تاکسی و تشویق و ترغیب ایشان به استفاده از خدمات مراکز معاینه فنی

مدیرعامل ستاد معاینه فنی خودروهای تهران از امکان اخذ نوبت معاینه فنی از طریق سامانه «تهران من» خبر داد.

به گزارش گروه اجتماعی خبرگزاری دانشجو، مدیرعامل ستاد معاینه فنی خودروهای تهران از امکان اخذ نوبت معاینه فنی از طریق سامانه «تهران من» خبر داد.

حسین مقدم در این باره گفت: با هدف تسهیل در امکان دسترسی به سامانه نوبت‌دهی اینترنتی، تجمیع خدمات الکترونیکی شهرداری تهران و افزایش قابلیت این سامانه در پوشش کلیه مراکز معاینه فنی شهر تهران این ستاد نسبت به بروزرسانی و امکان اخذ نوبت معاینه فنی از طریق سامانه «تهران من» با استفاده از دانش تخصصی سازمان فاوا شهرداری تهران اقدام کنند.

وی افزود: شهروندان می‌توانند به سهولت نسبت به تعیین وقت در مرکز مورد نظر و پرداخت هزینه معاینه فنی با موجودی شارژ شده در کیف پول شهروندی اقدام نمایند. دسترسی به این سامانه هم به صورت مستقل از طریق تهران من my.tehran.ir و هم از طریق



۷۰چالش مهم صنعتی شناسایی شد تا فناوران به آنها پاسخ دهند

«ایران جهش» رویدادی فناورانه برای پاسخ به مشکلات صنایع است که با حمایت ستاد فرهنگ‌سازی اقتصاد دانش‌بنیان و توسعه صنایع نرم و خلاق برگزار می‌شود.

رویدادی فناورانه برای ایجاد ارتباطی دو سویه بین ایده‌پردازان و خط تولید برگزار می‌شود. «ایران جهش» شکوفایی استعدادها و استفاده از نیروی انسانی را هدف گرفته است. این کار برای بهینه‌سازی تولید و کسب‌وکار در حوزه‌های مختلف نفت، گاز، پتروشیمی، نیروگاهی، صنایع ریلی، قطارمترو، لکوموتیو، صنایع آلومینیوم، لوازم خانگی و دیگر محصولات فناورانه انجام می‌شود.



دریچه

پیوند تخصص فناوران به نیاز پژوهشگران

دلیل وجود تحریم‌ها، تامین این دستگاه از کشورهای دیگر امکان‌پذیر نیست. به همین دلیل متخصصان داخلی دست به کار شدند تا آن را بومی‌سازی کنند. این تلاش منجر به تولید دستگاه تصویربرداری میکرو سسی‌تی در کشور شد؛ کاری که اجازه نداد ایران از دنیا عقب بماند و نیاز پژوهشگران و فناوران را به شکلی کاملاً بومی تامین کرد. سرعت پیشرفت ایران در این زمینه بسیار بالا است.

تصویربرداری میکرونی از فسیل‌ها، استخوان‌ها، اندام‌های داخلی حیوانات کوچک، داربست‌های فیزیکی و ... از جمله امکانات این تجهیز آزمایشگاهی است. این دستگاه در اختیار پژوهشگران، اساتید و دانشجویان قرار گرفته است. پژوهشگرانی در حوزه‌های مختلف آناتومی، مهندسی بافت، زمین‌شناسی، مواد دندان، نفت، متالورژی، رشته‌های مرتبط با علوم پایه، مهندسی شیمی و ... از این خدمات بهره‌مند شده‌اند.

این تجهیز کاربردی به پژوهشگران کمک کرده است تا بتوانند مستندات علمی خود را با اطمینان بیشتری ارائه کنند. استناد به نتایج دستگاه تصویربرداری میکرونی کاملاً علمی و قابل قبول است به همین دلیل هر روز بر تعداد استفاده‌کنندگان از این دستگاه افزوده می‌شود؛ کاری که به ارتقای کیفیت خدمات آزمایشگاهی منجر شده و ایران را از وابستگی به بازارهای جهانی خلاص کرده است.

حسین قدیری: مدیر مجموعه آزمایشگاه سیستم‌های تصویربرداری پیشرفته پرتوی ایکس عضو شبکه آزمایشگاهی فناوری‌های راهبردی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری

تحریم‌ها مانع دسترسی پژوهشگران به سیستم‌های تصویربرداری پیشرفته پرتوی ایکس نشده بود، اما این تجهیز آزمایشگاهی را با توان داخلی تولید کردیم. دستگاه میکرو سسی‌تی که یکی از دستگاه‌های پیشرفته تصویربرداری محسوب می‌شود در زمینه تصویربرداری از موجودات زنده کوچکی چون موش‌های آزمایشگاهی کاربرد دارد. این تجهیز کاربردی در خدمات آزمایشگاهی و پژوهشی به دلیل وجود تحریم‌ها در دسترس نبود، اما با تلاش فناوران کشور، این دستگاه در کشور تولید شد.

همچنین نوع دیگر این دستگاه موسوم به میکرو سسی‌تی صنعتی یا غیرمخرب نیز در تصویربرداری از نمونه‌هایی که زنده نیستند کاربرد دارد. هر دوی این خدمات در مجموعه آزمایشگاه سیستم‌های تصویربرداری پیشرفته پرتوی ایکس در دسترس پژوهشگران قرار دارد.

این تجهیز فناورانه یکی از دستگاه‌هایی است که مورد استفاده پژوهشگران است و تصویری باکیفیت در اختیار آنها قرار می‌دهد. تصویربرداری میکرو سسی‌تی ۲۰ ساله است که در دنیا مورد استفاده قرار می‌گیرد. این تجهیز فناورانه پیش از شروع تحریم‌ها از بازارهای جهانی خریداری می‌شد، اما امروز به

فن بازار «سلامت» برگزار شد تا نوآوری‌های دانشگاهی در مقابله با کرونا نقش آفرین شود

تجهیزات و مواد ایران‌ساخت در حوزه تجهیزات پزشکی، مواد و تجهیزات آزمایشگاهی دارای اولویت گردآوری و ارائه شد. با هدف سرمایه‌گذاری روی این ایده‌ها و حمایت از ایده‌های نوآورانه و فناورانه، پژوهش‌ها و تحقیقات کاربردی و محصول‌محور این رویداد برگزار شد و مورد استقبال هر دو سوی عرضه و تقاضای فناوری قرار گرفت؛ بستری که زمینه پیشرفت در تولید محصولات و ارائه خدمات دانش‌بنیان در حوزه سلامت به ویژه کارآمدهای مقابله با کرونا را فراهم می‌کند.

بستری برای تولید فناورانه در حوزه کرونا این فن‌بازار با ایفای نقش واسطه اطلاعاتی و حقوقی، وظیفه نزدیک کردن طرف‌های «عرضه» و «تقاضا» در حوزه فناوری و محصولات بهداشتی را برعهده گرفت. در این رویداد در قالب پانل‌های آموزشی، به ابعاد گوناگون فناوری‌های مقابله با کرونا مانند فناوری‌های نوین در زمینه مدیریت بیماری‌ها با تاکید بر همه‌گیری، مباحث حقوقی، مالی، مدیریتی و مدیریت نیروی انسانی مرتبط با تولید، کسب و کارهای مرتبط با کرونا، استفاده از فناوری اطلاعات در مدیریت کرونا پرداخته شد.

همچنین در ادامه فن‌بازار حوزه سلامت، محورهای دیگری چون فناوری‌های نوین در زمینه مدیریت بیماری‌ها با تاکید بر پاندمی کوید-۱۹ با هدف درمان و استفاده از فناوری‌های نرم و صنایع خلاق در کنترل مشکلات بهداشتی و اصلاح سبک زندگی با تاکید بر پاندمی کرونا مورد توجه قرار گرفت. توجه به اقتصاد سلامت و تاثیرپذیری آن از کرونا و تولید داروهای مؤثر در درمان کرونا پرداخته شد.

گفتنی است که طرح توسعه بازار محصولات دانش‌بنیان با حمایت معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری و زیر نظر مرکز فن‌بازار ملی ایران انجام می‌شود.

با برگزاری این فن‌بازار، زمینه معرفی ایده‌های فناورانه و نوآورانه دانشگاهیان این حوزه برای ورود به بازار تجاری فراهم شد. فن‌بازار سلامت که زمینه‌ای را برای تعامل صاحبان سرمایه، تعامل میان صاحبان کسب و کار و همچنین ایده‌های نوآورانه در حوزه سلامت ایجاد کرده است بستری معرفی تازه‌ترین نوآوری‌ها و فناوری‌ها، به ویژه در حوزه «کرونا» را فراهم کرد.

این فن‌بازار به طور ویژه در پی شناختن و معرفی زمینه‌ها و فرصت‌هایی به سرمایه‌گذاران است تا از فناوری‌های حوزه سلامت حمایت و راه آنها را برای ورود به بازار تجاری هموار کنند. جلب سرمایه‌گذاران، تسهیل روند تجاری‌سازی دانش فنی و سایر فعالیت‌های حرفه‌ای که منجر به «توسعه بازار فناوری» می‌شود از جمله نقش‌های اساسی فن‌بازارها است. در دنیا فن‌بازارها به سه دسته فن‌بازارهای اطلاعات فناوری، فن‌بازارهای انتقال فناوری و فن‌بازارهای تقسیم‌بندی می‌شوند.

ششمین همایش و فن‌بازار ملی سلامت از دانشگاهیان و نوآوری‌های شان بهره گرفت و بر همین اساس شعار محوری خود را دانشگاه فناور در خدمت صلح، سلامت و توسعه قرار داد. این فن‌بازار به صورت ویدئوکنفرانس بر بستر فضای مجازی با حضور فعالان فناور و سرمایه‌گذاران برگزار شد.

ایجاد بستری برای سرمایه‌گذاری روی فناوری‌های کرونا در این فن‌بازار صاحبان فناوری‌های دانشگاهی از جمله دانشگاه علوم پزشکی تهران، دانشکده علوم پزشکی نیشابور به عنوان کارفرما حضور داشتند و صاحبان فناوری با معرفی و ارائه دستاوردهای‌شان، زمینه را برای سرمایه‌گذاری روی این طرح‌ها هموار کردند.

در این رویداد فناورانه با هماهنگی و همکاری برای حمایت از فناوران و شرکت‌های دانش‌بنیان فهرستی از توانمندی‌های شرکت‌ها در حوزه تولید

ایلان ماسک: بیت‌کوین در آستانه پذیرش گسترده

بیت‌کوین سوالی پرسیده شده و مدیرعامل پیش ماسک کلمه بیت‌کوین را به بیو توئیو درصدی ارزش آن تنها در مدت ۳۰ دقیقه شکاری زد، بسیاری از علاقه‌مندان و سرمایه‌های عمومی مدیرعامل تسلا درباره رمزارزها بودند گفت‌وگو حضور داشته، از زبان ایلان ماسک «به نظرم بیت‌کوین دارایی خوبی است و از در آستانه پذیرش گسترده توسط سیستم‌ها در حالت کلی مدیران صنعتی نسبت به گذشته

رمزارزها در ماه‌های گذشته مورد توجه زیادی قرار گرفته‌اند و مطرح‌ترین آنها، بیت‌کوین در زمینه قیمت چندین بار رکوردشکنی کرده. کارآفرین میلیاردر، ایلان ماسک که به تازگی به نمایه حساب توئیترش بیت‌کوین را اضافه کرده، حالا در گفت‌وگویی به پذیرش گسترده بیت‌کوین در آینده اشاره و خود را حامی آن اعلام کرده است. به گزارش دیجیاتو، ایلان ماسک به تازگی در شبکه اجتماعی صوتی اختصاصی «Clubhouse» گفت‌وگویی داشته و نظرش درباره بیت‌کوین را مطرح کرده. کاربران تنها با دعوت می‌توانند در این شبکه اجتماعی عضو شوند و سپس امکان پیوستن به گفت‌وگوهای مختلف برای آنها فراهم می‌شود. از ایلان ماسک در گفت‌وگو با «اندرسن هورویتز» و سایر سرمایه‌گذاران درباره

گلیسیرین خوراکی گیاهی ایران‌ساخت به تولید رسید و کیفیت غذا را ارتقا داد

محصولی دانش‌بنیان به تولید رسید تا به حفظ غذا کمک کند. گلیسیرین گیاهی خوراکی کاربردی در تغذیه سالم محسوب می‌شود.

مجموع صنایع شیمی گستر نیما محصول دانش‌بنیان است که بیش از ۱۱ سال سابقه فعالیت در حوزه تولید گلیسیرین دارد و سالیانه بیش از ۱۸ هزار تن گلیسیرین تولید می‌کند و در اختیار صنایع قرار می‌دهد. گلیسیرین به عنوان ماده اولیه در همه صنایع کشور مورد استفاده قرار می‌گیرد.

محصول دانش‌بنیان این مجتمع، گلیسیرین خوراکی و بهداشتی است. گلیسیرین در غذاها و نوشیدنی‌ها به عنوان حلال و شیرین‌کننده عمل می‌کند و دارای طعمی شیرین و گرم است. به گفته امیر سوری، مدیرعامل این شرکت دانش‌بنیان، گلیسیرین به حفظ غذا کمک می‌کند و توسط آکادمی تغذیه و رژیم غذایی در دسته کربوهیدرات‌ها قرار می‌گیرد. این محصول به عنوان یک شیرین‌کننده سازگار با رژیم‌های با کربوهیدرات کم در

مجموع صنایع شیمی گستر نیما محصول دانش‌بنیان است که بیش از ۱۱ سال سابقه فعالیت در حوزه تولید گلیسیرین دارد و سالیانه بیش از ۱۸ هزار تن گلیسیرین تولید می‌کند و در اختیار صنایع قرار می‌دهد. گلیسیرین به عنوان ماده اولیه در همه صنایع کشور مورد استفاده قرار می‌گیرد.

محصول دانش‌بنیان این مجتمع، گلیسیرین خوراکی و بهداشتی است. گلیسیرین در غذاها و نوشیدنی‌ها به عنوان حلال و شیرین‌کننده عمل می‌کند و دارای طعمی شیرین و گرم است. به گفته امیر سوری، مدیرعامل این شرکت دانش‌بنیان، گلیسیرین به حفظ غذا کمک می‌کند و توسط آکادمی تغذیه و رژیم غذایی در دسته کربوهیدرات‌ها قرار می‌گیرد. این محصول به عنوان یک شیرین‌کننده سازگار با رژیم‌های با کربوهیدرات کم در



آپارات وارد لیست ۵۰ سایت پربازدید جهان شد

سوی کاربران نیز همراه است چراکه گفته می‌شود فیلترینگ یوتیوب در ایران یکی از عوامل رشد این سرویس بوده است؛ ادعایی که البته مدیرعامل صبا ایده نیز آن را رد نمی‌کند، اما می‌گوید این سرویس دخالتی در فیلترینگ یوتیوب نداشته و صرفاً با شناسایی موقعیت، سرویس خود را در زمان درستی عرضه کرده است.

بازگشت به اظهارنظرهای گذشته مدیرعامل آپارات در زمانی که این سایت وارد لیست ۵۰ سایت پربازدید جهان شده، از این جهت مهم است که به گفته او، حتی زمانی قرار به رونمایی از آپارات بوده، آنها آمیدی به موفقیت این پلتفرم نداشته‌اند. شکوری مقدم در همین رابطه به دیجیاتو گفته بود: «شبی که داشتیم آپارات را لانچ می‌کردیم آمیدی نداشتیم. چون کاربر می‌توانست در یوتیوب محتوایی را تماشا کند که اینجا اجازه وجودش در سایت نبود، اما واقعیت این است که ما زودتر از رقبای داخلی شروع کردیم و از نظر فنی شاید کمی اوضاع بهتری داشتیم. به شما قول می‌دهم هر کس دیگری در آن زمان درست شروع به کار کرده بود اکنون جای آپارات قرار گرفته بود.»

آپارات خبر از قرار گرفتن این سایت در بین ۵۰ سایت پربازدید دنیا براساس رتبه‌بندی الکسا داده است. به گزارش دیجیاتو، وب‌سایت آپارات که دو سال پیش وارد لیست ۱۰۰ سایت پربازدید دنیا براساس رتبه‌بندی الکسا شده بود، حالا با یک رشد قابل توجه وارد لیست ۵۰ سایت پربازدید جهان شده است. اکتان رسمی آپارات در توئیتر خود با اعلام این خبر تاکید کرده که این مجموعه در حال حاضر دومین سایت پربازدید وب‌سایت ایران و پنجاهمین وب‌سایت پربازدید جهان است؛ سائیتی که در زمینه به‌اشتراک‌گذاری و پخش آنلاین ویدئو فعال است و حالا ۱۰ سالگی خود را هم رد کرده است.

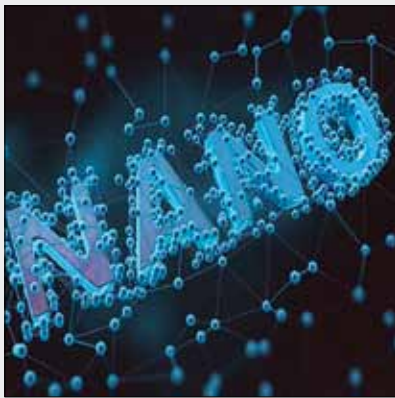
آپارات همزمان اعلام کرد که این پلتفرم به رکورد یک میلیارد و ۲۰۰ میلیون پخش ویدئو در ماه رسیده است. آپارات در کنار این موارد اعلام کرده ماهانه بیش از یک میلیون قطعه ویدئو در این پلتفرم اشتراک‌گذاری ویدئو آپلود می‌شود. آپارات توسط هلندیک «صبا ایده» مدیریت می‌شود که اکنون فعالیت خود را به زمینه‌های جدیدی نیز آغاز کرده و در یک سال اخیر چند سرمایه‌گذاری استارت‌آپی نیز داشته است. آمارهای رشد آپارات البته همیشه با انتقادهایی از



سوری همچنین بیان کرد: مجتمع صنایع شیمی گستر نیما با استفاده از فرآیند استخراج مناسب، گلیسیرین گیاهی خالص تولید می‌کند. در این فرآیند گلیسیرین از انواع روغن‌ها و اسیدهای چرب طبیعی مانند نارگیل، نخل خرما، دانه آفتابگردان، سویا، هسته انگور و ... استخراج می‌شود.

ایران هشتمین استاندارد بین‌المللی نانو را تدوین کرد

هشتمین استاندارد بین‌المللی تدوین شده با سرپرستی ایران در حوزه فناوری نانو منتشر شد. این استاندارد بین‌المللی در زمینه اثر نانومواد بر پروتئین‌ها با عنوان «فناوری نانو - ارزیابی ساختار ثانویه پروتئین در زمان برهم کنش با نانومواد، با استفاده از رنگ‌تابی دورانی ماورای بنفش» است که هشتمین استاندارد بین‌المللی تدوین شده با سرپرستی ایران در حوزه فناوری نانو، پس از ۳ سال تلاش مستمر گروه کاری تشکیل شده زیر نظر ستاد توسعه فناوری نانو معاونت علمی و فناوری محسوب می‌شود. این استاندارد سال ۱۳۹۶ به سازمان بین‌المللی استاندارد (ایزو) پیشنهاد شد. پس از تأیید و تصویب پیشنهاد ایران از سوی کشورهای عضو کمیته فنی استاندارد فناوری نانو ایزو، مطالعات مختلف و گسترده‌ای انجام و جلسات متعدد کارشناسی با متخصصان داخلی و خارجی برگزار شد.



