

حال و هوای پاییزی بازارهای مالی در سومین روز آذرماه

سبز کمرنگ بورس

فرصت امروز: در دومین روز هفته و سومین روز آذرماه، شاخص بورس تهران ۱۵۱ واحد رشد کرد، قیمت دلار بالا رفت و قیمت سکه هم در روندی معکوس با دلار کاهش یافت. با وجود رشد شاخص کل بازار سرمایه...

۵

قطع شدن اینترنت به کسب و کارهای آنلاین صدمه شدیدی زد

اکوسیستم استارت آپی در شوک

فرصت امروز: با اینکه آمارهای مختلفی درباره میزان زیان اقتصادی قطعی اینترنت بر کسب و کارهای آنلاین تخمین زده شده، «نت بلاک» و بسایر معتبر در زمینه آزادی استفاده از اینترنت در جهان، میزان خسارت ناشی از هر روز قطعی اینترنت در ایران را مبلغی معادل ۶۱ میلیون دلار برآورد کرده است. حالا اگر این مبلغ را در تقریبا هفت روزی که اینترنت بر اثر حاشیه‌های افزایش قیمت بنزین مسدود شده بود، ضرب کنیم به عدد خیره‌کننده‌ای می‌رسیم. بدیهی است که بیشترین و مهمترین آسیبی که بر اثر قطع شدن شبکه اینترنت در چند روز گذشته در اقتصاد ایران افتاده، به کسب و کارهای اینترنتی و استارت‌آپ‌ها وارد شده است. در حالی اینترنت بخشی از شرکت‌ها و اینترنت‌های خانگی به اینترنت بین‌المللی از یکی دو روز گذشته وصل شده است که...

۳

«جامعه بدون پول نقد» در ایران چگونه می‌تواند تحقق یابد؟

عقبگرد در بانکداری الکترونیک با ادامه پرداخت‌های نقدی

۴

مدیریت و کسب و کار



زیرکاس احتمالا برای تصاحب
اچ‌بی مستقیما با سهامداران
مذاکره خواهد کرد

- ۵۰ استار تاپ برتر سال ۲۰۱۹ کدامند؟
- شبکه خودتان را بسازید
- موفقیت در بازار بابت دیجیتال به سبک برندهای بزرگ
- کلیدهای طلایی یک تبلیغ ماندگار
- بهترین و بدترین کمپین‌های برندینگ ۲۰۱۸
- قطعی اینترنت و مشکلات کسب و کارهای نوپا

۱۶ تا ۸



پیام وزیر از تباطات پس از وصل شدن اینترنت خانگی:

به عنوان عضوی از دولت و حاکمیت عذر خواهی می‌کنم

۳

یادداشت

آسیب‌های آبی و آبی قطع
اینترنت برای کسب و کارهای نوپا

امید هاشمی

مدیر کسب و کارهای نوین اتاق تهران

پس از شروع اعتراض مردمی به افزایش قیمت سوخت و سوءاستفاده عده‌ای آشوبگر از این حرکت، دولت به دلیل مسائل امنیتی، دسترسی مردم به اینترنت را مسدود کرد. هرچند در این باره بحثی نیست، اما درباره نحوه اجرای این اقدام، وسعت و عمق قطعی اینترنت و از همه مهم‌تر، پیامدهای اقتصادی آن می‌شود ساعت‌ها بحث کرد.

تخمین‌های مختلفی درباره این زیان اقتصادی منتشر شده است، از ۱۰۰ میلیون دلار تا یک و نیم میلیارد دلار. برخی کارشناسان بیشتر آسیب‌ها را متوجه کسب و کارهای اینترنتی می‌دانند و برخی دیگر معتقدند اختلال اینترنت، آسیب بیشتری را از ناحیه تجارت به اقتصاد کشور تحمیل کرده است. برای نزدیک شدن به برآوردی درست از آسیب‌های اقتصادی قطعی اینترنت، بد نیست گزارش سازمان همکاری و توسعه اقتصادی OECD در مورد رخداد مشابه در مصر طی سال ۲۰۱۱ را بررسی کنیم. در این گزارش، آسیب اقتصادی در مسدودسازی اینترنت در مصر معادل ۹۰ میلیون دلار یعنی حدود ۰.۴ درصد از GDP تخمین زده شد که عمده این خسارت...

۳

دموکرات‌ها ترامپ را استیضاح می‌کنند؟

۲ قدم مانده به استیضاح

در دسرهای بزرگی بیندازد. مهم‌ترین اتفاق هم در این ماجرا چرخش نظر افرادی مثل نانسی پلوسی است که در گذشته چنین نگاهی نداشتند.

همچنین بلومبرگ در گزارشی به طرح مسئله‌ای دیگر پرداخت و این سوال را مطرح کرد که شباهت ترامپ و جورج بوش پدر جطور می‌تواند به شکست او در انتخابات بینجامد؟ به گفته بلومبرگ، دونالد ترامپ به شکل خطرناکی وضع خودش را شبیه جورج بوش پدر کرده. همان چیزی که بوش پدر را به یک رئیس‌جمهور جمهوریخواه تک‌دوره‌ای تبدیل کرد، حالا در انتظار ترامپ است و آن هم چیزی نیست جز افزایش مالیات‌ها. براساس آمار بنیاد مالیات آمریکا، اگر تعرفه‌هایی که ترامپ قبلا اعلام‌شان کرده اجرایی شوند، سالانه ۲۰۰ میلیارد دلار هزینه بالا می‌آید که باید با افزایش مالیات‌ها تأمین شود. تغییراتی که ترامپ در قوانین مالیاتی آمریکا ایجاد کرد، در ۳۰ سال گذشته بی‌سابقه بود و انتظار می‌رفت که تأثیرش روی خانوارها و کسب و کارها زیاد باشد. جورج بوش پدر هم تقریبا وضع مشابهی داشت. او در کمپین سال ۱۹۸۸ برای رسیدن به ریاست جمهوری به مردم وعده داد که اصلا مالیات جدیدی بر آنها تحمیل نخواهد کرد. بوش پدر از قبل مسند داشت و معاون رونالد ریگان بود، اما گروه زیادی از محافظه‌کاران در اردوی حزب جمهوریخواه اصولا به پایبند ماندن او به برنامه کاهش مالیات‌ها شک داشتند و شکشان هم درست بود. بوش پدر که سال‌های ۱۹۸۸ تا ۱۹۹۰ را صرف مبارزه با تلاش‌های کنگره برای افزایش مالیات‌ها کرده بود، در نهایت به خاطر مواجه‌شدن با کسری بودجه مجبور شد مالیات‌ها را بالا ببرد و بودجه دفاعی را پایین بیاورد. افزایش مالیات‌ها در سال ۱۹۹۱ اجرایی شد و یک سال بعد، بوش پدر در کمپین انتخاباتی با مسائلی مثل افزایش بیکاری مواجه بود. از همه بدتر اینکه او با بالا بردن مالیات‌ها، خود را از سنت محافظه‌کارانه جمهوریخواهان جدا کرده بود. کندی اقتصاد هم مزید بر علت شد و او انتخابات را باخت. اگر ترامپ به اندازه کافی محتاط نباشد، همین سرنوشت در انتظار او هم خواهد بود هرچند که وضع او کمی تفاوت دارد.

ترامپ در کمپین انتخاباتی‌اش در سال ۲۰۱۶ وعده داد که تقریبا هر شهروند آمریکایی در دوران حکومت او شاهد کاهش مالیات خواهد بود. او همچنین وعده داد که از «معاهدات تجاری افراطی» که آمریکا قبلا امضا کرده» بیرون بیاید و بخش تولیدی را در کشور احیا کند. وقتی مذاکرات به نتیجه نرسید و جنگ‌های تجاری کلید خورد، ترامپ باز هم به مردم آمریکا وعده داد که این جنگ به سود آنها تمام خواهد شد.

اما اوضاع این‌طور نشده است. ۱۸ ماه است که جنگ‌های تجاری شروع شده و در این فاصله، کسری بودجه دارد بالا می‌رود. با این وجود، کاخ سفید دائم به مردم وعده می‌دهد که این وضع موقتی است اما خطر نزدیک است و حتی احتمال دارد که اقتصاد آمریکا وارد رکود شود. ظاهرا اقتصاد آمریکا پس از ۱۰ سال رشد دارد نقاط ضعف خطرناکی از خود نشان می‌دهد. البته ترامپ در تمام سخنرانی‌هایش روی این نکته تأکید می‌کند که اوضاع اقتصاد آمریکا بهتر از همیشه است و بار این تعرفه‌ها روی دوش چین افتاده است. اما واقعیت اینجاست که تعرفه‌ها همچنان دارد بالا می‌رود و جنگ‌های تجاری تأثیر واضحی روی تمام بخش‌های اقتصاد آمریکا گذاشته است. تا اینجا بیشترین تأثیر روی سرمایه‌گذاری‌های بخش کسب و کار دیده شده اما تحلیلی که توسط جی‌پی مورگان چیس انجام شده، نشان می‌دهد مصرف‌کنندگان هم خیلی زود تأثیر آن را حس خواهند کرد. اگر تعرفه‌های ترامپ کاملا اجرایی شوند، هر خانوار آمریکایی مجبور خواهد شد سالانه ۱۷۹۵ دلار مالیات بدهد و این نزدیک به ۵۰۰ دلار بیشتر از وعده‌های قبلی است. در چنین صورتی، طبعاً مصرف در آمریکا کاهش پیدا خواهد کرد و آن وقت است که در دسرسی جدید برای رشد اقتصادی آمریکا درست خواهد شد. از همه بدتر اینکه واکنش بازارهای آمریکا به افزایش تعرفه‌ها کاملا نشان از نزدیک بودن رکود در این اقتصاد دارد و بعضی صاحب‌نظران حتی معتقدند رکود در سال ۲۰۲۰ رخ خواهد داد.

«وقتی از خواب بیدار می‌شوند، اولین چیزی که به آن فکر می‌کنند، استیضاح است.» این را ریک اسکات، سناتور جمهوریخواه اهل فلوریدا می‌گوید.

به گزارش اکونومیست، خیلی وقت نیست که حرف استیضاح ترامپ به صورت جدی به میان آمده و حالا نمایندگان مثل اسکات چنین حرف‌هایی می‌زنند. او این حرف‌ها را در روز ۲۵ سپتامبر زد و به همکاران خود در کنگره اشاره کرد، اما واقعیت شاید این نباشد که اسکات می‌گوید. واقعیت احتمالا این است که دموکرات‌ها تازه خودشان را گرم کرده‌اند و آماده شده‌اند تا دونالد ترامپ رئیس‌جمهوری آمریکا را استیضاح کنند. ۱۵ نوامبر ۲۰۱۷ شاید اولین باری بوده باشد که بحث استیضاح ترامپ به میان آمد. در آن زمان، استیو کوپن نماینده دموکرات کنگره اعلام کرد باید دونالد ترامپ را استیضاح کنند. فقط پنج نفر از همکارانش با او همراه شدند و این طرح را امضا کردند. در آن زمان، دموکرات‌ها به استیضاح فکر نمی‌کردند. دو ماه بعد از آن بود که آل گرین، نماینده دموکرات دیگری از تگزاس دوباره طرحی مشابه را ارائه کرد. حالا افراد بیشتری با این طرح همراهی کردند. در واقع، ۶۶ نفر از نمایندگان از این طرح حمایت کردند. آنها تلاش داشتند تا ترامپ را استیضاح کنند، اما باز هم تعداد آنها به حد نصاب نرسید و این برنامه بی‌نتیجه ماند.

اما حالا خبرهای تازه‌ای رسیده که نمایندگان دموکرات را حساسی آشفته کرده است. ظاهرا دونالد ترامپ از مقام خودش سوءاستفاده کرده تا علیه جو بایدن اقدام کند. او تماس‌های مکرر با ولادیمیر زلینسکی، رئیس‌جمهوری اوکراین داشته. ترامپ می‌خواست به آنها مدارکی بگیرد که ثابت می‌کند جو بایدن به خاطر حفظ سمت پسرش در یک شرکت اوکراینی، مرتکب فساد و خطایی شده. اما واقعیت این است که خطایی رخ نداده و فشارهای ترامپ بر دولت اوکراین هم بی‌فایده بوده است. این مسئله که او می‌خواست به خاطر غیر اخلاختن جو بایدن این کارها را بکند، نمایندگان دموکرات را برآشفته کرده و آنها هم شاک شده‌اند. در همان مراحل نخست ۲۱۹ نفر از نمایندگان دموکرات، طرح استیضاح ترامپ را امضا کردند. در میان آنها حتی می‌توان نام میانه‌روترین نمایندگان دموکرات را هم مشاهده کرد. آنها زمانی نه‌چندان دور، آنقدر هم مخالف ترامپ نبودند، ولی اتفاق اخیر به قدری برای‌شان اهمیت داشته که جبهه‌ای علیه او تشکیل داده‌اند. آنها که تا همین چند وقت پیش حاضر نبودند از طرح استیضاح او دفاع کنند حالا به راحتی از این طرح حمایت کرده‌اند و به این ترتیب، ترامپ را تا نزدیکی میز پرش و پاسخ کشانده‌اند.

تنها ۲۱۸ نفر کافی است تا این طرح به صورت عملی اجرایی شود و مجلس نمایندگان آمریکا، ترامپ را استیضاح کند، اما در مرحله بعد، دوسوم از اعضای مجلس سنا باید به این طرح رأی مثبت بدهند تا ترامپ واقعا از دفتر کارش در کاخ سفید برکنار شود. اما بعید است چنین اتفاقی رخ بدهد، به این خاطر که اکثریت سنا را نمایندگان تشکیل می‌دهند که موافق ترامپ و جمهوریخواه هستند. در حال حاضر از میان ۱۰۰ نماینده سنا، ۵۳ صندلی متعلق به جمهوریخواهان است. کافی است ۲۰ نفر از آنها متقاعد شوند تا از حدود خود عبور کنند و به استیضاح ترامپ رأی مثبت بدهند.

به این ترتیب، ترامپ از دفتر کارش برکنار خواهد شد. این مسئله به قدری جدی شده که ترامپ اعلام کرده متن گفت‌وگوهایش را با رئیس‌جمهوری اوکراین منتشر خواهد کرد. او گفته که مرتکب خطایی نشده و در نتیجه نباید بابت این مسئله استیضاح شود. به هر حال، اکنون دموکرات‌ها برای استیضاح موانعی دارند اما باز هم به دنبال افرادی هستند که بتوانند از طریق آنها اسناد و مدارکی را جمع‌آوری کنند و به این ترتیب، ترامپ را از قدرت برکنار کنند. این اتفاق به نظر خیلی بعید است، اما به هر حال، رأی‌دهندگان با جدیت تمام علیه او رأی می‌دهند و سعی دارند از این طریق او را کنار بگذارند. حالا باید دید ادامه بازی استیضاح ترامپ چه می‌شود. فعلا که نانسی پلوسی، رئیس مجلس نمایندگان آمریکا و از کلیدی‌ترین افراد در حزب دموکرات با این طرح موافقت کرده و این به تنهایی می‌تواند به ضرر ترامپ باشد. در واقع، همین امر به سادگی می‌تواند ترامپ را به



کیف پول همراه پاسارگاد

پرداخت الکترونیکی قبض برق، پرداخت عوارض آزادراهی
طرح کنترل آلودگی هوا و سایر خدمات پرداختی
با اپلیکیشن کیف پول همراه پاسارگاد











جهت دریافت برنامه بارکد را اسکن کنید
 زینبای ما: ۰۲۱-۲۳۵۰۵۰۵۰
 kipod.ir

محققان دانشگاهی پاسخ دادند

اثرات مثبت و منفی «پیری جمعیت» بر اقتصاد

یکی از دستاوردهای بزرگ قرن بیستم، افزایش چشمگیر امید به زندگی بوده است، چنانچه در ۵۰ سال گذشته، امید به زندگی در اغلب کشورهای غربی روندی رو به رشد داشته است. با این وجود، افزایش امید به زندگی در کنار کاهش میزان نرخ تولد باعث شده نگرانی در مورد اثرات پیر شدن جمعیت افزایش یابد. مدت‌هاست که اقتصاددانان درخصوص «برنگاه جمعیتی» یا «بمب ساعتی جمعیتی» هشدار می‌دهند، بررسی‌ها اما نشان می‌دهد این تصور آنها چندان هم درست نبوده است.

در سال‌های اخیر، تاثیر پیر شدن در جمعیت کشورهای اروپایی با افزایش مهاجرت به این کشورها و مثبت بودن خالص مهاجران ورودی به آنها جبران شده است، با این حال، چنین امکانی برای ایران کمتر وجود دارد، زیرا ایران کشوری در حال توسعه است که توانایی واردکردن حجم زیادی از نیروی کار ماهر را به دلایل مختلف ندارد.

دگرگونی‌های جمعیتی می‌تواند بر توسعه و روند متغیرهای هدف اقتصادی اثرهای گسترده و ویژه‌ای داشته باشد. بر این اساس، شناختن این اثرها می‌تواند کمک خوبی برای سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی توسعه باشد. در نگاه نخست، اثر منفی پیری جمعیت بر اقتصاد، بیشتر به چشم می‌آید، زیرا افزایش جمعیت سالخورده باعث سنگین‌تر شدن تأمین هزینه‌ها و امکانات موردنیاز آنها می‌شود و چنین مشکلی بر ساختار و ترکیب تولید کالا و کارایی آنها تغییراتی ایجاد می‌کند که بر رشد اقتصادی اثر گذار است، اما با واکاوی بیشتر مشخص می‌شود که پیری جمعیت اثرات مثبتی هم بر رشد دارد بنابراین برآیند کلی اثرات، نامشخص است.

طبق نظر متخصصین، در دهه‌های آینده، کشورهای توسعه‌یافته با افزایش درصد افراد مسن و کاهش نیروی کار مواجه خواهند شد. به این ترتیب، کاهش جمعیت فعال از منظر اقتصادی، باعث سخت‌تر شدن تأمین امکانات، مصارف و هزینه‌های بیشتر و پس‌انداز کمتر در جوامع خواهد شد که این عوامل، سرمایه‌گذاری عمومی و در نتیجه، رشد اقتصادی را کاهش می‌دهند. از سوی دیگر، امروزه امید به زندگی طولانی‌تر، افراد را به فعالیت اقتصادی بیشتر و طولانی‌تر وادار می‌کند که این موضوع می‌تواند اثر مثبتی بر رشد اقتصادی داشته باشد.

کارشناسان معتقدند پیری جمعیت می‌تواند هم اثرات منفی و هم اثرات مثبت بر رشد اقتصادی داشته باشد. محققان کشورمان برای بررسی بهتر این موضوع، داده‌های تلفیقی ۱۴۶ کشور را مورد بررسی قرار داده‌اند و براساس نتایج حاصله، پیشنهادهایی را به‌منظور مدیریت این موضوع ارائه کرده‌اند.

به گزارش اسپسنا، این پژوهش بر یافتن پاسخ برای پرسش‌های زیر تمرکز شده است: آیا سالخوردگی جمعیت، بر رشد اقتصادی اثرگذار است؟ اگر اثرگذار است، این اثر مثبت است یا منفی و درنهایت، به چه میزان، رشد اقتصادی را تغییر می‌دهد؟ برای انجام این پژوهش از داده‌های تلفیقی ۱۴۶ کشور طی سال‌های ۱۹۹۰ تا ۲۰۱۳ استفاده شده و نخستین متغیر در آن، رشد اقتصادی بوده است. متغیر بعدی درصد جمعیت بالای ۶۵ سال بوده که به‌عنوان شاخص پیری جمعیت در نظر گرفته شده است و در کنار این دو متغیر، متغیرهای کنترلی شامل نرخ رشد جمعیت، امید به زندگی، درآمد سرانه، نیروی کار و انباشت سرمایه نیز مورد بررسی واقع شده‌اند.

نتایج این تحقیق که توسط پژوهشگرانی از دانشگاه آزاد اسلامی واحد فیروزکوه انجام شده، نشان می‌دهد که نوسانی بودن اثر پیری بر رشد اقتصادی به دلیل ارتباط این اثرگذاری با شاخص‌های دیگر جمعیتی مانند امید به زندگی است.

براساس این نتایج، در کشورهای که امید به زندگی بیش از ۷۰ سال است، اثر پیری جمعیت بر رشد اقتصادی، منفی و در کشورهای که امید به زندگی کمتر از ۷۰ سال است، اثر یادشده مثبت است. این موضوع می‌تواند نشان‌دهنده کاهش شدید بهره‌وری و کارایی از یک سن خاص به بعد باشد.

صالح قویلد، دانشیار دانشکده علوم انسانی دانشگاه آزاد اسلامی واحد فیروزکوه و همکارش در این پژوهش می‌گویند: «در این بررسی مشاهده شد علاوه بر اینکه شاخص‌های جمعیتی مانند امید به زندگی، بر میزان و جهت تأثیرگذاری پیری جمعیت بر رشد اقتصادی مؤثر هستند، پیری جمعیت نیز خود، میزان و جهت اثرگذاری شاخص‌های جمعیتی را بر رشد اقتصادی تحت تأثیر قرار می‌دهد. یکی از این شاخص‌ها رشد جمعیت است.»

به گفته این محققان، «در برآوردها مشاهده شد که اگر جمعیت بالای ۶۵ سال بیش از ۲۰ درصد باشد، اثرگذاری رشد جمعیت بر رشد اقتصادی کاهش می‌یابد و حتی ممکن است منفی شود اما در کشورهایی که درصد جمعیت بالای ۶۵ سال آنها کمتر از ۲۰ درصد است، اثرگذاری رشد جمعیت بر رشد اقتصادی مثبت است. برای مثال، در کشورهای ژاپن، ایتالیا و آلمان که درصد جمعیت بالای ۶۵ سال آنها بیش از ۲۰ درصد است، دیگر نمی‌توان ادعا کرد که رشد جمعیت بر رشد اقتصادی اثر مثبت دارد. بنابراین، حتی در کشورهایی که امید به زندگی در آنها، بالای ۷۰ سال است، ولی جمعیت بالای ۶۵ سال آنها از ۲۰ درصد بیشتر است، احتمال کاهش رشد اقتصادی از ناحیه پیری جمعیت زیاد خواهد بود.»

این محققان براساس یافته‌های این تحقیق پیشنهاد می‌کنند که دولت‌ها و حکومت‌ها در تغییر ساختار جمعیتی از سیاست‌های شتابزده خودداری کنند.

قویلد و همکارش می‌گویند: «به نظر می‌رسد تغییر ساختار جمعیت جهان و همه کشورها به پیر شدن، موضوعی غیرقابل اجتناب است، هر چند جدومرز پیر شدن جمعیت با توجه به تغییرات در سایر حوزه‌ها در آینده مشخص می‌شود، بنابراین پیشنهاد می‌شود کشورهای در حال توسعه که انتظار می‌رود در آینده‌ای نزدیک دچار پیری جمعیت شوند، از سیاست‌های فعلی کشورهایی مانند ژاپن که با این پدیده روبه‌رو هستند، الگو بگیرند.»

این پژوهش در فصلنامه «پژوهش‌های اقتصادی ایران» وابسته به دانشگاه علامه طباطبائی منتشر شده است.



فرصت امروز: جهان به سرعت پیر می‌شود. در چین گروه عظیمی از شهروندانی که قبل از اجرای سیاست تک‌فرزندی ۱۹۷۹ به دنیا آمده‌اند، وارد جرگه پیرها شده‌اند و شمار جوانان کاهش پیدا کرده است. در ایران هم همین روند اتفاق افتاده است. دیگر کشورها حتی پیرتر هستند؛ ژاپن رهبر دسته پیرهاست و بیش از یک‌چهارم جمعیتش بالاتر از ۶۵ سال عمر دارند. آلمان، ایتالیا، فنلاند و اکثر کشورهای اتحادیه اروپا نیز خیلی عقب‌تر از ژاپن نیستند. برآوردها نشان می‌دهد در سال ۲۰۵۰ یک‌چهارم افراد در اروپا و آمریکای شمالی بالای ۶۵ سال عمر خواهند داشت.

بازدهی بیشتری داشته باشند. سوال اما این است که آیا همه ما با افزایش سن، بازدهی‌مان پایین می‌آید و دیگر نمی‌توانیم خودمان را از این روند خلاص کنیم؟ پاسخ این است؛ نه لزوماً. دارون عجم‌واغلو، اقتصاددان در دانشگاه ام‌ای‌تی در این باره می‌گوید: «با وجود همه بدبینی‌ها و ترس‌ها نسبت به پیر شدن جامعه، مدارک بسیار اندکی درباره خراب شدن اوضاع اقتصادی این‌جوامع وجود ندارد.» عجم‌واغلو که به همراه پاسکال رستریو از دانشگاه بوستون، رشد ناخالص داخلی (GDP) کشورهای مختلف را بررسی کرده‌اند هیچ ارتباطی میان پیر شدن جامعه و کند شدن رشد اقتصاد پیدا نکردند. در واقع، کشورهای مثل کره‌جنوبی، ژاپن و آلمان که به سرعت در حال پیر شدن هستند به لحاظ اقتصادی خوب عمل می‌کنند.

آیا می‌شود دلیلی برای این روند پیدا کرد؟ احتمالا توماسیون، کشوری‌هایی که نیروی کار در آنجا در حال پیر شدن بوده، سریع‌تر از بقیه به سمت روبات‌های صنعتی رفته‌اند تا این کمبود را جبران کنند. به گفته عجم‌واغلو «این بالا رفتن بازدهی باعث می‌شود حس منفی جوامع به پیر شدن جمعیت بهتر شود.» او زمانی که تحقیقش را آغاز کرد، انتظار داشت که تاثیر پیر شدن بر اقتصاد کمتر از آنچه که دیگران می‌گفتند، تیره و تار باشد، اما بعداً دید واقعاً هیچ مدرک واقعی برای اثبات تبعات منفی پیر شدن جامعه وجود ندارد. البته او معتقد نیست که تحقیقاتش کامل است «ما هنوز دقیقاً نمی‌توانیم بفهمیم با پیر شدن جوامع چه اتفاقاتی در آنجا می‌افتد. ما هنوز ابزارهای کافی برای بررسی این روند را نداریم.»

بهرتر زندگی کردن، نه بیشتر زندگی کردن

بالا رفتن سن امید به زندگی در یکصد سال اخیر را می‌توان یکی از بزرگ‌ترین دستاوردهای تکنولوژیکی بشر دانست. در آغاز قرن بیست و یکم، میانگین امید به زندگی حدوداً ۵۰ سال بود. تا ۱۹۶۰ این رقم به ۷۰ سال رسید و تا سال ۲۰۱۰ به حدود ۸۰ سال رسیدیم. دلیل اصلی بالا رفتن امید به زندگی در نیمه اول قرن بیستم بهبود وضع سلامت کودکان بود. در سال ۱۹۰۰ تقریباً یکی از هر چهار بچه قبل از رسیدن به ۱۰ سالگی می‌مرد. عوامل مربوط به پیشرفت پزشکی در حوزه بیماری‌های قلبی عروقی بود که به مردم اجازه داد به ۷۰ سالگی برسند.

اما انتظار نداشته باشید که این حرکت استثنایی ادامه پیدا کند. رشد میانگین امید به زندگی در طول سال‌های اخیر کند شده و انتظار می‌رود در جایی کمی بالاتر از ۸۰سالگی متوقف شود. اس‌رجی اولشانسکی، از دانشگاه ایلیونیز سال‌هاست روی این کند شدن کار می‌کند. او می‌گوید: «ما در حال نزدیک شدن به مرز میانگین طول عمر بشر هستیم. احتمالاً از ۸۰ به ۸۵ برسیم و دیگر جلو نرویم. ژاپن دارد به این مرز نزدیک می‌شود.»

نکته اینجاست که ما هنوز نتوانسته‌ایم روند خودپیری را کند کنیم. البته مسوچ اول داروهای امیدوارکننده ضد پیری (که نتیجه دهه‌ها پیشرفت در شناخت بیولوژی بوده) روی انسان‌ها آزمایش شده است. آنها به ما اجازه نمی‌دهند که تا ابد عمر کنیم. به گفته اولشانسکی «این داروها حتی به ما اجازه نمی‌دهد که طولانی‌تر عمر کنیم، اما به ما کمک خواهند کرد که در سنین پیری سالم‌تر و راحت‌تر زندگی کنیم.» این داروها قصد دارند سلول‌های پیر و آسیب‌دیده را ترمیم کنند تا بتوانند با بیماری‌های دوران پیری مقابله کنند. برنامه بلندپروازانه‌تر دانشمندان این است که بتوانند روند پیری گروهی از سلول‌ها را کند کنند.

در بسیاری از کشورها، به خصوص اروپا و آمریکای شمالی، افراد بالای ۶۵ سال بخش بزرگ‌تری از جمعیت را تشکیل می‌دهند و این روند در حال سرعت‌گرفتن است. اگر هر کدام از این داروها موفق شوند ایده‌ای مهم را اثبات خواهند کرد که می‌تواند صنعت پزشکی را دگرگون کند؛ اینکه حمله به بیماری‌هایی خاص با مداخله در روند طبیعی پیر شدن سلول‌ها امکان‌پذیر است. به عبارت دیگر، پیری را به عنوان شکلی بیماری در نظر می‌گیرند که به قدرت‌گرفتن دیگر بیماری‌ها کمک می‌کند. دانشمندان امیدوارند که با این نگاه به افراد پیری کمک کنند که در مقابل بیماری‌ها –(یکی بعد از دیگری) آسیب‌پذیر و ناتوان می‌شوند.

دانشمندان تاکنون نتوانسته‌اند طول عمر محرم‌ها، کرم‌ها و جوندگان را افزایش دهند اما هنوز راهی طولانی در پیش دارند تا بتوانند این

روش‌ها را روی انسان‌ها پیاده کنند. لئونارد گارانت، دانشمند پیشگام در حوزه ضدپیری در ام‌ای‌تی می‌گوید: «مهم‌ترین چیز این است که بتوانیم طول عمر سالم بشر را بالا ببریم. آیا این باعث می‌شود که طول عمر به طور کلی هم بالا برود؟ جوابش را نمی‌دانیم. هر کس که بگوید جواب را می‌داند حقیقت را نمی‌گوید.»

ایسن ادعا که پیری خودش یک بیماری است که می‌توان درمانش کرد انقدر جذاب است که پول و توجه عمومی را برای محققان به ارمغان آورد. چه کسی نمی‌خواهد تا ابد عمر کند؟ اگر اعلام می‌شد که هدف تحقیقات سالم‌تر بودن شما در ۸۰ سالگی است به احتمال زیاد سرمایه‌گذاران سیلیکون ولی مثل لری پیج (بنیان‌گذار گوگل) پول‌شان را این‌طور روانه آزمایشگاه‌ها نمی‌کردند، اما ایده پیری به عنوان بیماری، از دید خیلی‌ها گمراه‌کننده است. با وجود دهه‌ها پیشرفت هیجان‌انگیز در این حوزه ما هنوز از «درمان» پیری به شدت فاصله داریم. ما حتی هنوز نمی‌دانیم چنین درمانی چه شکلی خواهد داشت.

جدا از همه اینها، حامیان ایده «پیری به مثابه بیماری» پیام خطرناک دیگری را هم منتقل می‌کنند. این ایده نه‌فقط نگاهی منفی به پیری به وجود می‌آورد، که ما را از مهم‌ترین سوال منحرف می‌کند: چطور ضمن پیر شدن می‌توانیم سلامت و بازدهی خود را حفظ کنیم؟

تجربه نشان داده کارآفرینان میانسال موفق‌ترند

۱۲ سال از آن روزی که مارک زاکربرگ، مدیرعامل فیس‌بوک گفت که «جوان‌ترها باهوش‌ترند» گذشته است. دو سال بعد از زاکربرگ، وینود کسلا، سرمایه‌دار و بنیان‌گذار سان مایکروسافت هم به جمعیتی گفت «افراد زیر ۳۵ سال کسانی هستند که باعث تغییرات می‌شوند. به لحاظ تولید ایده‌های جدید، آدم‌های بالای ۴۵ سال مرده به حساب می‌آیند.»

اما حالا نشانه‌های تغییر در لحن سیلیکون ولی دیده می‌شود. تعدادی از شرکت‌های حوزه تکنولوژی به خاطر قائل شدن تبعیض سنی دادگاهی شده‌اند. یک برنامه‌نویس ۶۰ ساله که توسط گوگل استخدام نشده از این شرکت شکایت کرده است. در متن شکایت آمده که نیروی کار گوگل بین سال‌های ۲۰۰۷ تا ۲۰۱۳ از ۹۵۰۰ نفر به ۲۸ هزار نفر رسیده و میانگین سنی این افراد ۲۹ سال بوده، آن هم در زمانی که میانگین سن نیروی کار در آمریکا ۴۲ بوده است.

تحقیقات دانشگاهی نشان می‌دهد که زاکربرگ و کسلا اشتباه می‌کرده‌اند. اقتصاددانان دانشگاه‌های ام‌ای‌تی، نورت‌وسترن و اداره آمار آمریکا در یک بررسی موسکافانه و بزرگ روی ۲.۷ میلیون بنیان‌گذار شرکت در این کشور به این نتیجه رسیدند که بهترین کارآفرینان افراد میانسال هستند. براساس این تحقیق استارت‌آپ‌ها با سریع‌ترین رشد توسط افراد با میانگین سنی ۴۵ سال بنیان گذاشته شده‌اند. نتایج این تحقیق که در سال ۲۰۱۸ منتشر شد، نشان می‌دهد که احتمال تأسیس یک شرکت به شدت موفق توسط کارآفرین ۵۰ ساله دو برابر کارآفرین ۳۰ ساله است.

