

نگاه

مواجهه درست با کرونا ی ترسناک

 مهدی ملک محمد
 روانشناس

غروب هنوز منطقه کوهستانی دارآباد را در آغوش نگرفته که وارد بیمارستان «مسیح دانشوری» می‌شوم. نگهبان جلوبم را می‌گیرد و می‌پرسد «چه کار دارم؟» پاسخ می‌دهم «برای ویزیت به اورژانس می‌روم!» گویی از صبح هزاربار چنین جوابی را شنیده که بی‌درنگ می‌گوید «اینجا فقط برای کرونایی‌هاست، بروید به بیمارستان شهدای تجریش.» می‌گویم «من هم علائم مشکوک به کرونا دارم و برای همین اینجا‌یم.» در نهایت، رضایت می‌دهد و مسیر رسیدن به بخش اورژانس را نشانم می‌دهد. وارد بخش اورژانس که می‌شوم واقعیتی را می‌بینم که تاکنون فقط در فیلم‌های عمدتا هالیوودی دیده‌ام. تمامی کادر حاضر در اورژانس، لباس‌های سفید سرتاسری پوشیده‌اند با ماسکی بر دهان و محافظ جلوی چشمان‌شان.

بیماران و همراهان آنها نیز تمام سالان اورژانس را پر کرده‌اند. در چشمان‌شان اضطراب موج می‌زند، اما چشمان کادر اورژانس پر از خستگی است. مسئول تریاژ به هر بیماری که علائمش مربوط به کرونا نیست یا علائم کمی دارد با عتاب و خطاب دلسوزانه‌ای می‌گوید «چرا به اینجا آمده‌ای؟ می‌خواهی کرونا بگیری؟ اینجا پر از کروناست!» اما تقریبا جواب همه یک چیز است: «می‌خواهم مطمئن شوم که کرونا ندارم!» دو پزشک هم‌زمان، یکی در اتاق و دیگری ایستاده کنار مسئول پذیرش بخش، بیماران را ویزیت می‌کنند. هر دو جوانند و صبور و دقیق. با هر بیماری که صحبت می‌کنند دقیق گوش می‌دهند ولی همه بیماران فقط یک جمله را می‌خواهند بشنوند: «کرونا نداری!» تقریبا همه با این امید و گمان آمده‌اند که تست کرونا از آنها گرفته شود ولی پرتکل وضع‌شده برای پزشکان گویا چنین اجازه‌ای را به آنها نمی‌دهد و علائم، تعیین‌کننده اقدامات آزمایشگاهی و تشخیصی است.

پزشک جوان ایستاده در کنار میز پذیرش، گویا به خوبی می‌داند که بیماران از او چه می‌خواهند. از همین رو، خستگی را به کناری گذاشته و صبورانه به بیماران امید می‌دهد. او می‌داند که مقابله با «کروناویروس ۲۰۱۹» نیازمند قدرت سیستم ایمنی بدن است و چه دارویی بیش از امید می‌تواند بدن ترسیده را برای مقابله با آن تجهیز کند و البته چه دارویی کماب‌تر از امید! آنچه این روزها جامعه ایران را درنوردیده کرونا نیست، ترس است! ترسی که هسته بادمای شکل (آمیکدالا) درون سیستم لیمبیک مغز مسئول آن است، اس‌چرا این ترس این چنین قوی وجود ایرانیان را فرا گرفته؟ روان‌شناسان تکاملی با بررسی پژوهش‌های مختلف دریافته‌اند که این هسته در مغز ما قرار داده شده تا بقای‌مان تضمین شود و ما از خطرات مصون بمانیم. انسان غارنشین بسیار به این هسته متکی بود، چراکه هر آن احتمال داشت خطری بیرونی او را تهدید کند، اما با گذشت زمان و ظهور تمدن روزبه‌روز خطرات بیرونی کمتری انسان را تهدید می‌کند. ایده تاسیس حکومت که عمدتا خود را متعهد به حفظ جان و مال و ناموس مردمش می‌داند، یکی از مهم‌ترین گام‌هایی بود که احساس ناپیمنی بشر را کاهش داد. البته طبیعی است که این احساس ناپیمنی هیچ‌گاه به سفر نخواهد رسید و هنوز در هر جامعه‌ای انسان‌ها به دلایل مختلف از خطرات بیرونی در هراسند. یکی از این خطرات بیرونی ملموس برای انسان متمدن قرن بیست‌ویکمی، بیماری است.

براساس اصل «انسان از چیزی می‌ترسد که نمی‌شناسد»، هر چقدر بیماری غریب‌تر باشد، ترساکثر تر است. جهل البته هیچ‌گاه بیکار نمی‌نشیند و با خود پاسخی قاطع و صریح و ساده برای جاهل به همراه دارد. به همین دلیل، وقتی درباره چیزی اطلاع کمی داریم یا فاقد اطلاعات هستیم، به هر شایعه و باور و نظری توجه می‌کنیم تا برای ترس‌مان توجیهی داشته باشیم؛ توجیهی منطقی بر حفظ بقا. توجیه برای چه؟ برای آنکه مغز ما چندین هزار سال است که در تکامل خود صاحب بخشی به نام «کرکس پیشانی» هم شده که مبنایش استدلال و منطق است و پرس‌وجو می‌کند از «امیکدالا» که چرا فرمان ترس را صادر کرده، اما دروغ که این عضو نسبتا جوان مغز در بسیاری اوقات، زورش به عضو پیر مغز که آمیکدالا باشد، نمی‌رسد، چراکه این عضو از حربه ناشناختگی عنصر هراس‌افکن بیرونی و میل طبیعی بدن برای بقا استفاده می‌کند. ماجرای کرونا نیز همان داستان قدیمی مواجهه دو عضو جوان و پیر مغز است. این ماجرا در جامعه ما چگونه رخ داده؟

✱ کرونا ۲۰۱۹، ویروسی است که حتی برای سازمان بهداشت جهانی نیز به درستی شناخته نشده و اغلب مردم ما نیز این موضوع را می‌دانند.
✱ برخی مسئولان در زمان انتشار اخبار کرونا در چین، به مردم ایران اطمینان خاطر می‌دادند که حواس‌شان به این ویروس هست و نیازی به نگرانی نیست.