یادداشت



۳ شرکت که سامانه‌های نظارتی و مراقبتی هوشمند حمل‌ونقل را توسعه دادند کدامند

«مسیر و تشخیص خودکار علائم ترافیکی» را با حداکثر دقت و کمترین هزینه توسعه داده است.
۲. ویرترین هوشمند واقعیت افزوده
شرکت سامانه رونق فروش رازق نیز شرکت دیگری است که به حوزه سامانه‌های نظارتی و مراقبتی هوشمند ورود کرده است. محصول اصلی شرکت، طراحی و پدیدار هوشمند واقعیت افزوده است که در سال ۹۱ به عنوان دستاورد پژوهشگران گروه واقعیت مجازی دانشگاه صنعتی خواجه نصیرالدین طوسی رونمایی شد.
در سال ۹۴ نخستین محصول شرکت با عنوان ویرترین هوشمند واقعیت افزوده به بازار رسید. همچنین این شرکت دو پروژه پرو هوشمند لباس و طراحی و پیاده‌سازی بیلبردهای تبلیغاتی هوشمند را نیز در دستور کار دارد.
در حال حاضر محصول اصلی شرکت، ویرترین هوشمند واقعیت افزوده است، که به نوبه خود از چندین بخش نرم‌افزاری و سخت‌افزاری تشکیل شده است. بسیاری از بخش‌های این ویرترین اعم از ربات نورپردار، کنترل مرکزی و ماژول بیسیم در شرکت طراحی و ساخته می‌شوند. تمامی بخش‌های نرم‌افزاری شرکت توسط متخصصان این مجموعه به صورت کاملاً بومی نوشته شده است.

سامانه‌های نظارتی و مراقبتی هوشمند یکی از حوزه‌هایی است که به توسعه حمل‌ونقل پیشرفته کمک می‌کند؛ سامانه‌هایی مبتنی بر فناوری‌های نوظهور. این سیستم‌ها، نقشی اثرگذار در ارتقای امنیت حفاظتی، نظارتی، تردد و پایش تصویری کاربردی در حمل‌ونقل دارند. سامانه‌های نظارتی و مراقبتی به مجموعه‌ای از سیستم‌های کنترلی مراقبتی هوشمند یا غیرهوشمند با تجهیزات الکترونیکی و مکانیکی گفته می‌شود که به تنهایی یا در ادغام با یکدیگر برای حفاظت، نظارت، کنترل و مانیتورینگ حوزه حمل‌ونقل مورد استفاده قرار می‌گیرند.
۳ شرکت دانش‌بنیان نیز با حمایت ستاد توسعه فناوری‌های فضایی و حمل‌ونقل پیشرفته معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری توانستند محصولات فناورانه خود را به بازار برسانند. در ادامه این گزارش با فعالیت این شرکت‌ها آشنا می‌شویم.

۱. طراحی و پیاده‌سازی سیستم‌های کمک راننده پیشرفته
شرکت دانش‌بنیان رهبین صنعت نصیر، با هدف ارتقای ایمنی فعال در حوزه حمل‌ونقل جاده‌ای به کمک سیستم‌های هوشمند، فعالیت خود را در زمینه طراحی و پیاده‌سازی سیستم‌های کمک راننده پیشرفته در داخل کشور آغاز کرده است.
رهبین نخستین شرکت در حوزه سیستم‌های کمک راننده در کشور است و شاخص‌های طراحی خود را هم‌راستا با شرکت‌های خودروسازی پیشرفته دنیا قرار داده و طراحی با حداقل هزینه، حداکثر دقت و کاربری و متناسب با نیاز مشتریان را دنبال می‌کند. در حال حاضر این شرکت، «سیستم‌های هوشمند کمک راننده»، «جلوگیری از برخورد با مانع جلو»، «جلوگیری از انحراف خطوط» و

رهبین نخستین شرکت در حوزه سیستم‌های کمک راننده در کشور است و شاخص‌های طراحی خود را هم‌راستا با شرکت‌های خودروسازی پیشرفته دنیا قرار داده و طراحی با حداقل هزینه، حداکثر دقت و کاربری و متناسب با نیاز مشتریان را دنبال می‌کند. در حال حاضر این شرکت، «سیستم‌های هوشمند کمک راننده»، «جلوگیری از برخورد با مانع جلو»، «جلوگیری از انحراف خطوط» و

چگونه زیست‌فناوری استحکام و ایمنی را به بدن و تجهیزات پزشکی هدیه می‌دهد

ساختارهای شیمیایی ترکیبات فعال زیستی بر فراهمی زیستی و خصوصیات زیست‌شناختی تأثیر می‌گذارد.
اما ترکیبات زیست‌فعال قابلیت‌های متنوعی دارند و به عنوان یکی نوع پوشش، به حوزه تجهیزات پزشکی راه یافته‌اند. بخشی از این کاربردها در ایمپلنت‌ها و پروتزهای زیست‌فعال نمایان شده است. ویژگی اصلی پوشش‌های زیست‌فعال، زیست‌سازگار بودن و محیط بدن و جلوگیری از واکنش‌های اعضای بدن به دلیل سمنی بوده است.
این پوشش‌ها با هدف استخوان‌سازی، ترمیم و جایگزینی بافت موجودات زنده استفاده می‌شوند از جمله پوشش‌های زیست‌فعال می‌توان به پوشش‌های زیست‌سرامیکی، زیست‌کامپوزیتی و زیست‌بلیجری با خاصیت زیست‌فعال بالا اشاره کرد. شرکت‌های دانش‌بنیان و فناور مختلفی در کشورمان تجهیزات پزشکی زیست‌فعال را تولید می‌کنند، اما برای تشخیص زیست‌سازگاری تجهیزات پزشکی که با این روش ساخته شده‌اند باید آزمون‌های بررسی زیست‌سازگاری پوشش‌ها انجام شود.
این آزمون‌ها روش‌های مؤثری برای بررسی زیست‌سازگاری مواد و پوشش‌ها هستند. آزمون‌های درون تن به آن دسته از روش‌ها گفته می‌شود که از مدل‌های حیوانی جهت بررسی‌های بالینی بهره گرفته می‌شود. با توجه به خطر احتمالی وسایل و مواد پزشکی، ارزیابی زیست‌سازگاری ملزومات پزشکی برای شناخت میزان خطر و الزام تولیدکنندگان در به حداقل رساندن خطر، بسیار مهم می‌شود. انواع آزمون‌های زیست‌سازگاری متناسب با محصول و کاربرد آن برای تولیدکنندگان جهت ارزیابی محصول الزامی است. این ارزیابی‌ها توسط آزمون‌های تخصصی زیست‌سازگاری محصولات پزشکی شرکت کیا نانو زیست ویستا انجام می‌شود.

ترکیب‌های زیست‌فعال کاربردهای فراوانی پیدا کرده و به کمک بهبود کیفیت زندگی جامعه آمده‌اند، اما این ترکیب‌ها چه ویژگی‌های بارزی دارند؟
زیست‌فناوری به دیگر دانش‌ها و فناوری‌ها نیز پیوند خورده و توانسته است ضمن تولید فرآورده‌های با کاربرد و عملکردهای گوناگون، سلامت و بهبود کیفیت زندگی را برای جامعه به ارمغان بیاورد. یکی از حوزه‌هایی که زیست‌فناوری به آن ورود یافته حوزه پوشش‌ها است.
برای پیوند پوشش‌های زیستی به مواد و تجهیزات، از مواد زیست‌فعال استفاده می‌شود. ترکیبات زیست‌فعال را می‌توان به عنوان مواد شیمیایی که می‌توانند از مواد غذایی یا محصولات فرعی مواد غذایی استخراج شوند تعریف کنیم. ترکیباتی قادر به تنظیم عملکردهای متابولیکی هستند و در بهبود کارایی تأثیرگذاری مثبتی دارند.

ترکیبات زیست‌فعال به میزان اندک در غذاها، عمدتاً در میوه‌ها، سبزیجات و غلات کامل وجود دارد و فراتر از ارزش غذایی اساسی سلامتی را به ارمغان می‌آورند. ترکیبات فعال زیستی مولکول‌هایی هستند که می‌توانند ظرفیت درمانی را با تأثیر بر مصرف انرژی ارابه و در عین حال التهاب، استرس اکسیداتیو و اختلالات متابولیکی را کاهش می‌دهند.
مطالعات اپیدمیولوژیک نشان می‌دهد که مصرف غذاهای غنی از ترکیبات فعال زیستی با فعالیت‌های آن‌تی‌اکسیداتیو، از جمله ویتامین‌ها، مواد شیمیایی و عمدتاً ترکیبات فنلی، مانند فلاونوئیدها، کاروتنوئیدها، تأثیر مثبتی بر سلامت انسان دارد و می‌تواند خطر ابتلا به بیماری‌های متعددی مانند سرطان، بیماری قلبی، سکنه مغزی، آلزایمر، دیابت، آب مروارید و دیگر بیماری‌ها را کاهش دهد.
ترکیبات فعال زیستی قادر به متعادل ساختن فرآیندهای متابولیکی بدن هستند و خواص مثبتی مانند اثر آن‌تی‌اکسیداتیو را از خود نشان می‌دهند. تنوع



گسترده توسط سیستم‌های مالی قرار دارد

مثبتی داشته‌اند. برای مثال یکی از شرکای شرکت سرمایه‌گذاری «Gray Matters Capital» به نام «جیمز تودار» در توییتری به گفته‌های ماسک اشاره کرده: «یکی از مخترعان پیشرو در عصر ما، توجهی به بیت‌کوین نداشته. حالا ایلان ماسک در Clubhouse از دوستی می‌گوید به آن در سال ۲۰۱۲ کیکی به شکل بیت‌کوین داده. در حالی ماسک دیر به این جمع اضافه شده، فکر می‌کند بیت‌کوین در آستانه پذیرش توسط سیستم‌های مالی قرار دارد.»
با وجود چنین اظهار نظری از سوی ماسک، مدیر عامل تسلا در این گفت‌وگو اشاره‌ای به میزان دارایی بیت‌کوین خود نکرده و نمی‌داند این میلیاردی چه میزان از دارایی خود را به این رمزارز تبدیل کرده است.

واکسن کرونا را نهمیه می‌کنیم و زمستان ۱۴۰۰ فاز عمومی واکسیناسیون آغاز می‌شود

واکسن کرونا با استفاده از توان داخلی و هم با خرید از دیگر کشورها تأمین می‌شود. زمستان آینده نیز واکسیناسیون عمومی آن شروع خواهد شد.
مصطفی قانع، دبیر ستاد توسعه زیست‌فناوری معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری در پاسخ به نگرانی مردم درباره تأمین واکسن کرونا در کشور، با اشاره به موضوع بالا، گفت: کمیته علمی مقابله با کرونا در تلاش است تا نیاز کشور به واکسن کرونا را با کمک تولیدات داخلی و خرید از دیگر کشورها تأمین کند.
وی افزود: در این برنامه قرار است حدود ۱۶ میلیون دوز واکسن از مجموعه کوواکس، بیش از ۲۵ میلیون دوز از طریق واردات و ۲۵ میلیون دوز با استفاده از تولیدات داخلی تأمین شود. واکسیناسیون عمومی نیز استفاده از این برنامه شروع می‌شود.
به گفته رئیس کمیته علمی مقابله با کرونا، زمستان امسال کارکنان مراکز بهداشتی و درمانی، افراد مسن، معلولان و جانبازان مراکز نگهداری



«بررسی و تحلیل نظام آمار اقتصادی اسباب بازی» منتشر شد تا ظرفیت‌های نوآورانه این حوزه را معرفی کند

این کتاب به همت ستاد فرهنگ‌سازی اقتصاد دانش‌بنیان و توسعه صنایع نرم و خلاق و توسط موسسه خدمات فرهنگی رسا منتشر شده است.
کتاب «بررسی و تحلیل نظام آمار اقتصادی اسباب بازی» با ادبیاتی گیرا و خواندنی به رویکردهای نوآورانه و اقتصاد دانش‌بنیان در حوزه اسباب‌بازی می‌پردازد و می‌کوشد تا تصویری جامع و شفاف از ظرفیت‌ها، وضعیت اقتصاد و ارزش‌آفرینی این حوزه را به مخاطب ارائه بدهد. تربیت نسل کودک و نوجوان یکی از اساسی‌ترین دغدغه‌های جامع است. کودکان به عنوان نسل آینده جامعه، پررنگ‌ترین نقش را در آینده کشور برعهده دارند. اسباب‌بازی‌ها در پرورش این نسل نقشی مهم و کلیدی ایفا می‌کنند. کودک از ابتدای شکل‌گیری شخصیتش با آن روبه‌رو می‌شود و نخستین مفهوم دنیای واقعی با کمک اسباب بازی در ذهن کودک ترسیم می‌شود. در دهه نخست قرن بیستم، شاهد ظهور بسیاری از اسباب‌بازی‌های خوب و ارزشمندی بودیم که بعضی از آنها هنوز هم تولید می‌شوند. در سال‌هایی که پدران و مادران همان عروسک‌ها و اسباب‌بازی‌های چوبی و دست‌ساز خودشان را به کودکان می‌دادند،



ظهور اسباب‌بازی‌های متفاوتی که شرکت‌های اسباب‌بازی تولید می‌کردند، اتفاق تازه‌ای بود و با استقبال هم‌روبرو شد. بسیاری از اسباب‌بازی‌هایی که در دو دهه نخست قرن بیستم ساخته شدند، راه را برای پیشرفت و گسترش صنعت اسباب‌بازی هموار کردند. اما برای رصد و پایش میزان این صنعت، نیاز به طراحی نظام آمار جامع است که در مسیر طراحی این نظام آمار، جایگاه تحلیل این صنعت و نقش‌آفرینان اقتصادی را نیز ببیند، چراکه چارچوب تحلیلی عرضه و تقاضا در علم اقتصاد، بستری مناسب برای شناخت ابعاد اقتصادی یک صنعت به حساب می‌آید. کتاب «بررسی و تحلیل نظام آمار اقتصادی اسباب‌بازی» تلاش کرده است در ۳ بخش مجزا و ۸ فصل، با پرداختن به محورهای چون نظام آمار اقتصادی صنعت اسباب‌بازی، چارچوب مفهومی اقتصاد صنعت اسباب‌بازی، تبیین مدل‌های نوآوری در صنعت اسباب‌بازی، طراحی شاخص برای حوزه‌های نوآورانه و آمارنامه صنعت اسباب‌بازی، از این صنعت و نظام اقتصادی آن، تصویری شفاف و کاربردی آن هم با رویکرد دانش‌بنیان و نوآوری عرضه کند.

معرفی شیوه‌ای نوین برای توسعه کسب و کار

توسعه کسب و کار با کمک کارمندان برند



به قلم: آنتینا لاکینین کارشناس بازاریابی و ارتباطات سازمانی

ترجمه: علی آل‌علی

کسب و کارها به طور معمول دارای شمار قابل ملاحظه‌ای کارمند هستند. این امر برای تیم مدیریت کسب و کار نیاز به برنامه‌ریزی و استفاده از استراتژی‌های مختلف را پیش می‌کشد. بسیاری از برندها هنوز هم انتظارات سنتی از کارمندان‌شان دارند. بر این اساس هر کارمندی که بهتری عملکرد در زمینه بهره‌وری را داشته باشد، از نظر مدیران مطلوب خواهد بود. امروزه کسب و کارها انتظارات بسیار بیشتری از کارمندان‌شان دارند. یکی از انتظارات آنها مربوط به توسعه کسب و کار با همکاری کارمندان است. شاید این مفهوم اندکی ناآشنا باشد. در این صورت باید به توضیح بیشتر در مورد توسعه کسب و کار با کمک کارمندان پرداخت. توسعه کسب و کار با کمک کارمندان شرکت شامل استفاده از شیوه‌هایی برای توسعه برند از قبیل معرفی کسب و کار و محصولات به دوستان و اعضای خانواده از سوی کارمندان است. شاید این شیوه بسیار ساده و بی‌تاثیر به نظر برسد، اما توانایی تاثیرگذاری بالایی بر روی مخاطب هدف برجای می‌گذارد. دلیل این امر تاثیرپذیری بسیار بیشتر مردم از نزدیکان‌شان است بنابراین برندها به جای استفاده از شخصیت حقوقی‌شان باید به دنبال جلب همکاری کارمندان‌شان باشند.

همکاری کارمندان برای جلب نظر مخاطب هدف کار ساده‌ای نیست. برخی از برندها پس از جلب نظر کارمندان برای همکاری دیگر دست به اقدام جانبی نمی‌زنند. این امر مانند انتظار از یک فرد عادی برای شرکت در دوی ماراتن است. بدون تردید کارمندان شرکت بدون توصیه‌های فنی و دقیق امکان تاثیرگذاری مناسب بر روی اعضای خانواده‌شان را نخواهند داشت بنابراین باید اندکی دقت بیشتر در زمینه همکاری با کارمندان مدنظر قرار دهیم.

تعامل با کارمندان برای توسعه کسب و کار در قالب یک فرآیند طراحی می‌شود. اشتباه برخی از کسب و کارها نگاه به این حوزه براساس یک رویکرد ساده و مقطعی است. این امر مشکلات بسیار زیادی برای برندها در پی خواهد داشت. وقتی یک فرآیند مدنظر تیم مدیریت ارشد کسب و کارها قرار گیرد، امکان سرمایه‌گذاری مناسب و بلندمدت بر روی آن فراهم خواهد شد. مهمترین چالش در این میان انتظار دستیابی به نتایج کوتاه‌مدت از سوی کارآفرینان است. این امر تمام تلاش‌ها و چشم‌اندازها برای موفقیت کسب و کار را از بین خواهد برد. امروزه برخی کسب و کارها برای جلب نظر مخاطب هدف اقدام به استفاده از شیوه‌های مختلف می‌کنند. تعامل با کارمندان برای بازاریابی و جلب نظر مخاطب هدف یکی از راهکارهای بسیار موثر بازاریابی محسوب می‌شود. این تکنیک نه فقط در حوزه بازاریابی، بلکه در تمام بخش‌های کسب و کار مفید خواهد بود بنابراین در ادامه به بررسی هرچه دقیق‌تر این موضوع خواهیم پرداخت.

شروع کار با پرسشی کلیدی

هیچ کسب و کاری بدون طراحی یک پرسش اساسی و مهم امکان شروع برنامه‌ای مشخص را نخواهد داشت. بسیاری از برندها فقط به دنبال برنامه‌ریزی برای تعامل با کارمندان‌شان هستند. این امر شاید در نگاه نخست جذابیت‌های بسیار زیادی داشته باشد، اما در مقیاسی گسترده توانایی کسب و کارها برای پیگیری اهداف مرتبط به هم را کاهش خواهد داد. هر برند باید پیش از اجرای برنامه‌های اقدام به طرح پرسشی اساسی نسبت به هدف نهایی آن ننماید. شاید این امر بیش از اندازه سختگیرانه به نظر برسد، اما در مقیاسی کلان موجب نگاه دقیق‌تر به وضعیت کسب و کار می‌شود.

کسب و کارهای بسیار زیادی در تلاش برای همکاری با کارمندان‌شان برای تاثیرگذاری بر روی مشتریان هستند. مهمترین مسئله در این میان چرایی چنین همکاری است. آیا کسب و کار شما تا به حال به این موضوع مهم فکر کرده است؟ اگر پاسخ شما منفی است، باید تجدیدنظر اساسی در نحوه ساماندهی برنامه‌های برندتان صورت دهید. در غیر این صورت به زودی با مشکلات اساسی در زمینه کسب و کار مواجه خواهید شد. مزیت اصلی همکاری با کارمندان برای ارتقا و توسعه کسب و کار مربوط به استفاده از تمام توانایی‌های شرکت است. بسیاری از شرکت‌ها دارای توانایی‌های بسیار زیادی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف و همچنین بازار هستند. با این حال به دلیل فقدان برنامه‌ریزی درست شناسی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف پیدا نمی‌کنند. هر کسب و کاری برای شروع فعالیت در عرصه همکاری با کارمندان باید پرسش‌های مهمی را طراحی نماید. این امر کمک شایانی برای ایجاد نظم در برنامه‌ها خواهد کرد. امروزه یکی از مشکلات اصلی کسب و کارها عدم توجه به چرایی برنامه‌های‌شان است بنابراین پس از مدت کوتاهی انگیزه‌شان برای اجرای برنامه‌ها را از دست می‌دهند.

تعریف اهداف اصلی

بدون تردید هر کسب و کاری در رابطه با توسعه کسب و کار دارای اهداف مشخصی است. مفهوم توسعه کسب و کار بدون تعریف دقیق شاخص‌ها و اهداف هر برند بی‌معنا خواهد بود بنابراین باید نسبت به تعریف اهداف کسب و کار پیش از همکاری با کارمندان اقدام کرد. یکی از نکات مهم در این میان توجه به ایده‌ها و طرح‌های متفاوت کارمندان است. شاید این امر در نگاه نخست بسیار ساده به نظر برسد، اما نوآوری‌های بسیاری از دل همین هم‌اندیشی‌های ساده خارج شده است.