تبعیض شدید سنی شاید مهم‌ترین عامل این واقعیت است که سیلیکون ولی تاکنون نتوانسته استارت‌آپ موفق‌تری در حوزه‌های زیست‌پزشکی، انرژی‌های پاک و دیگر بخش‌هایی تأسیس کند که نیازمند تجربه و دانش بیشتری است. یکی از اقتصاددانان تحقیق بزرگ سال ۲۰۱۸، با انتشار شواهدی نشان داده که چطور بزرگ‌ترین دستاوردهای علمی در علوم طبیعی و پزشکی عموماً نصیب افراد میانسال شده نه جوان‌ترهای نابغه.

پال اپروینگ، مدیر مرکز میلکن برای آینده پیری می‌گوید: «اگر ما نتوانیم دوران سلامتی انسان در پیری را گسترش دهیم و هزینه‌های درمانی افراد سالمند را پایین بیاوریم، اگر نتوانیم افراد سالمند را به شیوه‌هایی موثرتر در بازار کار نگه داریم و اگر نتوانیم نابرابری‌ها و دیگر چالش‌ها را در جوامع رو به پیری درمان کنیم جامعه هزینه سنگینی را خواهد پرداخت.» و این هزینه فقط اقتصادی نخواهد بود. ضربه مالی و احساسی که نیروی کار سالمند به خاطر تبعیض سنی می‌خورد برای خانواده‌ها ویرانگر است. سن‌گرایی تبعیض به خصوص ویرانگری است چون در آن ترس از خودمان هم نهفته است. همه ما – اگر شناس بیاوریم – پیر می‌شویم و می‌میریم.

پیری شاید اجتناب‌ناپذیر باشد، اما غیرمولد شدن اجتناب‌ناپذیر نیست. شاید جهان در معرض یک سونامی جمعیتی باشد، اما این سونامی آنچنان هم به ضرر دنیا نخواهد بود.

یادداشت

آسیب‌های آنی و آتی قطع اینترنت برای کسب و کارهای نوپا

امید هاشمی

مدیر کسب‌وکارهای نوین اتاق تهران

پس از شروع اعتراض مردمی به افزایش قیمت سوخت و سوءاستفاده عده‌ای آشوبگر از این حرکت، دولت به دلیل مسائل امنیتی، دسترسی مردم به اینترنت را مسدود کرد. هرچند در این باره بحثی نیست، اما درباره نحوه اجرای این اقدام، وسعت و عمق قطعی اینترنت و از همه مهم‌تر، پیامدهای اقتصادی آن می‌شود ساعت‌ها بحث کرد.

تخمین‌های مختلفی درباره این زیان اقتصادی منتشر شده است، از ۱۰۰ میلیون دلار تا یک و نیم میلیارد دلار. برخی کارشناسان بیشتر آسیب‌ها را متوجه کسب‌وکارهای اینترنتی می‌دانند و برخی دیگر معتقدند اختلال اینترنت، آسیب بیشتری را از ناحیه تجارت به اقتصاد کشور تحمیل کرده است.

برای نزدیک شدن به برآوردی درست از آسیب‌های اقتصادی قطعی اینترنت، بد نیست گزارش سازمان همکاری و توسعه اقتصادی OECD در مورد رخداد مشابه در مصر طی سال ۲۰۱۱ را بررسی کنیم. در این گزارش، آسیب اقتصادی در مسدودسازی اینترنت در مصر معادل ۹۰ میلیون دلار یعنی حدود ۰.۴ درصد از GDP تخمین زده شد که عمده این خسارت را کسب‌وکارهای اینترنتی متحمل شده‌اند. البته این تخمین درباره آسیب‌های دست‌اول این اقدام است و پیامدهای اقتصادی بعدی در تحلیل‌های دیگر بررسی شده است. همچنین پژوهشی دیگر در سال ۲۰۱۶ در مرکز نوآوری فناوری بروکینگز ماساچوست آمریکا انجام شد که در آن ۸۱ مورد قطعی اینترنت در ۱۹ کشور دنیا را مورد بررسی قرار دادند. البته عمق و وسعت قطعی اینترنت در این کشورها متفاوت بود، اما این ارقام در اقتصادهای به نسبت شبیه‌تر به کشورمان مانند برزیل نشان‌دهنده زیان ۱۱۶ میلیون دلاری در پنج روز قطعی است. همچنین این پژوهش می‌گوید میزان اختلال ایجادشده توسط دولت‌ها در سراسر دنیا از سال ۲۰۰۰ تا سال ۲۰۱۰ نزدیک به ۱۴ برابر شده است.

هرچند تخمین سرانگشتی از آسیب اقتصادی قطعی شش‌روزه اینترنت نمی‌تواند مبنای علمی داشته باشد، اما جهت درک بهتر پیامدها می‌توان به آن اتکا کرد. با در نظر گرفتن مبنایی برای تخمین و اعمال عوامل اصلاحی مانند حجم ۴۵۰ میلیارد دلاری اقتصاد ایران، طول مدت قطعی اینترنت، پرتگتر بودن نقش کسب‌وکارهای اینترنتی در وضعیت حال حاضر ایران نسبت به دیگر کشورها و سال‌های مبنا می‌توان عدد ۲۰۰ میلیون دلار آسیب اقتصادی را عددی معقول دانست که البته عددی متفاوت از ادعاهای یک و نیم میلیارد دلاری است. این اما بحث اصلی نیست. هدف طرح این مقدمه طولانی این بود که به عددی منطقی از میزان خسارات اقتصادی ناشی از قطعی اینترنت برسیم. هرچند در شرایط امروز کشور که مسئله اقتصاد در اولویت قرار دارد، ۲۰۰ میلیون دلار رقم کمی نیست، اما آسیب اصلی این نیست.

اگر توجه به کسب‌وکارهای اینترنتی، کارآفرینان جوان و آینده اقتصاد را دنبال می‌کنیم، نباید به کسب‌وکاری آدرس غلط داد، چراکه با طرح این اعداد و ارقام، عده‌ای هم در مباحثه با تعدادی از دوستان کارآفرین جوان و مدیران کسب‌وکارهای اینترنتی به این نتیجه رسیده‌اند که تعداد خدمات ارائه‌شده آنها در طول هفته گذشته کمتر از ۱۰ درصد زیرش داشته که قابل چشم‌پوشی است و به‌این ترتیب با طرح شبکه ملی اطلاعات و مزایای بحق آن، فضا برای بحث بیشتر در خصوص آسیب‌های جدی به کسب‌وکارهای اینترنتی بسته می‌شود. بررسی آسیب‌های کسب‌وکارهای اینترنتی پیچیده‌تر از بحث شبکه ملی اطلاعات و ارقام مطرح شده است. با بررسی‌های میدانی به نظر می‌رسد از نظر اقتصادی آسیب چشمگیری متوجه کسب‌وکارهای اینترنتی بزرگ و رشدیافته نشده است، چراکه بسیاری از کسب‌وکارها از این تلاطم با آسیب کمتری عبور کرده‌اند.

برای درک بهتر این موضوع، بد نیست یک دسته‌بندی کلی از سطح فعالیت این کسب‌وکارها و یک دسته‌بندی کلی هم از سطح به‌رهمندی آنها از اینترنت داشته باشیم. اگر کسب‌وکارهای اینترنتی را به‌طور کلی به سه دسته رشد یافته (تثبیت و شناخته‌شده)، در حال رشد (در حال جذب مشتری و تثبیت در بازار) و تازه متولدشده (از مرحله تشکیل تیم تا ارائه محصول به بازار) تقسیم کنیم و سطح استفاده از اینترنت را به سه دسته اول؛ دسترسی به مخاطب و مشتری، دوم؛ دسترسی به نرم‌افزارها و سرویس‌های آنلاین برای تکمیل زنجیره کسب‌وکار و سوم؛ خدمات میزبانی تقسیم کنیم، به‌تر می‌توان آسیب‌های اخیر را تحلیل کرد.

در اصل هر دسته از این کسب‌وکارها در سه دسته به

اینترنت نیاز دارند.

در این میان کسب‌وکارهای رشدیافته مانند سرویس‌های درخواست خودرو یا خرید آنلاین کالا به دلیل نرخ بالای تکرار خرید مشتری و تثبیت در بازار از مخاطره عدم دسترسی به دسته اول نیازها آسیب نمی‌بینند. این کسب‌وکارها همچنین به دلیل توان مالی بالا بسیاری از خدمات و نرم‌افزارهای آنلاین را که شرکت‌های خارجی آنها را ارائه می‌دهند بازتولید کرده و از دسترسی به آن‌ها بی‌نیاز هستند. همچنین به دلیل توان مالی بالا پیش‌تر از عهده هزینه‌های سنگین انتقال سرور و هاست به کشور برآمده‌اند و یا با سرعت بالایی با صرف هزینه در مدت بسیار کوتاه این اقدام را انجام دادند بنابراین کسب‌وکارهای بزرگ از این منظر آسیب مستقیم کمتری دیده‌اند.

اما دو دسته دیگر که آینده اقتصاد نوآور و دیجیتال کشور بیشتر در گرو تولد و رشد آنهاست، بیشتر آسیب دیده‌اند. نرخ رشد کسب‌وکارهای اینترنتی در حال رشد که بعد از مدت‌ها تلاش و صرف هزینه و سرمایه‌گذاری توانست اندکی سهم بازار در مقابل بزرگان اینترنتی کسب‌وکار کنند، به دلیل اختلال در فرآیند بازاریابی و جذب مشتری یا کاهش چشمگیری روزه‌روا شدن. همچنین تعداد قابل‌توجهی از ارائه‌دهندگان خدمات به دلیل بهره‌برداری از یک سرویس آنلاین خارجی در بخشی از کسب‌وکار خود و عدم دسترسی به این سرویس‌ها بخشی از مشتریان قبلی خود را به دلیل عدم ارائه خدمات مناسب از دست دادند و ارزش آتی این کسب‌وکارهای به‌شدت کاهش یافت.

مسئله مهم، سرمایه‌گذاری داخلی و خارجی در فضای کسب‌وکارهای اینترنتی و صنعت فناوری اطلاعات و ارتباطات است. بیش از یک سال بود که سرمایه‌گذاران سنتی داخلی به دلیل رکود بازار و عدم سوددهی به کسب‌وکارهای اینترنتی روی آوردند. همچنین سرمایه‌گذاران خارجی که پیش‌تر به فضای کسب‌وکارهای اینترنتی ایران وارد شده بودند، بازار کشور را رمد می‌کردند. در سال‌های اخیر بخش تجارت الکترونیک در ایران از رشد خوبی برخوردار بود، اما حوزه‌ای بود که در دو سال گذشته می‌شد اخبار سرمایه‌گذاری را در آن شنید.

هرچه این جوانان و کسب‌وکارهای اینترنتی برای مسئله تحول سرمایه‌گذاری داخلی و جذب سرمایه‌گذاری خارجی رشته بودند، پنبه شد و پول‌هایی که در مسیر ورود به فضای کسب‌وکارهای اینترنتی بودند، همگی بعد از چشیدن طعم ریسک بالای این حوزه سر از رز و ملک و حتی خراج از کشور درخواهند آورد. شاید تحمل درصدی از ۲۰۰ میلیون دلار خسارت به کسب‌وکارهای اینترنتی امکان‌پذیر به نظر برسد، اما تحمل عدم ورود کارآفرینان به این فضا که می‌توانست چندین میلیارد دلار ارزش در اقتصاد کشور ایجاد کند، به این سادگی نیست.

قطع شدن اینترنت به کسب‌وکارهای آنلاین صدمه شدیدی زد

اکوسیستم استارت‌آپی در شوک



همچنین اشتغال در فضای آنلاین و استارت‌آپی نیز با قطع شدن اینترنت به‌شدت لطمه خورد، به‌طوری که یکی از مدیران کسب‌وکارهای اینترنتی در این باره گفت: «به مسئولان بگویند حداقل ۱۰۰ هزار جوان در شرف از دست دادن کارشان هستند، من مدیر وب‌سایت برندی هستم که ۷۸ نیرو دارم، قطعاً مجبور به اخراج ۷۵ نفر خواهم شد.»

قطع اینترنت فضای سرخورده‌ای را در حوزه اشتغال‌های اینترنتی و استارت‌آپی که اتفاقاً چندین میلیون جوان ایرانی در آن فعالیت دارند، به وجود آورده و به اکوسیستم استارت‌آپی کشور، آسیب شدیدی وارد کرده است؛ فضایی که نشاط گسترده‌ای را به اقتصاد ایران در چند سال گذشته تزریق کرده بود و حتی باعث شده بود بخشی از جوانان ایرانی که از کشور مهاجرت کرده بودند به ایران بازگردند. «ت بلاک» که یک وب‌سایت معتبر در زمینه آزادی استفاده از اینترنت در جهان است و به‌طور آنی و لحظه‌ای، بهره‌مندی مناطق مختلف جهان را از شبکه جهانی اینترنت رصد می‌کند، میزان خسارت ناشی از هر روز قطعی اینترنت در ایران را مبلغی معادل ۶۱ میلیون دلار برآورد کرده است؛ یعنی قطعی اینترنت در هشت روز، خسارتی ۴۸۶ میلیون دلاری به دنبال داشته است. به اعتقاد کارشناسان، در شرایط سخت اقتصادی کنونی، خسارت‌های بسیار زیاد اقتصادی و روانی که کسب‌وکارهای آنلاین و استارت‌آپی از قطعی اینترنت متحمل شده‌اند باید از سوی دولت با ارائه تسهیلات و کمک‌های مالی در جهت بازگشت نشاط به اکوسیستم استارت‌آپی جبران شود.

قطعی اینترنت با بازار ارز و شبکه بانکی چه کرد؟

اما جدا از اکوسیستم استارت‌آپی، قطع شدن اینترنت در هفته گذشته، حوزه‌های اقتصادی دیگری را هم درنوردید. به عنوان مثال، یکی از بخش‌های مهمی که تحت تاثیر قطعی اینترنت قرار گرفت، خرید و فروش اینترنتی بلیت سفرهای دریایی، ریلی و جاده‌ای بود.

بازار ارز هم با تبعات قطعی اینترنت در چند روز گذشته دست و پنجه نرم کرده است، به‌طوری که اغلب صرافان می‌گویند قطعی اینترنت سبب کندی کار آنها شده است، اما اخلاص جدی در فعالیت شبکه ارزی کشور ایجاد نکرده است. در واقع، درحالی برخی از کسب‌وکارها از قطعی اینترنت لطمه خورده‌اند که شبکه بانکی در

فرصت امروز؛ با اینکه آمارهای مختلفی درباره میزان زیان اقتصادی قطعی اینترنت بر کسب‌وکارهای آنلاین تخمین زده شده، «ت بلاک» وب‌سایت معتبر در زمینه آزادی استفاده از اینترنت در جهان، میزان خسارت ناشی از هر روز قطعی اینترنت در ایران را مبلغی معادل ۶۱ میلیون دلار برآورد کرده است. حالا اگر این مبلغ را در تقریباً هفت روزی که اینترنت بر اثر حاشیه‌های افزایش قیمت بنزین مسدود شده بود، ضرب کنیم به عدد خیره‌کننده‌ای می‌رسیم.

بدیهی است که بیشترین و مهم‌ترین آسیبی که بر اثر قطع شدن شبکه اینترنت در چند روز گذشته در اقتصاد ایران اتفاق افتاده، به کسب‌وکارهای اینترنتی و استارت‌آپ‌ها وارد شده است. درحالی اینترنت بخشی از شرکت‌ها و اینترنت‌های خانگی به اینترنت بین‌المللی از یکی دو روز گذشته وصل شده است که برآوردها نشان می‌دهد این اتفاق برای فعالان اقتصادی بخش خصوصی و به‌ویژه استارت‌آپ‌ها در هفته گذشته میلیاردها تومان خسارت به همراه داشته است.

علاوه بر زیان اقتصادی، چالش بزرگی که استارت‌آپ‌ها با آن روبه‌رو شده‌اند، لطمه خوردن به سرمایه‌های اجتماعی آنها مخصوصاً اعتماد مشتریان‌شان بوده است. در سال‌های گذشته برای تغییر فرهنگ خرید از روش سنتی به روش مدرن و آنلاین، تلاش‌های بسیاری صورت گرفت و استارت‌آپ‌ها، نقش مهمی در این زمینه داشتند، اما حالا قطع حدود یک‌هفته‌ای اینترنت به تفکر خرید آنلاین در کشور آسیب وارد کرده و درنتیجه، بی‌اعتمادی مشتریان را به همراه داشته است. از خرید بلیت هواپیما و انواع کالاها تا دریافت خدمات مختلف مثل سفارش آنلاین غذا، بسیاری از کسب‌وکارها تا قبل از قطعی اینترنت به‌صورت آنلاین و مطابق معمول انجام می‌شد، اما پس از آن، بسیاری از شهروندان به‌ناچار مجبور شدند دوباره به روش‌های سنتی خرید روی بیاورند؛ اتفاقی که به اتمسفر استارت‌آپی و آنلاین کشور صدمه زده است.

آسیب‌های قطع اینترنت برای استارت‌آپ‌ها

برای مثال در هفته گذشته، خرید بلیت سینما بیش از ۵۰ درصد افت کرد و درحالی‌که فروش فیلم‌های در حال اکران از ۱۸ الی ۲۳ آبان در سراسر کشور حدود ۶ میلیارد تومان بود، در روزهای قطعی اینترنت به ۳ میلیارد و ۱۴۳ میلیون تومان کاهش یافت.

پیام وزیر ارتباطات پس از وصل شدن اینترنت خانگی:

به عنوان عضوی از دولت و حاکمیت عذرخواهی می‌کنم

بدون فضای مجازی و شبکه جهانی قابل‌تصور نیست. به گفته وزیر ارتباطات، برای گردش آزاد اطلاعات و جلوگیری از اختلال در فعالیت خبرنگاران برای جمع زیادی از آنان دسترسی به اینترنت ایجاد شده، همچنین اغلب دفاتر خبرگزاری‌ها، سایت‌های خبری و روزنامه‌ها را به اینترنت متصل کردیم. در مرحله بعد برای آنکه کسب و کارها و احتیاجات اولیه مردم مختل نشود اقداماتی صورت گرفت تا بانک‌ها طبق روال معمول به فعالیت خود ادامه دهند. او افزود: تاکسی‌های اینترنتی که ۲.۲ میلیون راننده و ۱۰ میلیون متقاضی دارند، فروشگاه‌های اینترنتی و یا سرویس فروش بلیت مسافرتی از جمله مواردی هستند که اگر در آنها اختلال ایجاد می‌شد، زندگی مردم نیز دچار مشکل می‌شد؛ این کار بزرگی بود و وزارت ارتباطات در زیرساخت تلاش‌های بسیاری انجام داد و هدف از زیرساخت شبکه ملی اطلاعات، حفاظت از منافع مردم در این شرایط بود. قطع ادامه ارتباط با شبکه جهانی.

هنوز آمار دقیقی از خسارت قطع اینترنت وجود ندارد

قطعی اینترنت چه مشکلاتی برای شبکه حمل‌ونقل به وجود آورد؟

در و گاهی اوقات کمتر از کف نرخ تعیین‌شده به فروش می‌رسد. مهرداد تقی‌زاده، دبیر انجمن صنعتی شرکت‌های حمل و نقل ریلی و خدمات وابسته نیز درباره میزان و چگونگی این آسیب‌ها به بخش ریلی گفت: همواره بخشی بزرگی از فروش بلیت قطار به صورت اینترنتی صورت می‌گیرد، اما از آنجا که در کنار فروش اینترنتی آژانس‌ها نیز این کار را انجام می‌دهند به نظر نمی‌رسد مشکل جدی به وجود آمده باشد، به طوری که تاکنون هیچ گزارشی از آسیب و خسارت به بخش حمل و نقل ریلی نداشتیم و اگر در هفته گذشته اختلالی هم به وجود آمده باشد، حل شده است.

همچنین داریوش باقرجوان، مدیر کل حمل مسافر سازمان راهداری و حمل و

نقل جاده‌ای، گفت: گرچه فروش بلیت شرکت‌ها و تعاونی‌های مسافری، بین شهری به صورت اینترنتی هم انجام می‌شد اما در ایامی که اینترنت قطع بود اطلاع‌رسانی لازم از سوی آنها به صورت پیامکی و ... صورت گرفت و چیزی که محرز است اینکه فروش بلیت اینترنتی قالباً در راستای افزایش رضایت و آسایش مسافران است اما اگر مسافری بخواهد به مقصدی حرکت کند به هر شکل ممکن این کار را انجام می‌دهد.

او با بیان اینکه هنوز آمار دقیقی از افزایش یا کاهش تعداد حمل و نقل مسافر در هفته‌ای که اینترنت قطع بود نداشتیم، گفت: آخرین آمار منتشرشده در این زمینه به همراه امسال برمی‌گردد که بیش از ۱۲ میلیون و ۷۰۰ هزار نفر مسافر جابه‌جا شده‌اند و این میزان ۱۳ درصد نسبت به بازه زمانی مشابه افزایش داشته است.

بانک‌نامه

بانک مرکزی اعلام کرد

افزایش ۲۰ درصدی مانده تسهیلات بانکی

مانده تسهیلات بانکی در پایان مرداد ۹۸ به ۱۶ هزار و ۸۹ هزار میلیارد ریال رسید که نسبت به مدت مشابه پارسال حدود ۲۰ درصد افزایش یافته است.

به گزارش بانک مرکزی، آخرین وضعیت مانده سپرده‌ها و تسهیلات ریالی و ارزی بانک‌ها و موسسه‌های اعتباری در پایان مردادماه سال ۱۳۹۸ حاکی از آن است که مانده کل سپرده‌ها به ۲۲۴۳۰ هزار میلیارد ریال رسیده که نسبت به مدت مشابه پارسال ۲۷.۴ درصد و نسبت به اسفند ۹۷ حدود ۹.۵ درصد افزایش یافت. بیشترین مبلغ سپرده‌ها مربوط به استان تهران با مانده ۱۲۲۲۲ هزار میلیارد ریال و کمترین مبلغ مربوط به استان کهگیلویه و بویراحمد معادل ۶۰ هزار میلیارد ریال است.

مانده کل تسهیلات نیز حدود ۱۶۰۸۹ هزار میلیارد ریال است که نسبت به دوره مشابه سال قبل ۲۰.۲ درصد و نسبت به پایان سال قبل ۶.۶ درصد افزایش داشته است.

نسبت تسهیلات به سپرده‌ها بعد از کسر سپرده قانونی ۷۹.۳ درصد است که نسبت به پایان مردادماه ۱۳۹۷ حدود ۴.۹ درصد کاهش و نسبت به پایان اسفند ۱۳۹۷ معادل ۲ درصد کاهش را نشان می‌دهد.

طلا گرمی ۴۱۹ هزار تومان

دلار گران شد، سکه ارزان شد

قیمت هر قطعه سکه تمام بهار آزادی در دومین روز هفته و سومین روز از آذرماه، روندی معکوس با دلار را برگزید و با وجود افزایش نرخ دلار با کاهش روبه‌رو شد.

به گزارش خبرآنلاین، در بازار تهران هر گرم طلای ۱۸ عیار ۴۱۹ هزار تومان خرید و فروش شد. قیمت هر گرم طلای ۱۸ عیار هم کاهش قیمتی برابر با ۴ هزار تومان نسبت به روز نخست هفته تجربه کرد. هر سکه تمام بهار آزادی طرح جدید نیز ۴ میلیون و ۱۴۰ هزار تومان قیمت‌گذاری شد که از کاهش قیمت ۱۰ هزار تومانی آن حکایت دارد. هر سکه تمام بهار آزادی طرح قدیم نیز با کاهش ۲۰ هزار تومانی به ۴ میلیون و ۱۱۰ هزار تومان رسید. همچنین نیم سکه و ربع سکه به ترتیب ۴ میلیون و ۱۷۰ هزار تومان و یک میلیون و ۳۷۰ هزار تومان خرید و فروش شدند.

در بازارهای جهانی نیز هر اونس طلا با کاهش حدود دو دلار به هزار و ۴۶۲ دلار به دست مشتریان رسید. نتیجه نظرسنجی این هفته کینتکو درباره تغییرات قیمت طلا در هفته پیش رو هیچ یک از دو گروه سرمایه‌گذاران و تحلیلگران دیدگاه قاطعی درباره جهت حرکت بازار طلا ندارند البته سرمایه‌گذاران کمی به رشد قیمت‌ها خوشبین هستند.

همچنین قیمت دلار در صرافی‌های بانکی به ۱۱ هزار و ۹۰۰ تومان رسید که نسبت به روز شنبه، افزایشی ۱۰۰ تومانی را نشان می‌دهد. صرافان می‌گویند بازارساز در اولین ساعات صرافی نسبت به بالا بردن قیمت اقدام کرد تا قیمت‌ها در بازار با صرافی‌های بانکی هماهنگ شود. بازار ارز با وجود کاهش قیمت در وضعیت باثبات و عادی به سر می‌برد. براساس این گزارش، صرافان بانکی در حال حاضر، هر دلار را به قیمت ۱۱ هزار و ۸۰۰ تومان خریداری می‌کنند.

بر این اساس، سد مقاومتی دلار در حال حاضر، بنا بر اعلام صرافان ۱۲ هزار تومان تعیین شده است. برخی صرافان می‌گویند سد مقاومتی بالارونده ۱۲ هزار تومان و کف سد مقاومتی ۱۱ هزار و ۸۰۰ تومان است. به این ترتیب کاهش قیمت دلار از مرز ۱۱ هزار و ۸۰۰ تومان، می‌تواند روند ریزشی قیمت دلار را تسریع کند. با این حال، نوسان دلار در بازار سبب شده است رسیدن دلار به قیمتی کمتر از این رقم با دشواری مواجه باشد. همچنین شکسته شدن سد مقاومتی دلار و افزایش آن به بیش از ۱۲ هزار تومان نیز با دشواری مواجه خواهد بود.

قیمت هر یورو در صرافی‌های بانکی نیز ۱۳ هزار و ۱۰۰ تومان است و قیمت فروش این ارز بین‌المللی در صرافی‌های بانکی برابر با ۱۳ هزار تومان است.

تعیین تکلیف ۱۱ هزار میلیارد ریال از اموال مزاد بانکی

۱۱ هزار و ۱۵۶ میلیارد ریال از اموال مزاد بانک ملی شامل املاک ملکی و تملیکی و سهام شرکت‌ها در سال ۹۸ تعیین تکلیف شده است.

بانک ملی ایران در راستای عمل به مفاد ماده ۱۶ و ۱۷ قانون رفع موانع تولید رقابت‌پذیر و ارتقای نظام مالی کشور موفق به واگذاری بیش از ۱۱ هزار میلیارد ریال از اموال مزاد خود شده است.

با توجه به تاکید رئیس‌جمهوری و ابلاغ قانون کاهش ۲۳ درصدی بنگاهداری سالانه بانک‌ها، همه بانک‌های دولتی کارگروه‌هایی را برای واگذاری و فروش سهام شرکت‌ها و اموال مزاد تشکیل داده‌اند.

این واگذاری‌ها برای عمل به سیاست‌های کلان دولت و خروج از بنگاهداری بانک‌ها و در راستای عمل به مفاد ماده ۱۶ و ۱۷ قانون رفع موانع تولید رقابت‌پذیر و ارتقای نظام مالی کشور انجام شده است.

بر این اساس، بانک ملی ایران گزارش داد در روندی قانونی و گام به گام، در حال واگذاری اموال و املاک مزاد خود بوده و براساس گزارش دستاوردهای وزارت امور اقتصادی و دارایی که به تازگی منتشر شد، این بانک هم‌اکنون بیش از فروش اموال مزاد است. این بانک در تاریخ چهارم آبان‌ماه سال جاری اقدام به برگزاری مزاد همه سهام خود در شرکت سرمایه‌گذاری گروه توسعه ملی (بزرگترین هلدینگ سرمایه‌گذاری خود) کرده است که شرایط نوبت بعد مزایده شرکت مذکور در اسرع وقت اعلام می‌شود.

عقبگرد در بانکداری الکترونیک با ادامه پرداخت‌های نقدی



جوابگوی نیازهای مبادلاتی جامعه نباشد، استفاده از انواع چک رواج پیدا می‌کند؛ اتفاقی که در ایران رخ داد و در غیاب نظام پرداخت الکترونیک معضل مذکور را تشدید کرد.»

مرور آمارهای بانک مرکزی نیز موبد ادعای فوق است. طبق تازه‌ترین آمار بانک مرکزی ۷.۵ میلیون فقره چک در شهریورماه سال ۹۸ در کل کشور مبادله شد که نسبت به ماه قبل از نظر تعداد ۲.۷ درصد افزایش داشته است.

براساس این گزارش، به منظور رفع مشکلات مرتب بر نظام پرداخت‌های کشور، نه‌تنها باید هر یک از ارکان سه‌وجهی نظام پرداخت با نیازهای مبادلات روزمره هماهنگ شود بلکه لازم است ارتباط و انطباق درونی آنان نیز حفظ شود. در این راستا، اولین گام، تقویت نظام پرداخت‌های الکترونیک و به مراتب «بانکداری الکترونیک» کشور است زیرا نسبت به دو وجه دیگر جوان تر بوده و متناسب با تحولات جهانی رشد نکرده است. از طرفی همانطور که معاون اقتصادی بانک مرکزی تاکید می‌کند، نظام پرداخت به دلیل بالا بودن میزان سرانه اسکناس با مشکلاتی مواجه شده که بانکداری الکترونیک به نظام نقدی کمک می‌کند تا بار موجود در مبادلات را از نظام نقدی کم کند.

الزامات بهبود بانکداری الکترونیک در ایران

براساس گزارش شرکت شبکه الکترونیک پرداخت کارت (شاپرک) در مهرماه ۹۸، بیش از ۲ میلیارد و ۲۶۳ میلیون تراکنش به ارزش بیش از ۲ هزار و ۵۲۴ میلیون ریال در شبکه شاپرک انجام شده است که از این تعداد، ۸۷.۶۹ درصد تراکنش‌ها از طریق کارت‌خوان بوده و سهم ابزار پذیرش اینترنتی و ابزار پذیرش موبایلی، به ترتیب ۶.۲۵ و ۰.۰۶ درصد بوده است.

اگرچه سهم پرداخت‌های الکترونیک در کشور در مقایسه با سال‌های گذشته بالاتر رفته است، اما به گفته فعالان اقتصادی، تا رسیدن به جایگاه کشورهای پیشرفته در این حوزه، ایران فاصله زیادی دارد. در همین راستا پیشنهادهایی مختلفی به منظور بهبود بانکداری و نظام پرداخت الکترونیک ارائه شده است.

براساس پژوهش صورت‌گرفته از سوی بانک مرکزی، گسترش روش خرید کالا و خدمات به روش الکترونیک برای دارنده کارت اعتباری، ایجاد مزیت رقابتی برای کارت‌های اعتباری در مقایسه با ابزارهای سنتی، اعمال کارمزد بر ابزارهای سنتی موجود تا حدی که ابزارهای نوین ارزان‌تر شده و مصرف‌کنندگان تشویق به استفاده از آن شوند، اخذ کارمزد واقعی خدمات حضوری پرداخت‌هایی نظیر پرداخت قبوض از کسالتی که به‌جای استفاده از ابزارهای الکترونیک به شعب مراجعه می‌کنند، توسعه و بهبود سریع زیرساخت‌های مخابراتی به‌ویژه خطوط مطمئن با پهنای باند و ضرب اطمینان بالا برای شبکه بانکی و نیز عموم مردم و تشویق آنها به سمت کاربرد ابزارهای تجارت الکترونیک و تدوین راهبرد ملی فرهنگ‌سازی و آموزش پرداخت الکترونیک به‌ویژه از طریق رسانه ملی و آموزش‌وپرورش از مهم‌ترین ابزارهایی است که دولت‌ها به منظور توسعه بانکداری الکترونیک باید به آنها توجه داشته باشند.

معاون پیشین وزیر اقتصاد مطرح کرد

چرا احساس مردم از نرخ تورم با رقم رسمی آن یکسان نیست؟

را باور کردند. در نتیجه مساله این است که نرخ تورم کل کشور رو به کاهش است اما هزینه‌های زندگی مردم روندی متفاوت را طی می‌کند.

او در رابطه با اثر روانی بر نرخ تورم خاطرنشان ساخت: در ماجرای بنزین هم همین مساله دیده شد. رئیس کل بانک مرکزی می‌گوید ۳ هزار تومان شدن نرخ هر لیتر بنزین نهایتاً ۴ درصد به نرخ سالانه تورم می‌افزاید. این براساس مدل آماری و تئوری محض قابل اثبات است ولی در اقتصاد ایران انتظارات مردم و شرایط ذهنی نیز نقش پررنگی بر افت و خیز قیمتی دارد. به همین دلیل گرچه مدل آماری کم‌اهمیتی یک مساله را نشان می‌دهد در عمل اتفاق دیگری می‌افتد. این مساله در چهار دهه اخیر بارها دیده شده و اکنون هم بعید است قیمت بنزین تنها ۴ درصد بر نرخ تورم تاثیر گذارد.