✱ طی دو هفته پیش از اعلام رسمی، شایعاتی در فضای مجازی می‌پیچد که کرونا در قم دیده شده و چندین نفر را مبتلا کرده است، اما برخی مسئولان راه انکار را پیش گرفتند.

✱ دو هفته پس از اخبار مجازی و دهان به دهان، ناگهان به صورتی رسمی اعلام می‌شود که کرونا در شهر قم دیده و مبتلایان در بیمارستان هستند و پس از چند روز موج ابتلا به کرونا در شهرهای مختلف از جمله تهران گزارش می‌شود.

✱ ناگهانی بودن اعلام رسمی و فاصله زمانی قابل‌توجه این اعلام با اخبار و هشدارهای مجازی، بار دیگر سقف اعتماد را روی سر ایرانیان خراب کرد؛ اعتمادی که دو ماه پیش به دلیل سقوط هواپیمای لوکراینی فرو ریخته بود. حالا، با ترکیب این پنج مورد، نمی‌توان حق را به آمیکدالای پیر در مغز ایرانیان داد که فرمان ترس به دلیل به مخاطره‌افتادن بقا را صادر کند؟ با این وجود، داستان همیشه به‌تغ آمیکدالای پیر نیست، چراکه منطق و استدلال پزشک جوان ایستاده در اورژانس بیمارستان مسیح دانشوری، زورش به آمیکدالای طغیان کرده بیماران ترسیده رسیده و می‌رسد، اما سوال این است که چرا زور منطق و استدلال مسئولان عالی و میانی کشور به ترس همین گروه هراسان نرسیده و نمی‌رسد؟ پاسخ، احتمالا یک چیز است: اعتماد! و اعتماد با شنیدن حرف و دستور ایجاد نمی‌شود. اعتماد با مشاهده اتفاق می‌افتد. ایرانیان ترسیده وقتی با چشمان خود می‌بینند که پزشک جوان بخش اورژانس در میانه بحران ایستاده و با چشمان قرمز و خسته‌اش به چشمان آنها نگاه می‌کند و می‌گوید «نگران نباشید»، باور می‌کنند که دروغ نمی‌شنوند. بلی، از غلبه بر آمیکدالای طغیان‌کرده در مغز ایرانیان هراسان از کرونا، دستور صادر کردن و ارائه گزارش در اتاق‌های درسته ضدعفونی‌شده نیست. باید قائل اول را هر چه سریع‌تر برداشت: گام اول نیز حذف بایدها و نبایدها از ادبیات مدیرانه مسئولیت است و اشاره کردن به آنچه مردم را نگران و هراسان کرده و البته حق را به آنها داد. سپس صادقانه گفته شود که ترس مردم از چه چیزهایی با منطق سازگار است و از چه چیزهایی با آموزه‌های علمی سر ناسازگاری دارد. قدم دوم نیز مشورت گرفتن از تمامی متخصصان پزشکی، روان‌شناسی و جامعه‌شناسی برای ارائه راهکارهای اجرایی مدیریت بحران است. راستی، در این یک هفته، مسئولان عالی کشور چند جلسه با این متخصصان برگزار کرده‌اند؟

 ایمان ولی‌پور
 ایمیل: IvanKaramazof@yahoo.com

چهار سال ۲۰۲۰ میلادی را با نسل تازه‌ای از «کرونا ویروس» با نام رسمی «کووید-۱۹» آغاز کرده است. هرچند این ویروس تاکنون بیش از ۵۰ کشور جهان را درنوردیده، اما همچنان منشأ آن مبهم و ناشناخته است. این ویروس اولین بار در ووهان چین مشاهده شد و دولتمردان چینی مدعی شده‌اند اولین مبتلایان به این ویروس با بازارهای بزرگ احشام زنده و غذاهای دریایی در این شهر در ارتباط بوده‌اند، هرچند که بعدها بسیاری از این بیماران تک‌ذیب کردند که در معرض بازارهای حیوانات قرار داشته‌اند. در فرضیه‌ای دیگر نیز روزنامه «نیویورک‌پست»، روایت دیگری از چگونگی شیوع ویروس کرونا در چین مطرح کرده و گفته که منشأ این ویروس خفاش یا مار نبوده، بلکه کرونا از یکی از آزمایشگاه‌های تحقیقاتی بیولوژیک در ووهان به بیرون سرایت کرده است، به همین دلیل یک ژنرال عالی‌رتبه چینی به نام ژنرال «چن» از سوی مقامات ارشد دولت چین ماموریت یافته تا به شهر ووهان سفر کند و غول کرونا را به بطری بازگرداند.

نسل تازه «کرونا» و ماجرای نام‌گذاری ویروس‌ها «کووید-۱۹» نام نسل تازه‌ای از «کروناویروس» است که توسط سازمان بهداشت جهانی به‌عنوان نام رسمی این بیماری برگزیده شده است. این نام چندان نام شکیلی نیست و از مخفف کلمات «کوی» از کروناویروس، «د» از بیماری و ۱۹ از سال ۲۰۱۹ گرفته شده است. پیش از این، ویروس «کووید-۱۹» به نام‌های «آنفلوآنزای ووهان»، «ویروس کرونای ووهان»، «ویروس کرونا» و همین‌طور نام نسبتا بلند «ویروس ذات‌الریه بازار غذاهای دریایی ووهان» به کار برده می‌شد، تا اینکه در روز یازدهم فوریه، سازمان بهداشت جهانی در نشست خبری «کووید-۱۹» را به عنوان نام رسمی این ویروس برگزید.

