

فرصت امروز

برای کسب و کار آفرینی

آیا با ۳۰۰ میلیون تومان می توان در تهران خانه خرید؟

بورس آپارتمان های ارزان قیمت پایتخت

شرایط کنونی بازار مسکن نشان می دهد رکود تورمی که از آذرماه ۱۳۹۶ آغاز و تا تیرماه ۱۳۹۸ ادامه داشته، جای خود را به رکود غیرتورمی داده است. در همین حال...

۳

کمتر از ۱۰ روز تا مرتب سازی صف یارانه بگیران نقدی باقی مانده است

۴ چالش غربالگری یارانه بگیران

اواسط شهریورماه بود که محمد شریعتمداری، وزیر تعاون، کار و رفاه اجتماعی در حاشیه جلسه هیات دولت از آغاز غربالگری یارانه بگیران از ابتدای مهرماه خبر داد و از حذف سه دهک بالای درآمدی سخن گفت، اما با اینکه تنها هشت روز تا اجرای طرح دولت برای غربالگری یارانه بگیران باقی مانده است، دولتمردان هنوز سازوکار و جزئیات اجرای این طرح را که اثر مستقیم بر زندگی مردم دارد، اعلام نکرده اند. به گزارش مهر، اگرچه قرار بود یارانه نقدی پنج سال همان اقتصاد ایران باشد، اما حالا نزدیک به ۹ سال از زمان اجرای قانون هدفمندسازی یارانه ها با هدف بسط عدالت اجتماعی، تقویت تولید و کاهش مصرف انرژی از طریق افزایش نرخ می گذرد و در این مدت سه دولت...

۲

چرخش ایران به سمت راه اندازی شبه سوئیفت با روسیه

بانک های ایرانی به سوئیفت روسی می پیوندند

۴

مدیریت و کسب و کار



گوگل یک میلیارد یورو جریمه و مالیات به فرانسه پرداخت می کند

- فعالیت ۵۰ استارت آپ در حوزه هوش مصنوعی
- ۵ نشانه ایده های کسب و کار ضعیف
- بازاریابی موفق در اینستاگرام با ۱۷ اپ کاربردی
- نکات طلایی بازاریابی برای نسل جوان
- برندسازی بر پایه سلیقه مشتریان
- چه چیزی در دنیای تبلیغات تغییر کرده است؟

۸ تا ۱۶



شاخص بورس برای نخستین بار ۳۰۰ هزار واحدی شد رکورد تاریخی جدید در بازار سرمایه ایران

معاون اول رئیس جمهور در مراسم تودیع و معارفه وزیر آموزش و پرورش:

باید زمینه رنج جوانان را از بین ببریم

زندگی مردم قابل لمس باشد مسئله دیگری است. بسیاری از افراد مکرر می گفتند که اقتصاد ایران مانند اقتصاد ونزوئلا خواهد شد و تورم چند صد درصدی و اعداد نجومی برای نرخ ارز پیش بینی می کردند اما خوشبختانه به فضل الهی امروز اقتصاد کشور با ثبات نسبی مواجه شده که بخش زیادی از این ثبات مرهون تحمل و مقاومت مردم است چراکه مردم ایران در این برهه حساس یک بار دیگر یکپارچگی و ملت بودن خود را به نمایش گذاشتند. وی با طرح این پرسش که آیا در شرایط اقتصادی فعلی کشور، روند توسعه متوقف خواهد شد، گفت: در مقطع فعلی اولویت توسعه ایران توسعه علمی و توسعه نیروی انسانی است. برخی کشورهای شرق آسیا که امروز به قطب های صنعتی بزرگی تبدیل شده اند پس از بیرون آمدن از زیر آوار جنگ، پیش از توجه به توسعه فیزیکی، توجه به توسعه علمی و آموزش و پرورش را سرلوحه کار خود قرار دادند. جهانگیری همچنین با اشاره به دوران قحطی در سال های قبل از شروع قرن جدید در ایران خاطرنشان کرد: در آن زمان مسئولین وقت کشور پس از رهایی از دوران قحطی اولین تصمیمی که اتخاذ کردند تاسیس و راه اندازی دارالمعلمین بود که این به معنای اهمیت توجه به توسعه علمی و نیروی انسانی است. معاون اول رئیس جمهور ادامه داد: اگر به دنبال ایجاد ارزش افزوده هستیم باید بدانیم که ارزش افزوده از آموزش و پرورش خلق ناشی می شود و لازمه تبدیل هوش و استعداد به ارزش افزوده این است که در وهله نخست استعدادها کشف و سپس پرورش یابند تا افرادی با قابلیت خلق ارزش افزوده تربیت شوند.

وی با اشاره به اینکه هم اکنون در عصر دانایی به سر می بریم و تغییر و تحولات به سرعت اتفاق می افتد، خاطرنشان کرد: آموزش و پرورش باید جهان متغیر امروز را بشناسد زیرا با مدرسه ثابت نمی توان همپای جهان در حال تغییر و تحول حرکت کرد و کودکان و نوجوانان ما باید به جای توصیه به سکوت و انفعال، به هوشیار سازی و انطباق با شرایط جدید دنیا توصیه شوند.

به گفته جهانگیری، آموزش و پرورش باید کانون آموزش گفت و گو، استدلال، منطق و دستیابی به ارزش های دینی و میارهای معنوی و اخلاقی باشد. معاون اول رئیس جمهور مشارکتجویی را یکی از پیش نیازهای اصلی توسعه برشمرد و گفت: آموزش و پرورش ما باید قادر باشد انسان هایی پرشگرم، متفکر، نقاد و مشارکتجو تحول جامعه دهد. البته آموزش و پرورش با تنگنانهایی نیز روبه رو است و دولت تلاش کرده است علی رغم آنکه ۴.۵ سال از شش سال فعالیت خود را تحت تحریم ها بوده است، با این وجود تلاش کرده است تخصیص سهم بودجه آموزش و پرورش نسبت به سایر دستگاه های اجرایی بالاتر باشد.

وی با اشاره به شرایط سخت زندگی و معیشتی معلمان تصریح کرد: معلمان نیازمند زندگی شرافتمندانه هستند تا ذهن و فکر آنها از سایر مسائل فارغ باشد و بتوانند بر موضوع آموزش و پرورش کودکان و نوجوانان کشور تمرکز کنند. جهانگیری اضافه کرد: امروز در همه نظرسنجی ها، معلمان کشور مهمترین و بالاترین گروه های مرجع جامعه هستند و مردم و جامعه به معلم به دیده حرمت و تاثیر گذاری نگاه می کنند که البته نظام و دولت نیز باید به همین نگرش برای بهبود وضعیت معلمان تلاش کنند.

معاون اول رئیس جمهور همچنین با تاکید بر اهمیت تجهیز مدارس کشور گفت: امروز دیگر می توان گفت که تقریباً مدارس کپری در کشور وجود ندارد و یا تعداد آنها بسیار اندک است. البته فاصله مدارس کپری کشور و مدارس در مناطق محروم با برخی از مدارس هوشمند که در کشور وجود دارند بسیار زیاد است که باید تلاش کنیم با تجهیز مدارس سراسر کشور به ابزار مدرن آموزشی این فاصله را به سرعت کاهش دهیم.

جهانگیری سپس از زحمات و تلاش بطحایی، وزیر سابق آموزش و پرورش قدردانی کرد و گفت: ایشان در طول دوره تصدی این وزارتخانه با تلاش و جدیت اقدامات خوبی را به انجام رساند.

معاون اول رئیس جمهور با تاکید بر اینکه هر نوع هزینه برای ارتقای آموزش و پرورش و توسعه تعلیم و تربیت، سرمایه گذاری محسوب می شود، گفت: مهمترین مسئولیت و مأموریت آموزش و پرورش، توسعه سرمایه انسانی و توسعه علمی کشور است که باید در این بخش به طور ویژه سرمایه گذاری صورت پذیرد. به گزارش پایگاه اطلاع رسانی دولت، اسحاق جهانگیری در مراسم تودیع و معارفه وزیر آموزش و پرورش، با تسلیت ایام سوگواری امام حسین (ع) به موضوع روز مبارزه با فساد اشاره کرد و گفت: بسیاری از صداها که امروز برای مبارزه با فساد بلند می شود گاهی برادری گم کردن اصل موضوع است که در آینده نزدیک به این موضوعات خواهیم پرداخت و درباره اینکه شفافیت چیست و چه باید کرد؟ دولت چه کرده و دیگران چه باید بکنند؟ مبارزه با فساد و مقصد چیست؟ سخن خواهیم گفت. جهانگیری سپس به جایگاه رفیع آموزش و پرورش و وجود اسناد متعدد بالادستی اشاره و تصریح کرد: هر سند مهمی که برای آموزش و پرورش نیاز بوده تدوین شده و اقدامات لازم در این خصوص انجام شده است.

معاون اول رئیس جمهور همچنین با اشاره به تاکید رهبر معظم انقلاب، رئیس جمهور و وزرای آموزش و پرورش طی سنوات گذشته بر اجرای اسناد بالادستی گفت: معمولاً برنامه های وزرای آموزش و پرورش برنامه هایی جامع است تا براساس آن بتوانند از تنگناها عبور کرده و در جهت چشم اندازهای نظام تعلیم و تربیت حرکت کنند. وی با اشاره به شرایط پیچیده و ویژه کشور افزود: پس از انتخابات ریاست جمهوری سال ۹۲، دولت تدبیر و امید اولوی های مهم پیش روی کشور را شناسایی کرد تا براساس این اولوی ها بتواند به حل و فصل مسائل کشور بپردازد. یکی از مهمترین اولوی ها حل مسائل بین المللی بود که در این زمینه توافقی جامع با شش کشور به انجام رسید اما با روی کار آمدن رئیس جمهور جدید آمریکا، این کشور در اردیبهشت سال ۹۷ از توافقی بروجام خارج شد. معاون اول رئیس جمهور با اشاره به اعلام صریح و بدون پرده پوшы آمریکا مبنی بر راهبرد فشار حداکثری علیه ایران گفت: آمریکا راهبرد فشار حداکثری علیه ایران را به عنوان دستور کار اصلی خود قرار داده و هدف نخست آنها فروپاشی نظام و در مرحله بعد فروپاشی ایران بود و اهداف حداقلی آنها نیز این بود که اقتصاد ایران با فروپاشی مواجه شود.

وی با تاکید بر اینکه آمریکا جنگ اقتصادی ظالمانه و نابرابری علیه ملت ایران آغاز کرده است، تصریح کرد: عده ای این موضوع را ساده می گیرند و تصور می کنند که در این جنگ نابرابر اقتصادی می توان با تصمیمات اقتصادی در برابر آمریکا مقابله کرد. در تصمیم گیری ها در شرایط جنگ، جنبه امنیتی مهمترین مسئله است تا بتوانیم با تصمیمات و سیاست گذاری های به موقع، سیاست طرف مقابل را به شکست بکشانیم. جهانگیری اضافه کرد: آمریکا روز به روز از اهداف خود در مقابل ایران مأیوس تر می شود آنها پس از آنکه نتوانستند فروپاشی نظام و فروپاشی اقتصادی ایران را محقق سازند، حالا می گویند که به دنبال تغییر نظام در ایران نیستند بلکه می خواهند از طریق این فشارها جمهوری اسلامی ایران را پای میز مذاکره بیاورند. در این راستا برخی کشورهای دوست و قدرت های بزرگ که باور نمی کردیم تسلیم فشارهای آمریکا شوند نیز در زمینه خرید نفت از ایران همراهی قابل قبولی انجام نداده اند و این مسائل باعث شد که فشار زیادی به منابع درآمدی کشور وارد شود چراکه پیش بینی شده یک سوم بودجه سال ۹۸ از طریق فروش نفت تامین شود و هرچه میزان فروش نفت کم شود با کمبود بودجه مواجه خواهیم شد.

معاون اول رئیس جمهور تصریح کرد: در برابر راهبرد فشار حداکثری آمریکا برای فروپاشی اقتصاد ایران، راهبرد اعلام شده از سوی مقام معظم رهبری مقاومت فعال برای به شکست کشاندن سیاست های آمریکا است که دولت نیز با تمام توان به دنبال اجرای منویات ایشان در این زمینه است.

جهانگیری با بیان اینکه امروز پس از گذشت یک سال از اعمال فشارهای جدید آمریکا، روند شاخص های اقتصادی رو به بهبود است البته اینکه چقدر این موضوع در



آنچه توانستیم لطف خدا بوده است

امکانات سامانه همراه بانک پاسارگاد:

- پشتیبانی از ساعت هوشمند سیستم عامل اندروید
- امکان ورود با اثر انگشت (حداقل نسخه اندروید ۶ باشد).
- امکان ورود با تشخیص چهره در گوشی های آیفون

خدمات سپرده شامل:

- مشاهده فهرست و جزئیات سپرده ها
- مشاهده صورت حساب سپرده ها به همراه نمودار گردش سپرده
- امکان یادداشت گذاری بر روی گردش سپرده
- انتقال وجه داخلی و بین بانکی (رایا و ساتنا)
- انتقال وجه مستمر (دوره ای) داخل بانکی و بین بانکی
- پرداخت قبض با سپرده

خدمات تسهیلات شامل:

- مشاهده فهرست و جزئیات تسهیلات
- مشاهده ریز اقساط تسهیلات
- پرداخت قسط

خدمات کارت شامل:

- دریافت موجودی کارت (کارت های بانک پاسارگاد)
- دریافت ده گردش آخر کارت
- پرداخت قبض همراه اول از طریق شماره موبایل
- انتقال وجه کارت به کارت (شتابنی)
- انتقال وجه کارت به سپرده (سپرده های بانک پاسارگاد)
- پرداخت قبض (با امکان اسکن بارکد)
- خرید شارژ تلفن همراه (همراه اول، ایرانسل، رایتل و تالیا)
- تغییر رمز اینترنتی (رمز دوم) کارت (کارت های بانک پاسارگاد)
- مسدود نمودن کارت



همراه بانک پاسارگاد

- پرداخت اقساط دیگران
- نمایش آخرین ورودهای کاربر
- افزودن یادآور چک
- غیرفعال سازی رمز دوم کارت
- فعال سازی و غیرفعال سازی رمز یکبار مصرف کارت (رمز پویا)
- دریافت رمز یکبار مصرف کارت (خدمات کارت)
- امکان تبدیل شماره شبا به شماره سپرده و بالعکس
- جستجو و مسیریابی شعبه های بانک
- امکان مشاهده و پیگیری لیست تراکنش ها
- دریافت قابل گردش سپرده

کمتر از ۱۰ روز تا مرتب‌سازی صف یارانه‌بگیران نقدی باقی مانده است

۴ چالش غربالگری یارانه‌بگیران



در این میان، اگرچه مرتب‌سازی صف یارانه‌بگیران و ساماندهی اوضاع مورد استقبال کارشناسان قرار گرفته است، اما نکات مهمی در پشبرد اهداف مدنظر وجود دارد که لازم است دولتمردان به ویژه وزیر تعاون، کار و رفاه اجتماعی تا پیش از آغاز فرآیند غربالگری به آن پاسخ مشخصی دهند. مساله اول مربوط به معیار دولت در تعیین سقف مصرف خانوارها است؛ شریعتمداری تنها به این نکته که نمی‌توان سقف درآمدی معینی را در نظر گرفت و میزان مصرف بالای خانوارها مدنظر است اکتفا کرده؛ در حالی که مهمترین مأموریت این وزارتخانه اطلاع‌رسانی دقیق به خانوارها و اعلام سقف مصرف است؛ متولیان این وزارتخانه باید اعلام کنند که سقف مدنظرشان برای قرار گرفتن خانوارها در صف «پرمصرف‌ها» چیست و سازوکار اجرای این تصمیم به چه صورتی است.

مساله دوم که بسیار ضروری به نظر می‌رسد، شفاف‌سازی درخصوص نوع مصرف خانوارها است؛ شریعتمداری در حالی تنها بر لفظ «مصرف بالا» تاکید کرده که مشخص نیست منظور دقیق او از مصرف بالا بر چه کالا و خدماتی صدق می‌کند؛ در واقع به صورت شفاف مشخص نیست که وزارت تعاون مصرف بالای حامل‌های انرژی و سوخت و یا اینکه خرید ماهانه و مواردی از این‌قسم را مدنظر قرار دارد. البته با توجه به کامل و جامع نبودن بانک‌های اطلاعاتی از میزان درآمد و مصرف خانوار، به احتمال زیاد مدنظر شریعتمداری از مصرف بالا مربوط به حوزه حامل‌های انرژی و سوخت می‌شود.

مساله سوم، عدم اعلام سامانه و یا شماره تلفن مختص برای شکایت خانوارها است، چراکه مطابق با آنچه که طی سال‌های گذشته شاهد بودیم همواره سودجویانی بودند که با سوءاستفاده از شرایط موجود و واهمه مردم از قطع یارانه نقدی‌شان، با اعلام سایت‌ها و شماره‌های تقلبی اقدام به کلاهبرداری از اطلاعات خانوارها کرده‌اند. اگرچه شاید دولت برنامه‌ای برای این موضوع داشته باشد اما با توجه به اینکه کمتر از ۱۰ روز تا آغاز مهر ماه باقی مانده ضروری است که دولت هرچه سریع‌تر سیاست‌های خود را در این زمینه اعلام کند.

مساله چهارم، عدم اطلاع‌رسانی به موقع دولت درخصوص زمان اجرای مصوبه مذکور است؛ اینکه دولت باید از حداقل چهار ماه پیش به صورت عمومی و شفاف اعلام می‌کرد که در پی غربالگری یارانه‌بگیران از همراه است امری غیرقابل‌انکار است. عدم شفاف‌سازی دولت از جزئیات تصمیمات خود که تاثیر مستقیم بر زندگی مردم دارد با هیچ ادله‌ای توجیه نمی‌شود.

به هر حال، حرکت دولت در مسیر ساماندهی یارانه‌بگیران امری مطلوب برای اقتصاد کشور محسوب می‌شود، اما لازم است دولتمردان برای به ثمر نشستن اهداف‌شان، اطلاع‌رسانی دقیق، به‌موقع و شفافی از سیاست‌های خود داشته باشند.

آیین‌نامه تبصره یک ماده ۷ قانون کار به کجا رسید؟

تعیین سقف قراردادهای کارگران، شاید وقتی دیگر

راماندازی این سامانه تا حد زیادی از انعقاد قراردادهای سفید و کوتاه مدت جلوگیری و کارفرمایان متخلف را شناسایی می‌کند. امیدواریم از طریق این سامانه و ثبت یک نسخه از قراردادهای کارگران بتوانیم مضل قراردادهای موقت را که سال‌ها است به دغدغه بزرگی برای جامعه کارگری تبدیل شده برطرف کنیم.

گفتنی است سامانه جامع روابط کار از چند زیرمجموعه شامل ثبت دادخواست‌ها، بررسی مشاغل سخت و زیان‌آور، حفاظت فنی و ایمنی، آموزش ایمنی نیروهای کار، بیمه بیکاری، بازرسی کار، ثبت و تایید و پیگیری قراردادهای کار، بیمه کارگران ساختمانی و طبقه‌بندی مشاغل تشکیل شده است. با رونمایی از سامانه، امکان ثبت هرگونه شکایت و طرح دادخواست توسط کارگران بدون مراجعه حضوری به مراجع حل اختلاف امکان‌پذیر و تمام کارفرمایان موظف به ثبت قراردادهای کار با کارگران خود از طریق این سامانه خواهند بود.

از چکش کاری در هیات وزیران به عنوان یک لایحه به مجلس ارسال و تصویب شود و بعد از آنکه قانون مورد اصلاح قرار گرفت، تدوین آیین‌نامه از طریق وزیر کار صورت گرفته و مجسد به دولت برگرد تا بعد از طی مراحل نهایی برای اجرا به وزارت کار ابلاغ شود.

عضو کانون عالی شوراهای اسلامی کار خاطر نشان کرد: از زمانی که مصوبه به هیات دولت رفته در کمیسیون اقتصادی مانده و نمی‌دانیم آیا به مجلس رفته است یا نه؟ انتظار جامعه کارگری این است که هرچه سریع‌تر تکلیف این آیین‌نامه مشخص شود. این آیین‌نامه به شکل گشاینه در شورای عالی کار بررسی و تدوین شد و از طریق وزیر کار به هیات دولت رفت ولی متأسفانه در میانه راه مانده و از وزیر کار می‌خواهیم که پیگیری مصوبه را در دستور کار قرار دهد.

اصلاحی با بیان اینکه قراردادهای یک ماهه و دو ماهه امنیت شغلی کارگران را زیر سوال برده است، درباره سامانه جامع روابط کار گفت:

عضو کانون عالی شوراهای اسلامی کار، پیگیری آیین‌نامه تبصره یک ماده ۷ قانون کار که به موضوع سقف قراردادهای کار می‌پردازد را از وزیر کار خواستار شد.

علی اصلائی در گفت وگو با ایسنا، با انتقاد از بلاتکلیفی آیین‌نامه تبصره یک ماده ۷ قانون کار، گفت: یکی از دغدغه‌های اصلی کارگران بعد از موضوع معیشت، بحث قراردادهای کار است که آینده و امنیت شغلی آنها را تضمین می‌کند، ولی متأسفانه درصد بالایی قراردادهای کارگران درخصوص کارهایی موقتی است که ماهیت دائم و مستمر دارند. او با بیان اینکه آیین‌نامه اجرایی تبصره یک ماده ۷ قانون کار، نوع و سقف قراردادهای موقت را مشخص می‌کند، افزود: برای تصویب این آیین‌نامه چندین جلسه در شورای عالی کار برگزار شد و پس از آن به هیات دولت رفت. قرار بود آیین‌نامه به هیات وزیران ارسال و از آنجا برای تبدیل شدن به قانون راهی مجلس شود. پیشنهاد این بود که پس

یادداشت

لایحه قانون تجارت را شتاب‌زده بررسی نکنیم

قانون تجارت ایران مهم‌ترین مجموعه مدون از قوانین مربوط به امور بازرگانی است که اساس حقوق تجارت کشور را تشکیل می‌دهد. این قانون برمبنای قانون تجارت ۱۸۰۷ فرانسه و در سیزدهم اردیبهشت ماه سال ۱۳۱۱ در ۶۰۰ ماده تصویب شده است و به‌جز در مورد شرکت‌های سهامی و برخی مقررات مربوط به دلالی و ورشکستگی بقیه مقررات این قانون به قوت خود باقی است.

مدتی است فرآیند تصویب لایحه اصلاح قانون تجارت در مجلس شورای اسلامی در جریان است و موادی از این قانون به تصویب رسیده است. یکی از موادی که به تازگی به تصویب رسید ماده (۵) این قانون است که باید پیامدهای حقوقی آن را به دقت بررسی کرد. اما ماده (۵) اصلاحیه قانون تجارت چه می‌گوید؟ براساس این ماده «تعقاد قرارداد، ابراز اراده یا هر عمل دیگر مرتبط با قرارداد و اثبات آنها نیازمند هیچ تشریفات خاصی نیست و این امور به هر وسیله از جمله شهادت شهود قابل اثبات است.» زمانی که از عبارت «نیازمند هیچ تشریفات خاصی نیست» استفاده می‌شود، یعنی حذف نظارت حاکمیت بر قراردادهای تجاری و غیرتجاری و پیامد آن علاوه بر از بین بردن امکان شفافیت و نظارت‌پذیری در قراردادها، بی‌اعتباری بسیاری از مواد مهم قانون تجارت و قانون ثبت است که روابط حقوقی بین اشخاص مشخص می‌کند.

برای مثال ماده ۴۰ لایحه قانونی اصلاح قسمتی از قانون تجارت مصوب ۱۳۴۷ مقرر می‌کند: «انتقال سهام با نام باید در دفتر ثبت سهام شرکت به ثبت برسد و انتقال‌دهنده یا وکیل یا نماینده قانونی او باید انتقال را در دفتر مزبور امضا کند ... هر انتقالی که بدون رعایت شرایط فوق به عمل آید از نظر شرکت و اشخاص ثالث فاقد اعتبار است.»

ایبن ماده و مواد متعددی از قانون تجارت که حکمی مشابه این ماده دارند همگی در قسمتی که قرارداد عادی اشخاص را در برابر اشخاص ثالث غیرقابل استناد می‌داند تخصیص خورده و ماهیتا باطل می‌شوند. وجود عبارت «به هر وسیله از جمله شهادت شهود قابل اثبات است» می‌تواند زمینه کلاهبرداری را در کشور تسهیل کند چراکه شهادت برای اثبات دعاوی مفسده‌انگیز است. پیامد اصلی این نوع قاعده‌گذاری‌ها، رونق شهادت‌فروشی در محاکم خواهد بود. پیش‌بینی پذیری اجرای قراردادها کاهش پیدا می‌کند و ریسک تعاملات اقتصادی بیشتر می‌شود. تزلزل حقوق مالکیت در کشور به معنای نابودی اقتصاد کشور است.

بهرتر است به جای شتاب‌زدگی و تصویب یک قانون پر از اشکال که می‌تواند زمینه بروز مشکلات متعدد اقتصادی برای کشور فراهم کند، با توجه به اهمیت زایدالوصف موضوع، تصویب قانون را متوقف کرده و آن را به کمیسیون‌های تخصصی مربوطه برگردانند. این قانون به دلیل اهمیت و تخصصی بودن مواد آن، باید به دور از هر نوع شتاب‌زدگی و با دریافت نظرات کارشناسان اقتصادی از جمله اتاق بازرگانی بررسی شود. نکته مهم دیگر اینکه لایحه تجارت باید متناسب با نیازهای روز کشور بازبینی شود.

لایحه جدید تجارت با بدیهیات اقتصادی در تضاد است

ارزیابی شتاب‌زده

نمایندگان مجلس در حال بررسی و تصویب لایحه‌ای مهم به نام «لایحه تجارت» هستند که به عنوان یک قانون مادر در اقتصاد شناخته شده است. در صورت تصویب این لایحه که بسیاری از مواد قانون قبلی آن تغییر داده شده باید مدنظر تغییراتی اساسی در مسائل حقوقی مربوط به مبادلات و سازوکارهای اقتصادی از جمله قوانین کار و قراردادها باشیم. درواقع، قانون تجارت شامل بیش از ۱۳۰۰ ماده قانونی می‌شود که تغییر در هر کدام از آنها می‌تواند قاعده بنیادلات اقتصادی را از اساس تغییر دهد. نگرانی عمده در تصویب مواد لایحه جدید، سرعت آن است؛ به طوری که در کمتر از چند روز بیش از ۳۰۰ ماده قانونی مورد تصویب قرار گرفته است.

در این باره یک اقتصاددان معتقد است که این تغییرات می‌تواند تبعات بنیادبرافکنی برای نظام اقتصادی کشور داشته باشد، چراکه لایحه جدید تجارت با مبانی و بدیهیات علم اقتصاد در تضاد است.

علی مری، عضو هیات علمی دانشگاه علامه طباطبائی در گفت‌وگو با ایسنا، با اشاره به تصویب بیش از ۳۰۰ ماده از لایحه تجارت گفت: سرعت تصویب این ۳۰۰ ماده به قدری بالا بوده که فقط ظرف چند روز مورد تصویب نمایندگان قرار گرفته است، با این حال کسی نمی‌تواند به روال قانونی تصویب این مواد ایراد بگیرد؛ چراکه روند شکلی و قانونی آن رعایت شده است.

این اقتصاددان با بیان اینکه اغلب فعالان اقتصادی از تصویب فوری این لایحه متعجب هستند، ادامه داد: به قدری مواد تصویب شده لایحه جدید تجارت با مبانی و بدیهیات علم اقتصاد در تضاد است که توسط اقتصاددانان قابل هضم نیست چراکه تبعات بنیادبرافکنی در نظام اقتصادی کشور خواهد داشت.

او با بیان اینکه در فرآیند نگارش و اصلاح لایحه تجارت هیچ کدام از اقتصاددانان معتبر مشارکت نداشته‌اند، گفت: نه‌تنها متن تصویب شده از یافته‌های روز دنیا در حوزه طراحی قراردادها و سازوکارهای اقتصادی بی‌بهره است، بلکه برخی از اصول بدیهی علم اقتصاد نیز در آن رعایت نشده است.

مروی قانون تجارت را مهم‌ترین قانون در حوزه تجارت ارزیابی کرد و گفت: سایر قوانین مادر مانند قوانین مالیاتی یا قوانین پولی و بانکی همگی متأثر از قانون تجارت هستند و نحوه تصویب آن بسیار مهم است. نزدیک به هشت دهه است که قانون فعلی تجارت مورد استفاده قرار گرفته و بسیاری از سازوکارهای اجرایی نهادهای رسمی نیز بر این اساس شکل گرفته است و تغییر این قانون به صورت یک شبه اصلا امکان‌پذیر نیست. حقوقی و قضایی نیز که به قانون قبلی عادت کرده‌اند را هم تحت تاثیر قرار خواهد داد. این اقتصاددان، فرار سرمایه‌ها به دلیل ایجاد فضای نااطمینانی ناشی از تصویب لایحه جدید تجارت را دور از ذهن ندانست و گفت: بخش عمده‌ای از ذی‌نفعان شامل نمایندگان اتاق بازرگانی و اقتصاددان‌ها در تدوین لایحه تجارت حضور نداشته‌اند که این می‌تواند برای اقتصاد کشور خطر آفرین باشد.

انرژی

با حضور وزیر نفت

قرارداد ۴۴۰ میلیون دلاری توسعه میدان گازی «بلال» امضا شد

قرارداد توسعه میدان گازی «بلال» بین شرکت نفت و گاز پارس به عنوان کارفرما و شرکت پتروپارس به عنوان پیمانکار عمومی به منظور تولید روزانه ۵۰۰ میلیون فوت مکعب گاز ترش و ۱۵ هزار بشکه میعانات گازی در سقف هزینه سرمایه‌ای ۴۴۰ میلیون دلار امضا شد.

به گزارش شانا، میدان نفتی بلال به دلیل دارا بودن لایه‌های گازی، قابلیت استحصال گاز را علاوه بر نفت دارد. این میدان نفتی در استان هرمزگان و در منطقه لاوان قرار دارد و در محدوده خلیج فارس مستقر است. همچنین میدان نفتی بالل در نزدیکی آب‌های قطر واقع شده و شامل دو مخزن شناخته شده «عرب» و «خاتیا» است.

طرح توسعه میدان نفتی بلال که به صورت بیع متقابل با شرکت‌های خارجی بسته شده بود، از سال ۱۳۷۸ شروع و در دی ماه سال ۱۳۸۱ به بهره‌برداری رسید. پس از عملیات اجرایی طرح توسعه این میدان نفتی، بهره‌برداری از این میدان با تولید روزانه ۲۰ هزار بشکه نفت شروع شد. نفت برداشت شده از این میدان با استفاده از یک خط لوله ۱۴ اینچ به طول ۱۰۰ کیلومتر به جزیره لاوان فرستاده می‌شود تا پس از مخلوط شدن با نفت میدان سلمان و فرآورش آن آماده صادرات شود. همچنین قرارداد طرح توسعه میدان بلال در سال ۱۳۷۸ در قالب بیع متقابل میان شرکت ملی نفت ایران و یک شرکت بین‌المللی منعقد شده بود.