او تاکید کرد: تاثیر روانی به شدت به شرایط اعتماد مردم و دولت به یکدیگر وابسته است و هر قدر اعتماد این دو بیشتر باشد شرایط روانی تاثیر سوء کمتری بر اقتصاد می‌گذارد و هر قدر نیز این وضعیت بغرنج شود و اعتماد مردم و دولت تحت‌الشعاع مسائلی قرار گیرد که از آن کاسته شود نیز نرخ تورم بر اثر مولفه‌های روانی و انتظار مردم از شرایط روند افزایشی را طی خواهد کرد.

«جامعه بدون پول نقد» در ایران چگونه می‌تواند تحقق یابد؟

عقبگرد در بانکداری الکترونیک با ادامه پرداخت‌های نقدی

سوندی‌ها عنوان نخست را در جهان به دلیل عدم استفاده از پول نقد در معاملات خود کسب کرده‌اند. در این کشور ۱۹ درصد پرداخت‌ها با پول نقد است که این رقم در کل اروپا به‌طور متوسط ۸۰ درصد است. بانک مرکزی نروژ هم اعلام کرده که کمتر از ۱۰ درصد از مردم این کشور همچنان از اسکناس و پول کاغذی در معاملات خود استفاده می‌کنند و طرف ۱۰ سال آینده استفاده از اسکناس در نروژ به طور کامل از بین خواهد رفت.

متخصصان سیاست پولی بر این عقیده‌اند که اقتصاد بدون پول نقد مزایای زیادی خواهد داشت. رانت و فساد اقتصادی، طی سال‌های اخیر به یکی از مهم‌ترین مشکلات اقتصادی ایران تبدیل شده است که در همین زمینه، کارشناسان اقتصادی پیشنهاد می‌دهند بهترین راهکار برای جلوگیری از این معضل، حذف اسکناس کاغذی و انجام معاملات الکترونیکی است. ایوژر ندیمی مشاور رئیس سازمان برنامه و بودجه بر این باور است که مدیریت نقدینگی کشور به سمت بخش‌های مولد در زمان تحریم‌ها اهمیت بالایی دارد. حال اگر سران قوه تلاش کنند که سیستمی ایجاد کنند که معاملات به صورت الکترونیکی انجام شود، حذف اسکناس باعث جلوگیری از فساد خواهد شد.

پیشنهاد ندیمی طراحی یک اتوماسیون برای هدایت نقدینگی به سمت بانک‌هاست؛ زیرا در حال حاضر بخش عمده‌ای از جامعه دارای کارت‌های بانکی هستند و سران سه قوه می‌توانند در دستوری اعلام کنند همه اسکناس‌ها به بانک‌ها برگردد، سپس معاملات به صورت الکترونیکی انجام شود تا زیرمیزی و فساد حذف شود و مشکلات ناشی از زد و بندها در نتیجه ردیابی فسادها از بین برود.

در بعد اجتماعی، حمل و انتقال حجم بالا از اسکناس همواره خطرات ناشی از سرعت و بزهکاری را در اماکن مختلف به ویژه بانک‌ها گسترش داده و گاه تلفات جانی غیرقابل جبرانی را نیز به جامعه تحمیل کرده است. علاوه بر این، بخش قابل توجهی از دعاوی حقوقی در مراجع قضایی کشور درخصوص چک‌های مجعولی است که در بسیاری از موارد به علت سختی مبادلات نقدی جایگزین وجه نقد شده‌اند.

رایج شدن استفاده از چک پول در غیاب نظام پرداخت الکترونیک

طبق بند (ب) ماده ۱۰ قانون پولی و بانکی، یکی از اهداف بانک مرکزی تسهیل مبادلات بازرگانی است که مهم‌ترین پیش‌نیاز آن پرخورداری از نظام پرداخت جامع و کارآمد است. نظام پرداخت‌های دارای ساختاری سه وجهی شامل ابزارهای پرداخت الکترونیک، انواع چک و پول است.

مرکز پژوهش‌های اقتصادی بانک مرکزی، در گزارشی با عنوان «فرم پولی، تجربه کشورهای دیگر و الزامات ایران» با اشاره به این ساختار سه وجهی ابزارهای پرداخت، خاطرنشان کرده است: «تاکارآمدی هر رکن این ساختار، موجب انتقال مبادلات به رکن دیگری می‌شود. برای مثال، هنگامی که قطع اسکناس در جریان

اقتصاد ایران در حالی محتمل هزینه بالای چاپ و تولید اسکناس است که بسیاری از کشورها از پول نقد فاصله گرفته و بیشتر پرداخت‌های خود را با استفاده از گزینه‌های غیرنقدی انجام می‌دهند؛ این گزینه‌ها شامل دبیته کارت‌ها و کارت‌های اعتباری، کارت‌های اعتباری، اپلیکیشن‌های پرداخت موبایلی و فناوری NFC می‌شوند. «جامعه بدون پول نقد» یا «Cashless Society» سبکی از زندگی است که هم‌اکنون در کشورها توسعه‌یافته دنبال می‌شود. با این وجود و به‌رغم وسوسه‌برانگیز بودن جوامع بدون پول نقد تاکنون هیچ کشوری، پول نقد را کاملاً از مبادلات کنار نگذاشته است.

درست است که برخی کشورها با شتاب بیشتری نسبت به سایرین در حال تبدیل شدن به جوامع بدون پول نقد هستند، اما اگر شما طرفدار سبک زندگی بدون پول نقد هستید، لازم نیست که حتماً به یکی از این کشورها نقل مکان کنید. امروزه شما در بسیاری از کشورها می‌توانید بدون پول نقد مبادلات خود را انجام دهید اما کسانی که در یکی از کشورهای یادشده زندگی می‌کنند، احتمالاً بسیار کمتر از سایر کشورها با فروشندگانی مواجه می‌شوند که تنها پول نقد می‌پذیرند.

از فرار مالیاتی تا هزینه چاپ و تولید اسکناس

با اینکه سال‌هاست پول نقد جایش را به کارت‌های بانکی داده، اما همچنان شاهد اصرار برخی مشاغل برای دریافت پول نقد به‌جای استفاده از کارت در ایران هستیم؛ مطب برخی پزشکان، آرایشگاه‌های زنانه و حتی برخی رستوران‌ها از جمله مکان‌هایی است که معمولاً مراجعه‌کنندگان تجربه پرداخت نقدی به‌جای پرداخت الکترونیکی دارند.

در حوزه اقتصاد کلان، فرار مالیاتی ازجمله مهم‌ترین تأثیرات این نوع پرداخت نقدی است، چنانچه به گفته سخنگوی کمیسیون تلفیق بودجه ۹۸ «فرار مالیاتی پزشکان» حدود ۶۵۰۰ میلیارد تومان در سال است. این در حالی است که از میزان فرار مالیاتی برخی دیگر از مشاغلی که به‌صدا پول نقد را جایگزین کارت بانکی می‌کنند، اطلاعاتی در دست نیست.

نگاهی به آمار منتشرشده توسط بانک مرکزی نشان می‌دهد مجموع اسکناس و مسکوک در پایان خردادماه سال جاری به ۶۵.۷ هزار میلیارد تومان رسیده که این میزان نسبت به خرداد سال ۹۷ حدود ۱.۶۸ درصد افزایش داشته است. از طرفی طبق ضوابطی که بانک مرکزی برای چاپ و تزریق اسکناس دارد، عمر اسکناس‌های موجود در بازار معمولاً حدود پنج سال است که بعد از این مدت اسکناس‌های قدیمی به تدریج از چرخه خارج شده و چاپ‌های جدید وارد می‌شوند. پیش‌تر اعلام شده بود که سالانه حدود ۶۰۰ میلیون برگ اسکناس امحا شده و نزدیک به ۹۰۰ میلیون برگ جدید براساس نیاز بازار، میزان امحا و همچنین ذخیره‌گیری زیر نظر هیات نظارت بر اندوخته اسکناس چاپ و به مرور وارد چرخه پولی می‌شود.

تجربه کشورهایایی که به دنبال «جامعه بدون پول نقد» هستند

این در حالی است که روند عدم استفاده از پول نقد در معاملات در سطح جهان روبه افزایش است و افراد در حال کنار گذاشتن پول کاغذی هستند؛ چنانچه

فرابورس

مدیرعامل فرابورس پاسخ داد

قیمت بنزین چه تاثیری بر فرابورس می‌گذارد؟

مدیرعامل فرابورس ایران درخصوص آثار سهمیه‌بندی بنزین بر بازار سرمایه گفت بورس همواره داعیه‌دار واقعی شدن قیمت‌ها بوده است؛ این اتفاق گامی مهم در جهت بهبود کیفیت ارزش‌گذاری شرکت‌ها است. امیر هامونی در گفت‌وگو با ایرنا، با اشاره به اصلاح قیمت بنزین گفت: در روزهای اخیر فعالان بازار باید تحلیل خود را به دو سطح کوتاهمدت و بلندمدت تقسیم کنند، در تحلیل کوتاهمدت، ضروری است سهامداران به این مهم توجه داشته باشند که آیا افزایش نرخ بنزین اثری بر صورت‌های مالی شرکت‌ها دارد یا خیر؛ همچنین می‌بایست به نقش سایر حامل‌های انرژی در تراز مالی شرکت‌ها توجه داشته باشند، او درخصوص آثار بلندمدت افزایش اخیر قیمت بنزین گفت: تعدیل قیمت بنزین گرچه تنها قطعه‌ای کوچک از پازل بزرگ اصلاحات اقتصادی است، اما نمی‌توان از این مهم چشم‌پوشید که حامل سیگنالی مثبت به بازار است و دولت با استمرار در مسیر اصلاح اقتصادی، بخش مهمی از هزینه‌های خود را کاهش خواهد داد تا از این طریق با بازپرداخت بدهی‌های خود و کاهش پایه پولی، تقویت ثبات اقتصادی را به ارمان آورد. هامونی به آثاری که می‌تواند تقویت ثبات و ادامه اصلاح اقتصادی را دربر داشته باشد اشاره و بیان کرد: به طور اساسی ثبات، کلید رشد هر اقتصادی است و تجربه جهانی نشان داده که در سایه ثبات بلندمدت، بازار سرمایه به عنوان مقصد اصلی نقدینگی شناخته می‌شود؛ مسیری که قاعدتا به مردمی‌تر شدن اقتصاد کشور خواهد انجامید و خانوارهای بیشتری از منافع رشد صنایع به صورت مستقیم بهره‌مند خواهند شد. مدیرعامل فرابورس، تجربه موفق اوراق حق تقدم استفاده از تسهیلات مسکن را یادآور شد و گفت: با توجه به پویایی بازار سرمایه و استقبال از ابزارهای جدید مالی کم‌اثر این ظرفیت در بازار سرمایه و به خصوص بورس انرژی وجود دارد تا امکان مبادلات خرد امتیاز یا سهمیه بنزین و گازوئیل یا سایر انواع انرژی را ایجاد کند و سیاست‌گذار می‌تواند در تصمیم‌گیری‌های آتی خود این پتانسیل را مدنظر داشته باشد. تجربه بورس انرژی در سال‌های اخیر شاید در عملیاتی کردن طرح‌هایی از این دست بسیار حائز اهمیت است. وی تصمیم اخیر درخصوص اعطای سهمیه بنزین به تاکسی‌های اینترنتی را گامی مثبت از جانب تصمیم‌گیران مربوطه ارزیابی کرد و گفت: با توجه به رقابتی که در چند سال اخیر بین استارت‌آپ‌ها و کسب‌وکارهای سنتی شکل گرفته، لزوم این امر بیش از پیش احساس می‌شود که باید نگاهی مثبت به شرکت‌های فعال در زیست‌بوم نوآوری داشت و با کاهش ریسک‌های سیستماتیک فعالان این حوزه، زمینه ادامه فعالیت آنها را تسهیل کنیم. مدیرعامل فرابورس با اشاره به اینکه شرکت‌های استارت‌آپی امروز نقش پررنگی در فضای کسب‌وکار ایفا می‌کنند، بیان کرد: در صورت کاهش ریسک‌های سیستماتیک در اکوسیستم استارت‌آپی، بسیاری از این شرکت‌ها امکان رشد و پذیرش در بورس را به‌دست خواهند آورد، با همین نگاه شاید بتوان تخصیص سهمیه بنزین برای تاکسی‌های اینترنتی و حفظ فضای رقابت بین آنها و فعالان سنتی حمل‌ونقل را مثبت ارزیابی کرد و گامی رو به جلو برشمرد.



تعیین برگزیت و کاهش تنش‌های ژئوپلیتیک در خاورمیانه از جمله مسائلی هستند که می‌توانند قیمت جهانی طلا را کاهش دهند. به توجه به کاهش ارزش درایی صندوق‌های طلا به نظر می‌رسد که در شرایط فعلی انتظار قوی برای افزایش قیمت وجود ندارد.

چشم‌انداز نرخ ارز تا پایان سال ۹۸

در مورد نرخ ارز نیز به نظر می‌رسد پس از اصلاحات ایجادشده در سامانه نیما در اردیبهشت‌ماه، که موجب افزایش عرضه ارز توسط صادرکنندگان در این سامانه شده و نرخ ارز را به تجارت خارجی کشور متصل کرده، روند نزولی نرخ ارز بازار آغاز شده و شکاف میان نرخ بازار و سامانه نیما به کمتر از ۱۰ درصد رسیده است. به این ترتیب به نظر می‌رسد که در صورت تاخورد رویکرد فعلی مدیریت بازار ارز، می‌توان انتظار داشت که شکاف محسوس میان این دو نرخ ایجاد نشود.

در مورد چشم‌انداز نرخ ارز تا پایان سال به نظر می‌رسد از یکسو تشدید شرایط فروش نفت توسط دولت و از سوی دیگر منفی شدن تدریجی تراز تجاری غیرنفتی کشور، دو عامل مهمی است که می‌تواند منجر به پیشی گرفتن تقاضای ارز بر عرضه ارز شود و به این ترتیب، با افزایش نرخ همراه شود. در مجموع به نظر می‌رسد نرخ‌های فعلی دلار در محدوده ۱۱ هزار تومان، به نوعی کف نسبی برای مقادیر این ارز در ماه‌های آتی تلقی شود.

شده؛ به طوری که هر سکه تمام بهار آزادی طرح جدید با کاهش ۱۰ هزار تومانی به ۴ میلیون و ۱۴۰ هزار تومان و هر سکه تمام بهار آزادی طرح قدیم با کاهش ۲۰ هزار تومانی به ۴ میلیون و ۱۱۰ هزار تومان رسید. نیم سکه و ربع سکه هم به ترتیب ۲ میلیون و ۱۷۰ هزار تومان و یک میلیون و ۳۷۰ هزار تومان قیمت خورد. قیمت دلار نیز در صرافی‌های بانکی به ۱۱ هزار و ۹۰۰ تومان رسید که نسبت به روز قبل، ۱۰۰ تومان افزایش یافت.

ادامه ثبات نسبی در بازارهای ارز و طلا

همچنین «شرکت سرمایه‌گذاری سامان مجد» در یک گزارش تحلیلی به بررسی قیمت ارز و طلا در چند ماه گذشته پرداخت و از تداوم ثبات نسبی در این دو حوزه خبر داد.

بازارهای ارز و طلا که در بازه چهار ماهه خرداد تا شهریور با کاهش قابل ملاحظه قیمت و بازدهی منفی مواجه شده بودند، در همراه به ثبات نسبی رسیدند. در بازار ارز نیز قیمت‌ها نسبت به ماه قبل رشد محدود ۰.۲ درصدی داشته و در بازار طلا نیز به دنبال کاهش نسبی قیمت‌های جهانی، کاهش ۱.۳ درصدی اتفاق افتاده است. بنابراین مقایسه روند بلندمدت این دو دارایی از شهریور ۹۶ تاکنون نشان می‌دهد به لطف افزایش بهای جهانی اونس طلا، بازدهی سرمایه‌گذاری در سکه نسبت به طلا ۳۰ درصد بیشتر بوده است.

در این میان، روند قیمت در بازار طلای داخلی طی همراه به شکلی بوده که حباب قیمتی منفی شکل گرفته در شهریور، در این ماه کمی افزایش یافت. به نظر می‌رسد کاهش تقاضای مصرفی از یکسو (به دلیل ماه‌های محرم و صفر) و کاهش تقاضای سرمایه‌گذاری (به دلیل افت محسوس ارزش طلای داخلی در ماه‌های اخیر و ابهام در روند قیمت‌های جهانی) از مهمترین دلایلی بوده که حباب قیمتی سکه طلا را پس از سه سال وارد دامنه منفی کرده است.

در مورد چشم‌انداز قیمت طلا نیز به نظر می‌رسد پایان دوره مناسبتی محرم و صفر در داخل کشور از یکسو و نزدیک شدن به کریسمس می‌توانند محرک‌های کوتاه‌مدت افزایش قیمت باشند. در مقابل مواردی مانند کاهش تنش‌های تجاری،

آگهی دعوت

بدینوسیله از کلیه شرکا، اعضاء هیئت مدیره موسسه نظم اوران حفیظ به شماره ثبت ۳۳۴۱۸ و شناسه ملی ۱۴۰۰۳۹۰۵۶۷۷ جهت برگزاری مجمع عمومی فوق‌العاده در ساعت ۹ صبح مورخ ۱۳۹۸/۰۹/۰۳ و مجمع عمومی عادی به طور فوق‌العاده در ساعت ۱۰ صبح مورخ ۱۳۹۸/۰۹/۰۳ در نشانی: تهران، تهران، خیابان شهید ناصر ترابی، نبش اول، پلاک ۲، طبقه اول تشکیل می‌گردد خواهشمند است حضور بهم رسانید. دستور جلسه مجمع عمومی فوق‌العاده: ورود شرکت جدید و افزایش سرمایه، اصلاح اساسنامه و مواردی که در صلاحیت مجمع می‌باشد.
دستور جلسه مجمع عمومی عادی به طور فوق‌العاده: انتخاب مدیران، تعیین اعضای هیئت مدیره، تعیین وضعیت امضاء مجاز، تعیین سمت مدیران و انتخاب روزنامه کثیرالانتشار و مواردی که در صلاحیت مجمع می‌باشد. مقام دعوت کننده: هیئت مدیره

استفاده از سیستم های مدرن آبیاری، افزایش محصول و تقویت اقتصاد ملی را به همراه دارد.

نوبت اول

شماره ۹۸ ط/۱۰
تاریخ: ۹۸/۸/۳۰

آگهی مناقصه عمومی

ردیف	نام و نشانی کارفرما	موضوع مناقصه	نوع مناقصه	محل اجرای کار	مدت اجرای کار	مبلغ برآورد اولیه	رشته و گروه پیمانکار	مهلت تهیه اسناد	محل دریافت اسناد	مبلغ و نوع تضمین شرکت در مناقصه	زمان تسلیم اسناد تکمیل شده	محل تسلیم اسناد تکمیل شده (طبق اسناد شرایط مناقصه)	زمان بازگشایی پاکات	مهلت ارسال اسناد
۱	شرکت آب منطقه ای اردبیل، به نشانی اردبیل میدان ارتش	انجام عملیات بهره برداری و نگهداری تأسیسات آبی شبکه آبیاری و زهکشی سیلان در قالب پیمان جامع	عمومی یک مرحله ای	استان اردبیل - شهرستان مشکین شهر	۱۲ ماه	حدود ۹ میلیارد ریال	رشته و گروه پیمانکار	از تاریخ ۱۳۹۸/۰۹/۰۳ لغایت ۱۳۹۸/۰۹/۰۷	از طریق سامانه ستاد ایران به نشانی www.setadiran.ir	برابر ۴۶۹/۰۶۳/۶۰۲ ریال نوع تضمین مطابق بخشنامه تضمین معاملات دولتی	حداکثر تا ساعت ۰۹:۰۰ روز دوشنبه مورخ ۱۳۹۸/۰۹/۱۸	اردبیل، میدان ارتش، شرکت آب منطقه ای اردبیل، دفتر حراست	روز دوشنبه مورخ ۱۳۹۸/۰۹/۱۸ ساعت ۱۰:۰۰	مهلت ارسال اسناد
۲	موضوع مناقصه													
۳	نوع مناقصه													
۴	محل اجرای کار													
۵	مدت اجرای کار													
۶	مبلغ برآورد اولیه													
۷	رشته و گروه پیمانکار													
۸	مهلت تهیه اسناد													
۹	محل دریافت اسناد													
۹	مبلغ و نوع تضمین شرکت در مناقصه													
۱۰	زمان تسلیم اسناد تکمیل شده													
۱۱	محل تسلیم اسناد تکمیل شده (طبق اسناد شرایط مناقصه)													
۱۲	زمان بازگشایی پاکات													
۱۳	مهلت ارسال اسناد													

ضمناً هزینه های آگهی ها بر عهده برنده مناقصه خواهد بود.

Web site: www.arw.ir Email: info@arw.ir

شناسه آگهی ۶۷۰۶۸۶

روابط عمومی شرکت آب منطقه ای اردبیل

تاریخ انتشار نوبت اول: ۹۸/۹/۴
تاریخ انتشار نوبت دوم: ۹۸/۹/۵آگهی دعوت به ارزیابی کیفی
فراخوان عمومی نخست و مناقصه شماره ۴۳/۹۸/۳

نوبت دوم

اداره کل راه آهن اصفهان در نظر دارد بنابر آیین نامه اجرایی بند ج ماده ۱۲ قانون برگزاری مناقصات نسبت به ارزیابی کیفی مناقصه گران واجد شرایط و شرکت در مناقصه به شرح زیر اقدام نماید.

- شرح مختصر موضوع مناقصه: عملیات نگهداری و تعمیر ساختمان و تأسیسات اداره کل راه آهن اصفهان
 - مبلغ کل برآورد: ۴۱/۶۶۷/۳۸۳/۲۵۰ ریال بر اساس فهرس بها واحد نگهداری و تعمیر ساختمان و تأسیسات راه آهن در رشته های ابنیه، تأسیسات برقی و تأسیسات مکانیکی سال ۱۳۹۸
 - مدت و محل اجرا: مدت اجرا ۱۲ ماه بوده و محل اجراء طبق اسناد مناقصه می باشد.
 - داشتن گواهی صلاحیت ایمنی پیمانکاری و گواهی صلاحیت پیمانکاری از سازمان مدیریت و برنامه ریزی کشور یا حداقل رتبه ۵ در رشته های تأسیسات برقی یا مکانیکی یا نیرو و مرتبط بودن موضوع فعالیت شرکت (مندرج در اساسنامه) با موضوع مناقصه فوق الزامی است.
 - مهلت و نحوه دریافت اسناد ارزیابی کیفی و مناقصه: متقاضیان می توانند حداکثر تا ساعت ۱۳ روز پنجشنبه مورخ ۹۸/۰۹/۰۷ با مراجعه به سامانه تدارکات الکترونیکی دولت به نشانی www.setadiran.ir اسناد ارزیابی کیفی و اسناد مناقصه را دریافت نمایند.
 - کلیه فرآیند برگزاری مناقصه بجز تحویل پاکات الف مربوط به تضمین شرکت در فرآیند ارجاع کار در سامانه مذکور انجام می پذیرد لذا لازم است مناقصه گران در صورت عدم عضویت قبلی در سامانه فوق و دریافت گواهی امضای الکترونیکی نسبت به اخذ آنها اقدام نمایند.
 - مهلت و نحوه ارسال اسناد تکمیل شده: حداکثر تا ساعت ۱۳ روز دوشنبه مورخ ۹۸/۰۹/۱۸ طبق سامانه فوق
 - قیمت ها متناسب با کالای ساخت داخل با لحاظ کیفیت ارائه گردد.
 - مدت اعتبار ضمانت های شرکت در فرآیند ارجاع کار سه ماه می باشد و به درخواست کارفرما به مدت سه ماه دیگر قابل تمدید می باشد.
- ⊗ شایان ذکر است مناقصه عمومی بصورت یک مرحله ای و با ارزیابی کیفی فشرده انجام می پذیرد و پاکتهای مناقصه گرانی بازگشایی می گردد که حداقل امتیاز لازم را کسب نموده باشند.

اداره کل راه آهن اصفهان

شناسه آگهی ۶۶۹۹۰۹

تاریخ انتشار نوبت اول روز یکشنبه مورخ ۹۸/۹/۲
تاریخ انتشار نوبت دوم روز دوشنبه مورخ ۹۸/۹/۴

آگهی مناقصه (ارزیابی کیفی)

نوبت اول

شماره مجوز ۵۲۶۲-۱۳۹۸



- مناقصه گزار: شرکت گاز استان خراسان رضوی
 - موضوع مناقصه: احداث ایستگاه تقلیل فشار و گازسانی به روستاهای محور عطائیه از توابع شهرستان نیشابور (تهیه احداث ساختمان نصب و راه اندازی ۳ مورد ایستگاه TBS، اجرای حدود ۴۴/۰۰۰ متر شبکه تغذیه فولادی، ۶۰ متر شبکه توزیع فولادی و ۱۳۴/۰۰۰ متر شبکه پلی اتیلن و نصب حدود ۲۰۰۰ انشعاب در مدت ۳۶۵ روز تقویمی با حداقل ۱۲ کیپی کامل فولادی و ۳ کیپی کامل پلی اتیلن بطور مجزا و مستقل)
 - شرایط اولیه متقاضیان:
 - الف- دارای بودن حداقل رتبه ۳ در رشته تأسیسات و تجهیزات از سازمان برنامه و بودجه
 - ب- دارا بودن ظرفیت واقعی در مشهد- بلوار خیام - نبش تقاطع ارشاد - شرکت گاز استان خراسان رضوی - طبقه همکف - دفتر حراست ج- دارا بودن گواهینامه تأیید صلاحیت ایمنی از اداره کار و امور اجتماعی
 - سایر شرایط:
 - الف- ارائه اعلام آمادگی در مهلت مقرر به دفتر کمیته فنی و بازرگانی و دریافت کاربرگ های اعلام ارزیابی کیفی
 - ب- تکمیل و ارائه کاربرگ های اعلام ارزیابی کیفی به همراه مستندات مربوطه مطابق مندرجات آن در مهلت مقرر به شرکت گاز خراسان رضوی واقع در مشهد- بلوار خیام - نبش تقاطع ارشاد - شرکت گاز استان خراسان رضوی - طبقه همکف - دفتر حراست
 - مهلت اعلام آمادگی: از تاریخ ۹۸/۰۹/۰۴ لغایت آخر وقت اداری ۹۸/۰۹/۱۰
 - مهلت تکمیل و تحویل کاربرگها و اسناد اعلام ارزیابی: تا آخر وقت اداری مورخ ۹۸/۰۹/۲۴
 - نوع و مبلغ تضمین شرکت در مناقصه: مطابق مصوبه شماره ۱۲۳۴۰۲/ت ۵۰۶۵۹ هـ هیات محترم وزیران و اصلاحیه های بعدی آن می باشد.
- شایان ذکر است دسترسی به متن این آگهی، کاربرگ های اعلام ارزیابی کیفی در سایت www.nigc_khrzir.ir امکان پذیر بوده و در صورت نیاز به کسب اطلاعات بیشتر با تلفن: ۳۷۰۷۲۵۳۲ - ۰۵۱ - فاکس ۳۷۶۴۰۳۶ - ۰۵۱ تماس بگیرید.

روابط عمومی شرکت گاز استان خراسان رضوی

تاریخ انتشار نوبت اول: ۹۸/۹/۴
تاریخ انتشار نوبت دوم: ۹۸/۹/۵

اخبار

عرضه برنج با قیمت مصوب بدون محدودیت

در هفتمین جلسه فوق‌العاده ستاد تنظیم بازار کشور شرکت بازرگانی دولتی ایران اعلام کرد که می‌تواند برنج را بدون هیچ محدودیتی با قیمت مصوب در سراسر کشور توزیع کند، درخصوص تخم‌مرغ نیز اعلام شد که قیمت این کالا افزایشی نداشته است.

به گزارش ایسنا به نقل از وزارت صنعت، معدن و تجارت، جلسه هفتم فوق‌العاده ستاد تنظیم بازار روز یکشنبه برگزار شد.

در این جلسه تکالیف محوله به دستگاه‌ها درخصوص رصد و پایش وضعیت بازار از لحاظ تامین و قیمت کالاها به خصوص پسر از اجرای طرح افزایش قیمت بنزین مورد پیگیری و بررسی قرار گرفت.

ارگان‌های مختلف و دستگاه‌های نظارتی از جمله سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان، سازمان تعزیرات حکومتی و بازرسی اتاق اصناف ایران گزارش‌هایی در این خصوص ارائه دادند و نماینده وزارت کشور درخصوص موضوع رصد و پایش بازار در استان‌های سراسر کشور نیز گزارش خود را ارائه داد که برآیند گزارشات ارائه‌شده از وضعیت مناسب بازار از لحاظ تامین کالاها و قیمت آنها حکایت داشت.

در این جلسه درخصوص موضوع برنج نیز مباحثی مطرح شد که شرکت بازرگانی دولتی ایران اعلام کرد بدون هیچ محدودیتی با قیمت مصوب می‌تواند برنج را در سراسر کشور توزیع کند و مقرر شد که معاونت بازرگانی داخلی وزارت صمت درخصوص توزیع این کالا ورود کند.

همچنین درخصوص تخم مرغ نیز اعلام شد که هیچ محدودیتی برای توزیع آن در سراسر کشور وجود ندارد و قیمت این کالا افزایشی نداشته است.

همچنین با توجه به مشکلات آب و هوایی در جنوب کشور تامین و حمل گوجه فرنگی با مشکلاتی مواجه بود که در این جلسه با توضیحاتی که بخش‌های تخصصی دادند مشخص شد که نسبت به روزهای گذشته این محصول با کاهش قیمت نیز مواجه شده است و اظهار امیدواری شد که تا روزهای آتی قیمت به روال عادی نیز بازگردد.

در این جلسه موضوع تامین سوخت ناوگان حمل و نقل نیز مورد بررسی قرار گرفت و تاکید شد که مشکلات این بخش در کارگروه ویژه‌های متشکل از وزارت کشور، وزارت نفت و سازمان برنامه و بودجه با حضور نماینده ویژه ستاد تنظیم بازار مورد بررسی بیشتری قرار بگیرد.

نماینده شرکت نفت نیز در این جلسه تاکید کرد که با دریافت لیست این ناوگان، سریعاً نسبت به واریز مابه‌التفاوت نرخ قیمت سوخت پارانه‌ای و نیمه پارانه‌ای در بخش‌های مختلف از جمله وان‌ت بار، آژانس‌های تلفنی و ... اقدام خواهد شد.

مسئولان مشکل صادرات فولاد را حل کنند

محصولات را با قیمت پایین می‌فروشیم

یک فعال حوزه فولاد با بیان اینکه با آزادسازی صادرات فولاد می‌توانیم محصولات مازاد تولید خود را با قیمتی معقول صادر کنیم، گفت کشورهای همسایه برای فولاد ایران عوارض تنظیم کرده‌اند علاوه بر این در داخل کشور نیز فقط شرکت‌ها امکان صادرات فولاد دارند .

سید بهادر احرامیان در گفت‌وگو با خبرنگار اقتصادی تسنیم، با اشاره به اینکه همچنان محدودیت‌ها در صادرات فولاد وجود دارد، اظهار داشت: کشورهای همسایه برای فولاد ایران عوارض تنظیم کرده‌اند علاوه بر این در داخل کشور نیز فقط شرکت‌ها امکان صادرات فولاد دارند و هنوز تجار به صورت کامل به این حوزه ورود پیدا نکرده‌اند.

وی افزود: در حال حاضر محصولات را با قیمتی کمتر در بازار صادراتی به فروش می‌رسانیم تا بتوانیم بازارهای خود را حفظ کنیم.

این فعال حوزه فولاد با بیان اینکه در زمینه تولید داخل نیز ما با کاهش سرمایه‌گذاری در بخش معدن روبرو هستیم، افزود: اخذ عوارض صادراتی بسر محصولات معدنی مؤثر نخواهد بود و حتی رغبت سرمایه‌گذاران را برای ورود به این حوزه‌ها کاهش می‌دهد به عنوان نمونه در سنگ آهن عوارض صادراتی اعمال شده که همین موضوع مشکلاتی برای این حوزه به وجود آورده است.

احرامیان با تاکید بر اینکه میزان تولید سنگ آهن کشور ۸۰ میلیون تن است، گفت: این درحالی است که کارخانجات فولاد نیازمند ۱۵۰ میلیون تن سنگ آهن هستند. برای حل این موضوع باید سرمایه‌گذاری در بخش معدن توسعه پیدا کند تا نیاز واحدهای تولیدی در تامین مواد اولیه برقرار شود.

وی مهمترین مشکل فعلی صنعت فولاد را صادرات عنوان کرد و گفت: بعد از صادرات باید به تشویق سرمایه‌گذاری در بخش معدن و تامین مواد اولیه صنایع توجه کرد.

