

درپچه

آیا کاهش روزهای کاری هفته به هنجار شغلی بدل می‌شود؟

استقبال جهانی از کار ۴ روزه

تصور عمومی ما این است که هرچه بیشتر و سخت‌تر کار کردن، دستاوردهای بزرگ‌تری به همراه دارد، اما آیا در این باره فکر کرده‌اید که کمتر کار کردن می‌تواند کلید موفقیت باشد؟ برخی از کارآفرینان و کارفرمایان به این نتیجه رسیده‌اند که چهار روز کار در هفته، میزان بهره‌وری و رضایت شغلی را افزایش می‌دهد و باعث می‌شود علاوه بر زمانی که مسئولیت‌های خانوادگی دارند و باید از کودکان خود نگهداری کنند، مردان و به طور کلی، همه کارکنان مستعد به هفته کاری چهار روزه به منزله سبک جدید کار و هنجار غالب شغلی نگاه کنند. این مسئله از زمان بروز پاندمی کرونا بیش از پیش مطرح شده و تجربیات موفق کشورهای اروپایی از جمله ایسلند، کشورها و شرکت‌های زیادی را به این سمت سوق داده است که از کار چهار روزه استقبال کنند.

در میانه‌های قرن بیستم بود که هشت ساعت کار روزانه و پنج روز کاری در هفته به هنجار...

فرصت امروز

برای کسب و کار آفرینی

خودروهای وارداتی چه زمانی به ایران می‌رسند؟

هرچند بیش از یک ماه از تصویب واردات خودرو در هیأت دولت می‌گذرد، اما آیین‌نامه مربوط به آن نهایی نشده است. در این شرایط هرچند در ابتدا گفته شده بود که اولین خودروهای وارداتی، تابستان وارد کشور می‌شوند اما به نظر نمی‌رسد که این موضوع در عمل اتفاق بیفتد. آنگونه که کارشناسان می‌گویند با توجه به روند کنونی اولین خودروهای وارداتی تا پاییز به کشور...

افزایش نرخ بهره، بازارها را دچار آشفتگی می‌کند

مارپیچ تورمی بازارها

فرصت امروز: جهان در معرض موج تورمی قرار گرفته و سیاست‌گذاران پولی برای مهار تورم، نرخ‌های بهره را افزایش داده‌اند. آنطور که «بلومبرگ» اخیرا گزارش داده، در پی اوج‌گیری تورم جهانی، نرخ بهره در حدود ۵۰ کشور جهان بالا رفته و آمریکا، انگلیس، استرالیا، کانادا، برزیل، هند و پاکستان از آخرین کشورهایی هستند که نرخ بهره را در پاسخ به افزایش قیمت‌ها در سال ۲۰۲۲ میلادی افزایش داده‌اند.

با بروز بحران کرونا و سپس تبعات جنگ روسیه و اوکراین در هفته‌های گذشته و موج گرانی کالاهای اساسی و مواد غذایی در بازارهای جهانی، نرخ تورم در اغلب کشورها به بیشترین میزان طی دهه‌های گذشته رسیده و سکنداران پولی برای مقابله با موج تورم، افزایش سیاستی را در دستور کار قرار داده‌اند. البته تحلیلگران دیدگاه‌های متفاوتی در قبال افزایش نرخ بهره دارند؛ از یکسو برخی کارشناسان می‌گویند افزایش نرخ بهره، آن هم در حالی که تورم از سمت زنجیره‌های تولید و بخش عرضه رخ داده است، سیاست درستی محسوب نمی‌شود و افزایش نرخ بهره موجب می‌شود که مشکلات تولید تشدید شده و کنترل تورم با افزایش بیکاری و کاهش تولید و التهاب بازارهای...

سیر نزولی بورس در روزهای آخر خرداد ادامه دارد

سومین افت متوالی شاخص سهام

مدیریت و کسب و کار

راهنمای بازاریابی مستقیم برای مشتریان

زمانی خرید یک محصول به معنای مراجعه به خرده‌فروشی‌ها و زیر و رو کردن قفسه‌های مختلف بود. تا همین یک دهه پیش بسیاری از مشتریان برای خرید یک محصول اول از همه به سراغ خرده‌فروشی‌ها یا حتی فروشگاه‌های زنجیره‌ای می‌رفتند. این امر به مثابه تنها راهکار خرید برای بسیاری از مشتریان در سراسر دنیا مطرح بود. این روزها البته شیوه‌های خرید در سراسر دنیا عوض شده است. شما دیگر لازم نیست در ساعت‌های اداری به خرده‌فروشی‌ها مراجعه کرده و با هزاران زحمت محصول مورد علاقه‌تان را خریداری کنید. در عوض می‌توانید از خانه مشغول خرید محصولات برندتان بوده و به سادگی هرچه تمام‌تر آنها را تهیه نمایید. این امر به لطف توسعه فناوری‌های دیجیتال و راهاندازی انواع و اقسام فروشگاه‌های آنلاین روی داده است. امروزه شما حتی در نیمه شب نیز توانایی استفاده از امکانات برندتان را دارید. به این ترتیب دیگر مشکلی از نظر خرید محصولات در هر ساعت پیش روی شما نخواهد...



ورود سران قوا به بازار اجاره مسکن

سقف اجاره بها

۲۵ درصد تعیین شد

هوش مصنوعی، صنعت مراقبت از سلامت را متحول می‌کند

خیزش فناوری‌های پوشیدنی

ابزارها به کمک فناوری‌هایی نظیر یادگیری ماشینی و هوش مصنوعی، زندگی انسان‌ها را متحول کرده و سلامت آنها را کاملاً در اختیار خود گرفته‌اند. شاید با خودتان فکر کنید این فناوری‌های پوشیدنی که وضعیت سلامتی انسان‌ها را رصد می‌کنند به اوج کارایی و پیشرفت خود رسیده‌اند و به قول معروف، حساسی پیشرفته شده‌اند، اما واقعیت این است که این فناوری‌ها هنوز روزهای نخستین و آغازین خود را سپری می‌کنند و هنوز تا مرحله بلوغ، فاصله طولانی و راه زیادی در پیش دارند. البته سرمایه‌گذاران هم در این عرصه هنوز سرمایه چندانی را وارد کار نکرده‌اند. برای بیماران، ابداعات و فناوری‌های پوشیدنی می‌تواند نجات‌دهنده‌ای بزرگ باشد. فناوری‌های پوشیدنی به کمک هوش مصنوعی می‌تواند آینده را در اختیار خود بگیرد و صنعت مراقبت از سلامت را متحول کند. تشخیص بیماری و نجات جان بیمار، جزو بارزترین و مهمترین مواردی است که از این مسیر حاصل خواهد شد. نکته اینجاست که پیشرفت چنین فناوری‌هایی می‌تواند هزینه‌های جانی را در جهان به طور قابل توجهی کاهش

صنعت تکنولوژی‌های خواب بیدار می‌شود

میهمانی خواب

Global Market Insights) تخمین زده است که درآمد جهانی ناشی از فروش دستگاه‌های مجهز به دستیار خواب در سال ۲۰۲۰ میلادی به ۱۲٫۵ میلیارد دلار رسیده و این درآمد می‌تواند تا پنج سال آینده به سه برابر هم افزایش پیدا کند. «هنتو فرانچسجی»، رئیس شرکت ایت اسلیپ می‌گوید که بازار هدف شرکتش دقیقاً هر فردی در دیاست، به هر حال هر کسی به خواب نیاز دارد و می‌خواهد. هرچند این گزاره درست است، اما همه افراد کم‌خواب نیستند و یا توانایی خرید تشک ۲هزار دلاری تولید این شرکت را ندارند. از طرفی، این تکنولوژی با اینکه رو به بهبود و پیشرفت است، اما هنوز تا کامل شدن فاصله دارد. خوابیدن با ساعت هوشمندی که دور مچ بسته می‌شود، کلافه‌کننده است و ممکن است باتری آن در طول شب تمام شود. نویسنده این مطلب هم یک بار تلاش کرد تا همدست شرکت ککون را از روی سرنیدی بگذارد که از موهایش در برابر کشیده شدن محافظت کند؛ اما صدای خش‌داری که با هدف آرامش‌بخشی طراحی شده، بیشتر شبیه صدای پارازیت متلاطم یک تلویزیون قدیمی بود. باید پذیرفت که الگوهای تجاری در استارت‌آپ‌های ارائه‌دهنده تکنولوژی‌های خواب، مشکلاتی هم دارند. وقتی پیشرفت‌های تبلیغ‌شده درباره دستگاه‌های پوشیدنی خواب، در عمل با شکست مواجه می‌شوند، مردم می‌توانند از آنها خسته و ناامید شوند.

طبق مطالعاتی که چندی پیش توسط شرکت مشاوره‌ای «راک هلت آدوایزی» (Rock Health Advisory) انجام شد، تقریباً ۴۰ درصد از کاربران دستگاه‌های پوشیدنی

خود را بهتر بشناسند و در هر مرحله نسبت به شرایط فیزیکی خود آگاهی کامل داشته باشند. فناوری‌های پوشیدنی به داده‌های ارزشمند و بی‌شماری دسترسی پیدا می‌کنند. به همین خاطر است که کنترل آنها، اهمیتی ویژه و دوجندان دارد. داده‌های بیماران برای دولت‌ها و فعالاتی نظیر بیمه‌گران، کاملاً کلیدی و اساسی است. به همین دلیل است که هم دولت‌ها و هم شرکت‌هایی نظیر شرکت‌های بیمه سعی دارند سرمایه‌گذاری‌هایی در زمینه فناوری‌های پوشیدنی داشته باشند. قطعاً این فناوری هنوز روزهای طفولیت و دوران کودکی خود را می‌گذراند و برای اینکه به بلوغ کافی برسد، باید سرمایه کلانی به آن تزریق شود. از آنجا که این روزها شاهد ارزش‌های بسیار این فناوری‌ها بوده‌ایم و هستیم، قطعاً جریان سرمایه‌گذاری در آن هم به مرور زمان شدت خواهد گرفت. واقعیت این است که ما همه باید خود را برای بهبود وضعیت سلامتی‌مان آماده کنیم و مواردی نظیر فناوری‌های پوشیدنی در این مسیر می‌تواند نقشی کلیدی در پایش سلامتی ما انسان‌ها داشته باشد.

ساعت‌های هوشمندشان را در اختیارش قرار دهند، هیچ پاسخی از آنها دریافت نکرد. دکتر اینگو فیتز معتقد است که هیچ کدام از دستگاه‌های پوشیدنی موجود در بازار که با مقیاس‌های مختلف به بررسی کیفیت خواب افراد می‌پردازند، نمی‌توانند با روش‌های کلینیکی مخصوص و ویژه بررسی کیفیت خواب مطابقت کنند. در این روش‌های کلینیکی، اطلاعات به‌طور مستقیم و با استفاده از الکترودهای مخصوص از فرآیندهای در جریان مغز افراد به دست می‌آیند. شرکت ساسم‌ونگ هیچ نظری درباره این موضوع نداشته است، اما شرکت هواوی به خبرنگار «کونومیسست» گفته که دستگاه‌های این شرکت طول مدت خواب را با دقتی قابل مقایسه با روش‌های کلینیکی اندازه‌گیری می‌کنند. با این حال، دانشمندان تأیید می‌کنند که تکنولوژی‌های خواب ممکن است به بی‌خوابی‌های متوسط کمک کنند و باعث شوند افراد حساس به این نتیجه برسند که به درمان‌های کلینیکی نیاز دارند. بررسی میزان اکسیژن خون در لحظه که بعضی دستگاه‌های پوشیدنی انجام می‌شود) می‌تواند به تشخیص اختلالاتی از قبیل آپنه خواب (شرایطی که در آن افراد در حین خواب دچار توقف تنفس می‌شوند و تقریباً یک میلیارد نفر در سراسر دنیا به آن مبتلا هستند) کمک کند. اما در نهایت دکتر اینگو فیتز می‌گوید که هیچ گجتی نمی‌تواند به خواب بهتر افراد کمک کند. اگر فردی که به خواب و استراحت بیشتری نیاز دارد، به چنین نتیجه‌ای برسد، رویای سرمایه‌گذاران صنعت تکنولوژی‌های خواب برای ثروتمند شدن به کابوسی بی‌سود و منفعت تبدیل خواهد شد.

خواب، این دستگاه‌ها را کنار گذاشته‌اند؛ ظاهراً این اتفاق به این دلیل افتاده است که آنها تأثیر خواب‌آور دلخواه‌شان را از این دستگاه‌ها نگرفته‌اند. شرکت‌های ککون، اورا هلت و ایت اسلیپ اخیراً مدل‌های عضویتی را معرفی کرده‌اند تا به این وسیله بتوانند افراد را به پیشرفت‌ها و به‌روزرسانی‌های مربوط به دستگاه‌های‌شان آگاه کنند. این حق اشتراک‌ها در مقایسه با فروش دستگاه‌ها، درآمدی ثابت و بهتر را برای این شرکت‌ها به همراه می‌آورد و همچنین امکان دسترسی به اطلاعاتی را برای آنها فراهم می‌کند که به بهبود دستگاه‌های تولیدی آینده آنها کمک خواهند کرد. این رویکرد همچنین می‌تواند یک تأیید ضمنی باشد برای آنکه این دستگاه‌ها یک راه علاج فوری و اضطراری نیست. اورا هلت می‌گوید که این شرکت قابلیت‌های متنوع دیگری را به انگشت‌های هوشمندش اضافه می‌کند که مستقیماً مربوط به خواب نیستند. بسیاری از دانشمندان نگران آن هستند که با وجود رشد فزاینده تکنولوژی‌های جدید مربوط به سلامتی، تکنولوژی‌های خواب از استاندارد طلایی و کامل به دست آمده از مطالعات کلینیکی انجام شده روی بیماران و نمونه‌های تصادفی، محروم بمانند.

دکتر «اینگو فیتز» یک مرکز خواب را در بیمارستان «شارپته برلین» (که یکی از بزرگ‌ترین مراکز درمانی دانشگاهی در اروپاست) راه‌اندازی و مدیریت می‌کند. او که در یک آزمایشگاه اختصاصی، گجت‌ها و تشک‌های هوشمند جدید را مورد مطالعه قرار می‌دهد، می‌گوید وقتی از دو شرکت ساسم‌ونگ و هواوی خواست تا روش‌های مورد استفاده در عملکرد مربوط به مدل اندازه‌گیری

دهند؛ به عنوان مثال، اپل واچ یا همان ساعت اپل یکی از همان ابزارهایی است که می‌تواند تپش قلب را بررسی کند. نکته مهم اینجاست که هزینه اپل واچ به مراتب کمتر از تست‌ها و آزمایش‌هایی است که در این زمینه صورت می‌گیرد و عمده‌تا گران و هزینه‌بر هستند. افزون بر آن، این وسیله‌ها نسبت به قیمت خود، ارزش بالایی هم دارند؛ چراکه می‌توانند جان انسان‌ها را از خطر مرگ نجات دهند. مواردی که اینجا مطرح شد، تنها یکی از انقلاب‌های بزرگی است که در صنعت تجهیزات پزشکی و دارویی صورت گرفته و همه چیز را تغییر داده است. ساعت‌ها و حلقه‌های هوشمند، ابزارهای دنبال‌کننده تناسب اندام، برچسب‌ها و بسیاری از دیگر وسیله‌هایی که همگی جزو فناوری‌های پوشیدنی به شمار می‌آیند، تحولی بزرگ در صنعت تجهیزات پزشکی و دارویی جهان ایجاد کرده‌اند. در حال حاضر بیش از ۷ هزار و ۵۰۰ نوع مختلف از فناوری‌های پوشیدنی وجود دارند که می‌توانند وضعیت سلامتی انسان‌ها را پایش و رصد کنند. برخی از این ابزارها مفیدتر هستند و برخی هم کارایی چندانی ندارند. این

نامشخص و اعلام نشده خرید.

با این وجود، استارت‌آپ‌های مختلفی در این سال‌ها با هدف بهبود کیفیت خواب افراد راه‌اندازی شده‌اند. اتفاقاً این استارت‌آپ‌های تخصصی، ابزارها و محصولات مرغوب و پیر از جزیباتی را ارائه می‌کنند. «ورا هلت» (Oura Health)، یک شرکت فنلاندی است که ارزش حدود یک میلیارد دلاری دارد. این شرکت یک انگشتر تیتانیومی را که وزنی چند گرمی و سبک دارد، با قیمت ۳۰۰ دلار می‌فروشد؛ انگشتری که ضربان قلب، میزان اکسیژن خون و فعالیت روزانه کاربرانش را ردگیری و اندازه‌گیری می‌کند که سلبریتی‌های معروف هم از طرفداران پر و پا قرص آن هستند. «ککون» (Kokoon) نیز یک شرکت بریتانیایی تولیدکننده هدست‌های بی‌سیم است و ایرپادهای بسیار کوچکش وقتی براساس میزان اکسیژن خون تشخیص می‌دهند که فردی در مرحله خواب قرار دارد، موسیقی آرام‌بخش پخش می‌کند. همچنین «بت اسلیپ» (Eight Sleep) یک استارت‌آپ آمریکایی تولیدکننده تشک‌های هوشمند است که قابلیت هماهنگ شدن با پالیکشن ویژه این شرکت را دارند. این تشک‌های هوشمند با قیمت ۲ هزار دلار به فروش می‌رسند و در طول شب و هنگامی که دمای بدن فرد در خواب تغییر می‌کند، گرم یا سرد می‌شوند.

ترکیبی از افزایش بی‌خوابی در میان مردم و تکنولوژی‌های بهتر، به رشد انفجاری صنعت دستیارهای خواب (همان دستگاه‌های کمک‌کننده به بهبود کیفیت خواب افراد) منجر می‌شود. شرکت تحقیقاتی «گلوبال مارکت اینسایتز»

این روزها ابزارهای بسیاری وجود دارند و در دسترس هستند که می‌توانند وضعیت سلامتی را در افراد دنبال کنند. به این ابزارها، فناوری‌های پوشیدنی می‌گویند. از اپل واچ گرفته تا حلقه‌های هوشمندی که زنان را نسبت به عادت‌های ماهیانه‌شان آگاه می‌کنند، همه اینها آمده‌اند تا انقلابی بزرگ در دنیای سلامتی به پا کنند. به گزارش «کونومیسست»، وقتی قلب به شکلی نامنظم می‌تپد، امکان دارد لخته خون یا عارضه‌ای ایجاد کند، امری کشنده که به طور سالانه جان افراد بسیاری از افراد را در سراسر جهان می‌گیرد، اما اگر تپش نامنظم قلب را شناسایی کنید، همان ابتدا می‌توان جلوی بروز عارضه‌های قلبی و مرگ هزاران نفر را در سال گرفت. نکته اینجاست که ابتدا باید این تپش نامنظم قلب را کشف کنید. تست‌ها و آزمایش‌هایی که این نامنظمی را نشان می‌دهند، اغلب گران‌قیمت و پرهزینه هستند. حتی برخی از آنها دقت کافی را هم ندارند؛ چراکه تپش قلب را در شرایط آزمایشگاهی و خاص می‌سنجند، اما حالا ابزارهای جدید و وسایل مدرنی وارد بازار شده‌اند که می‌توانند این بی‌نظمی را در تپش قلب به ما نشان

دنیای ثروتمند کمبود خواب دارد. به طور میانگین، یک بزرگسال آمریکایی تقریباً دو ساعت کمتر از پدر بزرگ و مادر بزرگ خود در طول روز چرت می‌زند. بیش از یک‌سوم آمریکایی‌ها کمتر از هفت ساعت در شب می‌خوابند. خستگی و فرسودگی ناشی از این وضعیت به آلزایمر، افزایش فشار خون و بیماری‌های مزمن دیگر منجر می‌شود. چنین شرایطی همچنین می‌تواند تا ۴۰۰ میلیارد دلار در سال به اقتصاد آمریکا ضربه زند. دیگر کشورهای ثروتمند هم به همین منوال دچار بی‌خوابی هستند. مصرف الکل و کافئین هم تا حدودی مقصر هستند؛ درست مثل قرار گرفتن در معرض گوشی‌های موبایل و نمایشگرهای کامپیوتر. جالب اینجاست که مردم دست کمک‌شان را به سوی بعضی از همین دستگاه‌ها دراز کرده‌اند.