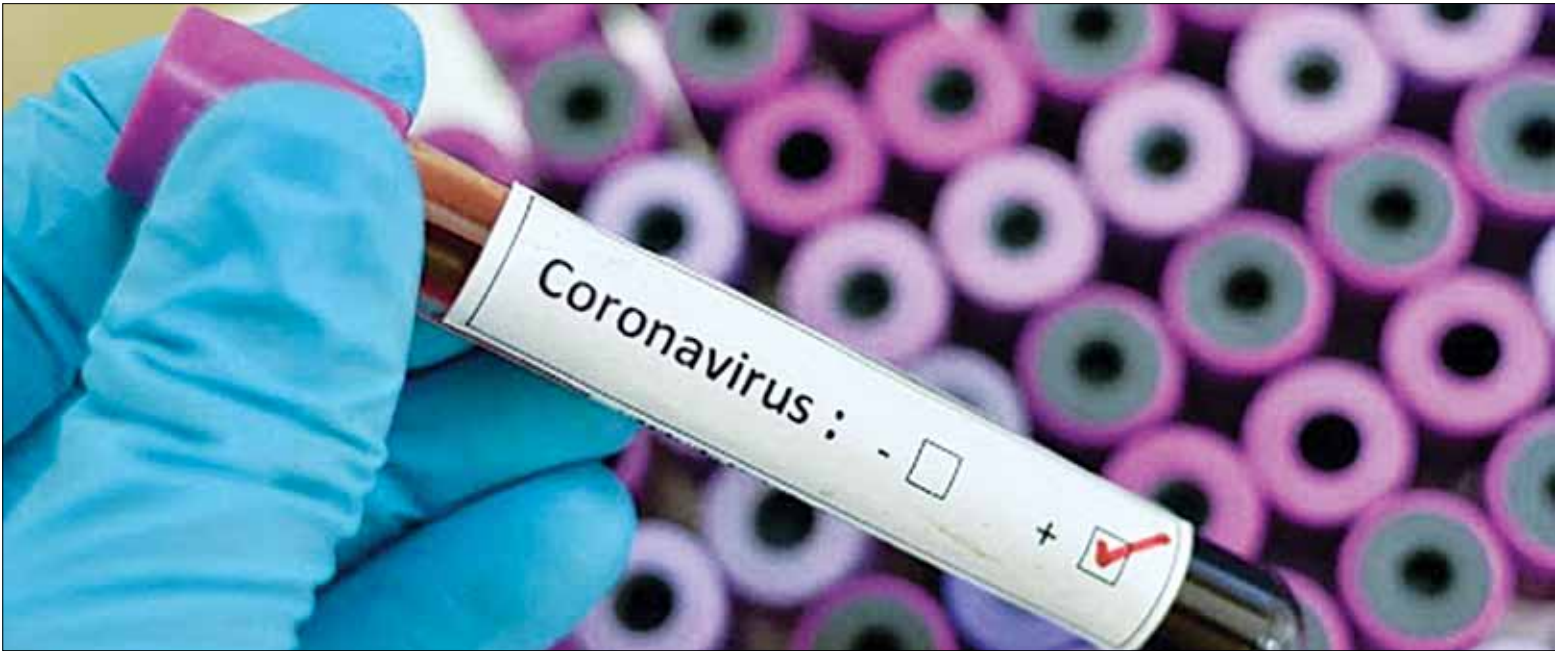
اصولا حکایت نام‌گذاری ویروس‌ها، مثنوی هفتاد من کاغذ است، اما آنچه در این مقال می‌توان گفت، این است که نام‌گذاری ویروس‌ها بنا به یک سنت قدیمی براساس محل کشف یا پیدایش آنها انجام می‌شود. به‌عنوان مثال، وجه تسمیه ویروس ماربورگ (بیماری با علائم تب و خونریزی) به یک شهر دانشگاهی در آلمان برمی‌گردد. ویروس هندرا نیز به اسم منطقه‌ای در حومه شهر بریزبن استرالیا که اولین مورد ابتلا در آنجا پیدا شد، نام‌گذاری شده است. همچنین ویروس زیکا به نام جنگلی در اوگاندا، آنفلوآنزای فوجیان به نام ایالتی در چین و ابولا به نام یک رودخانه در جمهوری کنگو تعلق دارد.

همچنین وقتی یک دهه قبل، آنفلوآنزای خوکی شایع شد، به‌دلیل مشابهت آن با ویروسی که خوک‌ها را آلوده می‌کرد، به اسم آنفلوآنزای خوکی در جهان شناخته شد، اما از آنجا که این نام از نظر یهودیان و مسلمانان که به دلایل مذهبی از مصرف گوشت خوک پرهیز می‌کنند، توهین‌آمیز بود، به اسم آنفلوآنزای مکزیکی نام‌گذاری شد، چراکه این ویروس اولین‌بار در این کشور کشف شد، با این حال و با وجود اینکه این بیماری به زبان علمی، «H۱N۱» نامیده می‌شود، اما در میان مردم همچنان به نام آنفلوآنزای خوکی شناخته شده است.

به گزارش بی بی سی، اگرچه سازمان بهداشت جهانی، «کووید-۱۹» را به‌عنوان نام رسمی این بیماری در یک نشست خبری معرفی کرده، اما هنوز این نشست خبری به پایان نرسیده بود که «کمیته بین‌المللی طبقه‌بندی

از کرونا و سارس تا آنفلوآنزای خوکی و ایدز

ویروس‌ها چگونه نام‌گذاری می‌شوند؟



که بیشترشان برای انسان خطرناک نیستند. اگرچه ویروس کرونای جدید هم حالا نام رسمی خودش را دارد، اما باعث خسارت زیادی به شهر ووهان چین شده است. از آنجایی که طی هفته‌ها هزاران تیتر خبری در سراسر دنیا، ویروس کرونا را به این شهر ربط داده‌اند، تصور اینکه مردم در آینده، آن را با نامی غیر از ویروس ووهان بشناسند، بسیار سخت است، هرچند تنها گذشت زمان می‌تواند واقعیت را مشخص کند.

در تلاش برای جلوگیری از تکرار اتفاقات مشابه در آینده، مجموعه‌ای از سیستم‌های نام‌گذاری مختلف پیشنهاد شده است. یکی از این پیشنهادها، گذاشتن اسم آدم‌ها روی ویروس‌هاست، درست مثل نحوه نامگذاری توفان‌ها. تصور کنید به رئیس‌تان زنگ بزنید و بگویید: «می‌توانم سر کار بیایم چون به استیو مبتلا شده‌ام!»