ضرورت حمایت از

انتقال تکنولوژی تولید بذر

معاون امور زراعت وزارت جهاد کشاورزی با اشاره به اینکه با واردات صرف بذر موافق نیستیم، گفت این در حالی است که از انتقال تکنولوژی تولید بذر قابل رقابت حمایت خواهیم کرد.

به گزارش باشگاه خبرنگاران جوان به نقل از وزارت جهاد کشاورزی، عباس کشاورز سیاست‌های وزارت جهاد کشاورزی در خصوص افزایش بهره‌وری آب و عملکرد محصول را تشریح کرد و گفت: با واردات صرف بذر موافق نیستیم بلکه با انتقال تکنولوژی تولید بذر قابل رقابت آن هم پس از تایید کشاورزان و تقاضای بازار حمایت خواهیم کرد.

وی پس از ارائه گزارش هیات چینی در زمینه تولید بذر هیبرید، تصریح کرد: در صورت ارائه بذور هیبرید سازگار با شرایط کشور، باید حداکثر پس از دو سال روند و مقدمات ثبت ارقام و تولید بذور هیبرید در داخل کشور اجرایی شود.

معاون توسعه آبی‌پروری سازمان شیلات ایران گفت در سال ۹۷میزان تولید آبی‌زان یکمیلیون و ۲۶۲ هزار تن بود که از برنامه ششم توسعه جلوتر بودیم امسال هم ۱۰ تا ۱۵ درصد به رقم سال قبل اضافه می‌شود.

به گزارش باشگاه خبرنگاران جوان به نقل از وزارت جهاد کشاورزی، حسین عبدالحی در رابطه با توجه دولت به آبی‌پروری اظهار کرد: در سال‌های اخیر دولت نگاه ویژه‌ای به مباحث شیلات، مخصوصاً آبی‌پروری داشته و وزیر جهاد کشاورزی در سفرهای استانی غالباً از یک یا دو طرح آبی‌پروری رونمایی یا بازدید می‌کند. وی افزود: در حال حاضر صنعت شیلات و آبی‌پروری جایگاه خوبی در کشور دارد و تمام ۳۲ استان کشور در این زمینه فعالیت دارند.

معاون توسعه آبی‌پروری سازمان شیلات ایران با اشاره به میزان تولید و پرورش آبی‌ی در دولت تدبیر و امید خاطرنشان کرد: در سال ۹۱ میزان تولید آبی‌پروری ۳۳۸ هزار تن بوده که در سال ۹۷ به ۴۸۹ هزار تن رسیده است.

وی افزود: در پرورش ماهیان گرمابی از ۱۶۷ هزار تن در سال ۹۱ به حدود ۲۰۰ هزار تن در سال ۹۷ رسیده است و در پرورش ماهیان سردآبی هم از ۱۴۰ هزار تن در سال ۹۱ تا حدود ۱۷۰ هزار تن در سال ۹۷ افزایش تولید داشته‌ایم. عبدالحی در ادامه در رابطه با میزان افزایش تولید میکو تصریح کرد: میزان تولید میکو از ۱۲ هزار تن در سال ۹۱ به ۴۷ هزار تن و میزان تولید و تکثیر

ماهیان خاویساری از ۵۰۰ تن به حدود ۲ هزار و ۸۰۰ تن در سال ۹۷ رسیده است، همچنین تولید ماهیان زینتی از ۱۸۰ میلیون قطعه به ۲۴۱ میلیون قطعه افزایش یافته است.

معاون توسعه آبی‌پروری سازمان شیلات ایران در زمینه پرورش ماهی در دریا اذعان کرد: مطالعات تکمیلی این طرح انجام شده و درخصوص نقاط توسعه‌ای در دریای خزر، خلیج‌فارس و دریای عمان با مشاورین داخلی مشورت کردیم.

وی تاکید کرد: عربستان سعودی برای پرورش ماهی در دریا مبلغی حدود ۲ میلیون دلار به فائو پرداخت کرد و این کار توسط سازمان خواروبار جهانی برای کشور سعودی انجام شد، درحالی‌که ما با شرکت‌های داخلی کار را پیش بردیم و تنها با مشاورین و کارشناسان بین‌المللی در این زمینه تبادل‌نظر کردیم.

عبدالحی با اشاره به این نکته که برای پرورش ماهی در دریا نیازمند کمک دولت هستیم، عنوان کرد: با توجه به تغییرات اقلیم و کمبود منابع آب شیرین، رویکرد ما پرورش ماهی در دریاها و آب‌های شور بود که این کار را انجام دادیم اما نیازمند برخی حمایت‌ها از سوی دولت هستیم تا با مجوزهایی که در زمینه پرورش ماهی در قفس صادر شده بتوانیم گام بلندی در جهت تولید برداریم.

وی افزود: بخش خصوصی هم به پرورش ماهی در دریا ورود کرده و امیدواریم تا دو سال آینده میزان تولید در این بخش افزایش چشمگیری داشته باشد.

واردات گندم زنگ خطر جدی برای امنیت غذایی کشور

سناریوی بی توجهی دولت در قیمت تضمینی ادامه دارد

مشابه سال قبل افت چشمگیری داشته که این امر به معنای کاهش استقبال کشاورزان از کشت گندم برای سال زراعی آینده است.

حسینی ادامه داد: با توجه به شرایط فعلی سطح زیر کشت اگر مسئولان امر هرچه سریع‌تر نسبت به اصلاح نرخ خرید تضمینی گندم در فرصت باقیمانده اقدام نکنند سالال آینده برای تامین نیاز کشور نیاز به واردات خواهیم داشت که این امر در شرایط فعلی تحریم و کاهش شدید منابع مالی دولت امکان‌پذیر نیست.

مشاور عالی نظام صنفی کشاورزی با اشاره به اینکه زنگ خطر تولید گندم در کشور به صدا درآمده است، بیان کرد: با توجه به کاهش رغبت کشاورزان به کشت گندم برای سال زراعی آینده انتظار می‌رود که مسئولان دولتی در روزهای آتی نسبتاً به اصلاحات نرخ خرید تضمینی گندم اقدام کنند تا کشاورزان در فرصت باقی‌مانده بتوانند اقدام به کشت این محصول کنند و چنانچه تاریخ کشت به پایان برسد دیگر هیچ کاری از دست هیچ‌کس برنمی‌آید و در شرایط فعلی که تحریم‌های ظالمانه بر کشور حاکم است و همواره منابع مالی دولت به شدت کاهش یافته است از این رو امکان واردات گندم به کشور وجود ندارد که این امر تامین امنیت غذایی کشور را در معرض خطر قرار می‌دهد.

پرداخت تسهیلات بانکی به خریداران فرش ایرانی

وزاين صادر می‌شد اما به دليل اعمال تحریم‌ها در حال حاضر بیشترین میزان صادرات فرش ایران به ژاپن است.

وی خاطرنشان کرد: علاوه بر این بخشی از فروش فرش‌های ایرانی همچون قبل توسط بازرگانان داخلی به شرکای سنتی آنها در کشورهای عربی و اروپایی و دیگر کشورها است.

رئیس مرکز ملی فرش ایران در پاسخ به این پرسش که تا چه اندازه تحریم‌ها در صادرات فرش ایران تاثیرگذار بوده است، گفت: هرچند صادرات ۳۰درصدی به آمریکا به دلیل تحریم‌ها لغو شده است اما خوشبختانه در حوزه فروش فرش دستباف تاثیر چندانی نداشته است، زیرا بسیاری از بازرگانان ایرانی همچنان کالاهای خود را به شرکای سنتی خود می‌فروشند.



معاون توسعه آبی‌پروری سازمان شیلات ایران در رابطه با بومی‌سازی تجهیزات پرورش ماهی در دریا خاطرنشان کرد: پرورش ماهی در دریا یک روش آبی‌پروری است که نیاز به دانش و تکنولوژی دارد که این دانش و تکنولوژی هم نیازمند بومی‌سازی است و در شمال و جنوب کشور چند کشور این دانش را بومی‌سازی کردند و سازمان شیلات به این طرح بسیار امیدوار است.

وی افزود: این نوع پرورش ماهی، اقتصادی و سودآور است و سازمان شیلات ایران کاملاً به دنبال بومی‌سازی و پیشبرد این نوع تولید است.

عبدالحی با اشاره به لزوم تکثیر بچه ماهی در داخل کشور خاطرنشان کرد: در حال حاضر بچه ماهی برای پرورش وارد کشور می‌شود، اما زمانی که کار پرورش ماهی در قفس به مرحله بهره‌برداری انبوه برسد دیگر توجهی برای واردات بچه ماهی وجود ندارد و باید در داخل تکثیر شود.

وی با اشاره به میزان افزایش تولید آبی‌زان در سال ۹۸ گفت: در سال ۹۷ میزان تولید آبی‌زان یکمیلیون و ۲۶۲ هزار تن بود که از برنامه ششم توسعه جلوتر بودیم امسال هم ۱۰ تا ۱۵ درصد به رقم سال قبل اضافه خواهد شد.

معاون توسعه آبی‌پروری سازمان شیلات ایران افزود: در تولید میکو هم با توجه به بیماری که در گمیشان اتفاق افتاد پیش‌بینی می‌کنیم به ۲۷ هزار تن تولید در سال گذشته برسیم و تاکنون هم بیش از ۳۴ هزار تن برداشت میگو داشته‌ایم.

هیجان‌های خودرویی در بازار ادامه‌دار است



یک کارشناس صنعت خودرو گفت گران‌تر شدن بنزین، این جهت را به سرمایه‌گذاران می‌دهد که بازار خودرو ظرفیت افزایش قیمت سه برابری را دارد و احتمال دارد این امر سبب گران‌تر شدن خودرو شود.

به گزارش افکارنیوز، امیرحسن کاکایی استاد دانشگاه و کارشناس صنعت خودرو در گفت‌وگو با خبرنگار اقتصادی تیتراذ، اظهار داشت: در شرایط فعلی هیچ‌گونه رابطه مستقیمی بین قیمت خودرو و قیمت بنزین وجود ندارد و هیجان‌های خودرویی در بازار ادامه‌دار است.

کاکایی افزود: در رابطه با هزینه‌های خودرو با توجه به قیمت‌های پایه‌ای که وجود دارد و ارزیابی بسیار زیاد قیمت قبلی بنزین، در حقیقت مسئله ارتباط افزایش قیمت خودرو با افزایش قیمت بنزین منفی است، زیرا بنزین بسیار ارزان بود و الان مقداری گران شده است و درست است که نسبت به قیمت قبلی آن افزایش سه برابری داشته است، اما نسبت به قیمت اصلی آن در برابر هزینه‌های تولید ناچیز است.

وی اظهار داشت: قیمت بنزین در لحظه اثر نمی‌گذارد اما افزایش قیمت بنزین یک نکته را به بازار سرمایه و عامه مردم نشان می‌دهد.

این کارشناس صنعت خودرو ادامه داد: از سال ۹۶ پایه پولی ما به یک سوم قیمت واقعی خود نزول پیدا کرده است، در برابر این موضوع اولین اتفاقی که افتاد، قیمت سکه و ارز در اوایل سال ۹۷ بالا رفت.

کاکایی ادامه داد: درخصوص موضوع افزایش قیمت سکه عده‌ای از کارشناسان گفتند که این رقم بالا است و دولت برای اینکه بگوید چیزی تغییر نکرده شروع به

تزیق سکه به بازار داخلی کرد و این کار دولت به یک فاجعه شد و طلای مملکت حراج شد.

وی افزود: در اوایل سال ۹۷ سکه از قیمت یک ونیم میلیون تومان به ۴ میلیون رسید و علی‌رغم تبلیغ سکه همانجا مشخص شد که ارزش پول ملی عملاً یک سوم شده و در ادامه آن یک سری کالا، مواد معدنی و غذایی قیمتش بالاتر رفت. این استاد دانشگاه اظهار داشت: دولت برای آنکه بتواند بازار را کنترل کند خیلی جاها با دست‌ورزی قیمت‌ها را سرچای خود نگه داشت و خیلی از جاها با شکست مواجه شد.

دلیل شکست دولت در کنترل بازار سرمایه

این کارشناس صنعت خودرو افزود: دلیل شکست دولت در کنترل بازار این بود که پول ملی در مجموع به یک سوم ارزش خود رسیده است. وی بیان کرد: در این مدت تنها خودرو بود که با دستور یک ونیم تا دو برابر شد و بنزین افزایش قیمت تا چند رو گذشته نداشت که این کالا هم با افزایش قیمت مواجه گشت.

کاکایی تأکید کرد: این موضوع به این معنا است که قیمت خودرو با توجه به هیجان‌های خودرویی به زودی ظرفیت آن را دارد که تا سه برابر شدن قیمت پیش رود.

وی ضمن اشاره به رشد بازار بورس و بازار مسکن در سال‌های اخیر گفت: بورس هم در بازار سرمایه از ابتدای امسال تاکنون حدود ۷۰ تا ۸۰ درصد ارزشش بالاتر رفته است، زیرا در این مدت سرمایه‌ها به سمت بورس رفت.

کاهش ترافیک پایتخت با افزایش نرخ بنزین

است خوشبختانه دو مصوبه در سال ۹۷ و ۹۶ از دولت اخذ کردیم و در شورای اقتصاد تصویب شده است. وی گفت: براساس مصوبه‌ای که در سال ۹۶ از دولت گرفتیم هزار واگن قطار مترو باید برای پایتخت خریداری شود که البته به دلیل مشکلات تحریمی و فاینانسی این موضوع صورت نگرفته است. رئیس شورای شهر تهران خاطر نشان کرد: براساس مصوبه سال ۹۷ نیز شورای اقتصاد باید برای تأمین ۱۹ هزار اتوبوس برای ناوگان حمل و نقل عمومی کلانشهرها اقدام کند که ۵ هزار مورد آن مربوط به تهران است و شهرداری به شدت پیگیر آن هستیم. هاشمی با تأکید بر اینکه بیش از ۲۰ هزار میلیارد تومان از دولت جهت توسعه حمل و نقل عمومی درخواست کرده‌ایم، گفت:

متأسفانه به دلیل ناهماهنگی‌ها در وزارت صمت، کشور، راه، بانک مرکزی، سازمان برنامه و بودجه و صندوق ذخیره ارزی، برنامه‌ها اجرایی نشده است. وی گفت: این موضوع را از معاون اول رئیس‌جمهور آقای جهانگیری خواسته‌ایم ولی باید توجه داشت تاکنون سابقه نداشته از دولت چنین مصوبات موثقی داشته باشیم.

رئیس شورای شهر تهران دربارۀ اینکه چرا علیرغم قول مساعدت در شورای اقتصاد تصویب شده است. وی گفت: این مسئله در جلسه شورای شهر و شهردار طی هم‌اندیشی مطرح شد. ایستگاه‌هایی آماده افتتاح است که من از شهرداری خواهش می‌کنم که هر کدام از این ایستگاه‌ها که افتتاح آن امکان‌پذیر است را مدنظر قرار دهند.

هاشمی در پاسخ به سؤال دیگری مبنی بر اینکه با افزایش نرخ بنزین ترافیک در تهران چگونه رقم خورده، گفت: افزایش نرخ بنزین ورود خودروهای اقماری و اطراف تهران را به پایتخت کاهش داده و ترافیک صبح کمتر شده البته از ساعت ۹ صبح به بعد هم کاهش ترافیک برای همه محسوس است.

رئیس شورای شهر تهران در پاسخ به سؤال دیگری مبنی بر اینکه اغتشاشات اخیر چقدر خسارت به شهرداری وارد کرده است و چه تعداد اتوبوس و دوجرخه آسیب دیده‌اند، گفت: امروز در جلسه هم‌اندیشی با شهردار این مسئله بحث شد و قرار بر این گرفت که شهرداری گزارش کاملی ارائه دهد تا اگر نهادهای امنیتی و استانداری قرار است بودجه‌ای جهت رفع آسیب‌ها بدهند به شهرداری تعلق گیرد.

در صورت امکان سهمیه بنزین به ۹۰ تا ۱۰۰ لیتر افزایش یابد

اما شما و تیم شما آن را جدی نگرفت و تعجب‌برانگیزتر این است که در آن روز مجمع تقریب مذاهب اسلامی به مناسبت هفته وحدت از کشورهای مختلف اسلامی مهمان داشت و آن مهمانان به حضور مقام معظم رهبری رسیدند تا پیام وحدت را به دنیا صادر کنند اما در آن روز شاهد اغتشاشات بودیم تا به دنیا موضوع دیگری و آن اغتشاش و عدم وحدت در کشور را صادر کنند؛ آیا فکر نمی‌کنید که نفوذی‌هایی باعث شدند چنین اقدامی در آن روز صورت گیرد. عضو فراکسیون نمایندگان ولایی مجلس خطاب به رئیس‌جمهور، ادامه داد: امیدوارم بتوانید جواب دهید و از قوه قضائیه انتظار می‌رود به این موضوع رسیدگی کند؛ جناب روحانی! چرا دولت شما کارت سوخت را حذف کرد که ضمن ایجاد خسارت زیاد از جمله قاچاق سوخت و منافع ملی ضرر بزند؟ بارها از فساد در دو نرخی بودن قیمت‌ها سخن می‌زنید؛ چرا خود دچار آن شدید؟ چرا وزارت نفت به تولید محصولات از نفت خام روی نیاورد تا از قبل تحریم نفت دچار مشکل نشویم؛ اگر تنوع فرآورده‌های نفتی داشتیم هیچ‌گاه از تحریم نفت نگران نبودیم.

مسافران تاکسی در پایتخت بیشتر شد

مدیرعامل شرکت تاکسیرانی شهر تهران با بیان اینکه افزایش نرخ بنزین سبب کاهش ترافیک شده است، گفت مسافران تاکسی در پایتخت بیشتر شد.

به گزارش پایگاه خبری «عصر خودرو»، علیرضا قنادان درباره تأثیر افزایش نرخ بنزین در تعداد مسافران تاکسی‌های پایتخت، گفت: هرچند که از افزایش تعداد مسافران آمار دقیقی نداریم ولی شواهد عینی نشان می‌دهد که تعداد مسافران تاکسی‌ها نسبت به قبل از افزایش نرخ بنزین بیشتر شده است.

وی افزود: البته شرایط کشور و پایتخت در هفته گذشته طبیعی نبود و بارش برف، آشوب‌های خیابانی و تعطیلی مدارس مانع از این شد که آمار دقیقی در زمینه افزایش تعداد مسافران تاکسی داشته باشیم، ولی آنچه مسلم است این بوده که پس از افزایش نرخ بنزین ترافیک کاهش پیدا کرده و این مسئله افزایش سرعت حرکت تاکسی‌ها در معابر به همراه داشته است.

مدیرعامل شرکت تاکسیرانی شهر تهران ادامه داد: هرچند که در حال حاضر قضاوت در مورد آمار دقیق مسافران تاکسی زود است ولی افزایش سرعت حرکت تاکسی‌ها در معابر سبب می‌شود که رانندگان تاکسی بتوانند به ساعات بیشتری را سرویس‌دهی کنند و بین ۱۰ تا ۴۰ درصد سرعت حرکت تاکسی‌ها در معابر و خیابان‌ها بیشتر شده است که این مسأله به نفع رانندگان تاکسی است چراکه سرویس‌دهی آنها را بیشتر می‌کند.

وی با اشاره به اینکه افزایش سرعت تاکسی‌ها در معابر سبب می‌شود که بنزین و سوخت تاکسی‌ها در حرکت صرف شود و نه در ترافیک گفت: پایانه‌های تاکسی که در کنار ایستگاه‌های مترو قرار دارند با مسافران بیشتری نسبت به قبل مواجه هستند ولی آمار دقیق در این زمینه هنوز به دست نیامده است.

وی در مورد اینکه رانندگان تاکسی چقدر تخلف در مورد افزایش خودسرانه نرخ تاکسی داشته‌اند، گفت: این تخلفات چشمگیر نیست و من از رانندگان تاکسی در این زمینه تشکر می‌کنم رئیس ستاد تنظیم بازار این موضوع را مورد تأکید قرار داده و آنها نیز از رانندگان تاکسی به دلیل رعایت قانون تشکر کرده‌اند تنها موارد اندکی از تخلفات بوده که اقدامات لازم در این زمینه صورت گرفته است.

صنعت خودرو نیازمند نوآوری در تأمین مالی است

معاون طرح و برنامه وزارت صنعت، معدن و تجارت گفت شیوه‌های مرسوم، نیازهای صنعت خودرو را برآورده نمی‌کند، بلکه این صنعت نیازمند استفاده از روش‌های جدید و نو در تأمین مالی است.

به گزارش روز یکشنبه وزارت صنعت، معدن و تجارت، «سعید زرنندی» در بازدید از گروه صنعتی ایران خودرو افزود: صنعت خودرو جزو نخستین صنایعی بود که در فهرست اصلی تحریم‌ها قرار گرفت و پارسال شرایط سختی را پشت سر گذاشت.

وی بیان داشت: هرچند این صنعت توانست از شرایط بحرانی عبور کند، اما لازم است با برنامه‌ریزی دقیق برای ماه‌های بعد و سال آینده رونق به آن بازگردد.

معاون طرح و برنامه وزارت صنعت تأکید کرد: کمبود نقدینگی بزرگترین مشکل بخش تولید است و ایران خودرو نیز با توجه به گستردگی و حجم فعالیت خود در این بخش با مشکلات بیشتری مواجه است.

زرنندی ادامه داد: کاهش هزینه‌ها و فروش اموال ملزاد باید همچنان در برنامه‌های اصلی این صنعت باشند، همچنین قانون حداکثر استفاده از توان تولیدی، ظرفیت‌های خوبی برای صنعت ایجاد کرده و ایران خودرو نیز می‌تواند از برخی از مواد قانونی آن برای تأمین مالی بهره‌برد.

به گزارش ایرنا، بررسی آمارهای منتشره سامانه کدال حاکی از تولید ۱۷۴ هزار و ۲۵۴ دستگاه خودرو از سوی گروه ایران خودرو از ابتدای امسال تا پایان مهرماه است.

بر پایه آمارهای سامانه یادشده، ایران خودرو در این مدت موفق به تولید ۱۲۰ هزار و ۵۰۰ دستگاه پژو، ۲۱ هزار و ۴۶۶ دستگاه سمند، ۱۲۰ دستگاه سوزوکی، ۳ هزار و ۴۴۷ دستگاه رانا و ۱۵ هزار و ۹۱۳ دستگاه دنا شد.

گروه مذکور در هفت ماهه امسال همچنین هزار و ۱۶۲ دستگاه تندر (ال ۹۰)، ۳ هزار و ۲۸۷ دستگاه هایما، ۲ هزار و ۱۳۱ دستگاه دانگ‌فنگ، ۴ هزار و ۷۶۱ دستگاه پژو ۲۰۰۸ و هزار و ۴۶۷ دستگاه گروه وانت و سایر محصولات جدید تولید کرد.

استفاده از هوش مصنوعی برای کنترل ترافیک

هوش مصنوعی می‌تواند ترافیک شهر را به شکل قابل توجهی کاهش دهد و مانع تجمع خودروها پشت چراغ قرمز شود.

به گزارش خبرنگار اجتماعی خبرگزاری تسنیم؛ مدت‌هاست که استفاده از هوش مصنوعی برای کنترل ترافیک شهرها مورد بررسی قرار گرفته و نتایج خوبی از آزمایش‌ها به دست آمده است.

مقامات آمریکایی در نهایت به این نتیجه رسیده‌اند تا از هوش مصنوعی برای کنترل ترافیک استفاده کنند.

طرح استفاده از هوش مصنوعی برای کنترل ترافیک در شهر لاس‌وگاس آغاز شد؛ برای این منظور دوربین‌ها و سنسورهای خاص راهنمایی و رانندگی در سطح شهر نصب می‌شود تا بتوانند به هوش مرکزی برای تصمیم‌گیری کمک و تصمیم‌گیری را تسهیل کنند. با نصب این دوربین‌ها و سنسورها زمان قرمز یا سبز بودن چراغ راهنمایی با توجه به حجم خودروهای پشت چراغ و میزان تأثیر انباشت خودرو در خیابان‌های اطراف چراغ راهنمایی بستگی دارد. این فناوری می‌تواند تقاطع‌های هوشمندی ایجاد کند که الگوی حرکتی خودروها در آن تغییر کرده و منجر به کاهش ترافیک در آنها شود.

همین الگو قابل استفاده در شهرهای شلوغ و پرترافیک مانند تهران است تا بتوان به صورت هوشمند میزان ترافیک در آنها را کاهش داد.



زیراکس احتمالاً برای تصاحب اچ‌پی مس

دو شرکت منطقی نمی‌دانند. او در بخشی مصمم است برنامه پیشنهاد خرید اچ‌پی را ما هیچ دلیلی برای تأخیر بیشتر نمی‌بینیم هرچه زودتر خرید و ایجاد ارزش افزوده برای شما مذاکره خواهد کرد؛ مگر اینکه ما و شما توافقی دوستانه برسیم. پشتیبانی شدیدی شما دریافت می‌کنیم، هرگونه شک و تردید شما از بین خواهد برد.

داستان خرید اچ‌پی زیراکس در پیشنهاد خرید ابتدایی خود نظر گرفت که ۷۷ درصد از آن به‌صورت نقد می‌شود. به‌هر حال هیأت‌مدیره اچ‌پی با اجما و رقم پیشنهادی را کمتر از ارزش خود دانست

زیراکس عزمی جدی برای تصاحب شرکت اچ‌پی دارد و طبق گفته مدیرعامل آن، شاید برای پیشبرد اهداف خود مستقیماً با سهامداران مذاکره کند. به گزارش زومیت، زیراکس چندی پیش برای خرید اچ‌پی اقدام کرده و پیشنهاد خود را به‌صورت رسمی به هیأت‌مدیره این شرکت ارسال کرد، ولی هیأت‌مدیره اچ‌پی به‌اتفاق آراء با پیشنهاد رقیب قدیمی مخالفت کردند. اکنون زیراکس به‌نوعی تهدیدی جدی برای اچ‌پی، رقیبی بسیار بزرگ‌تر از خود فرستاده و آن را تهدید کرده است پیشنهاد خرید را به‌صورت مستقیم به سهامداران خواهد داد. چنین سبکی از خرید و ادغام در شرکت‌ها با اصطلاح **Hostile bid** تعریف می‌شود.

مدیرعامل اچ‌پی عوض شد نامه جدید زیراکس به هیأت‌مدیره اچ‌پی به‌صورت جدی از آنها درخواست می‌کند پیشنهاد خرید را مجدداً بررسی کنند؛ در غیر این صورت، به‌صورت مستقیم با سهامداران وارد مذاکره می‌شود. معاون ارشد رئیس هیأت‌مدیره و مدیرعامل زیراکس، جان ویستین، در نامه اخیر به رقیب قدیمی هیچ دلیلی را برای تأخیر در ادغام

۳ ایده برتر اولین استارت‌آپ سلامت و سبک زندگی ایلام معرفی شدند

رئیس پارک علم و فناوری استان ایلام گفت سه ایده برتر اولین استارت‌آپ ویکنند با موضوع سلامت و سبک زندگی منطقه‌ای غرب کشور در دانشگاه علوم پزشکی ایلام معرفی شدند. کامران طاهرپور روز یکشنبه در گفت و گو با خبرنگار ایرنا، اظهار داشت: در این رویداد ۳۸ ایده اولیه داوری شدند که در نهایت ۱۰ ایده برتر در بخش نهایی مورد پذیرش قرار گرفتند. وی افزود: در این رویداد که توسط مرکز رشد فناوری سلامت معاونت تحقیقات و فناوری دانشگاه علوم پزشکی ایلام و با همکاری پارک علم و فناوری استان برگزار شد، ۱۲۶ نفر از استان‌های مختلف شرکت کردند. وی افزود: این رویداد به مدت سه روز با حضور استان‌های ایلام، همدان، کردستان، کرمانشاه، لرستان، گلستان و مهاباد برگزار شد.



دریچه

زیست‌بوم رو به رشد سلامت در ایران

کشور مسئول آموزش پزشکی و نیز پژوهش در خصوص مسائل سلامت و بیماری‌های منطقه‌ای هستند. این شبکه در ۱۰۰ درصد مناطق شهری و ۹۸ درصد مناطق روستایی، خدمات اولیه سلامت را در اختیار ایرانیان قرار داده‌اند. طیف گسترده و متنوعی از بازیگران در زیست‌بوم نوآوری سلامت ایران نقش‌آفرینی می‌کنند که در این گزارش مورد توجه قرار گرفته است.

همچنین بیش از ۱۱۰۰ شرکت دانش‌بنیان، ۷۳۹ مرکز پژوهشی از جمله انیستیتو پاستور، موسسه رازی و پژوهشگاه ملی مهندسی ژنتیک و زیست‌فناوری، چهار پارک علم و فناوری و ۷۸ مرکز رشد کسب و کار اختصاصی حوزه سلامت، به علاوه ۲۷ پارک و ۶۸ مرکز رشد وابسته به وزارت علوم، تحقیقات و فناوری که در حوزه‌های مرتبط با سلامت فعال هستند از بخش‌های دیگری هستند که گزارش شاخص جهانی نوآوری در زیست‌بوم نوآوری سلامت ایران مورد توجه قرار داده است.

براساس این گزارش، دفاتر مالکیت فکری ملی، استانی و دانشگاهی، ۷۹ مرکز نوآوری و ۲۹ شتاب‌دهنده فعال در حوزه‌های مرتبط با سلامت در سراسر کشور، از دیگر نقش‌آفرینان این زیست‌بوم پویا هستند. گزارش شاخص جهانی نوآوری در سال ۲۰۱۹، راه‌کارهایی را برای تداوم روند توسعه و ارتقای زیست‌بوم نوآوری حوزه سلامت در ایران پیشنهاد داده است.

این گزارش به نیاز به تغییر تدریجی نگاه جایگزینی واردات به توسعه صادرات که تضمین‌کننده استمرار و موفقیت فعالیت‌های نوآورانه سلامت و نیز پوشش‌دهنده هزینه‌های تحقیقاتی توسعه داروها و تجهیزات پزشکی ساخت داخل و کسب درآمد ارزی خواهد بود اشاره کرده است.

براساس گزارش شاخص جهانی نوآوری در سال ۲۰۱۹، این روند در سال‌های اخیر از طریق الزامات سخت‌گیرانه‌تر مرتبط با تولید، آزمون، استاندارد و ... در ایران شدت گرفته که نیازمند حمایت و تسریع بیشتر توسط دولت است. گزارش یادشده همچنین بر لزوم تداوم اعتماد دولت به بنگاه‌های داخلی درگیر در نوآوری‌های پزشکی تأکید کرده و معتقد است این روند همان‌طور که در گذشته جواب داده، باید حفظ و به صورت گسترده‌تری تقویت شود.

گزارش شاخص جهانی نوآوری حمایت دولت از شرکت بزرگ و با فروش بالا در حوزه سلامت به صورتی ویژه و خارج از تشریفات اداری معمول را مورد اشاره قرار داده است. مجمع پیشگامان اقتصاد دانش‌بنیان که اخیراً توسط معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری برای حمایت ویژه از شرکت‌های برتر دانش‌بنیان طراحی و در حال پیاده‌سازی است، گامی اثرگذار در این حوزه ارزیابی شده است.

متنوع‌شدن سازوکارهای تأمین مالی نوآوری‌های پزشکی فراتر از مکانیزم‌های معمول و ریسک‌گریز وام، لیزینگ و تسهیلات بانکی به مکانیزم‌های ریسک‌پذیر مانند صندوق‌های سرمایه‌گذاری خطرپذیر و سرمایه‌گذاری خطرپذیر شرکتی جزو راه‌کارهایی است که گزارش شاخص جهانی نوآوری در سال ۲۰۱۹ برای ایران پیشنهاد کرده است.

کیارش فراتاش
پژوهشگر معاونت سیاست‌گذاری و توسعه معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری

براساس جدیدترین گزارش شاخص جهانی نوآوری در سال ۲۰۱۹، ایران در دو دهه اخیر در تولید علم تحولی چشمگیر داشته است. از جمله رتبه‌های قابل توجه ایران در این گزارش می‌توان به رتبه ۴ در فناوری نانو اشاره کرد.

همچنین کسب رتبه ۱۲ در زیست‌مهندسی و رتبه هشتم زیست‌مواد در سال ۲۰۱۷ از جمله دستاوردهای دیگر کشورمان است که تاکنون به دست آمده است.

گزارش سالانه شاخص جهانی نوآوری، وضعیت نوآوری در یک حوزه موضوعی را در کنار رتبه‌بندی کشورها بررسی می‌کند و چشم‌اندازها و چالش‌های نوآوری در آن حوزه را مورد بحث و تحلیل قرار می‌دهد. گزارش سال ۲۰۱۹ شاخص جهانی نوآوری که حوزه سلامت را مورد بررسی قرار داده، برای اولین بار و در فصلی مستقل در گزارش یادشده به بررسی نوآوری‌های پزشکی در جمهوری اسلامی ایران پرداخته است.