به نوشته «کونومیسست»، حالا حسگرهای بسیار کوچک به شکلی راحت‌تر در گجت‌های پوشیدنی تعبیه می‌شوند تا در طول شب کاربران را زیر نظر بگیرند. غول‌های تولیدکننده لوازم مصرفی الکترونیک مانند گوگل، ساسم‌ونگ و هواوی در گجت‌های‌شان، تکنولوژی‌های مرتبط با خواب را ارائه می‌کنند. هرچند به نظر می‌رسد اپل آنتچان که باید از خرید شرکت Beddit (که تولیدکننده حسگرهای قابل استفاده در تختخواب است) بهره نبرده است، اما در سال‌های اخیر سعی کرده تا قابلیت‌ها و تکنولوژی‌های مرتبط با ردگیری کیفیت خواب کاربران را در ساعت‌های هوشمند جدیدش ارائه کند. بد نیست بدانید که اپل در سال ۲۰۱۷ و به دنبال بلندپروازی‌هایش برای پس زدن دیگر رقبای شرکت فنلاندی Beddit را با قیمتی

آیا کاهش روزهای کاری هفته به هنجار شغلی بدل می شود؟

استقبال جهانی از کار ۴ روزه

تصور عمومی ما این است که هرچه بیشتر و سخت تر کار کردن، دستاوردهای بزرگتری به همراه دارد، اما آیا در این باره فکر کرده‌اید که کمتر کار کردن می‌تواند کلید موفقیت باشد؟ برخی از کارآفرینان و کارفرمایان به این نتیجه رسیده‌اند که چهار روز کار در هفته، میزان بهره‌وری و رضایت شغلی را افزایش می‌دهد و باعث می‌شود علاوه بر زنانی که مسئولیت‌های خانوادگی دارند و باید از کودکان خود نگهداری کنند، مردان و به طور کلی، همه کارکنان مستعد به هفته کاری چهار روزه به منزله سبک جدید کار و هنجار غالب شغلی نگاه کنند. این مسئله از زمان بروز پاندمی کرونا بیش از پیش مطرح شده و تجربیات موفق کشورهای اروپایی از جمله ایسلند، کشورها و شرکت‌های زیادی را به این سمت سوق داده است که از کار چهار روزه استقبال کنند. در میانه‌های قرن بیستم بود که هشت ساعت کار روزانه و پنج روز کاری در هفته به هنجار شغلی تبدیل شد و حالا با گذشت بیشتر از نیم قرن از آن زمان، نقطه عطف دیگری در روابط و مناسبات کاری شکل گرفته و آن هفته کاری چهار روزه است.

اینکه یکی از روزهای هفته کاری کم شود، قطعاً برای بسیاری از کارکنان و کارمندان خوشایند است، اما شرایط و پیامدهای آن چقدر بر روی آینده کاری آنها تاثیر می‌گذارد؟ به نظر می‌رسد بحث در مورد چهار روزه شدن هفته کاری در نقاط زیادی از جهان جریان پیدا کرده است. برخی شرکت‌ها تصمیم گرفتند آن را به صورت محدود آزمایش کنند و بعداً در موردش تصمیم بگیرند. البته اکثر این شرکت‌ها در اروپا قرار دارند. به همین خاطر وقتی اعلام شد که در کالیفرنیا هم ممکن است این برنامه به صورت آزمایشی اجرا شود، توجه رسانه‌ها بیشتر از قبل به این موضوع جلب شد. گفته می‌شود مهمترین شرکت‌هایی که این آزمایش را شروع کرده‌اند، سیسکو و یونیلور هستند. با این حال، وقتی بحث به گسترش یافتن این برنامه آزمایشی برسد، تردیدها درباره‌اش بالا می‌گیرد. یک نظرسنجی که توسط موسسه گارتنر در اواخر ماه آوریل انجام شد نشان داد که تنها ۶ درصد از مدیران ارشد شرکت‌ها واقعا می‌خواهند چنین برنامه‌ای را به صورت آزمایشی به اجرا دربیآورند. آنها در پشت قضیه معتقدند که اگر حقوق کارکنان را بالا ببرند یا مرخصی بیشتری در اختیارشان بگذارند یا انعطاف‌پذیری در برنامه کاری آنها را بیشتر کنند، جلب رضایت کارکنان راحت‌تر خواهد بود.

با این حال، شرکت مهمی مثل سیسکو هم هست که فعلاً برنامه چهار روز کار در هفته را در بخش منابع انسانی خود به صورت آزمایشی شروع کرده و قصد دارد آن را طی دو بازه هشت هفته‌ای ادامه بدهد. در فاز اول، چهار روز کار در هفته، آن هم به صورت روزانه ۱۰ ساعت انجام خواهد گرفت. در بازه دوم، کارکنان می‌توانند هر یک جمعه در میان تعطیلی داشته باشند. سیسکو قصد دارد از این طریق به جمع‌آوری اطلاعات در مورد بازدهی کارکنان بپردازد و از خود آنها هم در این مورد نظرسنجی کند.

کشورهایی مانند بلژیک، ایسلند، اسکاتلند، ولز، سوئد و اسپانیا در حال آزمایش این سیستم جدید به شکل‌های مختلف هستند و موقعیت امتحان کردن کار چهار روز در هفته را در اختیار کارکنان قرار داده‌اند. مثلاً در بلژیک به انتخاب خودتان می‌توانید پنج روز در هفته کار کنید یا اینکه کار پنج روز را در چهار روز (با ساعات طولانی‌تر) انجام بدهید. ایسلند هم در فاصله سال‌های ۲۰۱۵ تا ۲۰۱۹ در حال آزمایش الگوی مشابهی بود و حدود ۲ هزار و ۵۰۰ نفر در مرحله آزمایشی این برنامه شرکت کردند. حالا ۸۶ درصد از کارکنان در این کشور می‌توانند در صورت تمایل به کار چهار روز در هفته روی بیاورند. در سوئد این روش به صورت آزمایشی در سال ۲۰۱۵ انجام شد اما نتایج متناقضی به دست داد و در نتیجه ادامه یافتنش با مشکل مواجه شد. اسپانیا جزو کشورهایی در اروپاست که قصد دارد این برنامه را به صورت آزمایشی به زودی به مرحله اجرا دربیآورد. در آلمان که یکی از کوتاه‌ترین ساعات کاری هفتگی در اروپا را دارد هم ظاهراً تقاضا برای امتحان کردن برنامه کاری چهار روز در هفته وجود دارد.

در خارج از اروپا نیز برنامه‌های مشابه به خصوص از زمان وقوع بحران کرونا مورد توجه قرار گرفته است. به عنوان مثال، در کانادا برخی از شرکت‌ها برنامه کاهش ۲۰ درصدی حقوق به همراه تعطیلی یک روز اضافه در هفته را برای کارکنان در نظر گرفتند. این کار در واقع اقدامی برای کاهش هزینه‌ها و دوام آوردن در دوران کرونا بود، اما حتی وقتی اوضاع بهتر شد هم برخی از کارکنان ترجیح می‌دادند همین روش را ادامه بدهند. این اتفاق، سرآغازی برای اجرای آزمایشی برنامه کار چهار روز در هفته بوده است. دکتر کلمنتین فان افنتره، استادیار اقتصاد در دانشگاه تورنتو در این خصوص می‌گوید: «بازده کاری در جریان کار چهار روز در هفته کم نمی‌شود و بلکه زیاد هم می‌شود. علتش احساس سلامت و شادی بیشتر در کارکنان است که بر اثر همان یک روز تعطیلی اضافه ایجاد می‌شود.»

البته برخی موانع پیش روی اجرای این برنامه را می‌توان اختلال‌هایی دانست که در محیط کار و بین اعضای تیم‌ها ممکن است پیش بیاید. به طور نمونه احتمالش هست که کارکنانی که چهار روز کار در هفته را انتخاب می‌کنند، در قیاس با کارکنان دیگر به عنوان نیروهای درجه پایین‌تر به نظر بیایند و تعهدشان به کار زیر سؤال برود. این مسئله به خصوص ممکن است زنان را بیشتر تحت تاثیر قرار بدهد؛ چون برخی از آنها به دلیل مسئولیت‌های خانوادگی بیشتر به کار چهار روز در هفته تمایل نشان خواهند داد. دکتر فان افنتره در این باره می‌گوید: «انعطاف‌پذیری ساعات کاری قطعاً برای زنان بسیار بیشتر از مردان اهمیت دارد. به همین دلیل است که بحث کار چهار روز در هفته باید اول کارشناسی شود و بعد به مرحله اجرا درآید؛ وگرنه در غیر این صورت، نابرابری جنسیتی در محیط کار و قضاوت‌های ناشی از آن بسیار بیشتر از حد انتظارها خواهد بود.»

افزایش نرخ بهره، بازارها را دچار آشفتگی می‌کند

مارپیچ تورمی بازارها



نقش پررنگ بانک‌های مرکزی

آمریکا نسبت به سایر کشورها، به افزایش نرخ بهره بیشتری نیاز دارد. در واقع، این کشور در یک سال گذشته شرایط اقتصادی وخیمی داشته و با افزایش شدید نرخ تورم روبه‌رو شده است، علاوه بر آن، رشد نیروی کار و داغ شدن بازار کار در آمریکا هم باعث شده است که افزایش نرخ بهره در این کشور به حالت اضطراری درآید. افزایش نرخ بهره در آمریکا می‌تواند منجر به ولع بیشتر سرمایه‌گذاران برای دلار شود؛ این یعنی تقاضا برای دلار افزایش پیدا خواهد کرد. افزایش ارزش دلار در برابر ین ژاپن هم یکی از مواردی است که از همین نوسان نرخ بهره حاصل شده است. ژاپن تنها کشور توسعه‌یافته و پیشرفته‌ای است که هنوز نرخ بهره در آن افزایش نیافته است و احتمالاً همینطور پایین خواهد ماند. همین امر موجب شده است که ارزش ین به پایین‌ترین سطح خود از سال ۱۹۷۰ تاکنون برسد. همه اینها حاصل همین تصمیم‌هایی است که فدرال رزرو آمریکا اتخاذ کرده و آینده بازار را در اختیار خودش گرفته است. افزایش نرخ تورم در آمریکا باعث شده است فدرال رزرو در این کشور تا این اندازه تهاجمی برخورد کند، اما نکته اینجاست که سیاست‌های تهاجمی منجر به نوسانات شدید قیمتی در بازارها خواهد شد و همین امر، پیش‌بینی آینده را برای اهالی بازار دشوار می‌کند. این امر به شدت بر روی سرمایه‌گذاری‌ها در آمریکا اثر خواهد گذاشت. بسیاری از سرمایه‌گذاران بابت سیاست‌های فدرال رزرو احساس نگرانی می‌کنند، اما در عین حال وسوسه می‌شوند که در زمان‌های تغییر سیاست ناگهان وارد میدان شوند تا در این دوران گذار، به سود مالی دست پیدا کنند. در واقع، اینطور می‌توان گفت که فدرال رزرو و اکثر بانک‌های مرکزی بزرگ جهان، با تغییر سیاست‌های خود، چرخه‌ای را ایجاد می‌کنند که بازارهای مالی را کاملاً تحت تاثیر خود قرار می‌دهند. به هر حال، در شرایط فعلی، وضعیت بانک‌های مرکزی از جمله فدرال رزرو این است که به فکر اقتصاد کشورشان باشند و اکنون تنها فکر برای اقتصاد کشورهای توسعه‌یافته در جهان، افزایش نرخ بهره است؛ به این خاطر که از طریق افزایش نرخ بهره می‌توان نرخ تورم را در این کشورها مهار کرد.

اینسازلی بوده به سمت انقباضی شدن حرکت می‌کند و روند در حال معکوس شدن است. فدرال رزرو یا همان بانک مرکزی آمریکا اخیراً نرخ بهره را نیم درصد افزایش داده و همچنین سیاست‌های جدیدی در پیش گرفته که نسبت به گذشته تغییرات محسوسی را در روند این نهاد مالی نشان می‌دهد. بانک مرکزی استرالیا تا همین چند وقت اخیر پیش‌بینی می‌کرد نرخ بهره خود را تا سال ۲۰۲۴ نزدیک به صفر نگه دارد، اما حالا ناگهان همه سرمایه‌گذاران را غافلگیر کرده و نرخ بهره را افزایش داده است. بانک مرکزی انگلستان هم از سال ۲۰۰۹ تاکنون نرخ بهره خود را افزایش نداده، اما حالا تصمیم گرفته که برای مقابله با نرخ تورم، سیاست خود را تغییر دهد.

تصمیم بانک‌های مرکزی بر روی وضعیت بازارهای مالی اثر می‌گذارد. برای مثال، بلافاصله پس از افزایش نرخ بهره از سوی فدرال رزرو، ارزش سهام در بازار افزایش پیدا کرد. دلایلش این بود که اهالی بازار و سرمایه‌گذاران تصور می‌کردند سیاست‌های بانک مرکزی از این انقباضی‌تر نخواهد شد، اما حالا دوباره بازار سعی دارد خودش را با وضعیت جدید مطابقت دهد. به همین خاطر، ارزش سهام دوباره روندی نزولی را در پیش گرفته است. ارزش کلی سهام در بازار سرمایه آمریکا در سال ۲۰۲۲ با کاهش ۱۱ درصدی مواجه شده و دلایل اصلی آن، همین تصمیم‌های فدرال رزرو است. البته سرمایه‌گذاران پیش‌بینی کرده‌اند که فدرال رزرو، نرخ بهره را بیش از اینها افزایش خواهد داد.

یکی از عواقب سیاست‌های انقباضی برای بازارهای مالی، این است که روی ارزش ارزها اثر می‌گذارد. مثلاً شاخص دلار در سید ارزها طی یک سال گذشته افزایش ارزش ۷ درصدی را تجربه کرده است. هرچند عمده این ارزش، از کاهش ارزش یورو به دست می‌آید. در واقع، ارزش دلار نسبت به ارزش چند ارز مهم از جمله ین، یوند، یورو و یوان تعیین می‌شود، اما در این میان، یورو از همه مهمتر است و از آنجا که یورو این روزها با کاهش ارزش شدیدی روبه‌رو شده، شاخص دلار رشد قابل توجهی را تجربه کرده است.

فرصت امروز: جهان در معرض موج تورمی قرار گرفته و سیاست‌گذاران پولی برای مهار تورم، نرخ‌های بهره را افزایش داده‌اند. انطور که «بلومبرگ» اخیراً گزارش داده، در پی اوج‌گیری تورم جهانی، نرخ بهره در حدود ۵۰ کشور جهان بالا رفته و آمریکا، انگلیس، استرالیا، کانادا، برزیل، هند و پاکستان از آخرین کشورهایی هستند که نرخ بهره را در پاسخ به افزایش قیمت‌ها در سال ۲۰۲۲ میلادی افزایش داده‌اند.

با بروز بحران کرونا و سپس تبعات جنگ روسیه و اوکراین در هفته‌های گذشته و موج گرانی کالاهای اساسی و مواد غذایی در بازارهای جهانی، نرخ تورم در اغلب کشورها به بیشترین میزان طی دهه‌های گذشته رسیده و سکانداران پولی برای مقابله با موج تورم، افزایش نرخ بهره سیاستی را در دستور کار قرار داده‌اند. البته تحلیلگران دیدگاه‌های متفاوتی در قبال افزایش نرخ بهره دارند؛ از یکسو برخی کارشناسان می‌گویند افزایش نرخ بهره، آن هم در حالی که تورم از سمت زنجیره‌های تولید و بخش عرضه رخ داده است، سیاست درستی محسوب نمی‌شود و افزایش نرخ بهره موجب می‌شود که مشکلات تولید تشدید شده و کنترل تورم با افزایش بیکاری و کاهش تولید و التهاب بازارهای مالی همراه شود. از دیگر سو، برخی اقتصاددانان از دیر هنگام بودن این سیاست سخن می‌گویند و معتقدند ابزار بانک مرکزی برای کنترل تورم، نرخ بهره است، اما بانک‌های مرکزی برای افزایش نرخ بهره به موقع عمل نکرده‌اند و این افزایش فعلی با تاخیر و دیر هنگام انجام شده است.

فرمول جهانی مهار تورم

یکی از فاکتورهایی که اقتصادها را به شدت تحت تاثیر خود قرار می‌دهد، تورم است. کشورهای توسعه‌یافته در حال حاضر با افزایش شدید نرخ تورم مواجه شده‌اند و تنها راه مقابله، افزایش نرخ بهره در کشورهای مرکزی است؛ اقدامی که به ضرر بازارها تمام می‌شود. به گزارش «کونومیسٹ»، این روزها بانک‌های مرکزی در کشورهای توسعه‌یافته جهان با بدترین تورم جهانی دست و پنجه نرم می‌کنند. چنین تئوری در این کشورها تاکنون سابقه نداشته است. حالا تمام سیاست‌های پولی که در گذشته

با شروع جنگ و تورم بالا، نرخ بهره در سراسر جهان افزایش پیدا می‌کند. به گزارش «نیویورک تایمز»، نزدیک به ۴۸ کشور جهان در طول شش ماه گذشته نرخ بهره خود را افزایش داده‌اند، چراکه بانک‌های مرکزی در آمریکا، انگلستان، هند و کشورهای دیگر در تلاش برای مهار سریع‌ترین تورم طی دهه‌های اخیر، هزینه استقراض را افزایش داده‌اند. فدرال رزرو در روز چهارشنبه گذشته نرخ بهره معیار خود را افزایش داد که سومین افزایش از ابتدای سال و بزرگترین آن از سال ۱۹۹۴ بوده است. چند ساعت پس از این اقدام فدرال رزرو، کشورهای برزیل، عربستان سعودی و.. تغییر در نرخ بهره خود را اعلام کردند. سوئیس و انگلستان نیز روز پنجشنبه نرخ‌های بهره را افزایش دادند.

در سال ۲۰۲۲ حداقل ۴۵ کشور نرخ بهره را افزایش داده‌اند و کشورهای دیگری نیز در این مسیر قرار دارند. افزایش نرخ بهره، ابزار قدرتمندی برای مبارزه با افزایش قیمت‌هاست؛ این اقدام، استقراض پول را گران‌تر می‌کند که بر تقاضای مصرف‌کنندگان و توسعه کسب‌وکارها تاثیرگذار است و به نوبه خود باعث کاهش رشد اقتصادی و کند شدن روند استخدام نیروی کار می‌شود. این امر می‌تواند به معنای کاهش رشد دستمزد خانوارها و همچنین کاهش قدرت قیمت‌گذاری شرکت‌ها باشد که در نهایت به کاهش تورم منتهی می‌شود.