اما گذاشتن نام انسان روی فجایع طبیعی، یک چیز است و پیوند دادن آن با ویروسی هولناک، چیزی دیگر. به عنوان مثال «وورو ویروس» را در نظر بگیرید؛ ویروسی که باعث اسهال و استفراغ می‌شود و به سرعت هم سرایت می‌کند. طبق گزارش‌ها در سال ۲۰۱۱ یک مرد ژاپنی به دلیل نام‌گذاری این ویروس از «کمیته بین‌المللی طبقه‌بندی ویروس‌ها» شکایت کرد، زیرا نام خانوادگی «وورو» در ژاپن بسیار متداول است و نزدیک به ۱۹ هزار نفر در سرزمین آفتاب تابان، از این نام خانوادگی استفاده می‌کنند. در نتیجه، این کمیته نام «ویروس نورواک» را به جای آن پیشنهاد داد، اما این نام هم فایده‌ای نداشت، چون «وورو ویروس» دیگر در افکار عمومی جا افتاده بود.

گزینه دیگر، شماره‌گذاری ویروس‌هاست، اما این راه هم می‌تواند مشکل‌ساز باشد. به گفته نِس کوهن، عضو «کمیته بین‌المللی طبقه‌بندی ویروس‌ها»، «مطالعات زیادی ثابت کرده که ذهن بشر رابطه چندان خوبی با اعداد ندارد» بنابراین سازمان بهداشت جهانی برای جلوگیری از مشکلات احتمالی، دستورالعمل‌هایی برای نام‌گذاری ویروس‌ها منتشر کرده است. این سازمان پیشنهاد داده در نام‌گذاری ویروس‌ها به جای استفاده از نام آدم‌ها، حیوانات و اماکن، تنها علائم بیماری توصیف شود. شاید باورش سخت باشد اما حتی این سیستم هم ممکن است در نهایت به دلخوری بینجامد.

داستان ویروس‌ها ابتدا از نام آنها شروع می‌شود طبق یک مطالعه، دولتمردان هنگ‌کنگ برای توصیف بیماری «سارس» یا «تشانگان تنفسی حاد» که در سال ۲۰۰۲ همه‌گیر شد، از عبارت «ذات‌الریه ناهمگون» استفاده کردند و دلشلی هم شباهت کلمه انگلیسی «Sars» یا «Hong Kong SAR» بود، زیرا این واژه اختصاری در زبان انگلیسی برای منطقه ویژه اداری هنگ‌کنگ به کار می‌رود. بنابراین احتمالا مردم این کشور از جا افتادن نام «Sars-Cov-۲» برای ویروس کرونا خوشحال نخواهند شد.

البته برخی‌ها از اینکه نام‌شان روی یک ویروس گذاشته شود، مشکلی ندارند و حتی این مسأله ممکن است باعث افتخار و آرامش‌شان نیز شود، کما اینکه برخی از بیماران متقاضی، به این نام‌گذاری به چشم یک تسلای خاطر بعد از مدت‌ها تحمل رنج و بیماری نگاه می‌کنند. در طول تاریخ هم بیماری‌های زیادی، نام کاشفان یا قربانیان خود را گرفته‌اند، نظیر «تومور بوشکه لונشتاین» و «زخم کوشینگ». با این‌همه، به نظر می‌رسد وحدت رویه‌ای درخصوص نام‌گذاری ویروس‌ها وجود ندارد. گویا هر ویروس، داستانی مخصوص به خود را دارد و این داستان ابتدا از نام آنها شروع می‌شود.

ویروس‌ها» با انتشار مقاله‌ای، نام انتخابی خود را برای این ویروس مطرح کرد: «تشانگان تنفسی حاد ویروس کرونای ۲» که به اختصار «سارس-کرونا-۲» گفته می‌شود. این نام‌گذاری به دنبال تحقیقاتی صورت گرفته که پیوندی نزدیک میان ویروس کرونا و ویروس سارس قائل است، با این حال سختگوی سازمان بهداشت جهانی به مجله «ساینس» گفته که آنها از این نام استفاده نخواهند کرد، چون واژه «سارس» ممکن است باعث ایجاد وحشت مضاعف در مردم شود. در این میان، برخی از رسانه‌های خبری کامکان از این بیماری با اسم «ویروس کرونا» یاد می‌کنند و برخی دیگر نام علمی آن را به کار می‌برند.

تنوع زبان‌ها و چالش نام مشترک برای ویروس‌ها روند رسمی نام‌گذاری ویروس‌ها اغلب به این صورت است؛ وقتی کشف گونه‌ای جدید از ویروس تایید شود، دانشمندانی که مسئول مطالعه روی آن هستند، معمولا چند اسم به «کمیته بین‌المللی طبقه‌بندی ویروس‌ها» پیشنهاد می‌دهند و این کمیته هم یکی از آنها را انتخاب می‌کند. مشکل اما اینجاست که ویروس‌ها می‌توانند دو اسم داشته باشند، درست همانند انسان‌ها که نام بشر را روی خودمان گذاشته‌ایم، در حالی که نام علمی گونه‌مان «هوموساپینس» به معنای «انسان خردمند» است، با این حال روندی رسمی و یکسان برای نام‌گذاری ویروس‌ها وجود ندارد. گاهی برای جلوگیری از پیچیده‌شدن اوضاع، درست مثل آنچه در حال حاضر برای ویروس کرونا اتفاق افتاده، این دو اسم ترجیحا به طور هم‌زمان استفاده می‌شوند، اما همیشه هم اینطور نیست.