مطابق این قرارداد، پیمانکار موظف است حفاری هشت حلقه چاه، احداث و نصب یک جکت سرچاهی چهارپایه، ساخت و نصب یک عرشه با ظرفیت تولید روزانه ۵۰۰ میلیون فوت‌مکعب گاز غنی و احداث یک رشته خط لوله زیردریایی به طول تقریبی ۲۰ کیلومتر را انجام دهد.

همچنین شرکت پتروپارس مسئولیت راهبری، مدیریت و یکپارچه‌سازی قرارداد، انجام مطالعات مخزنی، طراحی حفاری و تهیه اسناد مناقصات فرعی را برعهده خواهد داشت که با هدف استفاده حداکثری از ظرفیت‌ها و توانمندی شرکت‌های داخلی در اجرای پروژه‌های مشابه، نسبت به برگزاری مناقصات فرعی با رعایت آیین‌نامه معاملات شرکت ملی نفت ایران و تحت نظارت و تأیید کامل کارفرما اقدام خواهد کرد.

با اجرای کامل این طرح، افزون بر افزایش ظرفیت تولید گاز کشور، زمینه‌های اشتغال گسترده به‌ویژه در استان هرمزگان ایجاد می‌شود و بازار کار مناسبی برای پیمانکاران و سازندگان تجهیزات داخلی به وجود خواهد آمد. این طرح به تأیید شورای اقتصاد رسیده و از محل سرمایه صندوق توسعه ملی تأمین شود.

زنگنه در مراسم امضای قرارداد توسعه میدان گازی «بلال»:

صنعت نفت ایران متوقف‌شدنی نیست

وزیر نفت گفت صنعت نفت ایران متوقف‌شدنی نیست و قدرت و خلاقیت خودمان را به کار خواهیم گرفت تا با روش‌های جدید راه خود را پیدا کنیم.

به گزارش ایرنا، بیژن زنگنه دیروز در مراسم امضای قرارداد توسعه میدان گازی بلال با تسکیر از همه پیمانکارانی که در پارس جنوبی فعالیت کرده‌اند، افزود: همه سکوهای این میدان تا پایان سال نصب می‌شود و به جز پالایشگاه فاز ۱۴ همه پالایشگاه‌ها به بهره‌برداری خواهد رسید. او با تشریح جزئیات قراردادی که به امضا رسید، اضافه کرد: در این قرارداد، بخش شرقی پارس جنوبی توسعه پیدا می‌کند.

وزیر نفت با بیان اینکه پتروپارس در همه قراردادهای خود رعایت زمان و قیمت را کرده، ادامه داد: این قرارداد، نوع جدیدی از قرارداد است که قیمت نهایی نیست و مانند قراردادهای باز به مناصفه رفته و قیمت استخراج می‌شود.

وی با اشاره به اینکه تأمین مالی از صندوق توسعه ملی انجام خواهد شد، گفت: قرارداد توسعه میدان بلال ۳۴ ماهه و به ارزش ۴۴۰ میلیون دلار خواهد بود.

زنگنه تأکید کرد: من تعهد کرده بودم تا پایان دولت دوازدهم، تکلیف همه میادین مشترک روشن خواهد شد.

وی افزود: پس از این میدان، فرزاز بی و فاز ۱۱ پارس جنوبی فعال خواهد شد. همچنین میادین غرب کارون، آبان و پایدار غرب و سایر میادین مشترک نیز تعیین تکلیف خواهند شد.

زنگنه با بیان اینکه در این دولت کار توسعه پارس جنوبی به جز فاز ۱۱ به پایان می‌رسد، گفت: در تالاشیم بخش اول فاز ۱۱ تا نیمه سال ۱۴۰۰ بهره‌برداری برسد. از این پس هر دو هفته یک قرارداد افتتاح خواهیم داشت.

وی با بیان اینکه تحریم‌ها صنعت نفت را متوقف نکرده است، ادامه داد: اگر صنعت نفت حرکت کند، پیمانکاران و سازندگان ایرانی فعال می‌شوند.

وی با اشاره به اینکه در پارس جنوبی و غرب کارون در تولید روزانه از همسایگان عقب نیستیم، افزود: عملکرد وزارت نفت نشان‌دهنده اقتصاد مقاومتی است و در سال رونق تولید تلاش کرده‌ایم تا پیمانکاران فعال‌تر از گذشته عمل کنند.

به گفته وزیر نفت، اکنون ۹۴درصد جمعیت کشور تحت پوشش گاز است و در پالایش نیز به توفیقاتی رسیده‌ایم.

وی با اشاره به اینکه در صادرات نفت نشان دادیم آمریکا نمی‌تواند صادرات را صفر کند، گفت: در موضوع صادرات اقدامات خود را بیان نمی‌کنیم زیرا باعث می‌شود دشمن هوشیارتر عمل کند.

زنگنه همچنین به برگزاری نمایشگاه ایران پلاست در هفته آینده اشاره کرد و افزود: در اواخر جهش دوم تولید پتروشیمی هستیم که تولید را به بالای ۱۰۰ (میلیون تن می‌رساند و تولید پتروشیمی در جهش سوم به بالای ۱۴۰ میلیون تن خواهد رسید.

به گفته زنگنه، در ایران پلاست خواهیم گفت که چقدر برای دوری از خام‌فروشی تلاش کردیم و چه برنامه‌هایی برای آینده داریم. هر قدر تعامل با دنیا بیشتر شود این برنامه‌ها سریع‌تر انجام خواهد شد. وزیر نفت با اشاره به اینکه البته اکنون نیز صنعت نفت متوقف نشده است، ادامه داد: طرح‌هایی که اجرا می‌شود ابتکاری است و با سرعت خوب جلو می‌رود.

وی با بیان اینکه یکی از اهداف قرارداد با توتال جلوگیری از افت فشار با استفاده از سکوهای تقویت فشار بود، افزود: اکنون که تحریم‌ها اجازه انتقال تکنولوژی را نمی‌دهد می‌خواهم تا طراحی سکوها آغاز شود زیرا در گذشته هم گفته‌ام که پارس جنوبی را دلار نساخت بلکه عشق مدیران و کارکنان ساخت.

www.forsatnet.ir

آیا با ۳۰۰ میلیون تومان می‌توان در تهران خانه خرید؟

بورس آپارتمان‌های ارزان قیمت پایتخت



تهرانپارس، در طبقه چهارم، بدون آسانسور، دارای پارکینگ و انباری به مبلغ ۴۹۵ میلیون تومان فروخته می‌شود. در نارمک، منطقه باختر، آپارتمان ۴۴ متری ۴ سال ساخت در طبقه چهارم، بدون آسانسور، دارای پارکینگ و انباری ۴۸۰ میلیون تومان آگهی شده است. آپارتمان ۴۲ متری نوساز در پاسدار گنمان محدوده آهنگ دارای آسانسور و بالکن به مبلغ ۴۱۰ میلیون تومان به فروش می‌رسد.

قیمت مسکن در ۱۶ منطقه تهران پایین‌تر از میانگین کل

مطابق گزارش بانک مرکزی در مردادماه ۱۳۹۸ میانگین قیمت هر متر مربع مسکن شهر تهران ۱۳ میلیون و ۳۰ هزار تومان است اما ۱۶ منطقه تهران که در مجموع ۵۸درصد کل معاملات را به خود اختصاص داده‌اند قیمت‌ها پایین‌تر از متوسط پایتخت بوده است، محدوده زیرقیمت میانگین شامل مناطق ۴، ۹، ۷، ۲۲ تا ۹۷۹ و ۱۳ هزار تومان به ثبت رسیده و بالاترین متوسط قیمت از آن منطقه با ۱۳ میلیون و ۲۲ هزار تومان بوده است.

بیشترین تقاضا برای خانه‌های ۵۰ تا ۶۰ متر

خانه‌های ۵۰ تا ۶۰ متر مربع بیشترین تقاضا را در تهران دارد. رتبه‌های بعدی به ترتیب از آن واحدهای ۶۰ تا ۷۰ متر، ۷۰ تا ۸۰ متر و ۴۰ تا ۵۰ متر است. خانه‌های کمتر از ۴۰متر نیز با وجود محدودیت قوانین و مقررات برای احداث آنها ۳۸درصد نیاز بازار را شامل می‌شود. انحراف برداشت از عدم تناسب قیمت هر متر مربع خانه‌های کوچک با بزرگ‌مترازها و همچنین انتظار از خانه آرمانی باعث شده تا سیاست‌گذاران شهری در قوانین خود مانع از تولید آپارتمان‌های کمتر از ۴۰ متر مربع شوند. معمولاً قیمت هر متر مربع مسکن کوچک متراژ، بیشتر از قیمت واحدهای بزرگ است. علت این موضوع به فشار تقاضا در شرایط کمبود عرضه مربوط می‌شود. از سوی دیگر بالا نگه داشتن سطح کیفی انتظارات به مقاومت در برابر یک واقعیت منجر شده است. بعد خانوار در کلانشهرها کاهش یافته و به ۳٫۳ رسیده است؛ کارشناسان معتقدند باید این واقعیت پذیرفته شود.

چرا قیمت کالاهای همپای نرخ دلار کاهش نیافت؟

مصائب دلار ۱۱ هزار تومانی

یکی از متهمان ردیف اول گرانی‌های اخیر است و نقش محکران، دلالت و کسانی که قوانین نادرستی را در این حین به اجرا رساندند، کمتر از دلار نیست.

در این آتشی که بر پا شده هرچند دلار اولین جرقه را زد اما بعد از آن نبود یا کمبود بسترهای لازم برای محافظت از بازارها، نفت بر آتش بود، یکی از اقدامات دولت برای کاهش تقاضای ارز در بازار اعمال برخی از ممنوعیت‌های وارداتی بود فارغ از اینکه این اقدام توانست قدرت عرضه دولت در بازار ارز را افزایش دهد اما بازار را با کمبود برخی از کالاهای مواجه ساخت.

عده‌ای هم از این آب گل‌آلود ماهی خود را گرفتند و دست به احتکار برخی از کالاهای زنده، بنابراین هرچند قیمت ارز روند نزولی را طی می‌کرد اما مازاد تقاضا به دلیل کمبود عرضه باعث شد تا همچنان روند افزایش قیمت برخی از اقلام صعودی بماند که این همان کنشش قیمت در بازار است، بنابراین اساسا ممنوعیت‌های وارداتی خود عامل اثرگذار در تعیین قیمت‌ها است. البته کارشناسان اقتصادی در این باره با احتیاط اظهارنظر می‌کنند چراکه باز شدن درهای گمرکی به روی انواع تقاضای وارداتی خود عامل افزایش مصرف ارز و در نهایت محدودیت عرضه می‌شود.

از سوی دیگر براساس تصمیمات دولت ۲۵ قلم کالای اساسی شامل دریافت‌ارز ۲۲۰۰تومانی شدند و از ابتدای تحولات اقتصادی اخیر هم ارز دولتی دریافت کردند، بنابراین حالا که قیمت ارز رو به ثبات و کاهش است نمی‌توان انتظار داشت قیمت این کالاهای کاهش یابد چراکه اساسا این کالاهای با ارز ارزان وارد بازار شده‌اند البته بگذریم از آنکه به دلیل نبود نظارت کافی برخی از این اقلام با ارز ارزان وارد کشور شدند اما با نرخ ارز آزاد سر از بازار درآوردند.

موضوع دیگر که مانع از ریزش قیمت‌ها می‌شود، بحث چسبندگی قیمت

شرایط کنونی بازار مسکن نشان می‌دهد رکود تورمی که از آذرماه ۱۳۹۶ آغاز و تا تیرماه ۱۳۹۸ ادامه داشته، جای خود را به رکود غیرتورمی داده است. در همین حال، در شرایطی که پس از نوسانات ۲۰ ماهه، بازار مسکن از مردادماه امسال در مسیر کاهش قیمت قرار گرفته هم‌اکنون می‌توان در مناطق جنوبی تهران با نقدینگی حدود ۳۰۰ میلیون تومان صاحب خانه شد.

به گزارش ایسنا، در ۱۵ منطقه از مناطق بیست‌ودوگانه پایتخت، قیمت‌ها پایین‌تر از متوسط شهر (متری ۱۳ میلیون و ۳۰ هزار تومان) است. بررسی‌ها نشان می‌دهد هم‌اکنون با بودجه‌های کمتر از ۳۰۰ میلیون تومان می‌توان در مناطق ۱۷ تا ۲۰ آپارتمان خریداری کرد. در سایر مناطق جنوبی نیز امکان خرید خانه با نقدینگی ۳۰۰ تا ۴۰۰ میلیون تومان وجود دارد. هرچند تعداد فایل‌های زیر قیمت در این مناطق به شدت محدود است و با توجه به فشار تقاضا، آپارتمان‌ها پس از عرضه در بازار، معمولاً خیلی زود فروخته می‌شوند.

با ۲۷۰ میلیون هم می‌توان خانه خرید

در محله بریانک، واحد ۴۲ متری ۲۰ سال ساخت بازسازی شده در طبقه چهارم، بدون آسانسور و پارکینگ به مبلغ ۲۷۰ میلیون تومان به فروش می‌رسد. در شهرک ولیعصر (عج) یک آپارتمان ۶۰ متری ۱۶ سال ساخت در طبقه چهارم بدون آسانسور و پارکینگ به مبلغ ۳۰۰ میلیون تومان، البته با تخفیف به مشتری واقعی قیمت‌گذاری شده است. در بریانک یک واحد ۴۵ متری ۱۳ ساله بازسازی شده در طبقه سوم بدون آسانسور و پارکینگ با قیمت ۳۰۵ میلیون تومان به فروش می‌رسد. در علی‌آباد جنوبی یک آپارتمان ۷۳ متری ۲۰ سال ساخت ۲۶۰ میلیون تومان قیمت‌گذاری شده است. در محله خانی‌آباد یک آپارتمان ۴۳ متری ۱۶ سال ساخت بازسازی شده در طبقه اول به مبلغ ۲۵۷ میلیون تومان برای فروش، آگهی شده است.

محدوده قیمت در مناطق میانی ۳۰۰ تا ۶۰۰ میلیون تومان

کمی که بودجه خود را افزایش دهید می‌توانید در مناطق مرکزی شهر تهران صاحب خانه شوید. یک آپارتمان ۵۸ متری ۱۹ ساله در

سال گذشته بود که دلالت چهارراه استانبول در حالی که مهار نرخ ارز از دست مسئولان در رفته بود، انتظار دلار ۳۰ هزار تومانی را می‌کشیدند. حالا یک سال گذشته و امروز دلار در کانال ۱۱ هزار تومان است و وزیر اقتصاد می‌گوید اگر روند چند ماه گذشته در بخش اقتصاد و سیاست ادامه پیدا کند، ریزش نرخ دلار هم ادامه‌دار خواهد بود.

به گزارش ایرنا، هرچند یکی از مهمترین عوامل اثرگذار در کاهش یا افزایش نرخ ارز، شرایط سیاسی کشور است، اما بازارگردانی صحیح بانک مرکزی، کنترل تقاضا در بازار، ممنوعیت‌های وارداتی و الزام به بازگشت ارز صادراتی از جمله سیاست‌های موثر دولت برای کنترل نرخ ارز در بازار بوده است.

اگرچه در شرایط تنش ارزی با تغییر لحظه‌ای قیمت‌ها مواجه بوده‌ایم، اما می‌توان گفت اکنون در بازار به ثبات نسبی در قیمت‌گذاری‌ها رسیده‌ایم. حال سؤال برترکار این روزهای مردم این است که چرا با کاهش قیمت دلار قیمت انواع کالا متناسب با آن و همپای آن کاهش نیافت؟

موضوع مهم این است که اقتصاد کشورمان در برابر دلار بسیار واکنش‌پذیر است و تغییر آنی نرخ دلار تاثیر آتی و بلندمدت روی قیمت انواع کالا می‌گذارد به این معنا که رشد قیمت دلار اثر آتی در افزایش قیمت انواع کالا و اقلام اساسی و غیراساسی می‌گذارد، اما ریزش قیمت آن نمی‌تواند در کوتاه‌مدت باعث کاهش قیمت در بازارها شود. همچنین به غیر از نوسانات نرخ ارز، مباحثی مانند کنشش قیمت، چسبندگی قیمت، اثر تحریم و احتکار و از همه مهم‌تر انتظارات تورمی در تعیین قیمت‌ها بسیار مؤثرند.

دلار تنها عامل گرانی نیست

افکار عمومی امروز انتظار کاهش قیمت‌ها به دلیل کاهش قیمت دلار را دارد چرا که هیچ مقام مسئولی این موضوع را متذکر نشد که دلار تنها

بانک نامه

مهلت ارسال آثار به جشنواره فیلم ۱۸۰ ثانیه‌ای بانک پاسارگاد به پایان رسید

نمونه موفق مسئولیت اجتماعی

ایمان ولی‌پور
ایمیل: IvanKaramazof@yahoo.com

شمارش معکوس برای برگزاری سومین جشنواره فیلم ۱۸۰ ثانیه‌ای بانک پاسارگاد آغاز شده است و در حال حاضر، مهلت ارسال فیلم و ایده به دبیرخانه جشنواره به پایان رسیده و آثار رسانی در مرحله انتخاب برای ورود به بخش داوری به سر می‌برند. این سومین دوره‌ای است که جشنواره فیلم ۱۸۰ ثانیه‌ای پاسارگاد به همت این بانک برگزار می‌شود و این امر، نشان از رسالت فرهنگی و ایفای مسئولیت‌های اجتماعی دارد؛ کمالینکه بانک پاسارگاد تنها بانکی است که در سال‌های اخیر، گزارش مسئولیت‌های اجتماعی خود را به صورت مستمر در قالب کتاب منتشر کرده است. همچنین حمایت از فیلم «جدایی نادر از سیمین» به‌عنوان تنها فیلم ایرانی برنده جایزه اسکار، نمونه‌ای دیگر از بحث مسئولیت اجتماعی در نزد مدیران بانک پاسارگاد است.

ابتدای امسال بود که دبیرخانه جشنواره فیلم ۱۸۰ ثانیه‌ای بانک پاسارگاد، با هدف شناسایی استعدادها در میان علاقه‌مندان و همچنین جلب افکار عمومی به موضوعات و محورهای تعیین‌شده طی فراخوانی از کلیه مخاطبان دعوت کرد با ارسال آثار در سومین دوره از جشنواره شرکت کنند. پیش از این، دو دوره از جشنواره فیلم ۱۸۰ ثانیه‌ای بانک پاسارگاد در سال‌های قبل برگزار شده و با استقبال خوب علاقه‌مندان و دوستداران هنر، به گنجینه تصویری فرهنگ و هنر ایران افزوده بود. حاصل این دو جشنواره، علاوه بر کشف استعدادهای نهفته جوانان، مجموعه‌ای فاخر از فیلم‌های کوتاهی است که دغدغه‌های روز جامعه ایران را به زیبایی به تصویر کشیده است.

نگاهی به دو دوره پیشین جشنواره نشان می‌دهد که در هر دوره از برگزاری جشنواره فیلم ۱۸۰ ثانیه‌ای بانک پاسارگاد، محوری به محورهای جشنواره اضافه شده و در واقع، جشنواره در هر دوره از برگزاری خود تکامل یافته است؛ چنانچه در دومین دوره جشنواره، محور «هدای عضو» به موضوعات جشنواره اضافه شد و حال در سومین دوره جشنواره فیلم ۱۸۰ ثانیه‌ای بانک پاسارگاد، «همبستگی ملی در مواجهه با بلایای طبیعی» در وترین موضوعی این جشنواره گنجانده شده است. بر این اساس، سومین جشنواره فیلم ۱۸۰ ثانیه‌ای بانک پاسارگاد در دو محور «مسئولیت‌های اجتماعی» در زمینه‌های تکريم خانواده، حفظ محیط‌زیست، اهدای عضو و همبستگی ملی در مواجهه با بلایای طبیعی و همچنین «حمایت از تولید ملی در بستر اقتصاد مقاومتی» در آینده‌ای نزدیک برگزار می‌شود. در این جشنواره همچنین یک بخش جنبی با محوریت ایده‌هایی که در هر بخش به هر دلیل امکان ساخت نیافته‌اند، در نظر گرفته شده است.

با توجه به سیاست‌های بانک پاسارگاد در ایفای مسئولیت‌های اجتماعی و با وجود اختصاص بودجه تبلیغاتی و اطلاع‌رسانی به امر مشارکت در ساخت مدارس در مناطق سیل‌زده، استقبال بسیار خوبی از جشنواره فیلم ۱۸۰ ثانیه‌ای بانک پاسارگاد به عمل آمده و براساس آنچه دبیرخانه جشنواره اعلام کرده، در مجموع ۶۵۰ فیلم و ۲۷۰ ایده به سومین جشنواره فیلم ۱۸۰ ثانیه‌ای بانک پاسارگاد ارسال شده است. این آثار هم‌اکنون در مرحله انتخاب برای ورود به بخش داوری قرار دارند و در گام بعدی توسط هیأت داوران، بررسی و برگزیدگان سپس معرفی خواهند شد.

گفتنی است هنرمندانی که در هر دو بخش فیلم و ایده، آثار خود را به جشنواره فیلم ۱۸۰ ثانیه‌ای بانک پاسارگاد ارسال کرده‌اند باید ضمن مراجعه به سایت جشنواره به نشانی www.pasargadfilmfest.ir نسبت به تکمیل فرم ثبت‌نام اقدام کنند. اخبار مربوط به این جشنواره نیز از طریق سایت جشنواره، سایت بانک پاسارگاد به نشانی www.bpi.ir و شبکه‌های اجتماعی مربوطه اطلاع‌رسانی خواهد شد.

فرصت امروز: سامانه پیام‌رسانی الکترونیکی مالی ایران قرار است با هدف مقابله با تحریم‌های بانکی و محدودیت سوئیفت به شبکه پیام‌رسان مالی روسیه (سوئیفت روسی) متصل شود که در صورت تحقق آن، در گام بعدی می‌توان شبکه شتاب ایران را نیز به شبکه میر روسیه متصل کرد.

اگرچه آمریکا با هدف تشدید تحریم‌ها علیه ایران، دسترسی بانک‌های ایرانی به سیستم پیام‌رسان مالی سوئیفت را محدود کرده است، اما ایران در نظر دارد از راه‌های جایگزین، تعامل بانک‌های ایرانی با نظام مالی جهانی را برقرار کند. یکی از راه‌های افزایش مراودات بین‌المللی بانک‌های ایرانی، گسترش همکاری با بانک‌های کشورهایی است که در زمان تحریم‌ها، تعاملات با آنها در حال افزایش بوده است که روسیه یکی از این کشورها به شمار می‌رود. بر این اساس قرار است نظام بانکی ایرانی به شبکه پیام‌رسان مالی روسیه که به سوئیفت روسی معروف است، متصل شود.

روسیه علاوه بر اینکه یکی از شرکای اقتصادی و سیاسی مهم ایران به شمار می‌رود، ارزش قابل توجهی از تجارت خارجی با ایران را به خود اختصاص داده است. بر همین اساس یا توجه به محدودیت‌های اعمال‌شده بر اثر تحریم‌های آمریکا توافقاتی میان دو طرف انجام شده تا سیستمی به عنوان جایگزین سوئیفت تهیه شود که در همین خصوص یوری اوشاکوف، دستیار ولادیمیر پوتین توضیحاتی جدید ارائه کرده است.

سامانه سپام به شبکه پیام‌رسان مالی روسیه متصل می‌شود
دستیار رئیس‌جمهور روسیه از اتصال سامانه سپام به عنوان سامانه پیام‌رسانی الکترونیکی مالی ایران به شبکه پیام‌رسان مالی روسیه برای از بین بردن اثرات تحریم در مبادلات بین دو کشور و همکاری بانکی خبر داد و گفت: ایران و روسیه به دنبال ایجاد سیستم انتقال پیام‌های مالی برای جایگزینی سوئیفت هستند.

یوری اوشاکوف در گفت وگو با خبرنگاران با بیان اینکه ایران و روسیه تدابیری را برای گسترش پرداخت‌های مالی به صورت مستقیم و استفاده از ارزهای مالی اتخاذ خواهند کرد، افزود: دو کشور به دنبال همکاری سیستم انتقال پیام‌های مالی روسی و سیستم مالی ایرانی سپام به عنوان جایگزین سوئیفت هستند.

به گفته اوشاکوف، در سال ۲۰۱۸ حجم مبادلات بازرگانی دو کشور با ۲۰ درصد رشد به ۱۰۷ میلیارد دلار رسید و در شش ماه نخست سال جاری با افزایش ۱۷درصدی به ۱۰۱ میلیارد دلار رسیده است.

راه‌اندازی سامانه پیام‌رسانی الکترونیکی مالی بومی
طبق آنچه بانک مرکزی در معرفی سپام آورده است، سپام (SEPA‏M) سامانه پیام‌رسانی الکترونیکی مالی است که کارکردی شبیه به سوئیفت دارد و به سفارش بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران از سوی شرکت خدمات انفورماتیک به منظور استفاده در شرایط تحریم ایران از سوی سوئیفت تهیه شده تا جایگزین سوئیفت برای ادامه روابط بانکی شود. این سیستم به عنوان پیام‌رسانی بانکی و یک زیرساخت حیاتی تبادلات ارزی کشور و همین‌طور تبادلات بین بانکی را مدیریت می‌کند و با پروتکل سوئیفت تطابق کامل دارد. همچنین با استفاده از سپام نه‌تنها برای اولین بار یک زیرساخت پیام‌رسانی واحد مالی ملی در کشور برای تمام مراودات مالی عمده بانک‌ها از قبیل اعتبارات اسنادی ارزی و ریالی، ضمانت‌نامه‌های ارزی و ریالی، حوالجات ارزی، مکاتبات، استعلام‌ها و مذاکرات از طریق یک شبکه واحد پیام‌رسانی قابل انجام بوده، بلکه امکان اتصال با بانک‌های خارجی در خارج از کشور را می‌توان به گونه‌ای برقرار کرد که بدون به‌کارگیری امکانات مؤسسه سوئیفت و نگرانی‌های مربوط به آن، با زبانی مشترک و آشنا تعاملات مالی با آخرین فناوری‌های موجود صورت گیرد.

فراخوان مناقصه عمومی یک مرحله ای ۹۸/۱۱۳

موضوع مناقصه: خرید ۳۸۵۰ اصله انواع تیر بتونی ۹ و ۱۲ و ۱۵ متری
شرایط ومحل دریافت اسناد مناقصه : متقاضیان شرکت در مناقصه می توانند در قبال ارائه اعلامیه واریز مبلغ پانصد هزار ریال به حساب سیبا ۰۹۵۵۹۲۶۷۷۰۰۹ نزد بانک ملی شعبه برق ارومیه (کد ۵۱۳۳) به آدرس ارومیه – خیابان سربازان گمنام (برق سابق) – نرسیده به چهارراه مخابرات – شرکت توزیع نیروی برق آذربایجانغربی ، واحد تدارکات تلفن ۳۱۱۰۴۳۳۹-۰۴۴ جهت دریافت اسناد مناقصه مراجعه نمایند . ضمنا" اسناد مناقصه در سایت های اطلاع رسانی معاملات صنعت برق (شرکت توانیر) ، شرکت توزیع نیروی برق آذربایجانغربی وسایت ملی اطلاع رسانی مناقصات به ترتیب به آدرس :
www.tavanir.org.ir ,www.Waepd.ir و iets.mporg.ir قابل مشاهده است .

توضیح ۱: پیشنهاد دهنده مکلف است معادل مبلغ سپرده شرکت در مناقصه ، تضمینهای معتبر (بر اساس شرایط مناقصه) تهیه و تسلیم نماید و به پیشنهاد های فاقد امضا ، مشروط ، مخدوش و پیشنهادهائی که بعد از انقضا مدت مقرر در فراخوان واصل شود مطلقا تر تیب اثر داده نخواهد شد.

مبلغ سپرده شرکت در مناقصه : مبلغ کل سپرده شرکت در مناقصه ۲,۱۴۰,۰۰۰,۰۰۰ (دو میلیاردو یکصد و چهل میلیون) ریال می باشد

مهلت فروش اسناد : از تاریخ درج نوبت دوم فراخوان در روزنامه تا پایان وقت اداری روز یکشنبه مورخ ۹۸/۰۶/۳۱ مهلت و محل تحویل پیشنهادات: حداکثر تا ساعت ۱۳ (یک بعدازظهر) روز پنجشنبه مورخ ۹۸/۰۷/۱۱ به اداره دبیرخانه شرکت توزیع برق آذربایجانغربی.

زمان و محل برگزاری مناقصه: زمان بازگشائی پاکت های الف وب و ج راس ساعت سیزده (یک بعدازظهر) روز شنبه مورخ ۹۸/۰۷/۱۳ در محل شرکت توزیع نیروی برق آذربایجانغربی .

توضیح ۲: سایر اطلاعات و جزئیات مربوطه در اسناد مناقصه مندرج است.

روابط عمومی شرکت توزیع نیروی برق آذربایجانغربی
شناسه آگهی: ۵۹۶۹۶۳

تاریخ انتشار نوبت اول : ۹۸/۰۶/۲۲
تاریخ انتشار نوبت دوم : ۹۸/۰۶/۲۵

چرخش ایران به سمت راهاندازی شبه‌سوئیفت با روسیه

بانک‌های ایرانی به سوئیفت روسی می‌پیوندند

واسط و یا فلزات گرانبها و یا سایر کالاها و انرژی صرفا برای حسابداری و استفاده از این روش در قراردادهای چندجانبه بلامانع است. همچنین استفاده از تک ارز کشوری‌های طرف مقابل و خارج از نظام بانکی رسمی ایران به منزله پیمان پولی تلقی نمی‌شود؛ ضمن اینکه بانک مرکزی موظف شده بود تا به منظور کاهش هزینه‌ها و ریسک‌های مبادلاتی، بی‌اثر شدن تحریم‌ها، تهدیدات و سوءاستفاده‌های اطلاعاتی، در مبادلات مالی و بانکی داخلی و بین‌المللی با بهره‌گیری از ظرفیت‌های کشور، حداکثر ظرف مدت سه ماه از تصویب این قانون اقدامات لازم را انجام دهد.

بانک مرکزی در پیمان‌های پولی چه وظایفی خواهد داشت؟

بانک مرکزی همچنین مکلف شده بود که راه‌اندازی و استفاده از پیام‌رسان‌های مالی اختصاصی در همکاری دوجانبه و چندجانبه با سایر کشورها یا اتحادیه‌ها با بهره‌گیری از آخرین فناوری‌های روز دنیا با به کارگیری معماری توزیع شده مانند فناوری زنجیره بلوکی و سایر فناوری‌های مرتبط را در دستور کار قرار داده و از ظرفیت‌های سامانه‌های بومی از قبیل سپام در تبادلات داخلی و بین‌المللی و ایجاد دسترسی برای بانک‌ها و موسسات مالی خارجی طرف قرارداد با بانک‌های ایرانی که متقاضی استفاده از پیام‌رسان‌های مالی کشور ایران هستند را نیز در دستور کار قرار دهد.