افزایش نرخ بهره، اقدام سیاستی متعادل‌کننده بسیار حساسی است، به طوری که سیاست‌گذاران تحت فشار قرار دارند تا قیمت‌ها را مهار کنند؛ بدون اینکه رشد را کاهش دهند. اقتصاددانان و سرمایه‌گذاران

بانک‌های مرکزی نرخ بهره را افزایش می‌دهند

نقشه پولی مهار تورم

پایین باقی بماند؛ بنابراین بسیاری از اقتصادهای جهان شروع به کاهش نرخ‌های بهره کردند. ولی پس از شروع همه‌گیری کرونا، بسته‌های محرک اقتصادی دولت که برای مقابله با پیامدهای همه‌گیری طراحی شده بود، به افزایش تقاضا منجر شد. زنجیره‌های عرضه نیز تحت‌تاثیر تعطیلی کارخانه‌ها، مشکلات حمل‌ونقل و کمبود نیروی کار، با اختلال مواجه شدند. این نیروها در مجموع فشارهای قیمتی را که برای مدت طولانی خفته بودند، دوباره بیدار کردند.

تاکنون نشانه‌های کمی از کاهش تورم دیده شده است. قیمت‌های مصرف‌کننده در آمریکا در گزارشی که هفته گذشته منتشر شد، دوباره با افزایش مواجه شده است، چراکه قیمت بنزین افزایش داشته و انواع کالاهای خدمات به‌شدت با افزایش قیمت روبه‌رو بوده‌اند. تنش میان اوکراین و روسیه می‌تواند همچنان به افزایش قیمت کالاهای پایه منجر شود؛ در حالی که تلاش‌ها برای مهار ویروس کرونا در چین و اعتصاب کارگران در کره‌جنوبی می‌تواند تولید قطعات را بیش از پیش مختل کند. گرچه تقاضا در آمریکا نشانه‌هایی از کاهش داشته، اما همچنان تا حد زیادی قوی باقی مانده است. مصرف‌کنندگان در سایر نقاط جهان نیز شروع به عقب‌نشینی کرده‌اند. حال سوال اینجاست که آیا اقتصاد جهان قادر به تحمل چرخه افزایش نرخ بهره خواهد بود؟ چشم‌انداز امیدوارکننده‌ای به نظر نمی‌رسد. دیوید مالیاس، رئیس بانک جهانی در آخرین گزارش خود می‌گوید: جنگ اوکراین، قرنطینه در چین، اختلالات زنجیره تامین و خطر رکود تورمی باعث تهدید رشد اقتصادی شده و برای بسیاری از کشورها فرار از رکود دشوار خواهد بود.

بانک نامہ

با پایان اردیبهشت امسال محقق شد

عوارض ۲۹۸ میلیاردی خروج از کشور

براساس عملکرد درآمدی سازمان امور مالیاتی تا پایان اردیبهشت امسال، معادل ۲۹۸ میلیارد و ۷۵۳ میلیون تومان عوارض خروج از کشور دریافت شده است. عوارض خروج از کشور، یکی از منابع درآمدی برای دولت است که هر ساله، میزان آن برای هر نفر را در لایحه بودجه خود تعیین می کنند، اما برخلاف سال‌های گذشته در لایحه بودجه سال ۱۴۰۱، میزان عوارض خروج از کشور برای هر نفر مشخص نشد. براساس آنچه که در لایحه بودجه سال جاری قید شده، به طور کلی در بخش درآمدهای دولت در بخش مالیات بر کالاها و خدمات، عوارض خروج مسافران از مرزهای کشور ۱۵۰۰ میلیارد تومان پیش‌بینی شده بود. در این بین، افزایش عوارض خروج از کشور واکنش‌هایی را در زمان ارائه لایحه در انجمنکس و از آنجا که در لایحه بودجه رقم دقیقی برای عوارض خروج از کشور تعیین نشده بود و برخی اعداد متفاوتی را برای عوارض خروج از کشور اعلام کردند؛ در آن زمان رئیس سازمان برنامه و بودجه گفت اینگونه نیست و پیشنهادهایی در دولت درباره عوارض خروج از کشور مطرح است. پیشنهادی که در تعیین درصدی از قیمت بلیت است، ولی هنوز این پیشنهاد بررسی و تایید نشده است.

با این حال، لایحه بودجه ۱۴۰۱ تصویب شد و در حال حاضر نیز چند ماهی از اجرای قانون بودجه امسال می‌گذرد اما تاکنون هنوز سازمان برنامه و بودجه جداول مربوط به قانون بودجه را منتشر نکرده تا وضعیت و میزان عوارض خروج از کشور برای سال جاری شفاف و دقیق مشخص شود. در این میان، بررسی امراهای عملکرد درآمدهای امور مالیاتی تا پایان اردیبهشت ماه ۱۴۰۱ نشان می‌دهد که معادل ۲۹۸ میلیارد و ۷۵۳ میلیون تومان عوارض خروج از کشور دریافت شده است.

بیت کوین رکورد ۵ ساله را شکست

روزهای بد پادشاه رمزارزها

سقوط بازار ارزهای دیجیتال ادامه دارد و بیت کوین به کمترین ارزش از سال ۲۰۱۷ رسیده. به گزارش کوین مارکت کپ، در معاملات روز گذشته شاهد سقوط اتروم به زیر سطح حمایت کلیدی خود یعنی ۱۰۰۰ دلار و سقوط بیت کوین تا ۱۸ هزار و ۹۰۵ دلار بودیم که نشان‌دهنده پایین‌ترین سطح قابل توجه در بازار ارزهای دیجیتال نزولی کنونی است. اتروم در کمتر از دو ساعت از ۱۰۷۶ دلار به ۹۸۶ سقوط کرد. بیت کوین در ۲۴ ساعت نزدیک به ۱۰ درصد کاهش یافت. آخرین باری که بیت کوین در محدوده ۱۹ هزار دلار قرار داشت، دسامبر ۲۰۲۰ بود. در آن زمان، رسیدن به ۱۹ هزار و ۴۵۰ دلار خبر خوبی بود که به عنوان یک افزایش مرتبط با مقررات پیشنهادی ایالات متحده در مورد استیبل کوین‌ها در نظر گرفته شد.

اما مهم‌کنون دو ارز دیجیتال بیت‌کوین و اتریوم هستند. با این حال، شکستن این آستانه‌ها می‌تواند موجی از «تحلل‌های اجباری» را ایجاد کند که به نوبه خود قادر است قیمت‌ها را حتی بیشتر کاهش دهد. مهمتر از آن، بیت‌کوین از ۲۰۱۷ یعنی ۲۰۱۷ دلار تا اتریوم قیمت خود را به ۱۰۰ دلار سقوط کرد و هرگز در بازه‌های نزولی قبلی کمتر از این سطح نزول نکرده بود. اتریوم نیز برای اولین بار در ژانویه ۲۰۱۸ قیمت ۱۰۰ دلاری را تجربه کرد و سپس در فوریه ۲۰۱۸ این ارزش را از دست داد. پس از آنکه در ژانویه سال گذشته دوباره آن را به دست آورد، تاکنون هرگز به زیر ۱۰۰ دلار نزول نکرده بود.

سرمایه‌گذاران و تحلیلگران به جست‌وجوی پایین‌ترین سطح
ررزش ادامه می‌دهند؛ سام کالاها، تحلیلگر شرکت سنوان
بیت‌کوین گفته است که بیت‌کوین می‌تواند تا ۱۳ هزار و ۸۰۰
دلار کاهش یابد که نشان‌دهنده افت بیش از ۸۰ درصدی از
بالاترین رکورد خود در نوامبر ۲۰۲۱ است. همین اتفاق در
دسامبر ۲۰۱۸ رخ داد، زمانی که بیت‌کوین تقریباً به ۳۰۰
دلار سقوط کرد.

مجموع ارزش بازار جهانی ارزهای دیجیتال در حال حاضر ۸۱۵.۵۰ میلیارد دلار برآورد می‌شود که این رقم نسبت به روز قبل ۷.۸۹ درصد کمتر شده است. در حال حاضر ۴۲.۹۲ درصد کل بازار ارزهای دیجیتال در اختیار بیت‌کوین بوده که در یک روز ۱.۰۷ درصد کاهش داشته است. حجم کل بازار ارزهای دیجیتال در ۲۴ ساعت گذشته ۸۸.۷۰ میلیارد دلار است که ۵۰.۸۰ درصد افزایش داشته است. حجم کل در امور مالی غیرمتمرکز در حال حاضر ۵.۹۵ میلیارد دلار است که ۶.۷۱ درصد از کل حجم ۲۴ ساعته بازار ارزهای دیجیتال است. حجم تمام سکه‌های پایدار اکنون ۷۸.۹۴ میلیارد دلار است که ۹.۹۹ درصد از کل حجم ۲۴ ساعته بازار ارزهای دیجیتال است.

تا ۲ میلیارد و ۴۰۰ میلیون تومان نیاز است؛ مثلاً یک واحد ۱۶۰ متری در خیابان دروس، ۲ میلیارد و ۴۰۰ میلیارد تومان رهن کامل گذاشته شده است. همچنین یک واحد مسکونی ۱۱۰ متری در خیابان پاسداران، ۱۸۰ میلیون تومان رهن با شاقی ۱۱ میلیون تومان اجاره داده می‌شود. در خیابان بلوار فردوس شرقی یک واحد ۱۱۰ متری ۸۰۰ میلیون تومان رهن داده می‌شود و در سی‌متری جی این رقم برای یک واحد ۴۴ متری ۲۷۰ میلیون تومان اعلام شده است. در منطقه کیهیمه هم یک واحد ۶۰ متری در حدود ۱۰۰ میلیون تومان یا ماهی ۴ میلیون اجاره داده شده است. واحد ۶۹ متری در محله مسعودیه منطقه ۱۵ پایتخت ۳۲۰

میلیون تومان ودیعه و اجاره ماهانه یک میلیون و ۱۰۰ هزار تومان به بازار اجاره مسکن عرضه شده است. همچنین واحد ۱۰۰ متری در منیریه ۶۵۰ میلیون تومان و طبقه ۴ واحد ۶۰ متری در جوادیه بدون آسانسور، ۱۵۰ میلیون تومان ودیعه و اجاره ۵ ماهانه ۴ میلیون تومان از سوی سوجس فایل شده است. اجاره این واحد در سال گذشته ۱٫۵ میلیون تومان در ماه بود که ۲٫۵ برابر رشد نشان می‌دهد. یک واحد ۶۰ متری در مهرآباد جنوبی با پارکینگ نیز با ۱۰۰ میلیون تومان ودیعه و اجاره ماهانه ۵ میلیون و ۶۰۰ هزار تومانی به بازار اجاره عرضه شده است. واحدی که سال گذشته با قیمت ماهانه ۱ میلیون ۲۰۰ هزار تومان اجاره رفته بود و رشد بیش از ۲۰۰ درصدی را تجربه کرده است.

با اینکه ستاد تنظیم بازار در اواخر اردیبهشت در مصوبه‌ای سقف افزایش اجاره‌ها در تهران را ۲۵ درصد تعیین کرد، اما پس از گذشت یک ماه روند بازار نشان می‌دهد که موجبان توجهی به این مصوبه ندارند و با افزایش ماهی بعضاً تا چند برابر، مورد مسکنی خود را فایز کرده‌اند. این حال، با توجه به مصوبه جدیدان افزایش اجاره‌ها تا سقف ۲۵ درصد در تهران و ۲۰ درصد در شهرهای سراسر کشور، مورد تأکید شورای عالی هماهنگی اقتصادی سران قوا قرار گرفت. سران قوا در جلسه شامگاه شنبه تأکید کردند سیاست‌ها و اقدامات لازم برای مدیریت حوزه مسکن سریع‌تر اجرائی و همزمان طرح دو فوریتی مطرح در مجلس نیز در اولویت تصویب قرار گیرد.

وضعیت اجاره در مناطق مختلف تهران

گزارش‌های میدانی نشان می‌دهد برای اجاره واحدهای مسکونی در محله‌ها و مناطق مختلف پایتخت به ودیعه‌ای بین ۱۲۰ میلیون تومان

محرمانه ذخیره ارزی در زمان ۶ رئیس

راز ۱۳۹ میلیارد دلاری فاش شد

میلیارد دلار تحویل داده است. به هر حال در این دوره، درآمد سالانه نفتی ایران قابل توجه بود و از این جهت سهیم صندوق توسعه ملی نیز چشمگیر. البته چندی پیش، فرزین در همایش صندوق توسعه ملی، این عدد را به نوعی تایید کرد و گفت که صندوق توسعه ملی در زمان خروج ۴۹، حدود ۵۵ میلیارد دلار دارا داشته است.

وقتی که صدر حسینی به صندوق آمد، نه به صورت مفصل ولی گاهی گزارشی درباره دارایی و موجودی صندوق توسعه ملی اعلام می‌شد. او در نیمه تیرماه ۱۳۹۵ سه ماجرای فیش‌های حقوقی، صندوق توسعه ملی را ترک کرد ولی آخرین گزارش‌های که اعلام کرده بود، به تداوم پدیده‌های همان سال برمی‌گشت که در آن سال حدود ۸۰ میلیارد دلار، صندوق توسعه ملی تأکید داشت. ظاهراً رفتن صدر حسینی از صندوق توسعه ملی، پایان همان اعلام عمومی محدود درباره دارایی صندوق نیز بود؛ به‌طوری که بعد از وی، احمد دوست‌حسینی در مردادماه ۱۳۹۵ به ریاست هیأت عامل صندوق توسعه ملی منصوب شد که در زمان او، آمار درباره دارایی و موجودی صندوق منتشر نشد. صندوق توسعه حسینی مدت چندانی در صندوق نماند و در دی ماه ۱۳۹۶، مرتضی شهینزاده با حکم روحانی به عنوان رئیس هیأت عامل صندوق توسعه ملی انتخاب شد. در زمان این دو رئیس، هر بار درخواست رسانه‌ای برای توضیح درباره دارایی صندوق توسعه ملی با پاسخ منفی مواجه و گفته شد که این آمار محرمانه است.

اما از مهرماه سال گذشته مهدی غضنفری با حکم رئیس جمهوری، ریاست هیأت عامل صندوق توسعه ملی را برعهده گرفت. در واقع «صندوق ثروت ملی» و عدالت بین نسلی» از دارایی‌های صندوق توسعه ملی رونمایی و آن را ۱۳۶ میلیارد دلار اعلام کرد و به محرم‌تنگی این آمار پایان داد. این در حالی است که گزارش ماه جاری موسسه جهانی صندوق‌های ثروت ملی که براساس گزارش اعلامی صندوق توسعه ملی، صرافی منتشر شد، حاکی است که این دارایی به ۱۳۹ میلیارد دلار افزایش پیدا کرده که شامل ۱۱۰ میلیارد دلار به صورت وام و ۲۹

فرصت امروز: مصوبه دولت در زمینه تعیین حداکثر افزایش اجاره بها در سال تا سقف ۲۵ درصد در تهران و ۲۰ درصد در شهرهای سراسر کشور مورد تأیید شورای عالی هماهنگی اقتصادی سران قوا قرار گرفت. در این جلسه که با حضور ابراهیم رئیسی برگزار شد، وزیر راه و شهرسازی از وضعیت بازار مسکن گزارش داد و در پایان، مصوبه دولت مبنی بر تعیین حداکثر افزایش اجاره بها سالانه تا سقف ۲۵ درصد در تهران و ۲۰ درصد در شهرهای دیگر مورد تأیید شورای عالی هماهنگی اقتصادی سران قوا قرار گرفت.

نتایج یک گزارش رسمی از سوی معاونت مسکن و ساختمان وزارت راه و شهرسازی نشان می‌دهد اجاره هر مترمربع واحد مسکونی در تهران طی اردیبهشت امسال به ۱۲۶ هزار و ۹۰۰ تومان رسیده که با مقایسه با رقم ۸۴ هزار و ۸۰۰ تومان در پایان سال ۱۴۰۰، رشد حدود ۵۰ درصدی داشته است. اهمیت این رقم در حالی است که طبق آمارها، تعداد جاره‌نشینان در ایران از ۱۲ درصد در سال ۱۳۶۵ به ۲۳ درصد تا سال ۱۳۸۵ و در ادامه به ۲۷ درصد تا سال ۱۳۹۰ و همچنین به ۳۸ درصد تا سال ۱۳۹۹ رسیده است؛ یعنی در حال حاضر، ۳۲ میلیون ایرانی درگیر مسئله اجاره بهای مسکن هستند. نکته مهم دیگر، سرعت رشد اجاره بهاست. آمارهای مرکز آمار و بانک مرکزی نشان می‌دهد که بهار ۱۳۹۰ رقم پرداختی تهرانی‌ها برای اجاره یک مترمربع واحد مسکونی حدود ۹ هزار تومان بوده که تا پایان این سال به ۱۱ هزار تومان رسید، اما این مقدار در پایان سال گذشته به ۸۴ هزار و ۸۰۰ تومان و اردیبهشت امسال به ۱۲۶ هزار و ۹۰۰ تومان رسیده و سبب تغییراتی در اجاره بهای مسکن در شهر تهران طی یک دهه بیش از ۱۴ برابر شده است.