زیست‌بوم نوآوری سلامت کشورمان، یکی از محورهای مورد توجه این فصل از گزارش شاخص جهانی نوآوری بوده است. این گزارش که با اشاره به زیست‌بوم نوآوری در حال گسترش بخش سلامت در ایران، توسط مجموعه‌ای پویا از سیاست‌ها، مشوق‌ها و نهادهای تنظیم‌گیر پشتیبانی می‌شود، بیان می‌کند: «در زیست‌بوم نوآوری سلامت ایران، هم‌افزایی مناسبی بین سیاست‌ها و تنظیم‌گیری شکل گرفته و به صورت هم‌زمان از طریقه عرضه و تقاضا نوآوری سلامت پشتیبانی به عمل آمده است.»

براساس گزارش شاخص جهانی نوآوری در سال ۲۰۱۹، نوآوری در طرف عرضه نوآوری، زمینه را برای نوآوری‌های درون‌زا در بخش سلامت فراهم آورده در شرایطی که راه‌حل‌های متداول (واردات دارو و تجهیزات پزشکی) گران‌قیمت و بعضاً به دلیل تحریم‌ها دشوار بوده است.

این گزارش به جایگاه ایران براساس شاخص توسعه انسانی سازمان ملل (HDI) اشاره کرده و آورده است: متوسط طول عمر در ایران از ۵۱.۱ سال در دهه ۱۳۶۰ شمسی به ۷۶.۲ در سال ۱۳۹۷ رسیده که افزایش قابل توجه ۲۵ ساله در سه دهه گذشته را نشان می‌دهد.

براساس این گزارش، تلاش‌های توسعه علم، فناوری و نوآوری برای تحول در بخش سلامت به هم‌افزایی میان عرضه سرمایه انسانی، ارتقای رژیم فناورانه و زیست‌بوم نوآوری منجر شده است. نوآوری‌های پیشرفته پزشکی از طریق آموزش پزشکی در حال گسترش، حمایت از تحقیق و توسعه در دانشگاه‌ها، بنگاه‌ها، خلق سیاست‌ها و زیست‌بوم حامی نوآوری در حال تکثیر است.

زیست‌بوم نوآوری سلامت در ایران توسط ۱۹۳۰۰ عضو هیأت علمی ۶۵ دانشگاه علوم پزشکی، ۳۷۴۵۰ منتشرات علمی و ۱۸۵۹ درخواست ثبت اختراع در سال ۲۰۱۸ پشتیبانی شده و از ظرفیت بالایی برای میزبانی پژوهش‌های پیچیده در حوزه سلامت برخوردار است.

شبکه توزیع یافته و کارآمد دانشگاه‌های علوم پزشکی در سراسر

پارک علم و فناوری دانشگاه آزاد به شدت در حال توسعه است

سطح کشور بالا برود. دانشگاه آزاد استان مرکزی باید از نسل اول دانشگاه‌ها عبور کند و با ایجاد فضاهای نوآوری و کارآفرینی، خود را در زمره دانشگاه‌های نسل سوم کشور قرار دهد.

وی با بیان اینکه پارک علم و فناوری سازمان دانشگاه‌های آزاد اسلامی کشور به سرعت در حال توسعه است، خاطرنشان کرد: ما در این مجموعه سعی داریم با حمایت از واحدهای فناور مستقر در پارک، بسترهای لازم را برای پرورش و تجاری‌سازی ایده‌های دانشجویی فراهم کنیم و در همین راستا با مراکز رشد ارتباط خوبی برقرار کرده‌ایم و در مباحث سرمایه‌گذاری، فروش و بازاریابی نیز تاکنون اقدامات خوبی انجام داده‌ایم. قیصری با اشاره به اینکه پارک علم و فناوری سازمان دانشگاه‌های آزاد اسلامی کشور، از جمله پارک‌های بسیار جوان موجود در کشور است، گفت: با توجه به جمعیت و بازار مصرف خوب این پارک، امیدواریم در طول چند سال آینده خبرهای خوبی از این مجموعه به واسطه واحدهای مستعد موجود در آن مخابره شود.



مدیر ایجاد و توسعه پردیس‌های پارک علم و فناوری و امور شرکت‌های دانشگاه آزاد اسلامی گفت پارک علم و فناوری این دانشگاه به شدت در حال توسعه است. محسن قیصری در گفت‌وگو با ایسنا، استان مرکزی را یکی از استان‌های مهم و استراتژیک کشور از حیث صنعت دانست و اظهار کرد: استان مرکزی یکی از قطب‌های صنعت کشور است و بعضی از شرکت‌های بزرگ آن در سطح دنیا کاملاً شناخته‌شده هستند، اما متأسفانه در حال حاضر دانشگاه آزاد این استان جایگاه خوبی در حوزه فناوری در بین دانشگاه‌های آزاد سطح کشور ندارد و باید برای افزایش سطح کیفی خود بیش از گذشته تلاش کند.

وی افزایش سطح کیفی دانشگاه آزاد اسلامی استان مرکزی در حوزه فناوری را مستلزم هماهنگی ساختار مدیریتی استان با مجموعه مدیریتی این دانشگاه عنوان کرد و افزود: بسیاری از واحدهای کوچک دانشگاه آزاد در سراسر کشور توانسته‌اند در زمینه فناوری به دستاوردهای خوبی دست پیدا کنند و مطمئناً استان مرکزی نیز با توجه به پتانسیل‌های بالای خود این توانایی را دارد که جایگاه خود را در

«توسعه» با نوآوری جوانان «پایدار» می‌شود

ارزش می‌داند به سوی اقتصادی که پایه و اساسش نیروی انسانی و خلاقیت اوست، ممکن می‌شود. رئیس بنیاد ملی نخبگان، نوآوری را خالق ارزش افزوده دانست و گفت: به مدد نوآوری فعالان شرکت‌های دانش‌بنیان، داروهایی در

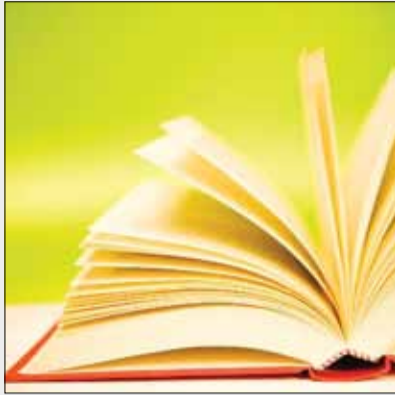
کشور تولید می‌شود که هر ویال چندگرمی این داروها، ارزش فراتر از ده‌ها بشکه نفت خام دارد؛ موضوعی که نشان می‌دهد ارزش افزوده واقعی نه در کمیت، بلکه در نوآوری و فناوری نهفته است. ستاری، با اشاره به اینکه تولید داروهای پیشرفته، از مهم‌ترین حوزه‌های فعالیت شرکت‌های دانش‌بنیان است، گفت: ۹۸ درصد از داروهای انسانی کشور در داخل تولید می‌شود. وی همچنین از اهمیت ریل‌گذاری برای خودکفایی و تولید دانش‌بنیان نیازهای کشور در حوزه غذا و دارو حیوانی گفت و ادامه داد: در این مسیر قدم‌های بزرگی برداشته شده و در حال هدایت شرکت‌های دانش‌بنیان به سمت این حوزه هستیم. استان مازندران نیز در این حوزه از ظرفیت‌های خوبی برخوردار است که به کمک شرکت‌های دانش‌بنیان و استارت‌آپ‌ها به تولید محصول، ارزش افزوده و اشتغال منجر می‌شود.

معاون علمی و فناوری رئیس‌جمهوری در ادامه سفر خود به شرق استان مازندران، در نشست «رونق تولید و اقتصاد دانش‌بنیان» با حضور استاندار و جمعی از فعالان اقتصادی و فناور حضور یافت تا با فعالان زیست‌بوم نوآوری

استان گفت‌وگو کند. سورنا ستاری در این جمع، با بیان اینکه استان مازندران از ظرفیت‌های نهفته بسیاری در توسعه اقتصاد دانش‌بنیان برخوردار است، گفت: راه نجات و ظرفیت بالقوه کشور برای پیشرفت دیگر معطوف به منابع زیرزمینی نیست. بلکه این موفقیت، در خلاقیت و نوآوری جوانانی تعریف می‌شود که میدان دادن به توانمندی‌های‌شان می‌تواند باری از دوش جامعه بردارد و ارزش افزوده خلق کند. ستاری، دانشگاه‌ها را آغازگر تحول‌های اساسی جامعه در مسیر دانش‌بنیان شدن دانست و گفت: تعداد بالای دانشجو و عضو هیأت علمی دانشگاه، موهبتی است که استان مازندران باید با تکیه بر این سرمایه ارزشمند، توسعه پایدار خود را پایه‌ریزی کند. استانی که از چنین سرمایه ارزشمندی برخوردار است باید به بهترین نحو از آن بهره‌برداری کند و این کار با تغییر نگرش‌ها از اقتصاد خام‌فروش که صرفاً دارایی‌های مادی را



کتاب «نگاهی به تجارب زنان کارآفرین در ایران» رونمایی می‌شود



مراسم رونمایی از کتاب «نگاهی به تجارب زنان کارآفرین در ایران» فردا دوشنبه ۴ آذر همزمان با هفته جهانی کارآفرینی در شهر کتاب مرکزی برگزار می‌شود. به گزارش خبرگزاری مهر، کتاب «نگاهی به تجارب زنان کارآفرین» در مراسمی که همزمان با هفته جهانی کارآفرینی در نظر گرفته شده، روز دوشنبه ۴ آذر در مرکز فرهنگی شهر کتاب رونمایی می‌شود. یکی از مهم‌ترین معیارها جهت ارزیابی توسعه کشورها میزان اهمیتی است که به زنان آن کشورها در زمینه‌های اقتصادی، سیاسی، اجتماعی و فرهنگی داده می‌شود. این کتاب به کوشش انجمن زنان مدیر کارآفرین چاپ شده و در معرفی چند تن از زنانی است که توانسته‌اند کسب و کاری بومی در زمینه‌های مختلف در یکی از استان‌های آذربایجان غربی، کردستان، لرستان، ایلام، سیستان و بلوچستان، خراسان جنوبی، خوزستان و هرمزگان راهاندازی کنند و گامی در راستای پیشرفت و توسعه اقتصادی منطقه خود بردارند.

یادداشت



بازار کساد کسب و کارهای کوچک در فضای مجازی



وی با ابراز نگرانی از ادامه قطعی اینترنت گفت: نگران هستیم که با ادامه این روند مشتری‌های خود را از دست بدهیم و با صحبت‌هایی که با دوستان و آشنایان داشتم تصمیم گرفتم که با ادامه این روند کالاهای خود را در ایستگاه‌های مترو و حتی در خیابان‌های پرفتق و آمد از سر بگیرم.

در این راستا عضو هیات مدیره کسب و کارهای اینترنتی در گفت و گو با خبرنگار اقتصادی ایرنا، درباره میزان خسارت وارد شده به کسب و کارهای اینترنتی، اظهار داشت: تاکنون برآورد دقیقی از میزان خسارت‌های قطعی اینترنت وجود ندارد و ارقامی که ذکر می‌شود تحلیل خود افراد است. «رضا الفت‌نسب» بیان کرد: قطعی اینترنت موجب شده در حوزه کسب و کارهای اینترنتی شاهد اتفاقات مختلفی باشیم، در ابتدا سایت‌ها بالا نمی‌آمد و پس از اینکه سایت‌های اینترنتی پایدار شد، کاربران تا حدودی به سایت‌هایی که هاست آنها در داخل بود دسترسی یافتند.

عضو هیاتمدیره کسب و کارهای اینترنتی گفت: موضوع دیگری که در این روزها مساله‌ساز بود، این بود که کاربران عادی در فضای سایبری برای پیگیری موضوعات از موتورهای جست‌وجو کمک می‌گیرند و در کشور ما نیز این رفتار وجود دارد و مردم به طور دائم از گوگل برای یافتن سایت‌های داخلی همچون دیجی کالا و علی‌بابا استفاده می‌کنند. این موضوع مهمی است که موجب شد تعداد زیادی کاربر نتوانند وارد وبسایت شوند و خریدی انجام نشود.

وی اضافه کرد: ایمیل‌ها نیز ابزار مهمی برای کسب و کارهای اینترنتی است که به دلیل قطعی اینترنت بسیاری از خریدها انجام نشد و فروش‌ها کم شده به گونه‌ای که فروش برخی سایت‌های بزرگ نصف شد و سایت‌های کوچک‌تر نیز تا یک دهم و یک بیستم کاهش یافت.

عضو هیاتمدیره کسب و کارهای اینترنتی ادامه داد: حتی وبسایت‌هایی که در داخل شهرستان‌ها مدیریت می‌شدند به دلیل قطعی اینترنت و کمبود منابع و عدم دسترسی‌های لازم فروش آنها صفر شد.

اغتشاشات اخیر و قطعی اینترنت باعث تغییر روند فعالیت برخی از کسب و کارهای اینترنتی شده است؛ آنها که مشتریان خود را در فضای مجازی از دست داده‌اند، به روش‌های سنتی گذشته روی آورده‌اند.

تا چند سال پیش هیچکس فکر نمی‌کرد که خبرهای قطعی اینترنت در صدر بازدیدها قرار گیرد و قطعی اینترنت تا این حد زندگی مردم را تحت‌الشعاع قرار دهد؛ به طوری که افراد مدام از هم بپرسند «اینترنت وصل شد؟»

پس از اعتراض‌ها به افزایش قیمت بنزین، «اینترنت بین‌المللی» به دلایل امنیتی قطع شد و وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات اعلام کرد که برای حل مشکل سیستم بانکی، کسب و کارهای اینترنتی و دسترسی به سایت‌های داخلی شبکه ملی اطلاعات را راهاندازی کرده است.

در این میان بسیاری از سایت‌های خرید و فروش آنلاین که سرور داخلی داشتند کسب و کار خود را ادامه دادند البته چون در این سال‌ها مردم از طریق جست‌وجو در گوگل به سایت موردنظر خود دسترسی می‌یافتند، آدرس سایت‌های داخلی را کسی به خاطر نداشت، بنابراین میزان فروش بسیاری از این سایت‌ها نیز در این مدت کم شد.

البته در این بین علاوه بر پژوهشگران و دانشجویان و شرکت‌های دانش‌بنیان، صفحات خرید و فروش اینترنتی و تبلیغاتی در اینستاگرام و تلگرام که در این فضا فعالیت می‌کردند به طور کامل متوقف شدند.

مریم دختر جوانی که پیش از این در اینستاگرام بدلیجات دست‌ساز خود را می‌فروخت به ایرنا گفت: در روزهای اول فکر می‌کردم که قطعی اینترنت مقطعی است و خیلی زود دوباره وصل می‌شود و دوباره فعالیت خود را شروع می‌کنم اما وقتی اینترنت وصل نشد به این فکر افتادم که محصولات خود را در قطارهای مترو بفروشم.

مهسا، که شاهد گفت‌وگو بود بیان کرد: من نیز در تلگرام کانال فروش پوشاک داشتم و از این طریق کرایه خانه را تامین می‌کردم اما در این چند روز که اینترنت قطع شد فروشی نداشتم و تقریباً بیکار بودم.



ستقیما با سهامداران مذاکره خواهد کرد

به ضرر ذی‌نفع‌های اچ‌پی بود. به‌علاوه اچ‌پی در مقایسه با زیراکس شرکتی بسیار بزرگ‌تر محسوب می‌شود و با ارزش بازار ۲۷ میلیارد دلاری، تقریباً سه‌برابر زیراکس ارزش دارد. هیأت‌مدیره اچ‌پی در رد پیشنهاد زیراکس، کاهش درآمد آنها را به‌عنوان دلیلی منطقی بیان کردند. در بخشی از جوابیه ابتدایی اچ‌پی می‌خوانیم:

ما از کاهش درآمد زیراکس از ۲/۱۰ به ۲/۹ میلیارد دلار در بازه زمانی ۱۲ ماهه اطلاع داریم که از ژوئن ۲۰۱۸ شروع شد. همین کاهش درآمد، سؤال‌های متعددی درباره مسیر حرکت کسب‌وکار شما و چشم‌اندازهای آتی برای ما ایجاد می‌کند. ما اعتماد کاملی به استراتژی خود داریم و همچنین از توانایی خود در اجرا و ایجاد ارزش پایدار طولانی‌مدت برای اچ‌پی مطمئن هستیم.

همان‌طور که در بخش قبلی خواندید، جان وینستین ضرب‌الاجل ۲۵ نوامبر را برای توافق دو شرکت مطرح کرد. طبق تهدید ارسال شده، هیأت‌مدیره زیراکس پس از مهلت مذکور به‌صورت مستقیم با سهامداران اچ‌پی مذاکره خواهد کرد. ۲۵ نوامبر برابر با چهارم آذر است؛ در نتیجه می‌توانیم به‌زودی از اجرای احتمالی تهدید زیراکس باخبر شویم.

ی از نامه می‌نویسد: هیأت‌مدیره زیراکس را با جدیت تا اجرای نهایی پیگیری کند. به‌همین دلیل، زیراکس برای نهایی‌شدن سهامداران خود، مستقیماً با سهامداران اچ‌پی تا پیش از ساعت ۱۷ دوشنبه ۲۵ نوامبر به گونه‌ای که ما به‌خاطر پیشنهاد خود از سهامداران اچ‌پی را برای پیشبرد قرارداد و اتمام خرید در

بی توسط زیراکس

۲۲ دلار را برای هر سهم اچ‌پی در ۲۳ درصد دیگر به‌صورت سهام پرداخت می‌کند. این اقدام مستقیماً با سهامداران اچ‌پی در برابر پیشنهاد رقیب مخالفت کردند و مستند. در واقع، از نظر آنها پیشنهاد زیراکس

چقدر سرمایه برای راهاندازی استارت‌آپ لازم است؟

فعالیت استارت‌آپ‌ها مورد توجه قرار گرفت. این مقام مسئول بیمه مرکزی در مورد نحوه سرمایه‌گذاری در استارت‌آپ‌ها نیز گفت: باید دو مسیر فنی - بیمه و همچنین راهاندازی سایت و مباحث آی‌تی محور آن مورد توجه قرار گرفته و الزامی است. رضایی با اشاره به سرمایه لازم برای سرمایه‌گذاری در استارت‌آپ‌ها نیز گفت: در دنیل از یک میلیون یورو تا ۱۰۵ میلیون دلار در این زمینه سرمایه‌گذاری می‌شود ولی در ایران رقم سرمایه‌گذاری متفاوت است؛ به طوری که برای شروع کار با حدود ۵۰۰ میلیون می‌شود ولی اگر قرار باشد استارت‌آپ حداقل ۵ میلیارد تومان لازم است.

وی در مورد فعالیت استارت‌آپ‌ها در حوزه بیمه نیز گفت: واقعیت این است که گستردگی کار آنها بسیار بیش از این است که دیده می‌شود؛ به طوری که یکی از کارکردهای آنها این است که فروش سنتی را با سرعت بیشتری در فضای مجازی انجام

می‌دهند. از سوی دیگر مقایسه نرخ انجام و امکان انتخاب به مشتری می‌دهد. برخی استارت‌آپ‌ها هم دیتاها را دریافت کرده و براساس آن تحلیل آماری انجام و در اختیار شرکت بیمه انجام می‌دهند، برخی مشاور بیمه‌گذار و برخی هم تلفیقی هستند.

یک مقام مسئول در بیمه مرکزی ضمن اعلام فعالیت ۱۶۳ استارت‌آپ در صنعت بیمه گفت برای راهاندازی استارت‌آپ بین ۵۰۰ میلیون تا ۵ میلیارد تومان سرمایه لازم است. به گزارش ایسنا، در جریان برگزاری نمایشگاه بانک، بیمه و بورس در

جزیره کیش نشست با محور نحوه سرمایه‌گذاری در استارت‌آپ‌های بیمه‌ای به عنوان کاتالی برای جذب سرمایه‌گذاری در صنعت بیمه با حضور مدیران بیمه مرکزی برگزار شد. در این نشست رضایی - مدیر نظارت بر شبکه خدمات بیمه‌ای بیمه مرکزی - با اشاره به توسعه حضور استارت‌آپ‌ها در صنعت بیمه و استقبال از آنها اظهار کرد: زمانی کمین ۶۵۰۰ نفری مقابله با استارت‌آپ‌ها وجود داشت اما اکنون با حمایت بیمه مرکزی و پرداخت هزینه‌های خاص خود به جایی رسیدیم که در حال تلاش برای توسعه استارت‌آپ‌ها هستیم این در حالی است که در حال حاضر حدود ۱۶۳ استارت‌آپ در صنعت بیمه و در حوزه‌های مختلف از کارگزاران بیمه، افراد حقیقی و شرکت‌های بیمه‌ای فعالیت می‌کنند. وی در ادامه با بیان اینکه در راستای توسعه استارت‌آپ‌ها در صنعت بیمه، در اولین اقدام تفاهنامه‌ای بین بیمه مرکزی و معاونت علمی، فناوری رئیس‌جمهور منعقد شد، گفت: در ادامه ساماندهی



دانشگاه‌ها پرچمدار علم و فناوری هستند

جوانان، فعالیت در این حوزه‌ها بیشتر شود، در واقع آخرین امید ملت ایران به این است که کسب و کارهای جدید و نوپا نتیجه دهد.

وی گفت: اگرچه سال‌هاست در حوزه‌های مختلف صنعتگران و تولیدکنندگان خدمات ارائه داده‌اند، اما هنوز عقب هستیم و به رشد و شکوفایی مطلوب نرسیده‌ایم چون در حوزه‌های دانشی، عرصه‌های فناوری، علوم بنیادی و کاربردی و در حوزه‌های جدید سرمایه‌گذاری لازم صورت نگرفته است.

مدیرعامل صندوق پژوهش و فناوری خراسان رضوی بیان کرد: در این راستا صندوق پژوهش و فناوری خراسان رضوی سعی می‌کند از نظر حمایتی و مالی تا جایی که ممکن است کمک‌های لازم را داشته باشد.

وی گفت: هرچند همه مشکلات با توجه به حوزه مالی رفع نمی‌شود و مشکلات دست و پاگیر بسیاری وجود دارد، اما مشکلات مالی یکی از دغدغه‌های اصلی افرادی است که طرح، ایده و ابتکار دارند و برای به ثمر رساندن آنها نیازمند منابع هستند.

مدیرعامل صندوق پژوهش و فناوری خراسان رضوی گفت دانشگاه در مباحث علم و فناوری پرچمدار این حوزه محسوب می‌شود و نه تنها دانشگاه پرورش‌دهنده نیروی خلاق، پژوهشگر و مبتکر است بلکه از نظر امکانات زیرساختی دربردارنده امکانات پژوهشی و آزمایشگاهی نیز است.

به گزارش ایسنا، حمیده رضوی در همایش چگونگی تامین و اخذ حمایت‌های مالی که در مرکز آموزش عالی کاشمر برگزار شد، عنوان کرد: انتظار داریم عمده پژوهش و تحقیقات در کشور توسط دانشگاهیان انجام شود، همچنین باید نقطه آغاز استارت‌آپ‌ها و شرکت‌های نوآور، خلاق و هسته‌های فناوری و مراکز رشد پژوهشگران دانشگاهی باشند.

وی ادامه داد: اگرچه در دوره‌ای به خاطر تشدید تحریم‌ها و یا افزایش نرخ ارز فشارهایی وارد شد اما خود این مسائل نیز برکاتی برای جامعه داشت و موجب شد در بسیاری از حوزه‌ها رشد بسیار چشمگیری داشته باشیم.

رضوی اظهار کرد: کسب و کارهای جدید باید کشف و با همت و اراده



بهترین و بدترین کمپین‌های برندینگ ۲۰۱۸

برندها هر سال میلیاردها دلار برای کمپین‌های تبلیغاتی هزینه می‌کنند اما این دلیلی بر موفقیت آنها نیست. در سالی که گذشت، کمپین کدام برندها بهترین بوده‌اند؟ هر سال میلیاردها دلار در برندینگ سرمایه‌گذاری می‌شود. برخی از آنها خوب و جذاب هستند، اما برخی دیگر علاوه بر هزینه زیاد، عملکرد چندان خوبی ندارند. در سالی که گذشت، بسیاری از برندها روی سبک خودشان سرمایه‌گذاری کرده و برخی دیگر از روش‌های شناخته‌شده و معروف کمک گرفتند. در ادامه این مقاله به بررسی تعداد بیشتری از بهترین و بدترین کمپین‌های تبلیغاتی در سال اخیر می‌پردازیم.

بهترین‌ها

۱- کمپین الکساندریا اوکاسیو کورتز

یکی از داستان‌های موفق سیاسی سال گذشته، موفقیت الکساندریا اوکاسیو کورتز، دموکرات سوسیالیست است. او توانست با یک بودجه ۲۰۰ هزار دلاری، رقیب خود یعنی جو کراولی را با بودجه ۳ میلیون دلاری شکست دهد. او ۲۹ سال دارد و جوان‌ترین شخصی است که تا به حال در کنگره حضور پیدا کرده است. دلیل موفقیت او چیست؟ یکی از دلایل موفقیت او، تبلیغات فوق‌العاده خوبی است که شرکت Tandem Design NYC برای او انجام داد. در این کمپین از زبان بصری جنبش‌های مردمی استفاده شده بود که پیشتر توسط فعالان مدنی و کارگری مانند دولورس هورتا و سزار چاوزی استفاده شده بود. این کمپین تبلیغاتی بعد از تبلیغات اولیاما در سال ۲۰۰۸ به یکی از امیدوارکننده‌ترین، متحول‌کننده‌ترین و الهام‌بخش‌ترین کمپین‌های تبلیغاتی سیاسی تبدیل شد.

۲- اوبر

شرکت تبلیغاتی Wolf Olins، لوگوی قدیمی اوبر را به یک لوگوی قابل درک با مفهومی دوستانه تبدیل کرده است. از آنجایی که ارزش سهام این شرکت بعد از انتشار چند داستان در سال‌های گذشته به شدت پایین آمد و اکنون مداری شکل آن معنای خاصی نداشت، تغییرات جدید حرکت هوشمندانه‌ای بود که این برند را بیشتر از گذشته در دسترس کاربران نشان می‌دهد و آن را برای عرضه عمومی سهام در آینده آماده می‌کند.

۳- گوگل

چگونه متوجه شویم محصولاتی که توسط گوگل ارائه می‌شوند، واقعا توسط این شرکت منتشر شده‌اند؟ این مسئله نه تنها مشکل گوگل؛ بلکه یکی از بزرگ‌ترین مشکلات شرکت‌های بزرگ و در حال رشد است، اما ابزار تم مترال جدید گوگل، رنگ‌ها و انحنایهایی که به نام گوگل می‌شناسید را در هر بیت از رابط آن ترجمه می‌کند. مترال تمینگ ابزاری معرفی شده از سوی گوگل است که تمامی برندها می‌توانند از آن استفاده کنند.

۴- اسباب‌بازی فروشی Toys «R» Us

بسته‌شدن فروشگاه‌های Toys «R» Us یکی از بدترین شکست‌های برندهای دنیای خرده‌فروشی در سال ۲۰۱۸ بود، اما پیش از اینکه این غول سباسبازی چند تنگ شده و فروخته شود، از آژانس تبلیغاتی Lippi cott برای بازسازی برند کمک گرفت. بازسازی برند با ارائه مجموعه‌ای از بازی‌های سه‌بعدی ایده بسیار خوبی بود که متأسفانه عملی نشد و شکست خورد.

۵- هواشناسی Weather Channel

و در چنل یکی از کانال‌های معروف هواشناسی است که عده زیادی برای مشاهده پیش‌بینی وضعیت آب‌وهوای منطقه خود به آن مراجعه می‌کنند. این برند در سالی که گذشت، تصمیم گرفت ریسک بزرگی انجام دهد و پیش‌بینی آب‌وهوا را با واقعیت افزوده ترکیب کند. گردبادهایی که با واقعیت افزوده ساخته شده‌اند و دیوارهای استودیو را خراب می‌کنند، سیل‌هایی که ماشین‌ها را با خود می‌برند و آتش‌سوزی‌هایی که در دامنه کوه‌های کالیفرنیا رخ می‌دهند، از وقایعی هستند که در کمپین تبلیغاتی این برند با استفاده از تکنولوژی واقعیت افزوده طراحی شده و مردم از آن استقبال کرده‌اند.

۶- انتقام‌جویان: جنگ ابدیت

دیزنی، شرکت مارول را در سال ۲۰۰۹ خرید و تصمیم گرفت آن را به یکی از برندهای محبوب و در حال گسترش تبدیل کند. فیلم «انتقام‌جویان: جنگ ابدیت» یکی از بهترین فیلم‌هایی است که نام این شرکت را در سال جاری سر زبان‌ها انداخت. این شرکت طی ۱۰ سال ۱۸ فیلم ساخته و با ترکیب شخصیت‌ها، داستان‌ها و موسیقی متن منحصر به فرد به یکی از غول‌های این صنعت تبدیل شده است. جنگ ابدیت به‌تنهایی ۲ میلیارد دلار در سراسر جهان فروش داشت و قسمت بعدی آن سال جدید اکران خواهد شد.

متوسط‌ها

۱- امریکن اکسپرس

امریکن اکسپرس بعد از گذشت ۳۰ سال تصمیم گرفت لوگوی خود را تغییر دهد و برای این کار از شرکت Pentagram کمک گرفت. در لوگوی جدید، حروف کمی تیز شده‌اند، رنگ پیش‌زمینه آبی تیره شده و نام آن به Am Ex تغییر کرده است.

۲- میل چیمپ

شاید کمتر کسی پیدا شود از تغییر لوگوی برند میمون این شرکت به نقاشی‌های سبک جدید طرفداری کند. پلنرتم بازارپایی ایمیلی این شرکت همچنان با همان لوگوی معروف کله میمون فعالیت می‌کند و می‌توان گفت این برند بین دو احساس و مفهوم متفاوت گیر افتاده است.

بدترین‌ها

۱- کمپین Be Best

این کمپین توسط بانوی اول آمریکا یعنی ملانیا ترامپ طراحی شده و هدف آن ارتقای رفاه و امنیت کودکان است. این کمپین علاوه بر هدف خوبی که دارد، طراحی چندان مناسبی نداشته و تبلیغات آن به‌عنوان یکی از بدترین کمپین‌ها شناخته شده است.

۲- کوکاکولا

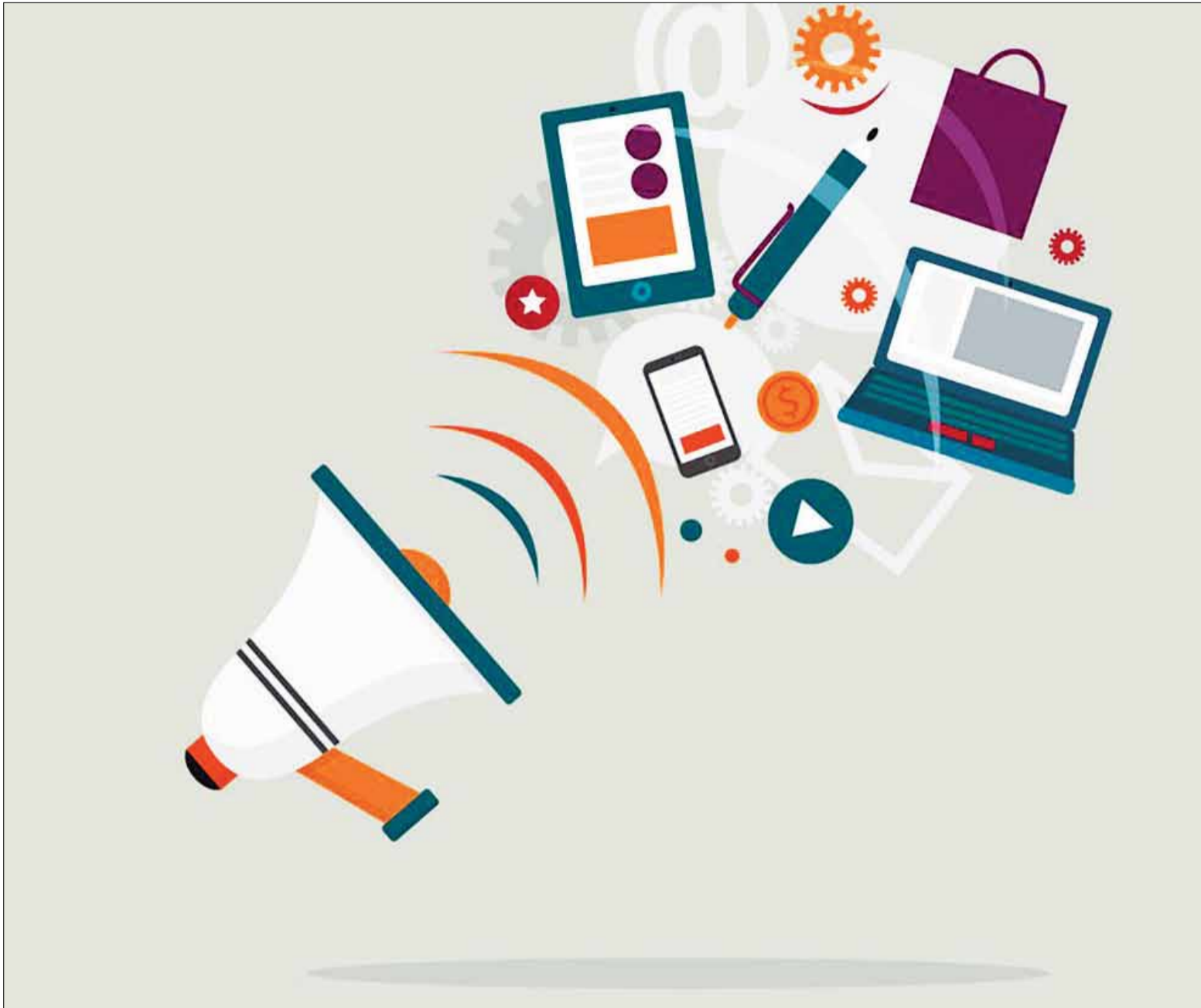
فونت رسمی و جدید کوکاکولا نیز به‌نام Unity به‌عنوان یکی از بدترین کمپین‌های تبلیغاتی شناخته شده است. کارشناسان معتقدند فونت جدید باید داستان قدیمی بازارپایی این شرکت، یعنی «کوکاکولا می‌تواند جهان را متحد کند» را تقویت کند. این برند نیز پیشتر آب‌معدنی‌های داستانی را به‌عنوان آب چشمه‌های طبیعی می‌فروخت، اما مدتی بعد معلوم شد آب آن در واقع همان آب تصفیه‌شده معمولی است که با قیمت دو دلار فروخته می‌شود. با تمام این اتفاق‌ها به نظر می‌رسد شاید عمر این برند بزرگ صنعت نوشابه رو به پایان باشد.