همچنین این طرح، بانک مرکزی را موظف کرده بود که پیمان‌های پولی دو و چندجانبه به منظور استفاده از ارزهای ملی در دریافت‌ها و پرداخت‌های تجاری و اقتصادی را با حداقل ۲۴ کشور چین، روسیه، هند، پاکستان، ترکیه، برزیل، عراق، ژاپن، کره جنوبی، آذربایجان، افغانستان، ترکمنستان، ارمنستان، قطر، عمان، قزاقستان، سنگاپور، تایلند، اندونزی، بلاروس، سریلانکا، لبنان، سوریه و مالزی منعقد و اجرایی کرده و زمینه اتصال کارت‌های بانکی ایران به نظام‌های پرداخت بانکی کشورهای فوق و سایر کشورها را جهت استفاده از ارزهای ملی در داخل این کشورها و ایران به صورت متقابل فراهم کند.

از سوی دیگر، به منظور تنوع‌بخشی و تسهیل ابزارها و روش‌های پرداختی کشور، بانک مرکزی موظف است زمینه‌های لازم جهت راه‌اندازی و انتشار انواع ارزهای دیجیتال با پشتوانه دولتی و غیردولتی را فراهم و هر دو ماه یکبار نیز گزارش اجرایی آخرین پیمان‌های پولی دو و چندجانبه و وضعیت پیاده‌سازی و استفاده از پیام‌رسان‌ها از لحاظ تعداد پیام‌های ارسالی، حجم تبادلات، تعداد بانک‌ها و نهادهای عضو را به کمیسیون اقتصادی مجلس ارائه کند.

اما در صورت تصویب این طرح، وزارت امور خارجه نیز موظف خواهد بود که با بهره‌گیری از ظرفیت دیپلماسی اقتصادی، تمامی همکاری‌های لازم با بانک مرکزی را داشته باشد.

تمام اینها در شرایطی است که هنوز مجلس طرح انعقاد پیمان‌های پولی را مصوب نکرده و بانک مرکزی نیز گزارشی از روند پیشرفت کار در این حوزه از سیاست‌گذاری‌های پولی و ارزی را رسانه‌ای نکرده است؛ ضمن اینکه مشخص نیست که سیستم مالی با روسیه، چقدر مورد استقبال طرف ایرانی قرار گیرد.



بانک‌های بزرگ جهان حاضر به نقل و انتقال منابع مالی حاصل از فروش نفت ایران نیستند و عمدتا از جریمه‌ها و تحریم‌های آمریکا واهمه دارند، هیچ نشانه‌ای از بهبود روابط بانکی ایران با خارج از کشور دیده نمی‌شود و تا هنگامی که ایران نیازمند نظام مالی آمریکا و اروپا باقی بماند، نه‌تنها فشارهای باقی خواهند ماند؛ بلکه افزایش خواهند یافت، این در حالی است که تاکنون ایران طرحی عملیاتی و جدی در راستای بی‌اثر کردن تحریم‌های مالی آمریکا تدارک ندیده است.

سرنوشت نامعلوم طرح پیمان‌های پولی در مجلس

مجلس سال گذشته طرحی را در دستور کار قرار داد که برمبنای آن، دولت مکلف می‌شد پیمان‌های پولی با شرکای اصلی تجاری را در دستور کار قرار دهد. براساس این طرح مجلس، استفاده از ارزهای

بانک مرکزی ایران

((آگهی))

باستناد رونوشت سند شماره ۸۷۱۰۶ مورخ ۱۳۹۷/۱۲/۲۰ دفترخانه اسناد رسمی شماره ۱۵چابهارآقای محمدتقی نوری فرزند ناصر بشماره ملی ۲۲۹۷۲۷۱۷۸۶ شش‌دانگ شناور لنج صیادی به شماره ثبت ۴/۳۹۶۲ را به آقای رامین خيرو زاده فرزند عبدل بشماره ملی ۳۶۴۰۷۲۴۸۳۶ انتقال قطعی داده است.

مراتب به موجب ماده ۲۵ قانون دریایی ایران آگهی می گردد .

م.الف ۲۰۲۲

دفترخانه صنعت نفت

فراخوان استعلام ارزیابی کیفی مناقصه عمومی (یک مرحله ای) شماره ۱۳۲۹

۱- نام و نشانی مناقصه گذار: پژوهشگاه صنعت نفت به نشانی تهران، بلوار غربی مجموعه ورزشی آزادی کدپستی ۱۳۱۱۱-۱۴۸۵۶ صندوق پستی ۱۳۷-۱۴۶۶۵

۲- موضوع مناقصه: انجام عملیات تعمیرات متفرقه ساختمانی در پژوهشگاه صنعت نفت

۳- مبلغ سپرده شرکت در مناقصه: (در صورت قرار گرفتن در فهرست کوتاه و دریافت دعوتنامه) توان ارائه ۵۴۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال، بصورت ضمانتنامه بانکی با اعتبار ۳ ماهه و یا واریز وجه نقد به حساب پژوهشگاه صنعت نفت

۴- مبلغ پیش پرداخت: ندارد

۵- مدت و محل اجرای کار: طی یکسال شمسی از ابلاغ شروع بکار در محل پژوهشگاه صنعت نفت

۶- مهلت، نحوه دریافت و ارسال اسناد مناقصه: واجدین شرایط می توانند با مراجعه به پورتال پژوهشگاه صنعت نفت به نشانی WWW.RIPI.IR قسمت همکاری ها- مناقصه و مزایده، نسبت به تهیه اوراق استعلام ارزیابی کیفی اقدام نموده و حداکثر تا پایان وقت اداری روز یکشنبه مورخ ۹۸/۰۷/۰۷ نسبت به تکمیل و الحاق مدارک در خواستی و تحویل آن با ذکر موضوع و شماره مناقصه در پاکت دربسته لاک و مهر شده به دبیرخانه کمیسیون مناقصات پژوهشگاه صنعت نفت به نشانی مناقصه گذار تحویل و رسید دریافت دارند.

❖ بدیهی است به مدارک واصله بعد از مهلت مقرر ترتیب اثر داده نخواهد شد.

دبیرخانه کمیسیون مناقصات

شماره مجوز: ۱۳۹۸.۳۶۹۸

۲۲

بانک نامه

رشد ۱۰۰۹ درصدی در میزان گشایش اعتبار اسنادی داخلی بانک پاسارگاد

بانک پاسارگاد با هدف اعتمادسازی و فراهم آوردن شرایط لازم برای انجام معامله بدون ریسک برای طرفین قرارداد، از ابتدای سال ۱۳۹۸ تاکنون، با رشدی معادل ۱۰۰۹ درصد، اقدام به گشایش بیش از ۲۴ هزار میلیارد ریال اعتبار اسنادی داخلی کرد و موفق شد سهم اول بازار در میان بانک‌های خصوصی را از آن خود کند. به گزارش روابطعمومی بانک پاسارگاد، این بانک با ارائه خدمات گشایش اعتبار اسنادی داخلی در قالب بسته حمایتی، زمینه ایجاد فضایی قابل اعتماد و بدون ریسک را در معاملات تجاری فراهم کرده که مورد استقبال تجار و فعالان اقتصادی قرار گرفته است؛ به‌طوری‌که با توسعه خدمات‌رسانی و گشایش بیش از ۲۴ هزار میلیارد ریال اعتبار اسنادی داخلی، در مقایسه با مدت مشابه سال گذشته شاهد رشد ۱۰۰۹ درصدی در ارائه این خدمت در بانک پاسارگاد هستیم. همچنین در پی استقبال بسیار خوب مشتریان، رشدی معادل ۲۴۰ درصد در تعداد پرونده‌ها و مشتریان استفاده‌کننده از این خدمات حاصل شده است. براساس این خبر، در این طرح، خریداران با بهرمنندی از خدمات گشایش اعتبار اسنادی داخلی می‌توانند از مزایایی نظیر تأمین کالا یا مواد اولیه با حداقل نقدینگی، دریافت اعتبار با کارمزد کمتر از تسهیلات و پرداخت وجه به فروشنده بعد از اجرای کامل تعهدات توسط ایشان و اطمینان از کیفیت کالای مورد معامله برخوردار شوند. فروشندگان نیز ضمن اعتماد به خریدار از دریافت کامل مبلغ قرارداد فروش، اطمینان حاصل می‌کنند. تسهیل مبادلات تجاری و انعطاف‌پذیری متناسب با نیاز مشتری از دیگر ویژگی‌های اعتبار اسنادی داخلی بانک پاسارگاد هستند. اعطای تسهیلات ارزان‌قیمت و صدور انواع ضمانت‌نامه بانکی از دیگر خدمات بسته حمایتی بانک پاسارگاد هستند که از دو سال پیش و به‌منظور کمک به افزایش تولید و اشتغال‌آفرینی به مشتریان ارائه می‌شوند. گفتنی است مشتریان می‌توانند جهت کسب اطلاعات بیشتر به شعبه‌های بانک پاسارگاد در سراسر کشور مراجعه کنند. همچنین مرکز مشاوره و اطلاع‌رسانی بانک پاسارگاد به شماره ۸۲۸۹۰ و سیستم دریافت نظرها در سایت، آماده ارائه مشاوره و پاسخگویی به مشتریان است.

اختیارات بانک مرکزی در خصوص مدیریت بازار ارز تمدید شد

در سی و نهمین جلسه شورای عالی هماهنگی اقتصادی، اختیارات بانک مرکزی درخصوص مدیریت بازار ارز تمدید شد. به گزارش پایگاه اطلاع‌رسانی دولت، سه دستور اصلی این جلسه که روز شنبه و با حضور سران قوا و به ریاست رئیس‌جمهور برگزار شد؛ ادامه روند آرامش در بازار ارز، کالا و خدمات، پیشگیری از رفتارهای سودجویانه در جهت حمایت از مصرف‌کنندگان و نیز هماهنگی بین سه قوه درخصوص مدیریت مناسب در شرایط تحریم بود. بر این اساس مقرر شد با توجه به ثبات قابل قبول در بازار ارز و موثر بودن این روند اختیارات مصوبات گذشته تمدید شود.

شاخص بورس برای نخستین‌بار ۳۰۰ هزار واحدی شد

رکورد تاریخی جدید در بازار سرمایه ایران



شاخص بورس و فتح قله ۳۰۰ هزار واحدی

اما دیروز و در نخستین روز هفته، خودرویی‌ها، فلزات اساسی و بانکی‌ها از جمله گروه‌های بورسی بودند که رشد قیمت را تجربه کردند و رشد تقاضا نسبت به عرضه در گروه‌های شاخص ساز سبب شد نماگر اصلی بازار برای اولین بار بتواند کانال ۳۰۰ هزار واحدی را پشت سر بگذارد. به گزارش ایسنا، با باز شدن معاملات بورس تهران شاخص کل بازده نقدی و قیمتی ۴۵۲۹ واحد رشد کرد و توانست برای اولین بار در تاریخ بازار سرمایه کانال ۳۰۰ هزار واحدی را بشکند و حتی تا نیمه کانال ۳۰۴ هزار واحدی پیشروی کنند. در عین حال شاخص کل هم وزن نیز با ۱۷۰۶ واحد افزایش رقم ۸۵ هزار و ۲۰۶ را تجربه کرد. شاخص آزاد شناور نیز با ۵۹۸۱ واحد افزایش رقم ۳۴۸ هزار و ۱۹۲ را تجربه کرد و شاخص بازار اول و دوم هر کدام به ترتیب ۳۹۴۰ و ۶۲۹۹ واحد رشد کردند.

پتروشیمی خارک، ملی صنایع مس ایران و فولاد مبارک اصفهان هر کدام به ترتیب ۳۱۸، ۷۶۴ و ۲۹۱ واحد به رشد شاخص‌های بازار کمک کردند، اما در طرف مقابل پالایش نفت تهران، پالایش نفت اصفهان و پالایش بندرعباس به ترتیب با ۲۸۷، ۱۴۲ و ۱۱۷ واحد تأثیر کاهنده شاخص‌های بازار را با افت مواجه کردند.

بانکی‌ها پس از مدت‌ها دیروز توانستند با حجم معاملات ۳۰۷ میلیارد سهم و اوراق مالی بیشترین ارزش معاملات را معادل با ۲۵۳ میلیارد و ۵۰۰ میلیون تومان به ثبت برسانند. پس از بانکی‌ها گروه خودرو، فلزات اساسی و شیمیایی‌ها بیشترین ارزش معاملات را به خود اختصاص دادند. بانکی‌هایی که جزو تأثیرگذاران روی شاخص‌های بازار سرمایه بودند اکثراً با رشد قیمت نیز مواجه شدند و در بخشی از نمادهای این گروه با صف‌های خرید رو به رو بودیم. در گروه خودرو و ساخت قطعات نیز اکثر سهم‌ها با رشد قیمت رو به رو شدند به طوری که بسیاری نزدیک به ۵ درصد در قیمت پایانی افزایش را تجربه کرده‌اند، اما همانطور که اشاره شد پالایشی‌ها روی شاخص‌های بازار تأثیر کاهنده داشتند و عمدتاً با افت قیمت رو به رو شدند. به طوری که تابلوی گروه فرآورده‌های نفتی به جز در یک نماد با کاهش قیمت رو به رو بودند. ارزش کل معاملات بورس تهران به رقم ۲۱۴۶ میلیارد تومان رسید و حجم معاملات رقم ۷۵ میلیارد سهم و اوراق مالی را پشت سر گذاشت.

چه عواملی به رشد خیره‌کننده شاخص بورس انجامید؟

کوچ سرمایه‌های سرگردان به بازار سرمایه

یک کارشناس بازار سرمایه به حمایت دولت از بازار سرمایه اشاره کرد و گفت این حمایت نشان می‌دهد دولت نیز بازار سرمایه را به عنوان بهترین مکان برای پول‌های راکد در اختیار مردم شناخته است که امیدواریم این حمایت، ادامه‌دار باشد.

علیرضا تاج‌بر در گفت‌وگو با ایرنا، به رشد چشمگیر شاخص بورس در چند روز اخیر اشاره و بیان کرد: ورود نقدینگی جدید به بورس، اخبار منتشرشده در رابطه با انتشار مثبت گزارش شش ماهه شرکت‌ها و همچنین وضعیت مناسب تولید و فروش آنها زمینه رشد شاخص بورس در بازار را فراهم کرد.

وی ادامه داد: اخبار مبنی بر افزایش سرمایه از محل تجدید ارزیابی دارایی شرکت‌ها از دیگر عواملی بود که باعث شد تا بازار زودتر از آنچه که فعالان بازار تصور می‌کردند صعودی شود و شاخص کانال ۳۰۰ هزار واحد را فتح کند.

به گفته تاج‌بر، بازار سرمایه اخیراً شرایط مناسبی را از نظر حجم معاملات و صعود شاخص بورس پشت سر گذاشته است.

این کارشناس بازار سرمایه خاطر‌نشان کرد: در انتظار هستیم تا با انتشار گزارش شش ماه شرکت‌ها، اخبار موجود در بازار و ورود نقدینگی به بورس، رشد بازار ادامه یابد و تا شش ماه آینده شاهد تداوم روند صعودی شاخص بورس با شب ملایم باشیم.

وی به هدف بعدی شاخص بورس اشاره کرد و گفت: در این زمینه نمی‌توان عدد دقیقی را مطرح کرد بلکه باید شرایط تأثیرگذار بر شاخص بورس را مورد بررسی قرار داد.

تاج‌بر اظهار داشت: بخش عمده‌ای از شرکت‌های حاضر در بورس که بر روند شاخص بورس تأثیرگذارند فروشنده کالای اساسی هستند که عملکرد آنها وابسته به قیمت دلار و نرخ‌های جهانی است. این کارشناس بازار سرمایه خاطر‌نشان کرد: در دو هفته گذشته قیمت‌های جهانی به دلیل وجود جنگ تجاری بین چین و آمریکا افتی

فرصت امروز: شاخص بورس تهران در یک رکوردشکنی تاریخی مرز ۳۰۰ هزار واحد را در نخستین روز هفته پشت سر گذاشت و به رقم ۳۰۴ هزار و ۴۶۰ واحد رسید. این رکوردشکنی در شرایطی رخ می‌دهد که روند کلی بازار سرمایه ایران در یک سال گذشته همیشه رو به رشد بوده است. این در حالی است که یک سال و نیم قبل، شاخص بورس تهران سال ۱۳۹۷ را در شرایطی آغاز کرد که شاخص کل در مرز ۱۰۰ هزار واحد بود و برای نخستین بار در تاریخ بورس ایران، شاخص کل در ۲۵ خردادماه سال ۱۳۹۷ به عدد ۱۰۰ هزار واحد رسید و حالا در کمتر از یک سال و سه ماه از آن روز، شاخص سه برابر شده و رکورد جدیدی از خود به جای گذاشته است.

رشد بورس و بازار سرمایه تهران در یک سال و نیم گذشته غیرقابل تصور بوده و عملاً بیش از سه برابر شده است. البته بسیاری از کارشناسان اقتصادی یکی از مهم‌ترین دلایل این رشد را سه برابر شدن قیمت ارز به خصوص دلار و رشد ارزش شرکت‌ها می‌دانند. در این بین، تحلیلگران معتقدند ورود پول‌های جدید به بورس همچنان ادامه خواهد داشت و در حالی که بسیاری از بازارها از جمله مسکن دچار رکود شدید شده، اما بازار سرمایه با رشد رو به رو خواهد بود و صعود شاخص‌ها ادامه خواهند داشت. در یک کلام، کارشناسان پیش‌بینی می‌کنند روزهای خوش بازار سهام تهران تا پایان سال همچنان ادامه داشته باشد.

به گزارش اتاق بازرگانی تهران، در روزهای گذشته ارزش کل معاملات سهام ۲۰۰ درصد رشد داشته و روزانه بین ۳ تا ۴ هزار میلیارد تومان اوراق بهادار در بازار سرمایه خرید و فروش می‌شود. در همین حال، با تغییر مقررات بازار پایه فرابورس بخش زیادی از این نقدینگی به سمت بازارهای اصلی سهام روانه شده است.

به گفته فرهاد دژپسند وزیر اقتصاد، در یک سال گذشته بر ورود نقدینگی به بورس تمرکز شده است. البته کاهش تنش‌های سیاسی بین ایران و آمریکا و برکناری جان بولتن که به عنوان جنگ‌افروز مشهور آمریکایی، اثر بسیار مهمی بر بورس داشته و افراد را به سرمایه‌گذاری امیدوار کرده است. علاوه بر این باید در نظر داشت که بازارهای موازی از قبیل طلا، ارز و مسکن هم در رکود هستند و در نتیجه بهترین محل برای سرمایه‌گذاری، فعلاً بازار سرمایه است.

نوید پارسیان

خبر خوش برای فعالان تجاری

برای آگاهی بیشتر به شعب مراجعه نمایید.

هجدهمین سالروز تاسیس بانک پارسیان خجسته باد

پارسیان بانک ایرانیان
www.parsian-bank.ir

مرکز تماس و صرافی پارسیان: ۸۱۱۵۱۰۰۰۰

اخبار

صادرات صنایع کوچک ۴۰درصد افزایش یافت

معاون سازمان صنایع کوچک و شهرک‌های صنعتی ایران گفت مطابق آمارهای سازمان توسعه تجارت و گمرک جمهوری اسلامی ایران در پنج ماه نخست امسال بیش از یک میلیارد و ۳۰ میلیون دلار صادرات غیرنفتی توسط واحدهای کوچک و متوسط (SME) انجام شده است که در مقایسه با مدت مشابه پارسال بیش از ۴۰درصد رشد داشته است.

به گزارش ایسنا به نقل از وزارت صنعت، معدن و تجارت، اصغر مصاحب افزود: یکی از هفت برنامه امسال وزارت صنعت، معدن و تجارت، توسعه صادرات غیرنفتی است و صدور بیش از یک میلیارد و ۳۰ میلیون دلار امسال توسط بیش از ۱۱۰۰ واحد صادراتی در رشته صنعت‌های مختلف انجام شده است. به گفته وی، توسعه و رونق فعالیت کنسرسیوم‌های صادراتی و شرکت‌های مدیریت صادرات که تا امروز تعداد آنها به بیش از ۱۳۰ شرکت رسیده از سوی سازمان صنایع کوچک و شهرک‌های صنعتی ایران دنبال می‌شود. معاون صنایع کوچک سازمان صنایع کوچک و شهرک‌های صنعتی ایران تصریح کرد: برای تحقق این مهم، در وهله نخست باید مراجع قانونی و سازمان‌ها و نهادهای دولتی مرتبط با مقوله صادرات، آنها را به رسمیت بشناسند. مصاحب یادآوری کرد: این دو مدل به عنوان راهبرد نفوذ در بازارهای هدف در سطح جهان مورد توجه قرار گرفته‌اند و این سازمان نیز لایحه‌ای را تدوین کرد تا با همکاری اتاق بازرگانی و بخش خصوصی و استفاده از نظرات کارشناسی آنها و در نهایت ارجاع موضوع به شورای گفت‌وگوی دولت و بخش خصوصی، حمایت از کنسرسیوم‌های صادراتی و شرکت‌های مدیریت صادرات اتفاق بیفتند. او افزود: پس از به رسمیت شناخته شدن آنها از سوی مراجع قانونی و دولتی یادشده، واحدهای کوچک و متوسط نیز می‌توانند به آنها اعتماد کرده و از ظرفیت‌های‌شان از جمله واحدهای تحقیق و توسعه استفاده کنند.

معاون صنایع کوچک سازمان صنایع کوچک و شهرک‌های صنعتی ایران با اشاره به توسعه خوشه‌های کسب و کار در این سازمان، خاطرنشان کرد: در این خوشه‌ها نیز می‌توان پس از اتمام پروژه توسعه، به ایجاد کنسرسیوم‌های صادراتی برای حضور در بازارها اندیشید و برنامه‌ریزی کرد.

مصاحب گفت: رقابت‌پذیری و توسعه بازار و بین‌المللی‌سازی، دو هدف مهمی است که فارغ از شرایط سیاسی و ارتباطات بین‌الملل در سطح صنایع کوچک و متوسط دنبال می‌شود و سعی داریم بر این اساس واحدها را استانداردسازی کنیم. او برنامه وزارت صنعت، معدن و تجارت برای توسعه صادرات به ۱۵ کشور همسایه را یادآور شد و افزود: کشورهای پادشده سالیانه افزون بر ۱۳ هزار میلیارد دلار واردات انجام می‌دهند که ظرفیت بزرگی برای صنایع بزرگ، کوچک و متوسط و صنایع کشاورزی کشورمان محسوب می‌شود. معاون صنایع کوچک سازمان صنایع کوچک و شهرک‌های صنعتی ایران اضافه کرد: علاوه بر آنها، توسعه صادرات به چین، هند و کشورهای آفریقایی نیز در دستور کار است. مصاحب در پایان بیان کرد: بیش از ۷۷ هزار واحد کوچک و متوسط (SME) در کشور وجود دارد که ۳۳ هزار واحد آنها در شهرک‌های صنعتی مجوز فعالیت داشته و از این تعداد، ۲۴ هزار واحد فعالند.

ارزبری ۱۳۰ میلیون دلاری چادر مشکی در کشور

عضو کمیسیون صنایع و معادن مجلس گفت واردات چادر مشکی موردنیاز بانوان حدود ۱۳۰ میلیون دلار ارزبری دارد در صورتی که با گسترش زیرساخت تولید آن می‌توان از خروج این رقم ارز جلوگیری کرد. به گزارش باشگاه خبرنگاران جوان، به نقل از خانه ملت، رمضانعلی سبحانی‌فر با انتقاد از گرانی چادر مشکی، گفت: ایران کشور مسلمانی است که اعتقادات دینی و مذهبی پررنگی دارد و استفاده از چادر با قیمت مناسب یکی از دغدغه‌های خانهاست اما این روزها گرانی این محصول خانواده‌ها را در تامین آن به سختی انداخته است.

نماینده مردم سبزوار، جغتای، جوبین و خوشاب در مجلس شورای اسلامی افزود: واردات چادر مشکی موردنیاز بانوان حدود ۱۳۰ میلیون دلار ارزبری دارد، بنابراین باید با تامین مواد اولیه، به‌روزرسانی ماشین‌آلات، استفاده از تکنولوژی روز دنیا و متخصصان این حوزه زمینه تولید چادر مشکی را در داخل کشور فراهم کرد. وی با بیان اینکه ایران بزرگ‌ترین مصرف‌کننده پارچه چادر مشکی در جهان است اما به جای آنکه صادرکننده باشد، آن را وارد می‌کند، اظهار داشت: باید به جای واردات چادر، زمینه تولید چادر باکیفیتی در داخل فراهم شود چراکه در گذشته ایران یکی از کشورهای بود که می‌توانست با تولید پارچه باکیفیت چادر نه‌تنها نیاز داخل را تامین کند بلکه به سایر کشور نیز صادرات داشته باشد. این نماینده مردم در مجلس دهم گفت: کشورهای دیگر بهتر از ما نیازمان را تشخیص می‌دهند، در حال حاضر چادر مشکی از کشورهای جنوب شرقی آسیا همچون چین، اندونزی، تایلند، کره و ژاپن به کشور وارد می‌شود. عضو کمیسیون صنایع و معادن مجلس شورای اسلامی اضافه کرد: تکنولوژی موردنیاز برای تولید چادر مشکی در کشور موجود است و باید با فعال کردن ظرفیت واحدهای تولیدی غیرفعال و رونق صنعت نساجی نه‌تنها از واردات پارچه به کشور جلوگیری کرد بلکه زمینه صادرات را نیز فراهم کرد.

ایجاد زیرساخت‌های تولید، اساس ارتقای صادرات است

سرپرست سازمان توسعه تجارت گفت ایجاد زیرساخت‌های تولید، پایه و اساس ارتقای صادرات و رشد اقتصادی است. به گزارش باشگاه خبرنگاران جوان، حمید زادبوم، در برنامه گفت‌وگوی ۱۸۳۰ شبکه خبر با بیان اینکه لازمه رشد و توسعه اقتصادی، تحول در تولید و صادرات است، اظهار داشت: ایجاد زیرساخت‌های تولید، پایه و اساس ارتقای صادرات و ارزآوری است. زادبوم افزود: توسعه صادرات برای همه کشورها مهم است، اما برای کشور ما که وابسته به صادرات نفت خام هستیم، این موضوع دارای اهمیت ویژه است. سرپرست سازمان توسعه تجارت گفت: توسعه صادرات غیرنفتی نیاز انکارناپذیر کشور برای رشد اقتصادی است. تلاش‌هایی در این زمینه صورت گرفته که نشان‌دهنده توجه نظام به توسعه صادرات غیرنفتی است. زادبوم گفت: در شرایط جنگ اقتصادی فعلی، ما به نگاه و فکر جدیدی در زمینه صادرات غیرنفتی نیاز داریم. وی تصریح کرد: تجربه‌ها مشکلاتی برای اقتصاد ما ایجاد کرده، اما معنای آن این نیست که همه مشکلات ما ناشی از تحریم است. زادبوم افزود: بخشی از مشکلات ما ساختاری است و همانگونه که مقام معظم رهبری فرموده‌اند منسوب کردن همه مشکلات به تحریم کار درستی نیست. سرپرست سازمان توسعه تجارت گفت: با توجه به شرایط موجود هنر ما این است که برنامه‌هایی طراحی کنیم که راه‌های جدید و بازارهای جدید و ویژه‌ای بیابیم.

آغاز ممنوعیت توزیع برنج وارداتی تا پایان فصل برداشت



و ... مواجه باشند.
قبادی گفت: هیچ بخشی از این مشکلات مربوط به تصمیم‌گیری‌های کلان درخصوص لغو ممنوعیت واردات برنج و مواردی از این دست نیست. وی افزود: دولت یک تعهدی به شالیکاران در شمال کشور دارد، آن‌هم اینکه در فصل برداشت محصول داخلی هیچ‌گونه برنجی خارجی را در کشور وارد و توزیع نکند.

معاون بازرگانی داخلی وزارت صنعت، معدن و تجارت و دبیر ستاد تنظیم بازار ضمن اشاره به اینکه اراضی شالیکاری اکثر شالیکاران در شمال کشور کوچک مقیاس است، بیان کرد: برای اینکه کشاورزان محصول خود را با قیمت‌های مناسب بفروشند و مصرف‌کنندگان نیز با قیمت‌های مناسب کالای موردنیاز خود را بخرند در فصل برداشت هیچ‌گونه واردات برنج خارجی به مملکت نخواهیم داشت.

وی بیان کرد: این سیاست از سال‌های قبل در کشور اعمال می‌شود و امسال نیز به تبع سنوات گذشته رفتار شده است.

پایان برداشت برنج داخلی نخواهد داد.
برنج‌های وارداتی پس از برداشت و عرضه برنج داخلی در سطح کشور توزیع می‌شود. قبادی بیان کرد: اگر بازار شرایط مناسبی داشته باشد شاید توزیع برنج خارجی با تأخیر زمانی مواجه شود.

وی گفت: مصرف سالانه برنج کشور سه تا سه میلیون و ۲۰۰ هزار تن است که از این میزان بیش از ۲میلیون تن در داخل تولید و بقیه از محل واردات تامین می‌شود.

معاون بازرگانی داخلی وزارت صنعت، معدن و تجارت و دبیر ستاد تنظیم بازار درخصوص بلاتکلیفی ۵هزار تن برنج دارای پروانه در گمرک چابهار نیز افزود: بلاتکلیفی برنج‌های وارداتی در گمرکات به هیچ‌وجه صحت ندارد.

وی تشریح کرد: محموله‌های مزبور شاید با مشکلات دیگری همچون بوروکراسی اداری، گمرکی، پرداخت ارز به فروشنده خارجی

معاون بازرگانی داخلی وزارت صنعت گفت ثبت سفارش و واردات برنج تا پایان فصل برداشت محصول داخلی در کشور ممنوع شده است.

به گزارش باشگاه خبرنگاران جوان، عباس قبادی از ممنوعیت ثبت سفارش و واردات برنج تا پایان فصل برداشت محصول داخلی در کشور خیر داد و افزود: این اعمال ممنوعیت در جهت کمک به تولید داخل و حمایت از شالیکاران در شمال کشور است.

وی گفت: هیچ ابهامی در حال حاضر برای گمرکات ایران به لحاظ واردات برنج وجود ندارد، چون در فصل برداشت برنج هیچ‌گونه ثبت سفارش و واردات نخواهیم داشت و همینطور برنجی که تا قبل از زمان برداشت برنج ایرانی وارد گمرکات کشور شده این محموله‌ها طبق قوانین و مقررات از گمرکات خارج و در انبارها نگهداری می‌شود.

معاون بازرگانی داخلی وزارت صنعت، معدن و تجارت و دبیر ستاد تنظیم بازار کشور گفت: این وزارتخانه نیز اجازه توزیع برنج وارداتی را تا

وزیر صنعت، معدن و تجارت گفت در صددیم با تحقق اهداف برنامه تعمیق ساخت داخل و داخلی‌سازی نیازهای صنعتی کشور به میزان ۱۰میلیارد دلار واردات انواع کالاهای صنعتی به کشور را تا پایان سال ۱۴۰۰ محدود کنیم و کاهش دهیم.