رفتارها در بازار اجاره بهت آور شد

رفتارها در بازار اجاره بهت‌آور شده است. به نظر می‌رسد صاحب‌خانه‌ها دیگر به افزایش ۲۰٪ تا ۵۰٪ درصدی رقم اجاره راضی نیستند و صحبت از افزایش‌های چند صد درصدی است. توجیه موجران برای اعلام این اعداد هم گرانی‌های یک ماهه اخیر کالاهای اساسی است. به گزارش خبرنگاران، آنگدردی در حال حاضر عدم تناسب میان درآمد و هزینه مسکن

پس از حدود شش سال سکوت درباره دارایی‌های صندوق توسعه ملی سرانجام اعلام رقم ۱۲۹ میلیارد دلاری، محرمانگی ذخیره ارزی را که بهانه عدم انتشار گزارش در این باره بود، از بین برد؛ کما اینکه مراجع بین‌المللی از این اتفاق به عنوان پرده برداشتن از راز صندوق توسعه ملی ایران یاد کردند. به گزارش ایسنا، به تازگی گزارشی از سوی موسسه جهانی صندوق‌های ثروت ملی (Global swf) که در این هیپوپورک قرار دارد، منتشر شد و نشان داد که صندوق توسعه ملی ایران ۱۲۹ میلیارد دلار دارایی از رتبه ۳۵ به ۱۷ در بین صندوق‌های ثروت ملی بزرگ جهان رسیده است. این اعلام البته با ابراز تعجب از اینکه چرا دول و اهل‌ها، صندوق توسعه ملی ایران از ترانزانه خود رونمایی کرده، همراه سوال و این موسسه در گزارش خود عنوان کرد که صندوق از یک پرده برداشته است. اگر مروری بر وضعیت گزارش‌های صندوق توسعه ملی در زمان حضور شش رئیس هیأت عامل آن از زمان شروع فعالیت تاکنون داشته باشیم، اینکه سال‌ها آمار دارایی اعلام نشده و اکنون راز آن فاش شده را به وضوح تایید می‌کند. تشکیل صندوق توسعه ملی طبق بند (ح) ماده ۸۴ قانون برنامه پنجم توسعه، در سال ۱۳۸۹، در مجلس تصویب و در بهمن‌ماه همان سال به رئیس‌جمهور محول دهم ابلاغ شد. بر این اساس، سال ۱۳۹۰ آغاز رسمی واریز حداقل ۲۰ درصد از منابع حاصل از صادرات نفت، گاز و فراورده‌های نفتی به صندوق طبق قانون بودجه بود و مقرر شد سالانه ۳ درصد از آن اضافه شود. در سال ۱۳۹۶ و با اجرای برنامه ششم توسعه هم تکلیف شد ۳۰ درصد درآمد نفتی به صندوق واریز و سالانه ۳ درصد افزایش پیدا کند. نخستین رئیس هیأت عامل صندوق توسعه ملی، حمید قربانی بود که از تیرماه ۱۳۹۰ تا خرداد ۱۳۹۱ مسئولیت صندوق را برعهده داشت. بعد از او محمدرضا فرزین (مدیرعامل فعلی بانک ملی) به این سمت منصوب شد که البته مدت زمان حضورش چندان طولانی نبود و با تغییر دولت، در مهرماه ۱۳۹۲ و با حکم حسن روحانی، سیدولت یازدهم، صدرحسینی جایگزین فرزین شد. در آن زمان، گزارش‌ها نشان می‌داد که فرزین، صندوق توسعه ملی را با حدود ۵۳

فراخوان مناقصه عمومی یک مرحله ای زیر سازی و آسفالت معابر دهیاری کودزر

[illegible]

آخرین مهلت زمان دریافت داتلود اسناد مناقصه از سایت: روز شنبه ۱۴۰۱/۰۴/۰۴

مهلت بازگشایی، پاکت‌ها: روز دوشنبه ۱۴۰۱/۰۴/۲۰

اطلاعات تماس دستگاه منقشه گزار جهت دریافت اطلاعات بیشتر درخصوص اسنادمنقشه و ارائه پاکت های الف: استان مرکزی، شهرستان اراک، دهیاری کودرز
تلفن ۰۹۱۸۹۵۵۲۳۶۷ آقای اکبری

تلفن ۰۹۱۸۹۵۵۲۳۶۷ آقای اکبری

تا، بخ انتشار، نوبت دوم: ۱۴۰۱،۰۴،۰۸

تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۱.۰۳.۳۰

دهیاری کودزر

نماگر بازار سهام



واردات آیفون قانونی است، اما شدنی نیست

تهاتر ارز خشکبار با موبایل منتفی شد

سختگوی انجمن واردکنندگان موبایل، ثبت و لوازم جانبی با بیان اینکه در حال حاضر به دلیل مشکلات مربوط به تامین ارز، واردات آیفون قانونی است، اما شدنی نیست و در مقابل، واردات غیرقانونی، ممنوع، اما شدنی است، از منتفی شدن تهاتر ارز خشکبار با موبایل خبر داد. محمدرضا عالیان در گفت‌وگو با ایسنا، با بیان اینکه واردات مسافری آیفون همچنان در سراسر است، اظهار کرد: موبایل‌های بالای ۶۰۰ دلار هم که قانونی وارد شدند در گمرک مانده‌اند، چراکه ارز مورد نیاز آنها تامین نشده است. البته در حال حاضر تخصیص ارز برای ثبت سفارش موبایل‌های زیر ۶۰۰ دلار هم انجام نمی‌شود. به گفته وی بانک مرکزی قرار بود در تالار دوم از ارز حاصل از صادرات خشکبار برای واردات موبایل‌های بالای ۶۰۰ دلار را تامین کند، اما با توجه به اینکه صادرکنندگان خشکبار نتوانستند این ارز را تامین کنند و قیمت اعلامی آنها حتی از قیمت ارز در بازار آزاد بیشتر بود، این امر محقق نشد. بانک مرکزی هم تالار دوم را بست و تخصیص ارز حاصل از صادرات خشکبار به واردات موبایل منتفی شد. بنابراین تا تصمیم‌گیری‌های بعدی، وضعیت واردات موبایل بلا تکلیف است.

عالیان با بیان اینکه تعلیق در وضعیت واردات باعث رشد واردات مسافری شده، تصریح کرد: از اول سال تا ۲۲ خرداد حدود ۱۰۰ هزار دستگاه موبایل از طریق رویه مسافری وارد کشور شده که ۹۰ هزار دستگاه از آنها آیفون بوده که عمدتاً به صورت قاچاق و سوءاستفاده از رویه مسافری به کشور وارد شده است. همچنین فقط از اول خرداد تا ۲۲ خرداد ۴۰ هزار دستگاه به صورت قاچاق وارد کشور شده است. این در حالی است که سال گذشته که واردات قانونی باز بوده، آمار واردات مسافری خیلی کمتر بوده و معمولاً مسافران برای استفاده شخصی موبایل وارد می‌کردند. به گفته سختگوی انجمن موبایل در حال حاضر هزینه واردات تجاری برای موبایل‌های بالای ۶۰۰ دلار، ۲۴.۵ درصد، اما هزینه واردات رویه مسافری ۲۱ درصد است و این اختلاف باعث شده قاچاق با سوءاستفاده از رویه مسافری به صرفه باشد و رونق پیدا کند، تا جایی که این پدیده نسبت به یک ماه آخر سال گذشته چهار برابر رشد کرده است. عالیان با بیان اینکه بخشی از درآمد دولت از طریق سوءاستفاده از رویه مسافری از بین می‌رود و ارز به صورت غیرقانونی از کشور خارج می‌شود، گفت: این وضعیت منجر به فشار تورمی ارز در بازار آزاد می‌شود. مصرف‌کننده هم کالای بدون پشتوانه مصرف می‌کند و در نهایت کل زنجیره تامین و عرضه موبایل و مصرف‌کننده آسیب می‌بیند. وی با بیان اینکه واردات قانونی آیفون و سایر موبایل‌های بالای ۶۰۰ دلار ممنوع نیست، اما شدنی هم نیست، تصریح کرد: در مقابل واردات غیرقانونی، ممنوع، اما شدنی است. به گزارش ایسنا، اواخر اردیبهشت ماه اخباری مبنی بر ممنوعیت واردات آیفون منتشر شد، اما چند روز بعد این وضعیت به اختلال سیستمی نسبت داده شد و اعلام شد که ممنوعیتی در واردات هیچ کدام از برندهای موبایل وجود ندارد، اما در همان روزهایی که اخبار حاکی از انتقال گوشی آیفون به گروه ۲۷ و ممنوعیت واردات آن بود، رئیس اتحادیه دستگاه‌های مخابراتی، ارتباطی و لوازم جانبی با ادعای افزایش چند میلیونی قیمت این مدل گوشی‌ها در یک روز گفته بود که در این شرایط برخی آژانس‌های مسافرتی اطلاعات مسافران را بدون اطلاع آنها می‌فروشند و موبایل به اسم آنها (به صورت قاچاق) وارد کشور می‌شود. این موبایل‌ها رجیستر می‌شوند، اما خدمات پس از فروش ندارند که باعث می‌شود مردم در سطح عرضه به مشکل برخوردند. در این شرایط به گفته سختگوی انجمن موبایل خواسته واردکنندگان این است که موبایل‌های موجود در گمرک که ثبت سفارش و تخصیص ارز دارند تعیین تکلیف و تامین ارز شوند تا این کالاها وارد بازار شود. اگر این امر محقق شود، واردات مسافری کاهش و قیمت‌ها تعدیل می‌شوند و قیمت‌های موبایل‌های بالای ۶۰۰ دلار واقعی خواهد شد.



اعلام اعضای این انجمن‌ها هنوز هیچ تماس و مشورتی با آنها صورت نگرفته است.

علیرضا اقصایی، عضو هیأت‌مدیره انجمن صنایع همگن قطعه‌سازان خودروی تهران در این باره بیشتر به اقتصاد آنلاین، گفته بود که با وجود این تاخیر بنا بر تجربه سالیان گذشته ورود اولین محموله خودروهای وارداتی به کشور در بهترین حالت در پاییز خواهد بود. مهدی دادفر، دبیر انجمن واردکنندگان خودرو نیز در مصاحبه‌ای خوشبینانه‌ترین زمان برای ورود خودرو به گمرک را چهار ماه اعلام کرد و گفت: حتی در صورتی که این آیین‌نامه تا آخر خرداد تصویب شود باز هم نمی‌توان در تابستان شاهد ورود خودروهای وارداتی باشیم. حالا باید دید آیین‌نامه واردات چه زمانی نهایی می‌شود و آیا وعده ورود اولین محموله تا اواخر شهریورماه عملی خواهد شد یا خیر.

واردات خودرو در هیأت دولت اعلام کرده بود که جزئیات و چگونگی آیین‌نامه واردات خودرو به‌زودی اعلام و اطلاع‌رسانی می‌شود. همچنین میرتاج‌الدینی نایب رئیس کمیسیون برنامه و بودجه مجلس اوایل خردادماه در مصاحبه‌ای اعلام کرد که احتمالاً اولین گروه از خودروهای وارداتی در تابستان به کشور می‌رسد.

با این وجود تا به امروز که آخرین روزهای بهار سپری می‌شود، هنوز هیچ خبری حتی از پیش‌نویس آیین‌نامه‌ای که محمدباقر قالیباف دولت را موظف به تدوین و واردات خودرو براساس آن کرده بود نیست و ورود خودروهای وارداتی تا پایان تابستان را در حاله‌ای از ابهام قرار داده است. نکته قابل توجه این است که طبق قانون تسهیل کسب‌وکار، در تدوین این دستورالعمل باید آرا و نظرات انجمن‌های واردکنندگان خودرو، خودروسازان، قطعه‌سازان و همچنین اسقاط خودرو گرفته شد و بنا بر

هرچند بیش از یک ماه از تصویب واردات خودرو در هیأت دولت می‌گذرد، اما آیین‌نامه مربوط به آن نهایی نشده است. در این شرایط هرچند در ابتدا گفته شده بود که اولین خودروهای وارداتی، تابستان وارد کشور می‌شوند اما به نظر نمی‌رسد که این موضوع در عمل اتفاق بیفتد. آنگونه که کارشناسان می‌گویند با توجه به روند کنونی اولین خودروهای وارداتی تا پاییز به کشور نمی‌رسد.

به گزارش اقتصاد آنلاین، واردات خودرو ماه‌هاست که به موضوع اصلی صنعت خودروی کشور بدل شده و پس از کش و قوس‌های فراوان، روز ۲۱ اردیبهشت ماه مصوبه واردات خودرو در دولت تصویب شد و محمدباقر قالیباف رئیس مجلس شورای اسلامی ۱۶ خردادماه، قانون مجوز پنج ساله واردات خودرو را برای اجرا به دولت ابلاغ کرد.

فاطمی‌امین، وزیر صنعت، معدن و تجارت هنگام تصویب کلیات

اعلام دوباره برنامه‌های کاهش تولید بزرگ‌ترین خودروساز جهان

تویوتا موتور اعلام کرد که قصد دارد در ژوئن و جولای به دلیل کمبود نیمه هادی‌ها و کووید-۱۹ خط تولید کارخانه‌های داخلی در یکی از تامین‌کنندگان خود را تعلیق کند. به گزارش پایگاه خبری «عصر خودرو» به نقل از ایسنا، این سومین باری است که بزرگ‌ترین خودروساز جهان از نظر فروش، برنامه‌های تولید ژوئن خود را تعدیل می‌کند که حدود ۱۲ درصد نسبت به برنامه اولیه خود کاهش یافته است. در حال حاضر، اعلام کرده است که ۷۵۰ هزار خودرو ماهانه در سراسر جهان

تویوتا موتور اعلام کرد که قصد دارد در ژوئن و جولای به دلیل کمبود نیمه هادی‌ها و کووید-۱۹ خط تولید کارخانه‌های داخلی در یکی از تامین‌کنندگان خود را تعلیق کند. به گزارش پایگاه خبری «عصر خودرو» به نقل از ایسنا، این سومین باری است که بزرگ‌ترین خودروساز جهان از نظر فروش، برنامه‌های تولید ژوئن خود را تعدیل می‌کند که حدود ۱۲ درصد نسبت به برنامه اولیه خود کاهش یافته است. در حال حاضر، اعلام کرده است که ۷۵۰ هزار خودرو ماهانه در سراسر جهان

فراخوان تجدید مناقصه عمومی

نوبت دوم

شناسه آگهی ۱۳۳۷۲۷۴



شرکت شهرکهای صنعتی خراسان رضوی

شرکت شهرکهای صنعتی خراسان رضوی در نظر دارد تجدید مناقصه عمومی اجرای پروژه روسازی، جدولگذاری و آسفالت قسمتی از معابر ناحیه صنعتی مهورات با مشخصات زیر را از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت برگزار نماید. کلیه مراحل برگزاری مناقسه از دریافت اسناد مناقسه تا ارائه پیشنهاد مناقسه‌گران و بازگشایی پاکتها از طریق درگاه سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) به آدرس www.setadiran.ir انجام خواهد شد. و لازم است مناقسه‌گران در صورت عدم عضویت قبلی، مراحل ثبت نام در سایت مذکور و دریافت گواهی امضای الکترونیکی را جهت شرکت در مناقسه محقق سازند. تاریخ انتشار مناقسه در سامانه ۱۴۰۱/۰۲/۲۹ می‌باشد.

آخرین مهلت زمانی دریافت اسناد مناقسه از سایت ساعت ۱۴ مورخ ۱۴۰۱/۰۴/۰۲

مهلت زمانی ارائه پیشنهاد ساعت ۱۴ مورخ ۱۴۰۱/۰۴/۱۳

زمان بازگشایی پاکتها ساعت ۱۳ مورخ ۱۴۰۱/۰۴/۱۴

اطلاعات تماس شرکت شهرکهای صنعتی خراسان رضوی جهت دریافت اطلاعات بیشتر در خصوص اسناد مناقسه و ارائه پاکتهای «الف»-مشهد- بلوار

خیام- بعد از خیام ۲۵- تلفن ۲۷۶۴۲۰۰۵- نمابر ۲۷۶۴۲۰۰۳

اطلاعات تماس سامانه ستاد جهت انجام مراحل عضویت در سامانه: مرکز تماس ۱۴۵۶

مشخصات کار: اجرای حدود ۱۰۰۰ متر مکعب زیرساخت، ۵۵۰ متر مکعب آسفلت، ۱۶۲۵۰ متر مربع سائیتیمتر آسفالت بینفر و ۱۳۰۰ متر طول جدول پرسی

ماشینی به ارتفاع ۲۵ سانتیمتر.

مبلغ برآورد: ۱۰۴۵۱۲۳۴۲۹۰ ریال براساس فهرس بهای سال ۱۴۰۱ (اعتبار طرح عمرانی)

مدت انجام کار: ۳ ماه

تضمین شرکت در مناقسه: پانصد و بیست و دو میلیون و هفتاد هزار ریال به صورت تضامین قابل قبول مربوط متفرع در آیین نامه تضمین معاملات

دولتی به شماره ۵۰۶۵۹ ت/۱۳۳۴۰۳ هـ مورخ ۱۳۹۹/۲/۲۳

رشته و پایه تشخیص صلاحیت پیمانکاران: راه و ترابری - تمامی پایه‌ها

م الف ۲۸۶۷

تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۱/۳/۳۰

روابط عمومی شرکت شهرکهای صنعتی خراسان رضوی

۲۲۲

آگهی مناقصه عمومی
یک مرحله ای به روش معمولی

شرکت ملی حفاری ایران

نوبت دوم

شناسه آگهی: ۱۳۳۴۱۲۵

شرکت ملی حفاری ایران
سپاهای خاص

موضوع مناقصه: مربوط به تامین خدمات اجاره پمپ آب جهت ۱۰ ایستگاه پمپاژ و انتقال آب غیر شرب دستگاههای حفاری خشکی در اقصی نقاط کشور

مشخصات مناقسه:

نام مناقسه گزار	شماره فراخوان سامانه ستاد	مبلغ برآورد اولیه (ریال)
شرکت ملی حفاری ایران	۲۰۰۱۰۹۳۹۸۵۰۰۰۳۲۰	۱۳۸٫۵۹۰٫۰۰۰٫۰۰۰

*ارزیابی کیفی مناقسه گران:

روش ارزیابی	۱- براساس حداقل امتیاز (۵۰) مربوط به معیارهای موجود در اعلام های ارزیابی که توسط متقاضیان شرکت در مناقسه تکمیل می شود، انجام می‌گردد.
-------------	---

*نحوه دریافت / تحویل اسناد مناقسه:

دریافت اسناد	تاریخ شروع و پایان دریافت اسناد	از ۱۴۰۱/۰۳/۳۰ لغایت ۱۴۰۱/۰۴/۰۸
آدرس مناقسه گزار جهت دریافت اطلاعات	آدرس - بلوار پاسداران - بالاتر از میدان فرودگاه - شرکت ملی حفاری ایران - ساختمان پایگاه عملیاتی - طبقه اول - پارت ۸ - اداره قراردادهای - تلفن: ۶۱۳۴۱۴۳۲۳۲	از ۱۴۰۱/۰۴/۰۹ لغایت ۱۴۰۱/۰۴/۲۲

*تضمین شرکت در مناقسه (فرآیند ارجاع کار):

مبلغ تضمین	شتی میلیارد و شصت و چهار میلیون (۶۳۶۴٫۰۰۰٫۰۰۰) ریال
انواع تضمین قابل قبول	ضمانتنامه های مطابق آیین نامه تضمین معاملات دولتی به شماره ۵۰۶۵۹ / ۱۳۳۴۰۲ هـ تاریخ ۱۳۹۴/۰۹/۲۲ و اصلاحات بعدی آن . اصل قیش واریز وجه نقد به حساب شماره ۴۰۰۱۱۱۴۰۰۶۳۷۶۶۳۶۳۶ و شماره شبا ۰۰۱۱۱۴۰۰۶۳۷۶۶۳۶۳۶ نزد بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران تحت عنوان تمرکز و جوه سیر ده شرکت ملی حفاری ایران
مدت اعتبار پیشنهاد / تضمین	۹۰ روز (برای یک بار در سلف مدت اعتبار اولیه قابل تمدید باشد)

کلیه مراحل برگزاری مناقسه از دریافت و تحویل اسناد مناقسه و بازگشایی پاکات پیشنهادی از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) به آدرس www.setadiran.ir انجام می شود .

کانال های اطلاع رسانی شرکت ملی حفاری ایران http://sapp.ir/nide_pr www.nide.ir فرصت امروز

تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۱/۰۳/۳۰

اداره قراردادهای - شرکت ملی حفاری ایران

۲۲۵

حفظ تعامل و کیفیت کاری کارمندان در روند دور کاری



ترجمه: علی آل علی

همه‌گیری کرونا تغییرات بسیار زیادی در دنیای کسب و کار به همراه داشته است. در این میان شاید روند فعالیت برندها بیش از هر نکته دیگری در کانون توجه قرار گرفته است. زمانی تمام برندها به صورت حضوری با کارمندان‌شان تعامل داشته و تمام فعالیت‌های یک برند به طور حضوری با مشارکت تمام اعضا پیش می‌رفت. با این حال همه‌گیری کرونا تمام شرایط را در این میان تغییر داد. امروزه کمتر برندی دیگر به فعالیت حضوری کارمندان به صورت بی‌چون و چرا پایبند است. در عوض بسیاری از کسب و کارها به دنبال روش‌های تازه‌تر برای مدیریت کسب و کار هستند. دورکاری در این میان یک گزینه بسیار خوب و بی‌عیب برای مدیریت کسب و کار، حتی در سخت‌ترین شرایط ممکن، محسوب می‌شود. یکی از نکات مهم در این میان تلاش برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف در دنیای کسب و کار و بهینه‌سازی وضعیت فعالیت برندهاست. دور کاری حتی در شرایطی مثل همه‌گیری به برندها امکان ادامه کار می‌دهد.

