



عجم اغلو چطور پیراجاع‌ترین اقتصاددان جهان شد؟

خوانش سرمایه‌دارانه از مارکس

دارون عجم اغلو، اقتصاددان آمریکایی ترکیه‌ای تبار است که طی تقریباً سه دهه اخیر در دانشگاه «ام آی تی» مشغول به تدریس اقتصاد بوده و یکی از برجسته‌ترین، پیراجاع‌ترین و مشهورترین اقتصاددان‌های معاصر جهان به شمار می‌آید. عجم اغلو که عمدتاً با اقتصاددان‌ها و نظریه‌پردازان سیاسی نظیر سایمن جانسن و جیمز رابینسون همکاری می‌کند، بر نقش نهادها در شکل‌دهی وضعیت اقتصادی یک کشور تأکید دارد. عجم اغلو که بیشتر به عنوان یک میانه رو شناخته می‌شود، به اقتصاد بازار با مقررات‌گذاری دولتی اعتقاد دارد. او به عنوان یکی از چهره‌های شناخته شده علوم انسانی جهان درباره مسائل سیاسی، نابرابری اقتصادی و سیاست‌های مختلف اظهار نظر می‌کند. در سال ۲۰۱۱ مطالعه‌ای درباره محبوب‌ترین اقتصاددان‌ها زیر ۶۰ سال آمریکایی صورت گرفت و عجم اغلو پس از پال کروگمن و گرگ منکیو در رتبه سوم قرار گرفت. پایگاه «مقالات پژوهشی علم اقتصاد» نیز در سال ۲۰۱۵ اعلام کرد که طی یک دهه پیش از آن، عجم اغلو پیراجاع‌ترین اقتصاددان جهان بوده است.

او تابستان ۱۹۶۷ در استانبول به دنیا آمد. والدینش اصلیتی ارمنستانی داشتند. پدرش وکیل و استاد دانشگاه استانبول بود و مادرش مدیر یک مدرسه. عجم اغلو از همان دوره نوجوانی به اقتصاد علاقه‌مند شد و در سال ۱۹۸۹ از دانشگاه یورک مدرک کارشناسی اقتصاد خود را گرفت. سپس برای تحصیلات تکمیلی به مدرسه اقتصادی لندن رفت و به ترتیب در سال‌های ۱۹۹۰ و ۱۹۹۲ مدرک کارشناسی ارشد و دکترای خود را دریافت کرد. استناد راهنمای دکترای او کوین رابرتز بود. عجم اغلو که یک شهروند ایالات متحده است، بلافاصله پس از کسب دکترای از دانشگاه «ام آی تی» مشغول به تدریس شد و کماکان این موقعیت را حفظ کرده است.

عجم اغلو از آن دست اقتصاددان‌هایی است که در سال ۲۰۰۸ بیانیه‌ای را در محکومیت کمک دولت بوش به وال استریت امضا کردند. به نظر او، سیاست‌گذاران اقتصادی که در قلب بحران مالی ۲۰۰۸ حضور داشتند «بیشتر تحت تأثیر تصورات ایجادشده از رمان‌های آیزنرند بوده‌اند تا نظریه‌های اقتصادی». از دیدگاه وی «جای تعجب نیست که افراد سودجویی که تحت هیچ نظارتی قرار ندارند، ریسک‌هایی کرده‌اند که موجب سود آنها و زیان دیگران شده است.» عجم اغلو در تحلیل خود از این رکود بزرگ می‌گوید: «زمانی که رفتار نوآرانه و رقابت‌پذیر که تحت لوای قوانینی بی‌عیب هستند، در مسیر به حداکثر رساندن سود قرار بگیرند، طمع تبدیل به موتور نوآوری و رشد اقتصادی می‌شود، اما زمانی که قوانین و مقررات نهادهای مناسب بالای سر این رفتارها نباشد یا رانت‌خواری، فساد و جنایت روبه‌رو خواهیم شد.»

به نظر عجم اغلو، مالیات صعودی می‌تواند فعالیت‌های رانت‌جویانه آن دسته افرادی که در بالادست اقتصادی هستند را کاهش دهد. به نظر او نظام مالی ایالات متحده به خاطر سودآوری بالای آن و سرمایه‌گذاری در دارایی‌های پرریسک بسیار متمرکز شده است. او اعتقاد دارد که اثربخشی لایحه داد-فرانک خیلی بالا نیست و نمی‌تواند جلوی سقوط مالی بعدی را بگیرد، اگر نظام مالی مسیر کنونی را ادامه دهد، مخصوصاً در زمینه‌ای که او «هنگ پاداشی» می‌نامد. به نظر این اقتصاددان، بزرگنمایی شدید بخش مالی در یک درصد بالایی جامعه «نتیجه فرآیندی سیاسی است که تمام مقررات امور مالی را حذف کرده و از این طریق پلتفرمی را ایجاد کرده است که منجر به قرار گرفتن ۴۰ درصد از سودهای شرکتی ایالات متحده در بخش مالی شده است.» از نگاه وی، به طور مشخص در وال استریت، پلتفرمی ایجاد شده است که در آن «روپایه‌داری و طمع افراد عمدتاً مردها، وارد مسیری شده است که ضداجتماعی و خودخواهانه بوده و جامعه را رو به ویرانی می‌برد.»

در سیزدهمین دوره سلسله جلسات مقالات عمومی توسعه اقتصادی که در تابستان ۱۳۹۸ برگزار شد، افراد مختلفی از جمله دکتر محسن رنایی درباره عجم اغلو اظهار نظر کردند. به گزارش وب‌سایت پوش فکری، «رنایی، نظریه عجم اغلو را یکی از فراگیرترین تحلیل‌ها خواند. او هم‌زمان حوزه سیاست و حوزه اقتصاد را وارد تحلیل‌هایش می‌کند. اگر نورث، توسعه را از منظر اقتصاد نهادی بحث می‌کند، عجم اغلو سخن از اقتصاد سیاسی به میان می‌آورد. او با ذکر این مطلب که ارزش تئوری‌ها در این است که ساده‌تر و کوتاه‌تر حرف‌های بیشتری را بزنند، به این موضوع وارد شد که نظریه عجم اغلو چه کمکی به فهم توسعه‌یافتگی یا شکست توسعه در ایران می‌کند؟»

عجم اغلو ابتدا نظریه رشد مرسوم را که متمرکز بر نهادهای اقتصادی است، نقد می‌کند. سپس کاستی‌های نظریه‌های معطوف به جغرافیا، فرهنگ و غفلت سیاستمداران را می‌گوید. او معتقد است هیچ کدام از اینها توانایی تحلیل دقیق را ندارند و به طور ضمنی بر توانمندشدن جامعه تأکید می‌کنند، اما نکته اینجاست که عجم اغلو وقتی به اوج می‌رسد، درمی‌ماند و پاسخ می‌دهد «چه باید کرد؟» نمی‌دهد. تحلیل عجم اغلو درباره ایران برای بعد از مشروطیت تا حد زیادی قابل قبول است. ما جلو رفته‌ایم ولی بعد از مدتی پاندول‌وار به عقب برگشته‌ایم.» برای پاسخ به این پرسش کلیدی که چرا نهادهای سیاسی گام به گام به عقب برمی‌گردند و چرا در یک بزنگاه تاریخی همسنگی رخ می‌دهد، اما بعد فروپاشی پیش می‌آید، «دکتر رنایی ادامه داد: عجم اغلو اشاره می‌کند آموزش راهکار نیست، ولی برای ایران به صورت پیشنهاد مطرح می‌کنم توسعه سیاسی مقدم بر توسعه اقتصادی است، ولی تا توسعه آموزش، تا توسعه تعلیم و تربیت یا به تعبیری توسعه فرهنگی رخ ندهد، توسعه پایدار هم رخ نخواهد داد. همه جای دنیا، گردش امور بر مبنای منفعت‌طلبی شخصی است، ولی این منفعت‌طلبی شخصی طی مکانیسم‌هایی باید کمترین آسیب را به منفعت جمعی برساند. او از مهارت گفت‌وگو با دیالوگ به عنوان مهارت کلیدی تربیت در جهت توسعه یاد کرد.»

از جمله آثار جالب دارون عجم اوغلو، «پیشه‌های اقتصادی دیکتاتوری و دموکراسی» است که در سال ۲۰۰۶ منتشر شد. این کتاب که به صورت مشترک توسط عجم اغلو و رابینسون نوشته شده است، به تحلیل ایجاد و تحکیم جوامع دموکراتیک می‌پردازد. به نظر نویسندگان این کتاب، «دموکراسی زمانی تحکیم می‌شود که نخبگان انگیزه‌ای برای براندازی آن نداشته باشند. این فرآیند وابسته به شش چیز است: قدرت جامعه مدنی، ساختار نهادهای سیاسی، ماهیت بحران‌های اقتصادی و سیاسی، سطح نابرابری اقتصادی، ساختار اقتصاد و شکل و شدت جهانی‌سازی.» گفتم می‌شود که این کتاب به خوبی توانسته است ترکیبی از ماتریالیسم دیالکتیک مارکس و ایده‌های داگلاس نورث و بری وایتنگاست ایجاد کند.



(یعنی نیمه دوم اسفندماه ۱۳۹۸) نسبت به قبل از آن به بیش از ۱۰ الی ۱۱ قلم کالا در هر فاکتور رسیده است. پیش از کرونا، میانگین تعداد این اقلام حدود ۵ قلم بوده است. اگرچه این روند نیز با کاهش محدودیت‌ها کمتر شده، اما ممکن است با شیوع بیشتر کرونا مجدداً افزایش بیشتری را تجربه کند. همچنین میانگین ارزش سبد خرید هر مصرف‌کننده حداقل سه برابر شده که البته علاوه بر افزایش کمیت خریدها، نباید نرخ فزاینده تورم و کاهش قدرت خرید مردم را نیز در افزایش ارزش سبد خریدها بی‌تأثیر دانست.

رشد خرده‌فروشی در روزهای کرونایی

کرونا شرایط جدیدی را برای خرده‌فروشان جهان ایجاد کرد و این موضوع سبک کسب و کارها را تغییر داد. از آنجا که هنوز معلوم نیست ویروس کووید ۱۹- چه زمانی از دنیای ما رخت خواهد بست، این احتمال وجود دارد که کرونا آینده خرده‌فروشی‌ها را با تغییرات گسترده و قابل ملاحظه‌ای مواجه کند که هرگز قابل مقایسه با سال‌های قبل از ظهور کرونا نباشد. بدیهی است هر چقدر دوره ماندگاری ویروس طولانی‌تر شود، می‌تواند تغییرات بنیادی‌تری در صنعت خرده‌فروشی جهان ایجاد کند. همانطور که تجربه جهانی در روزهای ابتدایی شیوع کرونا نشان می‌دهد، عدم اطمینان نسبت به آینده پیش‌رو، مردم را در همه جهان به پس‌انداز بیشتر و به تعویق انداختن خرید اقلام غیرضروری تشویق می‌کند. این امر ضمن کاهش تقاضای کلی برای مصرف کالا ملاحظه‌های مواجه کند که هرگز قابل مقایسه با سال‌های قبل از ظهور کرونا نباشد. بدیهی است هر چقدر دوره ماندگاری ویروس طولانی‌تر شود، می‌تواند تغییرات بنیادی‌تری در صنعت خرده‌فروشی جهان ایجاد کند. همانطور که تجربه جهانی در روزهای ابتدایی شیوع کرونا نشان می‌دهد، عدم اطمینان نسبت به آینده پیش‌رو، مردم را در همه جهان به پس‌انداز بیشتر و به تعویق انداختن خرید اقلام غیرضروری تشویق می‌کند. این امر ضمن کاهش تقاضای کلی برای مصرف کالا ملاحظه‌های مواجه کند که هرگز قابل مقایسه با سال‌های قبل از ظهور کرونا نباشد. بدیهی است هر چقدر دوره ماندگاری ویروس طولانی‌تر شود، می‌تواند تغییرات بنیادی‌تری در صنعت خرده‌فروشی جهان ایجاد کند.

۲۰۲۰ در مقایسه با ژانویه ۲۰۱۹ حدود ۱۳۵ درصد افزایش داشته که این میزان در نیمه ژوئن امسال به ۶۱ درصد رسید بنابراین این آمار و ارقام می‌تواند بیانگر تأیید این دو روند یادشده باشد.

درخصوص افزایش شدید تقاضا برای اقلام ضروری در طول شیوع کرونا می‌توان به تجربه انگلستان اشاره کرد. انگلیسی‌ها در مدت چهار هفته منتهی به ۲۱ مارس بیش از ۷۹ میلیون بار بیشتر از مدت زمان مشابه سال گذشته برای خرید به سوپرمارکت‌ها مراجعه کرده‌اند که هدف بیشتر آنها عمدتاً ذخیره‌سازی مواد غذایی در منازل بود. طبق تحقیقات شرکت نیلسن، مصرف‌کنندگان انگلیسی معادل ۲.۴ میلیارد دلار پول بیشتر برای خرید مواد غذایی هزینه کرده‌اند و همه سوپرمارکت‌های انگلیس شاهد افزایش فروش در برخی از مدیران فروشگاه‌های زنجیره‌ای نشان می‌دهد که ۲۰ درصدی، موریسون رشد ۱۷ درصدی و اس‌دی سنزبری رشد ۲۲ درصدی فروش را تجربه کرده‌اند.

از سوی دیگر، بررسی‌ها نشان می‌دهد که پس از بازگشایی مجدد کسب و کارها، میزان کل خرده‌فروشی اروپا در ژوئن ۲۰۲۰ میلادی، به ۹۹.۷ درصد مقدار آن در ماه فوریه یعنی قبل از آغاز شیوع کرونا رسیده است. این میزان در مورد خرید حضوری گروه کالایی مواد غذایی، آشامیدنی‌ها و تنباکو، منفی ۱.۳ درصد بوده است، اما ارزش خریدهای پستی و آنلاین در این مدت رشدی ۱۷ درصدی داشته است.

درخصوص ایران هرچند از میزان فروش فروشگاه‌های زنجیره‌ای از زمان شیوع کرونا، اطلاعات چندانی در دست نیست، اما گزارش‌های میدانی و گفت‌وگو با برخی از مدیران فروشگاه‌های زنجیره‌ای نشان می‌دهد که میزان فروش این فروشگاه‌ها بسیار بیشتر از اهداف از پیش تعیین شده در مقایسه با انتظار افزایش تقاضای همیشگی برای آغاز سال نو بوده است. مطالعات نشان می‌دهد میزان فروش فیزیکی برخی از فروشگاه‌های زنجیره‌ای در زمان موج اول شیوع کرونا بیشتر از ۳۰ درصد بوده است. البته در حال حاضر از این روند افزایشی خبری نیست و از این میزان کاسته شده است. تعداد اقلام خریداری شده نیز مولفه مهمی برای درک بهتر تقاضای فزاینده برای خرید اقلام پرگردش در زمان کرونا بوده است. به طور نمونه گفتم می‌شود تعداد اقلام در هر فاکتور از زمان اعلام قرنطینه

فرصت امروز: شیوع کرونا در طول بیش از یک سال گذشته تأثیرات عمیق و دامنه‌داری بر بخش خرده‌فروشی جهان داشته که به اعمال محدودیت‌های اجتماعی و رعایت پروتکل‌های بهداشتی، کاهش سطح درآمد و تغییر در تقاضای مصرف‌کنندگان با همه‌گیری کووید ۱۹- برمی‌گردد. الگوهای رفتاری مصرف‌کنندگان به دلیل ملاحظات بهداشتی و اقتصادی، تغییرات جالبی در عصر کرونا داشته است؛ از یک سو، تقاضا برای خرید کالاهای ضروری خوراکی و بهداشتی، افزایش شدید و قابل توجهی داشته و در سوی مقابل، تقاضا برای خرید اقلام غیرضروری کاهش یافته و از سوی دیگر، جهان شاهد گسترش خریدهای آنلاین، خرید مواد غذایی محلی، توجه به ارزش واقعی کالا در مقابل قیمت آن و کاهش وفاداری به برندهای مطرح جهانی به نفع برندهای محلی بوده است. مجموع همه این موارد، باعث تغییرات مهمی در فعالیت‌های بخش خرده‌فروشی در ایران و جهان و به خصوص در عملکرد فروشگاه‌های زنجیره‌ای شده است که نقش مهمی در تأمین نیازهای روزانه شهروندان جوامع دارند.

در این زمینه، موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی در گزارش اخیر خود به بررسی مهم‌ترین تحولات ناشی از همه‌گیری کرونا در بخش خرده‌فروشی و فروشگاه‌های زنجیره‌ای ایران و جهان پرداخته و نوشته است: کرونا پیامدهای مخربی برای صنوف تولیدی و خرده‌فروشان به دنبال داشته است. مطالعات نشان می‌دهد به دلیل تغییر در عادت خرید مصرف‌کنندگان، خرده‌فروشان تغییرات زیادی را نسبت به قبل از دوره شیوع کرونا تجربه کرده‌اند و حتی ممکن است شیوه کار آنها هرگز به شرایط پیش از کرونا بازنگردد.

تهدید و فرصت کرونا در بخش خرده‌فروشی

شیوع کرونا تأثیرات متفاوتی بر بخش خرده‌فروشی کشورها داشته است، اما دو روند عمده در این زمینه قابل تشخیص است: یکی افزایش تقاضای مصرف‌کنندگان برای اقلام ضروری غذایی و بهداشتی و کاهش تقاضا برای اقلام غیرضروری به منظور مدیریت هزینه‌ها و دیگری کاهش تمایل مراجعه فیزیکی به فروشگاه‌ها و در مقابل، افزایش تمایل به انجام خریدهای آنلاین است. نتایج یک پیمایش جهانی از ترافیک اینترنتی سوپرمارکت‌ها در سطح جهان نشان می‌دهد که این مسئله در آوریل

هزینه بیشتر دولت‌ها در پژوهش به رشد اقتصادی کمک می‌کند

از پژوهش تا توسعه

۲۰۱۸ میلادی نشان می‌دهد کشورهایی که بیشتر در زمینه تحقیق و توسعه سرمایه‌گذاری کرده‌اند و پول بیشتری در این زمینه خرج کرده‌اند، در عالم واقعیت در دنیای اقتصاد، وضعیت بهتری داشته‌اند. دولت ژاپن از معدود دولت‌هایی است که توجه ویژه‌ای به این مسئله داشته است و کماکان تلاش می‌کند تا بیشتر در این زمینه هزینه کند. در آمریکا هم دونالد ترامپ توجه کمی به این مسئله داشت، اما اکنون انتظار می‌رود که جو بایدن به صورت ویژه به این مقوله بپردازد، اما یک نکته مهم وجود دارد که باید به آن دقت کنید. اگر کشورهایی مثل ژاپن یا آمریکا هزینه بیشتری را صرف تحقیق و توسعه می‌کنند، به این خاطر نیست که باور کرده‌اند این تحقیقات به رشد اقتصادی آنها کمک می‌کند. آنها در حقیقت از ترس چین دست به چنین اقداماتی زده‌اند. یعنی آنها می‌دانند که چین از همین مسیر عبور کرده و به پیشرفت‌های بزرگی رسیده است. در نتیجه اکنون تلاش می‌کنند خودشان هم به همین موفقیت برسند، پیش از آنکه چین به آن موفقیت نائل شود. چین از دهه ۸۰ میلادی به بعد، هزینه‌های سنگینی را صرف تحقیق و توسعه کرده است. برخی از بررسی‌ها نشان می‌دهد که مقاله‌های علمی در چین به مراتب بیشتر و باکیفیت‌تر از آمریکا بوده است. بسیاری از افراد در اروپا و آمریکا تصور می‌کنند برای اینکه در رقابت با اژدهای زرد جا نمانند، باید همین مسیر را دنبال کنند و تحقیقات زیادی را انجام دهند. مثلاً همین دولت بایدن وعده داده است که در زمینه تحقیق و توسعه حوزه فناوری از یکن پیشی بگیرد. همه این کارها را هم با هدف رقابت با چین انجام می‌دهد.

به هر حال نباید فراموش کرد که بسیاری از اهداف دولت‌ها تنها از مسیر تحقیق و توسعه حاصل می‌شود و تحقق می‌یابد. در واقع دولت‌ها

اهدافی استراتژیک را برای خود تعیین می‌کنند که تنها از مسیر توسعه فناوری حاصل می‌شود. به عنوان نمونه، هم‌اکنون دولت‌ها همه به دنبال واکنش کرونا هستند و باید هزینه زیادی را صرف تحقیق و توسعه در زمینه واکنس کنند. آنها می‌دانند که در میدان رقابت بزرگی حضور دارند و باید خودشان را به دیگران ثابت کنند. از سوی دیگر، نیاز به کربن‌زدایی هم باعث شده است که دولت‌ها بیش از هر زمان دیگری نیاز به تحقیق و توسعه و سرمایه‌گذاری در این عرصه را احساس کنند. اما یکی از نکات مهمی که در زمینه تأکید بیش از حد بر تحقیق و توسعه باید به آن توجه داشت، این است که مردم و دولت‌ها تصور نکنند با تحقیق همه چیز به پایان می‌رسد. در واقع، تحقیقات تنها نقطه آغاز هستند. آنچه در نهایت می‌تواند کشوری را به رشد اقتصادی برساند، تحقیق و توسعه صرف نیست، دولت‌ها در حقیقت باید کاری کنند که نتایج این تحقیقات در قالب تکنولوژی‌های روز مورد استفاده مردم قرار بگیرد. یعنی دانش باید کاملاً کاربردی باشد تا بستری برای رشد اقتصادی در جامعه فراهم کند. انجام تحقیقات و انتشار آنها تنها نقطه شروع است. دولت‌هایی می‌توانند به رشد اقتصادی خود امید داشته باشند که از این تحقیقات، پلی به سمت کارهای عملیاتی بزنند و با آنها آینده اقتصادی خود را بسازند. اگر دانشی نهایتاً به تولید اقتصادی ختم نشود، هیچ سودی دربر نخواهد داشت. پس هرچند لازم است دولت‌ها برای تحقیق و توسعه هزینه کنند، اما در عین حال باید به فکر راهی باشند تا این دانش را به شکلی کاربردی و ملموس در بیاورند. یعنی به گونه‌ای باشد که در جامعه مورد استفاده قرار گیرد. ایده‌های جدید به سختی عملیاتی می‌شوند، اما تنها زمانی به عنوان ایده درخشان مطرح خواهند شد که به مرحله عمل برسند. در آن مرحله می‌توان به رشد اقتصادی هم امید داشت.

کدامیک از زنجیره‌های ارزش جهانی برای ایران بهتر است؟

اقتصاد ایران در دوراهی شرق و غرب



فرصت امروز: اقتصاد سیاسی ایران در آستانه قرن جدید کماکان با مسئله تحریم‌ها و جنگ اقتصادی روبه‌روست و به جرأت می‌توان دهه نود را دهه تحریم‌ها در اقتصاد ایران خواند. در حالی که کمتر از ۱۰ روز به پایان آخرین سال قرن و همینطور کمتر از چند ماه به انتهای عمر دولت دوم حسن روحانی زمان باقی مانده، اقتصاد ایران دست‌کم دو دوره تحریم شدید اقتصادی را در این دهه تجربه کرده که به دو دوره رکود تورمی انجامیده است. اصطلاح جنگ اقتصادی (Economic Warfare) در این سال‌ها به یکی از کلیدواژه‌های مهم سیاستمداران ایران و آمریکا تبدیل شده است. هرچند اقتصاددانان به لحاظ نظری این اصطلاح را چندان درست نمی‌دانند و معتقدند که جنگ اقتصادی همان جنگ سیاسی است و اینطور نیست که جنگ اقتصادی، راه حل اقتصادی داشته باشد، اما در واقعیت، تقلیل سیاسی ایران و آمریکا از همان ابتدای انقلاب و ریاست‌جمهوری جیمی کارتر گرفته تا دوره ریاست‌جمهوری دونالد ترامپ، کم و بیش به تقابل اقتصادی کشیده شده است.

حالا که دولت بایدن در کاخ سفید مستقر شده، چشم‌انداز لغو تحریم‌ها و بازگشت احتمالی آمریکا به برجام پدیدار شده است. همزمان بحث‌ها در مورد توافق ۲۵ ساله ایران و چین بالا گرفته و در این میان، دوراهی شرق و غرب پیش روی اقتصاد سیاسی ایران قرار گرفته است. اینکه ایران در آستانه احیای برجام، کدامیک از دو زنجیره ارزش اروپایی و چینی را انتخاب می‌کند؛ سوالی کلیدی است که پاسخ آن اصلا ساده نیست.

نقش منفعل ایران در تحولات اقتصاد جهانی

اقتصاد سیاسی ایران در آخرین سال قرن و در فضای دگرگون‌شده سیاست و اقتصاد جهانی با مجموعه‌ای از پرسش‌های مهم مواجه است. این سوالات را در سایه بررسی تحولات ساختاری کلان فضای تجارت جهان و بررسی موقعیت ژئواکونومیک و ژئوپلیتیک منطقه و جهان می‌توان مطرح کرد. در این باره، مرکز پژوهش‌های اتاق ایران در جدیدترین گزارش خود با عنوان «تحولات چشم‌انداز محیط ژئواکونومیک ایران» به طرح پرسش‌هایی پرداخته که اقتصاد سیاسی ایران در آستانه ورود به قرن جدید با آنها درگیر است.

براساس این گزارش، تغییرات ساختار کلان تجارت جهان در سه سطح «خدماتی شدن تجارت جهانی»، «درهم‌تیدگی جهانی زنجیره‌های ارزش» و «دیجیتالی شدن اقتصاد» رخ داده است. در حال حاضر، سه زنجیره ارزش آمریکای شمالی، اروپا و آسیا به صورت توانمند هم در منطقه و هم در جهان مطرح هستند و اختلال در هر کدام از آنها باعث تزلزل اقتصاد جهانی می‌شود. جدیدترین نمونه آن نیز با اختلال اقتصاد چین در ماه‌های ابتدای شیوع کرونا رخ داد که با گسترش بحران به اروپا و آمریکا، همه زنجیره ارزش جهانی را درگیر کرد.

ایران در این تغییرات ساختاری در اقتصاد جهانی همواره نقشی منفعلانه داشته است. از حیث داخلی، تحریم‌های چند دهه‌ای در کنار درگیری بر سر انتخاب استراتژی جایگزینی واردات یا الحاق به اقتصاد جهانی، فرصت‌ها را در عمل برای نقش‌آفرینی ایران در این روندها به باد داده است. از حیث خارجی نیز در کنار تحریم‌های تشدیدشونده، ایران از زنجیره ارزش آمریکای شمالی و اروپا جدا مانده و به حاشیه زنجیره ارزش آسیایی رانده شده است.

اولویت و پرسش کلیدی سیاست تجاری و صنعتی کلان ایران تا آینده میان مدت، تبیین نسبت ایران با سه روند بالا و چگونگی تطبیق با قواعد بازنویسی شده در فضای تجارت جهانی است. در میان این سه روند، تبیین نسبت ایران با زنجیره‌های ارزش منطقه‌ای و جهانی اهمیت ویژه دارد. اینکه ایران در شرایط گشایش احتمالی با روی کار آمدن دولت بایدن، در میانه دو زنجیره ارزش اروپایی و چینی به سوی کدامیک می‌رود و یا اینکه کدام یک و در چه حوزه‌هایی می‌توانند منافع ملی ایران را برآورده سازند، پرسشی کلیدی است که پاسخ آن ساده نیست.

بازتوزیع قدرت در اقتصاد سیاسی بین‌الملل نیز علاوه بر بازتعریف قواعد تجارت جهانی، بر موقعیت ایران در اقتصاد و تجارت جهانی اثرگذار است. توزیع قدرت در سیاست بین‌الملل به نوع جدیدی از توزیع قدرت دوطبقی تغییر می‌کند. در این توزیع قدرت جدید، رقابت بر سر تکنولوژی در کانون رقابت‌های چین و ایالات‌متحده است و زنجیره‌های ارزش رفته رفته از آن متأثر می‌شود. رقابت چین و آمریکا که می‌تواند به یک جنگ سرد جدید منجر شود، در کانون وضعیت پیچیده شونده اقتصاد سیاسی جهانی قرار دارد. ایران ممکن است به‌تدریج به فضای تجارت جهانی بازگردد. در چنین شرایطی ایران می‌تواند موافقت‌نامه جامع مشارکت راهبردی با چین را پیش ببرد و از تنش با غرب بکاهد و راه‌هایی برای حضور اتحادیه اروپا در اقتصاد و بازار ایران بگشاید. اینها از یک سو می‌توانند فرصت‌های مهم ایجاد کنند و از سوی دیگر متأثر از رقابت‌های ژئوپلیتیک، چالش‌هایی بر سر راه توسعه روابط تجاری پدید آورند. برای مثال، منحصر کردن انتخاب به شرق ممکن است خطر دامنگیر شدن ایران را از تحریم‌های احتمالی که بر چین شکل می‌گیرد، در پی داشته باشد.

جایگاه ایران در زنجیره ارزش جهانی کجاست؟

در لایه منطقه‌ای محیط جغرافیایی و ژئواکونومیک ایران نیز به تدریج اوراسیای جدیدی بر سر می‌آورد. چین در کانون اوراسیای جدید است. این قدرت اکنون در قالب پروژه کلان ابتکار کمربند و راه به اوراسیا بازگشته است. روسیه در شمال اوراسیا به عنوان قدرتی ژئوپلیتیک با دستور کاری سیاسی-اقتصادی در قالب اتحادیه اقتصادی اوراسیا احیا شده است و می‌کوشد تأثیرگذاری خود را بر کشورهای همسایه بیفزاید. همزمان

می‌کوشد بین چین و اتحادیه اروپا که دو نیروی تعیین‌کننده اوراسیای جدید هستند، تضعیف نشود. در جنوب اوراسیا هند قدرت آینده است. روند رشد اقتصادی این کشور نشان می‌دهد که بیش از پیش بر کلیت اوراسیا تأثیرگذار است.

اوراسیای جدیدی که ایران در متن آن قرار گرفته در شرق از جانب چین، در شمال از روسیه احیا شده و در غرب از اتحادیه اروپایی که می‌کوشد قدرت هنجاری و تأثیرگذار در تجارت جهانی باشد و در جنوب از هند که به تدریج استراتژی قدرت بزرگ خود را ترسیم می‌کند، متأثر است. اینکه ایران در میانه این چهار نیروی کلیدی اوراسیای جدید چه نقشی می‌تواند ایفا کند و چه گزینه‌هایی پیش رو دارد، پرسشی راهبردی است و نیازمند مطالعات مفصل است.

شکل‌دهی به روابط سازنده با کنشگران کلیدی اوراسیای جدید از اولویت‌های منافع ملی است، اما شکل‌دهی و حفظ چنین روابط متوازنی در عمل با پیچیدگی‌های بسیاری مواجه است. ایران در عمل از ابتکار «یک کمربند- یک راه» چین بهره‌ای نبرده است. روابط با اتحادیه اروپا متأثر از تحریم‌های آمریکا در پایین‌ترین سطح است. روابط اقتصادی با هند نیز متأثر از تحریم‌ها خیلی کم است. روابط تجاری و اقتصادی ایران با اتحادیه اروپا نیز که در سال‌های اخیر بدان پیوسته، در حاشیه تجارت خارجی است و تا سال‌های آتی نیز در متن اقتصاد سیاسی و روابط تجاری قرار نمی‌گیرد. ایران در این فضای ژئواکونومیک و ژئوپلیتیک دگرگون‌شونده با مجموعه‌ای از پرسش‌های کلیدی مواجه است؛ اینکه حوزه‌های دگرگونی در تجارت آزاد و چندجانبه جهانی کدامند؟ قواعد رو به تغییر در این حوزه چگونه ایران را متأثر می‌کنند؟ آیا رقابت تشدیدشونده چین و ایالات متحده به سوی شکل‌گیری دو نظم در اقتصاد سیاسی بین‌الملل در حرکت است؟ موقعیت ایران در این رقابت چگونه قابل تبیین است؟ از سوی دیگر، رویکرد دولت بایدن به اقتصاد و تجارت جهانی را چگونه می‌توان مفهوم‌بندی کرد؟ اجرائی شدن این رویکرد چه آثاری بر موقعیت ژئواکونومیک ایران خواهد داشت؟ همچنین ژئوپلیتیک شدن تجارت جهانی و به‌ویژه زنجیره‌های جهانی- منطقه‌ای ارزش چه طیفی از تأثیرات را بر موقعیت ایران در اقتصاد جهانی خواهد داشت؟ موافقت‌نامه مشارکت جامع راهبردی ایران و چین چه آثار عملیاتی بر بخش خصوصی ایران تا آینده‌های میان‌مدت خواهد داشت؟ «نگاه به شرق» در شرایط جدید و پس از روی کار آمدن دولت بایدن چه سرنوشتی می‌یابد؟ آیا ایران می‌تواند بین دو زنجیره ارزش اروپایی و آسیایی نوعی توازن برقرار سازد؟ نظام تحریمی در حال شکل‌گیری چین واجد چه مؤلفه‌هایی است؟ با توجه به جایگاه ویژه چین در اقتصاد ایران، آسیب‌پذیری‌های بالقوه ایران در این نظام تحریمی کجاست؟

تورم فزاینده در کمین دنیا نشست

چالش‌های نفت ۷۰ دلاری

این سناریو بانک‌های مرکزی را تحت‌فشار قرار می‌دهد تا حمایت‌های خود از اقتصاد را کنترل کنند، گرچه در حال حاضر مقامات همچنان تأکید می‌کنند که بیکاری بالا هرگونه فشار تورمی را پوشش می‌دهد. سوال این است که چه کسی از قیمت‌های بالاتر نفت سود می‌برد و چه کسی ضرر می‌کند؟ در پاسخ باید گفت، کشورهای صادرکننده نفت از جمله عربستان، روسیه، نروژ و نیجریه با افزایش قیمت نفت، از درآمدهای شرکت‌های دولتی‌شان بهره‌مند خواهند شد که به ترمیم بودجه و بهبود موقعیت‌های حساب‌های جاری و تراز تجاری آنها کمک خواهد کرد.