به گزارش تسنیم به نقل از شاتا، رضا رحمانی در جلسه تبادل نظر با کارآفرینان جوان کشور که با حضور علی آقا محمدی رئیس گروه اقتصادی دفتر مقام معظم رهبری و عضو مجمع تشخیص مصلحت نظام برگزار شد، اظهار داشت: خوشبختانه جلسات مستمری با حضور صنعتگران و تولیدکنندگان مختلف کشور برای اطلاع از نظرات کارشناسی و پیشنهادات موثر آنها در حال برگزاری است و در همین راستا تشکیل جلسه با کارآفرینان و صنعتگران جوان کشور برای اولین بار و دریافت نقطه نظرات آنها می‌تواند ثمرات بسیار خوبی برای عرصه تولید کشور داشته باشد.

وی افزود: امسال با توجه به نامگذاری انجام‌گرفته از سوی مقام معظم رهبری تحت عنوان سال رونق تولید، علی‌رغم همه محدودیت‌های فرصت مغتنم و به عبارتی یک فرصت استثنایی برای تولید کشور به وجود آمده است.

رحمانی تصریح کرد: وزارت صنعت، معدن و تجارت از ابتدای امسال و در چارچوب محورهای هفتگانه فعالیت‌های خود، ۳۴ برنامه اساسی را در دستور کار همزمان قرار داده و در تلاش است تا با ایجاد یک اراده عمومی چه در حوزه ارائه خدمات از سوی

وزارتخانه و چه در همراه کردن سایر بخش‌ها با حوزه تولید کشور، بهترین نتایج ممکن را به دست آورد.

وی اضافه کرد: یکی از دغدغه‌های ما در بخش صنعت طی سالیان اخیر نبود آمار و برآورد دقیقی از واحدهای فعال، نیمه فعال یا حتی راکد در کشور بود که در سال ۹۷ و در قالب طرحی جامع این اطلاعات جمع‌آوری و مبنای برنامه‌ریزی وزارتخانه در سال جاری است.

راه‌اندازی ۲۰۰۰ واحد صنعتی راکد در دستور کار امسال

رحمانی گفت: سال گذشته خوشبختانه شاهد بازگشت بیش از ۱۸۵۰ واحد صنعتی به عرصه تولید در سطح کشور بودیم که برای سال ۹۸، در حدود ۲۰۰۰ واحد صنعتی راکد دیگر برای راه‌اندازی مجدد در دستور کار قرار گرفته است. وزیر صنعت، معدن و تجارت خاطرنشان کرد: سرمایه‌گذاری و برنامه‌ریزی روی واحدهایی که امکان و ظرفیت توسعه دارند نیز در حال پیگیری مجدانه است و با توجه به تعداد بالای این نوع از واحدهای صنعتی در سطح کشور که در جهت خلاف منویات دشمنان هم در عرصه فناوری و هم در ایجاد بازارهای جدید صادراتی توفیقات بسیار خوبی داشته اند، می‌توان شاخص مهم عملکردی آنها را حضور مدیران و کارآفرینان جوان در رأس کار عنوان کرد.

رحمانی ادامه داد: در بخش واردات نیز متناسب با تولیدات کشور و میزان تعمیق ساخت داخلی، کالاهای مشابه خارجی در مراحل

نزدیک در بازار هدف خود در عراق حضور داشته باشیم.

مدیرعامل صندوق ضمانت صادرات ایران با اعلام خبر فراهم شدن امکان فروش اعتباری محصولات ایرانی در اقلیم کردستان برای بازه زمانی خاصی گفت: در حال حاضر با پشتوانه صندوق ضمانت صادرات ایران، امکان فروش اعتباری محصولات ایرانی در بازار اقلیم کردستان عراق فراهم شده است.

وی در تشریح جزئیات این خبر گفت: بر این اساس صادرکنندگان ایرانی می‌توانند کالاهای خود را به صورت اعتباری در بازه زمانی یک ماهه تا سه ماهه به صورت اعتباری و نسویه به خریداران عراقی در

مختلف ورود به کشور با ممنوعیت و محدودیت‌های تعرفه‌ای مواجه هستند و قطعاً امسال با وجود تامین مناسب نیاز کشور به برخی اقلام کالایی ضروری در زنجیره تولید، اصل خودکفایی و تکیه بر تسوان و تولیدات داخلی در اولویت قرار دارد و مورد حمایت جدی وزارت صمت است.

به دنبال بومی‌سازی حداکثری همه نیازهای صنعتی کشور هستیم

وزیر صمت اضافه کرد: تمامی برنامه‌های وزارت صنعت، معدن و تجارت متناسب با توان داخلی پیش‌بینی شده و با عنایت به برگزاری اولین نمایشگاه فرصت‌های ساخت داخل، خوشبختانه اطلاعات بسیار خوبی نیز از نیازهای صنعتی کشور به دست آمده و به دنبال بومی‌سازی حداکثری همه این نیازها هستیم.

رحمانی تصریح کرد: در بخش صادرات و یا بخش معادن که جزو برنامه‌های محوری فعالیت‌های وزارت صمت هستند فرصت‌های بسیاری شناسایی و در حال فعالسازی ظرفیت‌های بالقوه موجود هستیم که قطعاً در ایجاد تحرک در بخش‌های مختلف تولید کشور کاملاً اثرگذار خواهد بود.

وی افزود: در حوزه بازار ظرفیت‌های بسیاری در راستای فعالیت استارت‌آپ‌ها به وجود آمده که قطعاً در همین چارچوب از ایده‌های نوین و خلاقانه همه جوانان و افراد خوشفکر استقبال و حمایت نیز می‌کنیم.

امکان خرید اعتباری از ایران برای خریداران اقلیم کردستان فراهم شد

بازار اقلیم کردستان بفروشند و صندوق ضمانت صادرات این معامله را تضمین می‌کند. بهرامی خاطرنشان کرد: در حال حاضر تفاهم‌نامه‌های مرتبط با این موضوع امضا شده و قرار است ظرف مدت یک ماه این تفاهم‌نامه تبدیل به یک قرارداد شود.

وی گفت: مدت‌زمان در نظر گرفته‌شده برای خرید اعتباری در این تفاهم‌نامه متناسب با نوع کالاهای صادراتی است به گونه‌ای که مدت اعتبار در نظر گرفته شده برای کالاهایی از جمله محصولات کشاورزی یک ماهه بوده و برای کالاهای واسطه‌ای، این زمان تا سه ماه تعیین خواهد شد.

خبر جدید پست درباره دریافت کارت سوخت

به گفته معاون فناوری اطلاعات شرکت ملی پست متقاضیانی که کارت سوخت آنها در باجه‌های معطله است از هم‌اکنون می‌توانند بدون مراجعه به دفاتر پستی کارت خود را دریافت کنند.
به گزارش پایگاه خبری «عصر خودرو» به نقل از خبرآنلاین، حسینی لر در راستای ارتقای مشتری‌مداری و صرفه‌جویی در زمان مشتریان متذکر شد:

گزینه‌ای در بخش رهگیری کارت سوخت در سایت پست ایجاد شده است تا متقاضیان در صورت تمایل به دریافت کارت در محل موردنظر؛ با ورود اطلاعات لازم و پرداخت هزینه ارسال پیشتاز براساس نرخنامه پستی؛ کارت سوخت خود را در آدرس اعلام شده دریافت کنند.

معاون فناوری اطلاعات شرکت ملی پست با اشاره به اینکه کارت‌های سوخت صرفاً یکبار جهت تحویل به درب منزل فرد متقاضی خواهد رفت و در صورت نبودن گیرنده، آدرس اشتباه و یا تغییر محل سکونت به باجه‌های معطله برگشت داده می‌شود، بیان کرد:

پیش از این فرد متقاضی کارت سوخت؛ با مراجعه به سایت **epolice** و دریافت کد رهگیری ۲۴ رقمی، به بخش رهگیری در سایت شرکت ملی پست مراجعه و پس از آگاهی از محل نگهداری کارت خود در باجه‌های معطله پست اقدام به مراجعه حضوری و دریافت کارت خود می‌نمود.

وی عنوان کرد: این روند از سویی باعث ایجاد صف‌های طولانی و هدررفت زمان مشتریان شده بود و از سوی دیگر اعتراض بسیاری از کاربران را جهت اصلاح فرآیند موجود در پی داشت.

حسینی لر در پایان خاطرنشان کرد: کاربران می‌توانند از روش جدید برای دریافت کارت خود اقدام و در غیر این صورت با مراجعه حضوری و روش پیشین کارت خود را دریافت کنند.

واردات قطعات خودرو در اختیار افراد محدودی است

با توجه به گفته‌های یکی از اعضای هیأت رئیسه کمیسیون صنایع و معادن مجلس، واردات قطعات خودرو در اختیار افراد محدودی بوده و همین موضوع انحصارطلبی را به دنبال داشته است.

به گزارش خانه ملت، سید جواد حسینی‌کیا در این خصوص عنوان کرد: صنعت خودروسازی کشورمان در انحصار کامل به سر برده و گرانی خودرو نیز یکی از پیامدهای آن است. وی توضیح داد که مردم ناچار تنها از دو خودروساز داخلی خودرو خریداری کنند و این موضوع سبب افزایش انحصار و قیمت خودرو می‌شود. حسینی‌کیا افزایش نرخ دلار را یکی دیگر از عوامل افزایش قیمت خودروها دانسته و توضیح داد که با افزایش قیمت مواد اولیه، قیمت تمام‌شده محصولات نهایی نیز افزایش پیدا خواهد کرد. نماینده مردم سنقر در مجلس شورای اسلامی افزود: باید از ظرفیت شورای رقابت برای کنترل قیمت‌ها استفاده کرده و از حذف این شورا جلوگیری کرد چراکه با حذف شورای رقابت، قیمت چهار چرخ‌ها بی‌ضابطه افزایش خواهد یافت. وی در انتها یادآوری کرد که بومی‌سازی قطعات خودرو می‌تواند تا حدودی به تولید خودروی ارزان‌قیمت، باکیفیت و صادرات‌محور کمک کند که در حال حاضر گام‌هایی در این زمینه برداشته شده است.

خبرنگاران برای خرید دوجرخه تسهیلات می‌گیرند

مدیرعامل سازمان حمل‌ونقل و ترافیک شهرداری تهران از ارائه تسهیلات به خبرنگاران جهت خرید دوجرخه خبر داد.

به گزارش پایگاه خبری «عصر خودرو» به نقل از فارس، یوسف حجت، مدیرعامل سازمان حمل‌ونقل و ترافیک شهرداری تهران، درباره برنامه‌های این سازمان جهت اشاعه فرهنگ دوجرخه‌سواری و کاهش استفاده از خودروهای شخصی اظهار داشت: استفاده از دوجرخه‌های اشتراکی (بیدو) از جمله اقدامات مؤثری بوده که در این راستا اجرایی شده است و ما تلاش می‌کنیم با حمایت از ایسن بخش خصوصی استفاده از دوجرخه را در پایتخت گسترش دهیم. وی افزود، مکانیزم‌هایی در حال بررسی است تا خبرنگاران بتوانند هرچه بیشتر از دوجرخه‌های اشتراکی استفاده کنند و بدون پرداخت ودیعه این دوجرخه‌ها برای تردد به آنها ارائه شود. مدیرعامل سازمان حمل‌ونقل و ترافیک شهرداری تهران از ارائه تسهیلات به خبرنگاران جهت خرید دوجرخه خبر داد و گفت: پیش‌نویس‌هایی در این زمینه در معاونت حمل‌ونقل تهیه شده و پس از بررسی‌های اتمام‌گرفته جزئیات آن اعلام خواهد شد.

حجت‌خاطرنشان کرد: در تلاش هستیم که موضوع ارائه دوجرخه‌های اشتراکی بدون پرداخت ودیعه همچنین ارائه تسهیلات برای خرید دوجرخه در پاییز برای اهالی رسانه محقق شود.

خودروهای پرتیراژ چقدر ارزان شدند؟

ارزاییی قیمت خودروهای پرتیراژ داخلی نشان می‌دهد که سریال کاهش قیمت‌ها در بازار همچنان ادامه دارد. بررسی‌ها حکایت از آن دارد که قیمت خودروهای پرطرفدار در بازار ایران، نسبت به هفته گذشته چهار تا پنج میلیون تومان کاهش را تجربه کرده است.
به گزارش پایگاه خبری «عصر خودرو» به نقل از ایرنا، طی هفته گذشته در بازار خودرو شاهد کاهش قیمت برخی از خودروهای پرتیراژ ساخت داخل بودیم، اما این افت از کجا نشأت می‌گیرد؟ فعالان بازار خودرو معتقدند در کنار «ثبات بازار ارز» و «پهبود عرضه»، اتفاق دیگری که تأثیر مثبتی روی قیمت‌ها در بازار داشته و توانسته روند قیمت‌ها را کاهش می‌کند، «توقف عرضه عمده محصولات شرکت‌های خودروساز به چند نمایندگی خاص» بوده است. اشاره فعالان به شیوه عرضه محصولات خودروسازان است که در اصطلاح به آن «فروش سبدی» می‌گویند. پیش‌تر خودروسازان محصولات تولیدی خود را به چند نمایندگی مشخص تحویل می‌دادند و خودروها توسط آنها به بازار تزریق می‌شد. به‌طور مثال خودروسازان تعداد ۲هزار خودرو را در اختیار یک نمایندگی قرار می‌دادند و آن نمایندگی محصولات را در بازار توزیع می‌کرد، اما این شیوه توزیع در حال حاضر متوقف شده و خودروسازان به‌صورت مستقیم خودرو را توزیع می‌کنند.

تحقق درست خصوصی‌سازی صنعت خودرو در کاهش رانت و فساد موثر است



بالتدگی و خصوصی‌سازی، راه نجات صنعت خودرو است

بناهایی است که توسط مدیریت غیر خصوصی به وجود آمده است. عضو کمیسیون صنایع و معادن مجلس شورای اسلامی افزود: کمبودن بهره‌وری یکی از مسائل اصلی است که در این حوزه وجود دارد و از طرف دیگر یکی از مسائل عمده در این خصوص، فقدان یک سیاست توسعه‌درازمدت است، چراکه برنامه‌هایی که در این حوزه در چند دهه اخیر وجود داشته معمولاً برنامه‌های روزمرهای بوده که سیاست‌گذاری‌های کلان برای توسعه‌درازمدت در آن دیده نشده که این مساله تابعی از سیاست‌های وزارت صمت بوده و با تغییرات مکرر مدیریتی، شاهد تغییرات مکرر مدیریتی در صنعت خودروسازی نیز بوده‌ایم.

نورقلی‌پور افزود: اینها مسائل عمده‌ای است که در این حوزه وجود دارد. از طرف دیگر بحث کمبود نقدینگی خودروسازان یک بحث عمده است که همواره موجب چالش شده است. یک مساله اساسی دیگر ایجاد انحصار در بازار خودروی کشور است که این جغای بزرگ به پنهان حمایت از تولید ملی به بدنه خودروسازی کشور وارد شده و یکی از موانع اصلی عدم تحقق خصوصی‌سازی در کشور است.

نماینده مردم کردکوی، ترکمن، بندر گز و گمیشان در مجلس شورای

عضو کمیسیون صنایع و معادن مجلس شورای اسلامی ضمن تشریح موانع تحقق خصوصی‌سازی صنعت خودرو اعلام می‌کند که راه نجات صنعت خودروسازی در کشور ما، بالتدگی و خصوصی‌سازی است.

رامین نورقلی‌پور درخصوص موانع تحقق خصوصی‌سازی صنعت خودرو اظهار داشت: تولد خودروسازی در کشور ما از جمله در شرکت ایران ناسیونال به صورت خصوصی بود اما با تحولات و تغییرات دهه‌های بعد، این خودروسازی‌ها توسط نهادهای دولتی گرفته شدند و به مرور زمان چالش‌هایی ایجاد شد. نماینده مردم کردکوی، ترکمن، بندر گز و گمیشان در مجلس شورای اسلامی افزود: از آنجا که در چهار دهه گذشته بنای خودروسازی‌ها بر مبنای مالکیت خصوصی نبوده بنابراین ساز و کارهای آن نیز بر مبنای مدیریت دولتی گذاشته شده است.

وی گفت: یکی از اصلی‌ترین موانع بر سر راه خصوصی‌سازی خودروسازان عمده کشور، بحث نیروی مازاد این شرکت‌ها است؛ هر یک از دو خودروساز بزرگ کشور بیش از ۱۱ هزار نیروی مازاد دارند و این چالش بزرگی است که هزینه‌های سرپار تولید و قیمت تمام‌شده تولید را بسیار افزایش می‌دهد و مدیریت را با مشکل مواجه می‌کند؛ البته مساله ایجاد نیروی مازاد یکی از

نظر تهرانی‌ها در مورد طرح جدید ترافیک

دوربین‌ها کنترل می‌شود و خودروهایی که معاینه فنی ندارند هر روز ۵۰ هزار تومان جریمه می‌شوند.

نتایج نظرسنجی نشان داد ۷۵٫۶درصد از کل پاسخگویان از طرح کاهش آلودگی هوا اطلاع داشتند اما ۱۵٫۷درصد از افرادی که خودرو دارند از این طرح اطلاعی ندارند.

طبق یافته‌های نظرسنجی حاضر، اجرای طرح کاهش و کنترل مکانیزه معاینه فنی خودرو توسط دوربین‌ها، از نظر ۵۰٫۸درصد از پاسخگویان به میزان زیاد در کاهش آلودگی هوای شهر تهران موثر است. ۶۲٫۶درصد از پاسخگویان با برخورد شدید پلیس با خودروهای فاقد معاینه فنی و افزایش جریمه نسبت به این‌گونه خودروها موافقت. همچنین ۵۶٫۱درصد از کل پاسخگویان و ۶۰٫۱درصد از کسانی که خودرو دارند با اعمال شرایط سخت نسبت به ضوابط معاینه فنی وسایل نقلیه و حدود مجاز آلایندگی در مراکز معاینه فنی موافق هستند.

نظرسنجی از شهروندان تهرانی درباره «هدف استفاده از خودرو» نشان داد ۵۴٫۲درصد از پاسخگویان در مواقع ضروری، ۳۶٫۴درصد از پاسخگویان برای تردد روزانه در شهر تهران و ۹٫۵درصد از پاسخگویان برای کسب درآمد از خودرو استفاده می‌کنند. مردان بیشتر از زنان برای کسب درآمد و تردد روزانه در سطح شهر و زنان بیشتر از مردان در مواقع ضروری از خودروی خود استفاده می‌کنند.

خودروسازی‌ها ابتدا کوچک‌سازی و سپس واگذار می‌شوند

خودروهای جدید صادراتی به بازار می‌آیند

آنها دوباره چنین واحدی را ایجاد کنند این دو شرکت آنقدر بزرگ شدند که اکنون مشکلات زیادی را به وجود آورده‌اند.

مجوزات قانونی واگذاری را از وزارت اقتصاد گرفته‌ایم

رحمانی افزود: از همین روی ما سبک‌سازی آنها را شروع کردیم و در نهایت خود آنها را واگذار خواهیم کرد. مجوزهای قانونی آن را از وزارت اقتصاد گرفته‌ایم اما اگر الان با این وضعیت واگذار شوند به سرنوشت واگذاری‌های قبلی دچار خواهند شد. نکته دیگر این است که واگذاری باید به اهل صورت بگیرد. چون در برخی خصوصی‌سازی‌ها مالکیت به فردی واگذار شده که فقط مبلغ تعیین‌شده را پرداخت کرده که این درست نیست، باید تخصص و علاقه وجود داشته باشد. **ایران خودرو و سایپا چند قطب شوند**

وزیر صمت با بیان اینکه درخصوص واگذاری ایران خودرو و سایپا سعی خواهیم کرد، نگذاریم به این وضعیت دچار شوئند، گفت: در آینده این دو مجموعه مجبور هستند که چند قطب شوند و باید شرایطی را به وجود آوریم که اینها بدون دخالت دولت با هم رقابت کنند. مثال موفق این سیاست مواد غذایی است، با وجود این گرانی‌ها افزایش قیمت بیسکویت کمتر از بخش‌های دیگر بود چون رقابت در بازار وجود دارد، می‌شود این کار را در خودرو کرد. ما بازار خوبی داریم و اگر چند خودروساز وجود داشته باشد آنگاه مجبور هستند با یکدیگر

براساس نظرسنجی مرکز افکارسنجی دانشجویان، طرح کاهش و کنترل معاینه فنی خودروها بر کاهش آلودگی هوا مؤثر بوده است و ۶۰درصد مردم خواهان کاهش سن معاینه فنی هستند.

به گزارش پایگاه خبری «عصر خودرو»، براساس نظرسنجی مرکز افکارسنجی دانشجویان ایران(ایسپا) درباره «نگرش مردم شهر تهران پیرامون معاینه فنی خودرو» بیش از ۶۰درصد پاسخگویان با برخورد شدید پلیس با خودروهای فاقد معاینه فنی، افزایش جریمه و همچنین اعمال شرایط سخت نسبت به ضوابط معاینه فنی موافق هستند. ۶۰٫۴درصد از پاسخگویان نیز خواستار تغییر قانون معافیت چهار ساله خودروهای صفرکیلومتر از معاینه فنی و کارشناسی آن براساس واقعیت‌های روز و کاهش سن معاینه فنی هستند.

گزارش اجمالی این نظرسنجی به شرح زیر است:

۲۰۳۱ نفر در این نظرسنجی شرکت کرده و شیوه گردآوری اطلاعات به‌صورت تلفنی و جامعه آماری طرح شامل همه مردان و زنان ۲۵ سال به بالای شهر تهران بود. از کل پاسخگویان ۵۰٫۳درصد مرد و ۴۹٫۷درصد زن بوده‌اند.

بخشی از پرسش‌های این نظرسنجی درباره طرح کاهش آلودگی هوا است. فاز نخست این طرح از شهریور ۹۵ و فاز دوم آن از آذر ۹۷ آغاز شد و براساس فاز دوم، معاینه فنی همه خودروها در سراسر شهر تهران در همه روزهای سال و در همه ساعات شبانه‌روز توسط

وزیر صنعت، معدن و تجارت اظهار داشت ما سبک‌سازی خودروسازان را شروع کردیم و در نهایت خود آنها را واگذار خواهیم کرد. مجوزهای قانونی آن را نیز از وزارت اقتصاد گرفته‌ایم اما اگر الان با این وضعیت واگذار شوند به سرنوشت واگذاری‌های قبلی دچار خواهند شد.

به گزارش پایگاه خبری «عصر خودرو»، رضا رحمانی در مورد نحوه واگذاری خودروسازان و مسائل مطرح‌شده در خصوصی‌سازی‌های انجام‌شده در ماه‌های اخیر، گفت: در بحث نحوه واگذاری ما به دنبال این هستیم که ابتدا کوچک‌سازی و سپس واگذار کنیم، اینکه خصوصی‌سازی‌های قبلی به چه نتایجی منجر شده بحث جداگانه‌ای است. اینکه مشکل دارند و هیچ‌کس از آن راضی نیست شکی در آن نیست، دولت علاقه‌ای به بنگاهداری ندارد.

خودروسازان نباید اموال و املاک غیر تولیدی داشته باشند

وی ادامه داد: خودرو و قطعه‌سازی یک مجموعه به‌هم پیوسته است پس نباید گفت فقط سایپا و ایران خودرو را شامل می‌شود. ما ابتدا اعلام کردیم که این شرکت‌ها نباید اموال و املاک غیرتولیدی داشته باشند، دلیل ندار این شرکت‌ها با زیرمجموعه آنها ملک بخرند، درحالی‌که این شرکت‌ها مشکل سرمایه در گردش دارند، لزومی ندارد شرکت دیگری تاسیس کنند. وقتی بخش خصوصی قطعه‌سازی دارد دیگر لزومی ندارد



تامین مالی بنگاه‌های کوچک و متوسط در مرکز توجه دولت

رئیس کمیسیون بازار پول و سرمایه اتاق بازرگانی تهران با بیان اینکه عمده تامین مالی بنگاه‌ها از طریق بانک‌ها انجام می‌شود، تاکید کرد که شاه‌کلید فعالیت‌های دولت باید تمرکز بر تامین مالی SMEها باشد.

فریال مستوفی درباره تمرکز کمیسیون بازار پول و سرمایه اتاق تهران گفت: در حال حاضر بیشترین تمرکز و انرژی را بر روی تامین مالی بنگاه‌های کوچک و متوسط قرار داده‌ایم.

وی ادامه داد: برای حل مشکل تامین مالی در کشور باید راه‌حل‌های مختلفی را پیدا کنیم یا تشکیلات منظمی در این خصوص ایجاد شده و اصلاحاتی انجام شود.



دریچه



چرا بازاریابی محتوا نقش مهمی در کسب‌وکارهای نوپا دارد؟

بسیاری از شرکت‌ها برخلاف میل‌شان حتی اگر پهنای باند هم نداشته باشند مجبورند از بازاریابی محتوا استفاده کنند. ۷۲درصد از بازاریاب‌های محتوا در B۲C، نسبت به سال قبل محتوای بیشتری تولید می‌کنند و این روند به طور مداوم در حال افزایش است. حتی اگر مدیران عامل با روش‌هایی مثل سئو، رسانه اجتماعی و جذب مشتریان جدید، بازاریابی محتوا را در اولویت قرار دهند، باز هم ۵۶درصد کسب و کارها هیچ استراتژی‌ای برای بازاریابی محتوا ندارند. سازمان‌ها و استارت‌آپ‌های B۲C و B۲B، هر دو از اهمیت ایجاد محتوای اصلی و غنی با کلمات کلیدی بهینه، خبر دارند.

ولی از نظر مالک یک کسب و کار کوچک، بازاریابی محتوا چه معنایی می‌تواند داشته باشد؟

در کسب و کار کوچک، چه کسی رهبری بازاریابی محتوا را برعهده دارد؟

استارت‌آپی کوچک برای اینکه بتواند محتوای کارآمدی داشته باشد و حداقل هزینه ممکن را برای آن بپردازد چه کار می‌تواند بکند؟

محتوا همیشه مهم است

هرچه یک شرکت تاکید بیشتری بر ایجاد محتوا داشته باشد، از جذابیت و غنای محتوا کاسته خواهد شد. وقتی یک کسب و کار کوچک مدام محتوای بد تولید می‌کند، هیچ مخاطبی نخواهد داشت و فقط باعث اتلاف زمان و پول افراد می‌شود.

این کار باعث می‌شود در کشورهای جهان سوم مقالاتی با کیفیت پایین چاپ شوند که اغلب بدون هیچ تخصصی از آثار دیگران کپی شده‌اند. به منظور طراحی محتوای مناسب جهت جذب و حفظ یک مخاطب، باید از روش‌های بهتری استفاده کنیم.

بهترین محتوا برای شرکت این است که در مورد آنچه که شما می‌دانید نوشته شود و مخاطبین عمودی‌ای را که دوست دارند محصول شما را بخرند هدف قرار دهد. من اخیرا به یکی از دوستانم که یک وب سایت فروش با تامین منابع انبوه دارد توصیه کردم که مخاطبین کلیدی خود را به‌طور قابل اعتماد و واقع‌بینانه معرفی کند و مقالات سفیدی بنویسد که در آنها بر نیروهای فروش خاصی که مخاطبین عمودی هدف را پوشش می‌دهند تمرکز شود. سپس به جای ایجاد محتوایی که همه جا وجود دارد، می‌تواند مخاطبین مناسبی را جذب کند که با اطلاعات موثق و منبع‌دار، در بستر این وب‌سایت به همدیگر کمک کنند.

هرگز در این مقالات سفید، بر نحوه استفاده از محصول خود تمرکز نکنید. مخاطبین همیشه به دنبال بهترین شیوه‌ها و اسراری هستند که به پیشرفت آنها کمک کند و به یک دانش صنعتی مهم که جذاب و متفاوت باشد نیز علاقه دارند. مقالات سفید، وبینارها و مطالعات موردی، ابزارهای بسیار مهمی برای بازاریابی محتوا هستند.

فرانکش، امکان استفاده زیر هود و اختصاصی سازی دستگاه‌ها و ... فراهم می‌شود. به گفته اسدی‌فرد، توانمندی‌ها و امکانات آزمایشگاه چاپ سه بعدی زیستی امیدآفرینان مهندسی آینده در پایگاه اینترنتی شبکه آزمایشگاهی فناوری‌های راهبردی در دسترس پژوهشگران

و صنایع قرار گرفته است. وی همچنین تصریح کرد: با توجه به افزایش روزافزون تعداد افراد حاضر در لیست انتظار عمل پیوند عضو و تعداد بسیار کم افراد اهداکننده عضو در دنیا، تولید بافت‌های زنده و قابل پیوند در محیط آزمایشگاهی از چالش‌های پیش روی دانشمندان به شمار می‌رود. مدیر شبکه آزمایشگاهی فناوری‌های راهبردی معاونت علمی و فناوری ادامه داد: هرچند روش‌های مهندسی بافت توانسته‌اند تا حدودی به موفقیت‌هایی در این مسیر دست پیدا کنند، اما تلاش برای ساخت بافت‌هایی با هندسه و سلول‌هایی مشابه بافت بدن همچنان ادامه دارد. روش چاپ سه‌بعدی زیستی از جمله راه حل‌های نوین در این زمینه است که امکان قرارگیری سلول و مواد مختلف را در هندسه‌ای مشابه بافت‌های بدن را فراهم می‌کند.



مدیر شبکه آزمایشگاهی فناوری‌های راهبردی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری از ارائه توانمندی‌ها و امکانات آزمایشگاه چاپ سه‌بعدی به پژوهشگران خبر داد و گفت: دانشجویان و اعضای هیات علمی می‌توانند

از این خدمات بهره ببرند. به گزارش مرکز ارتباطات و اطلاع‌رسانی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، رضا اسدی‌فرد با اشاره به پیوستن آزمایشگاه چاپ زیستی سه‌بعدی امیدآفرینان مهندسی آینده به اعضای شبکه آزمایشگاهی فناوری‌های راهبردی، بیان کرد: با پیوستن این آزمایشگاه به شبکه آزمایشگاهی فناوری‌های راهبردی معاونت علمی و فناوری، این امکان برای دانشجویان و اعضای هیات علمی فراهم شده است که از تسهیلات و تخفیفات ویژه معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، برای انجام پژوهش در زمینه چاپ سه‌بعدی زیستی این آزمایشگاه استفاده کنند.

وی افزود: با پیوستن این آزمایشگاه به شبکه، امکان بهره‌مندی پژوهشگران از خدماتی همچون انواع تکنولوژی‌های چاپ مکانیکی و نیوماتیک، چاپ مواد ترموپلاستیک با دمای بالا، امکان کراس‌لینک نوری و طول موج



اوضاع نابسامان استارت‌آپ‌های حوزه واقعیت افزوده

میلیون دلار بودجه جمع‌آوری کرده است. اما بنا بر گزارش‌های تک‌کرنج، سرمایه‌گذاران این شرکت در تولید هدست‌های واقعیت افزوده دچار مشکلات فنی شده‌اند و به سرمایه‌گذاری در استارت‌آپ‌های واقعیت افزوده علاقه کمتری نشان داده‌اند.