یکی از دلایلی که توافق عمومی بر سر نام‌گذاری ویروس‌ها را سخت می‌کند، آن است که علی‌رغم وجود ۷ هزار و ۱۱۱ زبان مختلف در دنیای امروز که در مجموع میلیارد‌ها کلمه را دربرمی‌گیرد، پیدا کردن گزینه‌ای که به مذاق همه زبان‌ها خوش بیاید، به شکلی باورنکردنی سخت است. یک انتخاب اشتباه می‌تواند به بدنامی یک منطقه، ویرانی یک صنعت و یا حتی بحرانی سیاسی بینجامد، نظیر نام‌گذاری آنفلوآنزای مکزیکی به جای آنفلوآنزای خوکی که با اعتراض مکزیکی‌ها همراه بود.

همچنین در سال ۲۰۰۹ و در جریان شیوع آنفلوآنزای خوکی، پرورش‌دهندگان خوک علیه این نام‌گذاری اعتراض کردند، زیرا مردم به اشتباه فکر می‌کردند گوشت خوک ممکن است آلوده باشد و این مسأله خسارت زیادی به کسب و کار آنها وارد کرد. با اینکه ویروس آنفلوآنزای خوکی در بدن خوک وجود دارد، اما تصور بر این است که از طریق حیوانی دیگر (احتمالا پرندگان مهاجر) به انسان‌ها منتقل می‌شود بنابراین مشکل اصلی خود خوک‌ها نبودند، اما به رغم این نکته، دولت مصر دستور کشتار تمامی گله‌های خوک‌ها در این کشور را صادر کرد و حتی برخی از آنها زنده به گور شدند.

در برخی از موارد نیز یک نام‌گذاری ممکن است فاجعه‌آمیز باشد. در دهه ۱۹۸۰ ویروسی که حالا «چ آی وی» نام گرفته‌د، در ابتدا به نام «تقص ایمنی مرتبط با همجنس‌گرایی» شناخته می‌شد. اسمی که نه‌تنها توهین‌آمیز به حساب می‌آمد بلکه ممکن بود جلوی تلاش‌ها برای کنترل این بیماری را هم بگیرد بنابراین همه این‌ا واقعیت‌های تاریخی ما را به این نتیجه می‌رساند که گذاشتن نام یک منطقه جغرافیایی بر روی یک بیماری همه‌گیر اغلب کار اشتباهی است و به افزایش سوءتفاهم‌ها درباره بیماری کمک می‌کند.

چه شیوه‌هایی برای نام‌گذاری ویروس‌ها وجود دارد؟

در حال حاضر، حدود ۱۷ گونه ویروس، نام «ووهان» را روی خود دارند

رفتار ایرانی‌ها در مواجهه با کرونا با تصوراتم فرق می‌کرد

لی جیانان خبرنگار سی‌سی‌تی‌وی چین در ایران

ووهان تنگ شده است. در روزهای ابتدایی شیوع بیماری، مردم چین درگیر جشن سال نو بودند، اما همه در خانه خود ماندند و از خودشان مراقب کردند. این روزها احساس می‌کنم در تهران هم شرایط به همین شکل است، مشخص است که به خاطر اپیدمی، حجم ترافیک در ایران کاهش پیدا کرده است. از سوی دیگر، خوشحال هستم که می‌بینم مردم بیشتری در ایران از سفر کردن اجتناب می‌کنند، اما امیدوارم دوباره شرایط معمولی شود و اطراف ایران سفر کنیم. من عاشق مناطق تاریخی و دیدنی ایران هستم. من دلتنگ آن روزها هستم.

یک ماه بعد جشن بهار ایران می‌رسد. می‌دانم که در این فرصت، ایرانی‌ها به ملاقات خانواده و آشنایان‌شان می‌روند، اما نمی‌دانم نوروز امسال به چه شکلی خواهد بود! آیا تا آن زمان، دولت قادر خواهد بود که شیوع ویروس را کنترل کند؟ امیدوارم که وقتی بهار رسید، مردم چینی، ایرانی و هر جایی‌که این اپیدمی در آن به وجود آمده، بتوانند آزادانه دوستان و خانواده را ملاقات کنند و به سفر خارجی بروند. صمیمانه امیدوارم.

دو ماه تجربه جنگیدن چین با کروناویروس، مشخص شده است که توانایی شیوع این ویروس بسیار قوی است، اما قدرت زیادی ندارد. به همین دلیل، در زندگی روزانه باید به بهداشت فردی توجه زیادی بشود؛ دست‌ها مرتب شسته شوند، همه چیز ضدعفونی شود. و.. این اقدامات بسیار ضروری است. بهتر است هنگام مکالمه با دوستان‌تان دو متر از آنها فاصله بگیرید، با کسی دست ندهید و روبوسی نکنید. می‌دانم که اکثر ایرانی بسیار مهربان هستند و دوست دارند به شکل گرمی به هم سلام کنند، اما لطفا برای سلامت خودتان برای دو هفته این کار را نکنید، چراکه به شکل علمی ثابت شده که علائم کروناویروس بعد از هفت تا ۱۰ روز بروز پیدا می‌کند. پس اگر همه بتوانند برای دو هفته از خودشان مراقبت کنند، تعداد مبتلایان بعد از این مدت کاهش پیدا می‌کند.

در فضای مجازی (سایت‌های چینی) با کامنت‌هایی از سوی مردم مواجه می‌شدم که می‌گفتند دل‌شان برای متروی شلوغ و ترافیک‌های

ارتباطات و فناوری

کسب‌وکارهای اینترنتی روزهای خوبی را پشت‌سر نمی‌گذارند

از رمز پویا تا کرونا

تا دو سه هفته رمز پویا برای کسب و کارهای اینترنتی مشکل ایجاد کرده و تراکنش‌های خرید و فروش اینترنتی را کاهش داده بود، حالا هم ترس از کرونا این کسب و کارها را با مشکل مواجه کرده است. البته مردم از بیرون رفتن از خانه هراس دارند و تا می‌توانند خریدها و مایحتاج روزانه‌شان را اینترنتی تهیه می‌کنند، اما این خرید تنها به اقلام اساسی و موردنیاز یا اقلام برای بهداشت و سلامتی خلاصه می‌شود.