همچنین به آنها کمک می‌کند تا برای بهبودی اقتصاد هزینه بیشتری کنند. در سوی مقابل، کشورهای مصرف‌کننده انرژی که مجبورند انرژی را گران‌تر بخرند، با تورم بالقوه روبه‌رو هستند که به بهبودی وضعیت اقتصاد آنها آسیب می‌رساند. در همین حال، آن دسته از اقتصادهای نوظهور که به انرژی وارداتی متکی هستند با فشار بر موقعیت‌های حساب‌های تجاری و کسری مالی روبه‌رو خواهند بود. این ماجرا می‌تواند باعث خروج سرمایه و ضعیف شدن ارزش ارزی‌شان شود و زمینه را برای تورم بیشتر فراهم کند. این ماجرا شامل ترکیه، اوکراین و هند می‌شود. چین هم به‌عنوان بزرگترین واردکننده نفت جهان در برابر قیمت‌های بالاتر طلای سیاه آسیب‌پذیر است.

به طور کلی، در حالی که تمدید محدودیت عرضه اوپک پلاس، قیمت نفت برنت را به مرز ۷۰ دلار در هر بشکه رسانده، بالاترین قیمت نفت در بیش از یک سال گذشته ممکن است به احیای تقاضای جهانی برای نفت که همچنان شکننده مانده است، آسیب بزند. به گفته دیون رابوین

مسکن

آنجبه بر بازار مسکن در سال ۹۹ گذشت چشم‌انداز مسکن در سال جدید

کارشناسان معتقدند در صورتی که بازار مسکن از متغیرهای سیاسی سیگنال مثبتی دریافت کند، احتمال ثبات قیمت در سال آینده وجود دارد؛ از طرف دیگر، پیش‌بینی رشد اقتصادی ایران به ۳.۲ درصد می‌تواند به رونق بخش مسکن و آرامش قیمتی بینجامد.

به گزارش ایسنا، بازار مسکن در سال ۱۴۰۰ با شش متغیر مثبت و یک مولفه منفی مواجه خواهد بود. کاهش انتظارات تورمی، احتمال ثبات نرخ ارز، اثرات سیاسی بر بازارهای اقتصادی، افت توان طرف تقاضا، کاهش معاملات و اجرای طرح‌های مالیاتی، سیگنال‌هایی است که چشم‌انداز بازار مسکن در سال آینده را آرام نشان می‌دهد. تنها موضوعی که اثر تهدیدکننده بر بازار ملک دارند، رشد قیمت مصالح ساختمانی از نیمه دوم سال ۱۳۹۹ است که بعضاً تا ۱۰۰ درصد رشد قیمت را تجربه کردند؛ رشدی که تقریباً با میزان افزایش قیمت مسکن شهر تهران در سال جاری برابری کرد. بر این اساس رئیس اتحادیه مشاوران املاک می‌گوید که بالاترین قیمت نهاده‌های ساختمانی تأثیر چندانی بر قیمت تمام شده مسکن ندارد.

در روزهای اخیر کارشناسان، نظرات متفاوتی درباره آینده بازار مسکن ارائه کردند؛ نظراتی که بعضاً ۱۸۰ درجه با هم اختلاف داشتند. برخی فعالان اقتصادی با استناد به رشد قیمت نهاده‌های ساختمانی معتقدند که قیمت مسکن در سال آینده افزایش می‌یابد و در سوی دیگر عده‌ای بر این باورند که متغیرهای کاهشی بر متغیرهای افزایشی در بازار مسکن غلبه دارد.

بازار مسکن در سال ۱۳۹۹ روند پراکنده‌ای را سپری کرد. در نیمه اول نرخ رشد ماهانه قیمت مسکن در شهر تهران حدود ۱۰ درصد بود که به یکباره در نیمه دوم تحت تأثیر امیدواری برای احیای برجام، سرعت رشد ماهانه قیمت‌ها افت کرد و به حدود ۳ درصد رسید. در بهمن ماه قیمت مسکن در تهران ۳.۷ درصد نسبت به دی ماه افزایش یافت و به متوسط ۲۸.۳ میلیون تومان در هر متر مربع رسید. هرچند معاملات ۷۰ درصد نسبت به زمان مشابه سال گذشته کاهش پیدا کرد. کارشناسان در تحلیل تناقض ایجادشده بین رکود معاملات و رشد ماهانه قیمت می‌گویند که خوش‌بینی به احیای برجام بعد از دو ماه کم‌رنگ شد و علت رشد ۳.۷ درصدی قیمت مسکن در بهمن ماه همین موضوع بود.

البته در روزهای اخیر اخبار مثبتی از سیاست بین‌الملل به گوش می‌رسد. ایالات متحده با وجود آنکه هنوز تحریم‌ها را برنداشته آمادگی خود را برای بازگشت به برجام اعلام کرده است. تحریم‌ها از یک جهت تأثیر مستقیم و از جهت دیگر اثر غیرمستقیم بر بازار مسکن دارد. تحریم به عنوان یک عامل روانی باعث افزایش قیمت کالاها می‌شود. از طرف دیگر کاهش درآمدهای نفتی کشور را به دنبال دارد که به رشد قیمت ارز منجر می‌شود.

تحریم هر اثری که قرار بوده در اقتصاد ایران بگذارد ایجاد کرده و به نظر نمی‌رسد که اثرات دیگری را بتواند به وجود آورد. عبدالناصر همتی، رئیس کل بانک مرکزی می‌گوید: «متوسط درآمد نفتی کشور بین ۴۰ تا ۶۰ میلیارد دلار بود اما مجموع درآمد نفتی طی دو سال گذشته کمتر از ۲۰ میلیارد دلار بوده و مخارج ارزی کشور با آن اداره شده است.» از صحبت همتی می‌توان چنین برداشت کرد که دلار در بازار داخلی که هم‌اکنون در کانال ۲۴ تا ۲۵ هزار تومان نوسان می‌کند در اوج ظرفیت خود قرار دارد. از طرف دیگر آمارها از قرار گرفتن اقتصاد ایران در مسیر رشد اقتصادی حکایت می‌کند. مطابق باآورد صندوق بین‌المللی پول، تولید ناخالص داخلی ایران پس از سه سال منفی در سال ۲۰۲۱ به ۳.۲ درصد مثبت می‌رسد. رشد صادرات نفتی و غیرنفتی می‌تواند به افزایش درآمد خانوار، رونق ساخت و ساز و ثبات نسبی بازار مسکن منجر شود.

در این باره، ابوالحسن مرمعادی کارشناس بازار مسکن معتقد است که اگر هزینه‌های زمین، ساخت و حتی سود متعارف را از قیمت‌های فروش مسکن بیرون بیاوریم نرخ‌های فعلی در مناطق مختلف تهران دست‌کم بین ۱۵ تا ۲۰ درصد حباب دارد که به جیب سودگران می‌رود.

او درباره پیش‌بینی از وضعیت آینده این بازار می‌گوید: با توجه به اینکه تکرار وضعیت اقتصادی تا حدی وابسته به مسائل سیاسی شده، انتظار برای انجام توافق با احتساب املات اقتصادی و ثبات بازار مسکن منجر شده است. به نظر نمی‌رسد که نیمه اول سال آینده هیجان چندانی را در بازار مسکن شاهد باشیم. تصور بنده این است که در صورت احیای برجام با دست‌یابی به هر نوع توافق سیاسی تا شش ماهه ابتدای سال ۱۴۰۰ به یک وضعیت جدید اقتصادی با ثبات قیمت‌ها دست پیدا خواهیم کرد.

همچنین رئیس اتحادیه مشاوران املاک نیز در تحلیل وضعیت کنونی بازار مسکن می‌گوید: کسادای معاملات به گونه‌ای است که فروشندگان و سازندگان به خریداران اصرار می‌کنند. این نشان می‌دهد که بازار مسکن در مسیر کاهشی قرار گرفته است. امیدواری به احیای برجام در بازار مسکن تأثیرگذار بود؛ به طوری که از آبان ماه قیمت‌ها ۱۰ تا ۱۵ درصد کاهش یافت و در بهمن ماه نیز براساس گزارش‌های واصله از احتساب املات قیمتی حدود ۸ درصد پایین آمده و انتظار داریم روند کاهش قیمت ادامه پیدا کند. بعد از عید نوروز هم افزایش قیمت نخواهیم داشت.

مصطفی قلی خسروی با انتقاد از جوسازی برخی افراد برای القای گرانی در بازار مسکن ادامه می‌دهد: گزارش برخی مراکز آماری در التهاب بازار مسکن تأثیرگذار است. بسزای و بفروش‌ها و بخر و بفروش‌ها هم سعی در دامن زدن به تورم دارند. برخی افراد هم که معلوم نیست مدرکشان را از کجا گرفته‌اند به اسم کارشناس درباره بازار مسکن اظهارنظر می‌کنند.

وی درباره کف قیمت‌ها در بازار مسکن شهر تهران نیز می‌افزاید: الان در بعضی مناطق جنوب تهران قیمت متری ۱۲ تا ۱۵ میلیون تومان است. قیمت ساخت و احساناب زمین، متری ۸ میلیون تومان درمی‌آید و در گران‌ترین حالت قیمت زمین و ساخت به ۲۰ میلیون تومان می‌رسد. چرا بعضی سازندگان متری ۸۰، ۹۰ و ۱۲۰ میلیون تومان می‌فروشند؟

به گفته خسروی، در هر دوره‌ای که قیمت مسکن جهش داشته پس از آن با تخلیه حباب همراه بوده است. سال ۱۳۶۸ قیمت‌ها بالا رفت و بعد پایین آمد. سال ۱۳۶۸ قیمت رشد کرد و مجدداً کاهش یافت. سال ۱۳۹۲ نیز این اتفاق افتاد. جهش سال ۱۳۹۶ نیز از این قاعده مستثنی نیست و هم‌اکنون نیز زمان تخلیه حباب قیمت مسکن فرا رسیده است.

بانک نامه



با تصمیم شورای هماهنگی اقتصادی سران قوا

مصوبه اختیارات بانک مرکزی تمدید شد

رئیس کل بانک مرکزی از تمدید مصوبه قبلی شورای عالی هماهنگی اقتصادی سران قوا در مورد اختیارات بانک مرکزی و رئیس کل برای مدیریت بازار ارز و فرآیند تخصیص و تأمین ارز در بازار ثانویه و سایر مقررات مربوط برای یکسال دیگر خبر داد.

عبدالنصر همتی در صفحه شخصی خود در شبکه اجتماعی اینستاگرام نوشت: «عصر ۱۸ اسفندماه سال ۱۳۹۹ در جلسه شورای عالی هماهنگی اقتصادی سران قوا مصوبه قبلی شورا در مورد اختیارات بانک مرکزی و رئیس کل برای مدیریت بازار ارز و فرآیند تخصیص و تأمین ارز در بازار ثانویه و سایر مقررات مربوط، برای یک سال دیگر آن تمدید شد. در این جلسه همچنین در چارچوب برنامه اصلاح نظام بانکی، اختیارات قانونی برای سرپرستی مؤسسات اعتباری ناتراز و مشکل‌دار، برای یک سال دیگر به بانک مرکزی تفویض شد. حمایت و پشتیبانی سران محترم قوا و دیگر اعضای شورای عالی هماهنگی اقتصادی از بانک مرکزی، نقش مهمی در مدیریت بازار ارز در شرایط تحریم و فشار حداکثری و نیز مدیریت موسسات اعتباری ناتراز داشته است.»

همتی: نرخ‌های فعلی ارز ماندنی نیست

دفاع از کارنامه بانک مرکزی

عبدالنصر همتی در نشست پایان سال با مدیران بانک مرکزی گفت بانک مرکزی وظیفه خود را در حوزه ارزی علی‌رغم همه مشکلات، به خوبی و درستی انجام داده است. نرخ‌های کنونی ارز در بازار نیز ناشی از عدم اطمینان و انتظارات است و چنین نخواهد ماند.

رئیس کل بانک مرکزی در این نشست با بیان اینکه دو سال و نیم گذشته جزو سخت‌ترین و بی‌سابقه‌ترین شرایط کشور از نظر فشارهای اقتصادی و حتی سیاسی بوده است، گفت: اما علی‌رغم تمام فشارها و محدودیت‌ها، عملکرد مجموعه بانک مرکزی در بخش‌های گوناگون قابل دفاع است و من از این بابت از همکاران قدردانی می‌کنم.

همتی با اشاره به اینکه زمانی متوسط درآمد نفتی کشور بین ۴۰ تا ۶۰ میلیارد دلار بود، افزود: اما درآمد نفتی مجموع دو سال گذشته کمتر از ۲۰ میلیارد دلار بوده و مخارج ارزی کشور با آن اداره شده است. بخش زیادی از این منابع نیز در دسترس نبوده که به سختی و روش‌های مختلف امکان دسترسی به آنها ایجاد شده یا می‌شود. در حالی که تعهد بانک مرکزی برای تأمین ارز در سال جاری حدود ۸ میلیارد دلار بود، اما ۱۰ میلیارد دلار با نرخ ارز ترجیحی تأمین ارز کرده است.

به گفته وی، بانک مرکزی وظیفه خود را در حوزه ارزی علی‌رغم همه مشکلات به خوبی و درستی انجام داده است. نرخ‌های کنونی ارز در بازار نیز ناشی از عدم اطمینان و انتظارات است و چنین نخواهد ماند.

رئیس شورای پول و اعتبار ادامه داد: نرخ ارز در شهریور ۹۷ به حدود ۲۰ هزار تومان رسیده بود و اکنون و پس از دو سال و نیم و علی‌رغم تلاوم تحریم، کاهش درآمدهای ارزی، تمام فشارهای تورمی و جنگ روانی دشمن، افزایش زیادی در نرخ ارز نداشته‌ایم و در حال حاضر نیز اگر منابع ارزی خود بانک در دسترس باشد توان کاهش قیمت و ثبات بیشتر بازار ارز را داریم.

رئیس کل بانک مرکزی با اشاره به اینکه مقابله با رانت‌خواری از اهداف بانک مرکزی بوده و هست، تصریح کرد: در این مدت یک دلار ارزشی صورت نگرفته و میزان ذخایر ارزی نیز نسبت به گذشته افزایش یافته است.

همتی با اشاره به اقدامات حوزه نظام پرداخت بانک مرکزی نیز گفت: این حوزه به شدت تحت فشار است و تقریباً هر اتفاقی اعم از شیوع ویروس کرونا، فرار مالیاتی، قاچاق، قمار و شرط‌بندی و پولشویی در کشور رخ می‌دهد. نظام پرداخت بانک مرکزی باید وارد عمل شده و راهکاری بیابد.

او با تأکید بر اینکه شفافیت در امور ارزی و ریالی کشور به شدت افزایش یافته است، افزود: توسعه و ایجاد سامانه‌های متعدد بانک مرکزی در حوزه‌های مختلف ارزی، ریالی، تسهیلات و... و شفافیت حاصل از آن، نتیجه تلاش بخش فناوری بانک مرکزی است.

به گفته رئیس کل بانک مرکزی، کنترل ربال در راستای مقابله با پولشویی از افتخارات بانک مرکزی است که اگر انجام نمی‌شد و سامانه‌های مرتبط توسعه نمی‌یافت، تخلفات متعدد در حوزه‌های مختلف انجام و به ضرر عموم مردم صورت می‌گرفت و کنترل بازار ارز بسیار مشکل می‌شد. طی سال گذشته و اسامال همزمانی انتظارات تورمی، رکود ناشی از کرونا و شوک ارزی، تصمیم‌گیری بانک مرکزی در حوزه سیاست پولی را بسیار سخت کرد، اما بانک مرکزی با اتخاذ تدابیر مناسب در پرداخت تسهیلات کرونا و نیز حمایت از صنایع و جهش تولید، عملکرد موفقی داشت.

همتی با اشاره به اینکه یکی از بزرگترین دستاوردهای بانک مرکزی در این مقطع این بود که سیاست انقباضی اتخاذ نکرد ولی انتظارات تورمی را نیز کنترل کرد، گفت: در حال حاضر انتظارات تورمی کنترل شده که شاخص آن کنترل رشد پول است که از ۸۹ درصد به ۵۶ درصد رسیده است.

وی همچنین به رشد مثبت اقتصادی کشور در ۹ ماه ابتدایی اسامال اشاره کرد و افزود: این شاخص در کل سال نیز مثبت خواهد بود که با توجه به وقوع کرونا و مقایسه با وضعیت سایر کشورها، قابل قبول است. همتی سپس با بیان اینکه هشدارهای لازم را درخصوص روند بازار سرمایه داده بود، اضافه کرد: بانک مرکزی در حد توان خود از بازار سرمایه حمایت کرده که بخشی از تشدید رشد نقدینگی هم از آن سرچشمه گرفته است و حتی بانک مرکزی در سیاست‌های پولی خود به دلیل برخی ملاحظات از جمله بازار سرمایه، از افزایش نرخ سود پرهیز کرده است. بانک مرکزی در تصمیمات خود مجموعه اقتصاد کشور را در نظر گرفته و سیاست‌های پولی خود را با مجموع ملاحظات دنبال کرده است.

او با تأکید بر اقدامات بانک مرکزی در راستای کنترل ناترازی بانک‌ها، ادغام بانک‌های وابسته به نیروهای مسلح و مدیریت مؤسسات پولی، افزود: جلوگیری از ادامه بحران یک موفقیت محسوب می‌شود. ناترازی‌های سیستم بانکی مربوط به یک سال و دو سال نیست و سابقه چندین ساله دارد و مقایسه وضعیت فعلی ترازنامه بانک‌ها با دو سال و نیم پیش بیانگر دستاوردهای مهم بانک مرکزی در این خصوص است. شفاف‌سازی، موجب تخریب از سوی مخالفان شفاف‌سازی می‌شود، اما بانک مرکزی پذیرفته است که تخریب بشود ولی اقدام درست و اصولی در راستای منافع کشور و مردم انجام شود.

فرصت امروز: فراز و فرود بازار سرمایه در سال ۹۹ باعث کوچ دسته‌جمعی بسیاری از سرمایه‌گذاران خرد به سوی بازار ارزهای دیجیتال شد؛ تا جایی که آمار جست‌وجوی کاربران ایرانی در فهرست گوگل نشان می‌دهد که جست‌وجوی کلمه بیت‌کوین و سایر رمزارزها در هفته‌های گذشته از کلمه بورس پیشی گرفته است. نکته جالب در این میان، تعداد زیاد کاربران ایرانی و حجم بالای سرمایه‌گذاری در این بازار توسط ایرانیان است. حال سوال این است که آیا با تعطیلی صرافی‌های ارز دیجیتال، معامله‌گران حرفه‌ای فعالیت در این بازار را کنار می‌گذارند یا سرمایه‌گذاری در این بازار بیش از پیش زیرزمینی می‌شود؟

آنچه در چند روز گذشته در بازار ارزهای دیجیتال در کشور اتفاق افتاده، مجموعه‌ای از تصمیم‌های شتاب‌زده و کارشناسی نشده‌ای است که مشکلات فراوانی برای فعالان این حوزه ایجاد کرده و بیشتر به پاک کردن صورت مسئله شباهت دارد. نگرانی کاربران صرافی‌ها از بلوکه شدن دارایی و نبود امکان برداشت باعث شده است که کاربران حاضر باشند حتی با ضرر زیاد از این بازار خارج شوند. این در حالی است که نبود احساس امنیت اقتصادی از عوامل مهم جلوگیری از توسعه پایدار به شمار می‌آید. تعطیلی صرافی‌های ارز دیجیتال در این شرایط و با تصمیماتی ناگهانی و شتاب‌زده، قربانی‌های زیادی بر جای خواهد گذاشت که فعالان حوزه ارزهای دیجیتال از جمله آن هستند.

حجم بازار رمزارزها در ایران چقدر است؟

بحث فعالیت اکوسیستم‌های رمزارز یا همان پول دیجیتال در بازار و اقتصاد ایران، این روزها بار دیگر داغ شده است. به گزارش خبرنگاران، در حالی که برخی از مسئولان بدون بررسی کارشناسی کافی در پی ایجاد محدودیت و ممنوعیت برای فعالیت فعالان این حوزه مهم از اقتصاد مالی در تجارت دنیا بیندازیم. تجارتي که بخش چشمگیری از نیروی کار تحصیل‌کرده بازار و اقتصاد کشور را جذب کرده است و خود در کوتاه‌مدت باعث کاهش مهاجرت و جلوگیری از خروج ارز حقیقی از سپهر نقدینگی اقتصاد ایران شده است و حتی به عنوان یکی از ابزارهای خروج ایران از تنگنای ایجادشده در اثر تحریم‌های ظالمانه آمریکا بر معیشت و دادوستد مردم شناخته می‌شود.

بررسی‌ها نشان می‌دهد بیش از ۲۵ هزار میلیارد تومان سرمایه سرمایه‌گذاران ایرانی در این بازار در حال گردش است. بسیاری از نخبگان کشور در حال فعالیت در این حوزه هستند. از سوی دیگر دست‌کم یک و نیم میلیون نفر در این بازار در ایران فعالیت می‌کنند. برخی موافقان رمزارزها معتقدند بازار ارزهای دیجیتال به مدیریت ارز در کشور کمک بسیاری می‌کند. کاربران این بازار، به‌جای تزریق ارز خود به بازارهای غیرمولد که در نهایت به افزایش قیمت ارز منجر خواهد شد، نقدینگی را برای ارزی و عدم سربایت آن به بازارهای مختلف خروج حجم قابل توجهی از نقدینگی و عدم سربایت آن به بازارهای غیرمولد و تورم‌زا کمک زیادی به آرامش بازارهای استراتژیک مانند مسکن، طلا و ارز می‌کند.

برآوردها حاکی از آن است که ایران رتبه ششم در استخراج بیت‌کوین را



در میان کشورهای دنیا دارد و می‌بایست برای بهره‌برداری از این فرصت، امکان مبادله داخلی وجود داشته باشد، چراکه نبود و یا محدود کردن آن، باعث خروج ارز از کشور می‌شود. در عین حال باید توجه داشت استخراج رمزارز بدون امکان معامله آن بی‌معناست. به گفته کارشناسان، ارزهای دیجیتال مسیر بسیار خوبی برای خنثی کردن تحریم‌ها علیه ایران به شمار می‌روند چراکه قابل پیگیری نیستند.

کاربران، صاحبان کسب و کارهای ایرانی و صادرکنندگان می‌توانند با حذف واسطه‌های موردنیاز برای جابه‌جایی پول در صرافی‌های بین‌المللی و با صرف کمترین زمان نیازهای کشور را از طریق ارزهای دیجیتال تأمین کنند. چهره‌گذاران علمی برجسته دنیا، خالقان بسیاری از ارزهای دیجیتال محبوب دنیا هستند و اعتماد شرکت‌های بسیار بزرگی مانند پی‌پل و آمازون به این فناوری باعث بهبود روزافزون این فناوری‌ها شده است. تسلا به عنوان یکی از مهمترین شرکت‌های فناوری‌های فوق‌پیشرفته دنیا به تازگی بخش قابل توجهی از سرمایه خود را به بیت‌کوین تبدیل کرده است. کشورهای بزرگ صنعتی دنیا نیز مانند چین، ژاپن، کره جنوبی و آمریکا سرمایه‌گذاری‌های بسیار گسترده‌ای روی فناوری‌های مرتبط با ارزهای دیجیتال کرده‌اند.

این در حالی است که تصمیم‌گیری‌های بدون مشورت با متخصصان بدون شک باعث زیرزمینی شدن فعالیت این بازار بین‌المللی و چند

بیت‌کوین چگونه رقیب بورس شد؟

بازار ۲۵ هزار میلیاردی رمزارزها

هزار میلیارد تومانی در کشور خواهد شد؛ اتفاقی که ضربه‌ای سنگین بر پیکره اقتصاد ایران وارد می‌کند. فعالان و متخصصان این حوزه تأکید دارند قانون‌گذار باید با وضع قوانین به‌روز و شفاف فعالیت در این حوزه را زیر چتر خود ببرد و در این راستا آماده هرگونه همکاری خواهند بود. برخوردهای سلسلی فقط حذف صورت مسئله است و منجر به زیرزمینی شدن و عدم کنترل و نظارت این صنعت می‌شود.

آیا رمزارزها تهدیدی برای بورس هستند؟

دیگر حوزه‌ای که ارزهای دیجیتال می‌توانند به آن کمک کنند، فعالیت فریلنسرهای ایرانی است که برای کسب‌وکارهای خارجی کار می‌کنند. این گروه بزرگ می‌توانند گردش مالی خوبی ایجاد کنند. فریلنسرها برای دریافت حق‌الزحمه خود همیشه با مشکلات زیادی مواجه می‌شوند و صرافی‌های ارز دیجیتال می‌توانند مسیر را برای کار تولیدی آنها و دریافت دستمزدشان آسان‌تر کنند. هر ایرانی می‌تواند با داشتن کیف پول دیجیتال و حساب کاربری در یک صرافی ایرانی این مشکل را حل کند و از کارفرماها در هر نقطه‌ای از جهان که هستند دستمزدشان را به‌صورت بیت‌کوین، حتی با دیگر ارزهای دیجیتال دریافت کنند. اگر جامعه فریلنسرهای ایران را ۵۰۰ هزار نفر در نظر بگیریم و تنها ۲۰ درصد آنها وارد بازار کسب درآمد دلاری شوند، چیزی حدود ۵۰ میلیون دلار کسب می‌کنند.

به گفته تحلیلگران، بیت‌کوین در ایران هیچ تهدیدی برای بورس محسوب نمی‌شود. بورس و بیت‌کوین دو ابزار مالی با عملکردهای متفاوت هستند که در نهایت هیچ‌کدام نمی‌توانند یکدیگر را تحت‌الشعاع قرار دهند و مکمل یکدیگر به جهت تنوع‌بخشی سبد سرمایه مردم هستند. به نظر می‌رسد حل مشکل بورس با ممنوعیت ارزهای دیجیتال ممکن نیست. به اعتقاد کارشناسان، باید از ظرفیت رمزارزها برای تسهیل تجارت و گردش پولی و کاهش هزینه‌های مالی در کشور استفاده کنیم که این امر با بهره‌گیری از نظرات کارشناسی و قانون‌گذاری‌های صحیح موجب انتفاع کشور و مردم از ظرفیت رمزارزها می‌شود. هم‌اکنون ایران در بین ۷۲ کشور در حال توسعه براساس معیارهای سازمان ملل متحد رتبه سوم را در فرارمغزها در اختیار دارد. اهمال در توسعه این صنعت باعث خروج سرمایه‌های ارزشمند انسانی از کشور خواهد شد.

به طور کلی، چند روند عمومی در فناوری، رشد سریع فناوری‌های مالی را تسهیل کرده که توسعه فناوری پردازش توزیع یافته نظیر زنجیره بلوک (بلاک‌چین)، ظهور فلاتر توزیع یافته و ارزهای رمزبینه (کریپتوکارنسی)، ازجمله آن است. برآیند این فناوری‌ها و توسعه کاربردهای آن توسط شرکت‌های فناوری و کسب‌وکارهای نوپا در نهایت سیما و محتوای نظام پولی و مالی را ظرف سال‌های آینده دچار دگردیسی اساسی می‌کند. بر این اساس و با توجه به رشد سریع مشاهده شده در سال‌های اخیر، اتخاذ سیاست‌های عمومی توسط تنظیم‌گران برای دو هدف اساسی در کوتاه‌مدت اهمیت دارد؛ نخست، پرهیز از هرج و مرج و آشفتگی در بازارهای پولی و مالی و دوم، بهره‌گیری بهینه از نوآوری‌ها برای ارائه خدمات بهینه به مردم.

مجلس سهام مسکن از تسهیلات را احیا کرد

سهام ۵ درصدی مسکن از تسهیلات بانکی

جمعیت و همچنین ۸۰۰ هزار واحد مسکن شهری نسبت به پرداخت ۳۶۰ هزار میلیارد تومان تسهیلات ساخت مسکن به افراد واجد شرایط اقدام نمایند. این تسهیلات از محل منابع داخلی بانک‌ها و با نرخ سود مصوب شورای پول و اعتبار پرداخت خواهد شد. در این ارتباط، حسینعلی حاجی‌دلیگانی، عضو کمیسیون تلفیق بودجه ۱۴۰۰، در بیان اهداف مجلس از این تصمیم گفت: «هدف مجلس از این تصمیم، زمین‌سازی برای ساخت ۱٫۲ میلیون واحد مسکونی در سال ۱۴۰۰ است تا بدین وسیله عرضه و تقاضای مسکن متعادل شده و شاهد سامان این بازار و کاهش فشار معیشتی از این ناحیه به مردم باشیم.» عضو کمیسیون تلفیق بودجه ادامه داد: «پرداخت ۲۰ درصد از تسهیلات نظام بانکی به بخش مسکن در سال آینده با توجه به رشد نقدینگی در حدود ۳۶۰ هزار میلیارد تومان میشود را با جدیت پیگیری می‌کنیم.» به بیان ساده‌تر، در سال آینده ۱٫۲ میلیون خانوار واجد شرایط می‌توانند با اخذ تسهیلات ۳۰۰ میلیونی ساخت مسکن صاحب خانه شوند و اساسی‌ترین نیاز خود را تأمین کنند.

با توجه به پاسخ ندادن به این نیاز طی چهار سال اخیر، یک نیاز انباشت در بازار مسکن به وجود آمده و نیاز به ساخت و نوسازی مسکن از سال ۱۴۰۰ تا سال ۱۴۰۵، به حداقل یک میلیون و ۵۰۰ هزار واحد در سال رسیده است. نکته قابل توجه آنکه با بازنگری در محاسبات طرح جامع مسکن، از جمله در نظر گرفتن مردان مجرد در سن ازدواج، نیاز به ساخت و نوسازی مسکن حتی به بالای ۲ میلیون واحد در سال نیز خواهد رسید. در همین راستا و در شرایطی که بانک‌ها از هیچ قانون بالادستی برای هدایت تسهیلات خود به حوزه مسکن استفاده نمی‌کنند و تقاضای موجود و انباشت مسکن روز به روز بیشتر می‌شود، باید به دنبال راهکار حل موضوع گشت.

در این خصوص، مجلس شورای اسلامی به منظور پسر کردن خلأ قانونی هدایت تسهیلات به حوزه مسکن، قانونی را در قالب تلفیق بودجه ۱۴۰۰ گنجانده، بر مبنای جزئیات ارائه‌شده از مصوبات تلفیق بودجه، در سال ۱۴۰۰ کلیه بانک‌ها و مؤسسات اعتباری غیربانکی موظف هستند برای احداث و نوسازی ۴۰۰ هزار واحد مسکن روستایی و شهرهای کمتر از ۲۵ هزار نفر

در شرایطی که رئیس کل بانک مرکزی از هدایت ۲۰ درصد از تسهیلات پرداختی به حوزه مسکن خیر داده، اما بانک‌ها تنها ۵ درصد از تسهیلات پرداختی خود در سال جاری را به حوزه مسکن اختصاص داده‌اند.

به گزارش فارس، بررسی روند تسهیلات پرداختی به حوزه مسکن بیانگر آن است که نظام بانکی کشور علاقه‌ای برای پرداخت تسهیلات به این پیشران اقتصادی ندارند. در شرایطی که سهم تسهیلات بخش مسکن و ساختمان در سال ۱۳۹۰، ۱۷ درصد از کل تسهیلات بوده است، در ۹ ماهه ابتدای سال ۱۳۹۹ این رقم به ۵٫۸ درصد رسیده است. به عبارت دیگر، در طول ۱۰ سال گذشته بانک‌ها کمترین توجه را نسبت به پرداخت تسهیلات حوزه مسکن از خود نشان داده‌اند. بی‌عملی بانک‌ها در حوزه تأمین مالی مسکن در حالی است که برخی از کارشناسان، بانک‌ها را عامل افزایش قیمت مسکن نیز می‌دانند. در شرایطی که بی‌عملی بانک‌ها در تأمین مالی حوزه مسکن، روند تولید و عرضه این کالای اساسی در کشور را تحت تأثیرات منفی قرار داده، این نکته در کنار رشد روزافزون تقاضای مسکن سبب شده تا شاهد شکل‌گیری شرایط نامناسب بازار در طول سال‌های گذشته باشیم. در همین راستا در دو سال گذشته بازار مسکن با رشد نجومی قیمت ۳۰ درصدی مواجه شده است که زمینه تشدید فشار معیشتی به مردم را به دنبال دارد.

نکته قابل توجه در حوزه پرداخت تسهیلات به حوزه مسکن، بی‌توجهی نظام بانکی کشور به تصمیمات شورای پول و اعتبار است. در همین راستا، عبدالناصر همتی، رئیس کل بانک مرکزی در خردادماه سال گذشته گفت: «مسکن یکی از موضوعات مهم است که برای بانک مرکزی اهمیت ویژه‌ای دارد. با برنامه‌هایی که در دولت داریم، شاهد رونق مسکن در سال ۹۸ و سال ۹۹ خواهیم بود.»

همتی با اشاره به این نکته که باید سهم مسکن را از تسهیلات پرداختی را افزایش دهیم، افزود: «تلاش داریم سهم تسهیلات مسکن را به ۲۰ درصد افزایش دهیم.»

پس از بیان این صحبت‌ها از سوی همتی، بانک‌ها کمترین علاقه‌ای برای اجرای دستورات بانک مرکزی در قالب مصوبه شورای پول و اعتبار از خود نشان نداده‌اند. در این ارتباط و در شرایطی که بانک‌ها در سال ۹۸ و ۹۹ می‌بایست ۴۴۰ هزار میلیارد تومان از تسهیلات خود را به بخش مسکن پرداخت می‌کردند، تنها ۱۳۸ هزار میلیارد تومان را به کل حوزه مسکن اعم از خرید، جعله، تسهیلات ودیعه و ساخت مسکن اختصاص دادند. یعنی در دو سال گذشته بانک‌های کشور از پرداخت ۳۰۰ هزار میلیارد تومان تسهیلات به حوزه مسکن خودداری کرده‌اند.

این بی‌عملی بانک‌ها در زمینه تأمین مالی حوزه مسکن، روند تولید و عرضه این کالای اساسی در کشور را تحت تأثیرات منفی قرار داده است. این نکته در کنار رشد روزافزون تقاضای مسکن سبب شد تا شاهد شکل‌گیری شرایط نامناسب بازار در طول سال‌های گذشته باشیم. در همین راستا در دو سال گذشته بازار مسکن با رشد نجومی قیمت ۳۰ درصدی مواجه شده است که زمینه تشدید فشار معیشتی به مردم را به دنبال دارد.