بی‌شک دور کاری شیوه‌ای تازه در دنیای کسب و کار نیست، اما به دلیل اینکه شمار اندکی از برندها در عمل از آن استفاده کرده‌اند، تازگی زیادی برای کارآفرینان به همراه دارد. این امر باید همیشه مد نظر شما قرار گرفته و تلاش تان برای تاثیرگذاری بر روی مشتریان را ساماندهی کند، در غیر این صورت شاید شما هرگز توانایی بهینه‌سازی روند کاری‌تان با دور کاری را نداشته باشید.

یکی از مشکلاتی که بسیاری از تیم‌های کاری در پی استفاده از دور کاری با آن مواجه می‌شوند، بحث مربوط به مدیریت تعامل و همکاری میان اعضاست. وقتی اعضای یک تیم در فاصله بسیار دور از هم و به طور آنلاین فعالیت دارند، هماهنگی میان آنها بدل به امری بی‌نهایت سخت می‌شود. درست به همین دلیل شما برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف باید تمام توانایی‌تان را اختصاص داده و از هیچ نکته‌ای نیز نگرانی به خرج ندهید.

فعالیت در قالب دور کاری می‌تواند برای بسیاری از افراد نگران‌کننده باشد. درست به همین دلیل شما باید همیشه به کارمندان‌تان نسبت به فعالیت مناسب در این راستا اطمینان دهید. استفاده از روش‌های کاربردی برای ایجاد هماهنگی بیشتر در میان کارمندان شرکت و همچنین تلاش برای تاثیرگذاری بر روی آنها به شیوه‌ای حرفه‌ای امر مهمی محسوب می‌شود. هدف اصلی در این مقاله نیز دقیقا همین نکته است. اگر شما به طور مداوم برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف‌تان با مشکلات زیادی رو به رو هستید، می‌توانید از نکات مورد بحث در این مقاله برای بهینه‌سازی روند کاری‌تان نهایت استفاده را ببرید. این امر شما را در کانون توجه مشتریان قرار داده و امکان ادامه روند رو به رشد برندان را نیز به همراه خواهد داشت.

یادتان باشد دور کاری همیشه روشی مناسب برای برندها محسوب می‌شود، اما به شرط اینکه شما توانایی لازم برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را داشته باشید، در غیر این صورت شما با کمبود مهارت‌های ارتباطی یا حتی مدیریتی توانایی لازم برای درخشش در بازار را از دست خواهید داد. هدف ما در این مقاله بررسی برخی از نکات مهم برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف به بهترین شکل ممکن است. این امر به شما برای بهینه‌سازی روند فعالیت‌تان در بازار کمک کرده و شانس‌تان را نیز بهینه‌سازی خواهد کرد. در ادامه برخی از مهمترین نکات در این راستا را مورد ارزیابی دقیق قرار خواهیم داد.

تعامل کارمندان در دوران دور کاری

تعامل میان اعضای یک شرکت به شناخت آنها از هم بستگی دارد. بسیاری از کارمندان با سال‌ها تجربه همکاری با هم ارتباطات خوبی پیدا کرده و توانایی همکاری در کوتاه‌ترین زمان ممکن را پیدا می‌کنند. این امر به شما برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف کمک کرده و شانس شما را نیز بهینه‌سازی خواهد کرد. یادتان باشد شما برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف همیشه نیاز به استفاده از روش‌های تاثیرگذار دارید. البته این امر در روند دور کاری باید ابتدا در مورد کارمندان صورت گیرد. بسیاری از برندها بدون اینکه به شرایط منحصر به فرد کارمندان‌شان در روند دور کاری فکر کنند، به دنبال تاثیرگذاری بر روی مشتریان هستند. این امر نتایج بسیار ناگواری برای برند شما به همراه داشته و توانایی‌تان برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را به شدت تحت تاثیر قرار خواهد داد. درست به همین دلیل اگر شما به دنبال

تاثیرگذاری بر روی وضعیت برندان از طریق دور کاری هستید، باید ابتدا فکری به حال تعامل میان کارمندان دور کار با هم نمایید.

امروزه در دنیای کسب و کار امکان فعالیت یکطرفه از سوی برندها وجود ندارد. این امر می‌تواند مشکلات زیادی برای آنها ایجاد کرده و حتی شانس‌شان در بازار را نیز به طور چشمگیری کاهش دهد. به طور مشابه، در فعالیت درون شرکتی نیز کارمندان بدون توجه به فعالیت یکدیگر امکان کسب موفقیت ندارند. درست به همین دلیل شما باید همیشه به فکر همکاری نزدیک میان کارمندان‌تان باشید. وقتی فعالیت یک برند به طور کاملا حضوری دنبال می‌شود، مدیریت دور کاری امر ساده‌ای خواهد بود. در این شرایط بسیاری از کارآفرینان امکان تاثیرگذاری مستقیم بر روی مخاطب هدف را داشته و برخی دیگر نیز برای بهینه‌سازی روابط میان اعضای شرکت جلسات حضوری متعدد برگزار می‌کنند. این شرایط در روند دور کاری کمتر به چشم می‌خورد. درست به همین دلیل اگر شما به دنبال تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف‌تان هستید، باید فکری به حال تعامل بهینه کارمندان در روند همکاری‌شان با هم کنید. این امر می‌تواند برای شما مزایای بسیار زیادی به همراه داشته و توانایی‌تان در بازار را نیز توسعه دهد.

بسیاری از برندها در دنیای امروز شرایط فعالیت بسیار متفاوتی دارند. این امر به آنها برای استفاده از دور کاری کمک کرده و امکان تعامل با مشتریان حتی در سخت‌ترین شرایط ممکن را نیز فراهم می‌سازد. یادتان باشد شما برای استفاده از روند دور کاری باید اندکی آمادگی در میان کارمندان ایجاد کنید، در غیر این صورت شاید خیلی زود همه از برند مورد نظر خسته شده و موج انتقادات نسبت به شما شروع شود. این امر می‌تواند در مدت زمانی کوتاه اعتبار و حتی شانس موفقیت برندان در بازار را از بین ببرد.

اغلب اوقات پرس و جوی مستقیم از کارمندان یکی از شیوه‌های مناسب برای بررسی وضعیت‌شان در روند دور کاری محسوب می‌شود. این امر به شما فرصت بسیار خوبی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف داده و شانس‌تان در بازار را نیز به طور چشمگیری توسعه می‌دهد. درست به همین دلیل شما باید به طور مداوم فعالیت‌تان در این میان را بهینه‌سازی کرده و مدیریت آن را در دستور کار قرار دهید. این امر می‌تواند یک روند دور کاری بسیار ایده‌آل برای برند شما به همراه داشته باشد.

بدون شک پرس و جو از کارمندان در روند دور کاری امر مناسبی محسوب می‌شود. با این حال شما نمی‌توانید تمام فعالیت‌های‌تان در بازار را موکول به تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف با استفاده از نظرخواهی از کارمندان و بهینه‌سازی روش کاری‌تان براساس آن کنید. گاهی اوقات در بازار شما نیاز به عملکرد بهتری دارید. این امر می‌تواند با کاربست برخی از شیوه‌های حرفه‌ای شروع شده و موقعیت‌تان در بازار را به طور چشمگیری توسعه دهد. درست به همین دلیل در بخش کنونی ما به دنبال برخی از بهترین ایده‌ها برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف به طور حرفه‌ای خواهیم رفت. همانطور که در ابتدا توضیح داده شد، تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف باید ابتدا از بهینه‌سازی وضعیت کاری اعضای شرکت شروع شود. به همین خاطر در این بخش ما برخی از بهترین ایده‌ها برای بهبود تعامل کارمندان با یکدیگر و همچنین مشتریان در طول دوران دور کاری را مرور خواهیم کرد.

توجه به وضعیت سلامت کارمندان

سلامت افراد در طول دوران کاری اهمیت بسیار زیادی دارد. این امر می‌تواند برای بسیاری از برندها یک ایده عالی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف باشد. در این صورت شما باید هر طور شده شانس‌تان برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را توسعه داده و وضعیت‌تان در این میان را بهبود بخشید، در غیر این صورت شاید هرگز شانس برای تاثیرگذاری بر روی مشتریان‌تان پیدا نکرده و وضعیت‌تان در بازار نیز روز به روز بدتر از هر زمان دیگری شود. یک برند فقط در صورتی امکان موفقیت در بازار را خواهد داشت که کارمندان سرحال و شادابی داشته باشد، در غیر این صورت هیچ موقعیتی در انتظار تیم شما نخواهد بود. بررسی وضعیت سلامت کارمندان وقتی در شرکت حضور دارند، امری ساده خواهد بود. امروزه بسیاری از برندها به دلیل دورکاری در عمل شانس‌ی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف‌شان به طور حرفه‌ای ندارند. این امر می‌تواند برای شما به طور قابل ملاحظه‌ای پرهزینه بوده و شانس‌تان در این میان را نیز توسعه دهد. نکته مهم اینکه شما برای تاثیرگذاری بهینه بر روی مخاطب هدف باید راهکاری متفاوت برای ارزیابی سلامت اعضای شرکت دور کار پیدا کنید. این امر فراتر از

نظرسنجی‌های مختلف بوده و باید توجه شما به این مسئله را به طور دقیق نشان دهد، در غیر این صورت شاید خیلی زود انگیزه کارمندان برای همکاری با برند شما کاهش پیدا کرده و در مقیاس طولانی‌مدت بدل به یک برند کلیشه‌ای شوید.

بی‌شک اندازه‌گیری میزان سلامت روحی و جسمی اعضای شرکت امر دشواری خواهد بود. این نکته وقتی با کارمندان دور کار تعامل داشته باشید، به شدت دشوارتر نیز می‌شود. درست به همین دلیل اگر شما به دنبال تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف به بهترین شکل ممکن هستید، باید همیشه کارتان را به بهترین شکل ممکن دنبال کنید، در غیر این صورت شاید هرگز فرصت توسعه برندان را پیدا نکنید. وقتی از انجام کار به بهترین شکل ممکن صحبت می‌کنیم، همیشه منظورمان صرف هزینه بالاتر نیست. گاهی اوقات شما می‌توانید با استفاده از برخی توصیه‌ها و روش‌های ساده به کارمندان‌تان برای تقویت روحیه‌شان کمک کنید. این امر نه تنها هزینه زیادی برای برند شما به همراه ندارد، بلکه فرصت بهینه‌سازی شانس‌تان برای تعامل با مشتریان را نیز به همراه خواهد داشت. یادتان باشد در دنیای امروز کارمندان با سلامت روحی و جسمی بالا به شما برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف کمک شایانی خواهند کرد. درست به همین دلیل شما باید کارتان در این میان را به بهترین شکل ممکن دنبال کنید. در غیر این صورت شاید هرگز فرصت بهینه‌سازی فعالیت‌تان را پیدا نکنید.

برگزاری جلسات آنلاین

جلسات میان تیم‌های کاری نقش مهمی در بهبود روحیه آنها دارد. این امر به شما فرصت بسیار خوبی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را خواهد داد. درست به همین دلیل در دنیای امروز باید برخی از روش‌های فعالیت‌تان را بهینه‌سازی کرده و روش‌های تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را به خوبی دنبال کنید. اگر شما در روند دور کاری هیچ توجهی به میزان تعامل کارمندان تان با هم و سطح روابط‌شان با تیم مدیریتی نداشته باشید، کیفیت کاری و پیشرفت تمام پروژه‌ها سقوط خواهد کرد. درست به همین دلیل در چنین شرایطی اغلب مدیران اقدام به برگزاری جلسات آنلاین میان اعضای شرکت می‌کنند. این جلسات امکان صرف نظر از بعد مسافت را فراهم کرده و شانس بسیار خوبی به شما و دیگر کارآفرینان می‌دهد.

یادتان باشد در دنیای امروز بسیاری از برندها برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف شرایط ویژه و خاصی دارند. درست به همین دلیل اگر شما به دنبال تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف در دنیای امروز کسب و کار هستید، باید شرایط‌تان را به بهترین شکل ممکن تغییر دهید. این امر به شما برای بهینه‌سازی وضعیت‌تان در دنیای کسب و کار کمک شایانی خواهد کرد.

جلسات آنلاین در دنیای کسب و کار به طور معمول هزینه زیادی برای برندها به همراه ندارد. شما می‌توانید این جلسات را به ساده‌ترین شکل ممکن با استفاده از نرم‌افزار زوم یا دیگر پلتفرم‌های در دسترس به طور رایگان برگزار کنید. به این ترتیب سطح ارتباط و تعامل میان اعضای شرکت‌تان به بهترین شکل ممکن حفظ خواهد شد. بنابراین اگر به دنبال تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف‌تان به بهترین شکل ممکن هستید، باید همیشه کارتان در این میان را به طور حرفه‌ای و با جلسات منظم دنبال کنید. این امر به شما برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف کمک ویژه‌ای خواهد کرد. یادتان باشد در دنیای امروز بسیاری از برندها برای بهینه‌سازی کارشان نیاز به همفکری دارند. جلسات آنلاین در برندها دور کار به شما فرصت تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را می‌دهد. درست به همین دلیل اگر شما تا به حال به فکر تشکیل چنین جلساتی نبوده‌اید، باید همین امروز روش کارتان را به طور چشمگیری تغییر دهید، در غیر این صورت شاید هرگز فرصت بهینه‌سازی فعالیت‌تان را پیدا نکنید.

شنیدن صدای کارمندان

وقتی یک ایده تازه در دنیای کسب و کار اجرا می‌شود، همیشه مشکلاتی در این میان وجود دارد. این امر به شما برای بهینه‌سازی روند کارتان در صورت دریافت بازخورد فعالیت کاری‌تان کمک می‌کند. شما برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف باید همیشه روند کارتان را با استفاده از ایده‌ها و توصیه‌های مناسب تقویت کنید. این امر می‌تواند شما را در موقعیت بسیار خوبی از نظر تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف قرار دهد. در این صورت شانس‌تان در بازار نیز به مراتب بهتر می‌شود. یادتان باشد شما برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف در بازارهای امروزی نیاز به استفاده از شرایط بسیار متنوعی دارید. این امر می‌تواند

شامل بررسی اعتراضات اعضای شرکت به روند فعالیت شما و همچنین کاستی‌ها در روند دور کاری شود. نکته مهم اینکه شما باید همه اعتراض‌ها را به بهترین شکل ممکن شنیده و در تلاش برای اثرگذاری بر روی کارمندان با رفع مشکلات مورد نظر باشید. این امر شما را به بهترین شکل ممکن در کانون توجه مخاطب هدف قرار خواهد داد. بسیاری از کارآفرینان برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف روند کاری بسیار عجیبی را طی می‌کنند. این امر می‌تواند شامل استفاده از برخی حدس و گمان‌ها شود. نکته اساسی در این میان تلاش برای پرهیز از روند مورد نظر با استفاده از نظرات مستقیم کارمندان است. این امر شما را بدل به یک مدیر حرفه‌ای و محبوب در میان کارمندان خواهد کرد. یادتان باشد شما برای گردآوری نظرات کارمندان باشد همیشه در دسترس آنها باشید، در غیر این صورت شاید فرصت بسیار کمی برای تاثیرگذاری بر روی آنها به شیوه‌ای حرفه‌ای پیدا کنید. این امر می‌تواند شما را به طور قابل ملاحظه‌ای در شرایط دشواری قرار دهد. درست به همین دلیل اگر شما به دنبال تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف هستید، باید همیشه در دسترس کارمندان‌تان باشید تا از طریق بازخوردهای آنها توانایی بهینه‌سازی عملکرد برند را پیدا کنید. این امر نه تنها در مورد دورکاری، بلکه به طور نسبی در تمام حوزه‌ها کاربرد دارد. به همین دلیل شما باید همیشه بهترین عملکرد را از خودتان نشان دهید، در غیر این صورت شاید هرگز شانس برای بهینه‌سازی روند کاری‌تان پیدا نکنید.

فراهم‌سازی ابزارهای مناسب

اعضای شرکت شما باید همیشه به بهترین ابزارهای ممکن دسترسی داشته باشند. این امر در مورد فرآیند دور کاری اهمیت بسیار بیشتری پیدا می‌کند. درست به همین دلیل اگر شما به دنبال تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف‌تان هستید، می‌توانید از روش‌های مناسب برای بهینه‌سازی همکاری‌تان استفاده کنید. وقتی صحبت از فراهم‌سازی ابزارهای مناسب می‌شود، باید همیشه به توزیع درست آنها توجه داشته باشید. این امر به شما برای تاثیرگذاری بهینه بر روی مخاطب هدف کمک می‌کند. کارمندان شما در صورتی که دسترسی خوبی به ابزارهای کاربردی داشته باشند، حتی در خانه نیز احساس حضور در شرکت را خواهند کرد. این امر می‌تواند کیفیت کاری آنها را به طور چشمگیری توسعه داده و موجب موفقیت‌تان در بازار شود. بسیاری از برندها در دنیای امروز برای بهینه‌سازی روند کاری‌شان در دنیای واقعی از متحمل می‌شوند. درست به همین دلیل اگر شما به دنبال تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف هستید، باید تهیه ابزارهای مورد نیاز را با همکاری مستقیم کارمندان دنبال کنید، در غیر این صورت شاید هرگز فرصتی برای بهینه‌سازی روند کاری‌تان نداشته باشید.

منبع: businessblogshub.com

آگهی فقدان سند مالکیت

سند مالکیت یک قطعه آپارتمان لوح ملک طلق با کاربری مسکونی به پلاک ثبتی ۴ فرعی از ۱۵۹۶ اصلی مفروز و مجزا شده از ۰ فرعی از اصلی مذکور قطعه ۴ در طبقه ۲ و واقع در بخش ۰۲ حوزه ثبت ملک منطقه یک قزوین استان قزوین به مساحت ۹۶۶۷ مترمربع ، بنام سید جواد عرب فرزند سیدرضا شماره شناسنامه ۵۹۲ تاریخ تولد ۱۳۶۰/۰۲/۲۴ صادره از قزوین دارای شماره ملی ۴۳۲۲۹۷۷۵۲۹ با جز سهم ۶ از کل سهم ۶ بعنوان مالک شش دانگ عرصه و اعیان با شماره مستند مالکیت ۱۵۳۲۱ تاریخ ۱۴۰۰/۱۰/۲۰ دفتر خانه اسناد رسمی شماره ۷۷ شهر قزوین استان قزوین موضوع سند مالکیت اصلی بشماره چاپی ۱۵۱۸۳۱ سری الف سال ۰۰ با شماره دفتر الکترونیکی ۱۲۲۶۷/۰۳۰۹۰۰۱۰۲۰۳۰۹۴۰۲ ثبت گردیده است. سپس مالک با ارائه دو برگ تقاضای صدور سند مالکیت المعنوی خود را نموده علیهذا مراتب با توجه به فرم شهادت شهود مدعی فقدان سند به علت سهل انگاری گردیده است و تقاضای صدور سند مالکیت معنوی خود را نموده علیهذا مراتب با توجه به تبصره یک ماده ۱۲۰ آیین نامه قانون ثبت اعلام می گردد تا هر کس به نحوی از هر انحاء نسبت به ملک مذکور حقی داشت و یا معاملاتی به نفع او شده و یا مدعی وجود سند نزد خود باشد از تاریخ انتشار این آگهی تا مدت ده روز ضمن مراجعه به این اداره اعتراض خود را با ارائه اصل سند مالکیت و سند معامله تسلیم نماید وچنانچه ظرف مدت مقرر اعتراض به این اداره نرسد و یا در صورت اعتراض اصل سند مالکیت ارائه نشود اداره ثبت المعنوی سند مالکیت را طبق مقررات صادر و به متقاضی تسلیم خواهد کرد این آگهی در یک نوبت به شرح ذیل منتشر خواهد شد.