در اوایل سال جاری بود که استارت‌آپ هدست واقعیت افزوده «متا» هم که از سرمایه‌گذاران بودجه ۷۳ میلیون دلاری دریافت کرده بود، دارایی‌های خود را به روی خریدار ناشناس فروخت و به کار خود خاتمه بخشید.

در آخرین اخبار منتشرشده از یک استارت‌آپ به نام «Osterhout Design Group» هم شنیده شده که حق ثبت اختراع‌های خود را فروخته



به گزارش ایسنا و به نقل از انگجت، این روزها فیلترهای واقعیت افزوده، در همه‌جا دیده می‌شوند. از کاربرد آن در اسنپ‌چت گرفته تا یوتیوب. اما برعکس، به نظر می‌رسد که استفاده از هدست‌های واقعیت افزوده کمی با چالش مواجه شده است.

در این راستا شرکت «داکری» (daqri) استارت‌آپ آمریکایی که هدست‌های واقعیت افزوده تولید می‌کند، در حال تعطیلی است.

استارت‌آپ «Daqri» دفتر مرکزی

خود را بسته و کارمندان خود را اخراج کرده و قصد دارد دارایی‌های خود را بفروشد.

وال‌استریت ژورنال گزارش داده که استارت‌آپ «Daqri» ۲۷۵

است. با این اوصاف به نظر می‌رسد که شرایط استارت‌آپ‌هایی که در حوزه فناوری واقعیت افزوده فعالیت می‌کنند، چندان مساعد نیست.

برپایی دومین رویداد «استارت آپ مج»

دومین رویداد «استارت آپ مج» ۱۸ و ۱۹ مهرماه با هدف جذب نیروی انسانی متخصص برای استارت آپها و مجموعه‌های دانش‌بنیان در دانشگاه صنعتی شریف برگزار می‌شود. به گزارش ایسنا، دومین دوره از رویداد استارت آپ مج از سوی مرکز کارآفرینی دانشگاه صنعتی شریف و به منظور جذب نیروی متخصص برای تیم‌ها و استارت آپها برگزار می‌شود. در این رویداد، زمینه‌ای فراهم شده تا صاحبان استارت آپ و شرکت‌های شتابدهی شده طی دو روز و در چند کارگاه آموزشی با مضامین تیم‌سازی، مسائل تقسیم سهام، مصاحبه و رزومه‌نویسی آشنا شوند. این رویداد طی دو روز در تاریخ‌های ۱۸ و ۱۹ مهرماه در دانشگاه صنعتی شریف برگزار خواهد شد. در بخش استارت آپی و تیمی در روز اول، تیم‌ها به ارائه زمینه کاری خود و اهداف و فضای تیم می‌پردازند و افراد حاضر با آن تیم آشنایی اولیه پیدا می‌کنند.



یادداشت

جزئیات اجرای الگوی جدید مشاغل خانگی در ۹ استان

خراسان شمالی، کردستان، خراسان رضوی، کرمانشاه و لرستان با ایجاد برندها و شبکه‌های جدید منجر به ایجاد ۵ هزار و ۸۰۰ شغل خانگی شد.

در استان آذربایجان غربی یک برند در حوزه پوشاک، در استان ایلام سه برند در بخش‌های عسل، انیمیشن و فناوری حوزه فرش، در استان چهارمحال و بختیاری دو برند در حوزه‌های نمديبافی و زعفران، در استان خراسان جنوبی سه برند در حوزه‌های تولید عسل، حوله‌بافی، تراش سنگ‌های قیمتی و نیمه‌قیمتی، در استان خراسان شمالی یک برند، در استان کردستان چهار برند در حوزه‌های کلاش‌بافی، گلیم‌بافی، عسل و پوشاک، در استان خراسان رضوی هفت برند در حوزه‌های دست‌بافته‌های داری، سفره کردی، فرت‌بافی، دست‌بافته‌های ابریشمی، گیوه‌بافی و دست‌دوزهای چرمی، در استان کرمانشاه شش برند در حوزه‌های مرغ بومی، پوشاک، عسل، گیوه‌بافی و در استان لرستان پنج برند در بخش‌های مندیش سبزی، تولید لباس محلی، فراوری سبزیجات و دست‌دوزهای چرمی ایجاد شده است. علاوه بر این در این استان‌ها ۲۰ برند دیگر در مرحله ایجاد قرار دارند.

آخرین آمار از عملکرد مشاغل خانگی در سراسر کشور حاکی از آن است که در سال گذشته حدود ۱۰۵ هزار مجوز برای فعالیت‌های مشاغل خانگی صادر شده است که ۶۶ هزار نفر آنها تسهیلات دریافت کردند.

محدودیت‌ها و چالش‌های مشاغل خانگی

در عین حال که کسب و کارهای خانگی فرصت مفتنمی برای اشتغال‌زایی هستند اما متقاضیان باید پیش از ورود به این نوع کسب و کارها به توانایی‌ها و از همه مهمتر بازار فروش محصولات خود در جغرافیای محلی، ملی و منطقه‌ای توجه کنند. در این بین عدم توجه

کافی به «بازار» و آمادگی نداشتن اغلب متقاضیان برای حضور در بازار یکی از محدودیت‌های پیش رو است.

همچنین در حوزه سیاست‌گذاری نیز عدم حمایت‌های مناسب مالی و غیرمالی از متقاضیان مشاغل خانگی به ویژه اشخاص پشتیبان، عدم شناسایی رشته‌های جدید مشاغل خانگی در حوزه‌های صنایع، تولید بدون کارخانه و فناوری اطلاعات، سلیقه‌ای عمل کردن بانک‌ها در پرداخت تسهیلات و وجود مغایرت‌های متعدد قانونی به ویژه در نظارت، بیمه و کاهش تعرفه‌های سسوخ‌ت در مشاغل خانگی و فقدان برنامه‌ریزی آموزشی مناسب برای توانمندسازی متقاضیان از جمله محدودیت‌هایی است که وجود دارد.

براساس این گزارش، قرار است پس از شناسایی نقاط ضعف و نتایج اجرای الگوی جدید توسعه کسب و کارهای خانگی در ۹ استان مذکور، این طرح به تدریج در سایر استان‌های کشور اجرایی شود.

الگوی جدید کسب و کارهای خانگی که از سال گذشته در ۹ استان کشور اجرایی شد، با ایجاد ۳۲برند منجر به اشتغال ۵ هزار و ۸۰۰نفر در حوزه مشاغل خانگی و اتصال محصولات ۱۰ هزار متقاضی به بازارها شده است.

به گزارش خبرنگار مهر، امروزه کسب و کارهای خانگی به عنوان راهکاری مهم برای ایجاد اشتغال و درآمد در جهان محسوب می‌شوند. قابلیت انجام این نوع کسب و کار در منزل سبب ایجاد مزایای بسیاری برای شاغلین آنها می‌شود. از جمله می‌توان به ایجاد توازن بین مسئولیت خانوادگی زنان و اشتغال آنان، حذف هزینه‌های مربوط به خرید، رهن اجاره کارگاه و رفت و آمد اشاره کرد.

برای ایجاد و توسعه مشاغل خانگی متناسب با هر استان و منطقه ضرورت دارد که در بررسی و شناسایی فعالیت‌های مشاغل خانگی، اولویت‌بندی مزیت‌های استانی در نظر گرفته شود. در همین راستا از سال گذشته الگوی جدید توسعه مشاغل خانگی از سال گذشته پیاده‌سازی و در ۹ استان کشور به صورت آزمایشی اجرایی شد.

الگوی جدید توسعه کسب و کارهای خانگی به طور کلی در سه فاز طراحی شد. در مرحله نخست بررسی، شناسایی، اولویت‌بندی مزیت‌ها متناسب با نیاز محلی، ملی و منطقه‌ای، در مرحله دوم توانمندسازی متقاضیان در قالب استعدادسنجی و اجرای دوره‌های آموزشی و در مرحله سوم نیز اتصال این مشاغل به بازار پیش‌بینی شد. در فاز نخست یعنی شناسایی اولویت‌ها و مزیت‌ها در استان‌های پایلوت ۲۶۱ مورد مزیت نسبی شناسایی شد. همچنین ۱۵۰ بنگاه، تعاونی و خوشه‌های کسب و کار برای مشارکت به کار گرفته شدند.

در فاز توانمندسازی، بعد از استعدادسنجی متقاضیان به حدود ۲۶ هزار متقاضی مشاوره شغلی داده شد و حدود ۱۷ هزار و ۵۰۰ متقاضی

نیز در دوره‌های آموزشی متناسب با نوع استعداد خود شرکت کردند.

عدم توانایی اتصال به بازار که یکی از محدودیت‌های بسیاری از کسب و کارهای خرد و متوسط است، در الگوی جدید مشاغل خانگی در دستور کار قرار گرفت که در این فرآیند، به ترتیب شناسایی برندهای ملی و استانی، شرکت‌ها و کارآفرینان، هدایت صاحبان مشاغل خانگی به ارتقای کیفیت محصولات و بسته‌بندی، برندسازی و استانداردسازی، ظرفیت‌سازی بازارهای فیزیکی و الکترونیکی و اتصال به بازار و بنگاه‌های بالادستی در یک قالب مشخص معرفی شد.

در فاز فرآیند اتصال به بازار، محصولات ۱۰ هزار و ۶۰۰ متقاضی به بازارهای مربوطه معرفی شدند؛ همچنین ۳۲ برند در ۹ استان پایلوت اجرای الگوی جدید مشاغل خانگی ایجاد شده است که در نهایت پیاده‌سازی الگوی جدید توسعه کسب و کارهای خانگی در ۹ استان آذربایجان غربی، ایلام، چهارمحال و بختیاری، خراسان جنوبی،



گوگل یک میلیارد یورو جریمه و مالیات به فرانسه پرداخت می‌کند

پس از چهار سال تحقیقات بالاخره گوگل موافقت کرده حدود یک میلیارد یورو به فرانسه بپردازد. دلیل پرداخت این است که گوگل لیت‌های مالیاتی خود را به طور کامل به سازمان‌های این کشور گزارش نکرده. براساس گزارش رویترز ۵۰۰ میلیون یورو از این مبلغ، بیه‌ای است که شامل حال این شرکت شده و ۴۶۵ میلیون یورو دیگر هم مالیات است.

به گزارش دیجیاتو، وضعیت مالیات گوگل در اتحادیه اروپا از مدت‌ها پیش بحث‌برانگیز بوده. این شرکت در بیشتر کشورهای اروپایی مالیات اندکی می‌پردازد و این در حالی است که کسب و کار خود را در این قاره ادامه می‌دهد. درواقع گوگل با استفاده از خلأهای قانونی، در خود در این قاره را در ایرلند بنا کرده و به این ترتیب حجم مالیات‌های خود را کاهش داده است. البته این خلأ قانونی موضوع چندان نناخته‌ای هم نیست و یکی از بزرگترین ابزارهای کاهش مالیات به حساب می‌آید.

گوگل در بیانیه خود در این ارتباط اعلام کرده که اختلافات چندین ساله مرتبط با مالیات و دیگر موارد مربوط به آن را با فرانسه حل وصل کرده و تسویه حساب شامل پرداخت ۵۰۰ میلیون یورو است که توسط دادگاه فرانسه دستور آن صادر شده است. علاوه بر این به فق پرداخت ۴۶۵ میلیون یورو اشاره شده است. گوگل همچنین اعلام کرده:

«اما همچنان اعتقاد داریم که بهترین راه برای فراهم کردن یک چارچوب مشخص برای شرکت‌های فعال در سراسر جهان، اصلاحات هماهنگ سیستم مالیاتی بین‌المللی است.»

مقامات فرانسه در ابتدا امیدوار بودند مبلغ ۱٫۶ میلیارد یورو را از گوگل طلب کنند. البته این مبلغ بسیار بیشتر از حدود ۱۳۰ میلیون دی بود که بریتانیا برای مشکل مشابه از این شرکت طلب کرده بود.

در سال ۲۰۱۶ مقامات فرانسوی، به دنبال تحقیقات در مورد گوگل به مقر این شرکت در پاریس هجوم بردند، اما در نهایت یک دادگاه کشور به نفع گوگل رأی داد و اعلام کرد که شرکت مجبور به پرداخت جریمه نیست. حالا اما شرایط به گونه دیگری رقم خورده است. این بار این حال به نظر می‌رسد این پایان ماجرا نباشد. آلمان هم در کنار فرانسه تلاش می‌کند مقررات مالیاتی سخت‌گیرانه‌تری را در قبال شرکت‌های بزرگ از جمله اپل، گوگل، فیس‌بوک و آمازون در پیش بگیرد. انتظار می‌رود به زودی شرکت‌های مطرح دیگر هم در فرانسه شاید دیگر نقاط قاره سبز مجبور به پرداخت مالیات بیشتر یا جریمه‌های مرتبط با آن شوند.

جزئیات مسابقه استعدادیابی جدید شبکه ۳

توجه به فراخوانی که از تلویزیون پخش شد یک طرح کسب و کار در برنامه «میدون» تهیه شده است، جوانان و تیم‌هایی که دارای ایده و محصول هستند، ثبت نام کرده و طرح خود را بارگذاری می‌کنند

و کمیته پذیرش اولیه، طرح کسب و کار شرکت‌کنندگان را بررسی می‌کند. و چنانچه از استانداردهای اولیه برخوردار باشد، با شرکت‌کنندگان تماس حاصل می‌شود و در یک برنامه اجرایی نمونه اولیه کار خود را ارائه می‌کنند. نهایتاً اگر تایید شود، یک کارشناس همراه تیم قرار می‌گیرد و راهنمای شروع کار می‌شود. این کارشناس درخصوص تمایزات این برنامه تخصصی با مسابقه استعدادیابی نظیر «عصر جدید» توضیح داد: استقبال از میحث کارآفرینی در مقایسه با «عصر جدید» قطعاً کمتر خواهد بود و از طرفی

«عصر جدید» یک برنامه عمومی و سرگرمی بود و هدف آن برنامه مشخصاً استعدادیابی نبود، بلکه شاید نشان دادن استعدادها، ایجاد موج، شغف اجتماعی و بروز استعداد و توانایی بود.

امیرحسین اسدی داور برنامه «میدون» از جزئیات ثبت‌نام در این مسابقه و همچنین سرمایه‌گذاری برای برگزیدگان این مسابقه تلویزیونی سخن گفت. امیرحسین اسدی از داوران مسابقه

استعدادیابی شغلی «میدون» در گفت‌وگو با خبرنگار مهر، درخصوص این رقابت تلویزیونی گفت: در تمام دنیا برنامه‌هایی وجود دارد تا کسانی که دارای محصول، ایده و تیم هستند طرح خودشان را ارائه کنند و با جذب سرمایه، کسب و کار خود را راه‌اندازی کنند. وی ادامه داد: چنین برنامه‌هایی در بسیاری از کشورها حتی افغانستان پیاده می‌شود. برنامه‌ای مثل «میدون» می‌تواند فضای کسب و کار و اشتغال کشور را تغییر بدهد و می‌تواند طلاه‌دار هدایت جوانان کشور به سمت راه‌اندازی کار، خوداشتغالی و کارآفرینی

باشد. از طرفی این موضوع ارزشمندی است که به کشور ما کمک می‌کند تا مسیر توسعه، کسب و کار و اشتغال خود را طی کند و ادامه بدهد. اسدی پیرامون ساز و کار شرکت در این برنامه عنوان کرد: با



۸۶ کسب‌وکار متقاضی اتصال به «سروا»

اشاره کرد. محمدجواد آذری‌جهرمی -وزیر ارتباطات و فناوری اطلاعات- درباره این طرح، با بیان اینکه دولت باید به کسب‌وکارهای نوپا خدمات ارائه دهد، گفته بود: وقتی یک کسب‌وکار نوپا سایتی

را راه انداخته که از طریق آن سایرین تبلیغات خود را ارائه کنند، ممکن است یک عده سودجو در این فضا با قیمت‌ها بازی کنند و امنیت روانی جامعه را بر هم بزنند. در پروژه «سروا» خدمات دولت به این کسب‌وکارهای نوپا تسهیل می‌شود و این شرکت‌ها می‌توانند کاربرانی که به آنها مراجعه می‌کنند را با استفاده از داده‌های موجود در بانک اطلاعاتی اپراتورها تصدیق هویت کنند.

گزارش سه ماهه نخست بهره‌برداری این سامانه که از سوی سازمان فناوری اطلاعات ایران منتشر شده نشان می‌دهد

در سه ماه گذشته با تقاضای ۸۶ کسب‌وکار برای اتصال و دریافت سرویس موافقت شده است و در حال حاضر ۳۴ کسب‌وکار در حال دریافت خدمات دولتی هستند.

پلتفرم «سروا» یک درگاه ارتباط ب‌ش غیردولتی به بخش دولتی است که به کمک آن، امکان استفاده کسب‌وکارها از داده‌های دولتی

از طریق این درگاه امکان‌پذیر می‌شود و گزارش سه ماهه نخست بهره‌برداری این سامانه نشان می‌دهد با تقاضای ۸۶ کسب‌وکار برای اتصال و دریافت سرویس موافقت شده و در حال حاضر ۳۴ کسب‌وکار در حال دریافت خدمات دولتی هستند. به گزارش ایسنا، پروژه سروا مرکز تبادل اطلاعات دولت با بخش خصوصی و عمومی با هدف به‌اشتراک‌گذاری اطلاعات دولتی برای استارت‌آپ‌ها است و بسترساز تعامل یکپارچه و ارائه سرویس به کسب‌وکارهای مورد تأیید روی یک زیرساخت یکپارچه و مطمئن است. از مزایای این سرویس می‌توان به ارتباط با یک‌نهاده مشخص در

دولت و عدم ایجاد سردرگمی، بهبود ارائه خدمات دولت الکترونیک، یکپارچه‌سازی سامانه‌های نرم‌افزارهای دولتی بدون اتصال مستقیم به دستگاه‌ها، کاهش هزینه‌های دولت، حمایت از سامانه‌های داخلی



کارگاه برندینگ

چگونه برندهمان رایبه خوبی برای مشتریان شخصی سازی کنیم؟

برندسازی بر پایه سلیقه مشتریان

به قلم: کریس ورن کرشناس برندسازی
ترجمه: علی آل علی

حوزه برندسازی در طول یک دهه اخیر دستخوش تغییرات زیادی شده است. دکتر مارتینا اولبرتو در کتاب مشهورش تحت عنوان «معنای قدرت در عصر جدید استراتژی برند» به نکته مهمی در زمینه تغییرات حوزه برندسازی اشاره می کند: «برندها فقط ابزاری برای فرآیند برندسازی نیستند. آنها معنای اصلی فعالیت و کسب و کار شرکت ها محسوب می شوند. هدف اصلی یک برند باید کمک به مردم در راستای رفع نیازشان باشد.» در این فرآیند تاکید اولبرتو کمک به مردم در راستای تحقق هر چه بیشتر توانایی های شان نیز هست، به این ترتیب برند ما وظیفه و رسالت اصلی خود را به بهترین وجه انجام خواهد داد.

بدون تردید بسیاری از مشتریان برند نایک به دلیل همکاری این برند با ورزشکاران بزرگ دنیا اقدام به خرید محصولات آن می کنند. به این ترتیب مشاهده استفاده ورزشکاران مشهور از محصولات نایک مشتریان را به تمرین سخت تر ترغیب می کند. نکته جالب در مورد نایک موضع گیری های سیاسی آن در راستای حمایت از حقوق مشتریان و به طور کلی جامعه است. همین امر آنها را بدل به برندی ماندگار در ذهن مشتریان سراسر دنیا کرده است. سایر برندهای بزرگ دنیا مانند اپل نیز از همین استراتژی برای افزایش مشتریان خود استفاده می کنند. در ادامه من این بحث را اندکی بیشتر مورد بررسی قرار خواهم داد.

اهمیت شخصی سازی برند

یکی از راهکارهای افزایش معنای برندمان تلاش برای شخصی سازی آن است. کلی شریکی در سخنرانی امسال Ted Talk خود بر روی تاثیر شخصی سازی برند بر روی مشتریان تاکید داشت. به نظر وی ابزار مناسب برای شخصی سازی برند اینترنت و به ویژه شبکه های اجتماعی است. امروزه با دسترسی به اطلاعات وسیع در مورد مشتریان امکان شخصی سازی برند بیش از هر زمان دیگری فراهم است. بهترین مثال در زمینه شخصی سازی مناسب برند برای گروه های سنی مختلف مربوط به لگو است. این برند تا همین یک دهه پیش بیشتر به عنوان تولیدکننده اسباب بازی مخصوص کودکان شناخته می شد، با این حال در طول چند سال اخیر با برنامه ریزی درست موفق به گسترش دامنه مخاطب های هدفش شد. امروزه محصولات این برند علاوه بر کودکان مدنظر بزرگسال ها نیز قرار دارد. لارس سیلبرباور، مسئول فعالیت لگو در شبکه های اجتماعی، استراتژی این برند را تلاش برای اجتناب از خرید حق امتیاز یک برند دیگر برای جلب نظر مشتریان بزرگسال قلمداد می کند. به این ترتیب آنها بدون نیاز به صرف هزینه گزاف برای خرید یک برند تازه یا حتی تاسیس یک زیر شاخه مستقل موفق به گسترش دامنه مشتریان شان شدند.

بدون تردید موفق ترین برندها در زمینه جلب نظر دامنه مختلفی از افراد جامعه و شخصی سازی خود برای آنها تیم های ورزشی هستند. به عنوان مثال، تیم های فوتبال آمریکایی در ایالات متحده را در نظر بگیرید. این تیم ها از محبوبیت بسیار زیادی در میان مردم برخوردار هستند. در ایالت فلوریدا یکی از مدارس این کشور هر ساله یک روز مشخص را به عنوان روز جشن به دانش آموزان اجازه استفاده از لباس تیم محبوب شان به جای لباس فرم مدرسه را می دهد. در یکی از این روزها دانش آموز طرفدار تیم دانشگاه تنسی توانست پیراهن تیم محبوبش را پیدا کند. به همین خاطر بر روی تیشرت خود عبارت UT (مخفف دانشگاه تنسی) را با مایک نوشت. این اقدام جالب توجه همه دانش آموزان را برانگیخت. معلم آنها از این اقدام بسیار هیجان زده شد. به همین خاطر تصویری از تیشرت این کودک را در شبکه های اجتماعی بارگذاری کرد. پس از آنکه این تصویر در شبکه های اجتماعی دست به دست شد، تیم فوتبال دانشگاه تنسی اقدام به یافتن این کودک کرد. آنها نه تنها بسته ای ویژه از لباس خود را به این کودک هدیه دادند، بلکه لباس فصل آینده شان را نیز با الهام از طرح ساده این کودک طراحی کردند. بدون تردید شیوه این تیم در راستای شخصی سازی برندش برای طرفدارانش قابل ستایش است. متأسفانه بسیاری از برندها نسبت به اهمیت این موضوع توجه کافی را ندارند. به همین خاطر در مواقع موردنیاز با مشکلات زیادی در زمینه جلب توجه مشتریان خود مواجه می شوند.

نکته جالب در مورد طراحی پیراهن تازه تیم دانشگاه تنسی فروش سریع آن در خردهفروشی های آنلاین بود. به این ترتیب مردم از ایده جالب این تیم حمایت بسیار زیادی کردند.

همکاری در برندسازی

به نظر من برندها امکان استفاده از مزیت های برندسازی مشترک با یکدیگر را دارند. فرقی ندارد در این میان چه استراتژی مدنظرمان باشد. در هر صورت امکان استفاده مناسب از همکاری میان برندها برای به هیجان انداختن مشتریان وجود دارد. بسیاری از مردم علاقه مند به مشاهده برندهای محبوب شان در کنار هم هستند. به این ترتیب با همکاری دوجانبه علاوه بر برندسازی بهتر، امکان جلب نظر مشتریان بیشتری نیز فراهم خواهد شد. امروزه دیگر عرصه برندسازی رقابت بی پایان میان برندهای مختلف نیست. اکنون مزیت های همکاری بسیار بیشتر از هزینه های رقابت است، بنابراین باید انطباق مناسبی با این شیوه تازه پیدا کنیم.

منبع: brandingstrategyinsider



مناسب نقش انکارناپذیری در بهبود کیفیت عملکرد ما خواهد داشت. جالب اینکه استفاده از ابزارهای پیشرفته هزینه چندانی هم برای برندها در پی نخواهد داشت.

پایان دوران کنترل یکجانبه

براساس گزارش موسسه iab در سال ۲۰۱۸ موج تازه ای در زمینه ساماندهی امور تبلیغاتی به صورت درون شرکتی راه افتاده است. این امر بیانگر تمایل بیشتر برندها به خلق محتوای تبلیغاتی بدون همکاری با آژانس های متعدد است. اکنون ایجاد بخش بازاریابی و تبلیغات در شرکت ها بدل به امری طبیعی شده است. مزیت این شیوه تازه بسیار واضح است. نخست اینکه دیگر نیازی به پرداخت هزینه های کلان برای بهبود وضعیت بازاریابی و تبلیغات برندمان نخواهد بود. همچنین فرصت نظارت کامل بر روی فرآیندهای موجود نیز فراهم می شود. اگرچه بسیاری از برندها تمام فرآیند بازاریابی و تبلیغات را به صورت درون شرکتی ساماندهی می کنند، اما غول های بزرگ کسب و کار فقط بخش های مشخصی را به صورت درون شرکتی تحت کنترل دارند. نکته مهم در مورد هر دو شیوه مورد بحث سهولت کار برندها در پی تصمیم تازه شان است.

وقتی ما تبلیغات برندمان را به صورت درون شرکتی ساماندهی می کنیم، کنترل فزاینده ای بر روی تمام امور خواهیم داشت. این امر فرصت واکنش سریع به بازخورد مخاطب را می دهد. فرآیند به روز رسانی و اعمال تغییرات در کمپین ها به این شیوه با سرعت بیشتری دنبال می شود. نکته مهم در اینجا نیاز به کمک و راهنمایی اغلب برندها در ساماندهی امور تبلیغاتی شان است. بدون تردید شرکت ما یک آژانس تبلیغاتی نیست. به همین خاطر عدم آگاهی از نکات مختلف طبیعی خواهد بود. از نظر من تبلیغات درون شرکتی بسیار خوب است، اما کمک گرفتن از دیگران را نباید فراموش کرد. این امر ما را به موفقیت های بیشتری در حوزه تبلیغات هدایت خواهد کرد. مشکل اصلی بسیاری از برندها افزایش میل شان به اعمال کنترل بر همه جنبه های کارشان است. این امر با هدف کاهش هزینه های جاری صورت می گیرد. از نظر من این امر در برخی جنبه ها هیچ توجیه منطقی ندارد. به عنوان مثال، ساماندهی بخش تبلیغات به صورت کاملاً درون شرکتی موجب ایجاد مشکلاتی می شود. عدم تخصص کافی در زمینه تبلیغات ناراضی مشتریان را افزایش می دهد. به علاوه اغلب برندها فرصت کافی برای اطلاع دقیق از تغییرات حوزه تبلیغات را ندارند. به این ترتیب الگوی تبلیغات آنها بدون توجه به تحولات تازه دست نخورده خواهد ماند. این امر در عمل میزان فروش برندها را به شدت کاهش می دهد. در نتیجه تاثیر گذاری تبلیغات برندها به شدت کاهش می یابد. بدون شک بازگشت به الگوی سنتی همکاری با آژانس های تبلیغاتی امکان پذیر نیست. راهکار موردنظر من همکاری با آژانس های تبلیغاتی در راستای افزایش دانش و مهارت کارمندان مان است. به این ترتیب با پرداخت هزینه کمتر از مزایای بیشتری برخوردار می شویم. هدف اصلی در اینجا کمک گرفتن از آژانس های تبلیغاتی برای بهبود عملکرد برندمان است. متأسفانه امکان ساماندهی تمام امور تبلیغاتی به صورت یکجانبه وجود ندارد. به همین خاطر انتخاب همکاری های مناسب ضروری خواهد بود. در غیر این صورت وضعیت برندمان به خطر خواهد افتاد.

بنا بر آنچه گفته شد، شما چه برنامه ای برای انتخاب همکار تازه در حوزه تبلیغات دارید؟ بسیاری از برندها حتی به این امر فکر هم نمی کنند. توجه به نکات مورد بحث در این مقاله به شما کمک شایانی در راستای انتخاب تان خواهد کرد. به این ترتیب دست کم یک گام از رقابتی تان جلو خواهید بود.

منبع: thedrum

چه چیزی در دنیای تبلیغات تغییر کرده است؟

تغییر دنیای تبلیغات و ضرورت جست و جوی همکاران تازه

تیم های تبلیغاتی وظیفه اصلی شان پس از نمایش کمپین شروع می شود. آنها موظف به بررسی دقیق امور و گزارش نحوه تغییر سلیقه مخاطب هستند. به علاوه، دیگر هدف اصلی از تبلیغات افزایش فروش نیست. بهبود جایگاه برند و آگاهی بخشی به مشتریان اهداف کیفی محسوب می شوند. بی تردید چالش های زیادی در زمینه ارزیابی درست اهداف تازه وجود خواهد داشت.

امروزه شرکت ها تمایل چندانی به استخدام تیم تبلیغاتی پر تعداد ندارند. به جای آن تمرکز اصلی برندها بر روی ایجاد تیمی کوچک متشکل از کارمندان حرفه ای است. این امر به آنها فرصت مناسبی در راستای فعالیت تاثیر گذارتر با هزینه کمتر می دهد. اکنون مهارت افراد اهمیت مرکزی دارد. به این ترتیب طراح های تبلیغاتی باید مهارت های نوین را به خوبی فرا بگیرند. در غیر این صورت در ادامه مسیر با مشکلات زیادی مواجه خواهند شد. وظیفه برندها در این میان ایجاد ساز و کاری مناسب برای افزایش مهارت های کارمندان شان است. در غیر این صورت به زودی با چالش های بسیار دشواری مواجه می شوند.

اولویت آگاهی از نسل جدید فروشگاه ها

یکی از تغییرات مهم در عرصه تبلیغات افزایش انتظارات مشتریان از محصولات است. به این ترتیب مشتریان علاقه مند به دریافت خدمات پس از فروش گسترده هستند. برندها باید تاکید مناسبی بر روی این عامل داشته باشند. در غیر این صورت کمپین های تبلیغاتی شان با شکست مواجه می شود.

امروزه بسیاری از مردم به سوی خرید آنلاین محصولات مورد نیازشان تمایل پیدا کرده اند. به این ترتیب برندها نیز باید به فکر فروش آنلاین محصولات و خدمات شان باشند. یکی از راهکارهای مناسب در این میان همکاری با خردهفروشی های اینترنتی محلی نیز همیشه سودآور خواهد بود. در بسیاری از مناطق مردم به جای خرید از فروشگاه های بزرگ به خردهفروشی های کوچک اعتماد می کنند. این امر ضرورت همکاری گسترده با خردهفروشی های کوچک را نشان می دهد. با کاهش هزینه های جابه جایی محصولات به فروشگاه های فیزیکی میزان سود برندها افزایش چشمگیری می یابد. در صورت توانایی در زمینه راهاندازی بخش فروش آنلاین سود مورد نظر دوچندان خواهد شد.