براساس آخرین مطالعات طرح جامع مسکن، از سال ۱۳۹۶ تا سال ۱۴۰۵، ساخت حدود یک میلیون واحد مسکونی در سال موردنیاز است در صورتی که طی چهار سال اخیر تولید مسکن کمتر از ۳۵۰ هزار واحد در سال بوده است.

در محل‌های عبور جاده از مناطق مسکونی هر لحظه امکان ورود عابران پیاده یا کودکان به سطح جاده وجود دارد، با سرعت کم برانید

وزارت راه و شهرسازی
اداره کل راه‌آداری و حمل‌ونقل
جاده‌ای استان اردبیل

آگهی مزایده عمومی (تجدید)

نوبت اول

اداره کل راه‌آداری و حمل‌ونقل جاده‌ای استان اردبیل در نظر دارد نگهداری و بهره‌برداری از موارد ذکر شده ذیل را طبق اسناد و شرایط اعلامی در سامانه ستاد ایران، از طریق برگزاری مزایده عمومی به اشخاص حقیقی و حقوقی واجد شرایط واگذار نماید. لذا کلیه متقاضیان می‌توانند جهت کسب اطلاعات بیشتر و دریافت اسناد مزایده از تاریخ انتشار آگهی به سامانه ستاد ایران به آدرس www.setadiran.ir مراجعه و پیشنهاد قیمت خود را در سامانه مذکور بارگذاری نمایند.

ردیف	موضوع مزایده	محل مورد مزایده	مبلغ اجاره ماهیانه (قیمت پایه) ریال	متراژ محل مورد مزایده(مترمربع)	نوع متقاضی
۱	نگهداری و بهره‌برداری از پارکینگ تیرپارک بیه سوار	تیرپارک بیه‌سوار	۵/۰۰۰/۰۰۰	۶/۵ هکتار	افراد حقوقی
۲	یک باب غرفه (دفترکار) جهت ارائه خدمات حمل و نقلی	سالن تجاری پایانه مرزی بیه سوار	۷/۸۰۰/۰۰۰	۳	شرکت‌های حمل و نقل بین‌المللی کتا یا نمایندگان آنها

۲۱۰ تاریخ انتشار نوبت اول: ۹۹/۱۲/۲۰ تاریخ انتشار نوبت دوم: ۹۹/۱۲/۲۲

روابط عمومی اداره کل راه‌آداری و حمل و نقل جاده‌ای استان اردبیل



لزوم رفع موانع تشکیل کنسرسیومهای صادراتی در آذربایجان شرقی

رئیس سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی آذربایجان شرقی بر لزوم رفع موانع حقوقی تشکیل شرکت‌های تخصصی و کنسرسیومهای صادراتی در استان تاکید کرد.

داود بهبودی در نشست بررسی آخرین اقدامات پروژه‌های دومین سند تدبیر توسعه استان، اظهار کرد: لازم است طرح تشکیل شرکت‌های تخصصی صادرات به شکل کارشناسی تدوین و با استفاده از ظرفیت شورای گفت‌وگوی دولت و بخش خصوصی موانع حقوقی مسئله رفع شود. وی افزود: زیرساخت‌ها و پتانسیل‌های موردنیاز تشکیل شرکت‌های تخصصی و کنسرسیومهای صادراتی در استان موجود است و تحقق این امر می‌تواند منجر به جوش صادراتی در آذربایجان شرقی شود. وی خاطرنشان کرد: در قانون ظرفیت معافیت‌های مالیاتی، مشوق صادرات هم وجود دارد و باید از لبه نرم قانون برای پیشبرد اهداف توسعه صادرات استان بهره‌بریم. بهبودی در ادامه با اشاره به پروژه «سازای ناوگان حمل و نقل کالاهای صادراتی» به حجم ۵۰۰۰ دستگاه، گفت: آذربایجان شرقی پیشینه تجاری دیرینه‌ای دارد و فرسودگی ناوگان حمل و نقل هم به دلیل ریشه‌دار بودن صنعت حمل و نقل در آن است. وی اظهار کرد: مدیریت شرکت حمل و نقل بین‌المللی یک فعالیت تخصصی بوده و فرهنگ خودراندگی و مالکیت خودرو توسط افراد حقیقی در آینده جایگاه نخواهد بود. وی تشریح کرد: اگر شرکت‌های حمل و نقل تخصصی از ابتدا در استان شکل گرفته بود، ناوگان به موقع بازسازی و مسائل مربوط به بحث‌های رفاهی و بازنشستگی رانندگان نیز خودبه‌خود مرتفع می‌شد. به نقل از روابط عمومی سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی استان، در این جلسه آخرین اقدامات انجام شده در خصوص پروژه‌های هسته‌های کلیدی «توسعه تجارت و خدمات بازرگانی» و «تکمیل شبکه و زنجیره ارزش در بخش صنایع و معادن» مورد بحث و بررسی قرار گرفت.

آیا COVID-19- تأثیری در صنعت چاپ دیجیتال داشته است؟

کرونا باعث به زانو درآوردن مشاغل مختلف و صنایع مختلف شده است. محدودیت‌های حرکتی و بهداشتی، همه مشاغل را تا حد زیادی متزلزل کرده و بر همه جنبه‌های این عمل تأثیر گذاشته است. به گزارش ایسنا، بنابر اعلام چاپ آرمانی، دامنه چاپ کاتالوگ دیجیتال نیز از این قاعده مستثنی نیست و همانطور که جهان به آرامی در حال بهبود است، نحوه تجارت ما دیگر هرگز مانند گذشته نخواهد بود. کرونا پویایی نحوه تجارت ما نه تنها در صنعت چاپ دیجیتال بلکه به طور کلی برای همه مشاغل را تغییر داده است.

تغییر تمرکز به عملیات آنلاین

با محدودیت‌های ناگهانی قفل شدن، صنعت چاپ دیجیتال مجبور شد ناگهان تمرکز خود را معاملات آنلاین قرار دهد و راه حل‌های جدید چاپ را توسعه دهد. ماه‌ها فروشگاه‌های فیزیکی تعطیل شدند و تنها راه دسترسی به مشتریان آنلاین است. علی‌رغم اینکه مشتریان نمی‌توانند برای جلسات و بحث در مورد نیاز چاپ خود به فروشگاه‌ها و دفاتر فیزیکی مراجعه کنند، فروشگاه‌های چاپ دیجیتال می‌توانند مشتریان را در خود جای دهند. اکنون این کار از طریق جلسات مجازی با استفاده از Zoom، Skype و سیستم‌های عامل مختلف دیگر انجام می‌شود و با تغییر تمرکز آنلاین، مشتریان بیشتری می‌توانند بدون توجه به موقعیت مکانی به مشاغل دسترسی پیدا کنند.

کار از خانه و انتقال به سیستم‌های مبتنی بر ابر

کار در خانه برای اکثر کارمندان به یک قاعده تبدیل شده است که در ابتدا یک چالش بود، خصوصاً وقتی که می‌خواهیم به پرونده‌های مشتری و سایر نرم‌افزارها دسترسی پیدا کنیم. به همین دلیل، شرکت‌ها به سیستم‌های Cloud-based یا Cloud-based می‌منتقل شده‌اند تا کارمندان و مدیران بتوانند از راه دور، در هر زمان و هر مکان، به پرونده‌ها و داده‌های شرکت دسترسی پیدا کنند. صنعت چاپ دیجیتال علی‌رغم نیاز به سرمایه‌گذاری در سیستم‌های جدید و سازگاری با شرایط جدید، در این اوضاع آشفته سر خود را روی آب نگه داشته است.

مشکلات ذهنی پرسنل

اثرات COVID-مانند انسداد در جامعه، محدودیت‌های سفر، خطرات بهداشتی، چالش‌های جدید کاری و بسیاری از مسائل دیگر باعث فرسودگی کارگران، اضطراب، افسردگی و سایر مشکلات بهداشت روانی شده است. کار در خانه به آسانی که به نظر می‌رسد آسان و راحت نیست، بیشتر اوقات روز در خانه بودن و کار کردن در کنار مراقبت از خانواده و بسیار دشوار است.

سرمایه‌گذاری در فناوری

بحران COVID باعث شد جهانیان به اهمیت IT پی برده که فناوری تا چه اندازه مهم و مفید است. قابل درک است، زیرا ماه‌ها تنها راه برقراری ارتباط با دوستان و عزیزان مان فناوری است و تنها راهی که می‌توانیم به تجارت خود ادامه دهیم فناوری است.

صنعت چاپ دیجیتال در حال حاضر در خط مقدم استفاده از فناوری مدرن در تجارت است. همه‌گیر COVID فقط باعث شده تا شرکت‌ها حتی بیشتر تمرکز خود را برای استفاده از جدیدترین نوآوری‌ها در فناوری چاپ بگذارند تا عملیات هوشمندتر و سریع‌تر انجام شود. با تقاضای بیشتر برای چاپ دیجیتال، شرکت‌های بیشتری حضور آنلاین و عملیات خود را گسترش می‌دهند تا مشتریان بیشتری را در خود جای دهند. صنعت چاپ دیجیتال با تغییرات ایجادشده توسط COVID سازگاری خوبی دارد و بحران را به فرصتی برای خدمات بیشتر به مشتریان و اشتغال مداوم کارگران با توسعه روش‌های جدید چاپ، تبدیل می‌کند. صنعت چاپ دیجیتال ثابت کرده که نوآورانه و مقاوم است. تردیدی نیست که با انتقال به حالت عادی جدید، فقط قوی‌تر خواهد شد. با انجام بیشتر معاملات تجاری به صورت آنلاین، این صنعت مجبور است به مشتریان بیشتری برسد و هدر رفتن کاغذ را کاهش دهد. همه‌گیری COVID باعث شده است بازیکنان باهوش‌تر با محصولات بهبودیافته و خدمات بهتر به مشتری، زنده بمانند و از آن قدرت بیشتری بگیرند. شرکت‌ها صنعت خود را بهبود بخشیده و در درک بهتر مشتریان خود کار کرده‌اند تا بتوانند خدمات چاپ با کیفیت بالا ارائه دهند.



بازار باشیم و در تعدیل قیمت‌ها بایستی تخفیف‌ها به خصوص در بحث کالاهای اساسی مرتبط با شب عید بارزتر شود.

مشکلات بازار صرفاً در حوزه توزیع کالا نیست

در ادامه این نشست دکتر غلامرضا حسن‌پور - رئیس سازمان بسیج صنایع کشور - گفت: شبکه مویرگی کالا یا همان واحدهای صنعتی خرد (کاسبان امین) تأثیر زیادی در تنظیم بازار و توزیع کالا در کشور دارند و برخی از مشکلات حوزه بازار صرفاً در بخش توزیع کالا نیست و لازم است توجه بیشتری در حوزه تامین و تولید کالا صورت بگیرد.

حسن‌پور با بیان اینکه وجود ۳ میلیون واحد صنعتی در کشور بزرگترین فرصت برای توسعه اقتصاد است، افزود: در ابتدای شیوع بیماری کرونا تمامی کشورهای غربی و اروپایی با مشکل شبکه توزیع کالا و خالی شدن فروشگاه‌ها و هجوم مردم به فروشگاه‌ها مواجه شدن که در ایران به دلیل فعال بودن شبکه مویرگی زنجیره توزیع این مشکلات را نداشتیم و عرضه کالا به صورت مستمر صورت گرفت.

برای ارائه فاکتور و ثبت تراکنش‌ها در تعیین واحدهای منتخب الزامی است و توزیع نیز به صورت چرخشی انجام می‌گیرد، به عنوان مثال اگر اتحادیه‌ای ۵۰۰ عضو مرغ فروش دارد عرضه مرغ با قیمت مصوب ابتدا در چند واحد منتخب انجام می‌گیرد و در هفته بعد چند واحد دیگر به صورت چرخشی برای عرضه کالا در نظر گرفته می‌شوند.

وی افزود: نظارت بر روند اجرای طرح توزیع کالای اساسی از سوی بازرسان اتاق‌های اصناف و اتحادیه‌ها و بازرسان بسیج صنایع نیز صورت می‌گیرد و دستگاه‌های متولی نیز در راستای اجرای بهترین طرح باید همکاری‌های لازم را داشته باشند و اینکه کالاها در فروشگاه‌های زنجیره‌ای توزیع می‌شوند تنها مزیتی که دارند بحث ارائه فاکتور است که باید تلاش کنیم واحدهای صنعتی نیز در این راستا حرکت کنند تا در حوزه رقابت دچار خلأ شویم.

ممبینی اظهار کرد: امیدواریم با تمهیداتی که دولت به کار بسته با تامین به موقع مواد اولیه کارخانجات، شاهد رونق کسب و کار و ایجاد آرامش در

رئیس اتاق اصناف ایران اظهار کرد اگر کالا به اندازه نیاز بازار در اختیار اصناف قرار بگیرد، مشکلی در عرضه کالا نخواهیم داشت. به گزارش ایسنا به نقل از اتاق اصناف، سعید ممبینی در نشست وب کنفرانس هماهنگی اجرای طرح توزیع مویرگی کالای اساسی در واحدهای صنعتی منتخب، اظهار کرد: وقتی راجع به مشکلات کالا می‌صحبت می‌کنیم ناگزیر بایستی توجه‌مان به زنجیره تامین نیز باشد و تضمین می‌دهیم اگر کالا به اندازه نیاز بازار در اختیار اصناف قرار بگیرد، مشکلی در عرضه کالا نخواهیم داشت و اصناف بهترین مرجع برای حفظ تعادل قیمت‌ها و عرضه مناسب در بازار هستند. وی تصریح کرد: وقتی میزان واردات برای نهاده‌ها جوابگوی نیاز تولید نیست و زمانی که تولید پاسخگوی نیاز بازار نیست، درست نیست نظام توزیع و اصناف را مقصر بدانیم. در حال حاضر محدودیت‌هایی در عرضه مقدار برخی از کالاهای اساسی وجود دارد و قطعاً نمی‌توان به تعداد همه اعضای یک صنف کالا در اختیارشان قرار بگیرد و به همین دلیل پارامترهایی مانند داشتن ترازی دیجیتال و استفاده از صندوق یز ...

رقم دستمزد کارگران شنبه مشخص می‌شود

و کارفرما بپردازد، امسال بهترین فرصت است و امیدواریم شنبه هفته آینده که وزیر کار نیز حضور دارند در یک توافق مثبت و فضایی مطلوب، تکلیف دستمزد ۱۴۰۰ روشن شود. چمنی گفت: خواسته ما این است که هزینه ۲ میلیون تومانی که به سید معیشت امسال کارگران اضافه شده در دستمزد سال آینده جبران کنیم؛ لذا اگر به اهدافی که در بحث دستمزد در نظر داریم دست پیدا نکنیم ممکن است روز شنبه هم به نتیجه نرسیم، با این حال نمایندگان کارگری تمام تلاش خود را برای افزایش حقوق جامعه نجیب و زحمتکش کارگری به کار خواهند گرفت. وی در پایان گفت: ملت‌باز کردن جامعه ۴۲ میلیون نفری کارگری که چشم انتظار رقم دستمزد سال آینده هستند، به هیچ وجه شایسته نیست و اگر دو شریک اجتماعی دیگر در جلسه روز شنبه منطقی‌تر پای میز مذاکره بیایند و واقعیات زندگی کارگران و سال سختی را که پشت سر گذاشتند مدنظر قرار دهند، حتماً در تعیین مزد به نتیجه خواهیم رسید. به گزارش ایسنا، کمیته دستمزد در آخرین نشست خود هزینه ماهانه سید معیشت خانوارهای کارگری فارغ از هزینه‌های درمان و اجاره بها و تنها در بخش خوراکی‌ها را ۶ میلیون و ۸۹۵ هزار تومان اعلام کرد. این رقم سال گذشته ۴ میلیون و ۹۶۰ هزار تومان اعلام شده بود و بر این اساس نمایندگان کارگری در تلاشند این اختلاف هزینه در تعیین دستمزد سال آینده به نوعی جبران شود تا اثرگذاری لازم را داشته باشد.

ناصر چمنی نماینده کارگران در شورای عالی کار در گفت‌وگو با ایسنا، در تشریح جزئیات برگزاری دومین نشست دستمزد شورای عالی کار اظهار کرد: در حال حاضر روی کلیات دستمزد بحث می‌کنیم و امیدواریم شنبه نتیجه بگیریم. تاکید ما این است که اختلاف ۲ میلیون تومانی هزینه سید معیشت کارگران در مقایسه با سال گذشته جبران شود. وی افزود: اگرچه درصد پیشنهادی ما برای افزایش مزد با درصد پیشنهادی کارفرمایان فاصله داشت و جلسه به نتیجه نرسید ولی اگر دیدگاه‌های دو طرف به یکدیگر نزدیک‌تر شود، می‌توانیم شنبه به نتیجه برسیم به شرط آنکه با توجه به شرایط موجود، اختلاف و شکافی که بین هزینه امسال سید معیشت کارگران و سال گذشته به وجود آمده، ترمیم شود.

نماینده کارگران در شورای عالی کار در عین حال روند برگزاری نشست دستمزد شورای عالی کار نسبت به سال قبل را مطلوب توصیف کرد و گفت: خوشبختانه جلسه بدون تنش و با گفت‌وگو مطلوب به پایان رسید و مثل سال گذشته نبود که اعلام درصدهای پیشنهادی از جانب دو طرف، حالت برد و باخت پیدا کرده و بحث دستمزد را به جایی کشانده بود که احساس می‌شد دنبال برنده و بازنده میدان هستیم. وی تصریح کرد: اعتقاد ما این است که اگر دولت می‌خواهد برای کارگران کاری بکند و به معنای واقعی سهم خود را در قبال کارگر

با توجه به ارسال سیگنال‌های مثبت در دومین نشست دستمزد شورای عالی کار و روند مطلوب مذاکرات، در صورت نزدیک‌تر شدن دیدگاه‌ها و البته درصدهای پیشنهادی نمایندگان کارگری و کارفرمایی، به احتمال زیاد شنبه رقم دستمزد ۱۴۰۰ مشخص خواهد شد. به گزارش ایسنا، دویست و نود و ششمین نشست شورای عالی کار با دستور کار تعیین دستمزد ۱۴۰۰ و حضور نمایندگان کارگری، کارفرمایی و دولت در وزارت کار برگزار شد؛ جلسه‌ای سه ساعته که با مذاکرات فشرده شرکای اجتماعی همراه بود و نمایندگان کارگر و کارفرما ضمن بیان نیتل نظرات، درصدهای پیشنهادی خود را اعلام کردند. اگرچه به دلیل فاصله درصدهای پیشنهادی گروه کارگری و کارفرمایی، جلسه تعیین دستمزد بدون نتیجه پایان یافت اما با توجه به فضای مطلوب جلسه دوم و سیگنال‌های مثبتی که از آن بیرون آمده در صورت نزدیک‌تر شدن دیدگاه‌های طرفین به یکدیگر به احتمال بسیار، شنبه نشست نهایی تعیین دستمزد خواهد بود و رقم دستمزد ۱۴۰۰ مشخص خواهد شد.

موضوع افزایش حق مسکن و بن خواربار کارگری از دیگر محورهای دومین جلسه دستمزد شورای عالی کار بود که روند مذاکرات، احتمال افزایش مبلغ کمک هزینه مسکن و بن کارگری در سال آینده را تقویت کرد.

شرکت پشتیبانی امور دام از مرغداران تخم مرغ خریداری نمی‌کند

از مرغداران تخم مرغ تحویل بگیرد و حتی با مرغدارانی که از آنها تخم مرغ گرفته‌اند هم تسویه حساب نشده است. وی تصریح کرد: دولت‌مردان ما مرد روزهای سخت نیستند. زمانی که قیمت تخم مرغ کاهش می‌شود کسی به ضرر و زیان تولیدکنندگان توجهی ندارد و همه ما را فراموش می‌کنند، اما زمانی که قیمت‌ها بالا می‌رود همه می‌خواهند تعیین تکلیف کنند. نبی‌پور در پایان گفت: تولیدکنندگان امسال از تولید تخم مرغ سودی نبردند و اگر سرمایه‌های خود را در جای دیگری هزینه می‌کردند قطعاً سود بیشتری نصیب‌شان می‌شد.

وی با اشاره به اینکه قیمت تمام شده هر کیلو تخم مرغ برای تولیدکننده ۱۶ هزار تومان است، اظهار کرد: افزایش هزینه‌های تولید قیمت تمام شده تخم مرغ را بالا برده است. به طور مثال قیمت یک شانه تا چند روز پیش ۷۰۰ تومان بود ولی در حال حاضر قیمت آن ۸۳۶ تومان شده است. رئیس هیأت مدیره اتحادیه مرغ تخم‌گذار تهران با انتقاد از عملکرد شرکت پشتیبانی امور دام در تحویل تخم مرغ از مرغداران گفت: با فشار مسئولان قیمت هر کیلو تخم مرغ را به ۱۴ هزار تومان رساندند، اما یک هفته‌ای می‌شود که شرکت پشتیبانی امور دام به دلیل کاهش قیمت تخم مرغ، با این قیمت هم حاضر نشده

۸۰ درصد از قرارداد قطع‌سازان اصلاح شد



به گفته دبیر انجمن قطع‌سازان ایران هم اکنون بیش از ۸۰ درصد قرارداد قطع‌سازان اصلاح و بخش مهمی از تسهیلات ۵ هزار میلیاردی شورای پول و اعتبار به قطع‌سازان پرداخت شده است.

به گزارش خبرنگار پرسین خودرو، تامین نقدینگی لازم برای افزایش تولید در حالی همچنان از موانع اصلی در تحقق افزایش و جهش تولید صنعت قطع‌سازی کشور عنوان می‌شود که براساس آخرین آمارها میزان مطالبات زنجیره تامین از خودروسازان نیز به رقمی حدود ۳۱ هزار میلیارد تومان رسیده است. این شرایط در حالی است که با هشدار قطع‌سازان نسبت به افت تولید و افزایش مشکلات مالی سازندگان در آستانه روزهای پایانی سال بخشی از تسهیلات تخصیصی به خودروسازان برای پرداخت مطالبات به قطع‌سازان عملیاتی شده است. مازیار بیگلر، دبیر انجمن قطع‌سازان ایران، در گفت و گو با خبرنگار پرسین خودرو، با اشاره به آخرین وضع پرداخت تسهیلات ۵ هزار میلیاردی به خودروسازان گفت: در حال حاضر ایران خودرو ۶۰ درصد از تسهیلات تخصیصی به این شرکت را که رقمی نزدیک به یک هزار و ۵۰۰ میلیارد تومان می‌شود را دریافت و بین قطع‌سازان توزیع کرده است و در حال پیگیری است که مابقی تسهیلات را دریافت و بابت مطالبات به قطع‌سازان پرداخت کند. وی همچنین از تفاهم‌نامه سایپا با بانک‌ها و آغاز فرآیند پرداخت تسهیلات

تخصیصی این شرکت به قطع‌سازان خبر داد و اظهار داشت: شرکت سایپا نیز در قالب تفاهم‌نامه سه جانبه‌ای که با بانک‌ها داشته، لیستی از قطع‌سازان تهیه و به بانک‌ها ارائه کرده است تا در قالب این تفاهم‌نامه، کل ۲۵۰۰ میلیارد تومان تسهیلات اختصاصی براساس میزان مطالبات به قطع‌سازان پرداخت شود که این فرآیند از ابتدای هفته جاری و با معرفی قطع‌سازان به بانک‌ها آغاز شده است و پیش‌بینی می‌شود طرف هفته جاری و هفته آینده پرداخت این تسهیلات انجام شود.

کاهش ۱۰ درصدی مطالبات قطع‌سازان

بیگلر با توجه به رقم ۳۱ هزار میلیارد تومانی مطالبات قطع‌سازان، این‌گونه تسهیلات را رقم مناسبی برای تسویه مطالبات سازندگان ندانست و متذکر شد: اگرچه با پرداخت تسهیلات ۵ هزار میلیاردی رقمی در حدود ۱۰ درصد از مجموع مطالبات قطع‌سازان پرداخت می‌شود، اما با شرایط پرداختی که معمولاً هر ساله در فروردین ماه وجود دارد و درصد پرداختی خودروسازان کمتر می‌شود این رقم به زودی جایگزین و باز هم عدد مطالبات به بالای ۳۰ هزار میلیارد تومان خواهد رسید.

به گفته دبیر انجمن قطع‌سازان با وجود جریان تولید و سفارش‌گذاری که بین زنجیره تامین و خودروسازان وجود دارد هر میزان تسهیلاتی که بابت مطالبات به قطع‌سازان پرداخت می‌شود دوباره صرف تولید قطعه و

ممنوعیت سفر در شهرهای قرمز و نارنجی در نوروز

به همان منوال خواهد بود. وی در همین راستا افزود: چنانچه در طول تعطیلات وضعیت شهری تغییر کند و قرمز یا نارنجی شود، مسافری سه روز مهلت دارند که از آن شهر خارج شوند و مسافری هم نمی‌تواند وارد آن شهر بشود.

معاون امنیتی و انتظامی وزیر کشور گفت: هم استان‌ها و هم نیروی انتظامی برای کنترل کامل شهرهای قرمز و نارنجی متمرکز باشند. ذوالفقاری بر عدم تشویق مردم به سفر تاکید کرد و گفت: حتماً باید فاصله اجتماعی رعایت شود و این فقط مختص افرادی که به سفر می‌روند، نخواهد بود.

در این نشست پیشنهاد شد اگر افرادی که تست آنها مثبت باشد و قرنطینه را رعایت نکنند و سفر بروند، ضمن جلوگیری در مسیر و برگرداندن مبلغی را جریمه خواهند شد و باید به مراکز قرنطینه

رئیس کمیته امنیتی، اجتماعی و انتظامی ستاد ملی مدیریت بیماری کرونا گفت سفر به شهرها و از شهرهای با وضعیت قرمز و نارنجی ممنوع است.

به گزارش پرسین خودرو به نقل از ایسنا، حسین ذوالفقاری معاون امنیتی و انتظامی وزارت کشور و رئیس کمیته امنیتی، اجتماعی و انتظامی ستاد ملی مدیریت بیماری کرونا در شصتین جلسه این کمیته، دستورالعمل‌های سفرهای نوروزی در شرایط کرونا را مورد بحث و بررسی قرار داد.

وی با اشاره به در پیش بودن تعطیلات نوروزی گفت: اصل بر نرفتن سفر و پرهیز هرگونه جابه‌جایی بین شهری است. سفر به شهرها و از شهرهای با وضعیت قرمز و نارنجی ممنوع است و از ۲۵ اسفندماه که رنگ‌بندی شهرها اعلام می‌شود، تا ۱۵ فروردین‌ماه

وضعیت خودروسازان خصوصی در دوران پساتحریم چگونه خواهد بود؟

این در شرایطی است که برخی شرکت‌ها نیز برای همکاری‌های جدید اعلام آمادگی کردند. به این ترتیب طبق آمار وزارت صمت، حذف و اضافه چینی‌ها در شرکت با بخش خصوصی در دوره تحریم اوج گرفت. حال باید دید در صورت لغو تحریم‌ها، چپش دوباره در شرکت‌های بخش خصوصی خودرو چگونه خواهد بود.

آنچه مشخص است حضور شرکای خودروساز چه چینی و چه غیرچینی در سال ۱۴۰۰ با وضعیت برجام و آینده دیپلماسی گره خورده است. از سوی دیگر سال آینده تغییر دولت هم کلید خواهد خورد بنابراین باید منتظر ماند و دید چه تفکری مامور تسکیل کابینه دولت سیزدهم خواهد شد و نمایندگان این تفکر چه رویکردی را در قبال همکاری خودروسازان خصوصی با شرکای بین‌المللی در پیش خواهند گرفت. در این میان اما مسئله دیگری نیز که می‌تواند بر نحوه فعالیت خودروسازان خصوصی تاثیر بسزایی داشته باشد رویکرد دولت آینده نسبت به مسئله واردات است. بی‌تردید تداوم ممنوعیت واردات می‌تواند برگ برنده خودروسازان خصوصی باشد، اما چنانچه واردات خودرو به کشور از سر گرفته شود این مسئله می‌تواند این شرکت‌ها را تحت‌فشار قرار دهد. البته آنچه تاکنون بررسی شد به وضعیت تولید در شرکت‌های خودروساز در شرایط لغو تحریم‌ها بازمی‌گردد، این در حالی است که هم‌اکنون تحریم‌ها برقرار است و سیاست‌گذار خودرویی به‌دنبال این است تا به نوعی از شرکت‌های خصوصی هم حمایت کند. در کنار تلاش سیاست‌گذار خودرویی مدیران شرکت‌های خودروساز خصوصی نیز مسیریهای مختلفی را در پیش گرفتند که تا حد امکان بتوانند به حیات بنگاه تحت‌مدیریت خود بیفزایند. بر این اساس بحث داخلی‌سازی قطعات موردنیاز خطوط تولید که در خودروسازان بزرگ کشور دنبال می‌شود به نحوی مورد توجه خودروسازان خصوصی نیز قرار گرفته است.

بی‌تردید خودروسازان خصوصی در دوران تحریم بیش از دو خودروساز بزرگ کشور آسیب دیدند و این مسئله به نوعی حیات این شرکت‌ها را به مخاطره انداخت. بیشترین آسیبی که متوجه این شرکت‌ها شد از سمت قطع همکاری شرکای بین‌المللی با بخش خصوصی بود.

به گزارش پدال نیوز، افت‌وخیز خودروسازان خصوصی در دوره دو سال و نیم تحریم، این سوال را مطرح می‌کند که چنانچه تحریم‌ها لغو شود وضعیت شرکت‌های خودروساز خصوصی در دوران پساتحریم چگونه خواهد بود و تولید این شرکت‌ها چه سمت و سویی پیدا خواهد کرد؟ بی‌تردید خودروسازان خصوصی در دوران تحریم بیش از دو خودروساز بزرگ کشور آسیب دیدند و این مسئله به نوعی حیات این شرکت‌ها را به مخاطره انداخت. بیشترین آسیبی که متوجه این شرکت‌ها شد از سمت قطع همکاری شرکای بین‌المللی با بخش خصوصی بود.

به فاصله اندکی بعد از آغاز تحریم‌ها شرکای کراهی و ژاپنی که با خودروسازان خصوصی همکاری می‌کردند بازار ایران را ترک کردند. شرکای چینی اما رفتاری دوگانه را در پیش گرفتند؛ برخی بازار ایران را ترک کردند و برخی هرچند فعالیت خود را کاهش دادند، اما به‌صورت کج دار و مریز به شرکت خود با طرف‌های ایرانی ادامه دادند. به این ترتیب پیش‌بینی می‌شود بعد از لغو تحریم‌ها شرکای چینی زودتر از سایر شرکا فعالیت دوباره خود را با بخش خصوصی آغاز کنند. آنچه مشخص است در دوره دو سال و نیم تحریم شاهد خروج شرکت‌های بعضی کراهی و ژاپنی از بخش خصوصی بودیم، اما چینی‌ها رفتار متفاوتی در خودروسازی ایران داشتند، به‌طوری‌که برخی شرکت‌ها در همین دوره از خودروسازی کشورمان خارج شدند

شیراز و مازندران ورود ممنوع شدند!

با تصمیم ستاد استانی و شهرستانی مدیریت بیماری کرونا، آخرین هفته سال ۹۹ و تعطیلات نوروزی، سفر به شیراز و مازندران برای خودروهای با پلاک غیربومی، ممنوع شد.

به گزارش پایگاه ۵۹۸ به نقل از ایسنا، با تصمیم ستاد استانی و شهرستانی مدیریت بیماری کرونا، آخرین هفته سال ۹۹ و تعطیلات نوروزی، سفر به شیراز و مازندران برای خودروهای با پلاک غیربومی، ممنوع شد.

جانشین استاندار فارس در ستاد مقابله با کرونا، با بیان اینکه سفر به شهر شیراز، از هر مقصدی با خودروی شخصی، با هدف کمک به قطع زنجیره انتقال کروناویروس، در کل تعطیلات پایان سال و نوروز، ممنوع است.

عبدالرضا قاسمپور با اشاره به اینکه برای خودروهای متخلف، جریمه ۵۰۰ هزار تومانی در نظر گرفته و اعمال می‌شود، گفت: سفر با وسایل نقلیه عمومی زمینی، ریلی و هوایی، مشروط به اسکان در مراکز اقامتی مجاز، امکان‌پذیر خواهد بود.

معاون استاندار فارس همچنین تاکید کرد که مراکز گردشگری و تفریحی نیز با شرایطی خاص پذیرای بازدیدکنندگان است به طوری که علاقه‌مندان باید از قبل بلیت این مراکز را تهیه کرده باشند.

فرماندار و رئیس ستاد مدیریت کرونا شهرستان شیراز نیز اعلام کرد که با توجه به مصوبه ستاد استانی، تدابیری برای جلوگیری از ورود خودروهای با پلاک غیربومی به شیراز اتخاذ و اجرا می‌شود.

همچنین سرهنگ قدیمی رئیس پلیس راه مازندران درباره این شهر گفت: با توجه به تعطیلی روز پنج‌شنبه و شرایط کرونایی مبادی ورودی به مازندران در محورهای هراز، کندوان، سوادکوه و استان‌های سمنان، گیلان و گلستان بسته هستند.

او با بیان اینکه رانندگانی که به این مصوبه توجه نکنند، ۵۰۰ هزار تومان جریمه می‌شوند، افزود: افرادی که بدون داشتن مجوز قصد ورود به مازندران را داشته باشند هم اعمال قانون شده و هم به مبدأ بازگردانده می‌شوند.

عرضه به خطوط تولید خودروسازان می‌شود.

کاهش محسوس تیراژ خودروهای در کف پارکینگ با برنامهریزی خودروسازان

بیگلر با اشاره به اینکه پرداخت تسهیلات ۵ هزار میلیاردی پاسخگوی نیاز نقدینگی قطع‌سازان تا پایان سال است، افزود: در حال حاضر بیشترین نگرانی قطع‌سازان تامین نقدینگی برای خرید مواد اولیه و قطعات از نیمه فروردین ماه و آغاز تولید سال آینده شرکت‌هاست که البته در این زمینه در حال گفت و گو با خودروسازان هستیم و بر این اساس خودروسازان وعده دادند که پرداختی‌های فروردین قطع‌سازان را به سرعت آغاز و از محل فروش خودروها این نقدینگی را تامین کنند.