۳- بلندنینگ

بلندنینگ یکی از بدترین ترندهای برندینگ سال ۲۰۱۸ و به‌معنای تقلید کورکورانه و پیروی کردن از دیگران برای بهتر دیده شدن است؛ مانند بسیاری از برندهای اینستاگرامی که همه یک شکل به نظر برسند. برندهایی که بخش قابل توجهی از لوگوی آنها سفید است، تنها یک محصول می‌فروشند و نام‌های عجیب‌وغریبی دارند.

منبع: FASTCOMPANY/zoomit

کلیدهای طلایی یک تبلیغ ماندگار (۳)



Propaganda که در زمینه حفاظت از گونه‌ها در حال انقراض در کشور برزیل فعالیت دارد. برای کاهش میزان تصادفات رانندگان با حیوانات، دست به اعمال تغییراتی روی تابلوهای راهنمایی و رانندگی زده و آیکن‌های شبکه‌های اجتماعی محبوب را جایگزین علامت‌های موجود و رایج آن کرده است. میزان ظرافت این امر به حدی است که ضمن حفظ پیام تابلو اعلانات، افراد به علت به کار بردن آیکن‌های شبکه‌های اجتماعی که روزانه چندین بار با آنها سروکار دارند، با سرعت بیشتری پیام‌ها را مشاهده می‌کنند. جالب است بدانید که پس از اجرایی شدن این طرح، میزان تصادفات در این زمینه با کاهش چشمگیر در مقایسه با سال‌های گذشته مواجه شد.

۲۶- از مفاهیم موجود برای بیان پیام خود استفاده کنید

در این رابطه شرکت تولیدکننده سس‌های تند Tabasco به شکلی کاملا حرفه‌ای عمل کرده و برای بیان میزان تندی محصولات خود دهان و لب فردی را به شکل یک کوه به نمایش گذاشته است که روی آن مواد مذاب در حال جوشش هستند. در واقع پیام این تصویر با یک رخداد طبیعی پیوند خورده است تا مفهوم مورد نظر به شکلی بهتر و در قالبی جذاب‌تر ارائه شود.

۲۷- از خود محصولات تولیدی به شکلی خلاقانه برای بیان پیام خود استفاده کنید

از این روش، شرکت تولیدکننده ماکارونی Barilla استفاده مطلوب را برده است. در واقع در تصویر تبلیغاتی این شرکت، رشته‌های ماکارونی به شکل منور و آتش‌بازی درآمده است و در پایین آن سال نو را تبریک گفته‌اند که در نوبه خود بسیار جذاب است.

۲۸- از عناصر فانتزی نیز استفاده کنید

در این رابطه شرکت تولیدکننده مایه چاه باز کن Fahrenheit تصویری از موارد بیرون آمده از یک دریچه یک چاه را به نمایش درآورده است که به شکل یک فیل عظیم‌الجثه است. این تصویر به خوبی ضرورت استفاده ماهانه از این محصول برای جلوگیری از ازدحام آشغال‌ها در لوله و شبکه فاضلاب را به نمایش درآورده است.

۲۹- کیفیت کار خود را به رخ بکشید

در این زمینه شرکت چاپ Blomberg از یک متن برای تصویر تبلیغاتی خود استفاده کرده است که در آن متنی را به نمایش قرار داده است که جا افتادن یک عبارت آن باعث شده تا مفهوم کاملا دگرگون شود. در پایین آن نیز اشاره شده است که اطمینان حاصل کنید اخبار درست به شکلی درست به چاپ می‌رسد. بدون شک این امر به خوبی اهمیت یک چاپ درست و کامل را به اثبات رسانده است.

۳۰- از نقاشی‌ها و وقایع معروف تاریخی برای بیان منظور خود استفاده کنید

در این زمینه شرکت لگو (لگو) و بزرگ‌ترین شرکت تولیدکننده لوازم بازی و سرگرمی) تصویری از نقاشی معروف آفرینش آدم (اثر مایکل آنجلو) را به نمایش گذاشته است که در آن از تصویر دست اسباب بازی و دست کودک استفاده شده است. بدون شک مفهوم موجود در نقاشی موجود، به خوبی توسط این تصویر نیز در راستای هدف تجاری شرکت مذکور انتقال یافته است.

منبع: canva

توجه داشته باشید که افراد دو منبع برای اتخاذ تصمیمات خود دارند که اولی عقل و دومی احساسات آنها محسوب می‌شود. بدون شک تحریک احساسات در مقایسه با قانع کردن عقل، کاری آسان‌تر بوده و به همین خاطر لازم است تا در تبلیغات خود آن را مورد توجه جدی قرار دهید. برای مثال شرکت Lowe که در موارد قبلی نیز در رابطه با آن صحبت شد، در تبلیغی دیگر فردی را به نمایش قرار داده است که با پاهایی قطع شده و روی ویلچر در حال نشان دادن علامت دوربرگردان راهنمایی و رانندگی است. در واقع این عکس به خوبی پیامد عدم رعایت قوانین را نشان داده و مخاطبان را به حفاظت از خود برای تکرار نشدن چنین رخداد‌های دردناکی توصیه می‌کند.

۲۲- به موارد مورد نظر خود جنبه انسانی دهید

برای ارتباط برقرار کردن هرچه بهتر، افراد نیاز دارند تا گزینه مورد نظر شما را به خود نزدیک تصور کنند. برای رسیدن به این هدف، این امر که به محصولات خود جنبه انسانی بدهید، بدون شک تأثیرگذار خواهد بود. برای مثال شرکت پست M&C Saatchi تصویری از متن یک پیام را به نمایش گذاشته است که به شکل یک انسان درآمده و خواننده خود را در آغوش گرفته است. منظور از این تصویر نیز این است که یک پیامی که در مدت زمانی کوتاه به دست خواننده برسد، می‌تواند تأثیری معادل یک دیدار مستقیم را داشته باشد.

۲۳- از موارد ساده به شکلی خلاقانه استفاده کنید

بدون شک تبلیغات میدان بروز خلاقیت‌ها است. در این رابطه این امر که از موارد بسیار ساده استفاده کنید، خود جذابیت بسیار بالایی را به همراه خواهد داشت. میزان موفقیت این امر به حدی است که با نگاهی به تبلیغات خلاقانه و نوآورانه برتر، با تعداد بی‌شماری از موارد کاملا ساده مواجه خواهید شد. در این رابطه سازمان حمایت از محیط زیست (World Wildlife Federation) تصویر دستی را به نمایش گذاشته است که روی آن تصویر حیوانات جنگل نقش بسته است. در واقع هدف اصلی از این اقدام، نشان دادن این است که دیده شدن و حفظ این حیوانات، کاملا به دست‌ها و اقدامات تک افراد بستگی خواهد داشت.

۲۴- برای توجه به جزئیات موجود در یک تصویر، آن را در جهت مورد نظر خود ویرایش دهید

ویرایش‌های تصاویر از جمله ابزارهایی محسوب می‌شوند که به شما کمک خواهند کرد تا دست شما برای بیان منظور خود کاملا باز باشد. در این رابطه جولیانا وات (مدیر اجرایی کمپین آگاهی عمومی) تصویری از یک زن را به نمایش گذاشته است که درون آن جنگلی در حال سوختن قرار داده شده است. منظور از این تصویر ترکیبی نیز این است که آتش‌سوزی جنگل‌ها در نهایت به نابودی نسل بشر منجر خواهد شد. بدون شک سهیل‌انگاری‌های انسانی خود از جمله عوامل مهم در این آتش‌سوزی‌ها محسوب می‌شود که این تصویر کاملا مرتبط با هدف است.

۲۵- از آیکن‌های محبوب برای جلب نگاه افراد استفاده کنید
بدون شک افراد برخی چیزها را در طول روز بیشتر مشاهده خواهند کرد. همین امر نیز باعث می‌شود تا چشم افراد به آنها عادت کرده و قدرت تشخیص موارد مذکور به شدت افزایش یابد. شما نیز می‌توانید در تبلیغات خود از این ویژگی جالب استفاده کنید. برای مثال شرکت Leiate

مترجم: امیر آل علی

در شماره پیشین به ۱۷ مورد از کلیدهای طلایی یک تبلیغ ماندگار اشاره کردیم و حال به ادامه آنها می‌پردازیم.

۱۸- مقایسه‌ها را به بازی بگیرد

برای نشان دادن و درکی درست از میزان بزرگی و یا کوچک بودن یک چیز، قرار دادن آن در کنار مواردی هم‌ساز می‌تواند تأثیر تصویر تبلیغاتی شما را افزایش دهد. در این رابطه توجه داشته باشید که اقدامات شما می‌تواند کاملا حالت اغراق آمیز را داشته باشد. علت این امر نیز به این خاطر است که هدف شما تنها نشان دادن مقوله اندازه خواهد بود که بدون شک به این شکل جذابیت کار افزایش چشمگیر را پیدا خواهد کرد. برای مثال شرکت مینی (تولیدکننده انواع خودروهای کوچک و فشرده) در تبلیغی جالب محصول خود را در کنار کفش دوزک‌ها قرار داده است که با یکدیگر در حال بالا رفتن از یک برگ هستند. در این رابطه توجه داشته باشید که در تصویر تنها، مقیاس و اندازه خودرو به خوبی نمایش داده نخواهد شد. با توجه به این امر که کوچک بودن خودروهای تولیدی این برند بزرگ‌ترین مزیت آن محسوب می‌شود، به همین خاطر لازم است تا این امر به خوبی به نمایش گذاشته شود که قرار دادن تصویر در کنار مواردی که اندازه آنها به خوبی مشخص است، از جمله راهکارهای جذاب در این زمینه محسوب می‌شود.

۱۹- تصاویر را برای خلق موردی جدید و مرتبط با هدف خود، ترکیب کنید

افراد به خوبی هنگامی که هدف شما با مضادها ترکیب شود، منظور و پیام اصلی را دریافت خواهند کرد. برای مثال شرکت Lowe که در زمینه بهداشت و درمان فعالیت دارد، برای نشان دادن اهمیت شستن دست‌ها قبل از هر وعده غذایی، تصویر سگی را در قالب یک نان کامل درآورده است. در زیر آن نیز این پیام به چشم می‌خورد، شما آن چیزی را که لمس می‌کنید خواهید خورد. در واقع این عکس به خوبی موفق شده است تا پیام و مقصود اصلی موسسه مذکور را منتقل کند.

۲۰- نقاشی را به عکس اضافه کنید

در موارد گذشته مشاهده کردید که اطلاعات تکمیلی یک عکس می‌تواند به وسیله متن جبران شود. با این حال همواره متن قدرت بیان مقصود شما را نداشته و به همین خاطر توصیه می‌شود تا از نقاشی در این رابطه استفاده کنید. برای مثال Black Swan Life's که در زمینه تولید تجهیزات دریانوردی و غواصی فعالیت دارد، در یکی از تصاویر تبلیغاتی خود، مردی در حال خواب را به نمایش درآورده است که با کمک نقاشی تجهیزات و محیط دریا پیرامون وی شکل گرفته است، به نحوی که به مخاطب این حس دست خواهد داد که وی مشغول غواصی است. در واقع هدف از این کار این بوده است که نشان دهد کار با محصولات تولیدی این برند تا حدی راحت است که افراد حتی در خواب و با چشمانی بسته نیز می‌توانند این کار را انجام دهند.

۲۱- احساسات مخاطبان را مورد توجه قرار دهید

این امر که بتوانید احساسات افراد را تحریک کنید، بدون شک در تأثیر بیشتر و شناس موفقیت کار شما، تأثیر خواهد داشت. در این رابطه

ایستگاه بازاریابی

۴ دلیلی که مشتریان ایده‌های بازاریابی محتوایی شما را پس می‌زنند (۲)

در مطلب پیشین به ۲ دلیلی که مشتریان ایده‌های بازاریابی محتوایی شما را پس می‌زنند اشاره کردیم و حال به ادامه آنها می‌پردازیم.

۳- شما نیازهای مشتریان را درک نکرده‌اید

یکی از ناامیدکننده‌ترین شرایط برای مشتری، وقتی که لیستی از ایده‌های بالقوه محتوایی برای کمپین به او ارائه شده، این است که احساس کند شما نیازهای او را درک نکرده‌اید. این مشکل ممکن است به خاطر ارائه موضوعات غیرمرتبط رخ دهد یا به این دلیل باشد که شما پیچیدگی کار را بالا برده‌اید و مشتری به دلیل پیچیدگی زیاد نمی‌تواند صحبت‌های شما را بفهمد.

مشتریان می‌خواهند اطمینان حاصل کنند که بازاریابی سازمان خود را به دست افراد کاردارن و ماهری سپرده‌اند و اینکه شما جوری نشان دهید که نیازهای آنها را درک نکرده‌اید، می‌تواند مشتریان را ناامید کرده و حتی باعث شود که قرارداد همکاری خود را با شما تعلیق کنند.

زمان خود را باید به دو بخش تقسیم کنید. بخشی برای جست‌وجو جهت پیدا کردن ایده‌های محتوایی خوب و بخشی دیگر را باید صرف شناخت نیازهای مشتری کنید. با آنها جلسه بگذارید و شنونده حرف‌هایشان باشید. از آنها در مورد اساسی‌ترین نیازهایشان، مخاطبان و مشکلاتشان سوال بپرسید.

وقتی مشتری مطمئن شود که شما کاملاً کسب و کار او و مخاطبانش را می‌شناسید، راضی کردن او به پذیرش ایده‌های محتوایی آسان‌تر می‌شود. حتی اگر این ایده‌ها کمی عجیب و غریب باشند.

علاوه بر موارد گفته‌شده، باید از علایق شخصی مشتریان خود نیز آگاهی داشته باشید. برای مثال، نباید یک موضوع سیاسی را به مشتری خود ارائه بدهید که کاملاً برخلاف اعتقادات سیاسی او است. در این صورت شما تنها وقت خود را تلف می‌کنید. همچنین چیزی را ارائه ندهید که با فرهنگ سازمانی مشتری در تضاد باشد. مواردی از این دست می‌تواند احتمال رد شدن ایده‌های بازاریابی محتوایی را بالا ببرد.

۴- آنها احساس می‌کنند که در فرآیند ایده‌پردازی دخالت نداشته‌اند

همان‌طور که یک مشتری می‌خواهد مطمئن شود که شما کسب و کار و مخاطبان او را به خوبی می‌شناسید، در بسیاری از موارد او می‌خواهد که در فرآیند ایده‌پردازی برای محتوا نیز سهیم باشد.

اینکه فقط ایده‌های نهایی شده را به مشتری تحویل دهید، این حس را ایجاد می‌کند که نظرات او برای شما اصلاً اهمیتی ندارد و کنترل همه چیز در دستان شماست. رابطه بین مشتری و آژانس نباید به این صورت باشد، به خصوص در صنعت بازاریابی.



هرچند که مشتریان شما ممکن است تجربه ایده‌پردازی برای محتوا و نهایی کردن یک ایده در این زمینه را نداشته باشند، اما فراموش نکنید که آنها در حوزه کاری خودشان متخصص هستند، بنابراین عقل سلیم حکم می‌کند که از دانش و تجربه مشتریان‌تان در فرآیند ایده‌پردازی استفاده کنید.

جلسات ایده‌پردازی

یک جلسه ایده‌پردازی مشترک را با مشتری و تیم او برگزار کنید. در این جلسات شما با متخصصان و افرادی با تجربه دور یک میز می‌نشینید و تجربه و تخصص این افراد می‌تواند بهترین راهنما برای شما باشد تا اولاً کسب و کار آنها را به خوبی درک کنید و دوماً به یک شناخت جامع از مشتریان آنها برسید.

در مورد موضوعات داغ، مشکلات رایج و آخرین ترندها توافق ذهنی داشته باشید. ایده‌های به دست آمده ممکن است خیلی به محصولات یا سرویس‌ها مرتبط نباشند، اما زیبایی بازاریابی محتوایی همین است.

وقتی که مشتریان را در مرحله ایده‌پردازی دخیل می‌کنید، آنها دقیق می‌فهمند که اهدافشان یک کمپین محتوایی از ایده تا اجرا چقدر پیچیده است و بنابراین اعتماد آنها به قضاوت‌های شما بیشتر می‌شود.

جلسات مشترک ایده‌پردازی یک بازی برد-برد برای هر دو طرف است. مشارکت مشتری = کسب چشم‌اندازهای بهتر صنعتی. چشم‌اندازهای بهتر صنعتی = ایده‌های بهتر. ایده‌های بهتر = نتایج بهتر. نتایج بهتر = مشتری خوشحال.

کشف کنید که رد کردن ایده‌ها از کجا نشأت می‌گیرد

به عنوان یک آژانس فعال در زمینه بازاریابی محتوا حتماً می‌دانید که ایده‌پردازی زمان زیادی را می‌طلبد. درآمد و شهرت شما به موفقیت کمپین‌ها گره خورده است و وقتی که مشتریان ایده‌های شما را پس می‌زنند ممکن است ناراحت و ناامید شوید.

اگر این مشکل به دفعات زیاد اتفاق بیفتد، باید بدانید که سرمنشأ مشکل کجاست. از اینکه با مشتری‌تان سر یک میز بنشینید و از او سوال بپرسید هراسی نداشته باشید. آیا مشکل از آموزش است؟ اگر چنین است، مشتری را به دفتر خود دعوت کنید و با او به گفت‌وگو بنشینید و تمام فرآیند کار را از ابتدا تا پایان برای او توضیح دهید.

آیا مشکل از خود شماست که نمی‌توانید کسب و کار مشتریان و نیازهای آنها را به خوبی درک کنید؟ از مشتری بخواهید که اجازه دهد یک روز کامل را در دفتر و همراه با تیم او بگذرانید تا بتوانید به درک درست‌تری از کسب و کار و نیازهای آنها برسید. پس زدن ایده‌های محتوایی ممکن است به دلایل مختلفی رخ دهد، اما اگر این دلایل را شناسایی کنید، می‌توانید از رخ دادن آنها جلوگیری به عمل آورید.

منبع: daartagency

بررسی الگوی بازاریابی دیجیتال فولکس واگن، Old Spice، نایک، Go Daddy و Dollar Shave Club

موفقیت در بازاریابی دیجیتال به سبک برندهای بزرگ



به قلم: ایوان ویدجایا صاحب سایت noobpreneur.com و کارشناس امور کسب‌وکار ترجمه: علی آل‌علی

بسیاری از ما برندهای متعددی را در ذهن داریم که در چند سال اخیر به شدت بر شهرتشان افزوده‌اند. در گذشته افزایش شهرت برندها از طریق شیوه‌های بازاریابی سنتی انجام می‌شد. با این حال عصر دیجیتال نحوه بازاریابی را نیز تغییر داده است.

به طور معمول ما نام برندها را در تبلیغات تلویزیونی یا بیلبوردهای بزرگ مشاهده می‌کنیم. هدف اصلی از چنین تبلیغاتی ترغیب ما به خرید محصولات آن برندهاست. همچنین بسیاری از ما تجربه مراجعه فروشنده‌های مختلف به منزل مان به منظور متقاعدسازی مان برای خرید محصولات مشخصی را داریم. چنین فروشندگانی معمولاً از بسته‌های تخفیفی ویژه برای ما صحبت می‌کنند. تا همین چند سال پیش این شیوه‌های بازاریابی و تبلیغات تاثیر نسبتاً مطلوبی روی افراد داشت.

نکته مهم تغییر و تحول عرصه تبلیغات در چند سال اخیر است. دلیل اصلی آن هم توسعه هرچه بیشتر اینترنت است. در این مقاله من به بررسی شیوه‌های کسب موفقیت چهار برند برتر جهان با استفاده از الگوی بازاریابی دیجیتال پرداخته‌ام.

چرا این کمپین‌ها نتیجه‌بخش بوده‌اند؟

پیش از آنکه سراغ معرفی برترین کمپین‌ها برویم، باید به استراتژی مشترک هر چهار برند این مقاله اشاره کنم. در وهله نخست، همه آنها دارای یک سخنران اصلی یا شعار تبلیغاتی حرفه‌ای و خاطره‌انگیز هستند. به این ترتیب توجه ما در همان وهله نخست به آگهی آنها جلب خواهد شد.

در گام دوم، آنها به سراغ استفاده از الگوی خاصی از بازاریابی می‌روند. الگویی که تا پیش از آن هرگز امتحان نشده است. چنین جهت‌گیری به تبلیغات برندها جلوه هیجان‌انگیزی می‌دهد. در هر صورت مخاطب با الگویی کاملاً نوین از بازاریابی و تبلیغات مواجه خواهد شد. این امر عنصر غافلگیری را تقویت می‌کند. به طور معمول اگر سایر بخش‌های کمپین مناسب طراحی شود، مخاطب تبلیغ برند مورد نظر را برای سال‌های متمادی در ذهن خواهد داشت.

در نهایت، همیشه کمپین‌های این برندها دارای یک المان مشخص از «ترغیب مخاطب به عملی خاص» است. این بخش می‌تواند شامل نمایش لوگوی شرکت همراه با درخواستی در قالب یک جمله کوتاه باشد.

تا زمانی که برندها از شیوه مذکور در این بخش استفاده می‌کنند، سوددهی سرمایه‌گذاری‌شان تا حد زیادی تضمین خواهد شد. در نگاه نخست بازاریابی دیجیتال دارای بخش‌های ساده‌ای است. با این حال اجرای درست همین بخش‌های ظاهراً ساده نیازمند دقت فراوانی است. در ادامه به بررسی عملکرد چهار برند برتر در این زمینه خواهیم پرداخت.

۱. ماشین‌های فولکس واگن

در دهه ۶۰ میلادی برند فولکس واگن تبلیغ خاطره‌انگیزی را با تاکید بر کوچکی خودروهای خود تولید کرد. آن تبلیغ به دلیل آنکه تا آن زمان هیچ برندی روی کوچکی خودروهای خود به عنوان مزیت اصلی تمرکز

نکرده بود، به عنوان تبلیغ برتر شناخته شد.

در دوران مدرن، استفاده از اینترنت و همینطور شبکه‌های اجتماعی به فولکس واگن فرصت نمایش مزیت‌های استفاده از نسخه‌های کوچک خودروهای‌اش را داده است. به این ترتیب با تاکید درست روی طیف جوان میلیون‌ها نفر در سراسر دنیا به تبلیغات تازه فولکس واگن علاقه‌مند شدند. در اروپا، جوان‌های بین ۱۶ تا ۲۵ سال مخاطب اصلی تبلیغات فولکس واگن محسوب می‌شدند. در هر صورت مشاهده حضور سلبریتی‌های مختلف در تبلیغات فولکس واگن توجه هر مخاطبی به ویژه نسل جوان را به خود جلب می‌کند. همچنین باید توجه داشت که طراحی بسیاری از خودروهای کوچک این برند با توجه به سلیقه نسل جوان صورت گرفته است. همه این عوامل برند فولکس واگن را بدل به شرکتی جوان‌پسند کرده است. سرمایه‌گذاری اصلی فولکس واگن برای جلب نظر نسل جوان روی شبکه‌های اجتماعی است. به این ترتیب آنها از بازاریاب‌های حرفه‌ای به منظور اجرای الگوی بازاریابی دیجیتالی نهایت استفاده را برده‌اند.

۲. Old Spice

تبلیغ شامپوی برند Old Spice یکی از نمونه‌های موفق بازاریابی دیجیتال در یک دهه اخیر است. در این آگهی یک مرد آفریقایی-آمریکایی با هیکلی مناسب به تصویر کشیده می‌شود. او به دلیل استفاده از شامپوهای برند Old Spice از بوی موهای خود رضایت کاملی دارد. نام این کمپین تحت عنوان «آنطور که مرد شما می‌تواند به شام برسد» به خوبی بیانگر اهمیت بوی مو و بدن ما در روابط اجتماعی است. این تبلیغ به دلیل استفاده از شخصیت اصلی سیاه پوست در کنار تاکید روی المانی کمتر شناخته‌شده (بوی موی سر) به موفقیت بالایی دست یافت. در حقیقت این کمپین عنصر غافلگیری زیادی برای مخاطب داشت. به همین دلیل استقبال کاربران در شبکه‌های اجتماعی از آن بسیار مطلوب بود. برند Old Spice آگهی خود را نه تنها در شبکه‌های تلویزیونی، بلکه شبکه‌های اجتماعی مختلف نیز بارگذاری کرد. آنها به خوبی از اهمیت شبکه‌های اجتماعی برای جلب نظر مخاطب نسل جدید آگاه هستند. به همین دلیل کلیپ تبلیغاتی خوش ساخت‌شان تا مدت‌ها در شبکه‌های اجتماعی دست به دست می‌شد. از آن زمان به بعد برند Old Spice شهرت فراگیری در زمینه بازاریابی دیجیتال پیدا کرده است. بدون تردید بخش زیادی از این شهرت مدیون انتخاب فضای مناسب برای بارگذاری کلیپ کمپین این برند است.

۳. نایک

نایک یکی از برندهای بسیار موفق در زمینه تولید کفش‌های ورزشی است. فعالیت طولانی آنها در عرصه تولید کفش‌های ورزشی آنها را بدل به غول بدون رقیب این حوزه کرده است. به همین دلیل کارشناس‌های متعددی معتقدند که نایک حتی بدون تبلیغات نیز تا مدت‌ها جایگاه برترش را حفظ خواهد کرد. در عصر حاضر، برند نایک برای گسترش هرچه بیشتر شهرت خود از محبوبیت بالای مایکل جردن افسانه‌ای استفاده می‌کند. مایکل جردن یکی از بسکتبالیتهای افسانه‌ای NBA در دهه ۸۰ و ۹۰ است. وی به دلیل سبک بازی خاص‌اش هنوز هم در میان طرفدارهای بسکتبال محبوبیت خاصی دارد.

برند نایک برای توسعه کسب‌وکارش اقدام به ایجاد برندی مستقل تحت نام مایکل جردن به عنوان یکی از شاخه‌های خود کرد. سپس تبلیغات متعددی را برای جلب نظر کاربران شبکه‌های اجتماعی روانه پلتفرم‌های مختلف کرد. شاید در نگاه نخست اقدام نایک نوعی ریسک‌پذیری عجیب و غریب باشد. با این حال بازاریاب‌های نایک نقشه بسیار کاملی برای فتح دل‌های کاربران علاقه‌مند به دنیای بسکتبال در سر داشتند.

علاوه بر ایجاد برند مایکل جردن، اخیراً برند نایک به سراغ همکاری با بازیکن افسانه‌ای فوتبال آمریکایی «کولین کاترینک» نیز رفته است. کولین در کمپین «دیوانه‌وار رویاپردازی کن» به عنوان سخنگوی اصلی نایک ظاهر شده است. نکته مهم در خصوص کمپین‌های نایک آگاهی تیم بازاریابی آنها از شیوه‌های درست همکاری با سلبریتی‌های دنیای ورزش است. بدون تردید هیچ برندی مانند آنها توانایی بهره‌برداری درست از ستاره‌های دنیای ورزش را ندارد.

۴. Go Daddy

این برند یکی از موفق‌ترین شرکت‌ها در زمینه فروش دامین‌های آنلاین است. کسب‌وکار Go Daddy با فروش ساده دامین به افراد علاقه‌مند به ایجاد سایت شخصی شروع شد. در ابتدا آنها از یک راننده حرفه‌ای برای تبلیغ محصولاتشان استفاده کردند. دانیکا پاتریک راننده حرفه‌ای بود که در ابتدای شکل‌گیری برند Go Daddy با آنها همکاری داشت. این همکاری به این شرکت فرصت تولید آگهی و نمایش موفق آن در مسابقه سوپر بال را داد. از آن زمان تا به حال این شرکت در کانون توجه کاربران قرار داشته است.

پس از آنکه Go Daddy شروع به بارگذاری کمپین‌های خود در شبکه‌های اجتماعی کرد، بازم به سراغ دانیکا پاتریک برای اجرای ویدئوهای تبلیغاتی‌اش رفت. به این ترتیب همکاری با یک سلبریتی مناسب هم در عرصه بازاریابی سنتی و هم بازاریابی دیجیتال به آنها کمک شایانی کرده است.

۵. Dollar Shave Club

این برند از همان ابتدای کار روی سرویس‌دهی آنلاین به مشتریان سرمایه‌گذاری کرده است. به این ترتیب این برند هیچ فروشگاه رسمی در دنیای واقعی ندارد. در عوض محصولات خود را به صورت آنلاین در اختیار مشتریان قرار می‌دهد. به این ترتیب آنها هزینه محصولاتشان را تا حد زیادی کاهش داده‌اند. به هر حال وقتی شما در عرصه تولید تیغ اصلاح صورت با رقیب بزرگی مانند ژیلت رو به رو هستید، باید روی مزیت‌هایی نظیر کاهش قیمت و افزایش کیفیت اتکا کنید.

بسیاری از افرادی که حوصله خرید حضوری در فروشگاه‌ها را ندارند، به منظور تهیه تیغ‌های اصلاح ارزان قیمت سسری به سایت رسمی Dollar Shave Club می‌زنند. کیفیت بالای تبلیغات این برند موجب افزایش شهرت کلی‌شان در شبکه‌های اجتماعی و به تبع آن میزان فروش‌شان شده است. نکته مهم در خصوص این برند تولید ویدئوهای دنباله‌دار موفق است. در دنیای بازاریابی دیجیتال کمپین‌های دنباله‌دار کمتر به چشم می‌خورند. به همین دلیل کمپین‌های برند Dollar Shave Club شهرت بسیار زیادی به دست آورده‌اند.

اگر نمی‌توانید شبکه مناسبی پیدا کنید، شبکه خودتان را بسازید

شبکه‌سازی می‌تواند مؤثرترین راه برای ساختن مخاطبین ارزشمند کسب و کار و به اشتراک گذاشتن ایده‌ها با سایر بنیان‌گذاران باشد. همچنین می‌تواند به شما کمک کند افراد جدیدی را ملاقات کنید و حرفه خود را پیش ببرید. گروه‌ها و شبکه‌های گوناگون و زیادی وجود دارند، اما پیدا کردن گروهی که نیازهای شما را برآورده نمی‌کند همیشه آسان نیست و برای برخی از کارآفرینان، تنها راه حل ایجاد گروه خودشان بوده است. ما همراه با ششید تا درباره شبکه‌سازی بیشتر بدانید. در سال ۲۰۱۴، دبی کلارک، مشاور بازاریابی دیجیتال که تازه وارد حوزه کسب و کار شده بود، در چندین رویداد شبکه حضور پیدا کرد اما به نظرش آمد که این رویدادها پر است از افرادی که معمولاً مضطربند و به‌شدت در تلاش برای فروش بیشتر هستند. او می‌گوید: «من می‌خواستم رویداد و فضایی ایجاد کنم که پس از یک ساعت حضور در آن به جای دستی پر از کارت‌ویزیت‌های کسب و کارهای متنوع با روابط کاری واقعی و حقیقی ایجادشده آن رویداد را ترک کنند.» او با چشم‌انداز روشنی در ذهنش، با دو نفر دیگر از صاحبان کسب و کار محلی، جین بوت و بٹ ماریوت همکاری کرد و یک گروه شبکه‌ای برای زنان را راه‌اندازی کرد. کلارک می‌گوید: «هدف ما این بود که مردم بتوانند به طور واضح درباره راه‌اندازی یک کسب و کار و در نهایت برقراری ارتباط پایدار صحبت کنند.»