تاریخ انتشار: ۱۴۰۱/۰۲/۲۳

شعبان عسگری – رئیس اداره ثبت اسناد واملاک منطقه یک قزوین – ۱۳۹۱م/الف

اخبار

بازدید اصحاب رسانه از پروژه قطار شهری قم /پروژه آماده تست گرم است



قم- خبرنگار فرصت امروز: اصحاب رسانه و خبرنگاران قمی ضمن بازدید از پروژه قطار شهری، در جریان آخرین وضعیت و پیشرفت فیزیکی این طرح مهم قم قرار گرفتند به گزارش شهرنیز، خبرنگاران و اصحاب رسانه امروز با حضور در ایستگاه شهید مطهری مترو قم، از نزدیک با آخرین اقدامات عمرانی و تجهیز پروژه قطار شهری قم آشنا شدند. طی این بازدید مسئولان سازمان قطار شهری قم از پیشرفت ۹۵ درصدی ایستگاه شهید مطهری و ۸۶ درصدی شهدای قلعه کامکار و آمادسازی ۴ ایستگاه عبوری در فاز نخست خط یک متروی قم خبر دادند. به گفته مسئولان سازمان قطار شهری، فاز نخست خط یک مترو قم از چند ماه گذشته آماده انجام تست گرم و سرد است و تمام تجهیزات برای بهره‌برداری نهایی شده و هم‌اکنون تأمین قطار و ناگاران مشکل و معضل اساسی افتتاح این پروژه مهم شهری است. پروژه خط یک مترو قم به طول ۱۴٫۸ کیلومتر از قلعه کامکار تا مسجد مقدس جمکران در ۱۴ ایستگاه در حال اجراست که در صورت تأمین قطار و واگن در کمتر از ۴ ماه شاهد بهره‌برداری و مسافرگیری از فاز نخست خط یک متروی قم در حفافصل میدان کشاورز تا میدان مطهری خواهیم بود.

هشدار معاون غذا و دارو دانشگاه علوم پزشکی مازندران:

لوازم آرایشی و بهداشتی قاچاق، زیر ذره بین نظارتی

معاونت غذا و دارو قرار دارد

ساری- دهقان: دکتر ابراهیم صالحی فر معاون غذا و دارو دانشگاه علوم پزشکی مازندران گفت: بیش از ۲ و نیم میلیارد تومان فرآورده‌های سلامت محور قاچاق، پارسال در مازندران معفوم شد که بیشتر آن لوازم آرایشی و بهداشتی بود. به گزارش خبرنگار مازندران به نقل روابط عمومی دانشگاه علوم پزشکی استان مازندران،دکتر صالحی فر با بیان اینکه یکی از وظایف معاونت غذا و دارو تأمین، توزیع و عرضه کالاهای سلامت محور است افزود: قاچاق لوازم آرایشی و بهداشتی، زیر ذره بین معاونت غذا و دارو قرار دارد. وی به افزایش آگاهی مردم جامعه برای دقت در خرید محصولات بهداشتی تأکید کرد و افزود: در زمینه دارو چندان مشکلی نداریم و محل عرضه دارو دروخانه است. معاون غذا و دارو دانشگاه علوم پزشکی مازندران ادامه داد: برخی افراد متأسفانه مکمل‌های ورزشی، تغذیه‌ای و رژیمی را از خارج داروخانه‌ها تهیه می‌کنند در صورتی که باید فرآورده‌های سلامت محور را از مراکز سنتی مجازی که برای همان فرآورده است، تهیه کنند و از خرید این محصولات که مستقیماً به سلامتشان در ارتباط است از دستفروشان و مراکز غیرمجاز پرهیز نمایند. دکتر صالحی فر گفت: برای فرآورده‌های تولید داخل شرکت سازنده، شماره سری ساخت، تاریخ تولید و تاریخ انقضا ضروری است وی تصریح کرد: در خرید فرآورده‌های وارداتی هم برچسب اصالت باید مورد بررسی قرار گرفته و به آن توجه شود و استعمال های مربوطه را از طریق نصب نرم افزار Itac روی موبایل و یا ارسال کد ۱۶ رقمی رو محصول به شماره پیامک ۲۰۰۸۸۲۲ و اسکن کد QR روی محصول از اصالت کالا مطمئن شوند.

معاون تحقیقات و فناوری دانشگاه علوم پزشکی اراک خبر داد:

کسب رتبه های بر تر دانشگاه علوم پزشکی اراک در رتبه بندی تایمز ۲۰۲۲



اراک- فرنا امیدبی: معاون تحقیقات و فناوری دانشگاه علوم پزشکی اراک گفت: این دانشگاه در رتبه بندی ۲۰۲۲ تایمز توانست رتبه های خوبی در شاخص های مختلف کسب کند. علیرضا کمالی اظهار کرد: رتبه بندی ۲۰۲۲ تایمز با همان دانشگاه‌های اثرگذار جهان هر ساله اقدام به طبقه بندی دانشگاه‌های مختلف می‌کند و در این رتبه بندی شاخص‌هایی چون برابری جنسیتی، عدالت یا کاهش نابرابری، مشارکت گروهی، کیفیت آموزشی، سلامت، سنجش اول بدون فقر و چندین شاخص دیگر را مورد بررسی قرار می‌دهد، وی افزود: دانشگاه علوم پزشکی اراک در شاخص برابری جنسیتی توانست در بین

کل مؤسسات شرکت کننده که ۹۲۸ مورد بوده، رتبه دوم کشوری را کسب کند. معاون تحقیقات و فناوری دانشگاه علوم پزشکی اراک تصریح کرد:این دانشگاه موفق شد در شاخص عدالت یا کاهش نابرابری از بین ۸۰۹ مؤسسه شرکت کننده رتبه دوم را کسب کند. کمالی ادامه داد: دانشگاه علوم پزشکی اراک با تلاش همه جانبه همکاران و پرسنل خود توانست در شاخص مشارکت گروهی رتبه سوم کشوری را کسب کند. وی عنوان کرد: در شاخص کیفیت آموزشی، رتبه ۶ در میان دانشگاه‌های علوم پزشکی کشور و رتبه ۱۱ کشوری به دانشگاه علوم پزشکی اراک اختصاص یافت که در این شاخص ۱۱۸۰ مؤسسه حضور داشتند. معاون تحقیقات و فناوری دانشگاه علوم پزشکی اراک گفت: شاخص سلامت رتبه ۱۲ کشوری از ۱۱۰۱ مؤسسه شرکت کننده و در شاخص بدون فقر رتبه ۷ کشوری که ۷۹۹ مؤسسه حضور داشتند، به دانشگاه علوم پزشکی اراک رسید. کمالی در پایان یادآور شد: در این رتبه بندی ۱۴۳۸ مؤسسه حضور داشتند که دانشگاه علوم پزشکی اراک موفق به کسب رتبه کلی ۱۶ کشوری و ۸۲۰ جهانی شد.

با حضور معاون راهبری شرکت مادر تخصصی تولید برق حرارتی انجام شد؛

معرفی مدیرعامل جدید نیروگاه شهید رجایی قزوین



قزوین – خبرنگار فرصت امروز: ابوالفضل موتابا به عنوان مدیرعامل جدید نیروگاه شهید رجایی قزوین معرفی شد. به گزارش روابط عمومی شرکت مدیریت تولید برق شهید رجایی، آیین تکریم و معارفه مدیرعامل نیروگاه شهید رجایی با حضور ناصر اسکندری معاون راهبری شرکت مادر تخصصی تولید برق حرارتی در این نیروگاه برگزار شد. معاون راهبری شرکت مادر تخصصی تولید برق حرارتی در آیین تکریم و معارفه مدیرعامل نیروگاه شهید رجایی با تشریح شرایط تولید برق در تابستان امسال گفت: امسال با توجه به کاهش بارندگی ها و پایین بودن سطح ذخایر سدهای آبی، تابستان حساسی پیش رو داریم که بر همین اساس، بیش از ۹۵ درصد از سهم تولید برق کشور در این شرایط بر عهده نیروگاه های حرارتی است. از این روی حضور مهندس علی فروهر مدیرعامل سابق نیروگاه شهید رجایی در شرکت تعمیرات نیروگاهی ایران به عنوان مدیرعامل در این شرایط حساس و سال ها تجربه ارزنده ایشان در صنعت تولید برق، فرصتی است تا با انجام برنامه ریزی های مناسب و مطلوب از سوی ایشان در این حوزه، واحدهای نیروگاهی از آمادگی کامل برای تولید در این تابستان برخوردار باشند. معاون راهبری شرکت مادر تخصصی تولید برق حرارتی در ادامه افزود: مهندس فروهر از مدیرانی بود که برای بهبود شرایط کنونی صنعت برق، نظرات و پیشنهادهای مناسبی ارائه داده و همواره نگاه رو به جلویی داشته است و نیروگاه شهید رجایی نیز به عنوان یک مجموعه استاندارد در حوزه صنعت برق شناخته می شود و مهم تر آن که ظرفیت انسانی خوبی در این مجموعه پرورش یافته است. اسکندری به وضعیت فعلی صنعت برق اشاره نمود و بیان داشت: انتظارات زیادی از صنعت برق وجود دارد که ناظر بر عملکرد آن نیز جمعیت افزون بر ۸۰ میلیون نفر است. حقیقت آن که صنعت تولید برق، حساس ترین بخش تولید است. در واقع ما با یک موجود زنده به نام نیروگاه ارتباط داریم که برای پویایی و پایداری و حرکت آن، نیازمند حفظ و ارتقای آمادگی آن هستیم. معاون راهبری شرکت مادر تخصصی تولید برق حرارتی ادامه داد: تمامی فعالیت های اقتصادی، اجتماعی، آموزشی، فرهنگی و ... در کشور، وابسته به صنعت برق است که خوشبختانه خدمات مورد انتظار از این صنعت به خوبی ارائه شده و از این نظر، صنعت برق کشور، روسفید بوده است که بزرگان کشور نیز از عملکرد این صنعت رضایت دارند.

تفاهمنامه تحویل زمین برای احداث آب‌شیرین کن در شهر عسلویه امضا شد



بوشهر – خبرنگار فرصت امروز: مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب استان بوشهر از انعقاد تفاهمنامه تحویل زمین به مساحت حدود یک هکتار برای احداث آب‌شیرین کن در شهر عسلویه خبر داد و اظهار داشت: در این راستا ۲ سیات آب‌شیرین کن به ظرفیت تولید ۵۰۰۰ و ۳۰۰۰ متر مکعب آب در شبانه‌روز احداث می‌شود. به گزارش روابط عمومی و آموزش همگانی شرکت آب و فاضلاب استان بوشهر، ابوالحسن عالی با تأکید بر نقش مهم اجرایی شدن این پروژه در پوشش کمبود آب در شهرستان عسلویه، گفت: واگذاری زمین برای ساخت ۲ پروژه شیرین‌سازی آب در دریا برای تأمین آب شهر عسلویه با دستور استاندار بوشهر و همکاری فرماندار شهرستان عسلویه و مدیر عامل سازمان منطقه ویژه اقتصادی انرژی پارس انجام شده است. وی افزود: بعد از تحویل زمین و تأیید شرکت مهندسی آب و فاضلاب کشور فراخوان اجرا ۲ پروژه آب‌شیرین کن در عسلویه انجام می شود.

مشکلات مخابراتی شهرستانهای مینودشت و گالیکش بررسی شد

گرگان – خبرنگار فرصت امروز: در جلسه‌ای با حضور مدیر مخابرات منطقه گلستان ، مشکلات ادارات مخابرات شهرستانهای مینودشت و گالیکش بررسی شد.دکتر غلامعلی شهرمدی با حضور در اداره مخابرات شهرستان مینودشت، به بررسی مشکلات مخابراتی این شهرستان همچنین گالیکش پرداخت.مدیر مخابرات منطقه گلستان با تأکید بر استفاده حداکثری از ظرفیت و توانمندی موجود گفت: از فرصت ایجاد شده برای خدمتگزاری باید نهایت بهره مندی را داشت و در راستای ارائه خدمات مناسب و مطلوب به مردم استفاده کرد. شایان ذکر است در این جلسه شاخه‌های کاهش لا وصولی ، دایری تلفن و اینترنت پرسرعت بررسی و راهکارهای رشد شاخه‌ها ارائه و بر اترقا ارتباطات روستایی تأکید شد.

آن تا همیشه جاودانه خواهد بود. علیرضا امیری بیان کرد: ذوب آهن اصفهان با بهره مندی از انواع گواهینامه های ملی و بین المللی مطابق با استانداردهای روز دنیا، انواع محصولات فولادی مانند ریل، آرک معدن، انواع تیرآهن، میلگرد و... را تولید می کند و در کنار تأمین نیاز بازار داخل، نیمی از محصولاتش را صادر می کند. وی گفت: این شرکت در راستای عمل به مسئولیت اجتماعی پساب شهرهای فولادشهر، مینادشت و ۱۱ روستای شهرستان فلادرجان و همچنین زرین شهر را خریداری کرده و در سبکبال تولیدش مورد استفاده قرار می دهد. در خرید پساب این شهرهای همجوار ۵۰۰ میلیارد تومان و برای انتقال پساب کارخانه نیز ۱۵۰ میلیارد تومان سرمایه گذاری شده است و اقدام دیگر در این زمینه ساخت تصفیه خانه پساب در ذوب آهن با سرمایه گذاری ۲۵۰ میلیارد تومان است.

۸۵ درصد از قطعات و تجهیزات در داخل کارخانه بومی سازی می شود

وی همچنین در خصوص مقوله بومی سازی نیز گفت: ذوب آهن اصفهان با دارا بودن کارگاه های مدل سازی، قالب سازی، ریخته گری و ساخت، ۸۵ درصد از قطعات و تجهیزات را در داخل کارخانه می سازد و در تأمین قطعات و تجهیزات سایر صنایع کشور نیز نقش دارد. حمید حسینی مدیر بهداشت و محیط زیست ذوب آهن نیز گفت: این شرکت در حدود سال ۹۴، دویست متر مکعب بر ساعت پساب زرین شهر را در تصفیه خانه جذب پساب ذوب آهن ۸۴۰ متر مکعب پساب شهرهای ایمان شهر، فولادشهر و لنجان را در تصفیه خانه جذب می کند که از منظر بهداشت بسیار موثر است و از بعد تأمین آب نیز حدود ۵۰ درصد آب از برداشتی از کارخانه را کاهش می دهد.



است که محدوده بیابان ۳۲میلیون هکتار از مساحت کل آن محسوب می‌شود. وی ادامه داد: بر اساس گزارش ها، هر سال حدود ۱۰۰ هزار هکتار به بیابان‌های کشور افزوده می‌شود که در این ارتباط می‌توان با ایجاد گلخانه و تغییر الگوی مصرف آب، جلوی بیابان زایی را گرفت.
حجت الاسلام آل هاشم خاطرنشان کرد: اگر با این روند نسبت به تغییر کاربری اراضی کشاورزی پیش برویم در سال‌های آینده زمینی برای کشاورزی نخواهیم داشت.

برگزاری اختتامیه نخستین سالانه شهر خلاق رشت و رویداد معرفی رستورانهای خوراک گیلانی در پیاده‌راه فرهنگی

تعامل و برقراری ارتباطات هر منطقه‌ای است، بنابراین از غنای فقط خوراک محسوب نمیشود بلکه بخشی از باورها و اعتقادات ماست. وی غذا را پایه فرهنگی مردم گیلان برای معرفی سایر ابعاد فرهنگی این استان خواند و ابراز داشت: فقط مدیریت شهری و کسانی که نمایندگی مدیریت فرهنگی مردم را عهده‌دار هستند، حتما به این موضوعات مهم توجه می‌کنند. رئیس کمیته آرایابی حافظه جهانی یونسکو در ایران افزود: ما از مدیریت شهری پشتیبانی و از خود مردم حرکت و پویایی را انتظار داریم. زارم‌مرد رشت امروزه در قالب غذا خواسته و ناخواسته پرچمدار فرهنگ گیلان در سطح ملی و خارج از ایران هستند. فرماندار شهرستان رشت نیز در این مراسم مهمان نوازی را خصوصیت بارز مردم گیلان و شهر رشت ذکر کرد و افزود: با توجه به تنوع بسیار بالای غذایی، عنوان شهر خلاق به حق روی شهر رشت نامگذاری شده است. حمیدرضا امام پناهی یادآور شد: شهر رشت در تاریخ، فرهنگ و تمدن و داشتن مردمان باصفا و خونگرم هم ریزان بوده و هست و از شهردار رشت و شورای اسلامی شهر برای برگزاری این برنامه تشکر و قدردانی می‌کنم و امیدوارم چنین رویدادهایی استمرار داشته باشد.



مواد غذایی – آشپزخانه – مخازن ذخیره سوخت – انبار جمع آوری و نگهداری پسماند صنعتی و شیمیایی – انبار رویز – انبار جمع آوری زباله های قابل بازیافت و خشک و فضای سبز احداث شده توسط این شرکت بازدید و سپس ابراز رضایت از اقدامات انجام شده در جهت پاسداشت محیط زیست ، این اقدامات را الگویی ارزشمند برای سایر شرکت های خصوصی فعال در عرصه صنعت نفت عنوان نمودند .