وی در ادامه با توجه به وجود خودروهای در کف پارکینگ خودروسازان، بخش مهمی از تقاضای این خودروها را ناشی از عدم تامین قطعات های تک و الکترونیکی عنوان و اظهار کرد: مشکلات انتقال ارز و وجود موانع و مشکلات لجستیکی و کمبود نقدینگی برای خرید نقدی این قطعات از مسائلی است که در تامین قطعات مذکور تاثیرگذار بوده است، اما با توجه به برنامه‌ریزی خوب هر دو خودروسازی برای تامین این قطعات، پیش‌بینی می‌شود پس از تعطیلات نوروز شاهد کاهش محسوس تیراژ خودروهای کف و افزایش تجاری‌سازی و تکمیل خودروهای ناقص باشیم.

افزایش ساعت کاری مراکز معاینه فنی در روزهای پایانی سال

مدیرعامل ستاد معاینه فنی خودروهای شهر تهران از افزایش ساعت کاری مراکز معاینه فنی در روزهای پایانی سال خبر داد. به گزارش ایسنا، حسین مقدم با بیان اینکه در حال حاضر روزانه در حدود ۶۰۰۰ دستگاه خودرو به مراکز معاینه فنی شهر تهران مراجعه می‌کنند، گفت: وضعیت مراکز در شرایط عادی است و در هیچ‌کدام از مراکز صف انتظار بیش از نیم ساعت نداریم.

وی درخصوص عدم وجود ازدحام در روزهای پایانی سال گفت: از سه سال گذشته جهت مدیریت صف و توزیع مراجعات در طول ایام سال اقداماتی از روز پنج‌شنبه و افزایش مراکز معاینه فنی، افزایش ساعت کاری و فعالیت بعضی از مراکز در روزهای جمعه، استفاده از سامانه نوبت‌دهی اینترنتی و گسترش خدمات مربوط به مدیریت امور مشتریان انجام شده که خوشبختانه این وضعیت در ورود به سال ۱۴۰۰ نشان می‌دهد این رویکرد و عملکرد ثمربخش بوده و این مشکل که در روزهای انتهایی سال با شلوغی و صف در مراکز معاینه فنی مواجه باشیم کاملاً مرتفع گردیده است.

وی درخصوص وضعیت کاری مراکز معاینه فنی شهر تهران در روزهای پایانی سال افزود: با توجه به مشمول معاینه شدن خودروهای داخلی تولید ۱۳۹۵ در سال آینده جهت تسهیل در ارائه خدمات به شهروندان کلیه مراکز از ابتدای اسفندماه حداقل یک تا دو ساعت افزایش کاری داشته و بالغ بر ۵۰ درصد از مراکز در روز جمعه فعال هستند. ضمناً در روز پنجشنبه مورخ ۲۱ اسفندماه مراکز بیهقی، الغدیر، نیایش، آشناسان، خاوران، امام رضاع، شهدای زمان آباد، بعثت، فدائیان اسلام و شش واحد سیار معاینه فنی فعال است. البته مرکز نیایش پذیرش حضوری نداشته و تنها به صورت اینترنتی پذیرش می‌کنند. براساس گزارش روابط عمومی ستاد معاینه فنی شهر تهران، مقدم در تشریح خدمات محدودیت‌های ترافیکی در بعضی از مراکز معاینه فنی اظهار داشت: خودرو در صورت داشتن ایراد بایستی جهت اخذ گواهی معاینه فنی نسبت به رفع نقص اقدام نموده و سپس مجدداً جهت تست به مرکز مراجعه نماید. استفاده از خدمات تعمیرگاهی داخل مراکز کاملاً اختیاری بوده و هیچ اجباری جهت مراجعه به بخش خاص وجود ندارد و خودرو پس از رفع ایراد مجدداً کنترل می‌شود.

بهربرداری از این تعمیرگاه‌ها توسط بخش خصوصی انجام شده و تحت نظارت این ستاد است. در صورت هرگونه مشکل شهروندان می‌توانند از طریق مدیریت مرکز و یا درگاه‌های ارتباطی با ستاد معاینه فنی که در مرکز اعلام شده موضوع خود را مطرح و پیگیری کنند.

اعلام شهرهای ممنوعه برای سفر در تعطیلات پایان هفته

رئیس مرکز اطلاعات و کنترل ترافیک پلیس راهور ناجا ممنوعیت‌های تردد کرونایی به سه استان شمالی و هشت شهر و جزیره مسافرپذیر را تشریح کرد. سرهنگ احمد شیرانی در گفت و گو با ایسنا، درباره محدودیت‌های ترافیکی کرونا در برخی از استان‌های مسافرپذیر گفت: پلیس برابر مصوبات ستاد ملی مقابله با کرونا عمل کرده و برحسب مصوبه پیشین سفر خودروهای دارای پلاک غیربومی به سه استان شمالی گیلان، مازندران و گلستان ممنوع است. همچنین پلاک‌های غیربومی اجازه ورود به شهرهای مسافرپذیر مشهد، قم، اصفهان، شیراز، بوشهر، بندرعباس، کیش و قشم را نیز ندارند. شیرانی با بیان اینکه ممنوعیت سفر به شهرهای قرمز استان خوزستان و همچنین دیگر شهرهای دارای وضعیت قرمز و نارنجی در سراسر کشور نیز پابرجاست، گفت: اعلام شهرهای قرمز و نارنجی از طریق وزارت بهداشت و سامانه ماسک انجام می‌شود و شهروندان می‌توانند برای اطلاع از وضعیت شهرهای قرمز و نارنجی که سفر به آنها ممنوع است از این دو طریق اقدام کنند. وی با بیان اینکه تعطیلات پایان هفته فرصت خوبی برای سفر نیست، گفت: چراکه علاوه بر وضعیت و نگرانی‌ها بابت شیوع کرونا، سازمان هواشناسی نیز سطح هشدار نارنجی را نسبت به مداخلات جوی اعلام کرده و ما شاهد آخر هفته‌ای بارانی و کاهش دما در تعدادی از استان‌های کشور خواهیم بود.

بروند.

براساس گزارش پایگاه اطلاع‌رسانی وزارت کشور، در این جلسه نماینده اصناف و کسبه هم گزارش‌هایی را ارائه کرد و تاکید شد که مصوبه‌ای برای محدودیت زمانی ساعات کار کسبه وجود ندارد، اما محدودیت تردد شبانه همچنان ادامه دارد.

همچنین در این جلسه به بحث واکنس اتباع خارجی اشاره شد و ذوالفقاری با بیان اینکه با اتباع خارجی در کشور ما همانند هموطنان خودمان در درمان رفتار می‌شود، گفت: بحث تزریق واکنس به اتباع خارجی هم‌زمان با مردم کشور مطرح است و کمیساریای عالی پناهندگان آمادگی کمک دارد برای واکنس‌ناسیون اتباع خارجی و می‌تواند واکنس‌هایی که مورد تایید وزارت بهداشت باشد را برای این قشر وارد کند.

مسیر پیموده شده در دوران تحریم

همان‌طور که عنوان شد شرکت‌های خودروساز خصوصی بیش از خودروسازان بزرگ کشور از بازگشت تحریم‌های این صنعت آسیب دیدند. دلیل این مسئله را باید در نحوه تولید در این شرکت‌ها جست‌وجو کرد. آنچه مشخص است حیات خودروسازان خصوصی به واردات خودرو به‌صورت CKD (قطعات منفصله خودرو) و مونتاژ آن وابسته است؛ حال آنکه در شرایط تحریم شرکای بین‌المللی به‌دلیل نگرانی از تبعات تحریم، فعالیت خود را با شرکت‌های خودروسازان خصوصی داخلی متوقف کردند یا به میزان قابل توجهی کاهش دادند. کاهش فعالیت آنها سبب شد تا نفس خودروسازان خصوصی به شمارش بیفتد. نگاهی به آمار تولید خودروسازان خصوصی در سال ۹۶ یعنی آخرین سال پیش از بازگشت تحریم‌ها نشان می‌دهد این شرکت‌ها ۱۲۶ هزار و ۳۲۸ دستگاه از انواع محصولات سواری تولید کردند، اما در سال ۹۷ به‌عنوان اولین سال بازگشت تحریم‌ها شناخته می‌شود افت بیش از ۲۶ درصدی را در کارنامه تولید خود به نسبت سال پیش از آن ثبت کردند. در این سال ۹۲ هزار و ۸۵۸ دستگاه خودرو در خطوط تولید این شرکت‌ها تکمیل شد. با این حال چنانچه بخواهیم اثر واقعی تحریم‌ها روی این شرکت‌ها را به‌طور کامل درک کنیم باید وضعیت تولید آنها را در سال ۹۸ مورد بررسی قرار دهیم. خصوصی‌ها در سال ۹۸ توانستند تولید ۳۲ هزار و ۵۲۶ دستگاه از انواع محصولات خود را عملیاتی کنند. این آمار تولید در سال ۹۸ به آن معنا بود که به نسبت سال پیش از آن افت بیش از ۶۵ درصدی را تجربه کردند. مقایسه آمار تولید سال گذشته خودروسازان خصوصی با آمار تولید آنها در سال ۹۶ (سال پیش از بازگشت تحریم‌ها) نشان می‌دهد آنها افتی نزدیک به ۷۵ درصدی را به خود دیدند.



ارزش بازار اپل برای اولین بار در

با وجود همه‌گیری ویروس کرونا در سال اقتصاد، اپل در اوت ۲۰۲۰ به اولین شرکت سر ارزش بازار آن به ۲ تریلیون دلار می‌رسد. زمانی با افت مواجه شده و سهام غول فنا کاهش داشته است. از تاریخ ۱۶ فوریه تاکنون با بیش از ۱۰ درصد افت مواجه شده است. تخ سرمایه‌گذاری و شرکت‌های فناوری، در حال

به دنبال کاهش بیش از ۴ درصدی ارزش سهام اپل در ساعات اداری روز دوشنبه، ارزش بازار این شرکت برای نخستین بار در سال جاری میلادی کمتر از ۲ تریلیون دلار شد. به گزارش دیجیتا، بدین ترتیب ارزش بازار یا مارکت کپ (Market Capitalization) اپل روی ۱.۹۶ تریلیون دلار بسته شد. سهام این شرکت روز دوشنبه و حین مبادلات در ساعات اداری با کاهش ۴.۱۷ درصدی مواجه و با قیمت ۱۱۶.۲۶ دلار مبادله شد.

جابه‌جایی اطلاعات بدون اینترنت؛ محصولی دانش‌بنیان ارتباط میان مشتری و فروشنده را تسهیل کرد

است که در ابتدای ارائه آن، در یک نمایشگاه فناوری، مبلغ ۱۰۰ میلیون تومان جایزه تعیین کردیم برای کسی که بتواند به آن نفوذ کند، اما خوشبختانه، سیستم از این آزمون نیز موفق بیرون آمد. وی افزود: یکی دیگر از محصولات شرکت، مدیا مودم است. این محصول نسل جدیدی از مودم‌ها، محسوب می‌شود و بدون اینترنت قادر به کار است. از این مودم به ویژه در مکان‌های عمومی و کسب و کارهای مختلف می‌توان استفاده کرد. نوری ضمن برشمردن، موارد استفاده مختلف مدیا مودم، بیان کرد: به عنوان مثال در اتوبوس‌ها و قطارهای حمل و نقل درون‌شهری و برون‌شهری، رستوران‌ها، باشگاه بدنسازی یا مراکز درمانی، می‌توان از این محصول استفاده کرد و اطلاعات لازم را در اختیار کاربر و مراجعه‌کنندگان به این مرکز قرار داد. مدیرعامل شرکت دانش‌بنیان دهکده نوآندیشی و نوآوری چهلستون کسب



و کار، موارد استفاده از این محصول را بسیار پرتعداد برآورد کرد و گفت: مراجعه‌کنندگان از طریق وای فای به این محصول مرتبط می‌شوند و کاربر اصلی نیز لازم نیست، هزینه‌ای بابت اینترنت پرداخت کند.

یک شرکت دانش‌بنیان با تولید مدیا مودم توانست، یک تغییر جالب توجه در نحوه ارتباط کسب و کارها و مراجعه‌کننده ایجاد کند. محمدناصر نوری، مدیرعامل شرکت دانش‌بنیان دهکده نوآندیشی و نوآوری چهلستون کسب و کار، گفت: این شرکت در حوزه تولید نرم‌افزار و سخت‌افزار فعالیت می‌کند. با توجه به اسم شرکت تلاش داریم تا محصولاتی تولید کنیم که نوآورانه باشد و پاسخی به یک نیاز فناورانه در یکی از بخش‌های کشور باشد. مدیرعامل شرکت دانش‌بنیان دهکده نوآندیشی و نوآوری چهلستون کسب و کار، در ادامه افزود: یکی از محصولات این شرکت، سیستم عامل مقاوم در برابر طیف خاصی از بدافزارها است. برنامه‌های آنتی ویروس مختلفی توسط شرکت‌های امنیتی برای مقاومت در برابر ویروس‌ها تولید می‌شود، ما تلاش کردیم که خود سیستم عامل را مقاوم‌سازی کنیم. این فعال زیست‌بوم دانش‌بنیان کشور، با اشاره

به زوایای مختلف کار این مجموعه دانش‌بنیان، گفت: در این روش، خود سیستم عامل ویندوز در مقابل طیف گسترده‌ای از بدافزارها، ایمن می‌شود و به سیستمی نفوذناپذیر تبدیل می‌شود. توان این سیستم عامل به گونه‌ای

تولید مواد موثره دارویی شتاب گرفت تا یک هزار میلیارد دلار ارز در کشور بماند

با وجود تامین ۹۷ درصدی نیاز بازار دارویی کشور از طریق محصولات ایران‌ساخت، باز هم واردات این اقلام سهم زیادی در خروج ارز کشور دارند. ایران در صنعت دارو رتبه ۲۰ جهانی و چهار آسیا را به خود اختصاص داده است. این عددها گواه پیشرفت و توسعه این صنعت در کشورمان است. در حال حاضر بیش از ۲۰۰ شرکت در ایران به تولید دارو مشغول هستند. طبق آمارنامه دارویی، بیش از ۹۷ درصد داروهای موردنیاز کشور از طریق تولیدات داخلی تامین می‌شود، اما این میزان، ۷۰ درصد ارزش مالی داروهای کشور را شامل می‌شود و به طور متوسط ارزش هر واحد داروی وارداتی، حدود ۱۷ برابر ارزش داروی تولید داخل است.



دریچه

همراه اول از موتور جست‌وجوی بومی ذره‌بین رونمایی کرد

این موتور جست‌وجو در مارکت‌های اندرویدی ایرانی نیز حاضر است البته با تعداد نصب بسیار کم. برای مثال توضیحاتی درباره ذره‌بین در مارکت داده شده است: «ذره‌بین یک سوپرپوب‌گرد رایگان فارسی است که جست‌وجو و گشت‌وگذار در دنیای بی‌انتهای اینترنت را آسان می‌کند.» همچنین در بخش ویژگی‌های ذره‌بین می‌توان این موارد را مشاهده کرد:

- زبان ذره‌بین فارسی است.
- هزینه اینترنت مصرفی استفاده از ذره‌بین، برای وبسایت‌های ایرانی نیم‌بها و برای وبسایت‌های بین‌المللی، تمام‌بها است. این هزینه با فعال‌سازی بسته‌های هدیه ذره‌بین، رایگان است.
- تماشای ویدئوهای دلخواه شبکه‌های اجتماعی و وبسایت‌های دیگر، در تب ویدئو ذره‌بین، همیشه با ترافیک نیم‌بها محاسبه می‌شود.
- ذره‌بین امکان جست‌وجو و دسترسی طبقه‌بندی شده به متن، تصویر، ویدئو (کلیپ، فیلم و سریال) و موسیقی را فراهم می‌کند.
- جست‌وجو در ذره‌بین، ساده است و نیاز به هیچ تخصصی ندارد.
- سرعت جست‌وجو و رسیدن به نتیجه دلخواه در ذره‌بین بالا است؛ تنها با یک کلیک!

همچنین گفته شده که در بستر ذره‌بین می‌توان به این موارد دسترسی داشت:

- دسترسی آسان به اخبار و اطلاعات روزانه
 - آگاهی از نرخ طلا، ارز، سکه و بورس
 - دسترسی لحظه‌ای به وضعیت آب‌وهوا
 - پیگیری اخبار ورزشی و نتایج زنده فوتبال
 - امکان مقایسه و خرید اینترنتی
 - دسترسی آسان و به‌صرفه به پربیننده‌ترین و به‌روزترین محتواهای شبکه‌های اجتماعی، اپلیکیشن‌ها و سایت‌های ایرانی
 - تماشا و دانلود انواع ویدئو (کلیپ، فیلم و سریال)
- گفتنی است پروژه موتور جست‌وجوی بومی با سایت‌هایی چون یوز و صرف هزینه‌های میلیاردی آغاز شد ولی تا به امروز این موتورهای جست‌وجوی بومی نتوانستند در بین کاربران جا باز کنند. برخی کارشناسان بر این باور هستند که برای پا گرفتن یک موتور جست‌وجوی بومی حداقل به ۴۰۰ میلیون کاربر هم‌زمان نیاز است تا آن موتور جست‌وجوی بومی در بین آن قشر کارایی داشته باشد و راه‌اندازی آن صرفه اقتصادی داشته باشد.

وزیر ارتباطات پس از قطع اینترنت در سال ۹۸ درباره وضعیت موتور جست‌وجوی بومی گفته بود که ایران در این موضوع ضعف دارد: «ما در موتور جست‌وجو ضعف داریم و سال ۹۸ پس از قطعی اینترنت مشخص شد توان اداره کردن نیازهای مردم از طریق پیام‌رسان بومی وجود ندارد و در این حوزه مردود شدیم.» حال باید دید سرنوشت موتور جست‌وجوی بومی ذره‌بین چه خواهد بود. هرچند کار کرد اولیه آن نشان می‌دهد که می‌تواند برتری‌هایی نسبت به نمونه‌های بومی دیگر داشته باشد، اما اینکه چقدر می‌تواند به نمونه‌های بین‌المللی نزدیک شده و اساساً چه ارزش افزوده‌ای برای کاربران ایجاد می‌کند، سوالات مهمی هستند که زمان پاسخ آنها را مشخص می‌کند.

رئیس مرکز ملی فضای مجازی با اشاره به راه‌اندازی موتور جست‌وجوی بومی ذره‌بین توسط اپراتور همراه اول تأکید کرد این موتور جست‌وجو می‌تواند Single Sign On را در بین کاربران ایرانی جا بیندازد و کاربران داخل کشور با لاگین کردن به آن، دیگر نیازی به ورود به اپلیکیشن‌های مختلف نداشته باشند.

به گزارش دیجیاتو، «پوالحسن فیروزآبادی» در مراسم افتتاح مرکز مانیتورینگ پلتفرم‌های دیجیتال همراه اول اعلام کرد این موتور جست‌وجو از قابلیت‌های محلی خوبی برخوردار است: «امیدواریم بخش بزرگی از نیازهای مردم را به مراتب از مرورگرهای خارجی بهتر تامین کند.»

فیروزآبادی با بیان اینکه در مرکز مانیتورینگ پلتفرم‌های دیجیتال همراه اول تمهیداتی دیده شده که وضعیت به‌کارگیری سکوها، برنامه‌ها و اپلیکیشن‌های ایرانی رصد شود، گفت: «در این مرکز VODها، سکوی آموزشی شاد، پیام‌رسان‌ها که حداقل شامل چهار پیام‌رسان با تأثیر وسیع ملی هستند، برای استفاده مردم مانیتور می‌شود.»

او درباره پروژه موتور جست‌وجوی بومی همراه اول گفت: «ما در جریان این پروژه بودیم، امروز مراحل نهایی را برای اعلام عمومی طی کرد که آن آماده‌سازی یک اپلیکیشن مرورگر و موتور جست‌وجو است که از قابلیت‌های محلی خوبی برخوردار است و امیدواریم بخش بزرگی از نیازهای مردم را به مراتب از مرورگرهای خارجی بهتر تامین کند.»

وی ادامه داد: «به دنبال این هستیم که اپلیکیشن‌های ایرانی، در حوزه پیام‌رسان‌ها، VODها، مرورگرها، موتورهای جست‌وجو از مزیت‌های سرزمینی استفاده کنند و سرویس بهتری از مشابه خارجی به شهروندان ارائه دهیم. از مواردی که کاربرانی که در فضای مجازی فعالیت دارند و کسب‌کار دیجیتال راه انداخته‌اند را دچار اذیت می‌کند، این است که در طول روز برای ورود به اپلیکیشن‌های مختلف و محیط‌های مختلف کاری وارد می‌شوند و برای این کار از نام‌های کاربری و رمز عبورشان استفاده می‌کنند، اصطلاحی به نام Single Sign On وجود دارد که می‌توان از آن استفاده کرد و وارد فضای مجازی شد.»

دبیر شورای عالی فضای مجازی خاطرنشان کرده که اگر استفاده از موتور جست‌وجوی بومی ذره‌بین در بین کاربران زیاد شود، هماهنگی لازم بین دستگاهی برای اجرای Single Sign On وجود دارد: «در این راستا وعده دادیم که اگر همراه اول بتواند اپلیکیشن مرورگری را ارائه دهد که تعداد زیادی از مردم ایران استفاده کنند، ما هماهنگی‌های لازم بین دستگاهی را فراهم می‌کنیم که کاربر وقتی وارد محیط می‌شود، برای یک بار وارد شود و در طول روز در اپلیکیشن‌های مختلف بتواند با همان یک بار ورود کارش را انجام دهد. این کار در ادامه نظام هویت معتبر است و ما به دنبال تسهیل کاربر و تسهیل مبادلات بین‌دستگاهی هستیم.»

انتظار که از صحبت‌های فیروزآبادی برمی‌آید، به جز این موتور جست‌وجو قرار است که مرورگر ذره‌بین نیز به زودی عرضه شود. از سوی دیگر با جست‌وجوی بیشتر می‌توان دید که اپلیکیشن

کرمی: شرکت‌کنندگان «تا ثریا» در زمره شرکت‌های خلاق قرار می‌گیرند

است، ادامه داد: توجه بسج به موضوع اقتدار و قدرت علمی و باورمندی علمی موضوع حائز اهمیت است که بسج در کنار فعالیت‌های اجتماعی، فرهنگی و دفاعی خود به آن ورود پیدا کرده است.

مشاور معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری با اشاره به اینکه حضور فعال بسج در نقاط مختلف کشور به گونه‌ای است که شاید خیلی از سازمان‌ها گستره فعالیت این مجموعه را ندانسته باشند، بیان کرد: با این ویژگی و گستره فعالیت می‌توان به تحقق عدالت اجتماعی و عدالت تولیدی در فعالیت‌های علمی با استفاده از ظرفیت بسج امیدوار بود. دبیر ستاد فرهنگ‌سازی اقتصاد دانش‌بنیان و توسعه صنایع نرم و خلاق معاونت علمی و فناوری به تنوع موضوعی محصولات عرضه شده در اولین رویداد تا ثریا اشاره کرد و افزود: شرکت‌های خلاق، شرکت‌های دانش‌بنیان



و استارت‌آپ‌ها در حوزه‌های مختلف فنی و مهندسی حضور خوبی در این رویداد داشته‌اند. مضاف بر اینکه این اتفاق در رابطه با فعالیت‌های علوم انسانی و صنایع نرم نیز افتاده است.

نشست خبری نخستین رویداد «تا ثریا» در محل سازمان بسج دانشجویی برگزار شد.

این رویداد روایتی از ظرفیت‌های موجود برای حل نوآورانه و مبتکرانه مسائل در کشور است که در لانه سابق جاسوسی آمریکا برگزار شد.

پشتیبانی از هسته‌های فناور و مبتکر بسجی با رویکرد کمک به تکمیل چرخه تبدیل علم به فناوری و تجاری‌سازی مبتنی بر حل مسائل اصلی کشور و ایجاد زمینه مناسب برای بروز خلاقیت و بستری برای رشد و پرورش ایده‌های نو، رویکرد این رویداد فناورانه است.

تحقق عدالت اجتماعی در فعالیت‌های علمی پرویز کرمی، دبیر ستاد فرهنگ‌سازی اقتصاد دانش‌بنیان و توسعه صنایع نرم و خلاق معاونت علمی و فناوری در این نشست گفت: رویداد تا ثریا جلوه‌ای از اقتدار علمی است که توسط

اندیشمندان و فناوران خلاق و جوان کشور رقم خورده است. کرمی با بیان اینکه حمایت و جهت‌دهی بسج به مجموعه‌های خلاق و دانش‌محور در کنار فعالیت‌های اجتماعی و فرهنگی این مجموعه قابل تقدیر

پورشه سهامدار بزرگ ریمک شد

در اقدامی مهم و تاریخی، شرکت خودروسازی پورشه موفق شد ۲۵ درصد از کل سهام ریمک را بخرد. این اقدام نویدبخش دستاوردهای تازه‌ای برای آبرودروهای الکتریکی ریمک است. به گزارش زومیت مت ریمک، مهندس ۲۲ ساله اهل کرواسی، در سال ۲۰۰۹ شرکتی خودروسازی تأسیس کرد. شرکت او با سرعتی خیره‌کننده در مسیر دستیابی به فناوری‌های مرتبط با آبرودروهای برقی پیش رفت و سال ۲۰۱۱، موفق شد ریمک کانسپت وان را معرفی کند. شرکت ریمک خیلی زود در کانون توجه رسانه‌های جهان قرار گرفت و نخستین سازنده آبرودروهای برقی جهان لقب گرفت. با گذشت ۱۲ سال از تأسیس ریمک، ارزش تجاری آن با سرعتی بسیار سریع افزایش یافت و مالک جوانش را ثروتمند کرد.



یادداشت



ساترا دستورالعمل صیانت از حقوق کودکان در رسانه‌های صوت و تصویر فراگیر را ابلاغ کرد

طبق دستورالعمل صیانت از حقوق کودکان در رسانه‌های مجازی، محتوای مربوط به کودکان باید از طریق دسته‌بندی از سایر انواع محتوا متمایز شود.

به گزارش زومیت، سازمان تنظیم مقررات رسانه‌های صوت و تصویر فراگیر در فضای مجازی (ساترا) دستورالعمل صیانت از حقوق کودکان و نوجوانان را به رسانه‌ها ابلاغ کرد. این دستورالعمل که ۹ آذر تصویب و ۱۵ اسفند ابلاغ شد، از ۳۰ اسفند لازم‌الاجرا است.

طبق دستورالعمل ساترا، امروزه افراد زیر ۱۸ سال مخاطبان مهم رسانه‌ها محسوب می‌شوند و تأثیرات روانی و جسمانی این فضا برای آنها انکارنشده است بنابراین لزوم حمایت از کودکان به عنوان گروه حساس ایجاد می‌کند دستورالعمل‌هایی در حوزه صیانت و حمایت از کودکان و نوجوانان در فضای مجازی تدوین شود.

ساترا می‌گوید کودکان و نوجوانان به شرطی حق استفاده از محصولات رسانه‌ها در فضای مجازی را دارند که این محصولات متناسب با نیازها و علائق و رشد سالم جسمی، روحی و عاطفی آنها تهیه شده باشد و برخلاف مصلحت‌شان نباشد. بنابراین کودکان و نوجوانان باید در برابر محصولات مضر در فضای مجازی محافظت شوند.

بر اساس دستورالعمل ساترا، رسانه‌های صوت و تصویر فراگیر (VOD) ملزم به رعایت موارد زیر هستند:

- رده‌بندی سنی محتوا با در نظر گرفتن گروه‌های سنی پنج‌گانه و نیز موضوعات سبزه‌گانه مشمول رده‌بندی سنی
- محتوای مربوط به کودکان، در بخش ویژه کودکان از سایر محتواها به روشنی متمایز شود
- ایجاد ابزار کنترل و نظارت از طریق والدین برای اعمال محدودیت در دسترسی کودکان
- اتخاذ تدابیری برای رعایت حریم خصوصی و حفظ محرمانگی اطلاعات شخصی کاربران
- ایجاد موضوعات مربوط به گزارش محتوای نامناسب برای کودکان
- پاسخ‌دهی به گزارش‌های کاربران ظرف ۲۴ ساعت
- ساترا همچنین جمع‌آوری، افشاء، مبادله و استفاده از اطلاعات گردآوری شده از کودکان و نوجوانان را ممنوع اعلام کرد. البته در صورت اخذ رضایت اولیای قانونی در زمان ایجاد حساب کاربری و تنها با هدف بهبود پیشنهاد محتوا بر اساس سوابق جستجو و علائق کودک و ارائه پیشنهاد به وی، امکان‌پذیر است.
- تبلیغات متناسب با سن کودک
- ساترا تأکید کرده است که تبلیغات قبل، حین و بعد از پخش محتوا برای کودکان و نوجوانان باید با رده سنی آنها تناسب داشته باشد. البته در ماده ۴ دستورالعمل ساترا می‌خوانیم که هر قسم از تبلیغات تجاری برای رده سنی ۱۲ سال منع می‌شود و برای بالای ۱۲ سال، تبلیغات حاوی حداقل یکی از موارد زیر ممنوع است:
- تبلیغات همراه‌کننده: شامل محتوای تبلیغاتی که اطلاعات نادرست یا ناقص ارائه می‌کند و موجب گمراهی یا تحت تأثیر قرار دادن قضاوت یا به اشتباه انداختن این گروه سنی در تشخیص کالا یا خدمت با کالا یا خدمت دیگر می‌شود.
- تبلیغات نامحسوس: نمایش محصول، خدمت یا علامت تجاری به صورت غیرواضح در محتوای تبلیغات به نحوی که در ازای دریافت پول یا عوض مشابه باشد.

• فروش از راه دور: محتوای تبلیغات تجاری که به صورت مستقیم راه‌های ارتباطی جهت خرید کالا یا خدمت را عرضه می‌کند.

• استفاده از افراد مشهور و محبوب کودکان و نوجوانان به منظور ترغیب برای خرید

• تشویق به شرکت در مسابقات و قرعه‌کشی‌های منوط به پرداخت هزینه

• محتوای ممنوعه

طبق دستورالعمل ساترا، انتشار برخی موارد در رسانه در جهت تحریک یا ترغیب به کودک‌آزاری، نمایش برقراری ارتباط با کودکان و نوجوانان به منظور آزار جنسی، نمایش کودکان و نوجوانان به صورت عربان یا با پوشش‌های مبتذل ممنوع است. از دیگر مواردی که نمایش آنها ممنوع است باید به محتوای زیر اشاره کرد:

- محتوای مسرور اعتقادات، آیین‌ها و باورهای خرافی و انحرافی آسیب‌زننده و مغایر با موازین اسلامی و آیین‌ها و مناسک آن باورها، بدون قصد تحلیل و نقد
- ارائه مفاهیم انتزاعی شبه‌برانگیز در محتوای اعتقادی و دینی
- نمایش و ترویج اقدامات خطرناک (به‌ویژه با اجرای کودکان) همچون پرش از ارتفاع، استفاده از مواد منفجره، درگیری و تعقیب دزدان بدون قصد هشدار
- نمایش حیوان‌آزاری و ترویج برقراری رابطه عاطفی افراد (به‌ویژه کودکان) با حیوانات ناقل بیماری
- آموزش و تشویق و ترویج ارتکاب مجرمات شرعی
- تشویق و ترویج و عادی‌سازی هتک حرمت والدین و بزرگسالان
- گفتار و رفتار صریح یا شدیداً توهین‌آمیز، تبعیض‌آمیز و نفرت‌برانگیز
- نمایش جزییات زخم و جراحات عمیق مثل قطع یا متلاشی شدن عضو مگر در موضوعات و فرآیندهای پزشکی، بهداشتی و علمی جرمه تخطی رسانه‌ها

در ادامه دستورالعمل صیانت از حقوق کودکان در رسانه‌های مجازی، تنبیهات رسانه‌ها در صورت تخلف از دستورالعمل ابلاغی اعلام شده است. ساترا می‌گوید این جرایم با تشخیص کمیته رسیدگی و متناسب با تخلف ارتكابی مشمول یک یا چند مورد از تنبیهات زیر می‌شود:

- تذکر همراه با درج در پرونده
- اخذ تعهدنامه کتبی
- درج عذرخواهی یا اصلاحیه در رسانه
- ممنوعیت بارگذاری مطلب جدید به مدت حداکثر یک هفته
- ارائه خدمات رایگان مبنی بر آموزش سواد رسانه‌ای و فضای مجازی کودکان
- الزام به همکاری با رسانه‌های کودکان و نوجوانان به‌راستگان
- ممنوعیت فروش حق اشتراک جدید به مدت حداکثر یک هفته
- محرومیت یا محدودیت در تبلیغات بازرگانی و حامی مالی برنامه‌های تلویزیونی
- عدم صدور تأییدیه‌های جدید ساترا
- محرومیت از مدیریت رسانه
- تعلیق مجوز رسانه
- لغو مجوز رسانه

ساترا به منظور گزارش محتوای کودک‌آزاری در رسانه‌های صوت و تصویر فراگیر داخلی، سامانه پایش مردمی «ساپرا» را نیز راه‌اندازی کرده است.



۲۰۲۱ به زیر ۲ تریلیون دلار رسید

۲۰۲۰ و پیامدهای ویران‌کننده آن برای بهای عام در ایالات متحده تبدیل شد که سهام شرکت‌های تکنولوژی در این مقطع زوری کوپرتینونشین نیز با تبعیت از بازار نی، شاخص نزدک-۱۰۰ (NASDAQ ۱۰۰) لیلیگران معتقدند سرمایه‌گذاران با کاهش سرمایه‌گذاری در سهام ارزشی (Value Stock) و چرخه‌ای (Cyclical) هستند تا از بازگشایی اقتصاد بیشترین سود را ببرند. ارزش بازار اپل بیشتر در سپتامبر ۲۰۲۰ به زیر ۲ تریلیون دلار کاهش پیدا کرده بود. مارکت کپ این شرکت تنها در یک روز نزدیک به ۱۸۰ میلیارد دلار کاهش پیدا کرد. البته پس از این کاهش چشمگیر، سهام اپل ۳.۱۴ درصد افزایش یافت.