برخی از کسب و کارها بدون توجه به ایده‌های کارمندان در تلاش برای جلب همکاری آنها هستند. این امر نوعی تناقض در دلش دارد. هر کسب و کار برای تاثیرگذاری مناسب بر روی کارمندان در راستای همکاری نزدیک با آنها باید دست‌کم به ایده‌های مختلف‌شان توجه نشان دهد. در غیر این صورت فرآیند تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف بسیار کند پیش خواهد رفت.

وقتی در تلاش برای توسعه کسب و کار با همکاری کارمندان هستیم، باید اهداف را براساس دسته‌بندی‌های موضوعی مورد شناسایی قرار دهیم. اهداف ترکیبی کمتر موفقیتی برای کسب و کارها به همراه دارد بنابراین تا جای ممکن باید از کاربرد آنها دوری کرد. در غیر این صورت هر کسب و کار در عمل توانایی تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را از دست می‌دهد. برخی از مهمترین حوزه‌های کاری برای تعیین اهداف کاری شامل فروش، بازاریابی و منابع انسانی است. اگر این حوزه‌ها به خوبی از سوی کارآفرینان برای جلب همکاری کارمندان مدیریت شود، امکان افزایش قابل ملاحظه بهره‌وری شرکت فراهم می‌شود.

انتخاب کانال‌های ارتباطی

درست مانند عرصه بازاریابی، در اینجا نیز باید نسبت به مخاطب هدف و شیوه‌های ارتباطی توجه نماییم. بسیاری از برندها هیچ برنامه‌ای برای تعیین مخاطب هدف و تعامل میان برند و آنها ندارند. این امر بی‌نظمی بسیار زیادی برای کسب و کارها به همراه خواهد داشت. هر کسب و کار باید نسبت به تعامل مناسب با مشتریان هدف در قالب کانال‌های ارتباطی مناسب اقدام نماید. بدون تردید این فرآیند در قالب بیان بسیار ساده‌تر از اجراست.

وقتی از مشتریان مناسب صحبت می‌کنیم، هدف اصلی شناسایی مشتریانی با دست‌کم مقداری علاقه به حوزه کاری‌مان است. اگر این امر به خوبی مدنظر کارآفرینان قرار نگیرد، بخش قابل ملاحظه‌ای از

هزینه‌های بازاریابی و تلاش‌های اعضای شرکت بی‌نتیجه خواهد ماند. امروزه بسیاری از برندها برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف نیازمند استفاده از راهکارهای مختلف هستند. شاید اگر بازاریاب‌ها در همان گام نخست نسبت به شناسایی مخاطب هدف و مشتریان مناسب برند اقدام نمایند، بسیاری از نیازهای کسب و کارها کاهش پیدا کند. امروزه کانال‌های ارتباطی میان مردم به طور قابل ملاحظه‌ای افزایش یافته است. این امر به معنای ضرورت استفاده از تمام کانال‌ها برای تعامل با مخاطب هدف نیست. اشتباه برخی کسب و کارها تلاش برای استفاده از تمام کانال‌های ارتباطی به منظور تعامل هرچه بهتر با مخاطب هدف است. این امر اغلب اوقات نتیجه‌ای به جز شکست در بازاریابی و تعامل با مشتریان در پی ندارد. راهکار جایگزین در این میان تلاش برای تاثیرگذاری بر روی مشتریان با انتخاب یک یا دو پلتفرم برتر است. این انتخاب مهم براساس میزان علاقه کاربران به پلتفرم‌های مختلف صورت می‌گیرد. اگر مشتریان برند شما بیشتر در توئیتر حضور دارند، استفاده از اینستاگرام یا فیس‌بوک برای بازاریابی و تعامل با آنها اشتباه خواهد بود.

پس از انتخاب پلتفرم مناسب برای تعامل با مخاطب هدف باید نسبت به ترغیب کارمندان برای ثبت نام در شبکه اجتماعی موردنظر نیز اقدام نماییم. امروزه مردم بیشتر در فضای آنلاین با هم تعامل دارند. این اصل نه فقط به دلیل شیوع ویروس کرونا، بلکه به دلیل مزیت شبکه‌های اجتماعی در کاهش بعد مسافت است بنابراین توسعه کسب و کار با همکاری کارمندان شرکت باید به طور ویژه‌ای در این فضا صورت گیرد. گاهی اوقات کارمندان شرکت پس از ایجاد حساب کاربری در شبکه‌های اجتماعی نسبت به توسعه کسب و کار اقدام نمی‌کنند. این امر باید به طور ویژه‌ای مدنظر تیم مدیریت کسب و کار باشد. گاهی اوقات تعیین جایزه‌هایی برای همکاری بیشتر کارمندان با کسب و کار دارای اهمیت بسیار زیادی است. این امر میزان تعامل نزدیک میان کارآفرینان و کارمندان را افزایش می‌دهد.

استفاده از فناوری‌های مناسب

توسعه کسب و کار همیشه در ارتباط با فناوری‌های مناسب و مورد استفاده است. برخی از کسب و کارها به دلیل استفاده از فناوری‌های قدیمی به طور مداوم مورد بی‌توجهی مشتریان قرار می‌گیرند. اگر برنامه توسعه کسب و کار با همکاری کارمندان بدون توجه به فناوری‌های در دسترس برند صورت گیرد، کمترین شناسی برای موفقیت نخواهد داشت. بسیاری از برندها در تلاش برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف اقدام به صرف هزینه‌های بسیار زیادی می‌کنند. این مقدار هزینه در صورت ناتوانی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف مشکلات بسیار زیادی در پی خواهد داشت. یکی از راهکارهای مناسب برای کاهش هزینه‌های پیش روی کسب و کارها و همچنین نتیجه‌بخشی بهتر برنامه توسعه کسب و کار شامل استفاده از فناوری‌های تازه است.

اگر کسب و کار شما در تلاش برای بازاریابی یا فروش بهتر در شبکه‌های اجتماعی است، همکاری با کارمندان شرکت در کنار استفاده از پلتفرم‌های بازاریابی حرفه‌ای بهترین گزینه خواهد بود. شاید این امر در ابتدا برای کسب و کارها تازگی داشته باشد، اما به زودی به آن عادت خواهند کرد. مهمترین مسئله در این میان ترس بسیاری از کارآفرینان نسبت به امتحان ایده‌های تازه در عرصه کسب و کار است. همین امر موجب پرهیز آنها از کاربرد فناوری‌های نوین می‌شود.

اطلاع‌رسانی درست به سهامداران

هر برنامه‌ای باید پیش از اجرا مورد تایید سهامداران واقع شود. اگر این امر در زمان مناسب مدنظر کارآفرینان قرار نگیرد، در ادامه برای

کسب و کارها مشکل‌آفرین خواهد شد. بسیاری از کارآفرینان هیچ تعاملی با سهامداران ندارند. همین امر موجب بروز مشکلاتی درباره ایده‌ها و برنامه‌های اجرایی برند می‌شود.

یکی از شیوه‌های مناسب برای توسعه کسب و کار توجه به نقش سهامداران است. این امر بدون شک پیچیدگی‌های بسیار زیادی پیش روی کسب و کارها قرار می‌دهد. اگر فرآیند همکاری با کارمندان برای توسعه کسب و کار به طور دقیق در مورد سهامداران نیز اجرا شود، توانایی هر کسب و کار برای جلب نظر مشتریان به شدت افزایش خواهد یافت. بسیاری از کسب و کارها حتی به طور دقیق به این نکته توجه ندارند بنابراین مواجهه با شکست در زمینه اجرای برنامه‌های جلب همکاری اعضای شرکت طبیعی خواهد بود.

وقتی در مورد سهامداران شرکت فکر می‌کنیم، باید آنها را بخش مهمی از کسب و کار قلمداد نماییم. در غیر این صورت جایگاه مناسبی در برنامه‌های کسب و کار نخواهند داشت. سهامداران در صورت مشاهده تمایل کارآفرینان برای همکاری فراتر از بحث جلب سرمایه‌انگیزه کافی برای همکاری را نشان می‌دهند. مهمترین نکته در این میان برداشتن گام نخست از سوی کارآفرینان است. در غیر این صورت هیچ پیشرفتی در رابطه میان برند و سهامداران صورت نمی‌گیرد.

ارزیابی مداوم کیفیت استراتژی همکاری با کارمندان

بدون تردید استراتژی‌های مربوط به همکاری با کارمندان در بازه‌های زمانی مختلف اجرا می‌شود. اگر یک کسب و کار در تلاش برای جلب نظر مخاطب هدف است، باید به طور مداوم نسبت به تغییر استراتژی‌اش اقدام نماید. این امر شامل ارزیابی وضعیت بازاریابی، فروش و مدیریت منابع انسانی در برنامه اولیه همکاری با کارمندان است. بدون تردید هیچ استراتژی به طور کامل اشتباه نیست بنابراین باید نسبت به حفظ راهکارهای مناسب استراتژی‌ها و تلاش برای جایگزینی نکات ناکارآمد با ایده‌های بهتر اقدام کرد. یکی از بهترین گزینه‌ها در این میان استفاده از نظرات کارمندان شرکت است.

کارمندان شرکت به دلیل تعامل نزدیک با مشتریان همیشه ایده‌های بهتری برای بهبود وضعیت کسب و کار خواهند داشت. این امر باید به طور دقیق مدنظر کارآفرینان قرار داشته باشد. همچنین در صورت تلاش برای اصلاح برنامه توسعه کسب و کار بدون توجه به ایده‌های کارمندان هیچ پیشرفتی در آن ایجاد نخواهد شد. این امر نوعی نتیجه طبیعی در میان کسب و کارهای مختلف است. کارمندان همیشه تمایل به مشارکت در فرآیند مدیریت کسب و کار دارند. بنابراین باید نسبت به مدیریت این حوزه با همکاری نزدیک کارمندان اقدام کرد.

جمع‌بندی

توسعه کسب و کار یکی از مهمترین اقدامات هر کسب و کار محسوب می‌شود. شاید این امر در نگاه بسیاری از کارآفرینان به معنای تلاش برای طراحی برنامه‌های منسجم و افزایش بهره‌وری کسب و کار از سوی تیم مدیریت ارشد شرکت باشد، اما در عمل جلب همکاری کارمندان دارای اهمیت بسیار بیشتری است. امروزه برخی از کسب و کارها برای تعامل با مشتریان نیاز به تاثیرگذاری کارمندان‌شان دارند. دلیل این امر باورپذیری بیشتر پیشنهادها و ادعاهای کارمندان به عنوان شخصیت‌های حقیقی در مقایسه با تبلیغات کسب و کارهاست. اگر این امر به طور مناسب مدنظر کسب و کارها قرار داشته باشد، فرآیند تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف به طور قابل ملاحظه‌ای ساده‌تر خواهد شد. استفاده از توصیه‌ها و پیشنهادها‌ی مورد بحث در این مقاله نقش مهمی در بهبود وضعیت کسب و کارها خواهد داشت.

منبع: com.learn.g۲

ایستگاه بازاریابی

۳ ترند ساده برای ۲ برابر کردن فروش شما

تمامی فروشنده‌ها تلاش می‌کنند تا میزان فروش خود را افزایش دهند و قراردادهای بیشتری را منعقد کنند؛ تا اینجاى کار، هیچ چیزى دور از ذهن نیست، اما گاهى اوقات بستن قراردادهای بیشتر را نمی‌توان به عنوان بهترین روش برای کسب درآمد بیشتر دانست. در حقیقت، برای دو برابر کردن میزان فروش، بهتر است که میانگین فروش را دو برابر کنید، نه اینکه تنها آمار قراردادهای منعقدشده را در نظر بگیرید.

موفق‌ترین افرادی که در زمینه فروش فعالیت می‌کنند، به خوبی با این امر آشنا هستند. آنهاى می‌توانند میزان سوددهى خود را تا اندازه قابل توجهی افزایش دهند، بدون اینکه به دنبال چشم‌اندازهای بیشتر باشند. در عوض، آنها ارزش حاشیه سود بالاتر را می‌دانند. یک ضرب‌المثل قدیمی می‌گوید: «کیفیت مهمتر از کمیت است.» درستی این امر در زمینه فروش، نمود بیشتری دارد. اگر قصد دارید میزان فروش خود را دو برابر کنید، می‌توانید از این روش‌های آسان استفاده کنید:

۱. به دنبال بزرگترین مشتریان عرصه خود باشید و کوچک‌ترین‌ها را به حال خود بگذارید

بسیاری از فروشندگان، مدت زمان زیادی از طول خدمت خود را با چشم‌اندازهای سطح پایینی که بودجه کمی دارند و یا اعتبار تصمیم‌گیری ندارند، سپری کرده‌اند. از این دست فروشندگان نباشید. ترجیحا به سراغ کسانی بروید که در رأس هرم قرار دارند؛ این گونه از مشتریان، از اعتبار و بودجه‌ای برخوردارند که می‌توانند به شما پاسخ مثبت دهند.

زمانی که توانستید چنین فروش‌های پربازدهی را منعقد کنید، سپس می‌توانید به قراردادهای کوچکی که بازگشت اندکی در سرمایه، زمان و انرژی دارند، پاسخ منفی دهید. تنها روی فرصت‌های بزرگ‌تر و چشم‌اندازهایی متمرکز شوید که می‌توانند مقاله هابیرلینک کنید. تقریبا تمام سایت‌ها از یک لینک استفاده می‌کنند، زیرا بهتر از دیگر روش‌های تبلیغاتی به نتیجه می‌رسد.

مزایای بیشتری ارائه دهید

در بازاریابی پار تیزانی باید از هر روشی برای جذب مشتری استفاده کنید. اگر طراح سایت هستید، به مشتری بگویید خرید دامین و نصب هاستینگ را هم انجام می‌دهید. اگر آرایشگر هستید، بعد از برداشتن ایرو، موهای ژلند پیشانی را رایگان بر دارید. اگر رستوران دارید، دسر ارزان‌قیمتی را پیشنهاد دهید. این کار سبب می‌شود از رقبای خود جلو بزیند و مشتری تمایلی به مراجعه به رقبای شما نداشته باشد.

شرکت خود را روی دیوار تبلیغ کنید

یک پروژکتور تهیه کنید و با جایی مانند رستوران قرارداد ببندید تا تصویری مرتبط با کسب و کار شما را روی دیوار به نمایش بگذارد، با این کار نام شرکت شما در بین مشتریان شناخته می‌شود.

در ایستگاه اتوبوس تبلیغ کنید

تبلیغ در ایستگاه اتوبوس نسبت به دیگر تبلیغات هزینه کمتری را می‌طلبد. قطعاً مسافران منتظر به سمت تبلیغات شما جذب می‌شوند.

در تئاترها تبلیغ کنید

تبلیغ در تئاتر نسبت به تبلیغ در فیلم‌های تلویزیونی و سینمایی ارزان‌تر است. البته هزینه این تبلیغ چندان هم ارزان نیست، اما اگر در تئاتر مناسبی تبلیغ کنید به نتیجه مطلوب خواهید رسید.

در مجلات موجود در مطب‌ها تبلیغ کنید

مجلات کلینیک‌ها و مطب‌ها یکی از راهایی است که کمک می‌کند بیماران در زمان انتظار سرگرم شوند. اگر استطاعت مالی برای تبلیغ در این مجلات را ندارید، به این مکان‌ها بروید و کارت ویزیت خود را در بین مجلات قرار دهید.

به بی‌خانمان‌ها کمک کنید

یکی از روش‌های بازاریابی پار تیزانی می‌گوید به بی‌خانمان‌های خیابانی کمک کنید و از آنها بخواهید روی برگه‌ای نام شرکت شما را بنویسند، بدین صورت که فلان شرکت ۸۰ درصد هزینه‌های من را تقبل کرده و برای ۲۰ درصد باقی مانده نیازمند کمک هستیم. این روش به طور غیرمستقیم به شناخته شدن شرکت‌تان کمک می‌کند و روی آذهان عمومی اثر می‌گذارد.

اسپانسر هنرمندان شوید

به هنرمندان گمنام کمک کنید نمایشگاهی برپا کنند و بنرهای تبلیغاتی خود در این نمایشگاه نصب کنید. حتی می‌توانید به آنها کمک کنید وب‌سایتی اختصاصی راه‌اندازی کنند و شما تبلیغات رایگان در وبسایت‌شان قرار دهید.

روی صفحات ۴۰۴ وب‌سایت‌ها تمرکز کنید

با وب‌سایت‌های مختلف ارتباط برقرار کنید و از آنها بخواهید به گونه‌ای کدنویسی کنند که با بالا آمدن صفحه ۴۰۴، تبلیغ وب‌سایت شما نشان داده شود. می‌توانید شما هم همین کار را برای آنها انجام دهید تا این روش هیچ هزینه‌ای برای‌تان نداشته باشد.

هدایای شخصی‌سازی‌شده دهید

هدایایی با نام یا لوگوی شرکت‌تان طراحی کنید و برای مشتریان بفرستید.

از آرایشگرها کمک بخواهید

حتماً می‌دانید در سالن‌های آرایشگاه مردانه و زنانه چه صحبت‌هایی رد و بدل می‌شود. پس از آرایشگرها بخواهید درباره کسب و کار شما حرف بزنند، برای این کار به آنها خدمات و سرویس‌های رایگان بدهید و بخواهید با مشتریان درباره خدمات شما صحبت کنند.

با مطبوعات مشارکت کنید

پیشنهاد می‌کنیم با یک خبرنگار قرار بگذارید تا به عنوان یک کارآفرین موفق با شما مصاحبه کند.

روی مسافران هواپیما تمرکز کنید

جالب است بدانید بازاریابی پار تیزانی به نقطه صفر هم توجه می‌کند. باید بدانید در کدام شهر نمایشگاهی پیرامون کسب و کار شما برگزار می‌شود. بعد از مشخص شدن روز و ساعت، کارمندی با هزینه ناچیز استخدام کنید تا با علامتی در بخش تحویل چمدان بایستد. روی این علامت آدرس سایت و شعار تبلیغاتی خود را بنویسید. مسافران تصور می‌کنند این فرد برای پیدا کردن یک مسافر آنجا ایستاده و به علامت مذکور توجه می‌کنند.

امکانی فراهم کنید تا درباره شما صحبت شود

خیلی از افراد به دوستان و آشنایان خود سفارش می‌کنند درباره کسب و کار آنها با دیگران صحبت کنند. البته می‌توانید به برخی افراد پول دهید و از آنها بخواهید درباره شما با دیگران حرف بزنند. باید در انتخاب این افراد نهایت دقت را به خرج دهید و کسانی را انتخاب کنید که ارتباطات اجتماعی خوبی دارند.

منبع: creativeguerrillamarketing/ucan

چطور از بازاریابی پارتیزانی برای موفقیت و برندینگ کسب و کارمان استفاده کنیم؟

کنید، احتمالاً توجه مشتريان بیشتری را به سمت محصولات خود جلب خواهید کرد.

داخل خودروی تان چراغ ترمز نصب کنید

چراغ قرمزی داخل ماشین‌تان نصب کنید و روی آن برجسبی بزیند تا هنگام ترمز آدرس سایت و لوگوی شرکت با نور قرمز برای سرشنیان خودروهای پشتی جلب توجه کند.

در قرعه‌کشی‌ها حاضر شوید

برخی رستوران‌ها و کافی‌شاپ هر هفته قرعه‌کشی برگزار می‌کنند، بدین صورت از مشتريان می‌خواهند یک کارت انتخاب کرده و شانس خود را امتحان کنند. از مدیر این مغازه‌ها بخواهید یکی از کارت‌ها را به کسب و کار شما اختصاص دهد و خدمتی رایگان از طرف شرکت‌تان در اختیار مشتريان بگذارد. شاید بهتر باشد کارت‌های پوچ را هم از صاحب مغازه بگیرید تا احتمال شهرت‌تان بیشتر شود.

هزینه یک رویداد را به عهده بگیرید

این روش هزینه بالایی را می‌طلبد، اما اثرگذاری آن فوق‌العاده است. حتماً در برنامه‌های تلویزیونی با این روش آشنا شده‌اید. روند کار بدین صورت است که نام و توضیحات کسب و کار شما در تمام مراحل برگزاری رویداد عنوان می‌شود. حتی می‌توانید در این رویدادها شرکت کنید و مستقیماً با آنها وارد صحبت شوید.