مسئول سازمان فضای مجازی بسیج:

کنترل فضای مجازی مدیریت واحد می طلبد

به شکل رمزگذاری شده، وارد و خارج می شود، یادآور شد: در این شرایط چاره ای نداریم جز اینکه در بحث فضای مجازی به هم افزایی و مدیریت واحد و منسجم برسیم تا مثل حوزه های دیگر انتصار دشمن را در حوزه سایبری بشکنیم. وی با اشاره به تأثیرگذاری و ارزش فضای مجازی در افکار عمومی، ادامه داد: این تأثیرگذاری را به قدری زیاد است که می توان با تبلیغات و پمپاژ محتوا، جای شهید و جلال را عوض کرد؛ پس بر همه ما واجب است که کاملاً هوشیارانه در مقابل این یورش رسانه ای مقاومت کنیم معین پیشرفت ها و دستاوردهای انقلاب اسلامی را مطلوب توصیف و اضافه کرد: به این شرایط زدوگرز و موقتی که از لحاظ اقتصادی وجود دارد، نگاه نکنیم چرا که این شرایط، مقطعی است و مطمئناً شرایط بهتر خواهد شد، اما دشمن می خواهد با پیرنگ کردن مسائل اقتصادی و تورم، دستاوردها و پیشرفت های نظام در حوزه های مختلف را کمربند جلوه دهد، در حالی که انقلاب اسلامی این یکی از قدرت های پلامنای جهانی است. وی با بیان اینکه با وجود تمام محدودیت ها و کمبودها، جوانان و بسیجیان حوزه سایبری و فضای مجازی اقدامات بی نظیری انجام داده اند، نمونه بارز آن را در جریان شهادت حاج قاسم سلیمانی و ایام اربعین حسینی دانست که با ساده ترین ابزارها و امکانات، طوفان توفیرتری و مجازی



بسا این خبرنگاران گفت: تولید فولاد در ایران ثمره احداث ذوب آهن اصفهان است، این کارخانه عظیم صنعتی به عنوان یک آرمان ملی با حضور نیروهای مختلف از سطح کشور و تلاش شبانه روزی آن ها طی چهار سال ساخته شد که این دستاورد بی نظیر به عنوان یک رکورد ثبت گردید. وی افزود: احداث شهر فولادشهر از جمله دستاوردهای دیگر ذوب آهن اصفهان است که به عنوان یک شهر مدرن ساخته شد و یک مسئولیت اجتماعی بزرگ به شمار می رود. مدیر روابط عمومی ذوب آهن اصفهان تصریح کرد: از زمان ساخت ذوب آهن تاکنون حدود ۱۴۰ هزار نفر در آموزشگاه این کارخانه آموزش دیدند و در صنایع مختلف کشور مشا خیر و برکت شدند و این رویکرد تاکنون ادامه دارد. این مقام مسئول ادامه داد: دوران دفاع مقدس نیز برای ذوب آهن اصفهان برگ زرین دیگری محسوب می شود زیرا این کارخانه در کنار حفظ خط تولید، برای پشتیبانی از جبهه های جنگ با اعزام ۱۴ هزار نفر رزمنده و ارسال قطعات و تجهیزات نقشی بی بدیلی را ایفا کرد که سند افتخار

امام جمعه تبریز:

بدون آب نمی توان به ثبات اقتصادی و سیاسی رسید

کنترل غذایی است.

حجت الاسلام والمسلمین آل هاشم اضافه کرد: در مسئله کشاورزی نقش آمار و اطلاعات خیلی مهم است و موضوع اطلاعات و داده ها یکی از ضعف های ما در حوزه کشاورزی است، بر این اساس خودکفایی غذایی و کاهش وابستگی بسیار راهبردی است.

کمبود سرمایه‌گذاری در حوزه کشاورزی

نماینده ولی فقیه در آذربایجان‌شرقی با اشاره به کمبود سرمایه‌گذاری در حوزه کشاورزی در کشور افزود: ۷۰۰ میلیارد دلار در طول سال‌های گذشته در صنعت در کشور ارز هزینه شده است اما بیشترین سرمایه‌گذاری در حوزه کشاورزی تنها چهار درصد بوده است. حجت الاسلام والمسلمین آل هاشم همچنین با اشاره به روز بیابان زدایی، گفت: ایران کشوری با ۱۶۴ میلیون هکتار مساحت

آذربایجان شرقی – فلاح: نماینده ولی فقیه در آذربایجان شرقی و امام جمعه تبریز گفت: هیچ کشوری بدون اطمینان از داشتن آب نمی تواند به ثبات اقتصادی، اجتماعی و سیاسی برسد. حجت الاسلام والمسلمین سیدمحمد علی آل هاشم در خطبه های نماز جمعه تبریز اظهار کرد: آب یکی از اساسی‌ترین و مهم‌ترین عناصر زیست بوده و برخورداری از آب سالم برای نیازهای انسانی از عوامل اساسی و به منزله عامل تمدن‌ساز شناخته می‌شود. وی افزود: گنج‌چلیدن مباحث مصرف بهینه در منابع آموزشی، آموزش و ایجاد آگاهی عمومی و اجتماعی، آموزش اصول مصرف بهینه، توجه به مبانی دینی و رسانه‌های جمعی در تغییر الگوی مصرف بسیار تأثیرگذار است. وی همچنین با بیان اهمیت وجود استقلال و اتخاذ دیپلماسی غذایی گفت: در دنیا اولین فرامده مربوط به فرماندهی نظامیان و دومین فرماندهی،



رشت – خبرنگار فرصت امروز: اختتامیه نخستین سالانه شهر خلاق رشت و رویداد معرفی رستورانهای خوراک گیلانی با حضور شهردار رشت، نمایندگان عالی سازمان جهانی یونسکو در ایران، فرماندار شهرستان رشت، اعضای شورای اسلامی شهر، مدیر کل میراث فرهنگی، مدیران استانی و عده کثیری از فرهنگ نگارستان و رشتوندان فهیم در پیاده راه فرهنگی رشت برگزار شد. به گزارش واحد خبر مدیریت ارتباطات و امور بین‌الملل شهرداری رشت – سید امیر حسین علوی شهردار رشت در مراسم اختتامیه نخستین سالانه شهر خلاق رشت و رویداد معرفی رستورانهای خوراک گیلانی که عصر روز پنجشنبه ۲۶ خرداد ۱۴۰۱ در پیاده راه فرهنگی رشت برگزار شد، اظهار داشت: امروز در نخستین سالانه شهر خلاق که جزو میراث فرهنگی و داشته‌های غنی مردمان فرهیخته شهر رشت به شمار می‌رود، میزبان مردم و رستوران

به مناسبت هفته محیط زیست انجام شد ؛

بازدید مشترک HSE شرکت نفت و گاز مسجدسلیمان و اداره حفاظت محیط زیست از کارگاه طرح نگهداشت و افزایش تولید نفت مخزن لالی

های این شرکت ، توجه به الزامات زیست محیطی از جمله احداث شبکه جمع آوری و ایجاد سیستم تصفیه فاضلاب و استفاده از آب خروجی پکیج تصفیه خانه برای توسعه فضای سبز می باشد . سید حکمت خلوصی افزود: در همه عملیات های منتهی به توسعه ی این مخزن نفتی ، الزامات زیست محیطی در صدر امور قرار دارد و با جدیت دنبال می شود به گونه ایکه ضمن ایجاد و توسعه فضای سبز با استفاده از گونه گیاهان و نهال های سازگار با اقلیم منطقه ، به دنبال آن هستیم فعالیت های ما کمترین آسیب را به محیط زیست گیاهی و جانوری وارد نماید . هیأت بازدید کننده در ادامه از بخش های مختلف این کارگاه از جمله شبکه جمع آوری و تصفیه خانه فاضلاب – سردخانه زیر صفر و بالای ابزاری برای

اهواز – رییس واحد حفاظت محیط زیست اداره HSE شرکت بهره برداری نفت و گاز مسجدسلیمان به همراه روسای ادارات حفاظت محیط زیست شهرستان های مسجدسلیمان و لالی از کارگاه پیمانکار توسعه مخازن نفت مستقر در منطقه بازدید به عمل آوردند . در این بازدید مشترک ، اوبدر شجاعی برچونی به همراه مصطفی یوسفی فندعلی و مهدی زماپور با حضور در کارگاه شرکت جهان پارس پیمانکار طرح توسعه مخزن لالی بنگستان که یکی از پروژه های توسعه ۲۸ مخزن شرکت ملی مناطق نفتخیز جنوب می باشد ، از نحوه فعالیت و رعایت استانداردها و الزامات زیست محیطی این شرکت بازدید نمودند . مدیر کارگاه شرکت جهان پارس طی اظهار داشت : سرلوحه ی اهداف و برنامه



آذربایجان شرقی – فلاح: مسئول سازمان فضای مجازی بسیج کشور با تأکید بر اهمیت سالمدهی و نظارت بر فضای مجازی، گفت: کنترل فضای مجازی مسئولیت واحد و منظم نیاز دارد.مسلم معین در آئین افتتاح اولین قرارگاه فضای مجازی سپاه ناحیه امامت تبریز، با ابراز تأسف از اینکه به رغم تأمین تمام زیرساخت ها و هزینه های فضای مجازی توسط جوانان بسیجی، کنترل و مدیریت آن، دست ما نیست، افزود: باید توجه داشت که این شرایط، اصلا به نفع مردم و نظام نیست. وی اظهار داشت: بنا به دلایلی از جمله دور کردن جوانان، نخبگیان و دلسوزان انقلابی از کنترل و مدیریت فضای مجازی، امروز شاهد هستیم که این دشمن است که مدیریت فضای مجازی را چه در بعد محتوا و چه در بعد فنی، در اختیار دارد. معین با بیان اینکه حدود ۷۰ درصد اطلاعات و محتواهای فضای مجازی توسط دشمن

درس‌های خدمات مشتری از باشگاه لیورپول

به قلم: جان اومیلیا / کارشناس روابط عمومی – ترجمه: علی آل‌علی

باشگاه لیورپول در طول سال‌های اخیر محبوبیت بسیار زیادی در میان نسل جوان پیدا کرده و به غیر از طرفدارهای قدیمی‌اش، حالا میلیون‌ها نفر دیگر در سراسر دنیا بازی‌های آن را دنبال می‌کنند. نکته مهم در این میان موفقیت این تیم برای جلب رضایت طرفداران (همان مشتریان در ادبیات تجاری) است. این امر یک استراتژی و نمونه موفق برای برندها به همراه داشته و به شما برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب کمک می‌کند. نکته مهم اینکه شما برای اثرگذاری بر روی مخاطب هدف می‌توانید از تجربه موفق لیورپول به مثابه یک تیم فوتبال استفاده کنید. شاید این امر اندکی عجیب به نظر برسد، اما وقتی با تکنیک‌های مورد استفاده این تیم آشنا شوید، نظراتان به طور کامل عوض خواهد شد.

وقتی صحبت از استعدادهای برتر می‌شود، بسیاری از کارآفرینان فکر می‌کنند فقط باید افراد جوان و دارای تحصیلات بسیار عالی را در رادار قرار دهند. این امر هیچ منطقی نداشته و برای شما نیز امری غیر قابل درک محسوب می‌شود. درست به همین دلیل اگر به دنبال تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف در دنیای امروز کسب و کار هستید، باید معنای استعدادهای کاری را به طور چشمگیری توسعه دهید. تیم لیورپول در سال ۲۰۱۵ با جذب یکی از بهترین استعدادهای سرمربی‌گیری دنیا به نام یورگن کلوپ سنگ بنای موفقیت امروزش را گذاشت. شما در استفاده از استعدادهای برتر در بازار باید دقیقاً مثل لیورپول عمل کنید. در این میان وضعیت سنی افراد اهمیتی ندارد. نکته مهم توانایی شما برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف است. به عبارت بهتر، شما هر کارآفرینی که عملکرد خوبی در بازار دارد را باید جذب کنید، در غیر این صورت شاید کارتان مدت زمانی طولانی ادامه پیدا کرده و شاید در نهایت نیز توانایی تاثیرگذاری بر روی آنها را نداشته باشید. شما قرار نیست در دنیای کسب و کار به طور مداوم ایده‌ها و طرح‌های‌تان را ادامه دهید. این امر می‌تواند برای شما دردسرهای زیادی به همراه داشته و حتی توانایی‌تان را نیز از بین ببرد. درست به همین خاطر شما اگر به دنبال تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف به بهترین شکل ممکن هستید، باید اول از همه یک برنامه عالی طراحی کرده و در تمام مدت زمان فعالیت‌تان از آن به خوبی استفاده کنید، در غیر این صورت شاید در میانه راه با تغییرات مداوم برنامه‌ها مشتریان در عمل از دست‌تان خسته شوند. این امر به خوبی درباره تیم لیورپول قابل مشاهده است. این تیم در طول زمان تغییرات زیادی در برنامه‌اش انجام نداده است. آنها در طول سال‌های متمادی همیشه به دنبال بهترین روش برای جذب استعدادهای برتر بوده‌اند. در نهایت نیز این امر موجب موفقیت آنها در بازار شده است. بنابراین اگر شما هم به دنبال اثرگذاری بر روی مشتریان هستید، باید یک برنامه مشخص برای طولانی مدت داشته باشید و از همه مهمتر اینکه بدان وفادار باقی بمانید. تیم لیورپول همیشه در خارج از زمین مسابقه یک چهره مردمی و نوع دوست دارد. این امر می‌تواند ایده خوبی برای برند شما نیز محسوب شود. اینکه شما چطور در خارج از محیط کار با مشتریان یا حتی مردم عادی رفتار می‌کنید، اهمیت بسیار زیادی دارد. بنابراین باید همیشه یک رفتار دوستانه همراه با توجه بسیار زیاد به شرایط آنها داشته باشید، در غیر این صورت شاید هرگز فرصتی برای بهینه‌سازی شرایط‌تان به دست نیایرد. منبع: **customerthink.com**

فعالیت سازگار با محیط زیست در دنیای کسب و کار با ایده‌های طلایی

به قلم: ایمی تارپ / کارشناس کسب و کار – ترجمه: علی آل‌علی

توجه به محیط زیست در روند فعالیت برند باید به طور مداوم دنبال شود. این امر برای برندها اهمیت بسیار زیادی داشته و وضعیت کسب و کارتان را به طور چشمگیری توسعه می‌دهد. یادتان باشد شما برای تاثیرگذاری بر روی مشتریان نسل جدید باید موضوعات زیست محیطی را به طور دقیق در کانون توجه‌تان قرار دهید، در غیر این صورت شاید هرگز فرصت تاثیرگذاری بر روی مشتریان به بهترین شکل را پیدا نکنید. بسیاری از برندها در زمینه فعالیت زیست محیطی فقط به برخی از شعارهای ساده اکتفا می‌کنند. این امر نه تنها وضعیت برندهای مورد نظر را بهبود نمی‌بخشد، بلکه شانس‌شان در این میان را نیز از بین خواهد برد. اگر شما به دنبال تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف به بهترین شیوه ممکن هستید، باید از همین امروز کارتان را به بهترین نحو ممکن شروع کرده و تلاش برای بهینه‌سازی فرصت‌های کاری را به مثابه فرصت‌های طلایی قلمداد کنید. هدف اصلی در این مقاله بررسی برخی از بهترین تکنیک‌ها برای فعالیت سازگار با محیط زیست است. اگر شما به دنبال تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف هستید، می‌توانید کارتان را به بهترین شکل ممکن با توصیه‌های مورد بحث در این مقاله پیش ببرید. بسته‌بندی محصولات یکی از حوزه‌های پربسیک برای محیط زیست محسوب می‌شود. این امر می‌تواند اعتبار یک برند را به طور جدی به خطر انداخته و شانس آن برای تاثیرگذاری بر روی مشتریان را به شدت کاهش دهد. نکته مهم در این میان تلاش برای تاثیرگذاری بر روی مشتریان با استفاده از بسته‌بندی متفاوت محصولات است. خوشبختانه این روزها انواع مواد اولیه سازگار با محیط زیست برای بسته‌بندی محصولات در دسترس برندها قرار دارد. این امر به شما برای تاثیرگذاری ویژه بر روی مخاطب هدف کمک کرده و شانس‌تان را نیز به طور چشمگیری توسعه می‌دهد. درست به همین دلیل بسیاری از برندها برای جلب نظر مشتریان و راهایی از شر انتقادات زیست محیطی به سادگی هرچه تمام‌تر نحوه بسته‌بندی محصولات‌شان را تغییر می‌دهند. این امر کمک شایانی به برندها برای تقویت روند فعالیت‌شان کرده و شانس‌شان در بازار را نیز توسعه می‌دهد. یادتان باشد وقتی شما به مثابه یک برند فعال در زمینه محیط زیست در بازار حضور پیدا می‌کنید، قضاوت مشتریان درباره شما بهبود بسیار بیشتری پیدا می‌کند. این امر در بلندمدت از شما یک برند حرفه‌ای در بازار خواهد ساخت. درست به همین دلیل اگر شما به دنبال تاثیرگذاری بر روی مشتریان هستید، باید در وهله نخست نحوه بسته‌بندی محصولات‌تان را تغییر دهید. فروشنده‌های محلی به شما امکان تهیه بی‌درسر مواد اولیه مورد نیازتان را می‌دهد. یکی از نکات مهم در حفاظت از محیط زیست توجه به بعد مسافت و آلودگی‌های احتمالی در پی جا به جایی مواد اولیه در ابعاد وسیع است. درست به همین دلیل اگر شما از فروشنده‌های محلی مواد مورد نیازتان را تهیه کنید، تاثیرگذاری بهتری بر روی مخاطب هدف داشته و امکان بهینه‌سازی فعالیت‌تان را خواهید یافت. یادتان باشد فروشنده‌های محلی در صورتی که تبدیل به مشتریان ثابت آنها شوید، تخفیف‌های خوبی نیز به شما خواهند داد. این امر یک خبر مثبت و تاثیرگذار برای شما خواهد بود. پس همیشه از این روند برای بهینه‌سازی کارتان سود ببرید. دنیای فناوری روز به روز در حال پیشرفت و توسعه است. این امر به برندها برای کاهش تاثیرات زیست محیطی برندنات کمک کرده و امکان عرضه محصولاتی بهتر به بازار را می‌دهد. شما با این حساب امکان فعالیت بهینه در بازار را پیدا کرده و اعتراضات مشتریان نسبت به ضررهای محصولات‌تان نیز به حداقل می‌رسد. این امر از شما یک برند فعال و حرفه‌ای در بازار ساخته که اتفاقاً طرفدار محیط زیست نیز هست. با این حساب دلیلی برای عدم استقبال مشتریان از برند شما در بازار نخواهد بود.

منبع: **entrepreneur.com**

فرصت امروز

روزنامه‌مدیریتی –اقتصادی

| دوشنبه | ۳۰ خرداد ۱۴۰۱ | شماره ۲۰۳۵ | صفحه ۸ |

صاحب امتیاز: موسسه مطبوعاتی فرصت سازان امروز

مدیر مسئول و سردبیر: محمدرضا قدیمی

چاپ: هنر سرزمین سبز

دفتر مرکزی: مطهری، خیابان علی‌اکبری، پلاک ۱۱۵

دفتر مرکزی: ۸۸۲۱۷۷۳۸

سازمان آگهی‌ها: ۸۸۳۲۰۹۶۰

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

WWW.FORSATNET.IR

INFO@FORSATNET.IR

تبلیغات خلاق

به قلم: منسا کومار

کارشناس بازاریابی

ترجمه: علی آل‌علی

زمانی خرید یک محصول به معنای مراجعه به خرده‌فروشی‌ها و زیر و رو کردن قفسه‌های مختلف بود. تا همین یک دهه پیش بسیاری از مشتریان برای خرید یک محصول اول از همه به سراغ خرده‌فروشی‌ها یا حتی فروشگاه‌های زنجیره‌ای می‌رفتند. این امر به مثابه تنها راهکار خرید برای بسیاری از مشتریان در سراسر دنیا مطرح بود. این روزها البته شیوه‌های خرید در سراسر دنیا عوض شده است. شما دیگر لازم نیست در ساعت‌های اداری به خرده‌فروشی‌ها مراجعه کرده و با هزاران زحمت محصول مورد علاقه‌تان را خریداری کنید. در عوض می‌توانید از خانه مشغول خرید محصولات برندنات بوده و به سادگی هرچه تمام‌تر آنها را تهیه نمایید. این امر به لطف توسعه فناوری‌های دیجیتال و رانندازی انواع و اقسام فروشگاه‌های آنلاین روی داده است. امروزه شما حتی در نیمه شب نیز توانایی استفاده از امکانات برندن‌تان را دارید. به این ترتیب دیگر مشکلی از نظر خرید محصولات در هر ساعت پیش روی شما نخواهد بود.