اپل در سه ماهه اول سال ۲۰۲۱ از کسب درآمد بیش از ۱۰۰ میلیارد دلار برای اولین بار خبر داد. درآمدهای این شرکت در بازه یادشده ۲۱ درصد در مقایسه با مدت زمان مشابه در سال گذشته افزایش پیدا کرد و به رکورد ۱۱۱.۴ میلیارد دلار رسید.

یک مجموعه خلاق بیش از ۵۰۰ سردیس مختلف از مشاهیر ایرانی اسلامی را در مجموعه خود به سفارش دهندگان عرضه کرده است. اسفندیار ایمانزاده، مدیرعامل شرکت خلاق تندیس و پیکره شهریار (یادمان)، گفت: یکی از حوزه‌های اصلی کار ما مجسمه‌سازی به صورت مولا، با الهام از آثار باستانی و تاریخی است. مولا، به معنای شبیه‌سازی آثار باستانی با در نظر گرفتن همه جزییات است. مدیرعامل شرکت خلاق تندیس و پیکره شهریار (یادمان)، ادامه داد: انواع سردیس، تندیس و المان‌ها در این مجموعه خلاق تولید می‌شود. شهرداری‌ها، خریداران خصوصی، دانشگاه‌ها، مدارس غیرانتفاعی و مراکز فرهنگی در کنار عموم شهروندان از جمله مشتریان تولیدات نرم و خلاق این شرکت هستند. این فعال صنایع نرم و خلاق، ضمن توضیح بیشتر در مورد ویژگی‌های مختلف محصولات این شرکت، گفت: برای مثال در یک پروژه بزرگ، کتیبه‌های باستانی برای یک باغ موزه شبیه‌سازی شد. همچنین یک پروژه ساخت مولا، کتیبه‌های دوره ساسانی و اشکانی برای یک مرکز دانشگاهی، انجام دادیم که در آن تمام جزییات و حساسیت‌های کار رعایت شد.

معماری ایرانی در تلفیق هنر با فناوری ترویج شد

وی افزود: همچنین در همکاری با پژوهشکده میراث فرهنگی، پروژه‌های کاری مختلف دیگری نیز انجام شده است. تولید اشکال عناصر تزئینی معماری ایرانی مانند قرنیز، مشبک، ستون و سرستون، یکی دیگر از فعالیت‌های ما در این شرکت خلاق است. در حال حاضر در مجموعه ما، حدود ۵۰۰ سردیس مشاهیر وجود دارد. مدیرعامل شرکت خلاق تندیس و پیکره شهریار (یادمان)، در توضیح بیشتر پیرامون سردیس‌ها، گفت: این سردیس‌ها، غالباً از مشاهیر علمی و تاریخی هستند. شهرداری‌ها نیز معمولاً المان‌های شهری از مشاهیر مورد قبول عامه سفارش می‌دهند. حتی منازل مسکونی نیز برای زیباسازی هرچه بیشتر، درخواست یک اثر هنری به شکل المان، مجسمه یا سردیس زیبا را دارند. ایمانزاده، در توضیح بیشتر ویژگی‌های فرهنگی این کسب و کار، بیان کرد: این حرفه، تمام خصایص صنایع نرم و خلاق را دارد و امیدوار هستیم، با حمایت و پشتیبانی بیشتر نهادهای مسئول بتوانیم این هنر خلاق را در تلفیق با فناوری به تعداد بیشتری از هنر جوانان منتقل کنیم.



آمادگی همه‌جانبه ایران برای انتقال فناوری به سوریه

همکاری ایران و سوریه در حوزه‌هایی چون زیست فناوری، تجهیزات آزمایشگاهی، دانشگاهی و بیمارستانی، آموزشی و کشاورزی برای گسترش دیپلماسی علم و فناوری توسعه می‌یابد. از آنجایی که دیپلماسی علم و فناوری امروزه سیاست‌های خارجی کشورها را تحت تأثیر قرار داده است، تقویت و گسترش همکاری‌های علمی و فناوری ایران با کشور سوریه در دستور کار معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری قرار گرفت. از این رو هیأتی تجاری و فناوری از ۴۰ شرکت خلاق و دانش‌بنیان به همراه سورنا ستاری معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری راهی کشور سوریه شدند تا با تبادل تجربیات علمی و فناوری خود، مسیر اقتصادی کشورمان را تغییر داده و راه صادرات کالاهای ایران ساخت را به این کشور هموار کنند. این شرکت‌های خلاق و دانش‌بنیان در حوزه‌های مختلفی مانند زیست فناوری، ICT، تجهیزات آزمایشگاهی و دانشگاهی و بیمارستانی، آموزشی و توانبخشی پزشکی و کشاورزی کالاهایی برای عرضه و صادرات دارند که در دیدارهای جداگانه معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری با وزرای کشور سوریه مورد معرفی قرار گرفت. سورنا ستاری، معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری در این سفر با وزیران تحقیقات و آموزش عالی، صنعت، کشاورزی و اصلاحات ارضی و بهداشت جدید فراهم شد.



هفدهمین کنفرانس بین‌المللی روابط عمومی

«آینده روابط عمومی و کووید-۱۹» کلیدی‌ترین موضوع هفدهمین کنفرانس بین‌المللی روابط عمومی بود که ۱۲ اسفند در مرکز همایش‌های سازمان مدیریت صنعتی برگزار شد. به گزارش ام بی ای نیوز، مهدی باقریان دبیرکل همایش ضمن تأکید بر کاربرد هوش مصنوعی در مهار کرونا به ظهور نسل چهارم روابط عمومی و نقش و اهمیت عملکرد تسهیلگرانه روابط عمومی اشاره داشته و افزود: در کمیته‌های داده محور ماشینی و تجهیزات نقش تکمیل‌کنندگی داشته و روابط عمومی نوعی تسهیلگر امور ارتباطی محسوب می‌شوند. رئیس انجمن آینده‌نگری ایران، پروفیسور سعید خزایی نیز به اهمیت نتایج مثبتی که کرونا برای کسب و کارها ایجاد کرده اشاره داشت و افزود: در زمینه‌های مختلف ارتقای سطح بسیار خوبی صورت گرفته که در آینده به شکل مثبتی باید از آن استفاده شود. در واقع ما شاهد سه مرحله قبل، هین و پس از کرونا در تمام مراحل خواهیم بود و برنامه‌ریزی کسب و کارها باید به شکلی باشد که منشا تحولات در عرصه‌های بعدی قلمداد شود. وی در ادامه به تغییرات اقلیمی که در کل جهان ایجاد شده نظیر تغییر نقشه سبز جهان، بروز بحران‌هایی نظیر کرونا اشاره داشته و افزود: ما در شروع بی‌ثباتی‌ها قرار داریم و باید برای بحران‌های بعدی آماده باشیم و آینده در حال تغییر است و بحران کرونا نمونه بارز آن به شمار می‌رود. در واقع سازمان‌ها و صاحبان کسب و کار برای بقای خود نیازمند سازگاری بیشتر با محیط هستند و نوعی همگرایی بین همه علوم در حال تحقق است که مدیران برنامه‌ریز در حوزه‌های استراتژیک نظیر مارکتینگ، روابط عمومی و کسب و کارها اسواد عمومی برای ورود به عصر تازه را باید کسب کنند. وی افزود: سازمان‌ها و کسب و کارها نیازمند روش‌های نوینی هستند که در پرتو آن بتوانند به شیوه‌های شتابان و کارآمد در راه شناسایی پیشرفته‌های تغییر بکوشند و از سوی دیگر با توسل به ابزارها و تکنیک‌های نوین برای بقا و توسعه خود اقدام کنند.

ششمین جشنواره ملی اسباب بازی

ششمین جشنواره ملی اسباب بازی ایرانی با هدف معرفی برندهای برتر و خلق این صنعت به شکل مجازی برگزار شد.

به گزارش ام بی ای نیوز «محسن حموله» دبیر جشنواره و مدیرکل سرگرمی‌های سازنده و بازی‌های پارانه‌ای کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان تصریح کرد: برگزاری جشنواره صنعت اسباب بازی ایرانی به شکل مجازی با همه مشکلات و محدودیت‌هایی که داشت فرصت بسیار بزرگی برای ایجاد نخستین سایت تخصصی صنعت اسباب بازی به عنوان مرجع و رفرنس در این حوزه بود که پژوهشگران، صاحبان کسب و کار و تولیدکنندگان و حتی خانواده‌ها با مراجعه به این سایت امکان دسترسی به اطلاعات در مورد اسباب بازیهای ایرانی و موضوعات موردنیاز را کسب می‌کنند و بانک اطلاعات جامعی در صنعت اسباب بازی کشور ایجاد شده است. این جشنواره در دو بخش عروسک و اسباب بازی ایرانی و همچنین نشست‌های تخصصی برپا شد؛ در بخش نخست طی فراخوانی که از دی ماه داده شد از طراحان خلق برای ارائه آثارشان دعوت به عمل آورده شد و حدود ۴۴۰ اثر به دبیرخانه ارسال شد که مورد داوری قرار گرفت و برترین‌ها در بخش پایانی معرفی شد. در بخش نمایشگاه تخصصی صنعت اسباب بازی نیز شاهد حضور ۱۴۰ اسباب بازی و ۲۸ عروسک به عنوان آثار برگزیده بودیم.

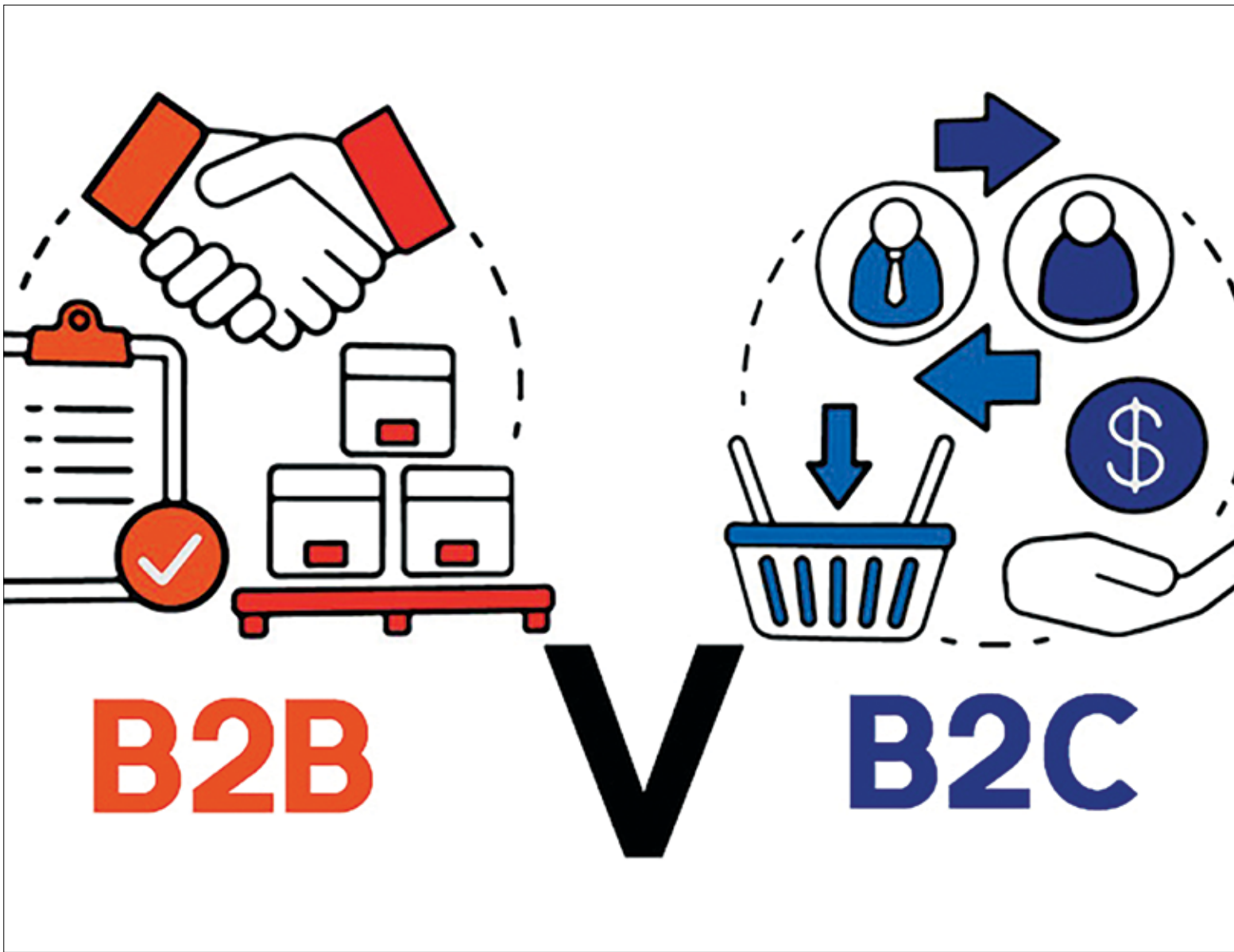
همچنین هر یک از تولیدکنندگان که در این جشنواره شرکت کرده و آثاری را ارائه دادند صفحه تخصصی برای‌شان در سایت ایجاد شده و امکان تعامل و تبادل نظر با طراحان و مخاطبان را دارند در این بخش نیز یک هزار و ۵۰۰ اسباب بازی از طریق بازار اینترنتی در معرض فروش گذاشته شد و خانواده‌ها بدون نگرانی از طریق نقاط ارتباطی با سایت از نمونه‌های اسباب بازی و اطلاعات آن بازدید کرده و خرید آنلاین با ارسال رایگان محصول را تجربه کردند.

همچنین اطلاع‌رسانی جزئیات این رویداد از طریق شهرداری‌ها، صدا و سیما و همچنین مراکز استانی کانون به شکل موبرگی در تمام شهرستان‌ها و استان‌ها انجام شد. طی سال‌های گذشته این انتخاب به جشنواره وارد می‌شد که در تهران برگزار می‌شود اما برپایی آنلاین این فرصت را فراهم آورد که از همه نقاط ایران علاقه‌مندان در جریان موضوعات جشنواره قرار گرفته و حتی از روستاها نیز درخواست خرید آنلاین داشتیم. در واقع کرونا باعث شد این رویداد به شکل کاملاً ملی برگزار شود و ۶۸ درصد مخاطبان از شهرستان‌ها بودند. وی افزود: در شش نشست تخصصی امسال که به شکل وینپار برگزار شده بود شاهد حضور اساتیدی از کشورهای ژاپن، سوئیس، آمریکا، سوئد و... بودیم که از تجربیات آنها در طراحی و تولید برندهای ملی و بومی در صنعت اسباب بازی استفاده شد و همچنین اطلاعات و نتایج تحقیقات در این حوزه در اختیار علاقه‌مندان گذاشته شد که اطلاعات آن روی سایت قرار گرفته است.

دبیر ششمین جشنواره ملی اسباب بازی تصریح کرد: کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان با برپایی جشنواره و همچنین «رویداد ملی ایده آزاد» که به انتخاب برترین و خلاقانه‌ترین طرح‌های صنعت اسباب بازی می‌پردازد و در جشنواره امسال نیز چندین اثر و طرح برتر، خلاق و منتخب از برگزیدگان این رویداد بود، امکان رشد این صنعت را فراهم آورده است. اما این اقدام نیازمند همکاری بین بخشی در حوزه‌های مختلف است و باید اسباب بازی به عنوان یک کالای فرهنگی که نقش بسیار مهمی در رشد فکر و ذهنی کودکان و نوجوانان دارد مورد توجه قرار گیرد و برندهای ایرانی با حمایت بخش‌های مختلف تأثیرگذار بتوانند در حوزه کاملاً فرهنگی این صنعت به رشد و تکامل برسند و دیدگاه کالای لوکس و فانتزی از این صنعت برداشته شود.

دکتر یحیی کمالی‌پور، رئیس و پایه‌گذار انجمن جهانی ارتباطات که در بخش سخنران مجازی از کشور آمریکا حضور داشت نیز با اشاره به بروز بحران کرونا در جهان افزود: روابط عمومی در این مسیر به سمت تغییر حرکت کرده و بروز بحران‌های غیرقابل پیش‌بینی نظیر کرونا که همه معادلات جهانی را بهم ریخته و نشانگر این است که برنامه‌ریزی برای آنچه ناشناخته است بسیار دشوار است و روابط عمومی‌ها در این میان وظیفه دارند برای مدیریت بحران‌ها از راه اطلاع‌رسانی مستمر و به دور از پنهان‌کاری در ایجاد تغییرات مثبت، موثر باشند و با استفاده از ظرفیت‌های دنیای دیجیتال، آموزش و ایجاد در رفتارهای درست در زمان بحران فعالیت داشته باشند. دکتر ایلپهای پژوهشگر و مدرس دانشگاه نیز به موضوع مسئولیت راهبردی ارتباطی در بحران کرونا پرداخته و افزود: همیشه بحران‌ها فرصتی مناسب هستند تا سازمان‌ها بتوانند با اقداماتی بهنگامی که از خود نشان می‌دهند نوعی خوشنامی برای دوران پس‌بحران خود ایجاد نمایند. در این میان نقش و رویکرد اقداماتی بر پایه مسئولیت اجتماعی اهمیت می‌یابد و دو نوع مسئولیت اجتماعی در سازمان قابل تفکیک است که یا اثر فشارهای موجود صورت می‌گیرد و یا براساس اولویت‌ها در واقع مسئولیت اجتماعی همان مسرمداری است و از اصول فرهنگ روابط عمومی است که در فعالیت‌های سازمان باید مدنظر قرار گیرد. در پایان همایش نیز روابط عمومی‌های برتر مورد تقدیر قرار گرفته و از پنج کتاب با عناوین ذیل رونمایی شد: مدیریت برنامه‌ریزی روابط عمومی تجربه محور، استانداردهای تشریفات، مرا قانع کنید، اصول اخلاقی هوش مصنوعی و روابط عمومی، مسئولیت اجتماعی در عصر کرونا.

تفاوت بازاریابی در کسب و کارهای B2B و B2C



ببیندازند. این موضوع تصمیم به خرید را برای خریداران بسیار مهم می‌کند و بازاریاب‌های B2B باید به این نکته آگاه باشند. پروژه‌های بلندمدتی را در نظر بگیرند که مخاطبان شما می‌خواهند از محصول شما در آنها استفاده کنند. ویژگی‌های مختلف این محصول چه زمانی اثرگذار خواهد بود؟ نیازهای کاربران در طول زمان چگونه متحول خواهد شد؟ مصرف‌کننده نهایی لزوماً به دنبال ایجاد رابطه نزدیک نیست کسب‌وکارها درخواست دریافت اطلاعات و ایجاد یک رابطه نزدیک با شما را دارند، اما مصرف‌کننده‌های نهایی تنها به شما علاقه‌مند نیستند. مصرف‌کنندگان نهایی می‌توانند مانند خریداران تجاری به شما وفادار باشند، اما احتمالاً نه به اندازه وفاداری مطلق شما به آنها. با توجه به این نکته درباره حجم محتوایی که به مشتریان قبلی خود ارائه می‌دهید، محتاط باشید. ممکن است یک نفر شما را در توییتر دنبال کند، اما در ویلاگ شما عضو نشود.

در بازاریابی B2C روی اصطلاحات فنی مانور ندهید صدای برند هرچه ساده‌تر باشد، بهتر است. جامعه مخاطب برندها باید احساس ارتباط و نزدیکی به آنها داشته باشند. این کار به این معناست که باید از گویش شعارگونه دوری کنید و کمتر برخورد رسمی داشته باشند. استفاده از اصطلاحات فنی ممکن است موجب اثبات تخصص شما به خریداران تجاری شود، اما می‌تواند برای مصرف‌کنندگان نهایی غیروارسی در ویدئوها را می‌پسندند.

خرید احساسی مصرف‌کنندگان نهایی همه تصمیمات در خریدها تا حدودی احساسی هستند. امروزه مردم بیشتر با قلب خود خرید می‌کنند تا ذهن و منطق‌شان، اما خریداران تجاری هنوز باید به تأثیر تصمیم خود در کسب‌وکارشان فکر کنند، اما همچنان احساساتی وجود که ممکن است آنها تحت‌تأثیر آن قرار گیرند. از طرفی، خریداران تجاری هنگام تصمیم‌گیری برای خرید بیشتر به احساسات خود وابسته هستند. از آنجا که آنها در قبال خرید خود به فرد دیگری پاسخگو نیستند، روایت یک داستان دلگرم‌کننده درباره شخصی که از این محصول بهره‌مند شده است، می‌تواند آنها را متقاعد به خرید کند.

نیاز به عامل سرگرم‌کننده در بازاریابی B2C مصرف‌کنندگان نهایی برخلاف کسب‌وکارها، در هنگام خرید به دنبال لذت هستند. همه افراد محصولی را می‌خواهند که زندگی آنها را راحت‌تر کند، اما مصرف‌کنندگان نهایی به‌مراتب بیشتر از خریداران تجاری به تفریح علاقه‌مند هستند. از بازاریابی برای آموزش خریداران تجاری و سرگرمی مصرف‌کنندگان نهایی استفاده کنید. بازاریاب‌های B2B و B2C مشکلات متمایزی دارند اغلب اوقات بزرگ‌ترین مشکل بازاریاب‌های B2B کمبود محتوا و زمان برای تولید محتوا است. در حالی که بازاریاب‌های B2C ترجیح می‌دهند بودجه تبلیغاتی بیشتر و روش‌های متنوعی برای تبلیغ محصولات داشته باشند. طبیعتاً این موضوع تأثیر قابل توجهی در اجرای استراتژی‌های بازاریابی دارد.

برای متخصصان بازاریابی ضروری است تا با درک تفاوت‌های بازاریابی B2B و B2C، از مزیت هر سبک بهره ببرند تا به اهداف خود دست یابند، با این حال مهم نیست که بازاریاب B2B هستید یا B2C و این دو چه تفاوت‌هایی با هم دارند بازاریابی یعنی ارتباط یک انسان با انسانی دیگر.

منبع: HubSpot/techrasa

آنها است. بازاریابی B2C بر روی راه‌حل‌های سریع و محتوای دل‌نشین تمرکز دارد. در حالی که در بازاریابی B2B ایجاد روابط با مشتریان و اثبات نرخ بازگشت سرمایه محصول برای مشتری اهمیت بیشتری دارد. اما این تفاوت‌ها در عمل چگونه به نظر می‌رسد؟ برای پاسخ به این سؤال ادامه مقاله را مطالعه کنید تا تفاوت اهداف بازاریابی B2B و B2C را متوجه شوید و یاد بگیرید که چگونه استراتژی بازاریابی خود را در جهت صحیح هدایت کنید.

اهمیت بازگشت سرمایه (ROI) در بازاریابی B2B کسب‌وکارها به دنبال کارایی و تخصص هستند؛ در حالی که مصرف‌کنندگان بیشتر به دنبال خرید و سرگرمی هستند. به همین دلیل منطق و مشوق‌های مالی در روند خرید کسب‌وکارها بسیار مؤثر است. به عبارت دیگر بازگشت سرمایه محصول چقدر است؟ کسب‌وکار با خرید این محصول به چه میزان سود خواهد کرد؟ به هر حال، نمایندگان کسب‌وکار محصولی را خواهند خرید که برای آنها درآمدزایی داشته باشد.

اشتیاق کسب‌وکارها به یادگیری نمایندگان کسب‌وکارها اغلب می‌خواهند با تصمیم‌گیری‌های عالی، قهرمان محل کار خود به نظر برسند. به همین دلیل برای تصمیم‌گیری عالی نیاز دارند درباره محصولاتی که به دنبال خریدش هستند، اطلاعات درستی داشته باشند. در این لحظه است که بازاریابی محتوای B2B ظاهر می‌شود. اگر بتوانید به مخاطبان خود کمک کنید که منتقدانه درباره صنعت فکر کنند و آنها را در روند خرید به متخصصان ماهرتری تبدیل کنید، به آنها اطمینان خواهید داد که از خرید خود پشیمان نخواهند شد.

لزوم تولید محتوای دقیق در بازاریابی B2B برخلاف مصرف‌کنندگان، کسب‌وکارها انتظار دارند در جریان خرید خود توسط تیم فروش و بازاریابی مطلع شوند. برای این کار نیاز است که برخلاف ارائه اطلاعات محصول به یک مصرف‌کننده، حتی اطلاعات بی‌اهمیت و بدیهی را نیز به مشتریان تجاری خود توضیح دهید. ریزه‌ریز جزئیات محصول خود را تشریح کنید: چه کاربردی برای کسب‌وکارها دارد؟ چه کاربردهایی ندارد؟ مشتری برای استفاده صحیح از محصول شما باید چه چیزهایی را بداند؟

دستورالعمل‌های طولانی‌تر بازاریاب‌های B2B در حین معامله خرید محصول توسط کسب‌وکارها باید به تأیید مسئولان تدارکات، حسابداری و رئیس بخش‌های مختلف سازمان برسند. مصرف‌کننده نهایی به سرعت درباره خرید یک کالا تصمیم می‌گیرد و روزبه‌روز میزان اثرگذاری نظر دوستان و خانواده در تصمیمات آنها در حال افزایش است. در حالی که انجام خرید توسط نمایندگان کسب‌وکار و انتقال پول باید به تأیید فرد دیگری برسد که اختیارات او در تصمیم‌گیری محدودتر کرده است. به عبارتی شما محصول یا خدمت خود را در بازاریابی B2B به یک فرد نمی‌فروشید، بلکه به تمامی افراد مؤثر در فرآیند خرید می‌فروشید.

بازاریابی B2B نیاز به پرورش سرخ‌جذب بیشتر و توجه دقیق به بلندمدت یک شرکت است، فرآیند شرکت‌ها برای ارزیابی محصول شما را پیچیده‌تر می‌کند. در بازاریابی B2B باید صبر داشته باشید و محتوایی به کسب‌وکارها ارائه دهید که در مراحل مختلف خرید آنها را راهنمایی کند.

زمان‌بر بودن خرید در بازاریابی B2B کسب‌وکارها اغلب در ارتباط مداوم با فروشندگان هستند؛ زیرا در صورتی که از محصول خوش‌شان نیابند، نمی‌توانند به راحتی آن را دور

هدف بازاریابی در کسب‌وکارهای B2B و B2C جلب توجه دو نوع مخاطب متمایز کسب‌وکارها و مصرف‌کننده‌هاست. اگرچه شباهت‌های زیادی بین این دو نوع بازاریابی وجود دارد، اما نحوه تعامل با مخاطبان در هر کدام کاملاً متفاوت است، اما این دو بازاریابی به چه معناست؟ روش بازاریابی در این دو به چه شکل است؟ برای پاسخ به این سؤال‌ها ابتدا لازم است که بازاریابی B2B و B2C را توضیح دهیم.

بازاریابی B2B مخفف Business-to-Business است. این اصطلاح کسب‌وکارهایی را توصیف می‌کند که مشتریان آنها کسب‌وکارهای دیگر هستند بنابراین تمامی فعالیت‌های بازاریابی B2B به نیازها، علایق و چالش‌های مشتریانی اختصاص دارد که به نمایندگی از سازمان خود اقدام به خرید می‌کنند. به عنوان مثال از این نوع فروش می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

- فروش نرم‌افزار و ابزارهای استخدام کارمندان به بخش منابع انسانی شرکت‌ها
- ارائه خدمات طراحی فضاهای اداری توسط شرکت طراحی داخلی
- فروش نرم‌افزار بازاریابی شامل امکانات استراتژی محتوا، سئو (SEO)، شبکه‌های اجتماعی، جذب مشتری بالقوه (Lead Generation) و دیگر ابزارهای مرتبط با بازاریابی

بازاریابی B2C مخفف Business-to-Consumer است. این اصطلاح کسب‌وکارهایی را توصیف می‌کند که مشتریان آنها مصرف‌کننده‌های شخصی هستند، نه خریداران حرفه‌ای، بنابراین تمامی فعالیت‌های بازاریابی B2C در چنین کسب‌وکارهایی به شناسایی نیازها، علایق و چالش‌های مردم در زندگی روزمره اختصاص داده می‌شود. چند مثال از این نوع فروش عبارتند از:

- فروش مسواک، خمیردندان و دهان‌شویه به مردم توسط یک شرکت بهداشت دهان و دندان
- اجاره یا فروش املاک مسکونی به افراد، خانواده‌ها و دانشجویان توسط مشاوران املاک
- فروش حق اشتراک دسترسی مردم به موسیقی‌های باکیفیت توسط یک پلتفرم

اشتراک‌های بازاریابی B2B و B2C دو سبک بازاریابی B2B و B2C می‌توانند با هم تالقی داشته باشند. در واقع، ممکن است راهکارهای بازاریابی هر دو سبک توسط یک شرکت به‌صورت هم‌زمان اجرا شود.

به عنوان مثال، یک شرکت طراحی داخلی که فضاهای اداری را برای کسب‌وکارها طراحی می‌کند (بازاریابی B2B)، ممکن است اتاق‌های خاصی از خانه‌ها را برای خریداران مسکن طراحی کند (بازاریابی B2C). یک شرکت بهداشت دهان و دندان که مسواک، خمیردندان و دهان‌شویه به مردم می‌فروشد (بازاریابی B2B)، ممکن است محصولات خود را به مطب‌های دندانپزشکی بفروشد (بازاریابی B2C).

زمانی که مانند مثال‌های بالا نمی‌توان با قطعیت سبک بازاریابی یک شرکت را تعیین کرد، بهتر است نگاهی به استراتژی بازاریابی شرکت انداخت. راهکارهای بازاریابی شرکت‌ها می‌تواند از جهات مختلف با هم متفاوت باشد.

تفاوت‌های بازاریابی B2B و B2C تفاوت اصلی بازاریابی B2B و B2C در نوع مخاطبان و نحوه ارتباط با

ایستگاه بازاریابی

مدل B2G چیست
و شامل چه مواردی میشود؟

مدل کسب و کار «B2G» به زمانی اطلاق میشود که یک کسب و کار خاص، محصولات، اطلاعات یا خدمات خود را به آژانس‌های دولتی میفروشد. در قالب این مدل کسب و کار، کسب و کارها در پاسخ به مناقصه دولت، پیشنهادهای خود را ارائه میدهند.

هر سال سازمانهای دولتی خواستار عقد قرارداد یا مناقصه‌های میلیاردری با کسب و کارها در ابعاد مختلف هستند. در واقع، دولت ایالات متحده آمریکا سالیانه نزدیک به ۷ تریلیون دلار صرف خریدهای دولتی میکند که بین ۱۰ تا ۱۵ درصد از تولید ناخالص دولتی این کشور را تشکیل میدهد.

نمونه‌هایی از معاملات B2G:

کسب و کارهای متخصص در زمینه ساخت و ساز، اغلب اوقات معاملاتی از نوع B2G را با سازمانهای دولتی انجام میدهند. در این رابطه، برای مثال سازمانهای دولتی در قالب یک سری مناقصات، جزییات و زیرساختهای لازم برای احداث ساختمانهای جدید، توسعه پارکها، کتابخانه‌ها، مدارس یا اجرای پروژه‌های حوزه راهسازی را مطرح میکنند. بعد از تایید پیشنهاد یک کسب و کار توسط آژانس مربوطه، رابطه‌ای از نوع B2G بین آن دو شکل میگیرد. آژانسهای دولتی اکثرا خریدار و متقاضی یک راه حل ارتباطی منسجم برای در تماس ماندن با همکاران و دیگر آژانسهای دولتی هستند. دفاتر دولتی هنگام خرید این سرویس از سایر کسب و کارها، یک معامله B2G را انجام میدهند.

یک شرکت فعال در زمینه توسعه پایگاه داده‌های اطلاعاتی میتواند سیستمی را برای دفاتر دولتی محلی راهاندازی کند تا جهت تهیه فرم‌های مالیاتی برای موضوعاتی از قبیل بازرهی سرمایه‌گذاری، استعمال تجهیزات و خریدهای تجاری به کار گرفته شود. برای مثال، کسب و کارها با ابعاد مختلف میتوانند به معرفی، تبلیغ و عرضه خدمات توسعه نرم‌افزار خود به آژانسهای دولتی بپردازند. ارائه خدمات در حوزه تعمیر و نگهداری نمونه‌ای عالی و تمام عیار از معاملات B2G به شمار میروند. برای نگهداری از ساختمانهای عمومی و فضای باز، امکان برگزاری مناقصه از سوی سازمانهای دولتی و شرکت در آن توسط پیمانکاران خارجی وجود دارد. برای مثال، این امکان هست که یک آژانس دولتی برای نگهداری و مراقبت از پارکهای عمومی خود یک شرکت ارائه‌دهنده خدمات باغبانی را استخدام کند.

شرکتهای دولتی در جهان

بسیاری از شرکتها در سراسر جهان دولتی هستند. به عبارتی یک شرکت زمانی دولتی نامیده میشود که به نمایندگی از دولت یک کشور دست به انجام طیف گسترده‌ای از فعالیتهای تجاری بزند. چین از لحاظ تعداد شرکتهای دولتی فعال در این کشور، نسبت به سایر نقاط جهان رتبه بالایی را به دست آورده است. بعد از ۱۹۴۹، کلیه واحدهای تجاری در جمهوری خلق چین تحت مالکیت دولت این کشور درآمدند. در اواخر دهه ۱۹۸۰ میلادی، دولت شروع به اصلاح بنگاه اقتصادی دولت کرد و طی دهه‌های ۱۹۹۰ و ۲۰۰۰، بسیاری از بنگاههای دولتی کوچک و متوسط خصوصی شدند و به بورس راه یافتند. وجود تعداد زیادی شرکت در شکلهای مختلف، ترکیبی از سرمایه‌های دولتی و خصوصی را به وجود آورد. بعضی از بزرگترین شرکتهای دولتی در بورس اوراق بهادار شانگهای و شنتن شناور هستند، اما در واقع، دولت همچنان کنترل این شرکتها را در دست دارد و همیشه دارای اکثریت بهره و حق رأی است. بنگاههای دولتی بیشتر توسط شورای دولتی جمهوری خلق چین (SASAC) و کمیسیون نظارت بر دارایی‌های دولتی دولت مرکزی اداره میشوند. با این وجود، برخی شرکتهای دولتی تحت مدیریت شرکت سرمایه‌گذاری چین (و بازوی داخلی آن، شرکت سرمایه‌گذاری «Central Huijin Investment») اداره میگردند. در همین حال شرکتهای تحت مدیریت دانشگاه به عنوان بخشی از وزارت آموزش و پرورش یا برخی موسسات مالی تحت مدیریت وزارت دارایی، در این امر مشارکت دارند.