پیام تبریک بفرستید

در مناسبت‌های مختلف برای مشتریان خود کارت، ایمیل یا پیامک تبریک بفرستید و برای آنها آرزوهای خوب داشته باشید. اگر کسب و کار BYB انجام می‌دهید، این روش سبب می‌شود مشتریان، نام شما را بهتر از دیگر رقیبان به خاطر بسپارند.

به خیریه‌ها کمک کنید

بازاریابی پار تیزانی می‌گوید بخشی از درآمد ماهانه خود را به خیریه‌ها بدهید و این مسئله را با مشتریان‌تان در میان بگذارید. با این کار مشتریان شما احساس خواهند کرد با خرید از شما به طور غیرمستقیم در امر خیر کمک می‌کنند.

مسابقه‌ای برگزار کنید

برای تبلیغات دهان به دهان مسابقه‌ای برگزار کنید که ۱ تا ۱۰ برنده داشته باشد. جایزه باید چیزی باشد که توجه مشتری را به خود جلب کند. بهتر است اسم برندگان را در سایت‌تان منتشر کنید تا راحت‌تر به اطلاع آنها برسد.

تیشرت تبلیغاتی بزیند

وقتی این تیشرت‌ها را ببوشید به تبلیغ متحرک تبدیل خواهید شد. توصیه می‌کنیم این تیشرت‌ها را به عنوان هدیه یا جایزه به مشتریان‌تان بدهید. البته نباید خیلی از نوشته‌ها و تبلیغات استفاده کنید زیرا ممکن است باعث شود مشتری از آنها استفاده نکند. تنها اسم یا لوگوی شرکت‌تان را روی آن درج کنید.

با دیگر کسب و کارها همکاری کنید

اگر شرکت‌تان در زمینه طراحی سایت فعالیت می‌کند و می‌خواهید به مشتریان بالقوه بیشتری دست یابید، با یک شرکت وب‌هاستینگ همکاری کنید. هر همکاری که به دو طرف سود برساند ایده خوبی است.

مکانی برای اهدای خود در نظر بگیرید

با هلال احمر تماس بگیرید و مکانی برای اهدای خود در اختیار آنها قرار دهید. البته باید روزنامه‌ها و شبکه‌های خبری را از این اقدام مطلع کنید. با این کار نام شرکت خود را سر زبان‌ها می‌اندازید. علاوه بر آن، فرصتی ایجاد می‌کند تا اهداکنندگان با کسب و کار شما آشنا شوند.

از مشتریان خود در مراسمی ویژه قدر دانی کنید

مشتریان قدیمی خود را به مراسم قدردانی دعوت کنید و به آنها اجازه دهید دو نفر را همراه خود بیاورند. باید تمام تلاش خود را به کار بگیرید تا به آنها خوش بگذرد، با این کار وفاداری مشتریان قدیمی‌تان خیلی بیشتر خواهد شد. حتی ممکن است عده‌ای به مشتری جدید شما تبدیل شوند. مطمئن باشید این روش بازاریابی پار تیزانی بسیار کارآمد است.

با علائم محیطی دیگران را جذب کنید

حتماً وقتی در حال پیاده‌روی بودید، با برگه تبلیغات آرایشگاه یا رستوران رو به رو شده‌اید. این روش برای شما هم مفید خواهد بود. پیشنهاد می‌کنیم به دنبال عکس برگردانی جذاب باشید که بتواند توجه مشتریان را جلب کند.

تبلیغات انبوه داشته باشید

هر فردی به دنبال سودآوری و معاملات بزرگ است، مخصوصاً اگر برای آنها هزینه‌ای نداشته باشد. پس اگر برای تمام مشتریان احتمالی خود یک ایمیل تبلیغاتی بفرستید و عنوان آن را به گونه‌ای انتخاب کنید که خبر از یک سود و منفعت باورنکردنی بدهد، قطعاً می‌توانید مخاطبان بیشتری را جذب کنید. حتی بهتر است داخل ایمیل بروشور کاری خود را قرار دهید تا سبب جلب توجه بیشتر آنها شود.

در روزنامه‌ها بنویسید

برای روزنامه‌ها خبر و مقاله بنویسید و در بین مطالب شرکت خود را معرفی کنید.

در مجلات بنویسید

می‌توانید همین روش را در مجلات هم به کار بگیرید.

در اتوبوس‌ها فعالیت کنید

بازاریابی پار تیزانی که با نام بازاریابی چریکی نیز معرفی می‌شود، نوعی بازاریابی خلاقانه است که شرکت‌های با بودجه محدود از آن استفاده می‌کنند. موفقیت این بازاریابی وابسته به خلاقیت و قانون‌شکنی‌های آن است. در واقع شرکت‌هایی که بودجه قابل توجهی برای تبلیغات ندارند برای برندینگ و پیشی گرفتن از رقبای خود از بازاریابی پار تیزانی بهره می‌برند. برای اطلاع از ترندهای این بازاریابی، با ما همراه باشید.

بازاریابی پار تیزانی به گونه‌ای طراحی شده که به صورت پنهانی روی مخاطبان تأثیر می‌گذارد. پس اگر صاحب کسب و کار کوچکی هستید و نمی‌خواهید هزینه زیادی برای تبلیغات صرف کنید، از ادامه مقاله غافل نشوید و تمام تکنیک‌های آن را فراگیرید.

تکنیک‌های بازاریابی پار تیزانی در آمد خود را ابزار تبلیغات تان کنید

اگر صاحب سایت کسب درآمد آنلاین هستید، به جای اینکه درآمدتان را صرف تبلیغات کنید، آن را به عنوان تبلیغ به مشتریان‌تان بدهید. مثلاً یک مهر سفارش دهید و روی آن بنویسید: «این برای تو، اما اگر می‌خواهی صد تایی دیگه از این اسکناس درآمد داشته باشی، وارد سایت ما بشو!» مهر را روی اسکناس‌ها بزیند و وارد بازار هدف‌تان کنید.

برگه‌های چسب‌دار بزیند

این برگه‌ها همه جا در معرض نمایش قرار دارند. البته بازاریابی پار تیزانی در کشور ما از ردهنده شده است، اما اگر در این برگه‌ها از طراحی خلاقانه‌ای استفاده کنید حتماً توجهات زیادی را به خود جلب خواهید کرد.

برای مخاطبان بالقوه نامه بفرستید

پاکت نامه‌ای انتخاب کنید و توضیحات تبلیغاتی خود را برای هزاران مشتری بالقوه ارسال کنید. امروزه هیچ نامه‌ای برای کسی ارسال نمی‌شود، پس اگر کمی خلاقیت به خرج دهید احتمالاً توجهات زیادی را جلب می‌کنید. بهتر است داخل نامه هدیه‌ای قرار دهید تا به ارزش آن افزوده شود.

وارد نمایشگاه‌ها شوید

شاید به زودی نمایشگاهی مرتبط با کسب و کار شما برگزار شود، بهتر نیست در این نمایشگاه حاضر شوید؟ اگر می‌خواهید در بازاریابی پار تیزانی موفق شسوید، باید به دنبال ایده‌ای باشید تا کار بازدیدکنندگان را آسان‌تر کند. مثلاً یک پاکت رایگان به آنها بدهید تا بتوانند هدایا و تبلیغاتی که می‌گیرند را در آن بگذارند. البته روی این پاکت اطلاعاتی از کسب و کار خود و یک جمله تبلیغاتی جذب‌کننده بنویسید. با این کار هر بازدیدکننده به عنوان تبلیغی برای شرکت شما خواهد بود.

دیگران را مهمان کنید

وقتی در صف سینما هستید، از صندوقدار بخواهید به جای دریافت هزینه، کارت ویزیت شما را به آنها بدهد و خودتان پول بلیت‌شان را حساب کنید. این روش بسیار ارزان‌قیمت است، حتی اگر آنها به مشتری شما تبدیل نشوند، اما تبلیغات دهان به دهان می‌تواند به شما کمک کند.

از خودتان تعریف کنید

بدون اینکه خجالت بکشید، کمی خودشیفته باشید و از خودتان و کسب و کارتان تعریف کنید مثلاً روی دیوار بنویسید: «غذای این رستوران عالی» یا «جناس این مغازه به نظیر است.» مطمئن باشید خیلی از مشتریان متوجه نمی‌شوند این نوشته‌ها کار خودتان است. در دنیای مجازی از کامنت‌ها به جای دیوارنویسی استفاده می‌شود و می‌توانید به عنوان فردی ناشناس از کسب و کار خود تعریف و تمجید کنید.

به عنوان وبلاگ‌نویس حرفه‌ای فعالیت کنید

اگر نویسنده هستید، یکی از بهترین نوشته‌های‌تان را در وبلاگ‌های معروف قرار دهید تا جلوی دید عموم باشد. خیلی از افراد در دنیای مجازی از طریق نوشته‌های دیگر نویسندگان معروف شده‌اند. در بخش کامنت‌ها هم می‌توانید خود را معرفی کنید و به دنبال جذب مشتری باشید.

کارت ویزیت‌تان را وارد کتابخانه کنید

منظور ما این نیست کارت ویزیت خود را در بین مردم پخش کنید، بلکه به کتابخانه‌ها و کتابفروشی‌ها بروید و بخشی که مرتبط با کسب و کارتان است را پیدا کنید. در بین تمام کتاب‌ها یک کارت ویزیت بگذارید. هزینه این روش تنها چاپ کارت‌ویزیت، است اما می‌تواند نتایج فوق‌العاده‌ای را به ارمغان آورد و شما را به بازار هدف‌تان برساند.

پشت ماشین‌تان تبلیغ کنید

برجسب برند خود را پشت شیشه خودروی‌تان بزیند. البته می‌توانید این کار را در دیگر قسمت‌های ماشین نیز انجام دهید. یک کارواش این ایده را با علامت ستاره زرد و مشکی انجام داده و برجسب برند خود را در پشت شیشه عقب خودروی مشتریانش چسباند است. شاید تاکنون این برجسب را دیده باشید. قطعاً این روش بازاریابی پار تیزانی تأثیر قابل توجهی در جذب مشتری دارد.

از کسب و کارهای خانگی پشتیبانی کنید

معمولاً کسب و کارهای خانگی از نظر عموم پنهان هستند. پس به اتاق بازگانی شهر خود بروید و کمیته کسب و کارهای خانگی تشکیل دهید. با این کار به افراد فعال در خانه دسترسی پیدا می‌کنید و می‌توانید کسب و کار خود را در بین آنها تبلیغ کنید.

چیز دیگری لازم ندارید؟

این جمله را وقتی مشتری در حال پرداخت هزینه است بگویید، بدین ترتیب مشتری کمی بیشتر فکر می‌کند و ممکن است چیز دیگری خریداری کند.

برتری خود نسبت به رقیب را اعلام کنید

به جای اینکه کارت‌ویزیت یا ایمیل‌های تبلیغاتی به دست مشتریان برسانید، لیستی تهیه کنید و دلایل برتری خود نسبت به رقیب را توضیح دهید. باید تمام جملات را صادقانه و با شوخ‌طبعی بیان کنید تا در ذهن مخاطب تثبیت شود.

خود را در معرض نمایش قرار دهید

مغازه‌ای که مرتبط با کسبب و کار شما باشد پیدا کنید و با آنها برای نمایش یک نسخه نمایشی از کارتان قرارداد ببندید. اگر کترینگ هستید، به مغازه‌های اطراف اطلاعیه بدهید تا به دست مشتریان برسانند. در این اطلاعیه بنویسید در فلان روز و ساعت، این غذا به صورت رایگان ارائه می‌شود. با این کار هزینه زیادی روی دست‌تان می‌ماند، اما استقبال مشتریان می‌تواند برای شما شهرت کسب کند.

تقویم هدیه بدهید

سالنامه خود را با خلاقیت بالا طراحی کنید و به عنوان هدیه به مشتریان‌تان بدهید. این روش بازاریابی پار تیزانی در ایران بسیار باب است. بهتر است تصویر محصولات، نام سایت، افتخارات و گواهینامه‌هایی که دارید را در صفحه اول هر ماه یا فصل قرار دهید. اگر از تصاویر جذاب استفاده



رهبری



لیست رضایت‌بخش‌ترین شغل‌ها از نظر Glassdoor؛ توسعه‌دهنده جاوا در صدر

وب‌سایت «گلس‌دور» (Glassdoor) که کاربران می‌توانند از طریق آن به کارفرمایان فعلی و گذشته خود به صورت ناشناس امتیاز دهند، براساس امتیازات کاربران لیست ۲۵ شغل با بیشترین میزان رضایت در ایالات متحده را منتشر کرده که توسعه‌دهنده جاوا در صدر آن قرار گرفته است.

دانشمند داده و مدیر محصول پس از جاوا به ترتیب در رده‌های دوم و سوم قرار دارند. یکی از نتایجی که می‌توان از جدول زیر گرفت این است که شغل‌های IT در مجموع بیشترین میزان رضایت شغلی را داشته و حقوق سالانه بعضی از آنها مثل مهندس نرم‌افزار (۱۱۰ هزار دلار) تقریباً با حقوق سالانه یک دندان‌پزشک (۱۳۴ هزار دلار) برابری می‌کند.

گلس‌دور می‌گوید لیست زیر براساس برخی شغل‌ها با بالاترین امتیاز کلی در این پلتفرم ایجاد شده است و می‌افزاید: «امتیاز شغلی گلس‌دور در موازنه سه فاکتور به شکل مساوی محاسبه می‌شود: پتانسیل دستمزد (میانگین حقوق پایه سالانه)، امتیاز کلی رضایت شغلی و تعداد آگهی‌های فعال.» داده‌های جدول در بازه زمانی بین دسامبر ۲۰۱۹ تا دسامبر ۲۰۲۰ به دست آمده است.

• توسعه‌دهنده جاوا (حقوق [سالانه]: ۹۰ هزار دلار؛ رضایت شغلی از ۵: ۴.۲)

• دانشمند داده (حقوق: ۱۱۳ هزار دلار؛ رضایت شغلی: ۴.۱)

• مدیر محصول (حقوق: ۱۲۱ هزار دلار؛ رضایت شغلی: ۳.۹)

• معماری سازمانی (حقوق: ۱۳۱ هزار دلار؛ رضایت شغلی: ۴.۰)

• مهندس DevOps (حقوق: ۱۱۰ هزار دلار؛ رضایت شغلی: ۴.۰)

• مهندس امنیت اطلاعات (حقوق: ۱۱۰ هزار دلار؛ رضایت شغلی: ۴.۰)

• مدیر توسعه کسب و کار (حقوق: ۸۲ هزار دلار؛ رضایت شغلی: ۴.۱)

• مهندس موبایل (حقوق: ۹۴ هزار دلار؛ رضایت شغلی: ۴.۱)

• مهندس نرم‌افزار (حقوق: ۱۱۰ هزار دلار؛ رضایت شغلی: ۳.۸)

• دندان‌پزشک (حقوق: ۱۳۴ هزار دلار؛ رضایت شغلی: ۴.۰)

• مهندس فرانت‌اند (حقوق: ۸۱ هزار دلار؛ رضایت شغلی: ۴.۰)

• مدیر منابع انسانی (حقوق: ۸۷ هزار دلار؛ رضایت شغلی: ۴.۲)

• مدیر استراتژی (حقوق: ۱۲۳ هزار دلار؛ رضایت شغلی: ۴.۲)

• توسعه‌دهنده سلزفوریس (حقوق: ۸۹ هزار دلار؛ رضایت شغلی: ۴.۲)

• مهندس اتوماسیون (حقوق: ۸۶ هزار دلار؛ رضایت شغلی: ۴.۱)

• مهندس بک‌اند (حقوق: ۹۰ هزار دلار؛ رضایت شغلی: ۴.۳)

• مهندس یادگیری ماشینی (حقوق: ۱۰۴ هزار دلار؛ رضایت شغلی: ۴.۱)

• مدیر بازاریابی محصول (حقوق: ۱۲۰ هزار دلار؛ رضایت شغلی: ۴.۱)

• مدیر مالیات (حقوق: ۱۱۱ هزار دلار؛ رضایت شغلی: ۴.۰)

• مدیر برنامه (حقوق: ۸۰ هزار دلار؛ رضایت شغلی: ۳.۹)

• مشاور (حقوق: ۸۳ هزار دلار؛ رضایت شغلی: ۳.۹)

• مهندس راهکارها (حقوق: ۹۰ هزار دلار؛ رضایت شغلی: ۴.۲)

• مهندس کلاد (حقوق: ۱۰۵ هزار دلار؛ رضایت شغلی: ۳.۹)

• طراح UX (حقوق: ۹۰ هزار دلار؛ رضایت شغلی: ۴.۰)

• طراح محصول (حقوق: ۱۰۴ هزار دلار؛ رضایت شغلی: ۴.۱)

منبع: **digiato**



چالش تعامل با همکارانی که مورد علاقه‌مان نیستند



نگارش: انجمن کار آفرینان جوان
ترجمه: علی‌آل‌علی

فعالیت در یک سازمان به معنای همکاری با دامنه مختلفی از افراد است. شاید در نگاه نخست حضور در یک شرکت تازه برای فعالیت کاری تجربه بسیار جذابی باشد، اما این امر به معنای فقدان دشواری در مسیر شروع دوره‌ای تازه از زندگی حرفه‌ای نیست. بسیاری از کارمندان در محیط کار با همکارانی که مورد علاقه‌شان نیستند، همکاری می‌کنند. این مسئله همیشه نوعی چالش برای کارآفرینان و کارمندان ایجاد می‌کند. فعالیت مناسب در شرکت‌ها بستگی به نتوانایی کارمندان برای تعامل مناسب با هم دارد، حال اگر این امر به طور قابل ملاحظه‌ای دستخوش تغییر شود، سرنوشت تمام کسب و کارهای نامساعد خواهد بود. هدف اصلی در انجمن کارآفرینان جوان کمک به کسب و کارها و کارآفرینان برای فعالیت کاری بهتر است. در همین راستا با همکاری برخی از برجسته‌ترین کارآفرینان جوان اقدام به یافتن راهکاری مناسب برای چالش همکاری با افرادی که دوست‌شان نداریم، پرداخته‌ایم.

**چه چیزی در مورد همکاران تان را دوست ندارید؟
لورا ایگوچناگا: موسسه رسانه‌ای Viral Growth**

وقتی همکاری با دیگران در یک سازمان سخت می‌شود، باید در مورد دلیل این امر پرس و جو کنیم. گاهی اوقات کارمندان نسبت به عدم علاقه و ناتوانی برای تحمل همکاران‌شان مطالبی را مطرح می‌کنند. اغلب اوقات این مطالب بسیار سطحی و ساده عنوان می‌شود بنابراین امکان رسیدگی مناسب به مسئله از افراد سلب می‌شود. نخستین گام در مواجهه با ناراضیاتی از کارمندان شرکت باید مواجهه منطقی با این موضوع باشد. دلیل اصلی ناتوانی شما برای همکاری با این افراد چیست؟ اگر از آنها خوش‌تان نمی‌آید، باید دلیل این امر را جست‌وجو کنید. گاهی اوقات دلیل ناتوانی برای همکاری با کارمندان یک شرکت بسیار ساده است بنابراین نباید به دلیل مشکلات ساده و سطحی امکان همکاری بلندمدت با یک شرکت را از دست بدهیم. این امر دارای اهمیت بسیار زیادی است.

امروزه شرکت‌های بزرگ دارای بخش ویژه‌ای برای حل مشکلات کارمندان هستند. این امر به معنای امکان مراجعه به بخش موردنظر و گفت‌وگو در مورد مشکلات کارآفرینان است. اگر تیم‌های کاری دارای مشکلاتی با هم باشند، وظیفه اصلی بخش حل و مشکلات رسیدگی به مسائل مطرح شده و حل و فصل‌شان است. اگر کسب و کار موردنظر دارای این بخش نباشد، باید خودمان دست به کار شویم. ارزیابی دلیل عم علاقه به سایر اعضای شرکت نخستین گام برای بهبود شرایط خواهد بود بنابراین باید پیش از هر اقدام دیگری این امر را مدنظر قرار دهیم.