بازارباایی مستقیم برای مشتریان محصول همین روند ساده‌سازی خرید است. این روزها دیگر کمتر کسی به طور با واسطه از برندها خرید می‌کند. این امر هم برای برندها و هم برای مشتریان مزایای بسیار زیادی به همراه داشته است. شما امروزه می‌توانید به ساده‌ترین شکل ممکن توانایی‌تان برای اثرگذاری بر روی مخاطب هدف را امتحان کرده و شانس‌تان در این میان را به طور چشمگیری توسعه دهید. این امر برای شما مزایایی بسیار متنوعی به همراه خواهد داشت. در بازاریابی مستقیم برای مشتریان شما دیگر به واسطه‌هایی مثل خرده‌فروشی‌ها یا فروشندگان حرفه‌ای نیازی ندارید. در عوض این شما هستید که خودتان به طور مستقیم با مشتریان ارتباط برقرار کرده و به دنبال اثرگذاری بر روی آنها می‌روید. این ایده می‌تواند مزایای بسیار زیادی برای شما به همراه داشته و سطح توانایی‌تان برای اثرگذاری بر روی مخاطب هدف را نیز به طور چشمگیری توسعه دهد. درست به همین دلیل شما باید بازاریابی مستقیم برای مشتریان را همیشه در خاطر داشته باشید، در غیر این صورت شاید خیلی زود در بازارهای رقابتی امروزِ توانایی‌تان برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف از بین برود.

یکی از نکات مهم در دنیای امروز مربوط به استفاده از شیوه‌های مختلف در عرصه کسب و کار است. این امر به شما امکانات بسیار متنوعی برای جلو افتادن از رقبای می‌دهد. بازاریابی به طور مستقیم برای مشتریان نیز همین شرایط را دارد. شما امروزه باید فقط به مشتریان و نیازهای‌شان در بازار فکر کنید. توجه به واسطه‌ها در این میان شما را از شانس تاثیرگذاری بهینه بر روی مشتریان محروم کرد و وضعیت بازاریابی‌تان را دشوارتر از هر زمان دیگری خواهد ساخت. در این میان شما باید به بهترین شکل ممکن شانس‌تان را توسعه داده و وضعیت‌تان را نیز بهبود بخشید، در غیر این صورت شاید هرگز فرصتی برای بهینه‌سازی شرایط کار‌تان در دنیای کسب و کار پیدا نکنید. این امر می‌تواند برای شما هزینه‌های بسیار زیادی به همراه داشته و حتی توجه مشتریان را نیز از برندنات کاهش دهد.

مزایای بازاریابی مستقیم برای مشتریان

هر الگو و روش بازاریابی در دنیای امروز همراه با مزایای قابل ملاحظه‌ای است. درست به همین دلیل برندها برای انتخاب از میان روش‌های بازاریابی همیشه به دنبال استفاده از راهکارهای حرفه‌ای هستند. این امر می‌تواند برای شما مزایای بسیار متنوعی به همراه داشته و شانس‌تان در این راستا را نیز به طور قابل ملاحظه‌ای افزایش دهد. یادتان باشد شما فقط باید به روش‌های مطمئن با استفاده از تجربه دیگران اعتماد کنید، در غیر این صورت شاید تمام تلاش‌های بازاریابی‌تان به طور ناگهانی با شکست رو به رو شده و توانایی‌تان برای تاثیرگذاری بر روی مشتریان تازه به طور کامل از بین برود. درست به همین دلیل در بخش کنونی برخی از مزایای مهم بازاریابی مستقیم برای مشتریان مورد بررسی قرار خواهد گرفت. این امر به شما برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف کمک شایانی خواهد کرد.

کاهش نیاز به افراد واسطه

افراد واسطه به کسانی گفته می‌شود که به هر نحوی میان برند شما و مشتریان قرار دارند. این افراد در الگوهای سنتی بازاریابی به شما برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف کمک کرده و شانس‌تان را به طور چشمگیری افزایش می‌دهند. نکته مهم اینکه بسیاری از مشتریان برای اثرگذاری بر روی مخاطب هدف ایده‌های بسیار متنوعی دارند. در این میان شما باید همیشه کارتان را براساس روند تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف دنبال کنید. در بازاریابی مستقیم برای مشتریان شما دیگر به ایده‌هایی مثل نحوه تعامل با واسطه‌ها فکر نمی‌کنید. در عوض باید به دنبال برخی از ایده‌های کاربردی برای تاثیرگذاری بر روی مشتریان‌تان باشید. این امر می‌تواند برای شما مزایای بسیار متنوعی به همراه داشته و توانایی‌تان در این راستا را نیز به طور چشمگیری افزایش دهد. وقتی شما از واسطه‌ها صرف نظر می‌کنید، توانایی‌تان برای اثرگذاری بر روی مشتریان بیشتر می‌شود. دلیل این امر امکان تعامل مستقیم با مشتریان و نمایش مزایای برندنات به آنهاست. این نکته شما را در کانون توجه مشتریان در دنیای امروز قرار خواهد داد.

افزایش میزان فروش

تعامل مستقیم برندها با مشتریان مزایای بسیار متنوعی به همراه دارد. شما در این راستا می‌توانید به ساده‌ترین شکل ممکن به دنبال سلیقه مشتریان در روند بازاریابی بروید. این امر شما را از نظر تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف در شرایط بسیار خوبی قرار می‌دهد. نکته مهم اینکه شما باید همیشه نیازها و سلیقه مشتریان را در کانون توجه روند بازاریابی‌تان قرار دهید. در این صورت به طور خودکار بسیاری از مشکلات‌تان حل خواهد شد. نکته مهم دیگر اینکه شما در روند تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف باید همیشه افزایش فروش را نیز در نظر داشته باشید. اینکه مشتریان چه محصولاتی را به نمونه‌های دیگر ترجیح

می‌دهند، سوالی است که اغلب افراد پاسخ مشخصی برای آن ندارند. در روند بازاریابی مستقیم برای مشتریان شما باید به دنبال پاسخ مناسب برای این سوال با استفاده از تعامل مستقیم با مشتریان باشید. این امر شما را در کانون توجه مشتریان قرار داده و روند تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را نیز بهینه‌سازی خواهد کرد.

شخصی‌سازی پیام‌ها

بازاریابی مستقیم برای مشتریان به شما امکان شخصی‌سازی پیام‌های بازاریابی و نحوه تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را نیز می‌دهد. نکته مهم در این میان تلاش برای بهینه‌سازی روند تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف است. چنین امری شما را به طور حرفه‌ای در کانون توجه مشتریان قرار می‌دهد. هرچه پیام بازاریابی شما شخصی‌سازی شده‌تر باشد، شانس‌تان در نهایت برای اثرگذاری بر روی مخاطب هدف بیشتر می‌شود. درست به همین دلیل بسیاری از برندها برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب



هدف علاقه‌مند به استفاده از روش‌های متنوع هستند. برخی از برندها برای شخصی‌سازی پیام‌ها همیشه با شرایط دشواری رو به رو هستند. دلیل این امر بی‌توجهی به بسیاری از نکات مهم در زمینه شناخت مشتریان است. تا زمانی که شما شناخت درستی از مشتریان‌تان نداشته باشید، هیچ شانسِی در زمینه شخصی‌سازی کمپین‌ها و روند تاثیرگذاری بهینه بر روی آنها پیدا نمی‌کنید. درست به همین دلیل امروزه تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف امری بی‌نهایت مهم در دنیای کنونی محسوب می‌شود. این امر می‌تواند به شما امکانات لازم برای بهبود جایگاه برندنات در بازار را نیز بدهد. درست به همین خاطر باید اول از همه شناخت‌تان از مشتریان را تا حد زیادی توسعه دهید، در غیر این صورت شاید هرگز فرصتی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف پیدا نکنید.

استفاده از بازاریابی مستقیم برای مشتریان در عمل

شما برای موفقیت در دنیای بازاریابی مستقیم باید روش‌ها و تکنیک‌های متنوعی را یاد بگیرید. این امر به شما برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف کمک کرده و شانس‌تان در این میان را نیز توسعه خواهد داد. یادتان باشد در دنیای امروز اجرای هر شیوه بازاریابی بدون استفاده از تکنیک‌های درست امری سخت و غیرممکن خواهد بود. به همین خاطر شما باید همیشه روند تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را به بهترین شکل ممکن دنبال کرده و شانس‌تان در این میان را نیز در نظر بگیرید، در غیر این صورت شاید همیشه مشکلات متنوعی برای تعامل با مشتریان پیش روی‌تان قرار گیرد. در ادامه این بخش ما مرور بر روی برخی از مهم‌ترین تکنیک‌ها برای استفاده از روش بازاریابی مستقیم خواهیم داشت.

طراحی فروشگاه آنلاین کاربردی

فروشگاه‌های آنلاین در طول یک دهه اخیر توسعه بسیار زیادی پیدا کرده‌اند. این امر روند تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را به طور چشمگیری تحت تاثیر قرار داده و فروش بی‌درسر را نیز مطرح ساخته است. در این میان شما برای تاثیرگذاری بر روی مشتریان همیشه به فروشگاه‌های حرفه‌ای و در عین حال ساده برای کاربران نیاز دارید. اگر کار کردن با یک فروشگاه برای مشتریان خیلی سخت باشد، فورا به سراغ فروشگاه آنلاین یک برند دیگر می‌روند و شما در این میان توانایی تاثیرگذاری بر روی مشتریان‌تان را به طور کامل از دست خواهید داد. یادتان باشد امروزه طراحی فروشگاه آنلاین کار ساده‌ای نیست. درست به همین خاطر اگر شما از کمک افراد حرفه‌ای در این میان استفاده کنید، شرایط‌تان برای تاثیرگذاری بر روی مشتریان به طور حرفه‌ای افزایش پیدا می‌کند. پس هرگونه ایده‌ای برای اینکه خودتان چنین سایتی را طراحی کنید کنار بگذارید. این امر می‌تواند در نهایت شما را با چالش‌های بزرگی مواجه کرده و شانس‌تان برای تاثیرگذاری بر روی مشتریان را نیز به طور چشمگیری کاهش دهد. درست به همین دلیل اگر شما به دنبال تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف به طور حرفه‌ای هستید، باید همیشه روند کاری را به بهترین شکل ممکن دنبال نمایید. این روزها موسسات بسیار زیادی در زمینه طراحی سایت خدمات گسترده ارائه می‌دهند. این امر می‌تواند شما را در جریان روند تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف قرار داده و شما را نیز به بهترین شکل ممکن تبدیل به برندی حرفه‌ای و دوست‌داشتنی کند.

حضور فعال در شبکه‌های اجتماعی

حضور در شبکه‌های اجتماعی یکی از فعالیت‌های مهم در دنیای کسب و کار محسوب می‌شود. شما برای این کار باید همیشه حضوری مناسب در شبکه‌های اجتماعی داشته و فعالیت‌تان را نیز بهینه‌سازی نمایید، در غیر این صورت همیشه یک جای کار‌تان ایراد خواهد داشت. مشتریان این روزها برای پیدا کردن برندهای مناسب خیلی به خودشان زحمت نمی‌دهند. درست به همین دلیل توانایی شما برای حضور در شبکه‌های اجتماعی و تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف امری مهم و ضروری خواهد بود. این امر شما را در برابر مشتریان بدل به یک برند دوست‌داشتنی کرده و بسیاری از مشتریان برای خرید از شما تمایل نشان خواهند داد.

راهنمای بازاریابی مستقیم برای مشتریان

بی‌شک حضور در شبکه‌های اجتماعی به معنای ثبت نام در تمام آنها نیست. درست به همین دلیل شما باید کارتان در شبکه‌های اجتماعی را بسیار بهتر از سایر روش‌ها دنبال کنید. این امر به معنای تلاش برای پیدا کردن پلتفرم‌های محبوب در میان کاربران و سپس اختصاص روند فعالیت‌تان به آنهاست. در غیر این صورت حجم بالای تولید محتوا در شبکه‌های اجتماعی مختلف شما را با مشکلات بسیار زیادی رو به رو خواهد ساخت. این امر می‌تواند توانایی شما برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را به شدت کاهش دهد.

شخصی‌سازی پیام‌ها

پیام‌های شما برای مخاطب هدف در دنیای بازاریابی نباید هرگز کلیشه‌ای یا شبیه به هم باشد. درست به همین دلیل برندهایی که به شخصی‌سازی به مثابه یک عامل مهم توجه نشان می‌دهند، همیشه کارشان را به بهترین شکل ممکن توسعه می‌دهند. این امر می‌تواند برای بسیاری از برندها به مثابه روندی مناسب برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف باشد. اگر شما به دنبال بهینه‌سازی روند کار‌تان در دنیای امروز هستید، چاره‌ای به غیر از شخصی‌سازی گسترده پیام‌های بازاریابی‌تان ندارید. این امر می‌تواند شما را در کانون توجه مشتریان قرار داده و وضعیت‌تان را نیز بهبود بخشد. منظور ما در این بخش از شخصی‌سازی محتوا استفاده از روش‌های غیر قابل پیش‌بینی یا حتی پیچیده نیست. یکی از ساده‌ترین تکنیک‌ها در این میان استفاده از نام کوچک هر مشتری در ابتدای پیام‌تان برای آنهاست. همچنین در صورتی که شما مشتریان‌تان را براساس سلیقه و رفتار خریدشان دسته‌بندی کنید، امکان ارائه پیام‌های مشخص و شخصی‌سازی شده به هر کدام را پیدا می‌کنید. این امر شما را در کانون توجه مشتریان از نظر تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف قرار می‌دهد.

همکاری با اینفلوئنسرها

امروزه دنیای بازاریابی در پیوند با فعالیت اینفلوئنسرها قرار دارد. این امر می‌تواند برای شما دردسرهای زیادی به همراه داشته و حتی کسب و کارتان را در پیوند اساسی با این افراد قرار دهد. بی‌شک بسیاری از برندها نسبت به استفاده از مزایای همکاری با اینفلوئنسرها اطلاعات دقیقی ندارند. این امر می‌تواند روند فعالیت شما را به مثابه یک برند حرفه‌ای تحت تاثیر قرار دهد. توصیه ما در این میان همکاری نزدیک با اینفلوئنسرها در بازه‌های زمانی مشخص است. بدون تردید همکاری مداوم با اینفلوئنسرها از نظر مالی شما را در دردرسر زیادی قرار می‌دهد. این امر می‌تواند شما را با موقعیت‌های بسیار خوبی مواجه سازد. به عنوان مثال، اگر نزدیک سالگرد تأسیس برندنات است، همکاری با یک اینفلوئنسر برای توسعه پیام برندنات میان مشتریان می‌تواند ایده بسیار خوبی باشد. این امر شما را بدل به برندی دوست‌داشتنی برای مشتریان کرده و شانس‌تان در این راستا را نیز به طور کلی افزایش خواهد داد. یادتان باشد شما لازم نیست اینفلوئنسرهای دارای میلیون‌ها فالوور همکاری داشته باشید. بسته به نوع نیاز و سطح فعالیت برند شما می‌توانید از اینفلوئنسرهای مختلف استفاده کنید. به عنوان مثال، اگر شما فقط در سطحی خرد فعالیت دارید، می‌توانید کارتان را به بهترین شکل ممکن با اینفلوئنسرهای محلی دنبال کنید. این امر امکان صرفه‌جویی در هزینه‌ها و از همه مهمتر بازگشت سرمایه بهتر را به همراه دارد. پس هیچ وقت نگاه‌تان فقط به سوی اینفلوئنسرهای مشهور و محبوب‌تر نباشد.

استفاده از بازاریابی محاوره‌ای

بازاریابی محاوره‌ای نقش بسیار مهمی برای موفقیت برندها در دنیای بازاریابی دارد. این امر بر روی قدرت کلام و توانایی مشتریان برای تاثیرگذاری بر روی یکدیگر اتکا دارد. درست به همین دلیل شما برای اثرگذاری بر روی مخاطب هدف‌تان باید به طور مداوم شرایط مربوط به تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را دنبال کنید. بازاریابی محاوره‌ای در دنیای امروز به میزان توانایی شما برای اثرگذاری بر روی مخاطب هدف نیز اشاره دارد. بنابراین اگر شما به دنبال استفاده از این شیوه در عرصه کسب و کار هستید، می‌توانید به سادگی هرچه تمام‌تر شانس‌تان در این راستا را نیز بهبود بخشید. نکته مهم در این میان توجه به بهبود ارتباط با مشتریان است. اگر شما رابطه خوبی با مشتریان نداشته باشید، وضعیت فعالیت‌تان در این میان به سرعت با مشکل رو به رو شده و شانس‌تان از بین می‌رود. بازاریابی محاوره‌ای در دنیای امروز نظر بسیاری از برندها را جلب کرده است. دلیل این امکان تاثیرگذاری بر روی مشتریان بدون نیاز به صرف هزینه‌های بسیار زیاد است. این امر شما را در بازار بدل به یک برند محبوب می‌کند. آن هم بدون اینکه هزینه‌های زیادی صرف نمایید. یادتان باشد در دنیای بازاریابی امروز شما لازم نیست همیشه یک برند پرخرج باشید. در عوض اگر فقط به فکر مشتریان بوده و کارتان در این راستا را بهینه‌سازی کنید، نتایج بسیار بهتری دریافت کرده و شانس‌تان در این میان نیز بهبود پیدا می‌کند. درست به همین دلیل شما باید همیشه ارتباط‌تان با مشتریان را به بهترین شکل ممکن دنبال نمایید.

سرمایه‌گذاری بر روی ابزارهای مناسب

استفاده از ابزارهای درست در دنیای بازاریابی امر مهمی محسوب می‌شود. این ابزارها به شما برای بهینه‌سازی شرایط بازاریابی کمک کرده و شرایط‌تان را بهبود می‌بخشد. یکی از اشتباهات بازاریابی‌ها در فرآیند بازاریابی مستقیم انتخاب ابزارهای بی‌نهایت گران‌قیمت است. این امر می‌تواند شرایط فعالیت و بازاریابی برای هر برندی را به شدت دشوار سازد. درست به همین دلیل اگر شما به دنبال تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف‌تان هستید، چاره‌ای به غیر از مقایسه دقیق ابزارها و انتخاب بهترین نمونه ندارید. در این میان استفاده آزمایشی از ابزارها می‌تواند ایده بسیار خوبی باشد. این امر به شما برای بهینه‌سازی شرایط‌تان کمک کرده و انتخابی هوشمندانه را به همراه خواهد داشت.

این روزها بازاریابی مستقیم برای مشتریان محبوبیت بسیار زیادی دارد. نکته مهم در این راستا توجه به توانایی برندها برای استفاده از تکنیک‌های درست در این میان است. اگر شما از توصیه‌های مورد بحث در این مقاله استفاده کنید، شرایط‌تان در این میان به طور چشمگیری بهبود پیدا خواهد کرد.

منبع: **com.learn.g2**