اهمیت ساماندهی تیم ماهر به جای گردآوری اطلاعات محض

امروزه تغییرات زیادی در عرصه دیجیتال روی داده است. همین امر برندها را با اطلاعات گسترده ای مواجه ساخته است. نکته مهم در این میان مهارت کافی اعضای تیم تبلیغاتی برای استفاده مناسب از اطلاعات موجود است. متأسفانه بسیاری از برندها علی رغم بهره مندی از داده های گسترده توانایی استفاده کاربردی از آنها را ندارند. به این ترتیب در عمل اطلاعات موردنظر هیچ مزیتی برای آنها به ارمان نمی آورد.

در الگوی سنتی تبلیغات گردآوری اطلاعات دشوارترین بخش کار بود، با این حال اکنون وضعیت فرق می کند. گردآوری اطلاعات بسیار ساده شده است. اکنون چالش اصلی تحلیل اطلاعات است. به همین خاطر تاکید اصلی من بر روی همکاری با تیم های تبلیغاتی ماهر و متخصص در زمینه تحلیل اطلاعات خواهد بود. بحث شخصی سازی تبلیغات و نمایش هوشمند آنها به مشتریان مستعد بدون دسترسی و ترجمه اطلاعات کاربردی به زبان ساده امکان ناپذیر خواهد بود. بسیاری از برندها به دلیل عدم آگاهی کافی در این حوزه با مشکلات متعددی مواجه می شوند. به نظر من با اندکی تمرکز بیشتر بر روی موضوع و تلاش برای یادگیری مهارت های لازم مشکلات برندها حل می شود.

نکته مهم درخصوص تحلیل داده ها توجه به تغییر مداوم شیوه های تحلیل و ابزارهای دیجیتال در دسترس است. بدون تردید استفاده از ابزار

به قلم: رابرت ویستر کرشناس امور تبلیغات

ترجمه: علی آل علی

فهم تحول و ایجاد تغییر در دنیای کسب و کار نیازمند دانش و تجربه زیادی نیست. مردم عادی نیز به خوبی از ماهیت این تغییر آگاهی دارند. امروزه دیگر هیچ خبری از الگوهای تبلیغاتی یک دهه پیش نیست. به نظر گفت و گو در مورد تفاوت های دنیای تبلیغات در سده کنونی با دوران قبل به هیچ وجه ضروری نخواهد بود. همه ما در طول چند دهه اخیر به خوبی تغییرات حوزه تبلیغات را مشاهده کرده ایم. نکته مهم در این میان ایجاد تغییرات بسیار بنیادی تر در طول چند سال اخیر است. اگر تا پیش از این دنیای تبلیغات هر دهه یکبار تغییر می کرد، اکنون هر چند سال یکبار این امر رخ می دهد. برندهای نظیر فیس بوک و گوگل نقش نخست را در چنین تغییراتی ایفا می کنند. به این ترتیب آنها با برنامه ریزی دقیق حوزه بازاریابی و تبلیغات را دستخوش تحول بنیادی کرده اند. تمایل به عقد قراردادهای تجاری طولانی مدت از سوی این دو برند کنترل تمام حوزه تبلیغات را به آنها داده است. به نظر من اکنون این دو غول دنیای دیجیتال توانایی راهاندازی هر نوع سرو صدایی در حوزه تبلیغات را دارند.

در طول یک دهه اخیر تحول اساسی در حوزه تبلیغات ایجاد شده است. همزمان با توسعه فناوری اینترنت و ظهور شبکه های اجتماعی بخش قابل توجهی از کمپین های تبلیغاتی برندها به فضای آنلاین منتقل شد. به این ترتیب دیگر خبر چندانی از تبلیغات چاپی و محیطی نیست. اگرچه هنوز این مدل ها به حیات شان ادامه می دهند، اما دیگر از دوران طلایی شان فاصله گرفته اند.

وقتی حوزه تبلیغات به صورت آنلاین دنبال می شود، نیازهای تازه ای برای شرکت ها ایجاد خواهد شد. به همین خاطر جهت گیری در راستای استخدام نیروی کار جدید با مهارت های بالاتر ضروری خواهد بود. علاوه بر این همکاری با آژانس های تبلیغاتی با برندهای نظیر فیس بوک و گوگل نیز اجتناب ناپذیر می نماید.

اکنون دوره جذابی برای برندها شروع شده است. آنها امکانات گسترده ای در اختیار دارند. پیش از این هرگز امکان دسترسی به حجم وسیعی از اطلاعات در مورد مشتریان و تحلیل خودکار آنها از سوی نرم افزارهای دارای هوش مصنوعی نبود، با این حال اکنون این امور بدل به فرآیندهایی معمولی شده اند. وقتی ما اطلاعات بیشتر و کاربردی در مورد مشتریان در اختیار داشته باشیم، فرآیند رسیدگی به امور نیز ساده تر خواهد شد. به طور مشخص، خلق تبلیغات تاثیر گذار و جذاب بدل به امری ساده تر شده است. نکته مهم در اینجا دسترسی رقابتی ما به تکنولوژی مشابه آنچه ما داریم، است. به این ترتیب در عمل مشتریان دامنه وسیعی از انتخاب ها را دارند. در این میان جلب توجه مشتریان بدون ارائه کیفیتی برتر و ایجاد تفاوت در ساختار تبلیغاتی برندمان امکان ناپذیر خواهد بود.

بدون شک دوران تبلیغات سنتی تمام شده است. الگوهای تبلیغاتی مدرن نیز دستخوش تحولند. با این حساب اطلاع از آخرین تغییرات حوزه تبلیغات برای هر کسب و کاری مهم خواهد بود. در این مقاله برخی از مهم ترین تغییرات تبلیغاتی مورد بررسی قرار خواهد گرفت.

اهمیت انگیزه و توانایی هماهنگی با چالش های جدید

بدون شک تغییرات ایجاد شده در زمینه تبلیغات نیازمند بازسازی و تعریف مجدد الگوی رابطه میان طراح های تبلیغاتی و آژانس های تبلیغاتی است. امروزه شرکت ها انتظارات بسیار بیشتری از طراح های تبلیغاتی دارند. به این ترتیب باید اطلاع دقیق از سطح نیازهای تازه برندها داشته باشیم. در گذشته وظیفه اصلی بخش طراحی تبلیغات یک شرکت ایجاد کمپینی جذاب و هیجان انگیز بود. پس از تولید تبلیغ موردنظر وظیفه تیم تبلیغاتی تمام می شد. آن روزها دیگر به پایان رسیده است. اکنون

ایستگاه بازاریابی

بررسی برترین اپ های بازاریابی در اینستاگرام(۱)

بازاریابی موفق در اینستاگرام با ۱۷ اپ کاربردی

به قلم: کریستیانا نیویری کارشناس بازاریابی و تبلیات

ترجمه: علی آل علی

اینستاگرام یکی از پلتفرم های اجتماعی مشهور در سراسر جهان محسوب می شود. این امر موجب فعالیت برندهای بزرگ و کوچک در آن شده است. امروزه با جست و جویی ساده در اینستاگرام به اکانت رسمی برندهای گوناگون بر خواهیم خورد. اگرچه ابزارهای درونی اینستاگرام برای ویرایش تصویر و ویدئوی کوتاه کاربردی زیادی دارد، اما گاهی اوقات نیاز به ابزارهای جانبی به شدت احساس می شود.

بازاریاب ها برای جلب نظر مخاطب باید محتوایی جذاب و متفاوت از سبک رایج تولید کنند. این امر بدون استفاده از نرم افزارهای پیشرفته و دقیق امکان پذیر نخواهد بود. استفاده از نرم افزارهای حرفه ای مانند فوتوشاپ همیشه گزینه مطلوبی به نظر می رسد. با این حال اغلب افراد مهارت لازم برای استفاده از فوتوشاپ را ندارند. خبر خوش برای این دسته از کارآفرینان عرضه اپ های موبایلی متنوع برای ویرایش تصویر و ویدئوهای مختلف است. اکنون هر کارآفرینی براساس سطح نیاز خود امکان انتخاب از میان شمار عظیم اپ های ویرایش را خواهد داشت.

در این مقاله هدف اصلی من بررسی برترین اپ های کاربردی برای استفاده بهتر از اینستاگرام در راستای اهداف بازاریابی است. این ابزارها به طور کلی در چهار گروه دسته بندی می شود:

- اپ های ویرایش تصویر
- اپ های طراحی و ویرایش پوسته و طرح های گرافیکی
- ابزارهای بهینه سازی ویدئو
- ابزارهای جمع آوری و طبقه بندی اطلاعات مربوط به مخاطب ها

خوشبختانه اکنون اپ های پرشماری برای تولید محتوای جذاب در بخش استوری نیز وجود دارد، با این حال محدودیت مقاله پیش روی امکان پرداختن به آنها را فراهم نمی کند، با این حساب در اینجا فقط به بررسی ابزارهای مفید برای تولید پست های جذاب تر می پردازیم.

اپ های ویرایش تصویر VSCO.۱

نسخه معمولی این اپ به صورت رایگان عرضه می شود. در صورت علاقه به استفاده از نسخه پیشرفته باید حق اشتراک ۱۹,۹۹ دلار در سال را پرداخت کنیم. مزیت اصلی این ابزار عرضه آن برای هر دو سیستم عامل اندروید و IOS است.

اپ VSCO یکی از بهترین گزینه های ممکن برای ویرایش تصاویر در گوشی های هوشمند است. اکنون ۱۹۵ میلیون پست در اینستاگرام با هشتگ این اپ وجود دارد. البته مقدار واقعی استفاده کاربران از آن بسیار بیشتر است. این آمار مربوط به کاربران علاقه مند به درج هشتگ اختصاصی VSCO است. در نسخه رایگان امکان استفاده از ۱۰ ابزار اساسی این اپ وجود دارد. در صورت علاقه به استفاده از تمام امکانات باید حق اشتراک سالانه پرداخت شود.

۲. اسنپ سید

اپ اسنپ سید یکی از کاربردی ترین ابزارهای ویرایش عکس محسوب می شود. مزیت اصلی آن ارائه اش به صورت کاملا رایگان است. به علاوه کاربران اندروید و IOS نیز امکان دسترسی به آن را دارند.

وقتی گوگل اقدام به طراحی یک نرم افزار کند، اعتبار و کیفیت آن تضمین خواهد شد. در مورد اسنپ سید حضور گوگل به عنوان توسعه دهنده اصلی خیال بسیاری از کاربران را راحت می کند. در طراحی این اپ بسیاری از امکانات مشابه فوتوشاپ به کار گرفته شده است. به این ترتیب امکان حذف جزئیات آزاردهنده تصویر وجود خواهد داشت. اگر کیفیت عکس تان نامناسب است، با استفاده از اسنپ سید ایرادهای آن تا حد زیادی رفع خواهد شد.

۳. A Color Story

این اپ همانطور که از نامش پیداست، در پی کمک به کاربران در راستای خلق یک داستان رنگی است. نسخه رایگان این اپ با امکانات محدود عرضه می شود. به منظور استفاده از نسخه کامل نیز باید حق اشتراک ۲۴,۹۹ دلار در سال پرداخت شود. دسترسی به آن از طریق اندروید و IOS نکته قابل توجه این داستان رنگی است.

این اپ پس از عرضه به بازار از سوی اپ استور هر دو عنوان «بهترین اپ جدید» و «بهترین اپ سال» را به دست آورد. A Color Story علاوه بر ارائه امکانات گسترده و کاربردی از رابط کاربری ساده نیز بهره می برد. به این ترتیب برای استفاده از آن نیازی به مهارت بالا در زمینه کار با نرم افزارهای ویرایش تصویر نخواهیم داشت.

۴. Priime

این اپ یکی از گزینه های بسیار ارزان در فهرست ماست. با پرداخت هزینه ۲,۹۹ دلاری در ابتدا امکان استفاده نامحدود از Priime وجود خواهد داشت. تنها نکته منفی ماجرا عرضه انحصاری این اپ برای سیستم عامل IOS است.

اگر از محصولات اپل استفاده می کنید، دانلود این اپ امکانات ویرایشی گسترده ای در اختیار شما قرار خواهد داد. هدف اصلی از طراحی این اپ ایجاد رنگ های سرزنده در تصاویر است. Priime بیشترین هماهنگی با دوربین آیفون را دارد. به این ترتیب تجربه عکاسی کاربران آیفون به طور کامل دگرگون خواهد شد.

بدون تردید بسیاری از ما در زمینه ویرایش تصویر تخصص چندانی نداریم. در اینجا Priime با استفاده از هوش مصنوعی توصیه های کاربردی برای ویرایش بهینه تصاویرمان را ارائه می کند.

ادامه دارد ...

منبع: hootsuite



به قلم: جارد آتچیسون موسس سایت WPForms و کارشناس بازاریابی دیجیتال

ترجمه: علی آل علی

تا همین چند سال پیش نسل Z (افراد متولد بعد از سال ۱۹۹۷ میلادی) اهمیت چندانی برای بازاریاب ها نداشتند، با این حال اکنون نسل جوان بدل به یکی از نیروهای عالی خرید در بازار شده است. برندها برای جلب نظر مشتریان نسل Z کار دشواری پیش رو دارند. این نسل از مشتریان به سادگی تن به خرید محصولات موردنظرشان از برندی خاص نمی دهند. به نکات ذیل توجه کنید:

- نسل Z اکنون ۴۴ میلیارد دلار قدرت خرید دارد.
- از آنجایی که نسل جوان ۷۵درصد از زمان خود را به صورت آنلاین سپری می - کند، داشتن استراتژی آنلاین دقیق برای جلب نظر آنها ضروری خواهد بود. بخش اصلی استراتژی آنلاین ما باید معطوف به شبکه های اجتماعی باشد.

- استراتژی بازاریابی ما باید توجه ویژه ای به گوشی های هوشمند، افراد تاثیرگذار و مسئولیت پذیری آنلاین داشته باشد.

به موازات افزایش سن نسل میانسال، نسل Z بیش از پیش به سوی اشتغال در بازار کار سوق پیدا می کند. در اینجا منظور اصلی من از نسل Z افراد متولد میانه دهه ۹۰ میلادی تا سال نخست هزار جدید است. این افراد نسل بعدی نیروی کار در اغلب کشورها به حساب می آیند. براساس آمار رسمی مرکز تحقیقاتی گوگل نسل Z ۲۵,۹ درصد از کل جمعیت آمریکا را تشکیل می دهد. همچنین آنها قدرت خریدی معادل ۴۴ میلیارد دلار دارند. اگر برند ما برنامه دقیقی برای جلب نظر این دسته از افراد در اختیار نداشته باشد، بخش زیادی از سرمایه و وقت خود را به هدر خواهد داد. آینده حوزه کسب و کار بدون توجه به نسل جوان قابل ارزیابی نیست. به همین خاطر اغلب برندهای بزرگ سرمایه گذاری هنگفتی بر روی این امر کرده اند.

نکته مهم درخصوص هدف گذاری بر روی جلب نظر مشتریان نسل Z تلاش برای شناخت درست آنهاست. این افراد در اوج شکوفایی تکنولوژی دیجیتال رشد کرده اند، با این حساب مهم ترین ابزار در دسترس آنها برای کسب اطلاعات فناوری اینترنت است. امروزه اگر اینترنت را از نسل جوان بگیریم، تقریبا هیچ چیز برای آنها باقی نخواهد ماند. بنا بر گزارش موسسه NRF بیش از ۷۵درصد از جمعیت نسل جوان در سراسر دنیا به طور مداوم از اینترنت استفاده می کنند. به علاوه، ۸۰درصد از آنها برای خرید به شبکه های اجتماعی مراجعه می کنند. مراجعه آنها به شبکه های اجتماعی بیشتر حالت کسب اطلاعات مفید را دارد، بنابراین برندها باید به فکر توسعه اطلاعات مفید در این فضا باشند. اشتباه اغلب برندها تلاش برای فروش مستقیم از طریق شبکه های اجتماعی است.

نسل Z مانند والدین شان به تکنیک های سنتی بازاریابی واکنش مناسب نشان نمی -دهند. در حقیقت آنها از الگوهای سنتی بازاریابی تنفر شدید دارند. امروزه با پیشرفت دنیای اینترنت ابزارهای مسدودسازی تبلیغات نیز توسعه شگرفی داشته است. نسل جوان مهارت بسیار بالایی در استفاده از این ابزارها دارد. راهکار بازاریابی مناسب برای جلب نظر مشتریان نسل Z تلاش برای برقراری ارتباط نزدیک و صمیمی با آنهاست. در حقیقت

چگونه نگاه مخاطب نسل Z در شبکه های اجتماعی را جلب کنیم؟

نکات طلایی بازاریابی برای نسل جوان

الگوی بازاریابی ما باید تا حد زیادی تغییر یابد. به این ترتیب امکان جلب نظر مشتریان نسل جوان فراهم خواهد شد.

در ادامه این مقاله سه محور کلیدی برای جلب نظر مشتریان نسل جوان مورد بررسی قرار خواهد گرفت.

۱. تمرکز بر روی استراتژی موبایلی

براساس گزارش ویلاگ WPForms حدود ۴۵درصد از بازاریاب ها نسبت به تاثیرگذاری استراتژی بازاریابی موبایلی شان شک و تردید دارند. نکته مهم در این زمینه توجه بسیار بالای نسل جوان به گوشی های همراه است. امروزه کمتر جوانی بدون گوشی همراه مشاهده می شود. به همین خاطر گوشی های هوشمند بدل به منبع اصلی کسب اطلاعات برای نها شده است. وقتی از گوشی های هوشمند حرف می زنیم، شبکه- های اجتماعی به عنوان نخستین انتخاب نسل جوان به ذهن می رسد. آنها از شبکه های اجتماعی برای توسعه سطح ارتباط شان با یکدیگر و آشنایی با برندهای تازه استفاده می کنند. اخیرا بخش استوری اینستاگرام تگ مخصوص خرید را معرفی کرده است. این تگ به برندها اجازه درج اطلاعات فروش محصولات شان برای فروش مستقیم را می دهد. کاربران با لمس این تگ ها فرصت مشاهده ویژگی های محصولات و در صورت تمایل سفارش مستقیم آنها را خواهند داشت. از آنجایی که ۵۳درصد از جوانان به منظور خرید از گوشی های هوشمند استفاده می کنند، سرمایه گذاری بر روی معرفی محصولات در اینستاگرام ضروری به نظر می رسد.

کسب اطلاعات در مورد محصولات مختلف فقط بخشی از اهمیت شبکه های اجتماعی محسوب می شود. یکی دیگر از نکات مهم در مورد شبکه های اجتماعی تجربه ارتباط مشتریان با برندهاست. براساس گزارش موسسه INC هیچ کدام از کاربران نسل Z اینستاگرام در صورت مواجهه با تجربه ای نامطلوب در زمینه ارتباط آنلاین با یک برند آن را به دوستانش توصیه نخواهد کرد. این امر اهمیت سرمایه گذاری بر روی اینستاگرام به منظور ارائه تجربه بهینه ارتباط با مشتریان را افزایش می دهد.

هر کسب و کاری اگر به دنبال جلب نظر مشتریان نسل Z است، باید به ایجاد هماهنگی میان سایت رسمی اش با تجربه کاربران گوشی های همراه توجه کند. در غیر این صورت تمام زحمات برند موردنظر بی نتیجه خواهد ماند.

۲. همکاری با افراد تاثیرگذار

نسل Z نسبت به برندی که محصول مورد نظرشان را از آن خریداری می کنند، بیشتر از نسل میانسال دقت دارند. برخلاف نسل قدیمی، جوان ها تمایل کمی به اعتماد فوری به برندها دارند. بر این اساس برندها باید تلاش بیشتری برای جلب نظر آنها از خود نشان دهند. یکی از ویژگی های اصلی نسل جوان عادت به مطالعه پیرامون برندها و محصولات مختلف پیش از خرید است. این امر ارائه اطلاعات مناسب در مورد محصولات مان در شبکه های اجتماعی و سایت های معتبر را ضروری می سازد. بدون توسعه هویت برنمدان در فضای آنلاین نسل Z اطلاعات کافی از ما به دست نخواهد آورد.

نسل جوان اعتماد فوق العاده ای به سلبریتی ها دارد. البته مفهوم سلبریتی در اینجا با اعتبار و اصالت گره خورده است. به این ترتیب نسل جوان به هر نوع فرد مشهوری اعتماد نخواهد داشت. نکته مهم در زمینه اصالت سلبریتی ها عدم تبلیغ صرف هر محصولی برای کسب درآمد است. نسل

منبع: business



چگونه استارت آپ های ضعیف را شناسایی کنیم؟

۵ نشانه ایده های کسب و کار ضعیف

به قلم: آر جی فورمتا کارشناس امور کسب و کار

ترجمه: علی علی

حوزه کارآفرینی پر از افراد مستعد و علاقه‌مند است. اغلب کارآفرینان ایده‌های مختلفی برای ورود به دنیای کسب و کار دارند، با این حال همه ایده‌های آنها بدل به واقعیت نمی‌شود. بسیاری از ایده‌ها و برنامه‌های کار پیش از تحقق به دست فراموشی سپرده می‌شود. چنین امری به دلیل بی‌توجهی افراد به ایده‌های شان یا فراموش کاری نیست. حوزه کسب و کار دشواری‌های خاص خود را دارد. به همین خاطر پس از طراحی ایده کاری باید امکان تحقیق آن را ارزیابی کرد. متأسفانه بسیاری از کارآفرینان تازه‌کار بدون توجه به وضعیت موجود بازار اقدام به ایده‌پردازی می‌کنند. به این ترتیب ایده‌های آنها در عمل راه به جایی نمی‌برد. یکی از دلایل آمار بالای شکست کارآفرینان جوان همین نکته است. در این مقاله من برخی از مهم‌ترین دلایل شکست کارآفرینان در حوزه ایده‌پردازی را بررسی می‌کنم. هدف اصلی من بیان نشانه‌های شناسایی ایده‌های کارآفرینی ضعیف است. به این ترتیب امکان اجتناب از بروز شکست وجود خواهد داشت.

۱. عدم تقاضا برای راه حل مان

ایده کاری ما باید در راستای حل یا کاهش مشکلات مشتریان باشد. به این ترتیب مشتریان جذب ایده برندمان خواهند شد. با نگاهی به عملکرد برندهای بزرگ به خوبی اهمیت این نکته آشکار می‌شود. امروزه اغلب برندهای بزرگ در تلاش برای شناسایی نیازهای مشتریان و پاسخگویی مناسب به آنها هستند. این امر ادامه فعالیت تجاری آنها را تضمین می‌کند. اگر برندها به این نکته توجه نشان ندهند، تفاوتی میان فعالیت آنها با رقبا وجود نخواهد داشت. در نتیجه فرآیند تصمیم‌گیری خرید برای مشتریان بدل به امری دشواری و پیچیده خواهد شد. اگر محصول یا سرویس ما در بازار با تقاضایی مواجه نیست، این امر پیام روشنی در خود دارد. مشتریان وقتی نیازی به خرید محصول ما مشاهده نکنند، حتی به آن نگاه نیز نخواهند کرد. در اینجا نوبت به خلاقیت برند ما می‌رسد. ابتدا باید چند پرسش مهم را پاسخ دهیم. چرا مشتریان به محصول ما توجه نمی‌کنند؟ ما در فرآیند شناسایی مشکلات مشتریان چه اشتباهاتی مرتکب شده‌ایم؟ وقتی ما نیاز اصلی مشتریان را به خوبی درک نکنیم، در زمینه تولید محصول مناسب با شکست قطعی مواجه خواهیم شد. در این صورت دو راهکار پیش روی ما خواهد بود. نخست تلاش برای ترمیم ایده موردنظر و دوم فراموشی آن و تلاش برای ایده‌پردازی تازه. پیگیری هر کدام از شیوه‌ها بستگی به سطح تحلیل ما از کیفیت ایده اولیه دارد.

۲. بی‌میلی مشتریان به پرداخت هزینه تعیین‌شده برای محصول

یک کسب و کار موفق فقط در صورت تمایل مشتریان به پرداخت هزینه برای خرید محصولاتش توان ادامه حیات دارد. در غیر این صورت تراز مالی شرکت منفی خواهد شد. این امر در کوتاه‌مدت موجب ورشکستگی کسب و کارها می‌شود. به همین دلیل هدف اصلی برندها فروش هرچه بیشتر محصولات شان است. این امر در بسیاری از موارد به منظور توسعه سطح کسب و کار نیست، بلکه عدم مواجهه با شکست به عنوان هدف اولیه مدنظر قرار دارد. نکته مهم در اینجا سطح کیفی محصولات ماست. اگر محصولات ما کاربرد عینی برای مشتریان داشته باشد، آنها تمایل بسیار زیادی به پرداخت هزینه مورد نظر خواهند داشت. نکته مهم در اینجا توجه به خدمات جانبی است. بدون تردید مشتریان برند نایک فقط به دلیل کیفیت بسالای محصولات این برند اقدام به خرید نمی‌کنند. آنها فرهنگ و نحوه ارائه خدمات نایک را نیز دوست دارند. به این ترتیب در حوزه کسب و کار نحوه برخورد ما با مشتریان واجد اهمیت است. در غیر این صورت مشتریان به سراغ محصولات ارزان‌تر می‌روند. بدون شک هیچ برندی تمایل به باخت در برابر شرکت‌های کوچک‌تر را ندارد، بنابراین باید فکری به حال وضعیت خدمات جانبی برندمان کنیم.

۳. چالش بی‌رغبتی سرمایه‌گذارها

هر کسب و کاری در فعالیت خود با کمبود بودجه مالی مواجه می‌شود. این امر به معنای شکست برندها نیست. راهکار رایج در میان شرکت‌ها تلاش برای یافتن سرمایه‌گذار به منظور جبران کسری بودجه است. به این ترتیب با همکاری سرمایه‌گذارهای علاقه‌مند امکان گسترش کسب و کار فراهم می‌شود. بسیاری از کارآفرینان جوان برای راهاندازی کسب و کارشان اقدام به ملاقات با سرمایه‌گذارهای مستعد می‌کنند. در صورت جلب نظر این افراد امکان دریافت سپرده سرمایه‌گذاری بالا فراهم خواهد شد. برندها موظف به شراکت سازنده با سرمایه‌گذارها و پرداخت سود مشخص در بازه‌های زمانی خاص هستند. چالش اصلی بسیاری از کارآفرینان جوان ناتوانی در زمینه ترغیب سرمایه‌گذاران است. از نقطه نظر سرمایه‌گذاران، آنها در طول روز با ده‌ها ایده کاری مواجه هستند. انتخاب یک ایده مشخص نیازمند تفاوت آن با دیگران است. به این ترتیب ما باید از کلیشه‌های مرسوم در معرفی ایده‌مان پرهیز کنیم. در غیر این صورت سرمایه‌گذارها با بی‌رغبتی تمام پیشنهاد ما را رد خواهند کرد. نکته مهم در اینجا صرف نظر سرمایه‌گذارها از پیشنهاد ما در صورت مشاهده کوچک-ترین خلال یا ناهماهنگی در کسب و کارمان است، بنابراین پیشنهاد کاری ما باید در نهایت دقت ارائه شود.

۴. مشاهده شکست رقبا

در دنیای امروزه شمار بسیار زیادی از استارت‌آپ‌ها به محض شروع کارشان با شکست مواجه می‌شوند. گاهی اوقات ایده کاری ما پیش از این نیز مورد توجه کارآفرینان قرار گرفته است. به این ترتیب مشاهده شکست دیگر برندها در اجرای ایده تجاری ما نگرانی زیادی ایجاد خواهد کرد. این درد راهاکار موردنظر من در اینجا استفاده از تجربه کارآفرینان قبلی است. غلبه بر نگرانی‌های موجود فقط از طریق درس گرفتن از تجربه ناموفق دیگران امکان‌پذیر خواهد بود. این امر نیازمند برقراری تماس با آنها و درخواست کمک است. شاید برخی از کارآفرینان با این امر مشکل داشته باشند، با این حال تلاش برای ترغیب آنها به همکاری در نهایت نتیجه موردنظرمان را در پی خواهد داشت. به نظر من شکست رقبا نباید ما را ناامید سازد. باید به این امر به مثابه موتور محرک برای کسب موفقیت نگاه کرد.

۵. اتکای استارت‌آپ‌ها به مدهای زودگذر

امروزه اینترنت توسعه بسیار زیادی یافته است. یکی از نتایج منفی این امر تغییر بسیار سریع مدهای مختلف است. یکی از اشتباهات مهلک کارآفرینان جوان استوار ساختن ایده‌های کاری‌شان بر مدهای زودگذر است. به این ترتیب در عمل کسب و کار ما پس از زمان کوتاهی جذابیت خود را از دست خواهد داد. پیشنهاد من در اینجا تمرکز بر روی نیازهای پایدار مشتریان است. به این ترتیب از شکست زود هنگام کسب و کارمان جلوگیری خواهد شد. پس از توجه به نیازهای اصلی امکان توجه مقطعی به مدهای کوتاه‌مدت برای کسب سود بیشتر وجود خواهد داشت. به این ترتیب ما بدون از دست دادن تمرکزمان به سود مقطعی مناسبی نیز دست می‌یابیم.

اگر شما مدت طولانی بر روی یک ایده کاری کار کرده‌اید، باید در مورد توان اجرای آن نیز فکر کنید. متأسفانه بسیاری از ایده‌های مطلوب از نظر ما در عمل امکان تحقق ندارند. به این ترتیب با فراموشی آنها و تلاش برای یافتن ایده‌های جایگزین فرآیند کارآفرینی ما سرعت بیشتری به خود خواهد گرفت.

منبع: ventsmagazine



به قلم: نیکول اسمارت کارآفرین و نویسنده حوزه کارآفرینی و مدیریت

مترجم: امیرعلی علی

شاید مهم‌ترین اقدامی که یک مدیر می‌تواند انجام دهد، به اشتراک گذاشتن رازهایی است که به وی برای کسب موفقیت کمک کرده است. درواقع این امر تنها عامل موفقیت در سطح جهانی خواهد بود. به همین خاطر نیز پس از گذراندن سن ۲۹ سالگی، تصمیم گرفتم تا تمامی مواردی را که کمک‌حال مدیران خواهد بود، گردآوری کرده و در یک مقاله، معرفی کنم. در این رابطه تمامی موارد را مفید دانسته و اقدام به حذف برخی از موارد مشابه کرده‌ام. در همین راستا و در ادامه به بررسی ۲۹ مورد منتخب که تمامی آن چیزهایی است که یک مدیر برای موفقیت به آن نیاز دارد، خواهم پرداخت.