منبع: thesmbguide.com/mbanews/



صفحه فرصت‌های شغلی؛ راهکار جذب افراد با استعداد در شرکت



نویسنده: محمدصادق اشرفی / مرضیه رحیمی / غزاله جنتی

بردن صفحات پیدا کرده‌اند، بنابراین صفحات بلند مقبولیت بالاتری دارند. چنین صفحاتی تمام محتوا را یکجا ارائه می‌کنند و در نتیجه لازم نیست کاربران روی چندین لینک مختلف کلیک کنند.

محتوای صفحه فرصت‌های شغلی

محتوای تان را با گزاره ارزش پیشنهادی کارفرما هماهنگ کنید. به عنوان مثال، اگر بیانیه محوری شما «آینده ورزش را شکل دهید» (آدیداس) است، صفحه فرصت‌های شغلی شما می‌تواند شرح مشاغل را به شکلی ارائه دهد که نشان می‌دهد چطور یک موقعیت شغلی مشخص می‌تواند در شکل‌دهی آینده ورزش مؤثر باشد یا می‌توانید به آن دسته از دستاوردهای کارکنان اشاره کنید که در شکل‌دهی آینده ورزش نقش داشته‌اند.

مجموعه‌ای از روایت‌ها با محوریت کارکنان می‌تواند برای مخاطبان هدف جالب باشد. شرکت را شخصی‌سازی کنید؛ به طوری که برای افراد تحصیلکرده جذاب شود و کاندیداها را ترغیب به ارسال درخواست کار کنید. محتوای تان را مطابق با تمایلات افراد مستعدی که قصد استخدام‌شان را دارید تهیه کنید.

در هنگام تهیه محتوا از کارکنان بخش‌هایی که قصد استخدام نیروی جدید برای‌شان را دارید مشاوره بگیرید. به عنوان مثال، اگر شرکت شما نیاز شدیدی به برنامه‌نویس (Developer) دارد، از برنامه‌نویسان در سازمان‌تان بخواهید در تهیه محتوا مشارکت کنند. از آنها بخواهید محتوا تولید کنند، پیشنهاد خودشان را ارائه دهند یا حداقل پیش از ارسال محتوا روی صفحه فرصت‌های شغلی تان، آن را بازبینی کنند. هیچ‌کس به اندازه افرادی که در یک گروه کار می‌کنند، درباره موارد جذاب برای آن گروه اطلاعات ندارد.

ترکیبی متعادل از محتوا در سراسر وبسایت‌تان داشته باشید که نشان‌دهنده بخش‌های مختلف و کارکنانی باشد که باید جاهای خالی آنها را پر کنید؛ مانند بخش‌های اداری، توسعه تجاری، مهندسی، طراحی، عملیات، منابع انسانی و بازاریابی. ممکن است تمایل داشته باشید محتوای بیشتری برای استعدادهایی در نظر بگیرید که برای شما اولویت بالاتری دارند یا بخواهید این محتوا را به شکلی چشمگیرتر در وبسایت‌تان به نمایش بگذارید، اما باید برای تمام گروه‌های کاری که قصد استخدام افراد از میان‌شان را دارید، حداقل کمی محتوا در نظر بگیرید.

اگر گزاره ارزش پیشنهادی کارفرمای شما تفاوت زیادی برای جمعیت‌های مختلف کارکنان دارد، شاید بهتر باشد یک صفحه جداگانه برای هر گروه کاری ایجاد کنید و محتوایی را در آن صفحه قرار دهید که به طور مستقیم برای همان گروه جذابیت دارد. شاید حتی بخواهید یک زیرسایت (Microsite) ایجاد کنید که بر استخدام افراد مستعدی تمرکز دارد که خواهان زیادی دارند.

شرح شغل در صفحه فرصت‌های شغلی

شرح مشاغل بنویسید که بهترین افراد را جذب می‌کند و افرادی که مطلوب شما نیستند را دور نگه می‌دارد. شرح مشاغل غالباً به نفع کارفرما نوشته می‌شوند، نه کارجو.

در هنگام نوشتن شرح مشاغل، به نوشتن ویژگی‌ها و ضروریات شغل اکتفا نکنید (نیازهای کارفرما). بیشتر به این فکر کنید که چطور یک موقعیت شغلی می‌تواند برای کاندیدا مفید باشد (نیازهای کارمند). به همان اندازه‌ای که به حقایق می‌پردازید، روی حال‌وهوای آن کار نیز تأکید کنید.

لینک‌هایی با عنوان «بیشتر راجع به ما بدانید» در قالب پیام‌ها، اعلامیه‌های مطبوعاتی، جوایز، بلاگ‌های کارمندان، محتوای چندرسانه‌ای، شبکه‌های اجتماعی شرکت و ... ارائه کنید. لینک دادن به محتوای بیشتر، شرح شغل را پویاتر و تعاملی‌تر می‌کند.

یک ویدیوی ۳۰ ثانیه‌ای از مدیر واحدی که قصد جذب دارد تهیه کنید؛ به طوری که مدیر، با اشتیاق درباره موقعیت شغلی و محیط کاری خاص و فضای دوستانه شرکت صحبت می‌کند. روایت‌هایی از کارکنان منتشر کنید که درباره پیشرفت شغلی‌شان حرف می‌زنند.

به پروفایل‌های لینکدین یا دیگر پروفایل‌های اعضای تیم در شبکه‌های اجتماعی لینک بدهید تا کارجو بتواند تصویری از فضای کار مطبوع با این افراد در ذهن خود ایجاد کند. عکس‌ها و ویدیوهای از دفتر کار اضافه کنید که نشان‌دهنده فرهنگ شرکت باشند.

نمودارهای اطلاعاتی و دیگر ابزار تصویری را اضافه کنید تا فرصت جای کار و اثرگذاری در شرکت به خوبی نمایان شود. در آخر، در هنگام

صفحه فرصت‌های شغلی تان، در واقع مرکز شبکه شغلی شما، و بهترین سازمان‌تان و محل اصلی برای برندسازی کارفرمایی شماست. از این مرکز می‌توانید به دیگر ابزار آنلاین، از جمله شبکه‌های اجتماعی (لینکدین، اینستاگرام، توییتر و ...) و نیز سایت‌های کاریابی (ایران‌تلنت، جابینجا، کاربوم، جاب ویژن و ...) دسترسی پیدا کنید.

صفحه فرصت‌های شغلی شما از طرفی مقصد مناسبی است که می‌توانید کارمندان بالقوه خود را به سمت آن هدایت کنید تا اطلاعات بیشتری درباره سازمان‌تان به دست بیاورند؛ می‌توانید از شبکه‌های اجتماعی، ایمیل و پیام‌های متنی، آگهی‌های شغلی، نظرات و پاسخ‌هایی که در هر قسمت از وب منتشر می‌کنید (هر زمان که مناسب بود) و تمام ارتباطات مربوط دیگر با کارمندان بالقوه، آنها را به صفحه فرصت‌های شغلی تان ارجاع دهید.

صفحه فرصت‌های شغلی شما، در پیشرفته‌ترین شکل خود، می‌تواند تجربه‌ای غنی و چندرسانه‌ای از برند شما بسازد. علاوه بر این، صفحه فرصت‌های شغلی شما ممکن است اولین برخورد یک کارمند بالقوه با سازمان‌تان باشد. به همین دلیل باید وبسایت جذاب، تأثیرگذار و درگیرکننده داشته باشید.

اصول مربوط به صفحه فرود (Landing page)

قبل از هر کاری ابتدا باید صفحه اول یا همان صفحه فرود فرصت‌های شغلی را طراحی کنید. در ادامه به برخی از اصول آن اشاره می‌کنیم.

طراحی جذاب و تأثیرگذار؛ می‌توانید طراحی صفحه فرصت‌های شغلی تان را براساس طراحی وبسایت شرکت خودتان انجام دهید تا یکپارچگی برند شما حفظ شود، اما طراحی را به شکلی تغییر دهید تا برای افراد مستعدی که قصد جذب‌شان را دارید، جذاب به نظر برسد.

یک بیانیه چشم‌انداز و شعار جذاب متقاعدکننده؛ یک عبارت کوتاه و گیرا یا یک جمله بنویسید که به روشنی و به طور خلاصه به کاندیداها می‌گوید چرا باید سازمان شما را برای کار انتخاب کنند. اعلان چشم‌انداز یا شعار جذاب باید کنجکاو ایجاد کند، برانگیزاننده اشتیاق و غرور باشد و بازدیدکنندگان را ترغیب به ادامه بازدید از سایت کند. در هنگام تهیه اعلان چشم‌انداز یا شعار جذاب درباره رقبای خود تحقیق کنید. ممکن است شرکت شما «دنیایی از فرصت‌ها» باشد، اما چندین شرکت دیگر هم در فضای کاری شما همین ادعا را دارند. تلاش کنید متفاوت باشید.

بنر یا عکس‌هایی که منعکس‌کننده فرهنگ شرکت و کارکنان شما باشند؛ بنر سایت می‌تواند یک عکس از یک فضای کار معمولی باشد که افراد را در حال کار کردن در محیطی خلاق و جالب یا یک دفتر رسمی نشان می‌دهد. به عنوان نمونه، بنر موجود در صفحه مشاغل یک شرکت، مردی را نشان می‌دهد که پیراهنش روی شلوارش قرار دارد و روی یک صندلی راحتی نشسته است؛ در حالی که زنی در گوشه تصویر در حال راه رفتن به همراه سگ خود است. این تصویر حس سرگرمی، خلاقیت و راحتی را القا می‌کند.

از عکس‌های کارمندان واقعی استفاده کنید. عکس‌های از پیش آماده بلافاصله کاندیداها می‌کند که می‌خواهند فرهنگ شما را ببینند، منصرف می‌کند.

فهرستی از مشاغلی که در حال حاضر موجود هستند؛ تلاشی‌هایی که در حوزه برند کارفرمایی تان انجام داده‌اید، هم کاندیداها را فعال و هم کاندیداها را منفعل را به سمت صفحه فرصت‌های شغلی تان هدایت خواهد کرد. فهرست مشاغل موجودتان یا ابزاری برای هدایت به سمت این فهرست را به شکلی که به راحتی قابل مشاهده باشد در صفحه فرود قرار دهید.

مسیریابی آسان؛ باید بدانید کارکنان بالقوه درباره چه موقعیت‌های شغلی در سازمان شما بیشترین اطلاعات را لازم است داشته باشند و ترتیبی بدهید که دریافت این اطلاعات برای آنها آسان باشد. به عنوان نمونه، می‌توانید یک نوار مسیریابی در بالای وبسایت تعبیه کنید که حاوی لینک به صفحاتی باشد که کارکنان بالقوه می‌توانند موقعیت‌های شغلی موجود، بخش‌ها، مکان‌ها و اطلاعات درباره فرهنگ سازمان‌تان را در آنها ببینند.

طراحی مناسب برای موبایل؛ با توجه به محبوبیت فزاینده استفاده از وب بر روی تلفن‌های همراه، کاربران عادت بیشتری به بالا و پایین

تهیه شرح مشاغل، خودتان را تصور کنید که می‌خواهید این شغل را به کاندیدای ایده‌آل بفروشید.

تسهیل فرآیند ارسال درخواست

برای یکی از مشاغلی که روی سایت‌تان فهرست کرده‌اید درخواست ارسال کنید. این کار چقدر طول کشید؟ این تجربه تا چه حد برای تان لذت‌بخش بود؟ آیا درباره وضعیت درخواست‌تان به شما اطلاع‌رسانی شد؟ اگر پاسخی دریافت کردید، این پاسخ شخصی‌سازی شده بود یا مشخص بود که از یک قالب از پیش آماده استفاده شده است؟ ارسال درخواست برای مشاغل خودتان راه بسیار مناسبی برای درک تجربه ارسال درخواست است. این کار می‌تواند چشمان شما را باز کند و به شما نشان دهد چرا میزان درخواست‌های ارسالی بسیار پایین است.

محتوا را برای موبایل بهینه کنید. بررسی فرم درخواست را برای کاربران موبایل آسان‌تر کنید. از فضای سفید استفاده کنید. جمله‌های تان را کوتاه بنویسید. تعداد کلمه‌های تان را بیش از حد بالا نبرید. در هنگام آماده کردن متن برای وبسایت مشاغل‌تان، این موارد را به خاطر داشته باشید.

فرآیند ارسال درخواست را بازرسی کنید. با استفاده از ابزاری مانند گوگل آنالیتیکس، متوجه شوید ارسال‌کنندگان درخواست در کدام مرحله از ادامه کار منصرف می‌شوند و تلاش‌های تان را در آن مرحله متمرکز کنید. در همین حین، مراحل غیرضروری و جاهای خالی غیرضروری را نیز از فرم درخواست حذف کنید. انتظارات را مدیریت کنید. از ابتدا به ارسال‌کننده درخواست بگویید بررسی درخواست او معمولاً چقدر زمان نیاز دارد و این فرآیند به چه صورتی انجام می‌شود. شاید بهتر باشد که در ایمیل ارسالی به متقاضی شغل یک بخش با عنوان «سوالات پرتکرار» اضافه شود تا با کلیک بر روی آن بتواند هر آنچه در ذهن او در قالب سؤال شکل می‌گیرد، پاسخ داده شود؛ مثلاً می‌خواهد بداند که زمان انتظار برای دریافت پاسخ از سوی کارفرما چقدر است؟ با بررسی و دیدن پاسخ سؤال‌ها می‌تواند مدت زمان انتظار را بفهمد.

بازخورد بدهید. به ارسال‌کنندگان درخواست بگویید در کدام مرحله از فرآیند درخواست قرار دارند و چه مسیری را تا پایان باید طی کنند. بعد از ارسال درخواست، یک پیام «تأیید» ارسال کنید و به آنها بگویید کی می‌توانند منتظر پاسخ باشند.

شخصی‌سازی نامه‌های پاسخ‌تان

تصویر اضافه کنید. بیشتر ایمیل‌های استخدامی تنها از متن تشکیل می‌شوند که جذابیت چندانی ندارد. یک تصویر رنگی یا نشان شرکت در بالای ایمیل اضافه کنید و یک یا دو تصویر جالب یا سرگرم‌کننده را نیز در میان متن قرار دهید.

یک دید کلی از فرآیند استخدام ارائه کنید. نیازی نیست حجم درخواست‌ها، نحوه ارزیابی آنها، فرآیند مصاحبه و چارچوب زمانی پنهان باشد.

به کاندیداها بگویید کی می‌توانند منتظر پاسخ شما باشند. می‌توانید به سادگی با مدیریت انتظارات، اضطراب را تا حد زیادی کاهش دهید. اگر ارسال‌کنندگان درخواست بدانند قرار نیست تا شش هفته آینده پاسخی دریافت کنند، شما را بهتر درک خواهند کرد و صبوری بیشتری خواهند داشت.

بیش از حد رسمی نباشید. از طنز مناسب یا دیگر شیوه‌ها استفاده کنید تا با ارسال‌کننده درخواست در سطحی شخصی‌تر ارتباط برقرار کنید و تنش‌های موجود را از بین ببرید. هدف‌تان را تغییر تعادل لحن از حرفه‌ای به سمت شخصی قرار دهید.

ترتیبی بدهید ارسال‌کنندگان درخواست بیکار نباشند. لینکی برای بررسی وضعیت درخواست و لینک‌هایی به شبکه‌های اجتماعی که محتوای اضافی مربوط به مشاغل را در آنها ارسال می‌کنید قرار دهید. کاندیداها همیشه از خودشان می‌پرسند «چه کار دیگری می‌توانم انجام دهم؟» انجام این کار به آن سؤال پاسخ می‌دهد.

سخن پایانی

در آخر هم پیشنهاد ما این است که صفحه فرصت‌های شغلی شما فارسی باشد، حتی اگر از نرم‌افزارهای مدیریت استخدام به زبان انگلیسی استفاده می‌کنید. شرح شغل‌ها را فارسی بنویسید، ولی برای اپلای کردن و وارد کردن اطلاعات شخصی، به نرم‌افزار مدیریت استخدام ارجاع دهید.

منبع: techrasa.com

۶ اشتباهی که شرکت‌ها را به نابودی می‌کشاند



البته، در سال ۲۰۱۶ شرکت اچ‌ام‌دی گلوبال (HMD Global) بخش تلفن همراه نوکیا را از مایکروسافت خرید. این شرکت فنلاندی که در حوزه تلفن همراه فعالیت می‌کند، در سال ۲۰۱۶ توسط مدیران اجرایی سابق نوکیا تأسیس شده بود. مدیران جدید بخش تلفن همراه نوکیا از اشتباهات قبلی خودشان درس گرفتند و به استفاده از سیستم‌عامل اندروید در گوشی‌های همراه روی آوردند.

دودستی تقدیم کردن انقلابی‌ترین فناوری به اپل زیراکس (Xerox) شرکت تولیدکننده پرینتر است. یکی از اولین نمونه‌های کامپیوتر شخصی (PC) در زیراکس ساخته شد، اما بعدها این شرکت اپل بود که کامپیوتر شخصی را روانه بازار کرد.

تصور کنید یکی از بزرگترین اختراعات تاریخ فناوری را در دست دارید و چون نمی‌دانید دقیقاً چه چیزی در دست شماست، آن را کنار بگذارید. شرکت زیراکس دقیقاً این کار را با کامپیوتر زیراکس آلتو (Xerox Alto) انجام داد. بعد از این تصمیم، طی ۱۸ ماه، ۸۵درصد از ارزش بلاکباستر از دست رفت و طی سه سال بلاکباستر ورشکست شد.

نتفلیکس رشد کرد و سریرال‌های اصل مثل House of Cards، BoJack Horseman، و Daredevil را به‌طور اختصاصی پخش کرد. این پلتفرم بیش از ۸۳ میلیون دنبال‌کننده از سراسر جهان دارد و توانست سلیقه مردم در سرگرمی‌ها را تغییر دهد.

یک اشتباه محاسباتی کوچک برای ناسا ۱۲۵ میلیون دلار هزینه به همراه داشت. قبل از ظهور گوگل، آیا از تبدیل واحد فوت به متر یا اینچ به سانتی‌متر خسته شده بودید؟ فکر می‌کنید کار سختی بود؟ Lockheed Martin یک کالوشگر مریخ که شرکت لاکهید مارتین (Lock Martin) برای ناسا طراحی کرده بود، به علت یک خطای ساده ریاضی در فضا از دست رفت. مهندسان در شرکت لاکهید مارتین و کارمندان ناسا از سیستم‌های واحدی متفاوتی استفاده می‌کردند.

این عدم تطابق باعث شد اطلاعات ناوبری فضایی به سفینه نرسد و باعث اشکال در عملکرد فضاپیمای ۱۲۵ میلیون دلاری شود. در حالی که تلاش می‌شد کالوشگر روی مدار اطراف مریخ قرار بگیرد، اما بعد از ۲۸۶ روز سفر برای ناسا همیشه از بین رفت. فرصت‌های زیادی برای از بین بردن خطاها وجود داشت؛ اما از آنها استفاده نشد.

نوکیای افسانه‌ای به تاریخ پیوست شرکت نوکیا (Nokia) استفاده از سیستم‌عامل اندروید را در گوشی‌های خود رد کرد. نوکیا، یکی از معروف‌ترین برندهای قرن ۲۰ و حتی دهه اول قرن ۲۱ بود. این شرکت در سال ۲۰۰۷ توانسته بود ۵۱درصد سهم بازار را در صنعت گوشی همراه به دست آورد و به بازیگر کلیدی این صنعت تبدیل شود. امروزه اما ذکر نام نوکیا، تنها خاطر‌ها را زنده می‌کند.

شروع سقوط نوکیا به سال ۲۰۱۰ برمی‌گردد؛ وقتی که مدیرعامل نوکیا، آنسی وانجوکی (Anssi Vanjoki)، ایده گوگل برای سیستم‌عامل اندروید را نادیده گرفت. نوکیا در آن زمان سیستم‌عامل خودش به نام سیمبین (Symbian) را داشت. بعد از انتشار اولین آیفون (iPhone) در سال ۲۰۰۷، تیم توسعه نرم‌افزار نوکیا فهمید که آیفون تهدیدی برای آنها حساب می‌شود. به همین خاطر دو تیم برای کار کردن روی نرم‌افزار انتخاب شدند. تیم اول تلاش می‌کرد سیمبین را اصلاح کند و تیم دیگر در حال ساخت یک سیستم‌عامل کاملاً جدید به نام می‌گو (MeeGo) بود. مشکل اصلی این بود که دو تیم در جنگ بودند تا بتوانند نظر مدیران رده‌بالای نوکیا جلب کنند، چون خطر از دست دادن شغل‌شان را حس می‌کردند. به همین علت متوجه شدند که در داخل شرکت وجود داشت. این اتفاق باعث شده بود که حتی شرکای‌شان هم مثل کارخانه تولید چپ الکترونیک (کوالکام) شکایت داشته باشند. زیرا نمی‌توانستند به سرعت از فرصت‌هایی که در اختیارشان گذاشته می‌شد استفاده و در زمان مناسب تصمیم‌گیری کنند.

در دنیای فناوری، زمان عامل بسیار مهمی است. رقبای نوآور برای کسی صبر نمی‌کنند. راه‌حل منطقی برای نوکیا، استفاده از سیستم‌عامل اندروید بود. نوکیا می‌توانست از سیستم‌عامل منبع باز (Open Source) اندروید استفاده کند و آن را با سخت‌افزار خودش ترکیب کند تا در کمترین زمان و با حداقل هزینه، زمان از دست رفته را بازگرداند. مدیرعامل نوکیا تصمیم گرفت اندروید را انتخاب نکند و آن را راه‌حل کوتاه‌مدت نامید.

نوکیا همچنان روی نرم‌افزار خودش کار می‌کرد. آنها سالانه ۵ میلیارد دلار برای تحقیق و توسعه (R&D) و رفع یک مشکل هدر دادند، اما فایده‌ای نداشت. با گذشت زمان، گوشی‌های موبایل آیفون و اندروید بازار را تسخیر کردند. تا جایی که سهم بازار نوکیا بسیار کم شد. بعد از این در سال ۲۰۱۳، بخش گوشی‌های همراه نوکیا توسط مایکروسافت خریداری شد. مایکروسافت نتوانست دوباره باعث رشد این شرکت افسانه‌ای شود. به این ترتیب مایکروسافت ۲/۷ میلیارد دلار برای نجات برند گوشی‌های نوکیا هزینه کرد، اما تأثیری نداشت و گوشی‌های نوکیا به تاریخ پیوستند.

نکته اخلاقی داستان این است که به سمت نوآوری حرکت کنید و نگذارید غرورتان در تصمیم‌گیری‌های‌تان تأثیر بگذارد.

سابق نتفلیکس، بلاکباستر به آنها توجهی نداشتند و حتی آنها را مورد تمسخر قرار می‌دادند، اما این انتهای داستان آنها نیست. در سال ۲۰۰۷

بلاکباستران در مسیر درست قرار داشت. آنها به خوبی بر بازار ویدئوهای اجاره‌ای تسلط داشتند و بخش فیلم اینترنتی خود را هم پیش می‌بردند که آینده بازار بود.

نتفلیکس همچنان مبارزه می‌کرد و مدیران ارشد آن تمایل به فروش این شرکت به بلاکباستر داشتند. در آن زمان بلاکباستر رشد بسیار زیادی داشت، از این رو پیشنهاد نتفلیکس را نپذیرفت.

بعدها در اتفاق عجیبی در سال ۲۰۰۷، هیأت‌مدیره بلاکباستر به اختلاف نظر رسیدند و مدیرعامل آن عوض شد. مدیرعامل جدید، جیم کیسز (James Keyes) بود. او طرز تفکر سنتنی داشت و فکر می‌کرد

بلاکباستر به جای سرگرمی باید یک کسب‌وکار خرده‌فروشی باشد. به همین علت او ارزش بخش آنلاین را نادیده گرفت و اشتباه بسیار بزرگی انجام داد. بعد از این تصمیم، طی ۱۸ ماه، ۸۵درصد از ارزش بلاکباستر از دست رفت و طی سه سال بلاکباستر ورشکست شد. نتفلیکس رشد کرد و سریرال‌های اصل مثل House of Cards، BoJack Horseman، و Daredevil را به‌طور اختصاصی پخش کرد. این پلتفرم بیش از ۸۳ میلیون دنبال‌کننده از سراسر جهان دارد و توانست سلیقه مردم در سرگرمی‌ها را تغییر دهد.

یک اشتباه محاسباتی کوچک برای ناسا ۱۲۵ میلیون دلار هزینه به همراه داشت. قبل از ظهور گوگل، آیا از تبدیل واحد فوت به متر یا اینچ به سانتی‌متر خسته شده بودید؟ فکر می‌کنید کار سختی بود؟ Lockheed Martin یک کالوشگر مریخ که شرکت لاکهید مارتین (Lock Martin) برای ناسا طراحی کرده بود، به علت یک خطای ساده ریاضی در فضا از دست رفت. مهندسان در شرکت لاکهید مارتین و کارمندان ناسا از سیستم‌های واحدی متفاوتی استفاده می‌کردند.

این عدم تطابق باعث شد اطلاعات ناوبری فضایی به سفینه نرسد و باعث اشکال در عملکرد فضاپیمای ۱۲۵ میلیون دلاری شود. در حالی که تلاش می‌شد کالوشگر روی مدار اطراف مریخ قرار بگیرد، اما بعد از ۲۸۶ روز سفر برای ناسا همیشه از بین رفت. فرصت‌های زیادی برای از بین بردن خطاها وجود داشت؛ اما از آنها استفاده نشد.

نوکیای افسانه‌ای به تاریخ پیوست شرکت نوکیا (Nokia) استفاده از سیستم‌عامل اندروید را در گوشی‌های خود رد کرد. نوکیا، یکی از معروف‌ترین برندهای قرن ۲۰ و حتی دهه اول قرن ۲۱ بود. این شرکت در سال ۲۰۰۷ توانسته بود ۵۱درصد سهم بازار را در صنعت گوشی همراه به دست آورد و به بازیگر کلیدی این صنعت تبدیل شود. امروزه اما ذکر نام نوکیا، تنها خاطر‌ها را زنده می‌کند.

شروع سقوط نوکیا به سال ۲۰۱۰ برمی‌گردد؛ وقتی که مدیرعامل نوکیا، آنسی وانجوکی (Anssi Vanjoki)، ایده گوگل برای سیستم‌عامل اندروید را نادیده گرفت. نوکیا در آن زمان سیستم‌عامل خودش به نام سیمبین (Symbian) را داشت. بعد از انتشار اولین آیفون (iPhone) در سال ۲۰۰۷، تیم توسعه نرم‌افزار نوکیا فهمید که آیفون تهدیدی برای آنها حساب می‌شود. به همین خاطر دو تیم برای کار کردن روی نرم‌افزار انتخاب شدند. تیم اول تلاش می‌کرد سیمبین را اصلاح کند و تیم دیگر در حال ساخت یک سیستم‌عامل کاملاً جدید به نام می‌گو (MeeGo) بود. مشکل اصلی این بود که دو تیم در جنگ بودند تا بتوانند نظر مدیران رده‌بالای نوکیا جلب کنند، چون خطر از دست دادن شغل‌شان را حس می‌کردند. به همین علت متوجه شدند که در داخل شرکت وجود داشت. این اتفاق باعث شده بود که حتی شرکای‌شان هم مثل کارخانه تولید چپ الکترونیک (کوالکام) شکایت داشته باشند. زیرا نمی‌توانستند به سرعت از فرصت‌هایی که در اختیارشان گذاشته می‌شد استفاده و در زمان مناسب تصمیم‌گیری کنند.

در دنیای فناوری، زمان عامل بسیار مهمی است. رقبای نوآور برای کسی صبر نمی‌کنند. راه‌حل منطقی برای نوکیا، استفاده از سیستم‌عامل اندروید بود. نوکیا می‌توانست از سیستم‌عامل منبع باز (Open Source) اندروید استفاده کند و آن را با سخت‌افزار خودش ترکیب کند تا در کمترین زمان و با حداقل هزینه، زمان از دست رفته را بازگرداند. مدیرعامل نوکیا تصمیم گرفت اندروید را انتخاب نکند و آن را راه‌حل کوتاه‌مدت نامید.

نوکیا همچنان روی نرم‌افزار خودش کار می‌کرد. آنها سالانه ۵ میلیارد دلار برای تحقیق و توسعه (R&D) و رفع یک مشکل هدر دادند، اما فایده‌ای نداشت. با گذشت زمان، گوشی‌های موبایل آیفون و اندروید بازار را تسخیر کردند. تا جایی که سهم بازار نوکیا بسیار کم شد. بعد از این در سال ۲۰۱۳، بخش گوشی‌های همراه نوکیا توسط مایکروسافت خریداری شد. مایکروسافت نتوانست دوباره باعث رشد این شرکت افسانه‌ای شود. به این ترتیب مایکروسافت ۲/۷ میلیارد دلار برای نجات برند گوشی‌های نوکیا هزینه کرد، اما تأثیری نداشت و گوشی‌های نوکیا به تاریخ پیوستند.

نکته اخلاقی داستان این است که به سمت نوآوری حرکت کنید و نگذارید غرورتان در تصمیم‌گیری‌های‌تان تأثیر بگذارد.

مترجمان:زهرا اشرفی /محمد ایزدی

در بیشتر موارد افراد داستان موفقیت شرکت‌های بزرگ را می‌خوانند، اما درباره بزرگترین شکست‌ها چطور؟ کدام اشتباهات باعث نابودشدن شرکت‌ها شده است؟ چرا بسیاری از شرکت‌های بزرگ با از دست دادن فرصت‌ها، میلیون‌ها دلار ضرر کرده‌اند؟

در این مقاله قصد داریم به شش مورد از بزرگترین اشتباهات شرکت‌هایی بپردازیم که باعث شکست آنها شده است. توجه به درآمد بدون نگاه به پتانسیل بازار

کدک (Kodak) اولین دوربین عکاسی دیجیتال را در سال ۱۹۷۵ تولید کرد. این شرکت سال‌ها پیشرو در تولید تجهیزات عکاسی بود. نخستین تصاویر مربوط به فرود انسان بر کره ماه توسط دوربین‌های همین شرکت ثبت شد. وقتی فناوری چشم‌انداز یک صنعت را تغییر می‌دهد،

بعضی از کسب‌وکارها از این فرصت استفاده کرده و موفق می‌شوند، ولی باقی همان مسیر قدیمی را طی می‌کنند تا زمانی که دیگر برای تغییر دیر شده باشد. این موضوع برای کدک در تولید دوربین عکاسی دیجیتال رخ داد. در واقع کدک حق امتیاز اولین دوربین دیجیتال عکاسی را در سال ۱۹۷۵ به دست آورد. این دوربین با یک نوار کاست مغناطیسی، عکس‌هایی با حجم حدود ۱۰۰ کیلوبایت را ذخیره می‌کرد، اما این شرکت به جای اینکه روی تکنولوژی جدیدش تمرکز کند، تلاش کرد همان نوار فیلم‌های عکاسی قدیمی را بفرشدد و درآمد زیادی به دست آورد.

کدک باعث شد تکنولوژی عکاسی رشد کند، اما خودش پتانسیل آن را نفهمید. حتی زمانی که بازار به سمت دوربین‌های دیجیتال می‌رفت؛ این شرکت همچنان روی دوربین‌های عکاسی و فیلم‌برداری قدیمی تمرکز داشت. در نهایت وقتی کدک به سمت بازار دیجیتال رفت، فروش کمی از دوربین‌های دیجیتال داشت. کدک نمی‌توانست به قدری فروش کند که از رقبا پیشی بگیرد؛ زیرا آنها زودتر پتانسیل دوربین‌های دیجیتال را فهمیده بودند. این اشتباه کدک باعث شد که در مدت یک سال بیش از ۲۰۰ میلیون دلار از دست بدهد.

نکته داستان کدک این است که در دنیای کسب‌وکار همیشه حواس‌تان به بازار باشد و به روندهای آینده واکنش نشان دهید. اگر این کار را نکنید ممکن است همه چیز به ضرر شما تمام شود. از دست دادن فرصت خرید گوگل به قیمت کمتر از یک میلیون شرکت اکسایت (Excite) می‌توانست گوگل را کمتر از یک میلیون دلار بخرد. در سال ۱۹۹۹ اکسایت دومین موتور جست‌وجو بعد از یاهو بود. در آن زمان گوگل معروف نبود. لری پیج (Larry Page)، مدیرعامل (CEO) سابق گوگل، پیشنهاد داد که گوگل را به مبلغ ۷۵۰ هزار دلار به اکسایت بفروشند. طبق گفته جورج بل (George Bell)، مدیرعامل وقت اکسایت، ۷۵۰ هزار دلار، تنها ۱درصد از ارزش اکسایت در آن زمان بود.

پس دلیل به نتیجه نرسیدن این معامله نمی‌توانست مشکل مالی باشد. اگر معامله صورت می‌گرفت اکسایت جایگزین تمام فناوری‌های جست‌وجوی گوگل می‌شد و الان اسم این شرکت را به جای گوگل می‌شنیدیم. جورج فکر می‌کرد که این مبلغ بسیار بالاست، به همین خاطر این پیشنهاد را رد کرد. اکسایت سال ۲۰۰۴ در نهایت توسط اسک

جیوز (Ask Jeeves) یا همان Ask.com امروزی خریداری شد. در آن زمان اکسایت کمتر از ۲درصد از سهم بازار موتورهای جست‌وجو را داشت. گوگل امروزه به عنوان بزرگترین موتور جست‌وجوی جهان شناخته می‌شود و روزانه بیش از ۵/۳ میلیارد جست‌وجو را پردازش می‌کند. این شرکت در سال ۲۰۱۶، ۱۴۷ میلیارد دلار سرمایه داشته که بیش از ۱۹۶ هزار برابر قیمتی است که اکسایت می‌توانست بپردازد.