صحبت درباره مشکل

ویکاس آگروال: موسسه اینفلو برنرز

وقتی یک مشکل در سازمان وجود دارد، باید در مورد آن صحبت کرد بسیاری از کارآفرینان در عمل در مورد مشکلات برنشان صحبت نمی‌کنند. همین امر موب تبدیل مشکلات هرچند کوچک به بحران‌های بزرگ می‌شود. هرچه سریع‌تر نسبت به حل و فصل مشکلات اقدام نماییم، آسیب کمتری به برند وارد خواهد شد. این امر دارای اهمیت بسیار زیادی برای تیم‌های کاری است. گاهی اوقات مشکلات اولیه به سادگی قابل حل و فصل نیست. همین امر موجب ناتوانی تیم‌های کاری برای بهبود به‌موقع وضعیت کاری است. اگر یک شرکت فضای دوستانه‌ای میان کارمندان و مدیران ایجاد نماید، امکان بیان مشکلات بسیار ساده‌تر از هر زمانی خواهد بود. تمام مسئله به دلیل فضای سنگین در شرکت‌ها و ترجیح کارمندان برای سرپوش گذاشتن بر مشکلات شروع می‌شود.

بیان ساده و صریح مشکلات در شرکت نوعی چالش‌آفرینی نیست. برخی از کارآفرینان اعتقاد قدیمی به حل مشکلات از سوی کارمندان دارند. این امر در صورت عدم مداخله مناسب از سوی کارآفرینان هرگز با واکنش مناسبی از سوی تیم کسب و کار مواجه نخواهد شد بنابراین باید نسبت به ایجاد فضای گفت‌وگو و مشارکت کارمندان در آن نیز اقدام نماییم. در غیر این صورت وضعیت حوزه کسب و کار به شدت پیچیده خواهد شد.

کاهش تعامل اجتماعی با آنها

کریستین کیمبرلی: موسسه رسانه‌ای کیمبرلی

من وقتی با کسی در محیط کسب و کار مشکل دارم، اقدام به حل و فصلش می‌کنم. این مسئله به طور کامل با بی‌علاقگی برای همکاری با برخی از افراد متفاوت است. گاهی اوقات ما دیگران را نه به دلایل حرفه‌ای، بلکه به دلایلی دیگر دوست نداریم. این امر نباید موجب تأثیرگذاری بر روی کیفیت کاری‌مان شود بنابراین باید ساده‌ترین راهکارها برای کاهش تأثیرگذاری این وضعیت بر روی وضعیت کاری‌مان را مدنظر قرار دهیم. محدودسازی تعامل با افرادی که علاقه‌مند به همکاری با آنها نیستیم، یکی از بهترین راهکارها برای پرهیز از مشکلات بیشتر است.

بسیاری از اوقات همکاری با افرادی که دوست‌شان نداریم، موجب بروز مشکلات زیادی می‌شود. این امر شامل ایجاد درگیری‌های ساده و

غیرمنطقی در حوزه کسب و کار است. کاهش تعامل با افرادی که به آنها علاقه‌ای نداریم، بهترین گزینه برای فعالیت بهینه کاری خواهد بود. بسیاری از تیم‌های کاری در صورت مواجهه با چنین رفتارهایی واکنش جدی نشان نمی‌دهند بنابراین نیازی به توسعه روابط میان ما و فردی که بدان علاقه نداریم، در سطح خارج از محیط کار و نیازهای ضروری شرکت نیست.

**یافتن نکته‌های مثبت در مورد همکاران
کاری ریچ: موسسه Global Good**

همکاری با تیم‌های کاری امر ساده‌ای نیست. اغلب اوقات افرادی با سلیقه یا نظر متفاوت با ما در تیم کاری وجود دارد. بهترین راهکار همیشه تلاش برای مخالفت با دیگران یا خروج از تیم کاری نیست. گاهی اوقات باید به دنبال همکاری با افراد موردنظر حتی در شرایط بسیار ناگوار باشیم. بدون تردید این امر موجب بهبود وضعیت کسب و کار نمی‌شود بنابراین باید به دنبال راهکارهای دیگری برای تعامل با همکارانی که دوست‌شان نداریم، در حد رفع نیازهای کسب و کار باشیم.

یکی از نکات کاربردی برای بهبود وضعیت همکاری با دیگران مربوط به تلاش برای یافتن نکات مثبت در مورد آنهاست. بدون تردید هر فردی دارای برخی نکات مثبت در مورد فعالیت و حوزه تخصصی کسب و کارش است. این امر موجب بروز مشکلات بسیار زیادی در مورد فعالیت بهینه افراد می‌شود. پذیرش تفاوت میان افراد مختلف و تلاش برای بهبود رابطه‌مان با آنها براساس این اصل دارای اهمیت بسیار زیادی است بنابراین نباید همیشه انتظارات بسیار زیادی از دیگران داشته باشیم. این نکته موجب ناتوانی برای همکاری با دیگران و تأثیرگذاری مناسب بر روی آنها خواهد شد. اگر در تلاش برای تأثیرگذاری بر روی دیگران به دنبال راهکارهایی برای بهبود رابطه‌مان با آنها باشیم، نتیجه بسیار بهتری به دست خواهیم آورد.

تمرکز بر روی اهداف کاری

شان کنراد: موسسه Guitar Repair Bench

همکاری با کسانی که از آنها متنفر هستیم، کار ساده‌ای نیست. این امر در مورد همکاری‌های که کمترین علاقه‌ای در ما ایجاد نمی‌کنند، به همان اندازه صحت دارد. بنابراین باید به دنبال راهکارهایی برای تأثیرگذاری مناسب بر روی همکاران‌مان باشیم. این امر دارای اهمیت بسیار زیادی برای همکاری مناسب با دیگران است. بدون تردید در حوزه کسب و کار همه چیز مطابق با سلیقه ما نخواهد بود. بنابراین باید نسبت به ارائه واکنش مناسب به رفتارهای دیگران توجه داشته باشیم. شاید این امر در ابتدا بسیار سخت باشد، اما با مرور زمان امکان همکاری، نه امری بیشتر، با دیگران را خواهیم یافت. عرصه کسب و کار همیشه مطابق خواسته‌های ما مدیریت نمی‌شود بنابراین باید تلاش‌هایمان برای بهبود وضعیت را متمرکز به کارهای امکان‌پذیر کنیم. تغییر ترکیب تیم کاری فقط در صورت حضور در پست‌های ارشد مدیریتی امکان‌پذیر است بنابراین باید نسبت به اهداف و تلاش‌هایمان برنامه‌ریزی درستی داشته باشیم.

گاهی اوقات کارمندان به دنبال مخالفت با افرادی که در تیم از آنها خوش‌شان نمی‌آید، در عمل تمام توجه‌شان را معطوف به آن می‌کنند. این امر مشکلات بسیار زیادی برای کارآفرینان به همراه خواهد داشت بنابراین باید تمرکز بیشتری بر روی مسائل واقعا مهم در عرصه کسب و کار داشته باشیم. در غیر این صورت نتوانایی‌مان برای تأثیرگذاری بر روی مشتریان هدف به شدت کاهش خواهد یافت.

همکاری با افرادی که در تیم کاری از آنها خوش‌شان نمی‌آید، فقط محدود به اهداف کاری است. این امر باید مدنظر تمام کارمندان در کسب و کارهای مختلف قرار داشته باشد. اگر این نکته مهم را به طور قابل ملاحظه‌ای مدنظر قرار ندهیم، همیشه در تلاش برای دستیابی به اهداف کاری‌مان دچار انحراف و مقابله‌های بی‌نتیجه با اعضای تیم شرکت خواهیم شد. این امر گاهی اوقات حتی موجب اخراج کارمندان از شرکت نیز می‌شود.

اهمیت اصل بزرگ‌کاری

تایلر بری: موسسه TK Trailer

وقتی در یک تیم کاری با فردی مشکل داریم، باید در صورت امکان آن را حل و فصل نماییم. در غیر این صورت تلاش‌های کاری‌مان باید معطوف به پیشبرد اهداف شرکت باشد. بسیاری از کارآفرینان بزرگ و شرکای تجاری در ظاهر با هم رابطه خوبی دارند، اما از یکدیگر خوش‌شان نمی‌آید. این امر هرگز موجب شکست همکاری میان شرکت‌های بزرگ نمی‌شود. عرصه کسب و کار محلی برای گردآوری کارمندانی شبیه به خودمان نیست. برندهای موفق همیشه تیم‌های کاری متشکل از کارمندان متفاوت را مدنظر قرار می‌دهند. این امر دارای اهمیت بسیار زیادی برای موفقیت بازاریابی و توسعه کسب و کار است.

وقتی در یک تیم کاری همه افراد نظری واحد دارند، یک جای کار مشکل خواهد داشت. شاید این امر در زمینه انتخاب استراتژی کسب و کار بسیار ساده باشد، اما در عمل اجرای موفقیت‌آمیز استراتژی‌ها و تعامل مناسب با مشتریان را سخت خواهد کرد. امروزه بسیاری از برندها

برای تعامل با مخاطب هدف به دنبال استفاده از ایده‌های متفاوت هستند بنابراین باید اعضای تیم شرکت را از میان افراد گوناگون انتخاب کرد. اگر شما به عنوان یکی از اعضای تیم شرکت با مسئله‌ای مشکل دارید، باید آن را حل نمایید. گاهی اوقات امکان حل اختلافات با یکی از اعضای شرکت وجود ندارد بنابراین باید اصل بزرگ‌کاری را مدنظر قرار دهیم. اگر ما در تلاش برای تبدیل شدن به فردی بزرگوار هستیم، باید در عمل این کار را تمرین نماییم. در غیر این صورت شناسی برای تأثیرگذاری بر روی دیگران و تبدیل شدن به فردی بزرگوار نخواهیم داشت. بسیاری از مردم در طول روز ادعاهای بسیار زیادی در مورد ضرورت بزرگ‌کاری و بهبود وضعیت روابط اجتماعی مطرح می‌کنند. اگر این ادعاها در عرصه عمل مورد توجه واقع نشود، کمترین ارزشی نخواهد داشت.

توجه به ریشه مشکلات

ماریا تیموتی: موسسه OneIMS

بسیاری از مشکلات میان اعضای تیم کاری دارای ریشه‌های بسیار مهمی است. مدیران ارشد همیشه در تلاش برای ساماندهی وضعیت تیم‌های کاری با ایده‌های ساده و راهکارهای سریع هستند. این امر شاید در برخی از موارد همراه با موفقیت باشد، اما شرایط همیشه به این ترتیب نخواهد بود. گاهی اوقات باید مسئله پیش روی اعضای شرکت را به عنوان مشکلی مهم مدنظر قرار دهیم. این امر الزاماً به معنای سختگیری در زمینه بررسی مشکلات کسب و کار نیست، بلکه رویکرد برند به سوی مسائل و مشکلات مختلف را نشان می‌دهد.

وقتی کارمندان با جهت‌گیری مثبت تیم ارشد شرکت برای حل و فصل مشکلات مواجه می‌شوند، روحیه بسیار بهتری برای همکاری و بهبود شرایط کسب و کار نشان می‌دهند. این امر دارای اهمیت بسیار زیادی برای مدیریت بهینه کسب و کار خواهد بود. اگر تیم مدیریت شرکت نسبت به بهبود مشکلات میان اعضای شرکت در تیم‌های مختلف واکنش نشان ندهند، باز هم امکان پرداختن به ریشه مشکلات وجود دارد. اعضای شرکت برای فعالیت بهتر در زمینه کسب و کار باید خودشان نسبت به رفع مشکلات اقدام نمایند. در غیر این صورت هیچ پیشرفتی در زمینه بهبود مسائل کاری ایجاد نخواهد شد. این امر باید همیشه مدنظر کارمندان قرار داشته باشد بنابراین حتی در صورت عدم علاقه به یکدیگر نیز باید برای رفع مشکلات و فعالیت کاری بهتر اقدام کنیم. این امر همیشه با پرداختن به ریشه مشکلات حل و فصل خواهد شد بنابراین نیازی برای ساده‌انگاری یا تلاش برای استفاده از راهکارهای گوناگون نخواهد بود.

ایجاد فضای دوستانه

استفانی ولز: موسسه Formidable Forms

وقتی فضا سرد و بی‌روح در محیط کسب و کار جاری باشد، امکان رفع مشکلات وجود ندارد. بسیاری از کارمندان به دلیل عدم آشنایی کافی با هم یا وجود فضای بیش از اندازه رسمی توانایی تعامل با هم را ندارند. بهترین راهکار در این میان تلاش برای بهبود شرایط تیم کاری است. تعامل نزدیک با هم و تلاش برای آشنایی هرچه بهتر موجب بهبود سطح روابط می‌شود. شاید این امر در نگاه نخست در تعامل با افرادی که در ابتدا از آنها خوش‌شان نمی‌آید، دشوار باشد. بی‌تردید واقعیت ماجرا نیز بر همین اساس است بنابراین کارآفرینان و کارمندان نباید این امر را بسیار ساده تلقی کنند.

هرچه فضای صمیمانه و دوستانه‌تری در محیط کاری جاری باشد، امکان تعامل بهتر با همکاران فراهم خواهد شد. این امر موجب ظهور دوستی‌های پایدار نیز می‌شود. اغلب افراد در ابتدای دوستی شاید از همدیگر تنفر هم داشته باشند، اما به مرور زمان علاقه‌های مشترک پیدا خواهند کرد. این امر در مورد همکاران در محیط کاری بیش از هر موقعیت دیگری مصداق دارد بنابراین اختلاف نظرهای ابتدایی نباید موجب برهم خوردن روابط میان همکاران شود.

فهم علاقه‌مندی‌های یکدیگر

متیو کاپالا: موسسه آلفامتیک

وقتی افراد دارای نقاط اشتراک و دیدگاه‌های نزدیک به هم باشند، رابطه مناسب بین‌شان تقویت خواهد شد. بسیاری از گروه‌های کاری دارای توانایی نزدیک ساختن اعضا به هم را ندارند. درست به همین خاطر مشکلات میان کارمندان به شدت افزایش پیدا می‌کند. بهترین راهکار در این میان تلاش برای ایجاد انگیزه نزدیک در میان کارمندان است. فهم علاقه یکدیگر در تیم‌های کاری نکته مهمی برای بهبود روابط محسوب می‌شود. شاید اگر فردی که نسبت به آن بدبین یا بی‌علاقه هستیم، در صورت داشتن نگاه مشترک جذاب‌تر به نظر برسد. مهمترین مسئله در این میان توجه به نیازهای کسب و کار است. بدون تردید امکان ادامه روند اختلاف و درگیری با اعضای شرکت موجب لطمه به وجهه حرفه‌ای کارمندان می‌شود بنابراین باید در کمترین زمان ممکن این مشکلات را حل و فصل کرد. تلاش برای کسب شناخت بهتر از اعضای تیم کاری بهترین راهکار برای پرهیز از ادامه اختلافات خواهد بود.

منبع: **noobpreneur.com**

عملکرد بنیاد مسکن انقلاب اسلامی استان گیلان (یکساله) بهمن ماه ۱۳۹۸ الی بهمن ماه ۱۳۹۹

رشت - خبرنگار فرصت امروز: به گزارش روابط عمومی بنیاد مسکن انقلاب اسلامی استان گیلان، همزمان با دهه مبارک فجر ۴۹۹۸ پروژه در حوزه بنیاد مسکن انقلاب اسلامی استان گیلان (حساب ۱۰۰ حضرت امام (ره)) به بهره برداری می‌رسد. مهندس محمد اکبرزاده، مدیرکل، گفت: اکنون خداوند بزرگ را سپاس می‌نهم که بار دیگر توفیق گرامیداشت ایام اله دهه فجر ۱۳۹۹ را به بهانه فرا رسیدن چهل و دومین بهار آزادی، به ما ارزانی داد. یاد بنیانگذار فقید نظام مقدس جمهوری اسلامی ایران حضرت امام خمینی (ره)، شهدای انقلاب اسلامی و هشت سال دفاع مقدس، شهدای مدافع حرم و شهدای سلامت را گرامی می‌داریم و مفتخریم که تحت رهبری مقام عظمای ولایت مطلقه فقیه، حضرت آیت اله العظمی امام خامنه‌ای (مدظله‌العالی)، در دولت تدبیر و امید، جهت گرامیداشت این ایام فرخنده، پروژه‌های متنوع عمرانی با اعتبارات تملک داراییهای سرمایه‌ای استانی و ملی، تسهیلات بانکی و بخش خصوصی به ارزش ۱۷۴۹۳ میلیارد ریال به تعداد ۴۹۹۸ پروژه را به بهره برداری می‌رسانیم. مهندس اکبرزاده افزود: در این دهه ۲۱ پروژه اجرای طرح هادی، ۵۸ پروژه بازنگری طرح هادی، اهدای بیش از ۴۸۰۰ برگ سند مالکیت، واگذاری ۳۴ قطعه زمین ۴۸۱۰ واحد مسکونی بهره‌مند از تسهیلات بهسازی مسکن روستایی و ۱۰۹ واحد مسکن مهر افتتاح میگردد. وی با اشاره به فعالیت دفتر مشارکتهای مردمی حساب ۱۰۰ حضرت امام (ره) گفت: در این مدت برای ۳۵ خوار شهری و روستایی مبلغ ۱۸۳۱ میلیون ریال از محل کمکهای بلاعوض حساب ۱۰۰ حضرت امام (ره) جهت ساخت، تعمیر، تکمیل، خرید و رهن و اجاره و نهایتاً تأمین مسکن محرومان پرداخت گردید. مدیرکل بنیاد مسکن انقلاب اسلامی افزود: همچنین مبلغ ۱۷۴۴ میلیون ریال بصورت کمکهای نقدی و غیرنقدی (۵۶۴ میلیون ریال نقدی و ۱۱۸۰ میلیون ریال غیر نقدی) توسط افراد خیر و نیکوکار به منظور تأمین سرپناه افراد محروم به حساب ۱۰۰ حضرت امام (ره) وارز شد. اکبرزاده گفت: انجمن خیرین مسکن ساز گیلان نیز پروژه ۶۲۷ واحدی حضرت ثامن الائمه (ع) رشت را در زمینی به مساحت ۲۷۰۰ مترمربع در سایت مسکن مهر رشت در دست احداث دارد که تعداد ۴۴۱ واحد از آن تحویل متقاضیان گردیده و ۱۸۶ واحد باقیمانده هم اکنون دارای بیش از ۹۵٪ پیشرفت فیزیکی است که حداکثر تا ۲ ماه آینده تحویل داده خواهد شد.



دومین فروند اسکله فلزی در جزیره هنگام نصب شد

بندرعباس - خبرنگار فرصت امروز: مدیر کل بندر و دریانوردی استان هرمزگان از نصب دومین فروند اسکله فلزی درحوضچه جزیره هنگام خبرداد و گفت: با بهره برداری از این اسکله علاوه بر تفکیک مسیر ورود و خروج گردشگر و ارتقاء سطح ایمنی، مدت زمان انتظار بویژه در روزهای اوج سفرکاهش می‌یابد. به گزارش روابط عمومی اداره کل بندر و دریانوردی استان هرمزگان "علی رضا محمدی کرجی ران" با اشاره به جاذبه‌های گردشگری طبیعی و دریایی جزیره هنگام گفت: این جزیره به دلیل وجود زیبایی‌های چشم‌نواز، نظیر دسته‌های دلفین که در آبهای نزدیک جزیره زندگی می‌کنند، سواحل زیبا (ساحل تفرهای) و بازارچه عرضه صنایع دستی و غذاهای دریایی همه‌ساله پذیرای گردشگران متعدد از اقصی نقاط کشور ودنیاست. مدیر کل بندر و دریانوردی هرمزگان با بیان اینکه به منظور ارتقاء سطح ایمنی مسافران و گردشگران، سال گذشته یک فروند اسکله در حوضچه این جزیره نصب شد اظهار داشت: دومین فروند اسکله فلزی نیز با هدف تفکیک مسیر ورودی و خروجی و جلوگیری از مدت زمان انتظار شناور و مسافر بویژه در روزهای اوج حضور گردشگر و تعداد مسافر ساخته و در محل نصب گردید. به گفته محمدی کرجی ران این اسکله از جنس بدنه فولاد دریایی به طول ۲۰، عرض ۵ و آبخور ۲ متر با اعتبار پانزده و نیم میلیارد ریال، بدست متخصصان داخلی ساخته و مورد بهره برداری قرار گرفت.