در این شرایط برخی می‌گویند فروش اینترنتی رشد کرده است، اما عادل طالبی فعال استارت‌آپی، درخصوص وضعیت فروش کسب‌وکارهای استارت‌آپی در دوره شیوع کرونا به تجارت نیوز، گفت: یک مقدار در مورد فروش این کسب‌وکارهای غلو می‌شود که استارت‌آپ‌ها رشد می‌کند اما اشتباه است، چون شرایط بحرانی حاکم بر وضعیت روانی مردم باعث می‌شود که مصرف معمول را نداشته باشند و خریدها به سمت اقلام ضروری محدود شده است.

به گفته طالبی، این وضعیت به ضرر تمام کسب‌وکارهاست و ممکن است در تعداد از محصولات ضروری خریدها انجام شود چون در شرایط اضطرار پول خود را برای هر کالایی خرج نمی‌کنند، بنابراین در کل به ضرر کل اقتصاد جامعه است. البته استارت‌آپ‌هایی مثل فروش ماسک و مواد ضدعفونی‌کننده افزایش فروش دارند. بررسی کالایی که افزایش فروش داشته‌اند، نشان می‌دهد فروش مکمل‌ها، ویتامین‌ها که مردم احساس می‌کنند اگر این مواد را مصرف کنند کمتر در معرض ابتلا به بیماری هستند، افزایش یافته است. هرچند که معلوم نیست تأثیری داشته باشد فقط به علت اخبار کذبی که منتشر می‌شود فروش این کالاها افزایش یافته و حتی به چند صددرصد نیز رسیده است.

براساس صحبت‌های این فعال استارت‌آپی، درخصوص مواد غذایی نیز فروش کالاهایی که بسته‌بندی شده مثل روغن، برنج، سوسیس و کالباس از برندهای معروف افزایش فروش داشته‌اند، اما چون این کالاها بخش کوچکی از کالاهای فروش اینترنتی هستند، کاهش فروش را جبران نمی‌کند. در مجموع شرایط به نحوی است که فروش اینترنتی کاهش پیدا می‌کند، ما سایت فروش کتاب داریم که طی چند وقت اخیر کاهش فروش کاملا مشخص است.

در حالی که در ۱۰ روز گذشته کسب وکارهای خرید اینترنتی از کرونا آسیب دیده‌اند که دو سه هفته گذشته، رمز پویا آنها را درگیر کرده بود، مصطفی امیری، مدیرعامل زرین پال به ایرنا، گفته: کسب‌وکارهایی که از طریق درگاه پرداخت این مجموعه تراکنش‌های روزانه خود را انجام می‌دادند ظرف مدت کمتر از ۱۰ روز، به‌اندازه ۵۰ میلیارد تومان کاهش فروش داشته‌اند. به گفته او، از زمانی که بانک مرکزی با جدیت بیشتری استفاده از رمز پویا را دنبال کرد (۱۸ بهمن‌ماه)، حدود ۲۲درصد از تراکنش‌هایی که از طریق درگاه ما انجام می‌شد کاهش پیدا کرد. روز اولی که این برنامه اجرایی شد با کاهش ۱۵درصدی تراکنش‌ها و ۲۱ بهمن‌ماه کاهش ۱۷درصدی را شاهد بودیم. اکنون (۳۰ بهمن) با ریزش حدود ۲۲درصدی تراکنش روبه‌رو هستیم و شواهد نشان می‌دهد اصلاح استفاده از رمز پویا و برگشت به روال سابق به زمان یک‌ماهه نیاز دارد که بازار شب عید را هم با اختلال مواجه می‌کند

پیشنهاد دریافت مالیات برای انتشار آگهی در گوگل پاشیدن نمک روی زخم استارت‌آپ‌ها

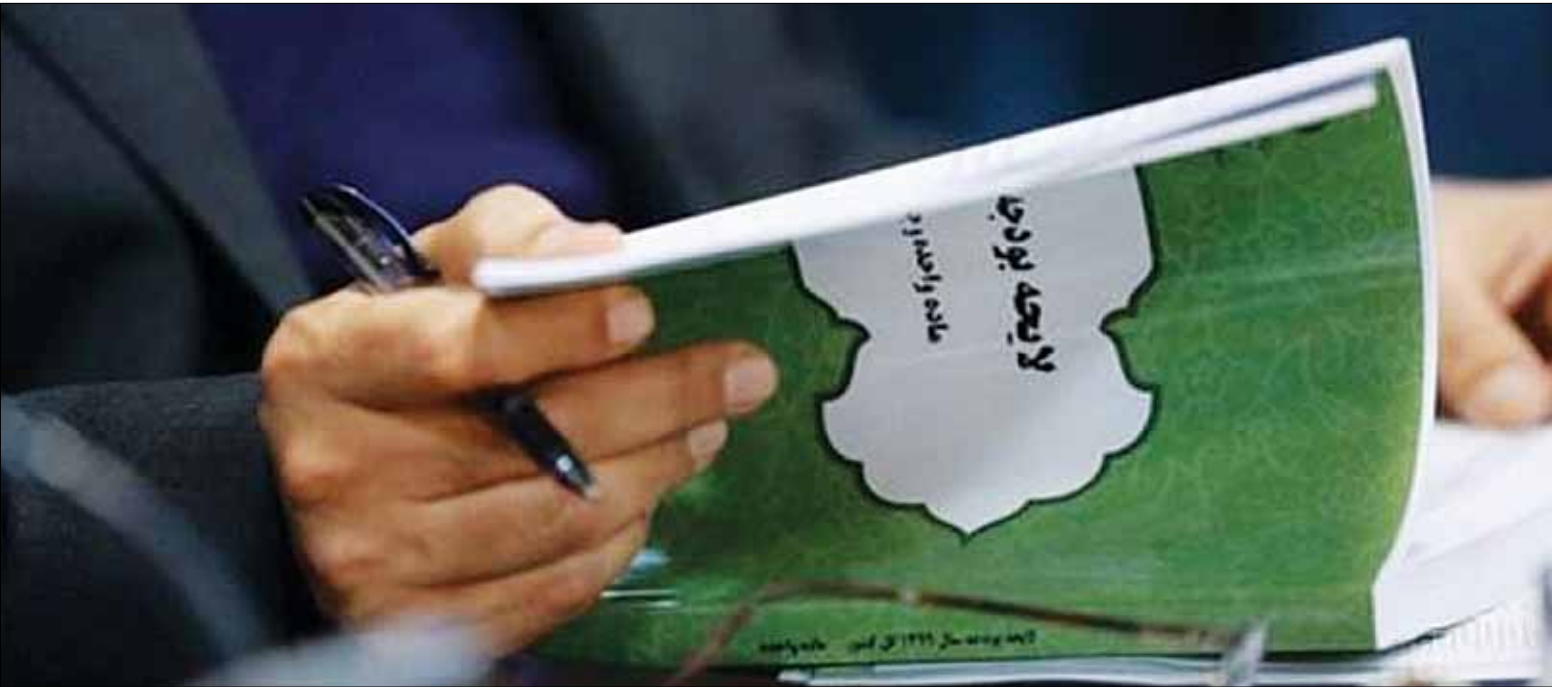
در شرایطی که وپروس کرونا به اقتصاد حمله کرده و استارت‌آپ‌ها هم در این بین ضررهای بسیار زیادی کرده‌اند، حالا مرکز پژوهش‌های مجلس با ارائه پیشنهادی، داغ تل این کسب و کارهای نوین را تازه کرده و نمک به زخم آنها پاشیده است. پیشنهاد مرکز پژوهش‌ها به نمایندگان «دریافت مالیات ۵۰درصدی از تبلیغ شرکت‌های ایرانی در بستر گوگل» است، به این معنا که اشخاص حقیقی و حقوقی که تبلیغات خود را توسط خدمات تبلیغی گوگل انجام می‌دهند موظف خواهند شد تا معادل ۵۰درصد کل مبلغ پرداختی به این شرکت را نزد خزانه‌داری کشور واریز کنند. به اعتقاد کارشناسان، اگر چنین طرحی تصویب شود، قطعا کسب و کارهای نوین با ضربه دیگری رو به رو خواهند شد.