هزینه‌های راه‌اندازی حداقل بودند و باید به گونه‌ای می‌بود که انگار هیچ بودجه‌ای نداشتند. یکی از بنیان‌گذاران یک کافه محلی داشت و فضای مورد استفاده برای برگزاری مراسم را تأمین کرد. با پرداخت ۲۵ پوند، آنها غذا و نوشیدنی خوب فراهم کردند و توانستند سخنرانانی را دعوت کنند. در اولین رویداد که آنها زمانی را که از قبل می‌شناختند دعوت کرده بودند، تمامی بلیت‌ها فروخته شد. با راه‌اندازی یک گروه فیس‌یو، نام این گروه پخش شد و تعداد اعضای آن سریعاً افزایش یافت. امروز این شبکه بیش از ۱۰۰۰ عضو در گروه فیس‌یو دارد و حدود ۳۰ زن در جلسات ماهانه حضور دارند. کلارک می‌گوید: «اگر در منطقه‌ای زندگی می‌کنید که شبکه‌ای وجود ندارد که در آن احساس راحتی کنید، شما تنها نیستید. بابت این مسئله متأسف نباشید و خودتان شروع کنید. یک محل برگزاری پیدا کنید، دعوت‌نامه ارسال کنید. برگزاری چنین رویدادی به برنامه‌ریزی و سازماندهی نیاز دارد، بنابراین کمتر به این گزینه فکر کنید که بابتش هزینه‌های دریافت نکنید. اگر تدارکات را به صورت رایگان انجام دهید بعد از مدتی احساس کلافگی می‌کنید و رویدادها استمرار نخواهد داشت.»

Leapers، یک گروه شبکه‌ای است که پشتیبانی حرفه‌ای را فراهم می‌کند و متیو نایت آن را مستقل‌تأسیس کرده است. نایت پس از اینکه بدون داشتن درخواست شغل دیگری از شغلش استعفا داده بود به ذهنش رسید که آن را تأسیس کند.

او می‌گوید: «قبلاً هرگز از شغلی استعفا نداده بودم، من قبلاً خویش‌فرما بودم، بنابراین اولین بار بود که مجبور بودم یک نامه استعفا بنویسم و پس از آن دنبال کار بگردم.»

نایت مدت‌هاست تصمیم گرفته تجربیات شغلی خود را به اشتراک بگذارد و دیگران را هم به این امر تشویق می‌کند. او با شروع نوشتن تجربیاتش در LinkedIn توجه زیادی را به سمت خود جلب کرد. او می‌گوید: «تعداد زیادی از مردم به‌طور مشابه احساس می‌کنند که کارها و حرفه‌های چیزهایی هستند که می‌توانید به طور فعالانه برای خود طراحی کنید، به جای اینکه منفعلانه منتظر شغلی باشید.»

نایت تصمیم گرفت مکانی برای گفت‌وگو در مورد این موضوع ایجاد کند تا مردمی که از نظر شغلی در جایگاه مشابه هستند یا در این باره ذهنیت‌های یکسانی دارند کنار هم جمع شوند و در مورد چگونگی کار تصمیم بگیرند. او یک کانال Slack ایجاد کرد، سپس آشکارا هر کسی را برای پیوستن به آن دعوت کرد و Leapers متولد شد.

او می‌گوید: «هزینه‌های راه‌اندازی آن صفر بود، تنها چیزی که نیاز داشت زمان کمی برای ایجاد پلتفرمی بود که بتوانیم در آن حرف بزنیم و مقداری سازماندهی، پرورش و عشق. هزینه‌هایی برای اجرای شبکه وجود دارد، اما در حال حاضر، بیشتر نیازمند وقت است.»

Leapers، که نایت آن را به عنوان بخشی از گروه پشتیبانی و بخشی کسب و کار محصول توصیف می‌کند، اکنون نزدیک به ۵۰۰ عضو دارد و در حال رشد است. اولین محصول ایجادشده آن، کتابچه «ارنهای من» است؛ ابزاری که به مردم کمک می‌کند تا به جای کاری که انجام می‌دهند حال‌شان را توضیح دهند. Leapers به طور عمده یک شبکه آنلاین است، اولین رویداد خود را در لندن در اواخر سال ۲۰۱۸ برگزار کرد.

توصیه‌های نایت به کسانی که برای یک شبکه برنامه‌ریزی می‌کنند این است که صریح و شفاف بدانند چه چیزی می‌خواهند ایجاد کنند و درباره آن اطلاعات داشته باشند. او می‌گوید: «برای اینکه بر گروهی از افراد تأثیر بگذارید یا یک مفهوم داشته باشید راه‌اندازی یک شبکه را شروع نکنید، بلکه با خود روراست باشید و بررسی کنید و ببینید آیا می‌توانید با راه‌اندازی یک شبکه یک مشکل واقعی را از گروهی از مردم حل کنید و آن افراد را برای حل آن دور هم جمع کنید.»

برای وهاری راسل، متخصص بازاریابی مواد غذایی حضور در شبکه‌ها بخشی از کارش بود، اما او از حضور در رویدادهایی که مربیان نه‌چندان خیره و مسلط و نحوه اجرا و همچنین پذیرایی‌های بد و سطح پایین داشت خسته شده بود. چهار سال پیش، همراه با همکارش کت نیو، یک شبکه گروهی غذا که علاوه بر غذا و نوشیدنی خوب و باکیفیت، یک محیط بسیار آرام را برای شرکت‌کنندگان فراهم می‌کرد، راه‌اندازی کرد.

او می‌گوید: «هزینه‌های راه‌اندازی بسیار پایین بود و اساساً تنها چیزی که کمی هزینه‌بر بود راه‌اندازی وبسایت بود چون که از Eventbrite به عنوان پلتفرم فروش بلیت استفاده می‌کردیم. هزینه این رویدادها از طریق فروش بلیت و همچنین حامیان مالی رویداد تأمین می‌شود. شرکت‌کنندگان و افرادی که تمایل به شرکت در رویداد دارند می‌توانند بلیت هر رویداد را با قیمت مناسب از پلتفرم Eventbrite خریداری کنند.»

این رویدادها برای متخصصان غذا و نوشیدنی، از جمله تولیدکنندگان، خرده‌فروشان و رستوران‌داران است و توسط یک شرکت بسته‌بندی که کسبه‌های نام تجاری را برای شرکت‌کنندگان که اطلاعات و محصولات برای شرکت‌کنندگان دیگر دارند تولید می‌کند، حمایت می‌شود.

از زمان برگزاری اولین رویداد چهار سال پیش، این گروه به قدرت زیادی رسیده، برنده جوایز متعدد بهترین گروه شبکه سال، با به طور متوسط ۴۰ نفر شرکت‌کننده در هر رویداد و جذب ۴۰ درصد بازدیدکنندگان جدید در هر رویداد شده است. راسل درباره رموز موفقیتش می‌گوید: «ساده‌نگه داشتن آن، تمرکز بر کیفیت به جای کمیت و داشتن شور و شوق دلیل موفقیت ما در کارمان است. ما کار در صنعت غذا و نوشیدنی را دوست داریم و از ارتباط با افراد همفکر و انجام کارها لذت می‌بریم.»

منبع: Forbes/ucan

بررسی استارت‌آپ‌هایی که دنیا را تکان خواهند داد(۱)

۵۰ استارت‌آپ برتر سال ۲۰۱۹ کدامند؟



کرده است. بانکیتی اگرچه یک شرکت بسیار هوشمند است و با بانک‌های بزرگی در آمریکا همکاری می‌کند، اما از شیوه‌های بسیار سنتی برای کسب درآمد سود می‌برد. بر این اساس آنها از طریق کمک‌های داوطلبانه و پرداختی‌های دل‌به‌خواهی کاربرانشان درآمد کسب می‌کنند.

فضای بیشتر با مابیلیتی

بنیانگذاران شرکت «فضاهای مابیلیتی» هدف اصلی خود را کاهش حجم وسایل مختلف یا به عبارتی دیگر افزایش حجم در دسترس افراد عنوان کرده‌اند. محصولات این شرکت سانفرانسیسکوایی اکنون فقط به مشتریان برگزیده فروخته می‌شود. دامنه فعالیت آنها نیز به سانفرانسیسکو و سیاتل محدود می‌شود. با این حال نشانه‌های انکارناپذیری از موفقیت آنها در صورت شروع فروش همگانی مشاهده می‌شود. تخت‌ها، کمد‌ها، کابینت‌ها و سایر تولیدات این شرکت جای بسیار کمی را اشغال می‌کند و در برخی موارد کاملاً روی دیوارها و سقف‌ها نصب می‌شود. همچنین طراحی این محصولات با استفاده از اپ ساده‌ای برعهده مشتریان است.

کاور؛ خانه‌های امن تر با فضایی بیشتر

استارت‌آپ کاور در حال کار روی یک هدف بسیار بزرگ است: تحقق رویای زندگی در خانه‌هایی زیبا و امن برای ششمار هرچه بیشتر افراد. این استارت‌آپ چهار ساله اکنون روی ساخت خانه‌هایی با تجهیزات ایمنی بالا و حیاط‌های فوق کاربردی تمرکز کرده است. یکی از ایده‌های جالب این شرکت ساخت خانه‌های آماده و الحاق‌شان به خانه‌های موجود است. به این ترتیب فضای حیاط افراد بدل به جزئی از خانه‌شان خواهد شد. به هنگام فروش خانه نیز افراد به راحتی بخش از پیش ساخته شده را با خود جا به جا خواهند کرد.

بیمه پوششی؛ وقتی خرید بیمه کار دشواری نیست

خرید بیمه خانه یا ماشین نیازی به تحمل سختی چندانی ندارد. فقط کافی است به سراغ آژانس بیمه Covered Insurance رفته و فرآیند خرید بیمه را بسیار کوتاه کنید. این استارت‌آپ در سال ۲۰۱۶ شروع به کار کرد. هدف اصلی‌اش نیز کاهش دشواری‌های خرید بیمه برای متقاضیان است. به این ترتیب علاوه بر سهولت افراد، امکان تمرکز اصلی اعضای کاربردی در مورد نوع بیمه مناسب‌شان نیز وجود خواهد داشت. به دلیل ارائه خدمات سریع و مشاوره‌های رایگان این شرکت اکنون شمار بالایی از مشتریان در سراسر آمریکا را دارد.

کوری وایز؛ سرمایه‌گذاری ساده برای همه

استارت‌آپ کوری وایز یکی از معدود اعضای آفریقایی این فهرست است. آنها با هدف تبدیل فرآیند سرمایه‌گذاری به کاری ساده برای مشتریان‌شان شروع به کار کرده‌اند. شعار اصلی آنها امکان سرمایه‌گذاری با هر میزان از پول است. به این ترتیب بسیاری از مشتریان آنها مبالغ بسیار اندکی را به عنوان سرمایه در اختیار آنها می‌گذارند. نکته جالب این که پس از گذشت یک سال از فعالیت این شرکت روز به روز بر میزان مشتریان‌شان افزوده می‌شود. برای سرمایه‌گذاری در این پلتفرم حداقل باید ۱۰۰ دلار (معادل ۲۷ سنت) داشته باشید. نکته جالب اینکه مشاوره‌های این شرکت کاملاً رایگان است.

کویداس؛ درمان ارزان و فراگیر

استارت‌آپ کویداس با دفتر مرکزی‌اش در سان‌پائولو هدف اصلی خود را شخصی‌سازی خدمات درمانی و افزایش دسترسی مردم برزیل به همراه کاهش هزینه‌های آن عنوان کرده است. اکنون تمرکز اصلی اعضای کویداس بر روی ارائه خدمات درمانی ارزان قیمت است. نکته جالب اینکه مشتریان با پرداخت هزینه اشتراک ماهانه از خدمات بسیار زیادی بهره‌مند خواهند شد. همچنین برای استفاده از خدمات این موسسه باید از طریق اپ رسمی آنها درخواست‌مان را ثبت کنیم. به این ترتیب خبری از مراجعه به درمانگاه و گرفتن نوبت نخواهد بود. بدون تردید این ایده یک تحول بزرگ در حوزه بهداشت و درمان محسوب می‌شود.

ادامه دارد ...

منبع: inc

په قلم: آنا میپر خبرنگار و سازنده یادگست در حوزه کسب‌وکار
ترجمه: علی‌آلی

در دنیا هیچ‌گاه کمبود افراد دارای ایده‌های برتر و انگیزه کافی برای تعقیب آنها وجود ندارد. تگای کوتاه به سریع‌ترین شرکت‌های سال جاری در زمینه رشد و توسعه به خوبی بیانگر این موضوع خواهد بود. کایروس به عنوان یک موسسه سرمایه‌گذاری معتبر در نیویورک به رسم چند سال اخیر بازم فهرستی از کارآفرینان برنده سال ۲۰۱۸ را در ماه نوامبر منتشر کرد. در این فهرست به ۲۵۰۰ کارآفرین تازه‌کار اشاره شده است. افراد برگزیده این فهرست از ۶۵ کشور مختلف بودند. نکته جالب اینکه در این میان فقط ۵۰ شرکت حضور داشتند. همه کارآفرینان این فهرست در پی ایده‌های بزرگ و جذاب هستند. به عنوان مثال، انتقال محب‌های کار به خانه و کمک به دانش‌آموزان سراسر دنیا از جمله برترین ایده‌های این فهرست به حساب می‌آید.

در این مقاله من به بررسی ۵۰ استارت‌آپ برتر سال به ترتیب حروف الفبا خواهم پرداخت. دلیل اصلی این کار سطح تقریباً برابر همه استارت‌آپ‌های موجود است. به این ترتیب امکان گزینش یکی بر دیگری وجود ندارد.

اتاق‌های آبندا؛ به هتل‌های پیشرفته سلام کنید

اتاق‌های آبندا یک سیستم مدیریت دارایی‌ها برای هتل‌های مستقل در کل‌میاسه؛ هتل‌هایی که تحت پوشش این استارت‌آپ سه ساله قرار بگیرند، خدمات کاملی در زمینه مدیریت دارایی‌ها و بررسی اتاق‌های‌شان دریافت می‌کنند. سامانه امکانات استاندارد در زمینه ارائه صبحانه، وی‌فای، بطری‌های آب آشامیدنی، تلویزیون و حوله‌های تمیز فراهم می‌سازد. نکته مهم در خصوص خدمات این استارت‌آپ سرمایه‌گذاری عظیم آنها روی ارائه خدمات به صورت آنلاین است. به این ترتیب دیگر نیازی به اتلاف وقت برای دیدارهای رو در رو میان هتل‌های و مسئولان این سامانه نخواهد بود. سامانه به طور تخصصی در زمینه ارائه اطلاعات کاربردی و مهم به والدین کودکان خریدمسال (با تمرکز روی کودکان زیر یک سال) فعالیت می‌کند. دفتر مرکزی بیبی اسپارکس در شهر میامی قرار دارد. با این حال خدمات آنها در سراسر دنیا قابل دسترسی است.

بیبی اسپارکس؛ استارت‌آپی برای والدین

امروزه والدین گزینه‌های اندکی برای اعتماد به منظور تأمین نیازهای جانبی فرزندان‌شان پیش رو دارند. تنها در صورتی که با یک پرستار کودک ازدواج کرده باشند، نیازی به جست‌وجوی پرستار و سایر امکانات جانبی برای کودک نخواهد داشت. در این میان آموزش‌های پیرامون نگهداری و تربیت کودکان بسیار مهم است. خوشبختانه سامانه آموزشی بیبی اسپارکس با سابقه پنج ساله در ارائه نکات و مطالب آموزشی به والدین یکی از گزینه‌های مناسب پیش روی پدر و مادرهای امروزی است. این سامانه به طور تخصصی در زمینه ارائه اطلاعات کاربردی و مهم به والدین کودکان خریدمسال (با تمرکز روی کودکان زیر یک سال) فعالیت می‌کند. دفتر مرکزی بیبی اسپارکس در شهر میامی قرار دارد. با این حال خدمات آنها در سراسر دنیا قابل دسترسی است.

بانکتیتی؛ بانکداری حرفه‌ای با شیوه‌ای سنتی

بانکتیتی به عنوان یک استارت‌آپ حوزه مالی در سال ۲۰۱۶ تأسیس شد. این اپ هوشمند در زمینه بانکداری به کاربران اجازه فهم بهتر از اصطلاحات و امور مالی را می‌دهد. همچنین در صورت نیاز امکان برقراری ارتباط با کارشناس‌های مختلف و دریافت توصیه‌های کاربردی نیز وجود دارد. این شرکت اخیراً اقدام به انتشار و عرضه کارت‌های اعتباری نیز

قطعی اینترنت و مشکلاتی که برای کسب‌وکارهای نوپا ایجاد شد



قطعی اینترنت در ایران به یک هفته نزدیک می‌شود و در این میان کسب‌وکارهای نوپا، با چالش‌های جدی روبه‌رو شده‌اند.

دسترسی به شبکه جهانی اینترنت در ایران از روز یکشنبه ۲۶ آبان ۱۳۹۸ قطع شد. از آن روز کاربران تنها امکان استفاده از سرویس‌های آنلاین را داشتند که سرورهای خود را در داخل کشور راه‌اندازی کرده‌اند. شرایط کنونی که اصطلاحاً اینترنت خوانده می‌شود، دسترسی به سرویس‌های بین‌المللی را برای کاربران و فعالان دنیای فناوری دشوار کرده و بسیاری از کسب‌وکارها نیز تحت تأثیر قرار داده است؛ کسب‌وکارهای نوپایی که در رخدادهای گوناگون از آنها به‌عنوان ناجی اقتصاد در عصر کنونی یاد می‌شود و نقش مهمی در گردش مالی و حتی ارزآوری دارند.

استارت‌آپ‌ها، کسب‌وکارهایی با ایده‌های عموماً ساختار شکن هستند که ایده‌های جدید را برای ارائه محصول و سرویس به مشتریان، به صنعت و بازار معرفی می‌کنند. اغلب آنها فعالیت خود را بر بستر فناوری اطلاعات بنا می‌کنند که از جنبه‌های گوناگون نیازمند اتصال به شبکه جهانی است. قطعاً استفاده کسب‌وکارهای مذکور از زیرساخت‌های داخلی مزیت‌هایی همچون دور ماندن از تهدید تحریم‌ها را به‌همراه دارد، اما به‌رحال طولانی شدن قطعی دسترسی به شبکه جهانی اینترنت، عملکرد فعالان استارت‌آپی را بیش‌ازپیش با چالش روبه‌رو می‌کند. امروزه سرویس‌های متعدد فعال در فضای فناوری اطلاعات، از زیرساخت ایرانی برای ارائه خدمات استفاده می‌کنند. چنین کسب‌وکارهایی در هفته گذشته در دسترس کاربران داخلی قرار داشتند، اما آنها نیز چالش‌های متعددی را تجربه کردند. در این مطلب زومیت، به بررسی جنبه‌های گوناگون مشکلات پیش‌آمده می‌پردازیم.

ارتباط، شریان حیاتی اکوسیستم استارت‌آپی

فعالان فضای استارت‌آپی (کارمندان و بنیان‌گذاران استارت‌آپ‌ها و فریلنسرها و افراد دور کار) برای انجام وظایف روزانه خود نیازمند ارتباط قوی بر بستر اینترنت هستند. فعالیت‌های متعدد همچون مدیریت پروژه، مدیریت وظایف، ارتباط درون‌سازمانی، ارتباط با مشتری و بسیاری اشکال دیگر ارتباطی، امروز به اتصال جهانی اینترنت وابسته است؛ در نتیجه، قطعی چند روز گذشته، مشکلات بسیاری را برای فعالان به‌همراه داشت.

علی‌آلودانیان، بنیان‌گذار استارت‌آپ ویرگول که در حوزه خبرنگاری اجتماعی و انتشار محتوا فعالیت می‌کند، چالش‌های فنی را به‌عنوان یکی از بزرگ‌ترین مشکلات قطعی اینترنت در هفته اخیر برشمرد. وب‌سایت او در سرورهای داخلی میزبانی می‌شود، اما به‌خاطر عدم دسترسی کاربران به موتورهای جست‌وجو و شبکه‌های اجتماعی بین‌المللی، در روزهای اخیر کاهش نزدیک به ۹۵ درصدی بازدیدکننده را تجربه کرد. در واقع عدم دسترسی کاربران به موتورهای جست‌وجو، باعث تعطیل شدن یکی از کانال‌های اصلی جذب کاربر ویرگول شده است. آلودانیان درباره چالش‌های فنی تیمش می‌گوید:

عدم دسترسی اعضای فنی به سرویس‌های اشتراک‌کند مانند گیت‌لب و همچنین عدم توانایی در ارسال تغییرات زیرساختی به سرور اصلی، پیهنه‌سازی و توسعه ویرگول را با مشکل مواجه کرد. به‌علاوه سهم عمده‌ای از کاربران ما از طریق جست‌وجو و شبکه‌های اجتماعی به پلتفرم متصل می‌شدند که سهم زیادی از آنها را از دست دادیم.

امروزه اینترنت و سرویس‌های ارتباطی آن مانند پیام‌رسانی، ایمیل، تماس‌های صوتی و تصویری، تیکت‌های پشتیبانی و... علاوه بر کسب‌وکارهای مدرن، برای کسب‌وکارهای سنتی نیز حیاتی محسوب می‌شود. در واقع امروز کمتر کسب‌وکاری را می‌توان یافت که برای ارتباط با مشتری و کارفرما یا ارتباط داخلی خود، از بستر اینترنت استفاده نکند. با توجه به کمبودهای زیرساختی و امکاناتی اپلیکیشن‌های پیام‌رسان داخلی، عدم اتصال به سرویس‌های جهانی، چالش‌های بی‌شماری را برای فعالان به‌همراه داشت.

دیجیکالا از سرویس‌های ایرانی بود که در روزهای گذشته دچار قطعی نشد و ظاهراً فعالیت‌های فروشگاهی خود را مانند قبل ادامه داد. منتها این استارت‌آپ قدیمی هم مانند بسیاری از گروه‌هایی که ظاهراً آنلاین بودند، چالش‌های زیادی را تجربه کرد. امیرحسین موسوی مدیر روابط عمومی دیجیکالا در گفت‌وگو با زومیت، چالش‌هایی همچون قطعی کامل چندساعته اینترنت در مرکز پردازش را موجب تأثیر در ارسال کالا بیان کرد. او مشکلات سیستم‌های پرداخت و بازگشت پول به مشتریان را رخداد چالش‌زای دیگر روزهای گذشته دانست که

به‌صورت زنجیره‌ای منجر به ایجاد مشکلات دیگر شد. تیم‌های داخلی دیجیکالا نیز برای ارتباط و دسترسی به اسناد و فایل‌های خود نیازمند ارتباط بین‌المللی هستند که قطعی اینترنت، عملکرد آنها را نیز مختل می‌کند.

در گفت‌وگو زومیت با محمد رهی، بنیانگذار زودشور و مدیر فنی داروخانه آنلاین نکات جالبی از دید ایشان منعکس شد. ایشان معتقد است که بخش زیادی از کسب و کار به واسطه گوگل رونق پیدا می‌کند و با لفظ «قطع اینترنت» بسیاری از کاربران قید این موضوع را زده و به سراغ روش‌های سنتی رفته‌اند. این اتفاق باعث شده است تا بازدید وب‌سایت‌های مختلف به کمتر از ۲۰ بازدید ثبت‌شده در گوگل برسد. به همین نسبت فروش سرویس‌های خدماتی با کاهش شدیدی روبه‌رو بوده و به خاطر تعطیلات و قطعی اینترنت با چالش جدی برای تامین حقوق مواجه شده‌اند.

رهی می‌گوید: مردم فکر می‌کنند اینترنت قطع است و به دنبال رفع نیازها از طریق سرویس‌های آنلاین نیستند!

در ادامه ایشان اشاره کرد: من حداقل پنج روز فروش کامل خود را از دست دادم. آیا می‌توانم به کارمند خود بگویم که این ماه به اندازه ۲۵ روز حقوق پرداخت می‌کنم؟ آیا به صاحب ملک می‌توانم بگویم که به اندازه ۲۵ روز از من اجاره بگیرم؟ این ضرر و زیان را چه کسی قرار است پاسخ دهد؟

از دید ایشان بسیاری از کسب‌وکارها در نقشه توسعه، سرمایه‌گذاری قابل توجهی در شبکه‌های اجتماعی و کلمات کلیدی در گوگل داشته‌اند و حال با عدم شفافیت وضعیت در آینده معلوم نیست چنین هزینه‌هایی باز می‌گردد یا خیر اما به طور قطع می‌توان گفت هزینه مجدد با چالش‌های جدیدی ما را روبه‌رو می‌کند. در انتها محمد رهی اشاره کرد که ادامه چنین وضعیتی در آینده باعث بی‌اعتمادی مشتریان به تمامی سرویس‌های آنلاین خواهد بود.

کاهش درآمد کسب‌وکارهای بین‌المللی

دنیای اینترنت، فرصت درآمذزایی بین‌المللی را در اختیار افراد و کسب‌وکارهای متعدد قرار می‌دهد. فعالانی که در ارتباط با مشتریان خارجی، ارزآوری را برای اقتصاد کشور انجام می‌دهند و به‌نوعی یک صادرات تمیز را به چرخه اقتصادی اضافه می‌کنند. کسب‌وکارهای گوناگون اعم از شرکت‌ها و فریلنسرهایی که در حوزه‌های برنامه‌نویسی، طراحی، تولید محتوا، گردشگری و... و مشتریان خارجی خدمات‌رسانی می‌کنند، با قطع شدن اتصال جهانی اینترنت، خسارت زیادی را متحمل می‌شوند.

مشتریان بین‌المللی برای دریافت سفارش‌های خود نیاز به ارتباط با کسب‌وکارهای ایرانی دارند. قطعی اینترنت، تبادل اطلاعات و پروژه‌ها را برای این کسب‌وکارها مختل می‌کند که در نتیجه، بی‌اعتمادی مشتریان را به‌همراه خواهد داشت. از طرفی رقبای استارت‌آپ‌ها و فریلنسرهایی ایرانی در فضای بین‌المللی، امکان ارائه سرویس سریع‌تر و بعضاً ارزان‌تر را در این شرایط پیدا می‌کنند که بازگشت به رقابت را حتی پس از وصل شدن اینترنت نیز دشوار می‌کند.

کسب‌وکارهای گردشگری متعددی در میان استارت‌آپ‌های ایرانی هستند که خدماتی همچون ویزا، اقامت و تورهای اختصاصی را به مسافران خارجی ارائه می‌کنند. این استارت‌آپ‌ها نقش مهمی در صنعت گردشگری ایران ایفا می‌کنند که به‌عنوان یکی از بازوهای متحرک اقتصاد غیرنفتی ساخته می‌شود. رسول ذبیحی، هم‌بنیان‌گذار استارت‌آپ تپ‌پریشا و از فعالان فضای گردشگری می‌گوید قطعی اینترنت، باعث کاهش تعداد مشتریان آنها در هفته اخیر شده است و بی‌اعتمادی بسیاری از گردشگران حاضر در ایران را نیز به‌همراه داشت.

او در ادامه می‌گوید:

در چند روز گذشته سه تور گردشگری ما با ارزش مجموع ۱۰ هزار دلار از سوی مشتریان لغو شد. چنین رقمی یک خسارت جدی برای استارت‌آپ محسوب می‌شود. به‌علاوه بسیاری از مشتریان حاضر در ایران نیز به‌خاطر عدم دسترسی به اینترنت، سفر خود را کوتاه کردند.

عرفان صالحی، هم‌بنیان‌گذار استارت‌آپ ترمه‌تراول است که خدمات مشابهی را به گردشگران ارائه می‌کند. او نیز از خسارت چند هزار دلاری در چند روز گذشته صحبت می‌کند که به‌خاطر عدم ارتباط تیمش با مشتریان و لغو سفرها به‌خاطر عدم دسترسی مناسب به اینترنت، ایجاد شد.

مدن‌کاویری رمزآرها از حوزه‌های درآمد ارزی است که در یک سال گذشته پس از فراز و فرودهای متعدد، امروز فعالان متعددی را در سمت خود مشاهده

می‌کند. این افراد پس از گذر از موانع متعدد قانونی و کسب مجوزهای لازم، در نهایت برای معدن‌کاوری سودده و اتصال به استخرهای استخراج، نیاز به ارتباط بین‌المللی دارند که با قطعی چند روز گذشته، عملاً کسب‌وکار خود را از دست داده‌اند.

بازاریابی دیجیتال، شاید وقتی دیگر

بازاریابی دیجیتال امروزه برای تمامی بخش‌های اقتصاد در سرتاسر جهان، کانالی حیاتی برای جذب مشتری محسوب می‌شود. موتورهای جست‌وجو و شبکه‌های اجتماعی، مهم‌ترین کانال‌های بازاریابی دیجیتال هستند که تقریباً تمامی کسب‌وکارها برای جذب و ارتباط با مشتری به‌کار می‌گیرند. قطعی نزدیک به یک هفته‌ای اینترنت جهانی در ایران، به‌معنای عدم دسترسی به بزرگ‌ترین موتور جست‌وجوی جهان و همچنین شبکه‌های اجتماعی اصلی همچون اینستاگرام و اپلیکیشن‌های پیام‌رسان همچون واتس‌آپ بود. کانال‌هایی که به‌عنوان راهکار اولیه کسب درآمد بسیاری از استارت‌آپ‌ها و حتی کسب‌وکارهای سنتی شناخته می‌شدند.

جذب مشتری از طریق گوگل، یکی از مفیدترین و پرسودترین روش‌های درآمدزایی برای کسب‌وکارها شناخته می‌شود. مشتری که از طریق جست‌وجو، یک محصول یا سرویس را پیدا کند، در واقع مشتری بالقوه است که به بافاعل تبدیل می‌شود. اکنون و با عدم دسترسی کاربران عادی به گوگل و همچنین ضعف موتورهای جست‌وجوی داخلی در ارائه نتایج مناسب، بسیاری از کسب‌وکارها با کاهش مشتری روبه‌رو شده‌اند. در واقع کانال اصلی آنها روزبه‌روز ضعیف‌تر می‌شود و میلیون‌ها و میلیاردها تومان هزینه برای کسب جایگاه‌های برتر جست‌وجو در گوگل، با ادامه پیدا کردن وضعیت کنونی، رو به نابودی می‌رود.

شبکه‌های اجتماعی علاوه بر ایجاد کانال‌های بازاریابی برای کسب‌وکارهای گوناگون، تنها راه فروش بسیاری از کسب‌وکارهای خانگی نیز هستند. قطعاً همه ما تجربه آشنایی با محصولات متعدد و حتی خرید از صفحه‌های اینستاگرامی را داشته‌ایم. اکنون و با قطع شدن تمامی راه‌های ارتباط با این شبکه‌ها، شاید بسیاری از کسب‌وکارهای خانگی امید خود را به ادامه فعالیت از دست داده‌اند. در نظرسنجی انجام‌شده در زومیت، بسیاری از کاربران به وابستگی شدید به شبکه‌های اجتماعی برای کسب درآمد اشاره داشتند که با وضعیت کنونی، حتی تصمیم به توقف فعالیت گرفتند.

پرداخت‌های نه‌چندان آنلاین

قطعی اینترنت در هفته گذشته، برخلاف رخدادهای پیشین، دسترسی به سرویس‌های متعدد حیاتی داخلی و بانکداری اینترنتی را مختل نکرد. در واقع سرویس‌های پرداخت در بسیاری از موارد سرویس‌دهی نسبتاً مناسبی را به مشتریان ارائه کردند و شاهد مشکل زیادی در شبکه بانکی نبودیم. از طرفی، کسب‌وکارهای نوپا اغلب درآمد خود را از طریق سرویس‌های پرداخت اینترنتی کسب می‌کنند که ارتباط با آنها در برخی موارد دچار اختلال شد.

سرویس‌های واسط پرداخت، از شرکت‌هایی هستند که در سال‌های اخیر و با هدف بهبود فعالیت مالی استارت‌آپ‌ها تأسیس شدند. تعدادی از آنها سرویس‌های خود را بر بستر شبکه ملی اطلاعات ارائه می‌کنند و در نتیجه قطعی روزهای اخیر ضربه‌ای به آنها وارد نکرد. منتها سرویس‌هایی که شرکت‌های متعدد برای اتصال به خدمات واسط پرداخت به کار می‌گیرند، در برخی موارد با چالش روبه‌رو شد که حتی کاربران را مجبور به پرداخت‌های سنتی همچون کارت به کارت به حساب کسب‌وکار موردنظر می‌کرد.

باهمتا یکی از سرویس‌های واسط پرداخت محسوب می‌شود که پلتفرم خود را روی سرورهای خارج از ایران برپا کرده است. میلاد جهان‌دار، مدیرعامل باهمتا از قطعی ناگهانی و بدون اطلاع‌رسانی سرورهای خارجی گل‌مند است که کسب‌وکار او را به‌یک‌باره تعطیل کرد. البته جهان‌دار و همکارانش توانستند با استفاده از اتصال‌های واسط، سرویس خود را برای مشتریان فعال کنند، اما در نهایت وضعیت موجود خسارت زیادی به آنها وارد کرد. او درباره وضعیت کنونی پرداخت آنلاین می‌گوید:

قطعی اینترنت، کاهش ۹۰ درصدی تراکنش‌ها را در سرویس ما به‌همراه داشت. اگرچه سرویس‌های واسط پرداخت اکنون به‌خوبی فعالیت می‌کنند، اما مشتریان ما که کسب‌وکارهای آنلاین هستند، عموماً با قطعی سرورهای اصلی خود و در نتیجه کاهش مشتری روبه‌رو شده‌اند. چنین کسب‌وکارهایی با ادامه

پیدا کردن شرایط، نسبت به آینده فضای فناوری اطلاعات ناامید می‌شوند و چه‌بسا گزینه‌های دیگری را برای فعالیت اقتصادی خود در نظر بگیرند.