بوشهر - خبرنگار فرصت امروز: مدیرکل بندر و دریانوردی استان بوشهر از بهره برداری ۷ پروژه دریایی و بندری همزمان با ایام الله دهه فجر خبر داد. به گزارش روابط عمومی، سیاوش ارجمند زاده مدیرکل بندر و دریانوردی استان بوشهر دراینباره گفت: همزمان با ایام الله دهه مبارک فجر ۷ پروژه این اداره کل به ارزش ۲۴۳ میلیارد و ۵۰۰ میلیون ریال بهره برداری خواهد شد. ارجمند زاده افزود: این پروژه‌ها شامل سیستم اطفاء حریق، ثابت بندر مروراید خارک با هزینه‌ای بالغ بر ۷۵ میلیارد ریال، تعمیرات اساسی منجر به PM تاسیسات محوطه بندر بوشهر با هزینه ۱۴۵ میلیارد ریال، برق رسانی به اسکله مروراید بندر خارک با هزینه ۲۰ میلیارد ریال، خرید نصب و راه اندازی دوربین مداربسته بندر دیلم، بندر بولخیر، ترمینال مسافری بندر بوشهر و گیت متروی درب کامیونی بندر بوشهر با هزینه‌ای بالغ بر ۱۰ میلیارد ریال، اجرای اتصال سامانه بین المللی ناوتکس بوشهر، بندر خارک، گناوه،محمدعمری،کنگان،دیر، بولخیر، ریگ و لاور و به شبکه سراسری از طریق فیبر نوری و تجهیز و راه اندازی سیستم مخابراتی ترمینال مسافری بندر بوشهر با هزینه ۳ میلیارد و پانصد میلیون ریال، تجهیز آشیانه جابرویلین، مجموعه خلیج فارس، پمپ خانه آتش نشانی و برج کنترل دریایی بندر دیلم به سیستم اعلام حریق و ساخت و خرید دو مخزن سوخت اضطراری شناورهای ناچی با هزینه ۴ میلیارد ریال و تجهیز برج های کنترل بندر تابعه به سیستم تأمین بی وقفه برق UPS با هزینه ۶ میلیارد ریال می‌باشد.



بوشهر - خبرنگار فرصت امروز: مدیرکل بندر و دریانوردی استان بوشهر از بهره برداری ۷ پروژه دریایی و بندری همزمان با ایام الله دهه فجر خبر داد. به گزارش روابط عمومی، سیاوش ارجمند زاده مدیرکل بندر و دریانوردی استان بوشهر دراینباره گفت: همزمان با ایام الله دهه مبارک فجر ۷ پروژه این اداره کل به ارزش ۲۴۳ میلیارد و ۵۰۰ میلیون ریال بهره برداری خواهد شد. ارجمند زاده افزود: این پروژه‌ها شامل سیستم اطفاء حریق، ثابت بندر مروراید خارک با هزینه‌ای بالغ بر ۷۵ میلیارد ریال، تعمیرات اساسی منجر به PM تاسیسات محوطه بندر بوشهر با هزینه ۱۴۵ میلیارد ریال، برق رسانی به اسکله مروراید بندر خارک با هزینه ۲۰ میلیارد ریال، خرید نصب و راه اندازی دوربین مداربسته بندر دیلم، بندر بولخیر، ترمینال مسافری بندر بوشهر و گیت متروی درب کامیونی بندر بوشهر با هزینه‌ای بالغ بر ۱۰ میلیارد ریال، اجرای اتصال سامانه بین المللی ناوتکس بوشهر، بندر خارک، گناوه،محمدعمری،کنگان،دیر، بولخیر، ریگ و لاور و به شبکه سراسری از طریق فیبر نوری و تجهیز و راه اندازی سیستم مخابراتی ترمینال مسافری بندر بوشهر با هزینه ۳ میلیارد و پانصد میلیون ریال، تجهیز آشیانه جابرویلین، مجموعه خلیج فارس، پمپ خانه آتش نشانی و برج کنترل دریایی بندر دیلم به سیستم اعلام حریق و ساخت و خرید دو مخزن سوخت اضطراری شناورهای ناچی با هزینه ۴ میلیارد ریال و تجهیز برج های کنترل بندر تابعه به سیستم تأمین بی وقفه برق UPS با هزینه ۶ میلیارد ریال می‌باشد.

مراسم آغازین دهه مبارکه فجر در چهلمین سومین سالگرد پیروزی شکوهمند انقلاب اسلامی، در مزار شهدای قزوین

قزوین - خبرنگار فرصت امروز: با حضور مدیر مخابرات منطقه، مدیران و تعدادی از کارکنان، مراسم آغازین دهه مبارکه فجر در چهلمین سومین سالگرد پیروزی شکوهمند انقلاب اسلامی، در کنار مزار شهدای شهر قزوین برگزار شد. به گزارش روابط عمومی مخابرات منطقه قزوین، مهندس نصرآبادی در این آیین گفت: شهدا جان خود را در راه اسلام و انقلاب و عهدی که با خدا بستند، اهدا کردند و ما راه آنان را تا آخرین قطره خون ادامه خواهیم داد. مدیر مخابرات منطقه قزوین افزود: شاید در یک جمله بتوان گفت رمز ماندگاری این انقلاب در اعتقادات مردم، پایبندی به ارزش‌ها است. رمز ماندگاری ما این است که از ابتدا رهبر کبیر انقلاب، انقلاب را زمینهای برای پیوستن به انقلاب جهانی حضرت بقیه اله اعظم نام بردند که هیچ شکی در تحقق آن وجود ندارد. وی افزود: بصیرت یکی از عناصر مهم در ماندگاری انقلاب ما است و از دل همین بصیرت است که فرهنگ شهادت شکل می‌گیرد و با خدا معامله می‌کنند و با ارزشترین سرمایه خود یعنی جانشان پای این انقلاب می‌ایستند. مدیر مخابرات منطقه قزوین در ادامه بیان نمود: جا دارد ضمن تبریک این دهه پرشکوه به ملت شریف ایران و کارکنان و پرسنل خدمت مخابرات، یادای شهدا و جهادگران ارتباطات کرده و ضمن اعلام بیعت دوباره با آرمان‌های امام، شهدا و انقلاب، و عزم خود را برای سازندگی هر چه بیشتر ایران اسلامی که اکنون به عنوان کشوری مقتدر و مستقل شناخته می‌شود جزم کنیم. او در بخشی از سخنان خود گفت: دستاوردها و برکات عظیم نظام مقدس جمهوری اسلامی باید توسط خدمتگزاران و مسئولان نظام به صورتی مطلوب برای مردم شریف و ولایتمدار در ایام دهه مبارک فجر تشریح و ارزش‌های انقلاب اسلامی به بهترین شکل ممکن به قشر جوان و نوجوان جامعه معرفی و انتقال داده شود. مهندس نصرآبادی اظهار داشت: حضور احاد مختلف مردم شریف در مزار شهدا حامل این پیام به جهانیان است که همچنان برای دفاع از انقلاب و آرمان‌های شهدا، نظام، رهبری و اهداف امام (ره) آماده هستند و تا آخرین قطره خون خود این راه را ادامه خواهند داد.

تعدیل روشنایی ۴۸ هزار چراغ معابر در گلستان

گرگان - خبرنگار فرصت امروز: مدیرعامل شرکت توزیع نیروی برق گلستان از تعدیل روشنایی و خاموش کردن ۴۷ هزار و ۶۲۳ چراغ روشنایی معابر با هدف کاهش مصرف برق در فصل زمستان خبر داد. علی اکبر نصیری اظهار کرد: خاموشی چراغ‌های معابر به صورت یک درمیان و در معابر اصلی شهری و جاده‌ها اجرا می‌شود و چراغ‌های روشنایی محلات شامل این طرح نیست. طبق گفته‌وی با اجرای این طرح حدود ۱۱ هزار و هشت کیلووات در بار شبکه صرفه جویی می‌شود. نصیری بیان کرد: این طرح همزمان با سایر نقاط کشور در استان اجرا شده که تلاش می‌شود با تعدیل روشنایی معابر درون شهری مصرف برق زمستان کاهش یابد. وی اضافه کرد: افزایش سرما در اکثر مناطق کشور منجر به افزایش مصرف گاز و محدودیت در تأمین سوخت نیروگاه‌های کشوری شده و در صورتی که مشترکین ۱۰ درصد از مصرف برق خود را کاهش دهند مشکلی بابت تأمین برق وجود نخواهد داشت. مدیرعامل شرکت توزیع نیروی برق گلستان هدف از اجرای این طرح را صرفه جویی در مصرف برق و کاهش تولید نیروگاه‌ها عنوان کرد و افزود: به دنبال کاهش دمای هوا و افزایش مصرف حامل‌های انرژی برای گرمایش منازل در اکثر نقاط کشور، طرح‌های متعددی در سراسر کشور اجرا شده که تعدیل چراغ‌های روشنایی معابر درون و بیرون شهری یکی از این طرح‌ها اجرا شده است.

نماینده مردم نطنز، با درود و قلم در مجلس شورای اسلامی: خدمات رسانی شرکت آبفا استان اصفهان در شهرهای با درود و نطنز مطلوب بوده است



اصفهان - قاسم اسد: نماینده مردم نطنز، با درود و قلم در مجلس شورای اسلامی گفت: در چند سال اخیر خدمات رسانی شرکت آب و فاضلاب در شهرهای با درود و نطنز مطلوب بوده است و انتظار می‌رود با تأمین اعتبارات، شبکه فرسوده خط انتقال آب از سرآسیاب به شهر با درود اصلاح شود. رحمت الله فیروزی پور افزود: انتظار می‌رود با تخصیص ردیف بودجه، اجرای شبکه فاضلاب در شهرهای با درود و نطنز نیز در دستور کار قرار گیرد اما در کل ارائه خدمات آبفا در شهرهای با درود و نطنز قابل توجه است.

در این جلسه همچنین مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب استان اصفهان گفت: پس از یکپارچگی شرکت‌های آب و فاضلاب شهری و روستایی در استان اصفهان تمام تلاش‌ها در راستای کاهش فاصله ارائه خدمات میان شهر و روستاها در استان اصفهان می‌باشد. هاشم امینی افزود: با یکپارچگی شرکت‌های آبفا شهری و روستایی تلاش بسیاری در زمینه حذف آبرسانی

سیار و تأمین پایدار آب شرب روستاییان در استان اصفهان در دستور کار قرار گرفته است. وی با بیان اینکه طرح ۱۰۰-۳۰۰ در استان اصفهان با هدف ارائه خدمات پایدار به روستاییان اجرایی شده است، عنوان کرد: در این طرح مقرر گردید ۱۵ کیلومتر از شبکه فرسوده آب روستاهای ششهر با درود و نطنز اصلاح و بازسازی شوند تا

مدیرکل اوقاف قم:

همکاری با سپاه برای خدمت به مردم جزو اولویت‌های اوقاف است



قم - خبرنگار فرصت امروز: مدیرکل اوقاف استان قم گفت: همکاری با نهادهای مردمی همچون سپاه پاسداران برای خدمت به اقشار کمتربرخوردار، جزو اولویت‌های اصلی اوقاف استان قم به شمار می‌رود. به گزارش روابط عمومی اداره کل اوقاف و امور خیریه استان قم، حجت‌الاسلام والمسلمین عباس اسکندری در آیین بهره‌برداری از دستگاه کمک تنفسی و نیتیلاتور که از محل موقوفات درمانی ناحیه یک قم خریداری و به بیمارستان علی بن ابیطالب(ع) اهدا شد اظهار کرد: هنر اصلی این است که آدمی آنچه به برکت الهی به دست آورده، در راه خداوند هم صرف کند و تنها به جمع‌آوری مادیات نپردازد. وی افزود: امروز به برکت نظام جمهوری اسلامی، وقف از مهجوریت درآمده و اقدامات فراوانی در خصوص توقف صورت می‌گیرد.

مدیرکل اوقاف و امور خیریه استان قم با بیان اینکه طی سال جاری شاهد افزایش خیرین برای کمک‌های نقدی و غیرنقدی هستیم و تفاهم‌نامه‌های خوبی هم با سازمان‌ها و نهادهای مختلف

اسکندری با اشاره به طرح بسیج جامعه پزشکی برای کمک



رشت - خبرنگار فرصت امروز: قرارداد احداث و بهره برداری از تصفیه خانه فاضلاب شهر صومعه سرا امروز با حضور نماینده این شهرستان در مجلس شورای اسلامی، فرماندار و مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب گیلان منعقد شد.

به گزارش دفتر روابط عمومی و آموزش همگانی شرکت آب و فاضلاب استان گیلان، رئیس هیات مدیره و مدیرعامل این شرکت امروز با اعلام این خبر گفت: در قالب این قرارداد، تصفیه خانه فاضلاب شهر صومعه سرا به روش EPC با ظرفیت ۶ هزار و ۳۵۰ مترمکعب در شبانه روز طی مدت ۲ سال به صورت مشارکتی توسط شرکت زلال ایران و اندیشه زلال احداث خواهد شد. سید محسن حسینی، فرآیند تصفیه فاضلاب این پروژه را بصورت لجن فعال با هوادهی گسترده با قابلیت حذف نیتروژن و فسفر عنوان کرد و گفت: همه‌ی خطوط انتقال فاضلاب در صومعه سرا اجرا شده که با بهره‌برداری از آن، شرایط انتقال و هدایت فاضلاب فراهم می‌شود.

وی افزود: با ساخت و بهره‌برداری از تصفیه خانه فاضلاب شهر

صومعه سرا، در فاز اول ۴۳ هزار نفر از شبکه مدرن و بهداشتی فاضلاب برخوردار می‌شوند.

حسینی با تأکید بر اینکه جمع‌آوری و تصفیه فاضلاب شهرهای مختلف استان از برنامه‌های اصلی شرکت آب و فاضلاب است، گفت: بهره‌برداری از تصفیه خانه فاضلاب صومعه سرا در حفظ محیط زیست و جلوگیری از آلودگی مرداب انزلی بسیار حائز اهمیت است و همچنین در بهره‌مندی گردشگران

با اعتباری بالغ بر ۴۵۵ میلیارد ریال؛

مشعل گاز ۳۴ روستای مازندران در دهه فجر روشن می‌شود



ساری - دهقان : گاز رسانی به مناطق کوهستانی و دورافتاده مازندران از مهرماه سال ۹۶ همزمان با بهره‌برداری از طرح بزرگ خط ۴۲ اینچ دامغان - کیاسر - ساری در دستور کار دولت قرار گرفت و حذف مصرف سوخت فسیلی و پایان دادن به برداشت چوب از جنگل برای سوخت از اهداف گازرسانی به این مناطق اعلام شد. به گزارش خبرنگار مازندران به نقل از روابط عمومی شرکت گاز استان مازندران، "حمزه امیر تیموری" سرپرست شرکت گاز مازندران با اظهار این که برای گاز رسانی به این روستاها ۴۵۵ میلیارد ریال سرمایه‌گذاری شده است، افزود: با گازدار شدن این روستاها و انجام فرآیند اشتراک‌پذیری، ۲ هزار و ۱۰۰ خانوار روستایی و بیش از ۲ هزار واحد مسکونی از نعمت گاز طبیعی بهره‌مند می‌شوند.

وی از طرح‌های گازرسانی به روستاهای مازندران به عنوان بزرگترین طرح دهه فجر امسال استان نام برد و بیان داشت: مازندران اولین استانی است که بیشترین شمار

تسریع در روند شکل‌گیری ناحیه ارجان در سفر مدیرعامل برق منطقه‌ای خوزستان به بهبهان



اهواز - شبنم قجوانند: مدیرعامل شرکت برق منطقه‌ای خوزستان با حضور در بهبهان، روند شکل‌گیری و راه‌اندازی امور بهره‌برداری ناحیه جدید ارجان در این شهرستان را تسریع کرد.

محمود دشت بزرگ مدیرعامل شرکت برق منطقه‌ای خوزستان به همراه محمدمطلا مظلومی نماینده مردم بهبهان در مجلس شورای اسلامی، زمانی فرماندار این شهرستان و بهادری شهردار بهبهان از مکان‌های منتخب جهت تسایب آذاری موقت ناحیه ارجان بازدید و در جریان روند راه‌اندازی ناحیه تازه تأسیس ارجان قرار گرفتند.

مدار شدن پست لیکک بهمنی تا تابستان سال آینده تأکید شد. مدیرعامل شرکت برق منطقه‌ای خوزستان و هیئت همراه

دسترسی روستاییان به آب شرب پایدار، میسر شود. مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب استان اصفهان با بیان اینکه تحلیل نیاز آبی شهر با درود در افق ۱۰ ساله انجام گرفته است، تصریح کرد: در صورت تأمین اعتبار، بازسازی ۱۲ کیلومتر از خط انتقال آب از منبع سرآسیاب تا شهر با درود در دستور کار قرار می‌گیرد. همچنین با اتمام مطالعات فاز یک، انجام مطالعات فاز دوم اجرای شبکه فاضلاب در شهر با درود در دستور کار است.

وی با بیان اینکه همه روستاها باید از خدمات پایدار شرکت آب و فاضلاب در کشور بهره‌مند شوند اظهار داشت: اگر در کمیسیون عمران مجلس مصوب شود که همه روستاها در کشور تحت پوشش شرکت‌های آب فاضلاب قرار گیرند، قطعاً همه روستاییان از خدمات مطلوب کیفی و کمی شرکت‌های آبفا بهره‌مند می‌شوند. هاشم امینی با اشاره به اجرای شبکه فاضلاب شهر نطنز خاطرنشان ساخت: مد نظر است با مشارکت بخش خصوصی، اجرای شبکه فاضلاب شهر نطنز اجرایی شود.

به نیازمندان و اقشار کمتربرخوردار عنوان کرد: رضایتمندی از این طرح بالا بوده و تعداد مراجعان هم قابل توجه است. این کار ارزشمند یعنی ارائه دارو و درمان رایگان به نیازمندان را محوریت مراکز افق بقاع متبرکه، طی چندین مرحله در قم اجرایی شده و تلاوم آن هم در اولویت قرار دارد. مدیرکل اوقاف و امور خیریه استان قم افزود: خانواده‌هایی هستند که نه تنها هزینه درمان بیمارانشان را ندارند بلکه حتی پرداخت کرایه رفت و آمد هم برای آنها مشکل است بنابراین حضور پزشکان در نزدیکی محل زندگی آنها اهمیت زیادی دارد. وی تصریح کرد: با توجه به شرایط اقتصادی امروز، برخی خانواده‌ها با شرایط دشواری دست و پنجه نرم می‌کنند بنابراین وظیفه ما به خصوص در سازمان اوقاف و امور خیریه این است که با استفاده از ظرفیت‌های موجود، در راستای کمک به آنها گام برداریم البته این کار در حد توان و با توجه به قوانین و مقررات و مسائل شرعی وقف صورت می‌گیرد.

انعقاد قرارداد احداث و بهره‌برداری از تصفیه خانه فاضلاب شهر صومعه سرا

شهرستان‌های صومعه سرا و انزلی از مزایای این پروژه زیست محیطی نقش بسیار مهمی خواهد داشت که امیدواریم در موعد پیش‌بینی شده نیز به بهره‌برداری برسد. مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب گیلان با اشاره به اینکه ۱۰۳ میلیارد تومان برای احداث تصفیه خانه صومعه سرا هزینه خواهد شد، افزود: مساعدت نماینده مردم شهرستان صومعه سرا در مجلس شورای اسلامی جهت تخصیص اعتبار مورد نیاز این پروژه، هم در روند اجرا و هم به لحاظ اقتصادی و حفظ محیط زیست بسیار حائز اهمیت است. سید کاظم دلخوش نماینده شهرستان صومعه سرا در مجلس شورای اسلامی نیز در سخنانی گفت: با شروع عملیات اجرایی تصفیه خانه فاضلاب و همچنین بازدید مسئولان کشوری و تشریح اهمیت پروژه، نسبت به تأمین منابع و تخصیص اعتبارات اقدام می‌شود. همچنین فرماندار صومعه سرا، احداث تصفیه خانه فاضلاب این شهر را از مطالبات به حق مردم منطقه دانست و اظهار داشت: آغاز عملیات اجرایی این پروژه مهم، موجب مسرت و خوشحالی مردم خواهد بود.