نهاد پژوهشی مجلس، این پیشنهاد را به صورت اصلاحیه‌ای برای بند الحاقی تبصره ۱۵ مصوبه کمیسیون تلفیق لایحه بودجه ۹۹ مبنی بر «اخذ عوارض از خدمات دیجیتال» مطرح کرده است. پیش از این کمیسیون تلفیق تصویب کرده بود که اپ‌تورهای ارائه‌دهندگان خدمات مخابراتی، علاوه بر قیمت هر پیامک مبلغ ۱۰۰ریال از استفاده‌کنندگان خدمات دریافت و به حساب درآمد عمومی نزد خزانه‌داری کل کشور واریز کنند و حالا مرکز پژوهش‌ها پیشنهاد داده به این مصوبه دریافت مالیات تبلیغ شرکت‌های ایرانی در بستر گوگل هم اضافه شود. نکته مهم این است که در حال حاضر بیشتر آگهی‌ها در فضای وب و دیجیتال در کشور در بستر گوگل صورت می‌گیرد. مرکز پژوهش‌ها در کنار پیشنهاد خود به کمیسیون تلفیق مجلس به محاسبه درآمد گوگل از انتشار آگهی‌های شرکت‌های ایرانی هم پرداخته و نوشته است: «شرکت گوگل حدود ۳۰۰ هزار تومان تا ۶۰ میلیون تومان از هر کسب وکار برای تبلیغات دریافت می‌کند.اگر به طور متوسط هر تبلیغ ۵ میلیون تومان عاید شرکت گوگل کند و هر شرکت تنها یک بار به گوگل تبلیغ سفارش دهد؛ گوگل سالانه از محل تبلیغات شرکت‌های ایرانی هزار و ۵۰۰ میلیارد تومان درآمد دارد.»

اما این پیشنهاد در چند روز گذشته با واکنش تند شرکت‌های استارت‌آپی روبه‌رو شده‌است. عادل طالبی دبیر انجمن کسب و کارهای اینترنتی در رشته توثیتی با اشاره به اینکه «به این مجاری عوارض، مالیات یا هر چیزی که اسم آن را بگذاریم چند ایراد وارد است»، نوشت: «در مرکز به اصطلاح پژوهش‌ها دقیقا چه افرادی با چه تخصص‌هایی و براساس چه صلاحیت یا اطلاعات یا دانش با تجربه یا تخصصی یا با مشارکت چه گروهی با حضور چه متخصصانی درباره این موضوع تصمیم‌گیری کرده‌اند. مبانی محاسبه ۵۰درصد چیست؟ براساس چه جدولی، چه محاسباتی ۵۰درصد را در آوردید؟ از کجا در آوردید؟ چرا ۴۹درصد یا ۵۱درصد نه؟ این مبانی محاسبه را چرا منتشر نکرده‌اید؟ چرا قانونی که قابلیت اجرا ندارد تصویب می‌کنید؟ چرا امنیت روانی فضای کسب و کار را مختل می‌کنید؟ هر وقت کاری کردید که مشکلات‌تان حل شد و گوگل و مایکروسافت و اپل در ایران دفتر داشتند و من امکان ثبت فاکتور رسمی و «مهمور به مهر و دارای کد اقتصادی» را داشتم، بنشینید دور میزهای‌تان و تصمیمات این چنینی بگیرید.»

همچنین رضا الفت‌نسب، عضو هیات‌مدیره کسب و کارهای اینترنتی هم در توثیتی نوشت: «مجلس و عوامل مرتبط در چند وقت اخیر کولاک کردند. آن از طرح بی‌سر و ته نماغا و این هم پیشنهاد گرفتن مالیات جدید. از مرکز پژوهش‌ها انتظار بیشتری می‌رود. وقتی شما جایگزین ندارید نباید محدودیت بگذارید. این راهش نیست.»