۱- از اهمیت آموزش مداوم غافل نشوید

اگرچه این امر نکته ساده‌ای به نظر می‌رسد، با این حال واقعیت این است که بسیاری از افراد در این زمینه با اشتباهات بزرگی مواجه هستند. همین امر باعث می‌شود تا آنها در توهم آموزش دیدن به سر ببرند. به همین خاطر ضروری است تا آموزش سنتی را کنار گذاشته و به دنبال جدیدترین شیوه‌ها باشید. این امر سرعت بیشتر و یادگیری بهتر را به همراه خواهد داشت. در نهایت در صورتی که برنامه‌ریزی شما به صورت مداوم نباشد، بدون شک بیش‌ترین نتیجه ممکن را به دست نخواهید آورد. در این رابطه فراموش نکنید که افرادی مانند وارن بافت، هنوز هم نرخ مطالعه خود را حفظ کرده‌اند. به همین خاطر نباید برای هیچ دانشی، نقطه پایانی را متصور شد.

۲- در حوزه‌ای فعالیت کنید که کاملاً به آن علاقه مند هستید

شاید بتوان راز اصلی موفقیت را در علاقه دانست. درواقع با نگاهی به برترین‌های جهان نیز نمی‌توان حتی یک نفر را پیدا کرد که به شغل خود علاقه زیادی را نداشته باشد. به همین خاطر قدم گذاشتن در مسیر مورد علاقه، بدون شک سرعت پیشرفت شما را افزایش خواهد داد. در این رابطه توجه داشته باشید که حتی ممکن است هموار کردن مسیر برای حرفه مورد علاقه، سخت‌تر از سایر گزینه‌ها باشد. با این حال رشد سریع شما، تمامی هزینه‌های از دست‌رفته را جبران خواهد کرد. درواقع شما می‌توانید، به پشتوانه علاقه خود، به سطحی دست پیدا کنید که بدون شک در سایر موقعیت‌ها امکان آن حتی تا پایان عمر نیز فراهم نخواهد شد. در این رابطه حتی صرف یک سال برای پیدا کردن حوزه مورد علاقه، ابتدا بد نبوده و نباید زندگی خود را با هیچ فرد دیگری مقایسه کنید. این امر شما را وارد یک رقابت غیرضروری و کاملاً مخرب خواهد کرد.

۳- قدرت نه گفتن را در خود تقویت کنید

بسیاری از موارد کوچک و کم‌اهمیت در زندگی ممکن است زمانی را از افراد اشغال کند که عملاً انجام موارد ضروری را با مشکل مواجه خواهد ساخت. بدون شک کارآفرینی و مدیریت، از جمله پرمشغله‌ترین کارها محسوب می‌شوند. به همین خاطر شما نمی‌توانید به مانند فردی عادی زندگی کرده و در این حرفه نیز به موفقیت‌های چشمگیری دست پیدا کنید. در این رابطه ضروری است تا از همان ابتدا قدرت نه گفتن به هر چیزی که در جهت مخالف با اهداف شما قرار دارد را داشته باشید. درواقع شما باید یک سبک زندگی مخصوص به خود را داشته باشید تا شرایط برای رشد شما فراهم شود. در این رابطه بررسی شیوه زندگی افراد موفق نیز می‌تواند راهنمای عمل بسیار خوبی برای شما باشد. درواقع شما تنها باید به دنبال رسیدگی به اولویت‌های زندگی و کار خود باشید تا پیشرفت کنید.

۴- ایده‌آل‌گر! باشید

اگر نخواهید بهترین عرصه کاری خود باشید، بدون شک خود را

همواره محدود خواهید کرد. این امر در بازار به شدت رقابتی حال حاضر، باعث عدم تحقق رویاها خواهد بود. به همین خاطر تفاوتی ندارد که در چه عرصه‌ای فعالیت دارید، شما باید روحیه یک مبارز واقعی را در خود داشته باشید و رسیدن به بالاترین سطح‌ها را غیرممکن تلقی نکنید. بدون شک این امر باعث خواهد شد تا ویژگی‌های خاصی را پیدا کنید که بدون شک مورد پسند همگان نخواهد بود. این امر اگرچه ممکن است منجر به از دست رفتن بسیاری از دوستان شما شود، با این حال فراموش نکنید که از دست دادن دوستان اشتباه، نه‌تنها یک ضعف نبوده بلکه فضا را برای ورود افراد مناسب‌تر، فراهم خواهد کرد. به همین خاطر ضروری است تا بدون احساس ناامیدی به کار خود ادامه دهید. در این رابطه فراموش نکنید که قدم گذاشتن در راستای اهدافی بزرگ، سخت بوده و لازم است تا خود را برای گذر از دورانی دشوار آماده کنید، با این حال باور به این امر که این موارد کاملاً موقتی بوده و شما به جایگاه دلخواه خود دست پیدا خواهید کرد، روحیه‌ای است که در نهایت شما را به هر هدفی خواهد رساند.

۵- چندین شیوه مدیریتی را تمرین کنید

آفت اصلی بسیاری از مدیران این است که آنها تنها یک شیوه مدیریتی را فرا گرفته و تحت هر شرایطی آن را به اجرا می‌گذارند. این امر باعث خواهد شد تا شرکت با مشکلات بسیار بزرگی مواجه شود. به همین خاطر نیز ضروری است تا چندین روش برای خود داشته باشید. برای مثال تمرین شرایط بحرانی، باعث خواهد شد تا بهترین شیوه رفتاری برای چنین شرایطی را پیدا کنید. با تمرین کافی در این رابطه، شاهد تفاوت‌های خود با سایر مدیران خواهید بود. فراموش نکنید که کسب تجربه، تنها از دل وقوع حوادث تلخ به دست نیامده و شما با تمرین چنین شرایطی، می‌توانید بدون نیاز به اتفاقات تلخ و ناگوار، تجربیات لازم را به دست آورید.

۶- تیم شرکت را اولویت اول خود بدانید

اگرچه همواره گفته می‌شود که باید مشتری را اولویت نخست بدانید، با این حال واقعیت این است که شما در ابتدا تیم خود را شکل خواهید داد و عملکرد آنها میزان مشتری شما را تعیین خواهد کرد. به همین خاطر شایسته است تا آنها را در جایگاه بالاتری تصور کنید. این امر باعث خواهد شد تا تیم به بالاترین سطح راندمان دست پیدا کرده و رشدی سریع را تجربه کنید. در این رابطه فراموش نکنید که حتی مدیران نیز عضوی از تیم شرکت بوده و باید کاملاً با همگان هماهنگ باشند. در نهایت این امر که در زمینه کسب سود، بیش از حد عجولانه رفتار نکنید، زمینه را برای رشد حداکثری خود فراهم خواهد کرد.

۷- در زمینه استخدام با دقت عمل کرده و برای اخراج افراد تا حد امکان سریع باشید

حتی یک استخدام اشتباه نیز ممکن است تا مدت‌ها شما را با مشکل مواجه سازد. به همین خاطر نیز ضروری است تا دقت عمل کافی را در این رابطه داشته و همواره سه گزینه را به صورت آزمایشی مورد استفاده قرار دهید تا در نهایت بهترین گزینه ممکن را پیدا کنید. در این رابطه بهبود همیشگی فرآیند استخدام، از جمله اقدامات ضروری محسوب شده و منجر به جذب بهترین‌های موجود خواهد شد. در نهایت توجه داشته باشید که ساختار شرکت شما باید به نحوی باشد که در صورت نیاز به اخراج و یا جدا شدن یک فرد، این اقدام در کمترین زمان ممکن انجام شود. در غیر این‌صورت این امر خود به مشکلی در شرکت، خصوصاً در زمینه مدیریت زمان منجر خواهد شد.

۸- شکست را به معنای پایان کار تصور نکنید

حتی در بهترین حالت ممکن نیز شما با شکست‌هایی مواجه خواهید شد، با این حال در صورتی که شخصیت قوی‌ای نداشته باشید، بدون

شک بسیار زود ناامید شده و از ادامه دادن منصرف خواهید شد. در این‌صورت فراموش نکنید که حتی برترین کارآفرین‌ها نیز خصوصاً در ابتدای کار خود با شکست‌هایی جدی مواجه بوده‌اند. به همین خاطر ابتدا نادرست نیست اگر افراد موفق را شکست‌خورده‌هایی بدانیم که ناامید نشده‌اند. در این راستا ضروری است تا نگرش خود را نسبت به این مسئله تغییر داده و شکست را تنها به معنای فرصتی برای یادگیری بیشتر تصور کرده و در تلاش برای بهبود سریع روحیه خود باشید.

۹- کتاب هرگز تنها نخورید نوشته کیت فرازنی را مطالعه کنید

این کتاب به قدرت روابط و تاثیر شبکه‌سازی در زمینه پیشرفت افراد اشاره دارد. جالب است بدانید که سایمون سینک، نویسنده و سخنران مطرح نیز این کتاب را به همگان توصیه کرده است. به همین خاطر شما نباید هیچ شانس‌ی را برای گسترش دایره ارتباطات خود از دست بدهید. این افراد حتی اگر در حال حاضر نیز نتوانند کمکی را برای شما به همراه داشته باشند، می‌توان از آنها به عنوان مشتریان آینده استفاده کرد. به همین خاطر در این‌ زمینه نباید بیش از حد کوتاه‌بینانه رفتار کرد.

۱۰- خود را به صورت کامل درگیر کار کنید

بیشترین زمان شما باید به کار اختصاص یابد. فراموش نکنید که بدن انسان قادر است تا به هر شکلی که بخواهید، تغییر کند. به همین خاطر نیز ضروری است تا با اعمال فشار، در درازمدت آستانه تحمل خود در برابر سختی‌ها را افزایش دهید. در این رابطه فراموش نکنید که بیکاری، خود باعث خواهد شد تا ذهن به سمت افکاری برود که ممکن است روحیه شما را تحت تاثیر قرار دهد. به همین خاطر ضروری است که تا حد امکان، ساعات‌های بیکاری خود را کاهش دهید. در نهایت نباید انجام هر کاری را خارج از محدوده وظایف خود تلقی کنید. این امر نیاز به استخدام را خصوصاً در ابتدای کار کاهش خواهد داد که خود یک مزیت بزرگ محسوب می‌شود. همچنین لازم است تا همواره به دنبال افرادی باشید که قادر به انجام چندین کار بوده و از اقداماتی نظیر دورکاری و همکاری بسا پیمانکارها نیز استقبال کنید.

۱۱- نگاهی چندجانبه داشته باشید

با نگاهی به افراد موفق، پی به این نکته خواهید برد که آنها یک ایده جدید را پیدا کرده و با تکیه بر آن، به موفقیتی چشمگیر دست پیدا می‌کنند. این امر نگرش یک فرد برنده را نشان می‌دهد. این امر در حالی است که افراد عادی، به علت این امر که سایرین تاکنون در یک حوزه فعالیت‌ی را نداشته‌اند از کنار حتی بهترین ایده‌ها نیز می‌گذرند. به همین خاطر نیز ضروری است تا نگرش خود را گسترش داده و به دنبال بررسی موضوعات از چند زاویه دید مختلف باشید. این امر بدون شک باعث خواهد شد تا بهترین فرصت‌ها را بتوانید برای خود خلق کنید. در آخر فراموش نکنید که هر یک از قوانین با توجه به نیازهای زمانه خود نوشته شده‌اند. به همین خاطر نباید از اعمال تغییرات در آن واهمه‌ای داشته باشید.

۱۲- همواره برنامه جایگزین برای خود داشته باشید

حتی در بهترین حالت نیز احتمال دارد که همه چیز مطابق پیش‌بینی‌ها جلو نرود. تحت این شرایط اگر راهکاری دیگر را نداشته باشید، بدون شک با توقفی تلخ مواجه خواهید شد. به همین خاطر ضروری است تا برای هر هدف و اقدامی، یک برنامه جایگزین را نیز تعیین کنید، با این حال تنها باید در شرایطی به سراغ این برنامه بروید که با مشکلی جدی و غیرقابل حل مواجه هستید.

ادامه دارد ...

منبع: businesscollective

بنادر و دریانوردی هرمزگان به عنوان دستگاه برتر در بیست و دومین جشنواره شهیدرجایی تقدیر شد



مجمع نمایندگان مردم در مجلس و جمعی از مقامات ارشد استان، از "اله مراد عقیقی پور" مدیرکل بنادر و دریانوردی استان هرمزگان با اهداء لوح و تندیس و ویژه تجلیل و تقدیر بعمل آمد. "صالح دریانورد" رئیس سازمان مدیریت و برنامه ریزی هرمزگان طی سخنانی به تشریح برخی ر کوردهای

بندرعباس – خبرنگار فرصت امروز: اداره کل بنادر و دریانوردی در ارزیابی عملکرد سال ۹۷ ادارات و دستگاه های اجرایی استان هرمزگان در قالب بیست و دومین جشنواره استانی شهید رجایی، موفق به اخذ رتبه برتر در شاخص های عمومی و اختصاصی شد . به گزارش روابط عمومی بنادر و دریانوردی هرمزگان، در جریان برگزاری آیین تجلیل از دستگاه های اجرایی برتر بیست و دومین جشنواره استانی شهید رجایی که ظهر روز پنج شنبه ۲۱ شهریورماه ۹۸ در سالن شرکت ملی گاز بندرعباس برگزار شد، اداره کل بنادر و دریانوردی هرمزگان از سوی سازمان مدیریت و برنامه ریزی استان به عنوان دستگاه برتر معرفی شد و با کسب بالاترین مجموع امتیاز شاخص های عمومی و اختصاصی، جایگاه برتر را در بین بیش از یکصد دستگاه در قالب ارزیابی عملکرد سال ۹۷ در مقایسه با سال ۹۶ کسب کرد. بر همین اساس و طی مراسمی با حضور نماینده ولی فقیه و امام جمعه بندرعباس، استاندار، رئیس کل دادگستری، رئیس و اعضای

گردهمایی مدیران عامل و منابع انسانی صنعت نفت استان ایلام با بهداری و بهداشت غرب کشور



ایلام – هدی منصور: بمظور تبادل نظر و بررسی مشکلات حوزه درمانی کارکنان صنعت نفت استان ایلام گردهمایی با حضور مدیران عامل و مدیران منابع انسانی شرکت های نفتی مستقر در استان با معاون درمان و کارشناسان بهداری و بهداشت غرب کشور به میزبانی شرکت گاز استان ایلام برگزار گردید. در این گردهمایی و تبادل نظر مهندس شمس اللهی مدیر عامل شرکت گاز استان، رفع مشکلات و دغدغه های درمانی کارکنان را از اولویت های سازمان در نگهداشت نیروی انسانی و جلب رضایت خانواده های کارکنان عنوان نمود. وی ابراز امیدواری کرد علی رغم کمبودها و محرومیت های زیرساختی درمان در استان ایلام بتوانیم با گسترش خدمات درمانی صنعت نفت در استان رضایت حداکثری کارکنان را بدست آوریم. در ادامه گردهمایی مدیران عامل شرکت های

نفتی و مدیران منابع انسانی شرکتی به بیان مشکلات،نواقص ،کمبودها و چالش های درمانی کارکنان در استان از جمله نبود پزشکان طرف قرارداد

«پیام تقدیر و تشکر استاندار قم از علما، مردم و دست اندر کاران برگزاری مجالس عزاداری دهه اول محرم»

«اَشْهَادُ عَلٰی الْحُسَيْنِ الْمَقْظُومِ الشَّهِيدِ»

خداى منان را شاکر و سپاسگزاريم که مجالس عزادارى دهه اول محرم، به ويژه مراسم تاسوعا و عاشوراى حسيني، با حضور پرشور و شعور دوست داران امامت و ولايت استان و خيل عظيم زائران و مشتاقان ابا عبدالله الحسین(ع) از استان ها و كشورهاي مختلف، باشكوه و معنويت خاص و در كمال امنيت و آرامش برگزار گرديد و بار ديگر جلوه هاى زيباى از شور و شعور والاى حسيني و عشق و ارادت بي نظير مردم اين خطه مقدس، نسبت به خاندان اهل بيت عصمت و طهارت(ع) را به نمايش گذاشت.

با حکم مدیر عامل شرکت توانیر

محمود دشت بزرگ مدیرعامل شرکت برق منطقه ای خوزستان ابقا شد



خوزستان منصوب می شود؛ از خلدوند متعال توفیق روزافزون جنابعالی را

دیدار مدیرعامل گاز خراسان رضوی با شهروندان در روزهای دوشنبه



خوزستان منصوب می شود؛ از خلدوند متعال توفیق روزافزون جنابعالی را

خوزستان منصوب می شود؛ از خلدوند متعال توفیق روزافزون جنابعالی را

خوزستان منصوب می شود؛ از خلدوند متعال توفیق روزافزون جنابعالی را



خوزستان منصوب می شود؛ از خلدوند متعال توفیق روزافزون جنابعالی را

خوزستان منصوب می شود؛ از خلدوند متعال توفیق روزافزون جنابعالی را

خوزستان منصوب می شود؛ از خلدوند متعال توفیق روزافزون جنابعالی را

خوزستان منصوب می شود؛ از خلدوند متعال توفیق روزافزون جنابعالی را

خوزستان منصوب می شود؛ از خلدوند متعال توفیق روزافزون جنابعالی را

خوزستان منصوب می شود؛ از خلدوند متعال توفیق روزافزون جنابعالی را

خوزستان منصوب می شود؛ از خلدوند متعال توفیق روزافزون جنابعالی را

ایخبار

دیدار مدیرکل محیط زیست استان و فرماندار بندرگز با مدیر مخابرات منطقه گلستان

گرگان –خبرنگار فرصت امروز: کنعانی مدیر کل محیط زیست استان گلستان و احمدی فرماندار شهرستان بندرگز صبح امروز با مهندس شهرداری مدیر مخابرات منطقه گلستان دیدار کردنداین نشست که در محل دفتر مهندس شهرداری مدیر مخابرات منطقه انجام شد، مسائل مرتبط با مخابرات شهرستان بندرگز و محیط زیست استان موردبررسی قرار گرفت.دراین دیدارمدیر مخابرات منطقه گلستان ضمن خوشامدگویی و تسلیت بمناسبت فرارسیدن ایام عاشوراوتاسوعای حسینی از آمادگی مخابرات منطقه گلستان جهت برگزاری انتخابات الکترونیکی در سطح استان خبر داد.مهندس شهرداری تلاش برای رضایت مندی مردم و حفظ اعتماد آنان را مهم توصیف کرد و بر تقویت نقش و تاثیر گذاری مردم تاکید کردوی در ادامه سرعت تجهیزات مخابراتی در سطح شهرهاوروستاها را از دغدغه های مهم شرکت دانست.احمدی فرماندار بندرگز ضمن تقدیر از فعالیت های مخابرات منطقه گلستان همدلی و همراهی دستگاههای اجرایی را عاملی مهم در جهت رشد وپیشرفت استان بیان کرد.و به جهت حل مشکلات مردم به بیان پاره ای از مسائل ومشکلات مخابراتی پرداخت.در ادامه کنعانی مدیر کل محیط زیست استان گلستان آمادگی خود را جهت تعامل بیشتر برای اجرای سایت هاوپوشش تلفن همراه در جنگل گلستان ومناطقی که تحت پوشش محیط زیست می باشند را اعلام کرد

شهردار گرگان: عشق حسینی توطئه‌ها و سنگ اندازی‌ها را خنثی می کند

گرگان –خبرنگار فرصت امروز: شهردار گرگان گفت:اگر عشق حسینی باشد می توانیم برابر تمام توطئه‌ها وسنگ اندازی‌ها مقاومت کنیم و به اهداف بزرگ دست یابیم.به گزارش مرکز اطلاع رسانی روابط عمومی شهرداری گرگان، عبدالرضا دادپود شب گذشته در جمع عزاداران حسینی شهر گرگان در هیات عزاداری بیت‌الهراس(ع) اظهار کرد: همه ما باید قدر برگزاری این مراسم‌ها را بدلیلم‌وی با اشاره به حضور باشکوه جوانان در مراسم‌های عزاداری حسینی گفت:حفظ این آرمان‌ها از اهمیت بالایی برخوردار است وحقیقت عاشورا است که با گذشت چندصدسال از آن واقعه بزرگ حتی نسل‌های امروز را در پای این خیمه‌ها و مساجد وحسینیه‌ها نگه داشته است.شهردار گرگان تصریح کرد:اشعار این روزهای مداحان باید مفهومی بالایی داشته باشد که خوشبختانه بصیرت وشعور حسینی باعث شده امروز این اشعار از زשמند ومفهومی باشند.دادپود گفت: شعور کنار شور حسینی دو عامل مهم پیداکرن راه درست و رسیدن به عاقبت بخیری است.وی بیان کرد:در طول تاریخ منفعت طلبی شخصی ودنیاطلبی آسیب‌های زیادی به جامعه اسلامی وارد کرده است،تنها گذشتن امام حسین علیه‌السلام ومصیبت عاشورا یک دلیلش منفعت طلبی ودنیاطوایی بود حتی از طرف متدینین و خاص، متأسفانه امروز هم درگیر این منفعت طلبی هاهستیم که جامعه اسلامی را تهدید می کند.دادپود گفت:امااگر همین عشق حسینی باشد می توانیم برابر تمام توطئه‌ها وسنگ اندازی‌ها مقاومت کنیم وبه اهداف بزرگ دست یابیم.

مدیر کل بنیاد مسکن انقلاب اسلامی آذربایجان غربی

تجلیل از بازنشستگان بنیاد مسکن انقلاب اسلامی استان

ارومیه- رونق: مهندس محمود بدلی مدیر کل بنیاد مسکن انقلاب اسلامی، در این مراسم بیان نمود: بازنشستگان این نهاد در طول سالها خدمت صادقانه در ارائه فعالیت‌های عمرانی بویژه در روستاها و بازاری مناطق ساحه دیده رحمات زیادی محتمل شدند و با تجربیاتی که در طول خدمت خود بدست آوردند سرمایه این نهادهی باشند،لذا ضمن بهره‌مندی از این تجربیات،همواره باید مورد تکریم قرار گیرند وهر موقع به بنیاد مراجعه نمودند احساس غریبی نکنند و تا حد امکان نیز در راستای ارتقای رفاه این عزیزان ر حمتکش

بیش از پیش تلاش مضاعف داشته باشیم.در ادامه مهندس دیدارایان و جنب آقای سید محمود حسینی از مسئولین کانون بازنشستگان بنیاد مسکن آذربایجان غربی در خصوص اقدامات انجام یافته در کانون برای افزایش سطح رفاه بازنشستگان محترم و نیز اثبث شرکت عمرانی با هدف فعالیت در شاخه های عمرانی و نیز گزاری از صندوق بازنشستگی بنیاد مسکن آذربایجان غربی به سمع ونظر حاضرین در مراسم رساندن در پایان این مراسم از آقایان اسکندر صابر ، هوشنگ غفاری ، حسین معصوم زاده ، مهندس سید هاشم گنجینی، فروزش اسماعیل زاده و سیفعلی سلطان زاده و همکار گرمی جناب آقای جهنگیر تقی یار از واحد روابط عمومی که اسال به درجه شریف بازنشستگی نائل گردیده اند تجلیل بعمل آمد.روابط عمومی بنیاد مسکن آذربایجان غربی نیز به نوبه خود نائل گردیدن این عزیزان به مقام بازنشستگی را تبریک گفته و از خاندون متعال برای این عزیزان طول عمر و شادکامی در کنار خانواده های محترم ایشان را مسئلت دارد.

حضور ۳۵ شرکت معتبر در نخستین نمایشگاه پوشش های ساختمانی اصفهان

اصفهان –فاسم اسد: ۳۵ شرکت معتبر فعال داخلی در نخستین نمایشگاه پوشش های ساختمانی اصفهان (Coverex)، حضور خواهند داشت، به گزارش اداره رسانه شرکت نمایشگاه‌های بین‌المللی استان اصفهان، این نمایشگاه طی روزهای ۲۶ تا ۲۹ شهریورماه در محل برپایی نمایشگاه‌های بین‌المللی استان واقع در پل شهرستان برگزار خواهد شد و شرکت‌های فعال در زمینه شیشه و سازه‌های نما، پوشش‌های نفوذ، پوشش‌های بزرگ نما، ساختمان، چوب، سیمان، رگ و ... را گرد هم جمع خواهد کرد.این شرکت‌ها که به صورت عمده از دو استان تهران و اصفهان در نمایشگاه حضور می‌یابند فعالیت‌ها کالاهای توانمندی های خود را در مساحتی بالغ بر سه هزار مترمربع فضای نمایشگاهی به نمایش خواهند گذاشت.رنگ ریز، رفیر، ریسمان، اصفهان افلام، پارس نما، عقیق نقش جهان، سیمان اصفهان، Oasis، مازند چوب آرد و دفتر معماران بزرگ پلشیر از جمله شرکت‌ها و برندهای معتبر حاضر در نخستین نمایشگاه پوشش های ساختمانی اصفهان به شمار می‌روند.اصفهان برای نخستین بار در کشور میزبان عنوان نمایشگاه پوشش‌های ساختمانی است. همین عامل سبب شده تا شاهد برگزاری یک نمایشگاه کلاً تخصصی باشیم که بسیاری از برندهای معتبر از آن استقبال کرده‌اند. در کنار این نمایشگاه چهار سمینار تخصصی نیز برگزار می‌شود. سمینار صادرات در شرایط کود صنعت ساختمان، سمینار آموزشی ارجو سمینار آموزشی گروه صنعتی ریفار از جمله برندهای جانبی نخستین نمایشگاه پوشش‌های ساختمانی اصفهان به شمار می‌روند.لافت‌اندل به یاد دزد این نمایشگاه می‌توانند از ساعت ۱۶ ر ۲۲ تا ۲۶ تا ۲۹ شهریورماه به محل برپایی نمایشگاه‌های بین‌المللی استان اصفهان واقع در پل شهرستان مراجعه کنند.

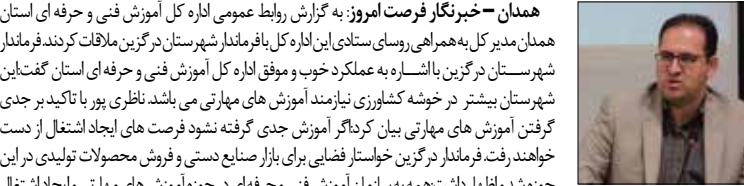
در شرکت نفت مناطق مرکزی ایران تحقق یافت

بیش از ۴۱ هزار متر عملیات حفاری در سال گذشته

کرمانشاه –منیر دشتی: شرکت نفت مناطق مرکزی ایران طی سال گذشته در مجموع با انجام ۴۱ هزار و ۳۲۵ متر عملیات حفاری، ۱۶ حلقه چاه را تکمیل نمود. مهندس رامین حاتمى مدیر عامل شرکت نفت مناطق مرکزی ایران با اعلام این خبر اظهار داشت: در سال ۱۳۹۷ در مجموع ۱۶ حلقه چاه تکمیل شده که از این تعداد ۱۱ حلقه چاه جدید و پنج حلقه چاه تعمیری است. جمع متر اّ حفاری نیز حدود ۳۲ هزار و ۸۸۰ متر چاه جدید و چهار هزار و ۳۴۵ متر چاه تعمیری را شامل می شود.وی افزود: از ۱۶ حلقه چاه حفاری شده هفت حلقه چاه جدید نفتی و چهار حلقه چاه جدید گازی است و حفاری چاههای تعمیری نیز شامل سه چاه تعمیری نفتی و دو چاه تعمیری گازی است.به گزارش روابط عمومی شرکت نفت مناطق مرکزی ایران، مهندس حاتمى با بیان اینکه سال گذشته به طور متوسط از هشت دکل استفاده شده است، درباره وضعیت چاههای حفاری شده نفتی و گازی خاطر نشان کرد: چاههای نفتی جدید در میدانهای سعادت آباد، پایدار غرب، دهلران و نفت شهر، چاههای گازی جدید در میدانهای نار، خانگیران، هما و تنگ بیجار و چاههای تعمیری نفتی در میدانهای آبان، چشمه خوش و دهلران و تعمیری گازی در میدان خانگیران قرار دارد. بر اساس این گزارش، مهندس حاتمى درباره برنامه حفاری شرکت در سال جاری تصریح کرد: تاکنون تعداد ۱۰ حلقه چاه در سال جاری تکمیل شده است که از این تعداد هشت حلقه چاه جدید و دو حلقه چاه تعمیری است که از این هشت حلقه چاه جدید سه چاه نفتی و پنج چاه گازی را شامل می شود. چاههای تعمیری نیز یک چاه نفتی و یک چاه گازی است. همچنین متر اّ حفاری شش هزار و ۸۴۰ متر چاههای جدید و یک هزار و ۲۲۴ متر چاههای تعمیری را در بر می گیرد. متر اّ کلی این ۱۰ حلقه چاه ۲۹ هزار و ۴۲۱ متر می باشد. متوسط استفاده از دکلهای حفاری در حال حاضر نیز شامل هفت دکل است و تا پایان اسمال تعداد ۱۰ و ۱۱ حلقه چاه نیز تکمیل خواهد شد.