پروژه گازرسانی به ۳۴ روستای مازندران در دهه فجر مجموعاً ۱۷۲ هزار و ۶۰۰ متر شبکه‌گذاری انجام شده است، اظهار کرد: در این روستاها بیش از ۳ هزار عموک روی شبکه گازدار نصب می‌شود. بنابراین آمار در حال حاضر از ۶۱ شهر بزرگ و کوچک مازندران، ۵۹ شهر و از ۲ هزار و ۹۶۳ روستای استان که قابلیت گاز رسانی دارند، ۱۵ هزار و ۳۲۲ روستای پرجمعیت از دهه فجر گاز برخوردارند. سرپرست شرکت گاز مازندران با اعلام این که ۹۴٫۵ درصد جمعیت روستایی از نعمت گاز بهره‌مند هستند، تصریح کرد: گازرسانی به روستاهای بالای ۲۰ خانوار در دستور کار قرار دارد. امیر تیموری با بیان اینکه ۹۹٫۹ درصد جمعیت شهری استان تحت پوشش شرکت گاز هستند، گفت: گازرسانی به شهر کوهستانی باغ در حال انجام است و شهر گزنک نیز در دستور برنامه گازرسانی قرار دارد. استان مازندران ۳ میلیون و ۳۰۰ هزار نفر جمعیت دارد که حدود ۵۵ درصد در شهرها و مابقی در روستاها ساکن هستند.

همچنین از ایستگاه‌های برق شاهد و ولایت این شهرستان بازدید کردند و بر رفع مشکلات ایستگاه‌های نیمه تمام شاهد و ولایت و ارجان تأکید و پیگیری‌های لازم را در این زمینه انجام دادند. همچنین در این سفر مواقع احداث دکل‌های پست جدید اقبال در بلوار مرکزی جاده تازه تأسیس آرامستان بهبهان با حضور شهردار بهبهان بررسی و پیگیری‌ها و توافقات لازم انجام شد. بر اساس این گزارش پیش از این، شهرستان بهبهان زیرمجموعه امور بهره‌برداری ناحیه شرق بوده که با توجه به تعدد ایستگاه‌های برق و همچنین حضور نیروگاه‌ها و شرکت‌های صنعتی بزرگ و حساس در این شهرستان، مقرر شده با هدف خدمت‌رسانی هر چه بهتر به مشترکین، امور بهره‌برداری ناحیه ارجان تشکیل و در دهه مبارک فجر افتتاح شود.

دنیای فین تک در یک دهه آینده انقلاب‌های بزرگی را تجربه می کند



فناوری‌های مالی در یک دهه گذشته رشد سریعی تجربه و به زندگی همه مردم نفوذ کرده است. دهه پیش رو با توسعه بیشتری در این فناوری‌ها همراه خواهد بود. بخش عمده‌ای از تولد و رشد فناوری‌های مالی (فین تک) در یک دهه گذشته رخ داد. اکنون باید نگاهی به آینده فناوری‌های مذکور و تغییراتی بیندازیم که برای زندگی مردم در سر دارند. احتمالا تا یک دهه آینده، شاهد همه‌گیر و پرتابل شدن فناوری‌های مالی خواهیم بود؛ فناوری‌هایی که به مرور راه خود را به پشت‌صحنه فعالیت‌های مالی و اقتصادی نیز باز کرده‌اند.

به سال‌های گذشته دنیای فین تک نگاهی بیندازید؛ مثلا اگر در سال ۲۰۱۲ کلمه فین تک را بیان می‌کردید، شاید هیچ‌کس اطلاعی از آن نداشت؛ حتی جست‌وجوهای مرتبط چندان زیادی هم در گوگل دیده نمی‌شد. تنها چند بازیگر مشهور همچون پی‌پال و مینت در سال‌های ابتدایی دهه گذشته در حوزه خدمات فین تک فعال بودند. از آن زمان تاکنون، فین تک به کلمه‌ای پرکاربرد در دنیای فناوری تبدیل شد و شاهد افزایش سریع حجم سرمایه‌گذاری‌ها نیز بود. سرمایه‌گذاری در این بخش از ۲ میلیارد دلار در سال ۲۰۱۰ به بیش از ۵۰ میلیارد دلار در سال ۲۰۱۸ رسید.

در سال‌های اوج‌گیری فین تک، انواع پیش‌بینی‌ها دربارۀ آینده آن مطرح می‌شد. برخی تصور می‌کردند بانک‌ها از رقابت خارج می‌شوند و برخی دیگر آنها را بازیگران همیشگی در جهان اقتصاد می‌دانستند. ورود غول‌های دنیای فناوری به خدمات مالی مخصوص مصرف‌کننده بسیار پیش‌بینی می‌شد. از پیش‌بینی‌های دیگر می‌توان به تجزیه خدمات مالی به‌واسطه ارائه‌دهنده‌های خدمات خرد اشاره کرد.

ناگفته نماند خرید و ادغام استارت‌آپ‌های کوچک به‌وسیله بانک‌ها و غول‌های فناوری و اتحاد صنعت، از پیش‌بینی‌های مهم بود. برخی کارشناسان نیز ادعا می‌کردند استارت‌آپ‌ها به‌مرور خدمات بانکی موردنیاز را خودشان فراهم می‌کنند. تحلیلگران بدین نیز تردیدن حساب فین تک را مانند هر فناوری دیگر، پیش‌بینی می‌کردند.

در دهه گذشته، این رخدادها در دنیای فین تک اتفاق افتاد: شرکت‌های فین تک ساختار عمودی خود را حفظ کرده و می‌کنند. آنها شعبه‌های آفلاین خدمات مالی را به نمونه‌های آنلاین تبدیل کردند و بازدهی را در سیستم افزایش دادند. اولین نشانه‌ها از آینده نیز اکنون در نقاط نادیده گرفته‌شده دیده می‌شوند. می‌توان پیش‌بینی کرد فین تک در یک دهه آینده تغییرات زیر را تجربه کند:

پرتابل شدن و قابلیت تعامل: مشتریان مانند وضعیت کنونی گوشی‌های موبایل، به‌آسانی امکان جابه‌جایی بین سرویس‌دهنده‌ها را خواهند داشت. همه‌گیر و در دسترس بودن: محصولات پایه‌ای مالی در دسترس همگان قرار می‌گیرند و مناطق محروم نیز به شبکه می‌پیوندند.

نفوذ به پشت‌صحنه خدمات مالی: کاربران ابزارهای مالی به شکل‌دهی رابطه یک‌به‌یک با ارائه‌دهنده‌های ابزار نیاز نخواهند داشت. متمرکز شدن: به چند منطقه اختصاصی و خودکار شدن فرآیندها.

پیش‌بینی اول: لایه‌بندی باز داده

نظریه: داده به‌صورت آزاد و پرتابل درمی‌آید و ابزاری رقابتی در دست برخی بازیگران محدود فین تک نیست.

داده‌های شخصی در سال ۲۰۱۹ بیش از هر زمانی در تاریخ در مرکز توجه بودند. رسوایی کمبریج آنالیتیکا و نفوذ داده‌ای به ۱۴۵ میلیون حساب کاربری Equifax جرقه‌های در آذهان عمومی ایجاد کرد تا حساسیت بیشتری روی داده‌های شخصی خود داشته باشند. در این میان، دولت‌ها نیز حساسیت بیشتری روی قوانین مرتبط با حفاظت داده نشان دادند. به‌عنوان مثال، بازوی عملیاتی فین تک مجلس نماینده‌های آمریکا در ماه گذشته جلسهای برای بررسی استانداردهای داده مالی برگزار کرد. سنا نیز قانونی برای حفاظت از حقوق حریم خصوصی آنلاین مصرف‌کننده‌ها در دست بررسی دارد.

یکی از کلیشه‌های رایج کنونی در دنیای فناوری می‌گوید «داده، نفت جدید است». با چنین تعریفی، تصور می‌شود بانک‌ها از برتری خود در جمع‌آوری داده‌های بی‌شمار برای ساختن فین تک بهتر استفاده می‌کنند. البته اگرچه داده اهمیت زیادی در خدمات مالی فناورانه دارد، آن را نمی‌توان به‌عنوان مزیت رقابتی مهمی در نظر گرفت. در واقع، شرکت‌های فناوری بزرگ برای بهبودی‌داری از داده‌های عظیم خود باید تفسیر و درک از

داده را به بهترین نحو انجام و محصولاتی متمرکز بر مشتری توسعه دهند. چرا رویکرد داده‌ای در دهه پیش رو تغییر خواهد کرد؟ چون دیوارهایی که در اطراف سیلوهای عظیم داده خدمات مالی کشیده شده است، به‌مرور در حال ریزش هستند. در نتیجه، زمین بازی برای نوآوران تازه‌کار دنیای فین تک فراهم می‌شود و می‌توانند با بانک‌های چندین میلیارد دلاری رقابت کنند. رویکرد مذکور امروز هم محدودی در دنیای فین تک دیده می‌شود. بخش عمده‌ای از تغییر در حال جریان در رویکردهای داده‌ای، به‌دلیل یکی از قوانین تقریبا مبهم در اروپا در حال رخ دادن است؛ قانونی به‌نام PSD۲ که کارشناسان آن را GDPR داده‌های پرداختی می‌دانند. بریتانیا به‌عنوان اولین کشور و با قانون Open Banking در سال ۲۰۱۸ PSD۲ را اجرا کرد. قانون مذکور به‌صورت خلاصه همه بانک‌های بزرگ را ملزم می‌کند داده مصرف‌کننده‌ها را برای هر استارت‌آپ فین تکی آماده کنند که مجوز مصرف‌کننده را داشته باشد؛ در نتیجه اگر فردی در بانک A حساب داشته باشد، می‌تواند از داده‌های خود در بانک دیگر هم استفاده کند.

از نمونه‌های فعالیت قانونی دیگر در مسیر داده‌های باز می‌توان به کنسرسیوم FDATA اشاره کرد که رویکردها را دربارۀ بانکداری باز تغییر می‌دهند. کنسرسیوم مذکور بازخورد مثبتی هم در سطح بین‌المللی دریافت کرده است. پنج تنظیمگر قانونی فدرال در آمریکا اخیرا در بیانیه مشترک و نادر، به مزایای داده‌های باز اشاره کرده‌اند که تنها با بانکداری باز ممکن می‌شود.

وقتی لایه داده‌ای خدمات مالی به صورت همگانی و باز ارائه شود، مزیت رقابتی مؤسسه‌هایی با دارایی‌های داده‌ای فراوان را از بین می‌برد. این روند لایه زیرین فین تک را دموکراتیزه و رقابت را برای همه بازیگرانی ممکن می‌کند که توانایی ساختن بهترین محصولات را با لایه پایه‌ای داده داشته باشند. البته ساختن محصول عالی نیز به‌معنای پیروزی بدهی نخواهد بود. برای توضیحات بیشتر، پیش‌بینی بعدی را مطالعه کنید.

پیش‌بینی دوم: پروتکل باز

نظریه: خدمات مالی پایه‌ای به پروتکل‌های ساده متن‌باز تبدیل می‌شوند و موانع ارائه خدمات مالی را برای کسب‌وکارها از بین می‌برند.

سیستم‌های مالی متنوع همچون سرمایه‌گذاری، مدیریت سرمایه، تجارت، بانکداری صادرات و واردات یا وام و اعتبارها را در نظر بگیرید. این سیستم‌ها برای جلوگیری از مشکلات قانونی و تنظیمگری، باید عملکرد هسته‌ای خود را به‌دقت تحلیل و بررسی کنند. سپس، باید نقاط حساس را از بین ببرند و زیرساختی مطمئن را توسعه دهند. مرحله بعدی، عقد قرارداد با شرکت‌های واسط است تا کاربری‌های مهمی از آنها دریافت شود و سیستم‌ها به‌صورت یکپارچه به هم متصل شوند.

نتیجه رویکرد مذکور در توسعه سیستم‌های مشابه به‌واسطه همه ارائه‌دهنده‌های خدمات مالی دیده می‌شود. در واقع، سیستم‌های مشابه متعدد در شرکت‌ها تکرار و در یک محل جمع‌آوری می‌شوند. در سناریویی بدتر، سیستم‌ها با زبان‌های قدیمی مانند COBOL و hello و روی زیرساخت‌های قدیمی بانک‌ها توسعه می‌یابند. چنین سیستم‌هایی باهم تعامل ندارند؛ در نتیجه، هر بانک باید در توسعه پروتکل‌های مالی خود متخصص شود و آنها را به سرویس‌های هسته‌ای خود متصل کند. در حال حاضر، سه جریان اصلی در دنیای فین تک جریان دارد که احتمالا مسیر حرکت پروتکل‌های بانکداری مدرن را تغییر خواهد داد:

- جریان اول تقسیم لایه‌های زیرساختی و سرویسی را تأیید می‌کند که لایه‌های دیگر روی آنها توسعه می‌یابند. پلتفرم‌هایی همچون Stripe، Marqeta، و Plaid چنین جریانی را ممکن می‌کنند. آنها خدماتی موسوم به «زیرساخت مالی به‌عنوان سرویس» ارائه می‌کنند که ساختن کاربری‌های بنیادی مالی را آسان می‌کند. زیرساخت اکنون به‌عنوان یکی از دسته‌های داغ سرمایه‌گذاری شناخته می‌شود و با اضافه‌شدن شرکت‌های بیشتر به بستر فین تک، محبوبیت آن افزایش می‌یابد.

- جریان دوم به فعالان صنعتی مربوط می‌شود که راهکارهای مالی متن‌باز را توسعه می‌دهند. از میان آنها می‌توان به FINOS اشاره کرد که مانند مخزن گیت‌هاب برای تمامی عملکردهای پایه‌ای موردنیاز در ابزارهای فین تک عمل می‌کند. توسعه‌دهنده‌ها دقیقا مانند گیت‌هاب می‌توانند کدهای پایه‌ای را بهبود دهند. نرم‌افزار باید به‌صورت راهکاری استاندارد

در کل صنعت پیاده‌سازی شود. راهکارهایی که سرویس‌دهنده‌های متعدد ارائه می‌دهند، در صورت اشتراک زیرساخت‌ها می‌توانند تعامل بهتری با یکدیگر داشته باشند.

- جریان سوم به بانک‌های بزرگ و مؤسسه‌های مدیریت سرمایه مربوط می‌شود که با درک ارزش‌های فناوری خود، شروع به فروش مجوز آن کرده‌اند. به‌عنوان مثال، می‌توان به سیستم مدیریت ریسک Aladdin از شرکت BlackRock اشاره کرد. نمونه‌ای دیگر، برنامه مدل‌سازی داده به‌نام Alloy است که Goldman توسعه می‌دهد. بانک‌ها با ارائه یا فروش سیستم‌های خود، جریان درآمدی جدیدی ایجاد می‌کنند؛ در نتیجه، صنعت خدمات مالی توانایی ارتباط آسان‌تر تر پیدا می‌کنند. به بیان ساده‌تر، می‌توان چنین رویکردی را شبیه به استانداردسازی زبانی تعریف کرد که برای ارتباط میان بازیگران فین تک استفاده می‌شود. ارتباط آسان‌تر موجب افزایش تعداد کاربران نیز می‌شود که بازخوردهای سازنده و شناسایی باگ و درخواست قابلیت‌های بیشتر در محصولات را به‌همراه دارد.

انجلا استرنج، از شرکای تجاری اندرسون هارویتز، درباره ارتباط بهتر در فین تک می‌گوید:

شرکت‌های زیرساختی بسیار زیادی وجود دارد که با بانک‌ها وارد همکاری می‌شوند و فرآیند اهدای مجوز و برخی کارهای تنظیمگری قانون و تمامی شبکه‌های متنوع پرداختی موردنیاز را منسجم می‌کنند. در نتیجه، اگر قصد راه‌اندازی شرکت خدمات مالی داشته باشید، به‌جای صرف چند سال زمان و چندین میلیون دلار هزینه در شراکت با سازمان‌های متعدد، نیازهای خود را به‌صورت سرویس دریافت کنید.

فین تک روند توسعه و پیشرفت‌نی شبیه به دنیای کامپیوتر را در پیش گرفته است. در دنیای کامپیوتر، ابتدا نرم‌افزار و سخت‌افزار به‌صورت مجموعه‌ای (باندل) ارائه شدند. سپس، سخت‌افزارها به‌صورت زیرمجموعه‌ای از سیستم‌های‌عامل متعدد ارائه و انحصاری شدند. در مرحله بعد، اینترنت فرهنگ نرم‌افزار آزاد را توسعه داد و مفهوم نرم‌افزار به‌عنوان سرویس به‌شهرت رسید. در مراحل بعدی، فین تک در یک دهه آینده شبیه به اینترنت در دو دهه گذشته حرکت خواهد کرد.

پیش‌بینی سوم: فین تک امبد

نظریه: فین تک به‌عنوان بخشی از عملکرد پایه‌ای محصولات غیرمالی عمل خواهد کرد.

مفهوم فین تک امبد (Embed) این‌گونه است که خدمات مالی به‌جای ارائه به‌صورت محصولات منفرد، به‌عنوان بخشی از رابط کاربری اصلی محصولات دیگر جاسازی (Embed) می‌شود. در ماه‌های گذشته، کارشناسان متعددی از این پیش‌بینی حمایت کرده‌اند و می‌توان دلیل حمایت آنها را نیز حدس زد. ارائه‌دهنده‌های نرم‌افزارهای زیرساختی فرصت آزمایش فین تک را به شرکت‌هایی معرفی کرده‌اند که خدمات بانکداری مخصوص مصرف‌کننده عرضه نمی‌کنند. از این‌رو، آنها نیز به‌مرور به جمع سرویس‌دهنده‌های فین تک اضافه می‌شوند.

ایپل چندی پیش سرویس اپل کارت را رونمایی کرد. آمازون نیز محصولاتی مشابه به‌نام آمازون پی و آمازون کش دارد. فیس‌بوک نیز لیبرا و فیس‌بوک پی را معرفی کرد. شاپیفای و تارگت هم تصمیم دارند سرویس‌های پرداخت اختصاصی خود را عرضه کنند که مجموع رخدادها توسعه همه‌جانبه فین تک را در جهان به همراه خواهد داشت.

اگر سیگنال‌های گفته‌شده را به‌عنوان نشانه‌ای از آینده در نظر بگیریم، خدمات مالی فناورانه در یک دهه آینده به قابلیت‌های درون پلتفرم‌هایی تبدیل می‌شوند که کاربران اکنون ارتباطی نزدیک با آنها دارند. در واقع، دیگر با محصولی مجزا روبه‌رو نخواهیم بود و کاربر ملزم به ایجاد ارتباط با چند سرویس و شرکت جدید می‌شود.

مت هریس، یکی از تحلیلگران Bain Capital Ventures، در چند مقاله اخیر خود، تعریف فین تک امبد را توضیح داده است. او در مقاله‌های خود اعتقاد دارد خدمات مالی در آینده با لایه‌ای جدید از سیستم‌ها تبدیل می‌شوند که باید روی لایه‌های اینترنت و خدمات ابری و موبایل توسعه یابند. اکنون ابزارهای قدرتمندی در اختیار داریم که با استفاده از مجموعه سه‌گانه بالا به هم متصل و در لحظه در دسترس هستند. سرویس‌هایی مانند پرداخت آنلاین و تراکنش‌ها و خدمات اعتباری به کاربران امکان می‌دهند بدون نیاز به خدمات مالی متعدد، ارزش افزوده

بیشتری را از آنها دریافت کنیم.

برت کینگ، از آینده‌پژوهان حوزه فین تک، تعریف خلاصه و مهمی از آینده ارائه می‌کند:

شرکت‌های فناوری و برندهای بزرگ مصرف‌کننده به دروازه‌بان‌های محصولات مالی تبدیل و محصولات مالی نیز اکثرا به پشت‌صحنه تجربه کاربران منتقل خواهند شد. بسیاری از این شرکت‌ها با ارائه خدمات پرکاربرد و جذاب در حوزه‌های دیگر، داده‌های بالارزشی جمع‌آوری می‌کنند که برتری چشمگیری در کاهش هزینه‌ها به‌همراه خواهد داشت. ترکیب سرویس‌های دست‌آورد (مثلا فروش گوشی هوشمند) با خدمات مالی دست‌دوم امید (مثلا وام‌های خرد) به‌معنای امکان پیاده‌سازی استراتژی جریان خسارت خواهد بود. به‌عنوان مثال، اپل می‌تواند سود خود از گوشی‌های آیفون را کاهش و در عوض، درصد کارمزد خدمات مالی را برای آن افزایش دهد.