دست‌کم گرفتن رقبا در بازار فیلم و سریال

بلاکباستر (Blockbuster) شرکتی در زمینه اجاره ویدئو و بازی‌های ویدئویی بود. این شرکت فرصت خرید نتفلیکس (Netflix) را از دست داد. اواسط دهه ۸۰ تا اوایل دهه ۹۰ میلادی، نوارهای وی‌اچ‌اس (VHS) خیلی پرطرفدار بودند. مشکل از جایی شروع شد که قیمت نوارهای وی‌اچ‌اس برای هر فیلم افزایش یافت و به ۹۷ دلار رسید. به همین دلیل فروشگاه‌های اجاره فیلم مثل بلاکباستر به وجود آمدند تا این مشکل را حل کنند. آنها بهترین راه‌حل را در زمان مناسب که نیاز بازار بود، ارائه دادند. میلیون‌ها نفر در سراسر دنیا در تعطیلات آخر هفته از آنها نوار وی‌اچ‌اس اجاره می‌کردند.

در نهایت پلتفرم‌های نمایش آنلاین ویدئو مثل نتفلیکس و هولو (Hulu) و حتی پاتلاکسر (Putlocker)، بازار را در اختیار گرفتند و مردم دیگر علاقه‌ای به اجاره نوارهای وی‌اچ‌اس نداشتند. در سال ۲۰۰۰ نتفلیکس پیشنهاد داد که بخش آنلاین بلاکباستر را مدیریت کند و بلاکباستر می‌توانست نتفلیکس را به عنوان بخشی از خود داشته باشد. نتفلیکس در آن زمان روی پست کردن نوارهای دی‌وی‌دی (DVD) تمرکز داشت.

طبق یک مصاحبه با بری مک‌کارتی (Barry McCarthy)، مدیرعامل



رهبری

۵ عادت رفتاری رهبران موفق؛ این عادت‌ها برخلاف چیزی هستند که تصور می‌کنید

اصلا جای تعجب نیست که تعداد کمی از رهبران، این اصول را تمرین می‌کنند؛ چراکه اغلب، برداشت اشتباهی از آنها صورت می‌گیرد. حتما می‌دانید که تواضع و فروتنی، یکی از صفاتی است که وجود آن در مدیران و رهبران کاری بسیار حائز اهمیت است، اما این لغت در افراد مختلف، اثرات متفاوتی دارد بنابراین در اکثر مواقع، تصور اشتباهی از آن صورت می‌گیرد. برخی تصور می‌کنند که تواضع در مدیران، به معنای عدم اعتماد به نفس یا ترسو بودن است. برخی نیز بر این باورند که نگرش نرم این صفات اخلاقی باعث می‌شود که در سختی و خشونت فضای کسب و کار دوام نیاورند.

که البته این حرف، با حقیقت فاصله زیادی دارد.

این لغت برای اولین بار در کتاب Good to Great نوشته جیم کالینز، توجه بسیاری را به خود جلب کرد. کالینز دریافت که در وجود برخی رهبران، ترکیب متناقضی از اراده حرفه‌ای شدید و فروتنی شخصی مغرط دیده می‌شود. این افراد با لغت «فروتن» توصیف می‌شوند؛ نیروی عزم و اراده این افراد می‌تواند تمرکز را از مسائل حاشیه‌ای برداشته و آن را روی مسائل بااهمیتی که به شناخت همکاری دیگران منجر می‌شود، قرار دهد. آنها با استفاده از این روحیه می‌توانند به طور مستمر به نتایج موردنظر خود برسند.

برونا مارتینوژی، مدیر Clarion Enterprises و نویسنده کتاب The Leader as a Mench می‌گوید: «به همان آدمی تبدیل شوید که دیگران می‌خواهند از او پیروی کنند.» در ادامه با پنج عادت رفتاری آشنا می‌شوید که فروتنی را در افراد ایجاد می‌کند.

۱. از حرف زدن بیش از اندازه پرهیز کنید
اجازه دهید که سنایر افراد نیز در معرض توجه و تماشای عموم قرار بگیرند. به یاد داشته باشید که قدرت رهایی‌سازی ویژه‌ای در این استراتژی نهفته است.
۲. سه لغت جادویی

برای رسیدن به نتایج بهتر و دستیابی سریع‌تر به آنها از این عبارت استفاده کنید: «حق با شماست.»
۳. کنترل رفتار خود را از دست ندهید

اگر به اشتباه در مسیر موعظه کردن دیگران افتاده‌اید و یا اینکه به دیگران می‌گویید که دقیقاً چه کارهایی را انجام دهند، پس وقت آن فرا رسیده که رفتار خود را زیر ذره بین قرار دهید. آیا تحمیل عقیده و نقطه نظر خودتان باعث نادیده گرفتن مصلحت و احتیاط نخواهد شد؟ فکر نمی‌کنید که اصلاح رفتار دیگران به نوعی بازتاب‌دهنده نیازهای خود شماست؟

۴. از همتایان خود نتایج را بپرسید

آیا از نتایج عملکرد خود در مسیر رهبری بی‌اطلاع هستید؟ پس بپرسید. برای پرسیدن سوال «عملکرد من چگونه است؟» به تواضع نیاز دارید و حتی برای شنیدن پاسخ نیز باید تواضع به خرج دهید.

۵. یک نمونه را برای خود در نظر بگیرید

برای ترغیب شدن به انجام تمرین‌های تواضع، هیچ راهی بهتر از تمرین آنها وجود ندارد. هر زمان که اعتبارات به دست آمده در موفقیت را با دیگران به اشتراک بگذارید، در واقع این اخلاق را تقویت کرده‌اید.

زمانی که ما رویکرد فروتنانه را در پیش بگیریم، اتفاقات جالبی رخ خواهند داد که درج‌های را به سوی دستاوردهای ممکن باز می‌کند. ما ذهن باز و کنجکاوی را به جای حفاظت از نقطه نظرات خود انتخاب می‌کنیم. با تمرین‌های تواضع، تمایل ما به یادگیری از دیگران بیشتر می‌شود. بی‌نقص بودن را کنار می‌گذاریم و تلاش می‌کنیم که در لحظه زندگی کنیم. اعمال این روش‌ها همچنین در تقویت ارتباطات نیز نقش اساسی دارد، علاوه بر اینکه اضطراب را کاهش داده و باعث افزایش اعتماد به نفس متقابل می‌شود.

مسلط شدن به فروتنی، مزایای رقابتی شفاف و روشنی را دربر دارد.

منبع: INC/ucan

اینستاگرام در آندزایی اینفلوئنسرها از طریق افیلیت مارکتینگ را ممکن می‌کند

اینستاگرام در ماه‌های گذشته به چندین ویژگی جدید مانند «Live Rooms» مجهز شده، با این حال سازنده این شبکه اجتماعی همچنان روی قابلیت‌های جدید کار می‌کند. انتظار می‌رود اینستاگرام در آینده یک برنامه همکاری در فروش یا افیلیت مارکتینگ (Affiliate) ارائه و بلاک کردن کلمات در پیام‌های دایرکت را ممکن کند.

یکی از توسعه‌دهندگان اندروید به نام «الساندرو پالوزی» چندین اسکریپت‌شات از این شبکه اجتماعی منتشر کرده که برخی از ویژگی‌هایی که در آینده به آن اضافه می‌شوند را به نمایش می‌گذارند. یکی از این اسکریپت‌شات‌ها به یک برنامه افیلیت مارکتینگ اشاره دارد که از طریق آن، اینفلوئنسرها می‌توانند از محتوای تولیدی یعنی پست‌ها و استوری‌ها درآمدزایی کنند.

تنظیمات این برنامه در بخش «Creator» این اپ به نمایش گذاشته می‌شود و کاربران می‌توانند با چندین مرحله ساده در آن ثبت نام کنند. با این وجود شاید از همان ابتدا تمام کاربران به آن دسترسی پیدا نکنند.

اینستاگرام علاوه بر این برنامه، روی تنظیمات کنترل محتوای جدیدی هم کار می‌کند که به کاربران اجازه می‌دهد کلیدواژه‌های خاصی را در پیام‌های دایرکت مسدود کنند. این تنظیمات در بخش حریم خصوصی قابل دسترس خواهد بود و کاربران می‌توانند کلیدواژه‌های موردنظرشان را به آن اضافه کنند. با افزودن این کلمات، اینستاگرام به طور خودکار تمام پیام‌های دایرکت حاوی آنها را مسدود می‌کند. در تنظیمات این ویژگی کاربران می‌توانند آن را برای تمام افراد یا برخی حساب‌ها فعال کنند.

مدیرعامل شرکت گاز استان گیلان:

استفاده از نرم افزارهای به روز، در جهت تسهیل خدمات و رضایت حداکثری مردم

رشت - خبرنگار فرصت امروز: با گسترش روزافزون استفاده از تلفن های هوشمند در جامعه، باید با ارائه نرم افزاری شایسته و مناسب، رضایت حداکثری مردم عزیز را به دست آوریم.

به گزارش روابط عمومی گاز گیلان، پنجمین جلسه رسیدگی به شکایات شرکت گاز استان گیلان با حضور اعضای کمیته و همچنین رؤسای همه ادارات گاز شهرستان از طریق ارتباط ویدئویی برگزار شد و درخصوص بررسی درخواست ها، شکایات و پیشنهادات واصله و مسائلی همچون گسترش خدمات قابل ارائه توسط اپلیکیشن شرکت بحث و تبادل نظر

بعمل آمد. حسین اکبر مدیرعامل شرکت گاز استان گیلان در جلسه رسیدگی به شکایات این شرکت بر اطلاع رسانی هرچه بیشتر درگاه های ارتباطی شرکت گاز تاکید کرد و از همه مسئولین و رؤسای شرکت گاز خواست تا با مکاتبه با سایر ادارات و نهادهای دولتی استان، زمینه آگاهی بخشی هرچه بیشتر در این زمینه فراهم شود. وی به روزرسانی مستمر و رفع اشکالات درگاه های مختلف شرکت به ویژه اپلیکیشن گاز (نرم افزار موبایلی) را ضروری دانست و اظهار داشت: با گسترش روزافزون استفاده از تلفن های هوشمند در جامعه، باید با ارائه نرم افزاری شایسته و مناسب، رضایت حداکثری مردم عزیز را به دست آوریم. اکبر در ادامه با بیان اینکه مدت زمان پاسخگویی به پیام های دریافتی در زمان مقرر (دو روز کاری)، حدود ۹۴ درصد بوده است، گفت: همه واحدها و ادارات شرکت گاز باید با همت مضاعف و همکاری شایسته، مدت زمان پاسخگویی به مشتریان و متقاضیان را کاهش دهند. وی در خاتمه با اشاره به پیام های وارد در خصوص مبلغ گازبها و نحوه محاسبه اجزاء صورتحساب گاز اظهار داشت: این طرح توسط هیئت وزیران تصویب و اجرایی شده و هدف از آن ترغیب کردن مشتریان به کم مصرف کردن است و نه جریمه کردن آن‌ها. همچنین در ابتدای این جلسه، گزارشی در خصوص پاسخگویی به پیام های دریافتی در یک ماه گذشته ارائه شد که بر این اساس از مجموع ۱۷۹ پیام ورودی، ۹۲ مورد مربوط به شکایات، ۷۷ مورد در خواسته، ۴ مورد مربوط به پیشنهادات و ۴ مورد اطلاع رسانی بوده است.

محمد حسینی تختی اعلام کرد:

بارگیری همزمان ۳ فروند کشتی صادراتی در بندر شهید باهنر

بندرعباس - خبرنگار فرصت امروز: مدیر بندر و دریانوردی شهید باهنر و شرق هرمزگان از رونق صادرات غیر نفتی در روزهای پایانی سال با بارگیری همزمان ۳ فروند کشتی خبر داد و گفت: با گسترش زیرساخت های لازم، بهره وری حداکثری از ظرفیت های موجود، طراحی و تبیین الگو مناسب بازاریابی، صادرات از بندر شهید باهنر و بندر شرق استان از روند رو به رشدی برخوردار است. به گزارش روابط عمومی بندر و دریانوردی شهید باهنر و شرق هرمزگان، "حمیدرضا محمدحسینی تختی" با بیان اینکه پراساس برنامه ریزی های صورت گرفته جهش صادرات کالای غیر نفتی در این بندر از روند رو به رشدی برخوردار شده اظهار داشت: با گسترش زیرساخت های لازم، بهره وری حداکثری از ظرفیت های موجود، طراحی و تبیین الگو مناسب بازاریابی، صادرات از بندر شهید باهنر و بندر شرق استان شتاب گرفته است. محمدحسینی تختی ضمن اشاره به صادرات یازده ماهه سال جاری از بندر شرق هرمزگان بیان داشت: بیش از یک میلیون و ۱۵۶ هزار تن کالای غیر نفتی و حدود ۱۱۹ هزار تن کالای نفتی طی ۱۱ ماهه سال ۹۹ از این بندر صادر شده که به ترتیب در کالاهای غیر نفتی ۹ و در بخش نفتی ۲۷ درصد رشد نسبی مدت مشابه سال گذشته به ثبت رسیده است. وی با اشاره به پهلوگیری همزمان سه کشتی جهت بارگیری کالاهای صادراتی در بندر شهید باهنر اظهارداشت: این کشتی ها از نوع قله بر و جنرال کارگو محموله هایی را شامل گوگرد، کرینات کلسیم، شیشه و مواد ساختمانی را به بازارهای هدف منتقل می کنند. محمدحسینی تختی بندرشهید با هنر را بندری چند منظوره با توانایی پذیرش انواع کشتی ها با کاربری جنرال کارگو، رورو (ویژه حمل خودرو) مسافری، قله بر، تانکر نفتی و انواع شناورهای کوچک و بزرگ سنتی دانست و گفت: با مطالعات راهبردی و بازاریابی و همراستا با آن توسعه زیرساختها دریایی و بندری و استفاده حداکثری از امکانات موجود خوشبختانه مشتریان جدید جذب و با اطمینان از ارائه خدمات مطلوب مبادلات تجاری خود را از طریق این بندر به بازارهای هدف صادر می کنند.



بندرعباس - خبرنگار فرصت امروز: مدیر بندر و دریانوردی شهید باهنر و شرق هرمزگان از رونق صادرات غیر نفتی در روزهای پایانی سال با بارگیری همزمان ۳ فروند کشتی خبر داد و گفت: با گسترش زیرساخت های لازم، بهره وری حداکثری از ظرفیت های موجود، طراحی و تبیین الگو مناسب بازاریابی، صادرات از بندر شهید باهنر و بندر شرق استان شتاب گرفته است. محمدحسینی تختی ضمن اشاره به صادرات یازده ماهه سال جاری از بندر شرق هرمزگان بیان داشت: بیش از یک میلیون و ۱۵۶ هزار تن کالای غیر نفتی و حدود ۱۱۹ هزار تن کالای نفتی طی ۱۱ ماهه سال ۹۹ از این بندر صادر شده که به ترتیب در کالاهای غیر نفتی ۹ و در بخش نفتی ۲۷ درصد رشد نسبی مدت مشابه سال گذشته به ثبت رسیده است. وی با اشاره به پهلوگیری همزمان سه کشتی جهت بارگیری کالاهای صادراتی در بندر شهید باهنر اظهارداشت: این کشتی ها از نوع قله بر و جنرال کارگو محموله هایی را شامل گوگرد، کرینات کلسیم، شیشه و مواد ساختمانی را به بازارهای هدف منتقل می کنند. محمدحسینی تختی بندرشهید با هنر را بندری چند منظوره با توانایی پذیرش انواع کشتی ها با کاربری جنرال کارگو، رورو (ویژه حمل خودرو) مسافری، قله بر، تانکر نفتی و انواع شناورهای کوچک و بزرگ سنتی دانست و گفت: با مطالعات راهبردی و بازاریابی و همراستا با آن توسعه زیرساختها دریایی و بندری و استفاده حداکثری از امکانات موجود خوشبختانه مشتریان جدید جذب و با اطمینان از ارائه خدمات مطلوب مبادلات تجاری خود را از طریق این بندر به بازارهای هدف صادر می کنند.

کمک رسانی بسیج برق منطقه ای خوزستان به مردم زلزله زده سی سخت

اهواز - ششم قاجانند: بسیج شرکت برق منطقه ای خوزستان با حضور در شهرستان زلزله زده سی سخت کهگیلویه و بویراحمد، به مردم این منطقه کمک رسانی کرد. بسیجیان این شرکت با همکاری حوزه بسیج شهید عباسپور صنعت آب و برق خوزستان، در قالب یک کاروان جهادی به منطقه زلزله زده سی سخت اعزام و به مردم زلزله زده کمک کردند. به گفته یعقوب دانشی فرمانده پایگاه مقاومت بسیج شرکت برق منطقه ای خوزستان، بسیجیان در این حضور وسایل گرمایشی و پتو، وسایل بهداشتی و بسته های غذایی قابل استفاده مانند کنسرو، به مردم منطقه زلزله زده سی سخت اهدا کردند. این اقدام در راستای مسئولیت اجتماعی و کمک های انسان دوستانه شرکت برق منطقه ای خوزستان صورت گرفته که در حوادث مشابه قبلی نیز انجام شده است. بر اساس این گزارش، امور بهره برداری ناحیه کهگیلویه و بویراحمد یکی از نواحی ده گانه بهره برداری شرکت برق منطقه ای خوزستان بوده و رضازاده مدیر این ناحیه در کمک رسانی به زلزله زدگان سی سخت نقش موثری داشته است.



حضور رئیس اداره گاز شهرستان گالیکش در مراسم متمرکز روز درختکاری

گرگان - خبرنگار فرصت امروز: به مناسبت گرامیداشت روز درختکاری و با هدف گسترش فضای سبز و افزایش سرانه نهالکاری، برنامه کاشت نهال به مدیریت شهرداری شهرستان انجام شد. در آستانه فرارسیدن بهار طبیعت و به مناسبت روز درختکاری، طی مراسمی با حضور فرماندار، امام جمعه، اعضای شورای اسلامی شهر، شهردار، رئیس اداره گاز و وتنی چند از روسا و مسئولین شهرستان، برنامه غرس نهال به صورت متمرکز در محوطه پارک جنگلی فارسین انجام شده که شرکت کنندگان ضمن گرامیداشت این روز، بر اهمیت توسعه و نگهداری فضای سبز تاکید کردند.

مدیرعامل آب منطقه ای گیلان اعلام کرد:

کاهش ۶۰ میلیون متر مکعبی ذخیره آب سد سفید رود

رشت - خبرنگار فرصت امروز: به گزارش روابط عمومی آب منطقه ای گیلان، مهندس وحید خرمی در مصاحبه تلفنی با برنامه گفتگوی ویژه خبری شبکه باران با اشاره به آخرین وضعیت ذخیره پشت سد سفیدرود، اظهار کرد میزان ذخیره پشت سد سفیدرود هم اکنون ۹۲۴ میلیون متر مکعب است. وی با بیان اینکه این میزان در مقایسه با مدت مشابه در سال گذشته حدود ۶۰ میلیون مترمکعب کمتر است، افزود: متوسط ورودی هم اکنون ۷۱ متر مکعب بر ثانیه بوده که نسبت به مدت مشابه سال گذشته با ۲۱۰ متر مکعب بر ثانیه تقریباً یک سوم شده و اندکی نگران کننده است.

مدیرعامل شرکت آب منطقه ای گیلان عدم پوشش آبریز در سد سفیدرود را از دلایل این موضوع عنوان کرد و ادامه داد: در مقایسه با سال گذشته شاهد پوشش برقی کمتر در سطح استان و حوضه آبریز سد سفیدرود هستیم که سبب شده تا نگرانی هایی برای آورد سفیدرود در بهار و تابستان داشته باشیم. وی با اشاره به انجام لایروبی انهار در استان گیلان، گفت: هر ساله برنامه ریزی های لازم انجام و عملیات لایروبی در ماه پایانی سال شروع می گردد. مهندس خرمی با بیان اینکه پیش بینی می شود امسال بیش از ۵۰۰ کیلومتر از انهار لایروبی شود، افزود: در حال حاضر ۱۵۰ کیلومتر از انهار یک و دو لایروبی شده و مابقی نیز پیمانکاران تعیین شده بر اساس اولویت ها اجرا خواهد شد.

شرکت آب منطقه ای مازندران در حوزه امور زنان و خانواده حائز رتبه برتر شد

ساری - دهقان: در ارزیابی سال ۱۳۹۸ شرکت آب منطقه ای مازندران در حوزه امور زنان و خانواده در بین کلیه شرکت های تابعه و وابسته وزارت نیرو حائز رتبه برتر شد به گزارش روابط عمومی آب منطقه ای مازندران؛ مولود شیوا مشاور وزیر نیرو در امور زنان و خانواده طی نامه ای ضمن تشکر از مشاوران امور زنان و خانواده شرکت های تابعه و وابسته وزارت نیرو که علاوه بر فعالیت در بسط های تصدی خود، نسبت به اجرای برنامه های ابلاغی از سوی این دفتر در تلاش هستند اعلام نمود شرکت آب منطقه ای مازندران در ارزیابی سال ۱۳۹۸ در حوزه زنان و خانواده حائز رتبه برتر گردید



با حضور اکیپ اعزامی شرکت مهندسی آبفای کشور؛

علل قطعی های اخیر آب شرب در تبریز بررسی شد



آذربایجان شرقی - ماهان فلاح: در نشست مشترکی با حضور اکیپ اعزامی شرکت مهندسی آب و فاضلاب کشور، مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب آذربایجان شرقی و معاون بهره برداری شرکت آب منطقه ای استان، علل قطعی های اخیر آب شرب در سطح کلانشهر تبریز بررسی و اقدامات لازم انجام شد. به گزارش خبرنگار ما در تبریز، در پی سیلابی شدن آب شرب در تصفیه خانه آب میانودآب و خط زربینه رود و کاهش دبی ورودی و قطعی به وجود آمده در سطح کلانشهر شهر تبریز جلسه ای با حضور اکیپ اعزامی شرکت مهندسی آب و فاضلاب کشور، آقایان گرکانی و شهرکی و خانم تهرانی برگزار و نسبت به بررسی موضوع تبادل نظر گردید. در این جلسه علیرضا ایمانلو، مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب استان آذربایجان شرقی، با تشریح اقدامات انجام یافته در خصوص وضعیت توزیع آب در کلانشهر تبریز و جهت جلوگیری از ایجاد بحران و مشکلات مطروحه اظهار کرد: در خصوص نحوه مواجهه با بحران های پیش آمده از این دست اقداماتی صورت گرفته که می توان به موارد ذیل اشاره کرد: بکارگیری تمام ظرفیت چاه های مسیر خط زربنه رود برای استفاده شهرهای موجود در مسیر فوق و در مدار قرار گرفتن چاه های متروکه و بلااستفاده سنوات قبل، به منظور هدایت بیشتر آب خط انتقال زربنه رود به سمت شهر تبریز/ مدیریت و کاهش آب تحویلی به صنایع در طول مسیر خط زربنه رود به منظور ذخیره آب جهت انتقال به کلانشهر تبریز پس از اخذ موافقت مقامات ارشد استان/ آگاهی سازی مشتریان توسط فضای مجازی و رسانه ملی در خصوص کاهش مدیریت مصرف/ اضا تفاهم نامه تحویل ۴ حلقه چاه متروکه با شهرداری تبریز/ اخذ مجوز حفر ۲۰ حلقه چاه که تاکنون ۱۰ حلقه حفر گردیده و ۶ حلقه آن تجهیز گردیده است،/ احیای ۵ حلقه چاه متروکه و غیر قابل استفاده (چاه های ۱ خسروشاه - ۷۹ هروی - ۳۲ زرنق - باغ معروف - جمشید یک)/ نیرورسانی و خرید برق برای ۷ حلقه چاه بازاریابی، صادرات از بندر شهید باهنر و بندر شرق استان از روند رو به رشدی برخوردار است. به گزارش روابط عمومی بندر و دریانوردی شهید باهنر و شرق هرمزگان، "حمیدرضا محمدحسینی تختی" با بیان اینکه پراساس برنامه ریزی های صورت گرفته جهش صادرات کالای غیر نفتی در این بندر از روند رو به رشدی برخوردار شده اظهار داشت: با گسترش زیرساخت های لازم، بهره وری حداکثری از ظرفیت های موجود، طراحی و تبیین الگو مناسب بازاریابی، صادرات از بندر شهید باهنر و بندر شرق استان شتاب گرفته است. محمدحسینی تختی ضمن اشاره به صادرات یازده ماهه سال جاری از بندر شرق هرمزگان بیان داشت: بیش از یک میلیون و ۱۵۶ هزار تن کالای غیر نفتی و حدود ۱۱۹ هزار تن کالای نفتی طی ۱۱ ماهه سال ۹۹ از این بندر صادر شده که به ترتیب در کالاهای غیر نفتی ۹ و در بخش نفتی ۲۷ درصد رشد نسبی مدت مشابه سال گذشته به ثبت رسیده است. وی با اشاره به پهلوگیری همزمان سه کشتی جهت بارگیری کالاهای صادراتی در بندر شهید باهنر اظهارداشت: این کشتی ها از نوع قله بر و جنرال کارگو محموله هایی را شامل گوگرد، کرینات کلسیم، شیشه و مواد ساختمانی را به بازارهای هدف منتقل می کنند. محمدحسینی تختی بندرشهید با هنر را بندری چند منظوره با توانایی پذیرش انواع کشتی ها با کاربری جنرال کارگو، رورو (ویژه حمل خودرو) مسافری، قله بر، تانکر نفتی و انواع شناورهای کوچک و بزرگ سنتی دانست و گفت: با مطالعات راهبردی و بازاریابی و همراستا با آن توسعه زیرساختها دریایی و بندری و استفاده حداکثری از امکانات موجود خوشبختانه مشتریان جدید جذب و با اطمینان از ارائه خدمات مطلوب مبادلات تجاری خود را از طریق این بندر به بازارهای هدف صادر می کنند.

کمک ۴۰۰ میلیارد تومانی مردم قم به نیازمندان



قم - خبرنگار فرصت امروز: مدیرکل کمیته امداد استان قم از ۴۰۰ میلیارد تومانی مردم قم به نیازمندان خبر داد. به گزارش اکبر میرشکار در چهارمین جلسه ستاد اطلاع رسانی کرونا، افزود: در ۱۱ ماه امسال درآمدهای کمیته امداد در بخش کمک های مردمی نسبت به ۱۲ ماه پارسل ۱۰۰ درصد افزایش یافته است. وی اضافه کرد: سال گذشته مردم قم ۵۴ میلیارد تومان به نیازمندان کمک کردند که این میزان در ۱۱ ماه امسال به ۱۰۴ میلیارد تومان افزایش داشته است. وی با بیان این که خدمات کمیته امداد در سه بخش معیشتی، حمایتی و توانمندسازی است، بیان کرد: در حوزه کمک معیشت در حال حاضر ۲۲ هزار نفر معادل سه درصد جمعیت قم تحت پوشش کمیته امداد هستند.

میرشکار افزود: در ۱۱ ماه سال ۹۹، سه هزار و ۳۳۶ خانواده تحت پوشش کمیته امداد قرار گرفته اند و از سوی دیگر سه هزار و ۲۰ خانواده به دلیل از دست رفتن اشتغال از پوشش این نهاد در قم خارج شده اند. به گفته وی، در ۱۱ ماه امسال ۶۳ میلیارد تومان مستمرا به خانواده های تحت پوشش پرداخت شده است. وی گفت: در ۱۰ سال گذشته، ۲۵ هزار و ۸۶۲ مورد ازدواج بین مددجویان با ۳۶ میلیارد تومان مساعدت کمیته

توسط دفتر فنی و آب تبریز، مقرر شد خط ۴۲۵۰ از جلو مسجد گازران بطول ۱۲۰۰ متر اجرا و به خط ۴۳۰۰ کوچه باغ اضافه شود./ اجرای خط ۴۳۰۰ از میدان جهاد تا انتهای خیابان علی سیاه پوش بطول ۱۰۰۰ متر/ اجرای خط ۴۲۰۰ از خیابان فلسطین و اتصال آن به خط ۳۵۰ خیابان بهار/ برای رفع کمبود کوی شهید مدنی و رضوانشهر طراحی اجرای یک دستگاه بوستر پمپ در محوطه مخزن کشتارگاه و حل مشکل افت فشار منطقه/ برای رفع کمبود کوی احمدآباد، طراحی و اجرای یک دستگاه بوستر پمپ و نصب آن در پمپاژ قدیمی احمدآباد و حل مشکل افت فشار منطقه/ برای رفع کمبود شهرک مرزداران و مصلی: طراحی و اجرای یک دستگاه بوستر پمپ و حل مشکل افت فشار منطقه/ برای رفع کمبود آب شرب (کمربند پاسداران یا سبز ۳۰۰ بطول ۷۰ متر و اتصال آن به شبکه محلات فوق/ برای رفع کمبود فشار خیابان منجم: تنظیم فشار شبکه- قله و گلکار: تغییر زون محلات فوق از زون جام جم به زون مخزن ولیعصر و رفع مشکلات افت فشار محلات فوق/ برای رفع کمبود آب روستای اولغی: حفر و تجهیز یک حلقه چاه عمیق و اتصال آن به شبکه روستای مذکور/ برای رفع کمبود فشار روستای کندرود: نصب یک عدد شیر هوا، تنظیم فشار شبکه، برنامه ریزی جهت اتصال خط ۴۰۰ مسجد گازران سه خط کوچه باغ و قره آغاج به طول ۱۵۰۰ متر/ برنامه ریزی جهت راه اندازی پمپاژ در محوطه مخزن S65 برای رفع مشکل افت فشار و کمبود شهرک فجر، امیدیه و ... / برنامه ریزی جهت اجرای خط از چاه جدیدالاحداث منطقه ۶ و اتصال آن به خ بهار به طول ۱۵۰۰ متر لازم به ذکر است آقای گرکانی و هیئت همسراه با در نظر گرفتن اقدامات شرکت آب و فاضلاب استان آذربایجان شرقی برای جلوگیری از وجود آلودگی و افت فشار آب، رانکارها و پیشنهاداتی را در این نشست ارائه دادند. اکیپ اعزامی شرکت مهندسی آبفای سی سخت به تبریز، در محل تصفیه خانه آب میانودآب و همچنین خط زربینه رود بازدید کردند.

در مصرف آب از رسانه ها، شامل صداوسیما - فضای مجازی و روزنامه ها/ نصب بنرهای مدیریت مصرف در محل های متعلق به شرکت و مناطق و واحدهای تابعه/ مصاحبه با رسانه ها در خصوص رعایت مدیریت مصرف / مدیریت توزیع آب و تلاش شبانه روزی همکاران در جهت توزیع عادلانه آب (بدون قطعی طولانی) با توجه به قطعی های برق و کاهش تحویل آب از زربنه رود/ تهیه ۷ دستگاه تانکر کم حجم و توزیع در مناطق مرتفع تبریز و پخش آب به روستاهای اطراف مراکز حساس یا تانکرهای شرکت / تشکیل اکیپ ویژه برای مدیریت شبکه آب مناطق مرتفع / برنامه ریزی و اجرای زمانبندی قطع آب مناطق مختلف به منظور توزیع عادلانه آب/ افزایش ظرفیت پمپاژ ایستگاه پمپ جدید/ برنامه ریزی برای احداث دو باب ایستگاه پمپاژ آب الکترو پمپ جدید/ برنامه ریزی برای احداث دو باب ایستگاه پمپاژ آب به مناطق محله زاده - نیلوران/ اقدام برای احداث مجوز لوله گذاری عرض اتوبان پاسداران به صورت پایپ جکتینگ برای آبرسانی به قسمت مرتفع احمدآباد/ اقدام برای اصلاح قسمتی از شبکه توزیع آب/ احداث خط آبرسانی چاه های جدید/ توسعه شبکه آب برای رفع کمبود فشار آب تعدادی از کوچه ها در مرکز شهر و مناطق مرتفع شهر همچنین برای تامین فشار شبکه آب سطح شهر در نقاطی که با مشکل مواجه بودیم تمهیداتی اندیشیده شد که در برخی از آنها اجرا شده و برخی دیگر در اسرع وقت به مرحله اجرا خواهد رسید که از آن جمله می توان موارد ذیر را نام برد:

محلات علی سیاه پوش - بهار - قدس - کوچه باغ/ برای رفع کمبود فشار محلات فوق پس از بررسی های کارشناسی و ارائه طرح

موردی داشتیم که رشد قابل توجهی نسبت به سال های قبل داشته است. وی بیان کرد: در طول ۱۰ سال گذشته، ۳۱ هزار و ۲۷۲ مورد وام اشتغال به مبلغ ۳۰۲ میلیارد تومان به خانواده های تحت پوشش پرداخت شده و این افراد با دریافت وام به اشتغال رسیده اند.

میرشکار افزود: سالانه ۳۰۰ نفر به صورت کارایی با بسته های شوقی شغل می شوند؛ وی بیان کرد: در حال حاضر ۲ هزار خانواده تحت پوشش کمیته امداد مستاجر هستند و در ۱۰ سال گذشته ۲۰ میلیارد تومان کمک هزینه اجاره به خانواده های مستاجر پرداخت شده است. وی افزود: در این مدت با مبلغ ۳۵ میلیارد تومان ۲ هزار و ۷۵۲ واحد مسکونی احداث و ۲۱ هزار و ۸۰۰ واحد نیز تعمیر شده است. به گفته میرشکار، در این مدت ۱۰۶ میلیارد تومان صرف درمان خانواده های تحت پوشش شده است. در حال حاضر حدود ۲۱ هزار و ۲۴۸ خانواده تحت پوشش کمیته امداد قم هستند؛ از میان خانواده های تحت پوشش، ۱۵ هزار و ۹۲۴ خانواده معادل ۲۰ درصد زن سرپرست خانوار هستند. ۵۴۵ دانشجو و چهار هزار و ۸۸۳ نفر دانش آموز نیز تحت پوشش کمیته امداد قم می باشند.