مدیر کل فنی و حرفه ای استان همدان در دیدار با فرماندار شهرستان در گزین:

آموزش های مهارتی زمینه ساز اشتغال است

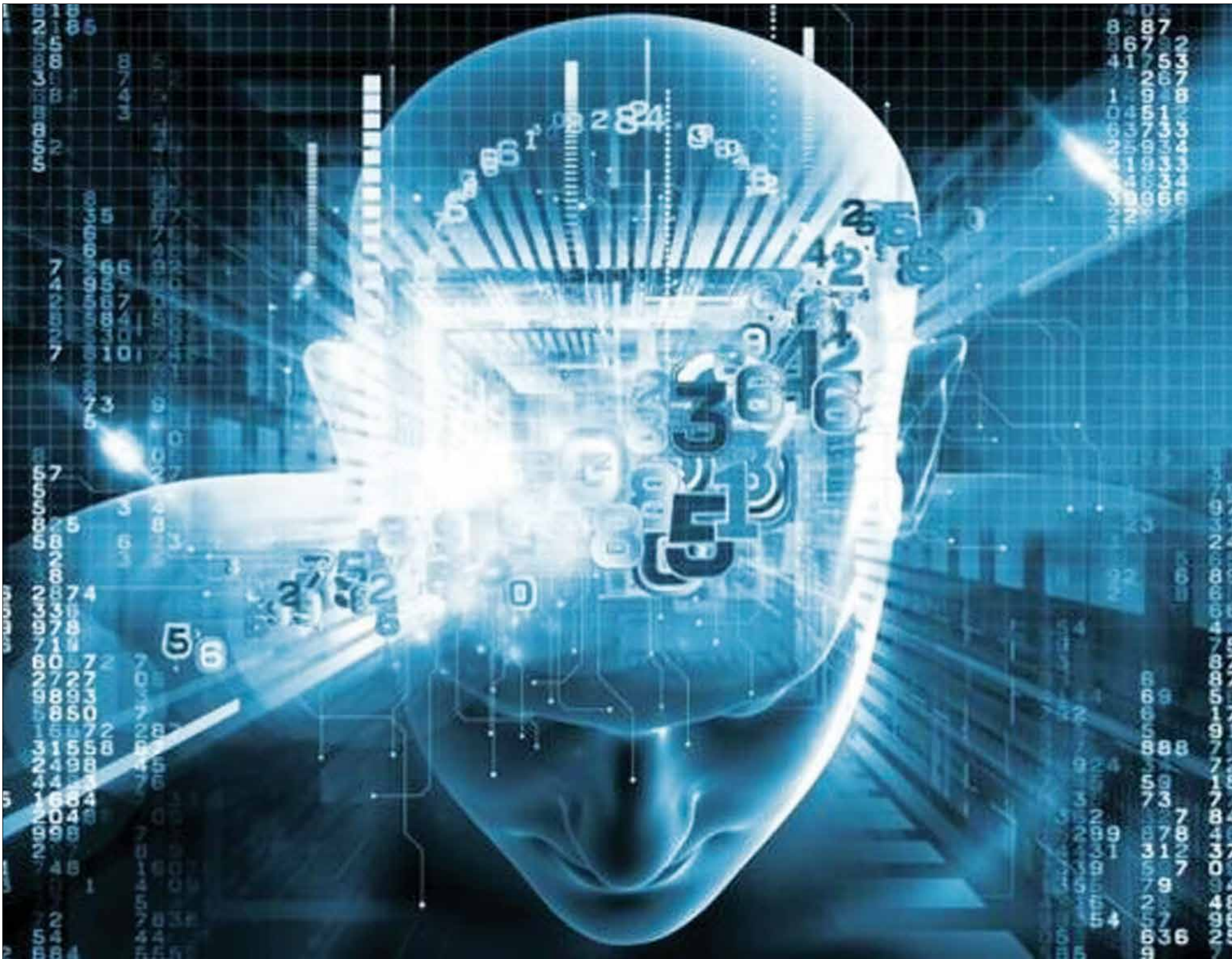


اطمینان دارند در ادامه مدیر کل آموزش فنی و حرفه ای استان همدان گفت:آموزش های مهارتی زمینه ساز اشتغال هست وهب مختارن با تاکید بر مزیت های موجود در استان و منطقه بیان داشت تاوجه به شرایط اقتصادی و فرهنگی هر منطقه آموزش های مورد نیاز را اجرا می کنیم.مختارن همچنین از فعالیت و اجرای دوره های تخصصی در مرکز هتلداری و گردشگری خبر داد و افزود به زودی بزرگترین مرکز آموزشی میل و مینت نیز در شهرستان ملایر افتتاح و راه اندازی خواهد شد.وی از حضور موفقیت آمیز تیم ملی مهارت کشور مان در مسابقات ۲۰۱۹ کارازن، روسیه خبر داد و بیان داشت:تیم ملی مهارت کشورمان موفق شد باخذ یک مدال نقره دو مدال برنز و دو دیپلم افتخار در بین ۴۳ کشور جهان به رتبه ۱۵ دست یابد.

اجرای طرح «مهر تحصیلی» برای کمک به دانش آموزان نیازمند بوشهری

بوشهر – خبرنگار فرصت امروز: مدیر کل اوقاف استان بوشهر: این طرح با هدف اجرای صحیح وامینانه نیت واقفان در موضوعات کمک به تحصیل دانش آموزان اجرا می شود که امسال برای هفتمین سال متوالی در استان بوشهر برگزار شد. به گزارش روابط عمومی اداره کل اوقاف وامور خیریه استان بوشهر، دراسته شروع سال تحصیلی جدید طرح مهر تحصیلی ویزه اعطای بسته های لوازم التحریر به دانش آموزان نیازمند توسط اداره کل اوقاف وامور خیریه استان اجرا گردید. حجت الاسلام اسماعیل پور مدیر کل اوقاف استان با اعلام این خبر افزود: این طرح با هدف اجرای صحیح وامینانه نیت واقفان در موضوعات کمک به تحصیل دانش آموزان اجرا می شود که امسال برای هفتمین سال متوالی در استان بوشهر برگزار شد.مدیر کل اوقاف استان خاطر نشان کرد:امسال نیز همچون سال های گذشته براساس ابلاغ دستور العمل سازمان اوقاف وامور خیریه اداره کل اوقاف استان بوشهر در راستای اجرای امینانه نیت واقفان خرید لندیش و در قالب طرح مهر تحصیلی، ۸۰۰ بسته لوازم التحریر شامل کیف ونوشت افزار باطرح جلدار ایرانی اسلامی به ارزش یک میلیارد و شصت و شصت میلیون ریال برای اجرای این طرح در سال تحصیلی دانش آموزان نیازمند مناطق محروم استان در دو مقطع ابتدایی و متوسطه تهیه واز طریق ادارات اوقاف شهرستان های استان اهداء کرده است

فعالیت ۵۰ استارت آپ در حوزه هوش مصنوعی



هوش مصنوعی محل تلاقی بسیاری از علوم و فنون است که کاربردهای گوناگون و فراوانی در علوم رایانه، علوم مهندسی، علوم زیست‌شناسی و پزشکی، علوم اجتماعی و بسیاری از علوم دیگر دارد. براساس آخرین گزارش، جمهوری اسلامی ایران در بین پرتولیدترین کشورهای علمی دنیا در هوش مصنوعی بوده و براساس اطلاعات سال ۱۹۹۷ تا ۲۰۱۷ ایران رتبه ۱۴ دنیا در حوزه هوش مصنوعی را در اختیار داشته و تعداد مقالات ایران در این مدت ۲۴ هزار و ۲۸ مورد بوده است.

به گزارش مهر از سوی دیگر، ایران هفتمین کشور برتر دنیا از لحاظ مقالات پرستند است و تنها کشوری در خاورمیانه به شمار می‌رود که در بین ۱۰ کشور برتر دارای بیشترین مقالات پرستند جای گرفته است. می‌توان جمع‌بندی کرد که ایران تقریباً ۱۳ درصد از مقالات پرستند هوش مصنوعی دنیا و همچنین ۰۰۲ درصد از مقالات داغ این حوزه را تولید کرده است.

در همین راستا مشروح گفت‌وگو با دکتر مهدی محمدی دبیر ستاد توسعه فناوری‌های اقتصاد دیجیتال و هوشمندسازی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری و عضو هیات علمی دانشگاه تهران درخصوص اهمیت هوش مصنوعی در کشور، میزان تمرکز محققان ایرانی روی هوش مصنوعی، فعالیت‌های شرکت‌های دانش‌بنیان و تیم‌های استارت‌آپی در بخش هوش مصنوعی و اقدامات معاونت علمی در حوزه هوش مصنوعی و... را می‌خوانید.

■ پیشگامان هوش مصنوعی در دنیا چه کشورهایی هستند؟
هوش مصنوعی یک حوزه فناوری کلیدی در هر کشوری است و ۱۰ کشور چین، ویتنام، اندونزی، آمریکا، تایلند، برزیل، فرانسه، انگلستان، لهستان و ایتالیا در این حوزه رشد قابل توجهی کرده‌اند و بیشترین میزان استفاده از این فناوری را دارند. اکنون دنیا به اهمیت زیاد توسعه هوش مصنوعی واقف شده است و در حال حاضر ۶۰ کشور، سندی ملی برای توسعه این فناوری کاربردی در کشور خود تنظیم کرده‌اند. اما این حوزه هم در ایران مورد توجه قرار گرفته است به طوری که محققان در دانشگاه‌ها و شرکت‌های دانش‌بنیان به این موضوع توجه ویژه‌ای کرده‌اند.

■ در حال حاضر چه حوزه‌هایی از هوش مصنوعی بیشتر مورد توجه است؟

پردازش، یادگیری، استدلال و قدرت حل مساله چهار رکن اصلی شکل‌گیری هوش مصنوعی است؛ به همین دلیل می‌توانیم بگوییم این فناوری قادر است تحلیل انسان در برخورد با پدیده‌های طبیعی را ارتقا دهد.

در حال حاضر محققان در چندین مرکز تحقیقاتی در دانشگاه‌های اصلی عمدتاً روی تولید محصول در حوزه هوش مصنوعی فعالیت می‌کنند که بیشتر روی حوزه یادگیری عمیق، پردازش تصویر و صدا، تحلیل داده‌های کلان با استفاده از هوش مصنوعی تمرکز دارند.

گزارش‌های زیادی در مورد جایگاه ایران در زمینه هوش مصنوعی منتشر شده که خبر از وضعیت خوب کشورمان در زمینه تولیدات علمی هوش مصنوعی می‌دهد، اما می‌خواهیم از زبان شما بشنویم که جایگاه ایران در سایر زمینه‌ها به چه صورت است؟

ایران از نظر منابع انسانی و تولید مقالات، جایگاه خوبی در حوزه هوش مصنوعی دارد؛ در حال حاضر ایران رتبه ۱۲ در دنیا را از لحاظ تولید مقالات به خود اختصاص داده است.

بدون شک ظرفیت‌های انسانی خوبی در کشور در حوزه هوش مصنوعی داریم به طوری که حتی برخی از نیروهای انسانی ایرانی خارج از ایران در این حوزه فعالیت می‌کنند که ما می‌توانیم از ظرفیت آنها بهره ببریم.

■ با توجه به اینکه هوش مصنوعی از جمله فناوری‌هایی است که کاربردهای گوناگون در علوم رایانه، علوم مهندسی، علوم زیست‌شناسی و پزشکی، علوم اجتماعی و بسیاری از علوم دیگر دارد و مرتبط با حوزه‌های دیگر در است برمی‌آید که برای توسعه فناوری هوش مصنوعی چه بخش‌هایی باید روی کار بیایند تا با این همگرایی به توسعه هوش مصنوعی در کشور منتهی شود؟

هوش مصنوعی حوزه‌ای است که تنها نمی‌تواند یک محصول باشد بلکه تولید آن نیازمند همگرایی حوزه‌های دیگر از جمله گردشگری، زنجیره تامین، شهر هوشمند، خانه هوشمند و ... است؛ اگر حوزه‌های دیگر به سمت این تکنولوژی بیایند هوش مصنوعی می‌تواند توسعه یابد. در اصل باید زنجیره‌های بالادست عاملی برای توسعه هوش مصنوعی باشند. هوش مصنوعی می‌تواند تحولی در کشور ایجاد کند که این تحول نیازمند همکاری دستگاه‌های اجرایی است؛ به عنوان مثال وزارت صنعت، معدن و تجارت، وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات،

وزارت اقتصاد نیاز است که پا به عرصه بگذارند تا بتوانیم شاهد تحولات حوزه هوش مصنوعی باشیم.

■ تاکنون میزان ورود استارت‌آپ‌ها و شرکت‌های دانش‌بنیان به حوزه هوش مصنوعی چگونه بوده است؟

در حال حاضر تیم‌های استارت‌آپی در زمینه هوش مصنوعی فعالیت می‌کنند؛ به طوری که می‌توان اکنون شاهد فعالیت ۵۰ تیم استارت‌آپی در کشور بود. از طرفی هم شرکت‌های دانش‌بنیان در زمینه هوش مصنوعی می‌توانیم تحول‌آفرین باشیم. بسیاری از کشورها به سمت هوش مصنوعی می‌کنند و اکنون ۱۵-۱۰ شرکت دانش‌بنیان نیز در زمینه هوش مصنوعی محصولاتی را به تولید رسانده‌اند.

■ چشم‌انداز پیشرفت هوش مصنوعی را در کشور چگونه ارزیابی می‌کنید؟
با وجود ظرفیت‌های بالا در زمینه نیروهای انسانی و دانش هوش مصنوعی می‌توانیم تحول‌آفرین باشیم. بسیاری از کشورها به سمت هوش مصنوعی روی آورده‌اند و اگر این موضوع را جدی نگیریم شکاف جدی بین ما و سایر کشورها رخ می‌دهد.

در حال حاضر در زمان طلایی هستیم و باید هوش مصنوعی را دریابیم. با اقداماتی که داشته‌ایم می‌توانیم بگوییم که بدون شک هوش مصنوعی در کشور تحول‌ساز است و اگر در همین ریل حرکت کنیم بدون هیچ اغراقی تا پنج سال دیگر تحول‌آفرینی خواهد شد.

■ برای تحول و پیشرفت آیا نیاز به سرمایه‌گذار در این عرصه نیست که بتواند به استارت‌آپ‌ها و شرکت‌های دانش‌بنیان کمک کند تا این زمانبندی تحول تا پنج سال دیگر در عرصه هوش مصنوعی محقق شود؟

بله. حضور سرمایه‌گذاران و شتاب‌دهنده‌ها می‌تواند در این عرصه تاثیرگذار باشد. البته که با حمایت ستاد توسعه اقتصاد دیجیتال در چهار ماه گذشته سه شتاب‌دهنده تخصصی نیز در این حوزه شکل گرفته است.

برای جذب سرمایه‌گذاری در حوزه هوش مصنوعی در این زمینه با صندوق نوآوری و شکوفایی مذاکراتی داشتیم تا یک صندوق مشترکی توسط معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری و صندوق نوآوری و شکوفایی تشکیل شود و سرمایه‌گذاری در این حوزه افزایش یابد. همچنین توانستیم از سوی ستاد توسعه اقتصاد دیجیتال شرایطی را فراهم آوریم که با سه دانشگاه نیز مذاکراتی داشته باشیم تا آزمایشگاه‌های تخصصی هوش مصنوعی در این دانشگاه‌ها راه‌اندازی شود.

یکی از برنامه‌های ستاد توسعه اقتصاد دیجیتال برای توسعه

این حوزه، پنج برابر کردن سرمایه‌گذاری در حوزه شکل‌گیری استارت‌آپ‌های حوزه هوش مصنوعی است. درواقع یکی از اولویت‌های ستاد، افزایش سرمایه‌گذاری در این حوزه است.

■ با ورود سرمایه‌گذاران به این حوزه چگونه مسیر توسعه هوش مصنوعی متحول خواهد شد؟

می‌بایست سرمایه‌گذاران برای ورود به حوزه هوش مصنوعی ترغیب شوند از این رو ما در ستاد توسعه اقتصاد دیجیتال در صدد هستیم تعداد استارت‌آپ‌های این حوزه را در آینده‌ای نزدیک به ۲۰۰ مورد برسانیم.

■ با توجه به اینکه ستاد توسعه اقتصاد دیجیتال می‌تواند تاثیرگذار در فناوری‌های نوظهور باشد؛ بفرمایید که برنامه‌های ستاد برای توسعه هوش مصنوعی که یکی از شاخه‌های فناوری‌های نوظهور است چیست؟
این ستاد حمایت از فناوری‌های نوظهور را در برنامه خود قرار داده که یکی از این فناوری‌ها، هوش مصنوعی است.

با حمایت‌های ستاد توسعه اقتصاد دیجیتال، شتاب‌دهنده‌ها در حوزه هوش مصنوعی شکل می‌گیرند تا به واسطه شتاب‌دهنده مکانیزم حمایتی از استارت‌آپ‌ها و ایجاد زیرساخت‌های نرم‌افزاری و سخت‌افزاری فراهم شود.

محققان در این حوزه به GPU نیاز دارند که یک سیستم پردازشگر قوی است. این سیستم اکنون در برخی دانشگاه‌ها و کارخانه نوآوری وجود دارد که می‌تواند کار محققان این حوزه را تسهیل کند. ما در ستاد می‌توانیم دسترسی محققان به این سیستم را فراهم سازیم.

■ آقای دکتر محمدی آینده هوش مصنوعی در دنیا را چگونه برآورد می‌کنید؟

حجم اقتصادی این فناوری نوظهور در دنیا تا سال ۲۰۳۰، ۱۶ تریلیون دلار برآورد شده که این عدد بسیار قابل توجه است و یک سوم بازار فعلی جهانی را تشکیل می‌دهد.

ما زیرساخت‌های سخت‌افزاری برای محققان تشکیل داده‌ایم ولی هنوز بازار هوش مصنوعی به خوبی در کشور جا نیفتاده است. از سوی دیگر هر فناوری با نظرات موافق و مخالف مواجه می‌شود و پیامدهای مثبت و منفی زیادی را به همراه دارد. وظیفه ما این است که جنبه‌های مثبت هوش مصنوعی را افزایش دهیم تا بتوانیم این فناوری کاربردی را در کشور همگانی‌تر کنیم.

مُتل‌داری موفق با راهکارهای ساده

آیا صنعت مُتل‌داری به پایان راه رسیده است؟

به قلم: بروس هاگویتزوی مدیرعامل شرکت دینامیس و کارشناس کسب و کار
ترجمه:علی آل‌علی

مُتل‌داری یکی از کسب و کارهای قدیمی در سراسر دنیا محسوب می شود. ماهیت این کسب و کار ارائه خدمات آسایشی و رفاهی به مسافران در راه است. به این ترتیب مسافران فرصت اقامت کوتاه و اندکی استراحت در میان راه را خواهند داشت. تا پیش از ظهور هتل های بزرگ و زنجیره ای اقامتگاه های موسوم به مُتل حرف اول را می زدند. با افزایش شمار هتل های بزرگ و جهانی بسیاری از کارآفرینان به متل‌داری به چشم صنعتی مرده نگاه می کنند. نکته مهم در این میان عدم کاهش استقبال مردم از متل-هاست. براساس آمارهای رسمی اکنون متل‌داری در بسیاری از کشورهای جهان کسب و کاری سودآور تلقی می شود. در ایالات متحده این کسب و کار به خوبی جواب می-دهد. به گزارش موسسه IBI World ارزشی معادل ۲۰۶ میلیارد دلار دارد. نکته جالب اینکه صنعت متل‌داری در ایالات متحده همچنان رو به رشد است، بنابراین انتظار کارشناس ها افزایش تعداد متل ها در سراسر آمریکاست. اکنون در این کشور بیش از ۱۰۰ هزار متل در نقاط مختلف مشغول به کار هستند. براساس بررسی موسسه فوربس صنعت متل‌داری در طول یک دهه اخیر دوباره در سراسر دنیا روند رو به رشد خود را باز یافته‌ است، با این حساب ورود به این عرصه به عنوان کارآفرین همراه با مزیت های انکارناپذیری خواهد بود. بدون شک ورود به عرصه ای تازه برای فعالیت تجاری همراه با چالش های خاص خود است. در این مسیر استفاده از نکات کاربردی و توصیه های دقیق کارشناس ها ضروری خواهد بود. درست به همین خاطر در مقاله کنونی هدف اصلی من بررسی چند توصیه و تکنیک کاربردی در زمینه راهاندازی کسب و کار در حوزه متل‌داری است.

۱. اهمیت عنصر تجربه

مطالعه ای از سوی دانشکده کسب و کار دانشگاه کورنل با بررسی شمار بالایی از مسافران در پی کشف معیارهای اصلی آنها برای انتخاب یک هتل یا متل مطلوب بود. براساس نتایج به دست آمده مهم ترین امکانات مدنظر این هتل به ترتیب راحتی اتاق ها، نظافت، کیفیت و نظم ارائه خدمات است. نکته جالب اینکه مسافران در صورت برخورداری از امکانات فوق حتی حاضر به طی مسافت بیشتر برای اقامت در متل موردنظر هستند. به منظور مدیریت حرفه ای یک متل باید به خوبی از سلیقه مشتریان آگاهی داشته باشیم. فقط در این صورت امکان جلب نظر آنها و سودآوری کسب و کارمان فراهم خواهد شد. اشتباه بسیاری از متل ها تلاش برای مدیریت سنتی کسبب و کارشان است. این امر آنها را در میان شمار عظیمی از سایر برندها قرار می دهد. امروزه بدون ایجاد تفاوت در نحوه مدیریت کسب و کارمان امکان موفقیت در زمینه کسب و کار وجود ندارد.

۲. تاثیرگذاری تبلیغات آنلاین و محیطی

هیچ‌گاه اهمیت و نقش بخش کسب و کار گوگل را فراموش نکنید. این بخش به منظور ساماندهی اطلاعات کسب و کارها و ارائه اطلاعات مناسب به کاربران طراحی شده است. با وارد کردن اطلاعات برندگان در این بخش کاربران به راحتی ما را پیدا می-کنند. به هر حال اگر مشتریان امکان یافتن ما بر روی نقشه گوگل را نداشته باشند، شانس مان برای جلب نظرشان به شدت کاهش خواهد یافت. امروزه اغلب افراد از سرویس های نقشه آنلاین برای یافتن رستوران، متل و سایر فروشگاه ها استفاده می-کنند. به همین خاطر درج اطلاعات دقیق از برندگان در نقشه های آنلاین اهمیت بالایی دارد. گوگل مپ به عنوان بزرگترین سرویس مکان‌یابی برای توسعه کسب و کار اهمیت بالایی دارد، بنابراین در اولین فرصت اطلاعات برندگان را در این سامانه بارگذاری کنید. سرمایه‌گذاری بر روی شیوه های تبلیغاتی آنلاین به معنای فراموشی الگوهای سنتی نیست. تبلیغات محیطی هنوز هم طرفدارهای خاص خود را دارد. توجه به عرصه تبلیغات محیطی حتی برای برندهای فعال در زمینه فناوری دیجیتال نیز مفید خواهد بود. نکته مهم در اینجا سرمایه‌گذاری همزمان بر روی حوزه تبلیغات آنلاین و محیطی است.

۳. ایجاد سایت کاربردی

کسب و کارها: از طریق جلوه آنلاین شان به اعتبار خاصی دست پیدا می کنند. امروزه مشتریان دیگر علاقه ای به رفرقراری تماس با برندها برای کسب اطلاعات ندارند. در عوض مراجعه به سایت رسمی شرکت ها برای کسب اطلاعات موردنیاز در اولویت افراد قرار دارد. این شیوه دردسرهای کمتری در پی دارد. متأسفانه برخی از برندها نسبت به راهاندازی سایت رسمی توجه کافی را اعمال نمی کنند. به این ترتیب مشتریان پس از جست‌وجو در اینترنت هیچ نام و اثری از آنها نخواهند یافت. یک سایت کاربردی باید تمام اطلاعات مورد نیاز کاربران را تامین کند. به این ترتیب مسافران امکان تدوین برنامه ای مناسب برای سفرشان و اقامت در متل ما خواهند داشت. اخیرا پژوهشی از سوی گوگل بیانگر اتکای اغلب مسافران در سراسر دنیا به خدمات اینترنتی برای مسیریابی و یافتن اقامتگاه های مناسب در سفر است. نکته مهم در این میان جست‌وجوی موبایلی از سوی مسافران است. بدون شک امکان حمل لپ تاپ در مسافرت بسیار کم است، بنابراین سایت ما باید سازگاری مناسبی با گوشی های هوشمند نیز داشته باشد.

۴. ارائه خدمات رزرو آنلاین

آیا شما توانایی تبدیل سریع مخاطب به مسافر متل تان را دارید؟ یکی از راهکارهای مناسب در این زمینه ارائه خدمات رزرو آنلاین اتاق است. به این ترتیب کاربران پس از مشاهده اطلاعات سایت مان امکان رزرو در لحظه اتاق را خواهند داشت. نکته مهم در این میان عدم اتکای صرف به سایت مان است. امروزه بسیاری از سایت های مختلف مشغول به ارائه خدمات مسافرتی آنلاین هستند. همکاری با چنین سایت های مشهور و معتبری بر شمار مسافرهای ما خواهد افزود. به طور معمول همکاری با این شرکت ها نیازمند اطلاعات خاصی نیست. فقط باید نام، محل دقیق متل و شماره تماس های موردنیاز را در اختیار آنها قرار دهیم. اگر امکان ارسال برخی تصاویر مربوط به متل مان را نیز داشته باشیم، همه چیز به خوبی پیش خواهد رفت. اغلب کاربران در سایت های خدمات مسافرتی به تصاویر مربوط به اقامتگاه ها اهمیت زیادی می دهند. به همین خاطر متل های بدون تصویر در چنین سایت هایی شانس بسیار کمی برای جلب مشتری دارند.

۵. استفاده از محتوای تولیدی کاربران

امروزه شبکه های اجتماعی نقش مهمی در تصمیم‌گیری مردم برای خرید محصولات و خدمات مختلف ایفا می کند. به همین خاطر حضور فعال برندها در شبکه های اجتماعی اهمیت بالایی دارد. هدف اصلی از فعالیت در پلتفرم های اجتماعی، علاوه بر بازاریابی و تبلیغات، جلب اعتماد کاربران است. بدون تردید اعتماد به برندها از پشت صفحه گوشی‌های همراه بسیار دشوار است. به همین خاطر ما باید تمام تلاش مان برای کسب رضایت کاربران را به خرج دهیم. مسافران پیش از انتخاب یک متل به طور معمول ۱۰تا ۲۰ نظرات مربوط به کاربران دیگر در مورد آن اقامتگاه را مطالعه می کنند. به این ترتیب اگر کیفیت خدمات مان پایین باشد، به سرعت از دامنه انتخاب مشتریان کنار خواهیم رفت. بنا بر گزارش موسسه Bright local بیش از ۹۰درصد مشتریان پیش از خرید به نظرات دیگر کاربران و پاسخ های برند موردنظر به آنها توجه می کنند، بنابراین به منظور موفقیت در عرصه متل‌داری باید پاسخ مناسب به تمام نظرات و پرسش های کاربران در شبکه های اجتماعی بدهیم.

۶. مدرن ساختن ظاهر و خدمات متل

گاهی اوقات متل ها شهرت منفی در زمینه کسب و کار کسب می کنند. اغلب این شهرت ها مربوط به ماهیت قدیمی و دور از مد چنین اقامتگاه هایی مربوط می شود. توصیه من در اینجا تلاش برای استفاده از آخرین نوآوری ها در زمینه مدیریت متل و نمایش تصویری مدرن از کسبب و کارمان است. به این ترتیب ذهنیت قدیمی افراد در مورد کسب و کار ما عوض خواهد شد. یکی دیگر از نکات مهم در این میان استفاده از طراحی و دکور مدرن است. در این زمینه استفاده از مبلمان نو و شیک نقش مهمی در ذهنیت مشتریان خواهد داشت. نوع ارائه خدمات متل نیز باید اندکی متفاوت تر باشد. به عنوان مثال استفاده از اپ یکپارچه برای رسیدگی به نیازهای مشتریان کلاس کاری ما را افزایش خواهد داد. با استفاده از این نکات امکان توسعه جایگاه برندگان و ایجاد تمایز با رقبا به وجود می آید. مدیریت متل یکی از کارهای جذاب برای هر کارآفرین علاقه‌مندی خواهد بود. کلید موفقیت در این عرصه نوآوری ایجاد تمایز میان برندگان با سایر رقباست.

منبع: allbusiness



چگونه مانند مارک زاکربرگ باشیم(۱)

نگرش، قادر به مشاهده بسیاری از حقایقی در بازار خود است که از نظر سایرین کاملاً پنهان مانده است.

۳-مهارت حل مسئله را جدی بگیرید

تفاوتی ندارد که در چه شغل و یا سطحی هستید، اگر قادر به حل درست مسائل زندگی خود نباشید، اجازه آن را به فرد دیگری خواهید داد. همین امر نیز باعث می-شود تا همواره در سطحی محدود بمانید. برای مثال اگر فردی نتواند راهکار مناسب برای کسب درآمد بالا را پیدا کند، مجبور به کار برای فردی است که به این پرسش به خوبی پاسخ داده و در مسیر رویای خود گام برمی دارد. فراموش نکنید که این امر ابتدا ارتباطی به بهره هوشی فرد نداشته و هر انسانی می تواند به درجات بالای این مهارت دست پیدا کند. برای مثال فیس‌بوک اگرچه ایده برادران وینکلوس بوده است، با این حال مارک زاکربرگ فردی است که با اعمال تغییرات لازم در آن موفق شد تا فیس‌بوک امروزی را شکل دهد. درواقع وی موفق شد تا مشکلی را برطرف کند که این دو برادر در حل آن کاملاً با مشکل مواجه بوده اند. درواقع اگر این دو برادر می‌توانستند مشکل جهانی شدن فیس‌بوک را حل کنند، بدون شک مارک زاکربرگ دیگر به عنوان یک اسطوره کارآفرینی معرفی نمی شد. به همین خاطر بسیار ضروری است تا از این مهارت برخوردار باشید.

ادامه دارد ...

منبع: businesscollective

نسازد. همین امر باعث شده است تا وی بتواند به خوبی بر روی کار خود تمرکز کرده و در مدت زمانی کوتاه، بدون منحرف شدن از مسیر به کار خود ادامه دهد. در نهایت وی به خاطر عدم برهم زدن آرامش درونی خود و ایجاد استرس‌های بی مورد، از شخصیت آرامی برخوردار بوده که باعث می شود تا بتواند حتی در سخت-ترین شرایط نیز عملکرد خوبی را داشته باشد.

۲-تفکر انتقادی را در خود ایجاد کنید

برخلاف تصور عموم، تفکر انتقادی به معنای انتقاد و عیب‌جویی نبوده و به این امر اشاره دارد که هیچ‌گاه به ظاهر قضیه اکتفا نکرده و در تلاش برای کسب دانشی عمیق باشیم. این امر اگر به عادت رفتاری شما تبدیل شود، بدون شک موفقیت بزرگی را به دست خواهید آورد. برای مثال مارک زاکربرگ در دوران تحصیل با مبنای برنامه‌نویسی آشنا شد. اگرچه یک آگاهی سطحی در این دوران برای دانش‌آموزان کاملاً کافی است، با این حال وی به علت علاقه ای که به آگاهی عمیق داشته، خود را کاملاً با آن درگیر کرد که منجر به کشف علاقه اصلی وی شد. ایمن امر تنها مختص به دوران نوجوانی وی نبوده و تا به امروز نیز او در برخورد با هر چیزی تلاش کرده است تا به کامل ترین سطح اطلاعات در رابطه با آن دست پیدا کند. همین امر نیز باعث شده است تا اقدامات وی همواره با نتیجه خوبی همراه باشد. علت ایمن امر به این خاطر است که وی به علت کسب مهارت فوق‌العاده در این شیوه

به قلم: نسیتیتیا جانسون کارآفرین،نویسنده‌وسختران

ترجمه:امیر آل علی

بدون شک هر فردی تمایل دارد تا به مانند مارک زاکربرگ باشد. درواقع آگاهی از ویژگی‌های شخصیتی وی می تواند افراد را برای رسیدن به این هدف کمک کند. بدون شک وی یکی از برترین کارآفرینان تاریخ بوده و انتخابی فوق‌العاده محسوب می شود. به همین خاطر در ادامه به بررسی ویژگی های رفتاری ای از موسسس فیس‌بوک خواهیم پرداخت که می تواند برای هر فردی یک مهارت کاملاً کاربردی محسوب شود. در همین راستا و در ادامه به بررسی هفت مورد منتخب خواهیم پرداخت.

۱-ساده‌زیست باشید

مارک زاکربرگ در تمام طول زندگی خود، ساده‌زیستی را رعایت کرده است. درواقع وی همچنان از خودرویی استفاده می کند که چندین سال از خرید آن گذشته و خانه-ای معمولی را دارد. وی حتی در زمینه انتخاب لباس نیز ابتدا به مارک آن توجهی نداشته و راحتی خود را اولویت قرار داده است. بدون شک این امر که سبک زندگی خاص خود را نداشته باشید، هر چیزی می تواند شما را تغییر داده و این امر به مشکلی جدی برای تان تبدیل شود. به همین خاطر سبک زندگی ای را به دور از مقایسه خود با سایرین انتخاب کنید که کاملاً مورد رضایت شما بوده و شما را از اصل های مهم تر زندگی دور