ترکیب خدمات برای مصرف‌کننده‌های فین تک مزایای بسیاری به‌همراه دارد. آنها به جست‌وجو برای پیدا کردن راهکارهای جدید برای پرداخت و پس‌انداز و سرمایه‌گذاری نیازی ندارند. برندهای مخصوص مصرف‌کننده نیز در این مسیر ملزم به رقابت در حوزه‌هایی غیر از ارتباط مستقیم با مصرف‌کننده می‌شوند و با سازمان‌هایی همکاری کنند که خدمات را به‌صورت مجموعه‌ای ارائه می‌کنند.

شرکت‌های قدیمی خدمات فین تک می‌توانند از تعداد فراوان مخاطبان در شرکت‌های بزرگ فناوری برای افزایش نفوذ خود استفاده کنند. به‌عنوان مثال، می‌توان اوبر را نام برد که با استفاده از خدمات گوگل میس خدمات خود را در توزیع‌کننده‌های عظیم ارائه کرد که شانس نفوذ به پایگاه بزرگ‌تری از مشتریان را کسب کرد.

پیش‌بینی چهارم: جمع‌بندی خدمات

نظریه: مشتریان خدمات مالی را از هاب مرکزی دریافت می‌کنند. اکثر خدمات مالی در دهه پیش رو علاوه بر جابه‌جایی از سمت کاربر به خدمات گسترده پشت‌صحنه، به‌صورت هاب‌های متمرکز به کار ادامه خواهند داد که در یک نقطه جمع‌آوری می‌شوند. برای مصرف‌کننده‌ها هاب می‌تواند گوشی هوشمند باشد و برای کسب‌وکارهای کوچک، هاب خدمات مالی می‌تواند در سرویس‌هایی همچون Quickbooks یا حتی جی‌میل و صندوق‌های نقدی دیده شود.

باتوجه‌به روند کنونی که شرکت‌هایی مانند فیس‌بوک و آمازون سیستم‌های عامل خود را بین پلتفرم‌های متعدد توزیع می‌کنند (تصور کنید الکسا و آمازون پرایم و کارت اعتباری آمازون باهم ترکیب شوند)، کاربرانی مزیت بیشتری خواهند داشت که به اکوسیستم بایبند باشند و در نتیجه، بتوانند خدمات مالی خود را از طریق هر پلتفرم به‌راحتی انجام دهند. همچنین، شرکت‌ها پلتفرم خود را به قابلیت تعامل مجهز می‌کنند. به بیان دیگر، الکسا می‌تواند کاربران آندروید را نیز به خود جذب کند.

اکثر کاربران ترجیح می‌دهند با حداقل سرویس ممکن تعامل داشته باشند و علاقه‌ای به نصب انواع سرویس‌های مالی ندارند. درحقیقت، الزام به استفاده از چند سرویس فین تک ارزش افزوده را از بین می‌برد و آنها را تجزیه می‌کند. محصولات عالی حول برنامه‌های متمرکز بر کاربر ساخته می‌شوند و کارشناسان فین تک اعتقاد دارند سرویس‌دهنده‌ها باید وضعیت مالی و نیازهای کاربر را بهتر از خودش بشناسند. بنابراین، آنها می‌توانند بهتر تصمیم‌گیری و در پشت‌صحنه روی سرمایه‌های کاربران بهتر عمل کنند.

همان‌طور که گفته شد، کاربران در آینده خدمات مالی را به‌عنوان قابلیت‌های درون سرویس‌ها و اکوسیستم‌هایی دریافت می‌کنند که روزانه از آنها استفاده می‌شود؛ در نتیجه، شرکت‌های فناوری برنده رقابت خواهند بود؛ چون قطعا کاربران از گذراندن زمان در سرویس‌های آنها، بیش از سرویس‌های بانک اصلی خود لذت می‌برند. امروزه هاب‌های خدمات مالی گوشی‌های هوشمند و لپ‌تاپ‌ها هستند و در آینده شاید ایمیل، خودرو هوشمند، تلفن و حتی موتور جست‌وجو به هاب خدمات مالی تبدیل شود. تکامل فین تک نشان‌دهنده تکامل اینترنت و کامپیوترها است. با افزایش تعامل و ادغام سرویس‌ها در خدمات روزمره زندگی مردم، محل مدیریت خدمات مالی و محصولات مرتبط نیز به‌گونه‌ای برای کاربران تغییر می‌کند که شاید دیگر به آن فکر نکنند. به‌رحال در یک تا دو دهه آینده، فین تک قطعا شباهت کمی به وضعیت امروزی خواهد داشت.

منبع: TECHCRUNCH/zoomit

همکاری بدون دردسر با آژانس تبلیغاتی

به قلم: جورج دیب کارآفرین و نویسنده حوزه بازاریابی / ترجمه: علی آل علی

انتخاب یک آژانس تبلیغاتی مناسب برای فعالیت برند اقدام بسیار مناسبی است. شاید برخی از کارآفرینان این امر را به مثابه پایان مسئولیت‌شان در زمینه بازاریابی و تبلیغات ارزیابی کنند، اما واقعیت خلاف این نوع خوش‌بینی را اثبات کرده است. کسب و کارها پس از انتخاب آژانس موردنظرشان برای همکاری تبلیغاتی باید نسبت به ساماندهی مسائل بسیار زیادی اقدام نمایند. بسیاری از آژانس‌های تبلیغاتی در عمل انتظارات بسیار زیادی از کسب و کارها دارند. بنابراین رها کردن موسسه‌های بازاریابی و تبلیغاتی برای بهبود وضعیت برند ایده جذابی نخواهد بود. هدف اصلی در این مقاله بررسی برخی از مهمترین نکات برای همکاری بهینه میان کارآفرینان و آژانس‌های تبلیغاتی است.

تعیین اهداف دقیق

حضور در عرصه تبلیغات باید برای تحقق اهداف مشخص و دقیقی صورت گیرد. متأسفانه برخی از کارآفرینان دارای درک درستی از حوزه تبلیغات نیستند. اگر هزینه‌های بازاریابی و تبلیغاتی بدون برنامه انجام شود، در نهایت هیچ مزیتی برای کسب و کار نخواهد داشت. تعیین اهداف دقیق به معنای ارزیابی شرایط موجود در زمینه بازاریابی و تلاش برای ایجاد هماهنگی میان انتظارات‌مان از نتیجه فرآیند تبلیغات با شرایط جاری است. برخی از برندها انتظارات بسیار زیادی از بخش بازاریابی و تبلیغات دارند. این امر موجب اختلاف مداوم با آژانس تبلیغاتی طرف قرارداد می‌شود بنابراین باید سرمایه‌گذاری تبلیغاتی با چشم‌اندازی درست صورت گیرد. در غیر این صورت مشکلات بسیار زیادی برای کسب و کارها ایجاد خواهد شد.

اغلب کسب و کارها تمایل به ارزیابی نتیجه سرمایه‌گذاری تبلیغاتی‌شان در پایان اجرای هر کمپین یا بازه زمانی مشخص دارند. این امر نیاز به تعیین اهداف دقیق و شاخص‌هایی برای ارزیابی را پیش می‌کشد. اگر یک برند اهداف دقیقی برای بازاریابی و تبلیغات نداشته باشد، در عمل امکانی برای ارزیابی نتایج نخواهند داشت. بسیاری از برندها با صرف هزینه‌های مداوم در زمینه بازاریابی و بدون توجه به اهداف مشخص اقدام به حضور در این فضا می‌کنند. بدون تردید مواجهه با مشکل در زمینه تعامل با آژانس‌های بازاریابی و تبلیغاتی برای چنین کسب و کارهایی طبیعتاً خواهد بود.

توجه به مشتریان خاص

هر کسب و کاری شرایط متفاوتی دارد. کسب و کارهای حوزه B2B امکان استفاده از الگوهای بازاریابی و تبلیغاتی کسب و کارهای B2C را ندارند بنابراین در زمینه انتخاب مشتریان هدف نیز باید به این تفاوت‌ها توجه کرد. برخی از کسب و کارها بدون توجه به این نکات در تلاش برای تاثیرگذاری بر روی تمام مشتریان حاضر در یک بازار هستند. این امر در عمل مشکلات بسیار زیادی برای کسب و کارها در پی خواهد داشت.

اغلب آژانس‌های تبلیغاتی حرفه‌ای در زمینه تعامل با برندها نیاز به اطلاعات دقیق در مورد مشتریان هدف‌شان دارند. اگر در این میان کسب و کار شما اطلاعات مناسبی در اختیار نداشته باشد، با مشکلات بسیار زیادی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف مواجه خواهد شد. این امر در عمل مشکلات بسیار زیادی برای برندها به همراه خواهد داشت. بهترین راهکار برای تعیین مشتریان هدف مراجعه به برندهای بزرگ در حوزه کسب و کارمان است. کسب و کارهای بزرگ و موفق همیشه عملکرد مناسبی در زمینه انتخاب مشتریان هدف دارند. با این حساب اگر ما نیز از آنها تقلید نماییم، امکان جلب نظر مشتریان مناسب بدون نیاز به صرف هزینه‌های گزاف را خواهیم داشت.

توجه به فعالیت چندرسانه‌ای

امروزه رسانه‌های در دسترس برای تبلیغات و تعامل با مشتریان به شدت افزایش یافته است. اگر به حوزه شبکه‌های اجتماعی دقت نماییم، بسیاری از مشکلات و موانع حوزه تبلیغات برای کسب و کارمان برداشته خواهد شد. اشتباه برخی از شرکت‌ها در این میان تاکید بر روی بازاریابی و تبلیغات بر روی یک پلتفرم خاص است. اگر تمام هزینه‌های تبلیغاتی بر روی یک پلتفرم مانند اینستاگرام متمرکز شود، در عمل شمار بالایی از مشتریان بالقوه برند مورد بی‌توجهی قرار می‌گیرند. تبلیغات چندرسانه‌ای به معنای توجه به تمام رسانه‌های تعاملی است. این امر حتی تلویزیون را نیز شامل می‌شود بنابراین باید نگاهی وسیع و همه‌جانبه به عرصه تبلیغات چندرسانه‌ای داشته باشیم.

تاکید بر روی شخصی‌سازی محتوای تبلیغاتی برای هر رسانه در حوزه بازاریابی دارای اهمیت بالایی است. برخی از برندها محتوای تبلیغاتی‌شان را بدون هرگونه تغییری در رسانه‌های مختلف بارگذاری می‌کنند. این امر به معنای بی‌توجهی به سلیقه خاص مخاطب هدف هر پلتفرم است بنابراین باید در عمل نسبت به شخصی‌سازی محتوای تبلیغاتی برند واکنش مناسبی نشان دهیم. امروزه انتظارات مشتریان از برندها در زمینه بازاریابی و تبلیغات به شدت افزایش یافته است. اگر یک برند در نخستین تعامل با مشتریان آنها را ناامید سازد، مسیر بسیار دشواری برای جلب دوباره نظر آنها خواهد داشت.

تعیین فرآیندهای مناسب برای ارائه گزارش‌های کاربردی

تبلیغات در دنیای امروز یک امر تخصصی است. آژانس‌های تبلیغاتی برای تولید محتوا و همکاری بهینه با شرکت‌ها نیاز به اطلاعات بسیار زیادی دارند. برخی از اطلاعات موردنیاز این آژانس‌ها فقط در اختیار برند موردنظر است بنابراین باید فرآیندهای منظمی برای ارائه اطلاعات به بازاریاب‌های آژانس موردنظرمان در نظر بگیریم. این امر سرعت طراحی و انتشار محتوای تبلیغاتی را افزایش می‌دهد. همچنین کیفیت محتوا و بازخورد مشتریان نیز بهبود پیدا می‌کند.

بی‌توجهی به همکاری نزدیک با آژانس تبلیغاتی طرف قرارداد برندمان موجب دلسردی مسئولان آن آژانس نیز می‌شود بنابراین مواجهه با ناتوانی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف در چنین شرایطی امری غیرطبیعی نخواهد بود.

تعیین دقیق مسئولیت‌ها

وقتی دو برند در تلاش برای همکاری با هم هستند، باید به طور دقیق حیطه مسئولیت‌ها مشخص شود. این امر در ادامه از بروز هرگونه اختلاف نظری جلوگیری خواهد کرد. بسیاری از شرکت‌ها در این زمینه هیچ ایده مشخصی ندارند. درست به همین خاطر به طور مداوم با مشکلاتی در زمینه تعامل با مشتریان مواجه می‌شوند. اگر از همان ابتدا حیطه مسئولیت‌ها مشخص شود، بروز هرگونه اختلافی در فرآیند همکاری قابل پیگیری دقیق خواهد بود. در غیر این صورت باید مدت‌ها برای تعیین کاستی‌ها و مسئولیتش وقت صرف کنیم.

منبع: entrepreneur.com

فرصت امروز

روزنامه مدیریتی - اقتصادی

سه‌شنبه | ۱۴ بهمن ۱۳۹۹ | شماره ۱۷۱۹ | صفحه ۱۶ |

صاحب‌امتیاز: موسسه مطبوعاتی فرصت سازان امروز

مدیر مسئول و سردبیر: محمدرضا قدیمی

چاپ: هنر سرزمین سبز

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

دفتر مرکزی: ۸۸۲۱۷۷۳۸

سازمان آگهی‌ها: ۸۸۲۲۰۹۶۰

آیین‌نامه اخلاق حرفه‌ای روزنامه: WWW.FORSATNET.IR/REGULATIONS

WWW.FORSATNET.IR

INFO@FORSATNET.IR

ZANDU

Diabetes eats away your health!

Consult your doctor today to check if you are pre-diabetic



۵ استراتژی بسیار موثر برای حفظ انگیزه صاحبان کسب و کار

می‌کشد تا به سرانجام برسند.

برای مثال، اهداف کوتاه مدت می‌توانند شامل خرید تجهیزات لازم یا اجاره یک ساختمان باشند و اهداف بلندمدت می‌توانند شامل گسترش کسب و کار یک مغازه دو نیش و یا کسب یک میلیون دلار درآمد خالص پس از ۳ سال باشند. با اهدافی مانند اینها، حفظ انگیزه و تلاش برای رسیدن به هر چیزی آسان‌تر از قبل است.

۲. از چیزهایی که وقت‌تان را هدر می‌دهند دوری کنید. در قرن بیست و یکم، هدر دادن وقت بسیار آسان است. ما به تلفن‌های هوشمند، لپ‌تاپ‌ها، دستگاه‌های واقعیت مجازی، تبلت‌ها و فناوری هوشمند «اینترنت اشیاء» (یا همان IoT) دسترسی داریم که ما را به طور دائم به اینترنت وصل می‌کنند. شما می‌توانید تلویزیون و فیلم تماشا کنید و حتی با چند ضربه به موسیقی گوش دهید. متأسفانه، همین می‌تواند بهره‌وری یک فرد نامنظم را محدود کند.

اگر زمانی که باید کار کنید، خود را در حال دیدن ویدئوهای بی‌سروته یا چک کردن شبکه‌های اجتماعی‌تان می‌یابید، باید همه تلاش‌تان را بکنید تا از دیدن این ویدئوهای بی‌سروته و طولانی دوری کنید. وقتی صبح از خواب بیدار شدید، باید فوراً نوآور و مبتکر شوید و تا زمان خواب به بهره‌وری خود ادامه دهید. اگر لازم می‌بینید که بین کارهای‌تان وقفه‌ای ایجاد کنید، این کار را بدون پرت کردن حواس‌تان به چیز دیگری انجام دهید. کتابی بخوانید، ناهار خود را بخورید و یا هر کار مفید دیگری که باعث اتلاف وقت‌تان نمی‌شود انجام دهید.

۳. دستاوردهای خود را کنترل کنید

آیا به نظر می‌رسد که بی‌هیچ پاداشی به طور پیوسته کار می‌کنید؟ این همان حساسی است که به بسیاری از کارآفرینان جدید، در هنگام اداره کسب و کارشان دست

به عنوان یک صاحب کسب و کار، ممکن است از منتظر ماندن برای رونق یافتن کسب و کارتان دلسرد شوید، چراکه در روز بیشتر از ۱۲ ساعت کار می‌کنید و هیچ نتیجه‌ای هم در کنار آن نمی‌بینید. همین ممکن است باعث شود تا بخواهید تسلیم شوید، مگر نه؟ پس با ما همراه باشید تا بیشتر در این باره صحبت کنیم.

آیا به ایده کاری خود اعتقاد دارید؟ اگر چنین است، نباید به هیچ وجه تسلیم شوید. مگر اینکه چاره دیگری نداشته باشید. اگر قدرت مالی این را دارید که کسب و کار خود و عملکرد آن را حفظ کنید، آن را تا جایی که ممکن است، به همان شیوه ادامه دهید. برخی از کسب و کارها به زمان بیشتری برای پیشرفت نیاز دارند. فقط کافی است برای موفقیت انگیزه خود را افزایش دهید.

سوال مهم این است که شما به عنوان یک صاحب کسب و کار چگونه و با چه روش‌هایی با انگیزه می‌مانید؟ در اینجا پنج استراتژی بسیار موثر برای با انگیزه ماندن و زود تسلیم نشدن گردآوری شده است:

۱. برای خود اهدافی بسازید

صاحبان کسب و کار هر زمان که نتوانند برای خود اهدافی ایجاد کنند، بی‌انگیزه می‌شوند. هرچه باشد، اگر هیچ هدفی برای کار کردن نداشته باشید، چطور می‌توانید برای انجام هر کاری با انگیزه باشید؟ اگر ندانید که می‌خواهید با کسب و کارتان چه کاری کنید، نمی‌توانید انتظار داشته باشید که کسب و کارتان هم به سرانجام و چشم‌انداز موردنظر برسد.

در کل سه نوع هدف داریم. شما می‌توانید اهداف کوتاه‌مدت، میان‌مدت و بلندمدت داشته باشید. اهداف کوتاه‌مدت بین دو هفته تا دو ماه، اهداف میان‌مدت بین ۱۲ تا ۲۴ ماه و اهداف بلندمدت بیش از ۲۴ ماه طول



می‌دهد. نگذارید این احساس انگیزه‌تان را از شما بگیرد، چون پاداش‌های کمی هم نصیب‌تان می‌شود که احتمالاً متوجه‌شان نیستید و به چشم نمی‌آید. دستاوردهای خود را چه کوچک و چه بزرگ، کنترل کنید. هنگامی که در کسب و کارتان اولین فروش خود را انجام دادید، تاریخ و زمانش را در یک دفترچه روزانه یادداشت کنید.

همچنین هنگامی که اولین نظر مثبت یک مشتری دریافت کردید، آن را یادداشت کنید. با نگاه‌داشتن دستاوردهای کوچک‌تر، به الگوی موفقیت می‌رسید و همین در ایجاد انگیزه برای رسیدن به چیزهای بسیار بزرگ‌تر و اهداف والاتر کمک می‌کند.

۴. برای خود فرجه‌ای مشخص کنید

باید برای هر کاری که می‌خواهید آن را تمام کنید، مهلت زمانی و فرجه‌ای تعیین کنید. تعیین فرجه، فایده‌ای ندارد. در غیر این صورت، اهداف‌تان هیچ‌گاه کامل نمی‌شوند. یک فرجه از به تعویق انداختن کارهای‌تان جلوگیری می‌کند و انگیزه‌تان را تسویق می‌کند تا بیشتر کار کنید. این مسئله هم برای شما و هم برای تمام افرادی که برای‌تان کار می‌کنند صدق می‌کند.

۵. برای خودتان محیط مثبتی را به وجود آورید

منفی‌گرایی دشمن انگیزه است. اگر اطراف خود را از افراد منفی پر کنید، انگیزه خود را از دست می‌دهید و هیچ‌گونه پیشرفتی نمی‌کنید. این مسئله هم در خانه و هم در محیط کار و مخصوصاً در کسب و کارتان هم صدق می‌کند. اگر کارمندانی دارید که به شغل‌شان متعهد نیستند، بلافاصله اخراج‌شان کنید. یک محیط مثبت باعث می‌شود که شما انگیزه کافی برای تلاش بیشتر را داشته باشید. این همان چیزی است که باید برای برقراری‌اش در سازمان خود تلاش کنید.

منبع: addicted2success/ucan