با حضور مدیر کل دیوان محاسبات استان بوشهر روند اجرایی پروژه آب شیرین کن

۲۸ هزار متر مکعبی سیراف - جم مورد بررسی قرار گرفت



بوشهر - خبرنگار فرصت امروز: به گزارش روابط عمومی شرکت آب و فاضلاب استان بوشهر مدیر دفتر سرمایه گذاری و تجهیز منابع مالی شرکت آب و فاضلاب استان بوشهر در جریان بازدید مدیر کل دیوان محاسبات استان از پروژه آب شیرین کن سیراف جم با بیان اینکه پروژه آبرسانی جم در سه بخش پروژه دارای پیشرفت ۵۰ درصدی است اظهار داشت: در اجرای پروژه آب شیرین کن ۲۸ هزار مترمکعبی سیراف جم بخش خصوصی افزون بر ۲۲۵ میلیارد تومان سرمایه گذاری می کند. وی با اشاره به تامین بخشی از این سرمایه گذاری از محل خرید تضمینی آب تولیدی گفت: از این محل تاکنون بیش از ۳۰ میلیارد تومان پرداخت شده است. مدیر دفتر سرمایه گذاری و تجهیز منابع مالی شرکت آب و فاضلاب استان بوشهر از وارد مدار تولید شدن فاز نخست این پروژه در نیمه اول سال آینده خبر داد و بیان کرد: اکنون اینپه، مخزن ذخیره آب، چاهها و تجهیزات ساخت داخل پروژه آب شیرین کن سیراف - جم رو به تکمیل

در مجموع شاخص های عمومی و اختصاصی؛

آبفا آذربایجان شرقی دستگاه استانی برتر معرفی شد



آذربایجان شرقی - ماهان فلاح: شرکت آب و فاضلاب استان آذربایجان شرقی به عنوان دستگاه استانی برتر در مجموع شاخص های عمومی و اختصاصی معرفی شد. به گزارش خبرنگار ما در تازمین، مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب استان آذربایجان شرقی به مناسبت کسب عنوان دستگاه استانی برتر توسط این شرکت پیامی منتشر کرد.

متن پیام علیرضا ایمانلو بشرح ذیل است: "با عرض سلام و عرض ادب به پیشگاه منجی عالم بشریت حضرت مهدی موعود (عج) و آرزوی سلامتی به رهبر معظم انقلاب اسلامی ایران و سپاس و درود خاندان عالمیان را که افتخار سقایی و توفیق خدمتگزاری به مردم شریف استان را به ما عطا فرمود. شرکت آب و فاضلاب شهری استان آذربایجان شرقی که افتخار خدمت رسانی در جهت تامین و توزیع آب شرب سالم و بهداشتی مورد نیاز شهروندان گرامی و از طرفی جمع آوری، دفع و تصفیه بهداشتی

و موثری را در جهت اجرای پروژه های احداث تاسیسات آب و فاضلاب و بهره برداری از تاسیسات موجود در سطح استان به انجام برساند و همسو با عملیات اجرایی اقداماتی را در خصوص تحقیقات و فرهنگ سازی مدیریت صحیح مصرف آب در مسیر مقدس خدمت رسانی و با جلب رضایت شهروندان گرامی برداشت است.

بدینوسیله برخورد لازم می دالم؛ کسب عنوان (دستگاه استانی برتر در مجموع شاخص های عمومی و اختصاصی) را به شما همکاران وظیفه شناس که با الهام از تخصص و تعهد و کاربرد مهارت های لازم کاری، احترام و تکريم به ارباب جوع، تقویت حضور و انجام امور محوله به نحو احسن برای پیشرفت شرکت اهتمام ویژه می ورزید، صمیمانه تبریک عرض نموده و توفیق روزافزون مجموع مدیران و کارکنان شرکت در امر خدمات رسانی به مردم شریف استان آذربایجان شرقی را از خداوند منان خواستارم."

۶ گام برای یافتن ایده‌های خط‌شکن کسب و کارهای کوچک



نویسنده: David Gaudreault / مترجم: طاهره منیری شریف
مکاتب فکری مختلفی در مورد نحوه یافتن ایده‌های خط‌شکن کسب و کار کوچک وجود دارند.

برخی افراد می‌گویند تلاش برای باطراحی چیزی که موجود است، اتلاف وقت محسوب می‌شود. من شخصا با این نظر مخالفم. در واقع کپی کردن ایده‌ها یا مدل‌های کسب و کار، کاری پر از ریسک و زیان‌بخش است. در دنیا چیزهای بسیار زیادی هستند که باید اختراع شوند یا بهبود یابند. این شما هستید که باید محدودیت‌های خود را کنار زده و به خاطر نوآوری، قید راحتی خود را بزنید، در زندگی مردم تفاوت ایجاد کنید و در نهایت دنیا را تغییر دهید.

هرچند مدل‌های کسب و کار موجود وسوسه‌برانگیز هستند، ولی مقاومت کنید!

از این مسیرهای آسان دوری کنید. از ورود به مدل‌های توزیع سنتی در حمل و نقل، خرده‌فروشی سنتی در مدارس، کسب و کار رستوران و ... خودداری کنید. مگر اینکه بتوانید با یک ایده خلاقانه، مدل‌های کسب و کار را باطراحی کنید.

به قول «پیتر تیل»: «هر لحظه در کسب و کار فقط یک بار رخ می‌دهد. بیل‌گیتس بعدی، یک سیستم‌عامل نخواهد ساخت. لری پیج بعدی، یک موتور جست‌وجو نخواهد ساخت و زاک‌برگ بعدی، یک پلتفرم رسانه اجتماعی ایجاد نخواهد کرد. اگر شما از کار این افراد کپی برداری کنید از آنها چیزی یاد نمی‌گیرید و قطعا خلاق و نوآور نخواهید بود.»

با استفاده از شش گام زیر می‌توانید یک ایده با پتانسیل اجرایی بالا پیدا کنید:

۱- از یک منظر کلان به دنیا نگاه کنید
به مشکلات شناخته‌شده مثل بهداشت جهانی، دسترسی به مراقبت‌های پزشکی، آموزش، امنیت سایبری، دموکراسی، زباله‌های صنعتی، ترافیک، ایمتی زنان، دسترسی به آب، تغییر آب و هوا، سواد بزرگسالان، مصرف بیش از حد و نابرابری نگاه کنید.

لیست مشکلات شناخته‌شده در دنیا نامحدود است و همگی در انتظار شما هستند تا با راه‌حل‌های خلاقانه و نوآورانه، به حل آنها بپردازید. بنابراین در این مرحله به یک ایده کلی برسید که کدام مشکل جهانی برای شما جذابیت دارد.

۲- از یک منظر خرد به دنیا نگاه کنید
سعی کنید ببینید این مشکلات کلان (که در گام ۱ بیان شدند) چگونه به طور روزمره بر جامعه شما تاثیر می‌گذارند.

به عنوان مثال ترافیک چگونه بر شهر شما تاثیر می‌گذارد؟ آیا نواقصی را در سیستم آموزشی مشاهده می‌کنید؟ در بین محصولات خود به تمام

محصولاتی که بسته‌بندی بیش از حد دارند یا قیمت بسیار پائینی دارند و در یک محیط تجاری عادلانه هرگز تولید نمی‌شوند، نگاه کنید. در خانه خود مقدار زباله‌های روزانه خود را در نظر بگیرید.

در این مرحله سعی کنید بفهمید مشکلات جهانی بیان شده در گام اول، چگونه صریحا در زندگی شما شکل می‌گیرند و یک یا دو مشکلی را که می‌خواهید برای حل آنها وقت بگذارید، انتخاب کنید.

۳- خارج از چارچوب فکر کنید
از سناریوهای آشکار فاصله بگیرید و فرآیندهای جایگزین، سیستم‌های جایگزین، رویکردهای جایگزین، مدل‌های جایگزین و ... را شناسایی کنید. مثلا بیایید مشکلات ترافیک در شهر شما را در نظر بگیریم. راه‌حل‌های بسیار بدیهی در این زمینه وجود دارند مثل ساخت خطوط بیشتر، افزودن جاده‌های بیشتر، افزودن وسایل حمل و نقل عمومی و ... همه اینها بدیهی هستند و فرصت هرگز در سناریوی بدیهی یافت نمی‌شود. حال بیایید مشکل ترافیک را به طور متفاوتی در نظر بگیریم.

اگر در یک شهر بزرگ زندگی می‌کنید قطعا مطلع هستید که یافتن یک پارکینگ در شهر واقعا کار سختی است. چه می‌شود از پارکینگ به‌عنوان یک پاداش استفاده کنیم تا افراد را تشویق کنیم از وسایل نقلیه تک‌سرنشین استفاده نکنند (یک راه‌حل بالقوه برای حل معضل ترافیک).

فرض کنید برای هر کسی که با ماشین خالی سفر نمی‌کند و دیگران را هم سوار می‌کند یک پارکینگ رایگان در نظر گرفته شود. با پر شدن صندلی‌های خالی خودروها، تعداد خودروهای موجود در جاده‌ها دائما کاهش می‌یابد، حمل و نقل عمومی تسهیل می‌شود و نیاز به جاده‌های جدید و زیرساخت‌های بیشتر کاهش پیدا می‌کند بنابراین به جای میلیون‌ها دلار سرمایه‌گذاری بودجه عمومی برای ساخت جاده‌های جدید، یک مدل خلاقانه را تصور کنید که مشکل یک فرد (یافتن پارکینگ) را حل می‌کند و سپس از آن برای حل مشکل بزرگ‌تر دیگر (یعنی ترافیک) استفاده می‌کنید.

با تفکر خارج از چارچوب می‌توانید یک راه ساده و جایگزین پیدا کنید، راهی برای سازماندهی بهتر یک سیستم موجود برای یافتن راه‌حلی برای یک مشکل بزرگ.

این مثال نشان می‌دهد که برای مطرح کردن یک ایده هوشمندانه برای یک کسب و کار کوچک، نیازی نیست یک نابغه فنی باشید. چالش واقعی این است که مدل کسب و کار مناسبی را در نظر بگیرید و تمام قطعات را کنار هم بگذارید تا این مدل موثر واقع شود.

بنابراین در این مرحله باید تمام جنبه‌های مشکل خود را در نظر بگیرید، در مورد آن زیاد مطالعه کنید تا در مورد هر چیزی که مربوط به مشکل

موردنظر شماست متخصص شوید.

۴- راه‌حل‌های خود را تست کنید

اگر در مورد مساله و چالش پیش رو متخصص شدید باید دانش و بینش کلی برای شناسایی جایگزین‌ها و راه‌حل‌های نوآورانه بالقوه را داشته باشید. این راه‌حل‌ها در واقع فرضیه هستند، زیرا شما نمی‌دانید که آیا راه‌حل‌های شما واقعا موثر خواهند بود یا نه.

بنابراین آنچه که باید در این مرحله انجام دهید این است که هر یک از فرضیات خود را تست کنید، پاسخ را بسنجید، راه‌حل خود را تنظیم کنید و این کار را دوباره انجام دهید تا زمانی که به مفهوم مناسبی برسید. این کار زمان می‌برد ولی لحظه‌ای که یک چرخه خوب را کشف کردید ایده بزرگ خود برای کسب و کار کوچک را به دست می‌آورید و اگر آن را درست اجرا کنید برای همیشه زندگی شما را تغییر خواهد داد.

۵- مفهوم خود را با تست ۷ پرسش به چالش بکشید

پیتر تیل در کتاب خود با عنوان «صفر تا یک» مجموعه‌ای از هفت پرسش مفید را برای سنجش اعتبار ایده خط‌شکن کسب و کار کوچک شما ارائه می‌کند. این پرسش‌ها به صورت زیر هستند:

۱- سوال مهندسی: آیا شما با ایده خود، تکنولوژی پیشرو یا بهبود افزایشی قابل توجهی در یک محصول، فرآیند، مدل و ... ایجاد می‌کنید؟

۲- سوال زمانبندی: آیا اکنون زمان مناسبی برای آغاز ایده شماست؟ ممکن است شما بهترین ایده در جهان را داشته باشید ولی اگر بازار برای آن آماده نباشد ایده شما شکست خواهد خورد. گاهی اوقات وقتی خیلی جلوتر از زمان خود حرکت می‌کنید صنعت ممکن است آماده پذیرش ایده‌های شما نباشد.

۳- سوال انحصاری: آیا کار خود را با سهم بزرگی از یک بازار کوچک آغاز می‌کنید؟

۴- سوال مربوط به افراد: آیا تیم مناسبی دارید یا (آیا ظرفیت کنار هم جمع کردن افراد مناسب برای تبدیل ایده خود به واقعیت را دارید؟)

۵- سوال توزیع: آیا روشی برای ارائه محصول خود به مشتریان‌تان دارید؟

۶- سوال مربوط به دوام و ماندگاری: آیا موقعیت بازار شما از اکنون تا ۱۰ و ۲۰ سال بعد قابل دفاع خواهد بود؟

۷- سوال مخفی: آیا شما فرصت منحصر به فردی که دیگران ندیده باشند را شناسایی کرده‌اید؟

نیاز نیست به تمام این سوالات پاسخ مثبت بدهید. اگر به پنج یا شش مورد پاسخ مثبت دادید بدانید که در موقعیت بسیار خوبی قرار دارید.

۶- ایده کسب و کار کوچک خود را با یک تست ریاضی پایه به چالش بکشید

کارآفرینان اغلب یک ایده را بدون انجام محاسبات ساده ریاضی برای

تایید امکان‌پذیری مالی ایده خود، اجرا می‌کنند. با تخمین معیارهای ساده مثل حاشیه سود، فروش و اندازه بازار می‌توانید به سرعت امکان‌پذیری مالی ایده را ارزیابی کنید. معمولا اگر از گام‌های قبلی پیروی کنید، در طولانی‌مدت بازار هدف شما باید از اندازه قابل توجهی برخوردار باشد و اگر با موفقیت یک ایده نوآورانه پیدا کردید این بازار باید قابل دستیابی باشد. به طور ایده‌آل باید بخش بزرگی از یک بازار کوچک‌تر (نیچ مارکت) را هدف قرار دهید.

از لحظه‌ای که مفهوم عملی را به دست می‌آورید، تمام تلاش‌های شما باید به اجرا منتقل شود. یافتن یک ایده خوب یک چالش است ولی اجرای آن چالش بزرگ‌تری محسوب می‌شود و معمولا با یک بوم مدل کسب و کار (مدلی برای پیش‌نویس کردن بلوک‌های اصلی کسب و کارتان) آغاز می‌شود.

نتیجه‌گیری:

در نهایت باید گفت شش گام برای یافتن یک ایده خط‌شکن کسب و کار عبارتند از:

۱. مشاهده جهان از یک منظر کلان

۲. مشاهده جهان از یک منظر خرد

۳. تفکر خارج از چارچوب

۴. تست راه‌حل‌های خود

۵. به چالش کشیدن مفهوم خود با تست هفت پرسش

۶. به چالش کشیدن ایده کسب و کار کوچک خود با یک تست ریاضی پایه خود بنا کنید. مدل کسب و کار خود را با افراد تیم‌تان توسعه داده و کرد، بلکه کسب‌وکاری با پتانسیل بالا را آغاز خواهید کرد که به احتمال زیاد روی میلیون‌ها نفر تاثیر خواهد گذاشت و دنیا را به شیوه منحصر به فرد خودش تغییر خواهد داد.

شاید متوجه شده باشید که من از کلمه ایده‌های خط‌شکن کسب و کار «کوچک» در کل متن استفاده کردم، در حالی که این شش گام به وضوح می‌توانند به یک موفقیت بزرگ و در نتیجه به یک کسب و کار بزرگ منجر شوند.

به نظر من تمام کسب‌وکارها با اندازه کوچک شروع می‌شوند و به کار زیاد نیاز دارند.

برای موفقیت، مطمئن شوید که کسب و کار خود را با یک ایده کسب و کار خط‌شکن شروع می‌کنید و پایه‌های کسب‌وکارتان را در جامعه خود بنا کنید. مدل کسب و کار خود را با افراد تیم‌تان توسعه داده و تست کنید. قبل از کمک گرفتن از کارکنان بیشتر، مطمئن شوید که روی مفهومی قابل اجرا و قوی در حال کار کردن هستید.

منبع: davidgaudreault/modirinfo

تصویر

جالب‌ترین راهکارهای صرفه‌جویی در هزینه‌ها برای کسب و کارهای نوپا

صاحبان و مدیران تجارت‌های خرده‌پا، معمولاً به فکر بستن قراردادهای جدید، کسب سود بیشتر و نیز کنترل هزینه‌ها هستند. «یک ریال ذخیره شده، یک ریال به دست آمده است» جمله معروف این دسته از مدیران است. این طور کسب و کار ه‌ها باید در امر صرفه‌جویی تمرکز زیادی کنند، تا بتوانند بودجه خود را مدیریت کنند تا در پی آن، در این بازار پر از رقیب دوام بیاورند.

اگر شما نیز از این نوع شرکت‌ها دارید، بهتر است به ۱۰ راهی که در ادامه، به شما معرفی خواهیم کرد نگاهی بیندازید، تا در این مسیر موفق‌تر ظاهر شوید.

استفاده از همه فضاهای موجود

اگر برای شرکت خود به دنبال دفتر می‌گردید، لازم نیست که به گزینه‌های خیلی بزرگ و وسیع فکر کنید، بلکه یک فضای کوچک‌تر را انتخاب کنید و در آن، سعی نمایید که دفتری با ساختار مناسب ایجاد کنید. از همه فضاهای ممکن بهره بگیرید اما دقت کنید که نباید محیط شرکت شلوغ به نظر برسد بلکه، فقط کافی است تا حجم استفاده نشده اتاق، بیش از حد نباشد.

حذف کاغذ تا جای ممکن

برای کارهای روزمره یک شرکت مثل ارسال گزارشات یا نگهداری صورت وضعیت‌ها، هیچ نیازی به کاغذ نیست بلکه می‌شود با یک کامپیوتر، به راحتی اوضاع را مدیریت کرد. پس استفاده از کاغذ را به کمترین حد ممکن برسانید، تا مبالغ زیادی را که معمولاً صرف بایگانی و هزینه چاپ می‌شود، صرفه‌جویی کنید. در ضمن با این شیوه، سرعت و سهولت امور اداری شما نیز بهبود می‌یابد.

پرهیز از خرید تجهیزات بزرگ

شاید برای کمپانی‌های عظیم، خرید تجهیزات به صورت عمده به‌صرفه باشد، اما برای شمایی که یک تجارت نوپا را در اختیار دارید، خرید وسایل زیاد، بیشتر موجب هدر رفتن منابع مالی خواهد شد. در کنار این نکته، فراموش نکنید که کسب و کارهای کوچک نیازهای محدودتری نیز دارند، پس به شکلی اقتصادی این کار را انجام دهید.

تلاش برای حذف هزینه‌های مالی

خیلی از شرکت‌های کوچک با مشکل هزینه‌هایی اعم از، صدور کارت‌های بانکی، چک‌های تضمینی و … مواجه می‌شوند. در مقابله با این هزینه‌ها، باید بانک‌هایی را پیدا کنید که برای این خدمات، مبلغ اضافی دریافت نمی‌کنند. به این شکل، شما قادر هستید مقدار قابل ملاحظه‌ای را ذخیره نمایید.

خرید تجهیزات به صورت پکیج

خیلی از کمپانی‌ها تخفیف مناسبی را به شما ارائه می‌دهند، اگر به طور مثال تلفن یا رایانه‌های موردنیازتان را، به شکل کلی از آنها خریداری نمایید. بین این نوع شرکت‌ها جست‌وجو کنید تا بهترین پیشنهاد را انتخاب نمایید. به این ترتیب، باز هم صرفه‌جویی حاصل این ایده خواهد بود.

همیشه درخواست تخفیف داشته باشید

چه در زمان خرید تجهیزات و چه خدمات اینترنتی، همیشه جا برای درخواست پیشنهادهای ویژه وجود دارد. در اینکه بیشتر شرکت‌ها روی تخفیف‌های‌شان مانور نمی‌دهند، اما اگر با آنها مذاکره کنید، می‌توانید تخفیف‌های جذابی را برای دریافت آن سرویس به دست آورید.

شراکت در خرید تجهیزات

درست مانند برند شما، ممکن است شرکت‌های دیگری نیز به تجهیزات و تدارکات شبیه به شما، نیاز داشته باشند. اگر با آنها همکاری کنید و با هم جهت خرید اقدام نمایید، تخفیف بیشتری به دلیل خرید عمده نصیب هر دوی شما خواهد گردید. با این ایده، همه راضی خواهند بود و شما نیز به آنچه می‌خواسته‌اید رسیده‌اید: صرفه‌جویی!

استخدام کارآموز

به راحتی می‌شود خیلی از وظایف روزمره شرکت را، به افراد کارآموز سپرد تا در هزینه‌ها صرفه‌جویی گردد. در حقیقت، بخش عمده هزینه‌های یک شرکت صرف حقوق و مزایای کارکنش می‌شود. با تقسیم هوشمندانه بخش ساده‌تر وظایف، بین تعدادی کارآموز می‌شود تا حدود زیادی به این هدف یعنی مدیریت بودجه دست پیدا کرد.

از قابلیت فریلنسرها استفاده کنید

حقوق دادن به کارمندان یک شرکت اگرچه انگیزه‌بخش است، اما بهترین استراتژی برای شروع استارت‌آپ نخواهد بود. امروزه این عنوان یکی از راهکارهای بالقوه برای پیشبرد اقتصادی استارت‌آپ با هزینه کم اما دریافت خروجی‌های کاری حرفه‌ای است. البته به یاد داشته باشید هزینه‌ای که به فریلنسر ارائه می‌دهید به ازای خروجی‌شان بوده و لزومی ندارد حقوق ماهانه پرداخت کنید و از این رو هزینه‌هایی مانند مزایا، حق بیمه و مالیات در هزینه پرداختی شما حساب نمی‌شود و برای شما که هنوز کسب و کاری نوپا هستید، بسیار مقرون به صرفه است.

بهره‌گیری از نرم‌افزارهای اداری

امروزه تعداد زیادی نرم‌افزارهای کامپیوتری در زمینه‌های حسابداری و … وجود دارند، که وظایف کارمندان را کمتر می‌نمایند. پس با کمک تکنولوژی‌های روز جهان، در وقت و هزینه‌های جاری کسب و کار خود صرفه‌جویی کنید.

کاهش هزینه‌های انرژی

مبالغی که برای قبوض برق و دیگر انرژی‌ها، پرداخت می‌شود، همیشه بخش عمده هزینه‌های یک شرکت به شمار می‌رود. در نتیجه ایده مناسبی است که تلاش کنید تا با استفاده از تجهیزات کم‌مصرف‌تر، قبوض سبک‌تری را از اداره برق دریافت کنید.

اجاره کردن یک دفتر کار به صورت مجازی

اگر شما قصد جدی برای صرفه‌جویی در هزینه‌ها دارید، می‌توانید بدون پرداخت اجاره‌های سنگین، از بسیاری از کسب و کارها که خدمات دفتر کار مجازی اجاره می‌دهند استفاده کنید. یک استارت‌آپ نوپا به یک موقعیت مکانی نیاز ندارد. بسیاری از شتاب‌دهنده‌ها در حال حاضر به استارت‌آپ‌ها برتر موقعیت مکانی اجاره می‌دهند. شما حتی می‌توانید در منزل خود یک دفتر کار داشته باشید بدون اینکه هزینه‌ای برای اجاره اضافی بپردازید. پرداخت‌های شامل دفاتر کار معمولاً شامل بیمه، مالیات، خدمات رفاهی و … است که هزینه‌های زیادی را به صورت ثابت به استارت‌آپ‌ها تحمیل می‌کند، اما با توجه به پیشرفت‌های فناوری، برای بازاریابی و تبلیغات به ویژه در فضای آنلاین با یک دامین و وب‌سایت کار شما به سهولت راه می‌افتد.

ایزار پرکاربرد بخرید

برای راه‌اندازی استارت‌آپ، نیازی نیست هر چیز جدیدی را بخرید. شما احتیاجی به مبلمان گران‌قیمت و تجهیزات جانبی مدرن ندارید. در عوض، سعی کنید با کیفیت خرید کنید و کالاهایی را بخرید که ارزش خود را در زمان نگه می‌دارند. در حالی که عده‌ای از مردم از وسایل نقلیه جدید استفاده می‌کنند، اکثریت مردم ترجیح می‌دهند از ماشین‌های دست دوم استفاده کنند. چون یک وسیله نقلیه جدید زمانی که از پارکینگ خارج می‌شود به سرعت ۱۱ درصد از ارزشش را از دست می‌دهد بنابراین نیازی به انجام این کار نیست، در حالی که می‌توانید با قیمت پایین‌تر همان را پیدا کنید. همین موضوع درباره تجهیزات دفتر کارتان هم صحت دارد و می‌توان این هزینه را برای مصارف دیگر ذخیره کرد.

با کسب و کارهای دیگر ارتباط داشته باشد

یک استارت‌آپ موفق می‌تواند مسئولی را در اختیار استارت‌آپ دیگر بگذارد. مثلاً یک رستوران که می‌تواند غذایش را به مدت یک هفته و در یک ساعت برای شرکت حسابداری که چند مایل از او فاصله دارد بفرستد. این برای هر دو کسب و کار یک برد محسوب می‌شود. در منطقه شما چنین ظرفیتی وجود دارد؟ ارزش امتحان کردن را دارد.

با کمک ایده‌های معرفی شده، شما قطعاً می‌توانید تا به یک تاجر موفق بدل گردید و در کنار آن، با استفاده از مبالغ ذخیره شده، متعاقباً کسب و کار خود را نیز گسترش دهید.

منبع: [SuccessStory.com/ucan](http://www.SuccessStory.com/ucan)

تصویر



۴ فایده مهم خارج شدن از منطقه امن یا کامفورت زون

۴. گام‌به‌گام جلو بروید

خارج شدن از منطقه امن نیاز به شجاعت زیادی دارد. اگر اضطراب دارید تنها کافی است ترس‌های خود را بشناسید و سپس با آنها روبه‌رو شوید.

روش‌های زیادی برای بیرون آمدن از منطقه امن و تغییر در حدودمرزهای زندگی وجود دارد؛

• می‌توانید زبان یا مهارتی جدید یاد بگیرید؛ یادگیری یک زبان جدید می‌تواند باعث یادگیری مهارت‌های جدید در زندگی شود.

با کسانی که به شما الهام می‌دهند ارتباط برقرار کنید یا به‌طور داوطلبانه با شرکتی که فعالیت خوبی دارند همکاری کنید.

به سفر بروید؛ مهم نیست به کشور خودتان یا سراسر دنیا. دیدن جاهای جدید و متفاوت یکی از بهترین راه‌ها برای گسترش چشم‌اندازهای شما خواهد بود.

بله درست است امتحان کردن چیزهای جدید سخت است، اگر این‌طور نبود خارج شدن از منطقه امن راحت بود و به‌راحتی می‌توانستید این کار را انجام دهید.

آگاهی از اینکه چه عاداتی داریم و چطور می‌توانیم آنها را تغییر دهیم به همان اندازه مهم است که بتوانیم با انجام کاری خاص، خود را از منطقه امن خارج کنیم.

چرا بازگشت به منطقه امن این‌قدر مهم است؟

همیشه هم نمی‌توانید در خارج از منطقه امن خود زندگی کنید، چراکه لازم است برای پردازش تجربیات خود گاهی به آن برگردید.

قطعاً نمی‌خواهید کاری که انجام می‌دهید به‌سرعت کسل‌کننده شود، این پدیده سازگاری هدونستی (لذت‌گرایی) نامیده شده و باعث می‌شود راهایی برای اجتناب از اینکه چیزی عادی شود پیدا کنیم.

چیزهای جدید و کوچک‌تر را امتحان کنید تا در این تله گرفتار نشوید. امتحان غذایی جدید در رستوران یا سفر به یک کشور جدید می‌تواند شما را از منطقه امن خارج کرده و باعث شود چالش‌هایی که با آن مواجه هستید متنوع‌تر شوند. خروج از کامفورت زون را به آرامی انجام دهید و تقویت حدومرزهای شخصی خود را به یک عادت تبدیل کنید. بیرون آمدن از منطقه امن شما به آغوش کشیدن تجربیات جدید و رسیدن به حالت اضطراب بهینه با روشی کنترل‌شده است. برای تجربیات خود ارزش قائل شوید تا بتوانید از مزایای آن استفاده کرده و این تجربیات را در فعالیت‌های روزانه خود به کار ببندید.

سعی کنید این عادات را در خود به وجود آورید که هر هفته یا هر ماه کار جدیدی را امتحان کنید. شما می‌خواهید یاد بگیرید چه کارهایی می‌توانید انجام دهید و مهم است که گاهی به وضعیت راحتی بازگردید و تنها استراحت کنید.

منبع: [lifehacker.com/ucan](http://www.lifehacker.com/ucan)

در این صورت، در «تله کار» گرفتار می‌شویم جایی که می‌خواهیم به‌عنوان راهی برای ماندن در منطقه امن خود و اجتناب از کارهای جدید برگزینیم. تحت‌فشار قرار دادن مرزهای شخصی به شما کمک می‌کند که زودتر اقدام کنید، موفقیت‌های بیشتری به دست آورید و روش‌های بهتری برای کار پیدا کنید.

۲. آسان‌تر با تغییرات جدید و غیرمنتظره کنار می‌آیید با ریسک‌هایی کنترل‌شده و به چالش کشیدن خود در مورد کارهایی که اغلب انجام نمی‌دهید، می‌توانید بخشی از عدم اطمینان به شخصیت‌تان را در محیطی کنترل‌شده تجربه کنید. بیرون آمدن از منطقه امن و زندگی در خارج از کامفورت زون هنگام تصمیم‌گیری به شما کمک می‌کند با تغییرات جدید زندگی بهتر مواجه شوید.

۳. ماندن در حالت اضطراب بهینه برای‌تان آسان‌تر می‌شود وقتی از منطقه امن ذهنی خارج می‌شوید، این کار برای‌تان آسان‌تر می‌شود زیرا به حالت اضطراب بهینه عادت می‌کنید.

۴. چیزهای جدید یاد می‌گیرید و خود را به چالش می‌کشید

بیرون آمدن از منطقه امن به شما کمک می‌کند به دنبال تجربیات جدید، یادگیری مهارت‌های جدید و یافتن ایده‌های جدید بروید. وقتی تصمیم بگیرید کار جدیدی انجام دهید که تاکنون انجام نده‌اید، به دنبال کسب اطلاعات جدید رفته و با انرژی بیشتری با چالش‌های پیش روی‌تان برخورد خواهید کرد.

چگونه می‌توانیم از منطقه امن خود خارج شویم؟

خارج شدن از منطقه امن مفید است اما باید بدانید بین اضطراب کنترل‌شده‌ای که در مورد آن صحبت کردیم و اضطرابی که روزانه با آن مواجه می‌شویم، تفاوت زیادی وجود دارد.

منطقه امن افراد مختلف با یکدیگر متفاوت است و آنچه انگیزه‌های شما را بالا می‌برد ممکن است زندگی شخصی دیگری را نابود کند.

۱. کارهای روزمره را متفاوت انجام دهید

سعی کنید تا جای ممکن کارهای روزانه را به روش متفاوتی انجام دهید، تغییرات می‌توانند چشم‌انداز زندگی شما را تحت تأثیر قرار دهند.

۲. برای اتخاذ تصمیمات بهتر وقت صرف کنید

آرامش خود را حفظ کنید، هر آنچه اتفاق می‌افتد را زیر نظر بگیرید و درنهایت یک تصمیم خوب اتخاذ کنید. باید بدانید برای گرفتن بهترین تصمیم فکر کنید اما هیچ عکس‌العملی نشان ندهید.

۳. به خودتان اعتماد کنید و تصمیمات سریع بگیرید

گاهی اینکه به خودتان اعتماد کنید و یک تصمیم سریع بگیرید باعث می‌شود پروژه‌های شخصی خود را با موفقیت انجام دهید.

آیا از جمله افرادی هستید که تمایل دارند همیشه در منطقه امن خودشان بمانند؟ شاید این کار آرامش‌بخش باشد، اما هیچ دستاوردی ندارد. تمام سخنرانان انگیزشی شما را تشویق می‌کنند که از منطقه امن خود خارج شوید. در حقیقت، انجام کاری جدید و پرریسک باعث کاهش پیری و بهبود عملکرد مغز می‌شود.

بسیار مفید است که مرزهای منطقه امن خود را تحت‌فشار قرار دهید، اما قبل از هر چیز باید بدانید که منطقه امن ذهن چیست؟

کامفورت زون (**comfort zone**) که به‌نام‌های دایره راحتی یا منطقه امن هم معرفی می‌شود در حقیقت یک حالت رفتاری است که در آن، عملکرد فرد طبق روال و الگوی انجام می‌شود و فرد تلاش می‌کند با عدم فعالیت و ریسک‌پذیری، احتمال ریسک و خطر را به حداقل رسانده و به امنیت روانی خوبی دست یابد.

اکنون به شما می‌گوییم منطقه امن ذهن در روانشناسی چیست و چرا بیرون آمدن از آن سخت است؟ روانشناسان رابرت م. برکیز و جان دی. ددسون در سال ۱۹۰۸ گفتند یک وضعیت آسایش نسبی باعث ایجاد سطح ثابتی از عملکردها می‌شود. در همین زمان بود که ایده منطقه امن ظهور کرد.

انسان‌ها برای دستیابی به موفقیت‌های بزرگ به حالت اضطراب نسبی نیاز دارند (شرایطی که میزان استرس ما را کمی بالاتر از حد طبیعی بالا ببرد)، به چنین شرایطی «اضطراب بهینه» می‌گویند که همان خارج شدن از منطقه امن است.

حتماً شما هم قبول دارید که وقتی خودتان را به چالش بکشید، به نتایج شگفت‌انگیزی دست خواهید یافت، اما یادتان باشد فشار بیش‌از‌حد هم می‌تواند نتایج منفی به دنبال داشته باشد و باعث افزایش استرس و اضطراب شود؛ اینکه خود را به چالش کشیدید ایده بدی است، این تمایل طبیعی ذهن ما برای بازگشت به وضعیت بی‌طرف و بدون اضطراب است.

منطقه امن را نمی‌توان مطلقاً خوب یا بد دانست، این یک وضعیت طبیعی است که بیشتر مردم به سمت آن ترغیب می‌شوند و کنار گذاشتن آن به معنای افزایش ریسک و اضطراب است که می‌تواند نتایج مثبت یا منفی داشته باشد. مزایای خارج شدن از منطقه امن ذهنی چیست؟ اضطراب بهینه وقتی اتفاق می‌افتد که عملکرد ذهنی فرد به اوج می‌رسد، اما آیا می‌دانید خارج شدن از منطقه امن ذهنی چه فوایدی دارد؟

۱. بهره‌وری بیشتری خواهید داشت

باقی‌ماندن در منطقه امن باعث کاهش بهره‌وری می‌شود و انگیزه شما را برای انجام کارهای بیشتر و یادگیری مهارت‌های جدیدتر از بین می‌برد.