بسیاری از کسب‌وکارهای آنلاین، علاوه بر از دست دادن کاربران به‌خاطر پیاده‌سازی زیرساخت خود در سرورهای خارجی، اکنون با چالش تعدیم سرویس‌ها نیز روبه‌رو هستند. آنها ارتباط خود را با سرویس‌دهنده‌های بین‌المللی از دست داده‌اند و چه‌بسا نسخه‌های پشتیبان نیز از اطلاعات خود در اختیار ندارند. ادامه پیدا کردن وضعیت کنونی شاید به از دست رفتن اطلاعات (بخوانید [دسترخ سال‌ها تلاش و توسعه](#)) آنها بینجامد.

آینده مبهم فریلنسرها

فریلنسرها در دنیای امروز بازوی قدرتمندی در توسعه اقتصادی محسوب می‌شوند. آنها بدون محدودیت‌های جغرافیایی و زمانی، انواع سرویس‌ها را به کارفرماها ارائه می‌کنند که علاوه بر گردش مالی، اشتغال‌زایی را نیز در کشور به‌همراه دارد. این افراد بدون استخدام ثابت در شرکت یا سازمانی مشخص، درآمد خود را به‌صورت پروژه‌ای کسب می‌کنند و در نتیجه برای کسب امنیت شغلی، بیش از بازیگران دیگر نیاز به امنیت روانی دارند. فریلنسرها را می‌توان فعالانی در دنیای فناوری دانست که بیش از همه به زیرساخت‌های ارتباطی، خدماتی و جابه‌جایی پول وابسته هستند.

فریلنسرهایی ایرانی مانند هم‌تایان بین‌المللی خود، انواع خدمات طراحی، برنامه‌نویسی، ترجمه، تولید محتوا، مدیریت شبکه‌های اجتماعی و... را به کارفرماهای داخلی و خارجی ارائه می‌کنند. سهم عمده‌ای از فریلنسرهایی ایرانی در خدمت کسب‌وکارهای داخلی هستند و بخش دیگری نیز با ارتباطات بین‌المللی، نقشی هر چند کوچک در ارزآوری دارند. یک فریلنسر برای رسیدن به موفقیت، بیش از همه به تعهد کاری و تحویل پروژه در زمان مشخص نیازمند است. در واقع فریلنسرها هر پروژه را به‌عنوان بخشی جدی از رزومه کاری خود می‌بینند که در صورت عدم توانایی در ارائه صحیح، نقطه سیاهی را در کارنامه‌شان ایجاد می‌کند.

از بین رفتن زیرساخت‌های متداول ارتباطی مانند ایمیل و اپلیکیشن‌های پیام‌رسان، باعث شد تا بسیاری از فریلنسرها در روزهای گذشته نتوانند پروژه‌های خود را در بازه زمانی مصوب تحویل دهند. از طرفی کارفرماهای داخلی که در حوزه‌های متعدد کاری خود نیازمند نتیجه پروژه فریلنسرها بودند، در بلا تکلیفی ماندند. کارفرماهای خارجی نیز به احتمال زیاد به‌خاطر وضعیت پیش‌آمده، نسبت به فریلنسرهایی ایرانی بی‌اعتماد خواهند شد.

فریلنسرها عموماً افرادی هستند که برای یادگیری مهارت‌ها و رفع اشکالات فنی خود از شبکه جهانی اینترنت استفاده می‌کنند. عدم دسترسی به امکانات مذکور، آنها را در توسعه مهارت‌های شخصی نیز ناتوان کرده است. به‌رحال قطعی اینترنت موجب از دست دادن فرصت‌های بی‌شماری برای این افراد نیز می‌شود. محمد کرمانی، بنیان‌گذار فضای کاری اشتراکی آبی سفید، از مراکز خدمات‌دهنده به استارت‌آپ‌ها و فریلنسرها اعتقاد دارد باید شرایطی برای فعالیت سریع‌تر و بهتر این افسراد، ایجاد شود. او درباره وضعیت کنونی فریلنسرها در فضای کار اشتراکی می‌گوید:

تحویل پروژه و ارتباط با کارفرما برای یک فریلنسر حیاتی است. برخی از دوستان ما برای تحویل پروژه در زمان مشخص حتی مجبور به سفر خارجی شدند. راهکارهای متعددی برای ارائه مجوز سرویس اینترنتی به این افراد و استارت‌آپ‌ها وجود دارد که پیشنهاد می‌کنم توسط سازمان‌های تأثیرگذار، اجرا شود.

قطعی چندروزه اینترنت در ایران و دسترسی محدود برخی از کسب‌وکارها، چالش‌های متعددی را در اکوسیستم استارت‌آپی ایران ایجاد کرد. شاید بزرگ‌ترین چالش را بتوان در همان بی‌اعتمادی و کاهش امید فعالان نسبت به آینده کسب‌وکار خود جست‌وجو کرد. فراموش کنید که بسیاری از بازیگران امروز دنیای اقتصاد دیجیتال ایران، گزینه ماندن در وطن و راه‌اندازی کسب‌وکار نوپا را به مهاجرت ترجیح داده‌اند. در صورت ادامه یافتن موج ناامیدی کنونی در میان آنها، تبعات قطعی چندروزه اینترنت شاید بسیار شدیدتر از کاهش فروش و ازقام ریالی باشد.

منبع: زومیت

بهترین روش پاسخ دادن به سوال «از خودت بگو» در مصاحبه استخدام چیست



شرکت بیان شده‌اند. پیدا کردن نیازمندی‌های شرکت و تطبیق دادن آن با مهارت‌ها و سابقه کاری که داشته‌اید، کمک می‌کند نه تنها گزینه خوبی برای استخدام به‌نظر برسید بلکه از مابقی متقاضیان یک سر و گردن بالاتر دیده شوید، چرا؟ چون با این روش پاسخ‌دهی، نه تنها خودتان را معرفی کرده‌اید بلکه به آنها می‌گویید چرا باید شما را برای این موقعیت شغلی استخدام کنند.

منبع: HBR/zoomit

است و همچنین می‌خواهم مهارت‌های پشتیبانی از مشتری‌ها را یاد بگیرم و تقویت کنم؛ با کار کردن در این موقعیت شغلی نه تنها می‌توانم به دیگران کمک کنم بلکه کار مورد علاقه‌ام یعنی ارتباط داشتن با مشتری را نیز انجام دهم.

دلیل اینکه این پاسخ ایده‌آل و بدون نقص به‌نظر می‌رسد این است که متقاضی داستان زندگی حرفه‌ای خود را با نیازمندی‌های اصلی شرکت ترکیب کرده است و همگی در راستای برطرف کردن نیاز

نیازمندی‌های شغل مورد نظر همخوانی دارند. در این شرایط بهترین کار این است که مهارت‌های فعلی خود را با شرایط آگهی شغلی تطبیق دهید، حتی اگر نام آن با چیزی که در متن آگهی نوشته شده تفاوت دارد. تامی جونز، مدیرعامل یک شرکت می‌گوید:

معمولاً در آگهی‌های استخدام، موقعیت‌های شغلی مانند خدمات‌دهنده به مشتری با عباراتی مانند کارمند میز پذیرش هتل یا کارمند اعطای وام و... تفکیک می‌شود اما منظور همگی آنها کارمندی است که با توجه به شغل موردنظر به مشتری خدماتی را ارائه دهد.

لحن نوشتاری متن آگهی نیز بسیار مهم است و باید به آن توجه شود. به‌عنوان مثال گاهی اوقات نوشته می‌شود «ترجیحاً دارای حس شوخ‌طبعی»، این یعنی جو محیط کار خشک و رسمی نیست و کارمندان می‌توانند راحت‌تر با یکدیگر صحبت کنند اما زمانی که متن آگهی رسمی نوشته می‌شود به این معنا است که جو شرکت نیز رسمی است.

مرحله بعدی این است که وارد وب‌سایت شرکت شوید و قسمت درباره ما را مطالعه کنید تا اطلاعات بیشتری در مورد فرهنگ سازمانی شرکت کسب کنید. ببینید آیا در این قسمت بیشتر در مورد انجام دادن پروژه‌ها و خدمت به مشتری صحبت شده یا پشتیبانی از کارمندان و برقراری تعادل میان کار و زندگی شخصی در اولویت است.

بعد از جمع‌آوری اطلاعات لازم سه ویژگی شخصیتی موردنیاز شرکت مانند اهل کار تیمی، خودآغازگر یا حامی سلامت را یادداشت کرده و سعی کنید در توضیحات خود استفاده کنید. به‌عنوان مثال روی کاغذ یادداشت کنید «این شرکت دنبال شخصی است که...» سپس جای خالی را با اطلاعاتی که از خواندن دقیق وب‌سایت و متن آگهی کسب کرده‌اید پر کنید.

نیازها را برطرف کنید

جمله‌هایی که در مرحله قبل آماده کرده‌اید را به شکل «من شخصی هستم که...» و «هنگام کار، هدف من این است که...» تغییر دهید. داستان زندگی حرفه‌ای خود را متناسب با نیازمندی شرکت تعریف کنید و نشان دهید چرا برای موقعیت شغلی مورد نیاز مناسب هستید. از بازگو کردن جزئیات نرسید اما اغراق را کنار بگذارید؛ به این فکر کنید که کارفرما هر دروغی را متوجه می‌شود و هرگونه اغراق را از کیلومترها فاصله تشخیص می‌دهد.

تمرین کنید

عبارت «من شخصی هستم که» و داستانی که آماده کرده‌اید را در کنار هم قرار دهید و با صدای بلند تکرار کنید. تمرین کردن با صدای بلند یک تمرین ذهنی نیست بلکه تمرینی فیزیکی است. این تمرین کمک می‌کند ذهن و زبان با همکاری یکدیگر بتوانند ایده‌ای را به‌درستی مطرح کنند.

تمام نکات گفته‌شده را کنار هم قرار دهید

برای درک بهتر موضوع تصور کنید برای موقعیت شغلی سرپرست خدمات مشتری شرکتی به نام CableAble درخواست همکاری داده‌اید. در وب‌سایت CableAble متوجه می‌شوید که این شرکت خدمات پشتیبانی قوی دارد و به این موضوع اهمیت بسیاری می‌دهد. همچنین در متن آگهی نوشته شده است، ترجیحاً دارای روابط عمومی و مهارت‌های ارتباطی قوی. روز مصاحبه کارفرما یا کارمند منابع انسانی از شما می‌خواهد بیشتر در مورد خودتان برای او توضیح دهید. بهترین پاسخ در چنین شرایطی می‌تواند به این صورت باشد:

من همیشه شخصیت اجتماعی داشته‌ام. حتی در مدرسه از اینکه با دیگران حتی غریبه‌ها صحبت کنم و به حرف‌های آنها گوش دهم لذت می‌برم، مخصوصاً زمانی که می‌توانستم به نحوی به آنها کمک کنم. به همین دلیل مدتی به‌عنوان مشاور در بخش خدمات صنعتی فعالیت کردم و علاقه دارم در آینده در بخش خدمات به مشتری مشغول به کار شوم. من خدمات مشتریان که از سوی CableAble ارائه می‌شود را تحسین می‌کنم زیرا به مشتری‌ها احترام می‌گذارد و به حرف‌های آنها گوش می‌دهد. اخیراً هدف من کمک کردن به یادگیری دیگران

«از خودت بگو» یکی از سخت‌ترین و چالش‌برانگیزترین سؤال‌هایی است که معمولاً در مصاحبه‌های استخدامی پرسیده می‌شود. چگونه می‌توان به بهترین نحو به این سؤال پاسخ داد؟

اگر تا به حال در مصاحبه استخدامی شرکت کرده باشید حتماً می‌دانید که اغلب اوقات مصاحبه‌کننده، مکالمه را با جمله «لطفاً کمی از خودت برایت بگو» آغاز می‌کند. این جمله شاید در ظاهر ساده به‌نظر برسد، اما پاسخ‌دادن به چنین سؤالی که چارچوب مشخصی برایش وجود ندارد، به هیچ‌عنوان ساده نیست. معمولاً بعد از پرسیدن این سؤال، ذهن در موقعیتی قرار می‌گیرد که سرخنی از اوضاع ندارد و بلافاصله سؤال‌هایی را مطرح می‌کند تا شاید بتواند خود را برای جواب دادن در این موقعیت آماده کند.

آیا باید داستان زندگی‌ام را برای او تعریف کنم؟
آیا باید تاریخچه شغلی خود را بازگو کنم؟

آیا باید در مورد سرگرمی‌ها و فیلم‌های مورد علاقه‌ام صحبت کنم؟
آیا باید در مورد آخرین شغل یا رئیس صحبت کنم؟

یکی از دلایلی که پاسخ دادن به سؤال «لطفاً کمی بیشتر در مورد خودت توضیح بده» را مشکل می‌کند این است که سخنران نمی‌داند منظور خود را چگونه باید بیان کند یا معمولاً نکات و مفاهیم گوناگون با یکدیگر تداخل پیدا می‌کنند. چیزی که کارفرما بعد از پرسیدن این سؤال انتظار شنیدنش را دارد این است که متقاضی توضیح دهد چگونه می‌تواند نیازهای موقعیت شغلی موردنظر را برطرف کند و متقاضی باید تا جای ممکن تلاش کند با ارائه توضیحات اضافه وقت خود و کارفرما را هدر ندهد اما بهترین روش برای پاسخ دادن به این سؤال چیست؟

کمی بیشتر از بیوگرافی خود بگویید

اگر می‌خواهید به سؤال «کمی بیشتر از خودت برایت بگو» به بهترین نحو پاسخ دهید، نخست باید بدانید که مصاحبه‌کننده رزومه شما را قبلاً مطالعه کرده است و اطلاعات اولیه شامل تاریخچه شغلی را می‌داند، بنابراین صحبت کردن درباره آنها فایده‌ای ندارد. بازگو کردن اطلاعات

لینکدین نیز فایده‌ای ندارد و نمی‌تواند شما را از مابقی مصاحبه‌شونده‌ها متمایز کند. به یاد داشته باشید که هدف از برگزاری مصاحبه‌های شغلی، پیدا کردن بهترین گزینه برای موقعیت شغلی موردنظر است نه ثابت کردن توانایی‌ها؛ مطمئن باشید اگر فاقد توانایی‌های اولیه بودید به مصاحبه دعوت نمی‌شدید. جان لیز، استراتژیست شغلی می‌گوید:

مصاحبه‌های کاری را مانند تست بازیگری در نظر بگیرید. تصور کنید کارفرما سناریویی در ذهن خود دارد و شما باید نقش اصلی آن یعنی ارائه دادن به رئیس، صحبت کردن با مشتری یا سهامداران شرکت را بازی کنید.

نیازی به صحبت کردن در مورد زندگی خصوصی، مسائل خانوادگی، تعطیلات و... نیست. این موارد بهتر است در موقعیت و شرایطی بهتر توضیح داده شوند بنابراین بهترین کار این است که از فرصت بهره ببرید و روی کارفرما تأثیر مثبت بگذارید. اینکه بتوانید در این مرحله منظور خود را به‌درستی بیان کنید یک فرآیند در مرحله‌ای است که به تمرین نیاز دارد. اولین مرحله این است که نیازهای سازمان در رابطه با موقعیت شغلی موردنظر را شناسایی کنید؛ دومین مرحله این است که پاسخ را با توجه به توانایی‌های خود شخصی‌سازی کنید و توضیح دهید که چرا برای این موقعیت شغلی مناسب هستید.

نیازهای شرکت را شناسایی کنید

شناسایی نیازهای شرکت یعنی آگهی استخدام را مانند نقشه گنج به‌دقت مطالعه و اسرار آن را پیدا کنید. عبارتی مانند «ضروری»، «باید» و «موردنظر» در متن آگهی بسیار مهم هستند و بهتر است توانمندی‌هایی که جلوی این عبارات نوشته می‌شود را در توضیحات خود لحاظ کنید. فراموش نکنید، توانمندی‌هایی که با کلماتی مانند «ترجیحاً» به کار می‌روند اهمیت کمتری دارند حتی اگر با خصوصیات شما همخوانی داشته باشند. «ما دنبال چه کسانی هستیم» و «ما به چه اشخاصی نیاز داریم» از جمله دیگر عبارات مهمی هستند که باید جدی گرفته شوند.

گاهی اوقات مهارت‌ها نسبت به‌عنوان شغلی، بیشتر با توصیف

آگهی فقدان سند مالکیت

آقای محمد ولدخانی اصالتاً مالک شش‌دانگ یک قطعه زمین قطعه ۸۷۶ تفکیکی به مساحت ۲۰۰ متر مربع به پلاک ثبتی ۹۶۱ قرعی از ۳۸ اصلی مقرور و مجزی شده از پلاک ۷۹ قرعی از اصلی مذکور واقع در بخش بهنام پازوکی ورامین ذیل ثبت ۲۰۷۲۲ صفحه ۲۸۹ دفتر ۶۶ املاک به شماره جایی المثنی ۷۸۹۹۳۹ به نام کریم رحیمی ثبت و صادر و تسلیم شده است سپس و بموجب سند قطعی شماره ۴۸۱۴۸ مورخ ۲۲/۰۴/۰۵ دفتر خانه ۱۰۷ تهران به نامبرده انتقال یافته است با ارائه دو برگ استشهادیه که بامضاء شهود رسیده است و ذیل آن طی شماره ۴۷۹۸۰ مورخ ۱۳۹۸/۰۶/۱۱ توسط دفترخانه ۲۰۳ تهران گواهی امضاء گردید مدعی است که اصل سند مالکیت به علت جا به جایی / نامعلوم مفقود گردیده است و تقاضای صدور المثنی سند مالکیت ملک مذکور را نموده لذا مراتب بااستناد ماده ۱۲۰ آئین نامه قانون ثبت در یک نوبت آگهی می شود تا چنانچه کسی مدعی انجام معامله نسبت و یا در اختیار داشتن سند مالکیت نزد خود می باشد ظرف مدت ۱۰ روز از انتشار این آگهی به این منطقه مراجعه و اعتراض خود را ضمن ارائه اصل سند مالکیت اقدام نماید بدیهی است در این صورت پس از تنظیم صورت مجلس اصل سند مالکیت به ارائه کننده مسترد خواهد شد و صدور المثنی سند مالکیت منوط به ارائه دادنامه از مراجع ذیصلاح قضایی خواهد بود و پس از انقضای مدت مذکور و عدم هرگونه اعتراض این منطقه نسبت به صدور المثنی سند مالکیت اقدام خواهد نمود.

رئیس اداره ثبت اسناد و املاک خاوران - غلامرضا غنمشرفی
۱۷۶۶۴ م الف
شناسه آگهی ۶۶۷۴۴۸

آگهی اخطار به ماده ۱۰۱ - اموال غیر منقول

بدینوسیله به: وراث مرحوم ابوالفضل یعقوب (زوج متوفی) که عبارتند از: ملیحه یعقوب و علی یعقوب و حمیدرضا یعقوب و امیر یعقوب و عباس یعقوب و منصوره یعقوب مقیم کن سلوغون تهران موضوع پرونده اجرایی کلاسه ۹۸۰۰۴۷۴، چون ابلاغ واقعی به ورثه مرحوم فوق ابلاغ واقعی میسر نشده لذا بشرح ذیل مراتب ابلاغ می گردد: به موجب گزارش ۹۸/۷ - ۱۵۱۲۸ / کارشناس رسمی دادگستری، پلاک ثبتی ۱۲۰۷ اصلی واقع در بخش ۱۰ تهران ناحیه - واقع در: زیبادشت به مبلغ ۵/۶۰۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال ارزیابی گردیده. لذا چنانچه به مبلغ ارزیابی پلاک مذکور معترض می باشید اعتراض کتبی خود را ظرف مدت پنج روز از تاریخ ابلاغ و انتشار این اخطار به ضمیمه فیش بانکی دستمزد کارشناس تجدیدنظر به مبلغ ۱۰/۸۰۰/۰۰۰ ریال به دفتر این اجرا تسلیم نمایید. ضمناً به اعتراضی که خارج از موعد یا فاقد فیش بانکی دستمزد کارشناس تجدیدنظر باشد ترتیب اثر داده نخواهد شد.

رئیس اداره اول اجرای اسناد رسمی تهران - محمد احمدیان کلجه
۱۷۶۶۱ م الف
شناسه آگهی ۶۶۷۴۴۵

اداره کل ثبت اسناد و املاک استان تهران
اداره ثبت اسناد و املاک حوزه ثبت ملک یافت آباد تهران
هیات موضوع تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی

آگهی موضوع ماده ۳ قانون و ماده ۱۳ آئین نامه قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی و اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی

برابر رای شماره ۸۱۴/۰۰۰۰۷۸۰۰۱۰۷۸۰۰۰۱۳۹۸۶۳۰ مورخ ۹۸/۷/۳ هیات اول موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک یافت آباد تهران تصرفات مالکانه بلامعارض متقاضی آقای احمد اله قلی فرزند باورعلی بشماره شناسنامه ۸۰۰ صادره از آوج در شش‌دانگ یک قطعه زمین با بنای اجداتی در آن به مساحت ۸۰/۲۰ متر مربع پلاک ۶۰۶۶۰ قرعی از ۲ اصلی مقرور و مجزی شده از پلاک ۱۲۳۵ و ۲۶۲ قرعی از ۲ اصلی واقع در بخش ۱۲ تهران خریداری از مالک رسمی آقایان محمدتقی و محمدباقر و تقی و ابراهیم زندیه محرز گردیده است. لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می شود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند می توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دو ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید، ظرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض، دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند. بدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.

تاریخ انتشار نوبت اول: ۹۸/۹/۴ تاریخ انتشار نوبت دوم: ۹۸/۹/۱۹
۱۷۶۶۲ م الف
شناسه آگهی ۶۶۷۴۴۶

رئیس ثبت اسناد و املاک - بهروز جشان

۸ راه دیده شدن در اینستاگرام

به قلم: حسام رنجبر

همه ما حداقل یک حساب شخصی در اینستاگرام داریم و هر روز ساعت‌هایی را برای چک کردن، به آن اختصاص می‌دهیم و صفحه‌های مورد علاقه خودمان را مشاهده می‌کنیم و حتی آنها را با دیگران هم به اشتراک می‌گذاریم. در واقع اینستاگرام یکی از پرطرفدارترین شبکه‌های اجتماعی است که از یک شبکه اشتراک‌گذاری عکس به یک شبکه بازاریابی محتوا تبدیل شده و دیگر علاوه بر سلبریتی‌ها، اینفلوئنسرها و برندها هر شخصی می‌تواند یک ستاره شبکه اجتماعی شود. نرخ درگیر کردن مخاطبان در اینستاگرام از دیگر شبکه‌های اجتماعی بیشتر است و طبق آمار به دست آمده، برندها در اینستاگرام در مقایسه با فیس‌بوک و شبکه‌های اجتماعی دیگر مانند توئیتر ۶۰ بار تعامل بیشتری نسبت به هر فالوور دارند که نتیجه این تعامل باعث شده که ۲۵ میلیون بیزینس پروفایل در حال کار و ۲ میلیون انتشاردهنده تبلیغ در این شبکه فعالیت کنند. اگر شما هم می‌خواهید در اینستاگرام دیده شوید و پروفایلی موفق داشته باشید باید نکات زیر را رعایت کنید.

زیبایی‌شناسی

در اینستاگرام عکس‌ها و ویدئوهای جذاب بیشترین اهمیت را دارند و همین دلیل باعث می‌شود که افراد صفحه شما را فالو کنند. مثال اگر صاحب یک برند مد و فشن هستید باید از تصاویر تمیز و براق استفاده کنید و یا اگر صفحه‌ای با موضوع لایف استایل را دارید باید از عکس‌های چشمگیر و روشن‌تری استفاده کنید بهتر است برای پست و استوری‌های خود یک تم واحد مشخص کنید در واقع صفحه خود را با سلیقه خودتان چیدمان کنید و بسیار مهم است که عکس‌هایی را که برای صفحه خود انتخاب می‌کنید با برند شما همخوانی داشته باشد.

انتخاب موضوع

شما برای صفحه خود باید به دنبال عکس‌ها و مطالبی باشید که به موضوع کلی صفحه شما ربط داشته باشد چون اگر غیر از این باشد باعث می‌شود که فالوورهای صفحه خود را از دست بدهید شما برای جذب فالوور بیشتر باید به شناسایی بازار هدف خود بپردازید به عنوان مثال اگر شما صفحه‌ای با موضوع فیتنس دارید باید از محتوایی استفاده کنید که در آن انواع تیپ‌های رژیم غذایی، تمرین‌ها و حرکات ورزشی وجود داشته باشد.

استفاده از کپشن (عنوان)‌های درگیرکننده

فالوورهای خود را با پست‌های خود درگیر کنید با استفاده از کپشن‌های تند و تیز از مخاطبان خود بخواهید که چه چیزی را مشاهده می‌کنند. کپشن‌ها بهترین راه برای نشان دادن شخصیت برند شما هستند و باعث می‌شود که مخاطبان با شما به راحتی ارتباط برقرار کنند و تعامل بیشتری با شما داشته باشند.

استفاده هوشمندانه از هشتگ‌ها

استفاده از هشتگ‌ها برای گرفتن لایک، بازدید و اشتراک‌گذاری پست شما هوشمندانه‌ترین راه هستند. اینستاگرام، اواخر استفاده از هشتگ‌ها را در هر پست به ۳۰ هشتگ محدود کرده است. شما می‌توانید در پست‌های خود از هشتگ‌هایی استفاده کنید که به پست شما مربوط است استفاده از هشتگ‌های پرطرفداری مانند Instagram good یا Instagram daily می‌تواند خالی از لطف نباشد ولی به دلیل پرطرفدار بودن این نوع هشتگ‌ها دیده شدن در آنها کار بسیار سختی است سعی کنید بیشتر از هشتگ‌هایی استفاده کنید که فقط اختصاص به برند و یا کمپینی از طرف شما دارد.

زمان گذاشتن پست

گذاشتن پست در یک زمان مناسب در صفحه شما باعث می‌شود که بهترین بازخورد را دریافت کنید برای این کار شما می‌توانید با استفاده از Instagram insights مشاهده کنید که در چه زمانی فالوورهای شما بیشتر آنلاین هستند. با توجه به اطلاعات اخیر درباره زمان گذاشتن پست در هفته، فعالیت‌ها در تمام روزهای هفته به صورت یکسان است و فقط در روزهای شنبه فعالیت بیشتری مشاهده می‌شود و بهترین ساعت طبق آمار به دست آمده برای آپلود پست ساعت ۳ و ۴ بعد از ظهر است که بعد از این ساعت، ساعت ۲ صبح و ۵ بعد از ظهر بهترین زمان آپلود پست است. نکته‌ای که قابل ذکر است این است که هیچ‌وقت چند پست را در زمان‌های نزدیک به هم آپلود نکنید و اگر امکانش است برای این کار بهتر است از گزینه اسلاید استفاده کنید.

تعامل داشته باشید

بگذارید کسانی که از صفحه شما دیدن می‌کنند حضور فعال شما را حس کنند شما می‌توانید با جواب دادن به کامنت‌ها و دایرکت‌ها و شرکت در بحث‌ها حس خوبی را به مخاطبان خود القا کنید این کار باعث می‌شود که مخاطب شما حس کند که شما برای بودن آن در صفحه خود اهمیت قائل هستید.

استفاده از استوری

استوری در واقع محتوایی ادیت‌نشده است، برای گزارش شما به مخاطبان از وضعیتی که در زمان حال دارید. همچنین در استوری، شما خیلی بهتر می‌توانید اطلاع‌رسانی کنید به عنوان مثال شما می‌توانید لینک وبسایت خود را در استوری بگذارید و آن را در صفحه خودتان ذخیره کنید. این روش بهتر از قرار دادن لینک شما در بیو یا پست‌های تان است. استفاده از ایموجی‌ها و استیکرها و گذاشتن یک نظرسنجی می‌تواند برای مخاطبان تان در استوری بسیار جذاب باشد و گذاشتن یک استوری زنده برای آموزش و یا ارتباط برقرار کردن زنده و مستقیم با مخاطبان یا فالوورها بسیار عالی است که حتما این گزینه را پیشنهاد می‌کنم و حتی شما می‌توانید با دعوت کردن شخص دیگری به استوری خود گپ یا مصاحبه‌ای آنلاین با کلی مخاطب را تجربه کنید و کلی بازخوردهای مثبت از این روش دریافت کنید. لازم به ذکر است که در آپدیت جدید اینستاگرام می‌توانید در آی جی تی وی ویدئو طولانی آپلود کنید و دیگر زمان ویدئو شما را محدود نمی‌کند و در آن می‌توانید با ترندهای مختلف به تبلیغ محصولات خود بپردازید که در مقاله‌های بعدی حتما راجع به آن توضیح خواهیم داد.

رقبای خود را بشناسید

بررسی صفحاتی که رقبای شما هستند و حوزه کاری مشابهی با شما دارند می‌تواند بسیار برای صفحه شما مفید باشد به عنوان مثال شما می‌توانید به معیارهایی که رقبای شما برای خودشان گذاشتند دقت کنید. زمان گذاشتن پست، استفاده از هشتگ‌ها و نوع پست‌هایی که می‌گذارند تا تعامل بیشتری با فالوورهای خود داشته باشند این اطلاعات به شما کمک می‌کند که محتوایی دقیق‌تر تولید کنید و یک مرحله از رقیب‌تان جلوتر باشید. با توجه به رشد اینستاگرام در این چند سال اخیر شما با داشتن یک استراتژی دقیق و از قبل تعریف شده می‌توانید برای خود بازدید و حتی فروش بیشتری را ایجاد کنید. جست و جو و مشاهده صفحه برندها و کسانی که در این شبکه به صورت حرفه‌ای فعالیت دارند می‌تواند بسیار برای شما مفید باشد و باعث می‌شود که به ایده‌های بهتری برسید و روندی رو به بالا داشته باشید. منبع: blogad



سازمان آگهی‌ها
۸۶۰۷۳۱۴۳

فراخوان عمومی دو مرحله‌ای

شرکت مهندسی و توسعه گاز ایران به آدرس تهران خیابان طالقانی نرسیده به چهارراه مفتاح ساختمان شماره ۲۰۰ در نظر دارد خدمات بروز رسانی و پشتیبانی از سیستم‌های نرم افزاری و انتقال داده‌ها را برای مدت ۲ (دو) سال و مبلغ حدود بیست و هشت میلیارد ریال با توجه به موارد زیر به پیمانکار واجد شرایط واگذار نماید. علاقمندان جهت کسب اطلاعات بیشتر می‌توانند با شماره تلفن‌های ۸۱۳۱۳۰۹۶ و ۸۱۳۱۳۵۴۲-۰۲۱ تماس و یا مراجعه به نشانی WWW.NIGCENG.IR متن کامل آگهی را رویت نمایند.

ارائه تضمین شرکت در مناقصه (تضمین قابل قبول وفق آیین نامه تضمین معاملات دولتی به شماره ۱۲۳۴۰۲/ت ۵۰۶۵۹ مورخ ۹۴/۹/۲۲ هیئت وزیران) به مبلغ حدود یک میلیارد و چهارصد میلیون ریال.

مهلت اعلام آمادگی کتبی جهت حضور در مناقصه ۷ روز پس از تاریخ آگهی نوبت دوم و محل دریافت استعلام ارزیابی کیفی آدرس فوق، طبقه اول امور پیمانها و برآوردهای مهندسی می‌باشد.

اسناد مناقصه پس از انجام ارزیابی کیفی حدود ۳۰ روز پس از وصول اعلام آمادگی شرکتها به واجدین شرایط تحویل می‌گردد و زمان ارائه پاکات پیشنهادات فنی بازرگانی و مالی حدود ۱۵ روز پس از توزیع اسناد مناقصه می‌باشد.

گشایش پاکات فنی بازرگانی حدود ۳ روز پس از دریافت پیشنهادات در کمیسیون مناقصات انجام میگردد.

شماره مجوز: ۱۳۹۸.۵۱۸۰ روابط عمومی شرکت مهندسی و توسعه گاز ایران

فرصت امروز

روزنامه مدیریتی-اقتصادی

دوشنبه | ۴ آذر ۱۳۹۸ | شماره ۱۴۳۷ | صفحه ۱۶

صاحب امتیاز: موسسه مطبوعاتی فرصت سازان امروز

مدیر مسئول و سردبیر: محمدرضا قدیمی

چاپ: هنر سرزمین سبز

دفتر مرکزی: میدان هفت تیر، خیابان لطفی، پلاک ۴۹

دفتر مرکزی: ۸۶۰۷۳۳۸۱

روابط عمومی: ۸۶۰۷۳۱۴۳ فکس تحریریه: ۸۸۸۲۷۱۱۲

سازمان آگهی‌ها: ۸۶۰۷۳۱۴۳ امور مشترکین: ۸۶۰۷۳۱۴۳

آیین نامه اخلاق حرفه‌ای روزنامه: WWW.FORSATNET.IR/REGULATIONS

WWW.FORSATONLINE.COM
INFO@FORSATONLINE.COM