معمای بودجه ۹۹



رد لایحه بودجه تأثیری همچون کرونا بر اقتصاد دارد

«فراموش نکنیم تأثیر رد لایحه بودجه بر اقتصاد همانند کروناست.» این جمله را وحید شقاقی می‌گوید و معتقد است که بحران کرونا بین ۵ تا ۱۰درصد تقاضای مصرفی داخلی کشور را از بین می‌برد.

این کارشناس اقتصادی در گفت‌وگو با خبرآنلاین، با تأکید بر اینکه باید آگاهی کامل از عوارض تعطیلی‌ها و مرخصی‌ها در شرایط فعلی داشته باشیم، گفت: «البته منظور نفی تعطیلی نیست چراکه کنترل وپروس کرونا انقدر اهمیت دارد که مسائل اقتصادی در حاشیه آن قرار گیرد. به هر روی باید آگاهی کامل داشت که این وضعیت فشار اقتصادی به کشور وارد می‌کند، هر چند محاسبات کافی برای زیان روزانه تعطیلی در کشور صورت نگرفته است، با این حال ارقامی وجود دارند که بیانگر مشکلات اقتصادی خواهند بود. براساس فهم من، بین ۵ تا ۱۰درصد از تقاضای مصرفی داخلی کشور در این روزها کاسته خواهد شد. نباید فراموش کنیم ۷۰درصد تولید ملی کشور برای تقاضای مصرفی داخلی صورت می‌گیرد و این کاهش تقاضا حتما اثرات بسزایی خواهد داشت.»

او ادامه داد: «همچنین باید توجه کنیم که اسفندماه بیشترین حجم گردش ریالی اقتصاد کشور را در خود دارد و صنایعی چون مواد غذایی، رستوران و هتل، گردشگری و پوشاک تمام سال را برای روزهای پایانی سال صبر می‌کنند. هم‌زمانی شیوع کرونا و اسفندماه بر میزان مشکلات افزوده و عملا شهرها را به تعطیلی برده است. در این میان، همه خرید شب عید برای دو هفته تعطیلات ابتدای سال است و نمی‌توان انتظار داشت پس از اسفندماه این تقاضا انباشت شود و دوباره در زمان آرامش به بازار سرریز شود.»

به گفته شقاقی، «در شرایط بدی گرفتار شده‌ایم که تأثیرات اقتصادی هم در پی خواهد داشت. بسیاری از اصناف انبارهای خود را از کالاهای موردنیاز پایان سال انباشت کردند و عملا این موجودی انبار به زیان خواهد انجامید. تبعات این امر را هم‌اکنون باید در خیابان‌های خلوت شهر دید، با این حال باید امیدوار باشیم دولت تا پیش از پایان سال جلوی گسترش این وپروس را بگیرد تا حداقل در سال آینده این مشکل دیگر روی میز نباشد.» او در رابطه با رد لایحه بودجه از سوی مجلس هم گفت: «در این شرایط رد لایحه بودجه نیز تأثیری چون کرونا بر اقتصاد دارد و نباید این موضوع

فرصت امروز: پنجم اسفندماه بود که نمایندگان بعد از تعطیلات سه هفته‌ای مجلس، کلیات لایحه بودجه ۹۹ را رد کردند تا احتمالا سرنوشت بودجه سال آینده به مجلس یازدهم سپرده شود. این اقدام مجلس دهم البته مسبوق به سابقه است و پیش از این نمایندگان این دوره مجلس، لایحه بودجه سال ۹۷ را رد کرده بودند.

امسال نیز نمایندگان مجلس در غیاب ۹۰ نماینده و با ۶۷ رأی موافق، ۱۱۴ رأی مخالف و ۳ رأی ممتنع از مجموع ۱۹۱ نماینده حاضر با کلیات لایحه بودجه سال ۹۹ مخالفت کردند. مسعود پزشکیان پس از پایان رأی‌گیری و با اشاره به رأی مخالف مجلس به کلیات بودجه سال آینده گفت: «با این اوضاع بودجه ۹۹ به مجلس دهم نخواهد رسید و احتمالا به مجلس بعد موکول می‌شود.»

چند روز پس از این اتفاق و با گسترش وپروس کرونا در کشور، مجلس نیز همگام با تمام مراکز آموزشی و دانشگاهی تا پایان این هفته تعطیل شد و حالا سرنوشت بودجه سال آینده به محل سوال بسیاری از مخاطبان تبدیل شده است. در این میان، بعید نیست همانطور که پزشکیان اشاره کرده، بودجه سال ۹۹ به اولین آزمون مجلس یازدهم تبدیل شود. برای رتق و فتق امور نیز احتمالا بودجه چند دوازدهم ازسوی نمایندگان مجلس تصویب می‌شود تا امورات دولت بر زمین نماند، اما بودجه چند دوازدهمی چیست؟

بودجه‌های چند دوازدهمی معمولا در شرایط اضطراری به کار می‌رود که دولت‌ها، به دلیل عدم اطمینان از دریافت درآمدها در موعد مقرر یا عدم تصویب بودجه سالانه به آن متوسل می‌شوند. از آنجا که دولت نمی‌تواند بدون مجوز مجلس، درآمدی کسب و هزینه کند و در شرایطی که تصویب لایحه بودجه سالانه ممکن نباشد، ناگزیر است مصوبه‌ای را از مجلس برای عملیات مالی خود در کوتاه‌مدت دریافت کند. در چنین شرایطی، دولت لایحه‌ای را به مجلس ارائه می‌کند که در آن، به دولت اجازه داده می‌شود تا زمان تصویب بودجه سالانه، برای مدتی محدود، منابع مالی لازم را کسب و هزینه کند و از آنجا که مدت موردنظر معمولا دو یا سه ماه بیشتر نیست، چنین مصوبه‌ای را بودجه «دو دوازدهم» یا «سه دوازدهم» می‌گویند.

از روزهای دشوار کسب‌وکارهای کوچک تا بسته حمایتی وزارت صمت

بازار شب عید ایران زیر سایه کرونا

به تعلیق درآمده است. در این شرایط هر روز اخباری از شروع قرنطینه یا عدم قرنطینه برخی از شهرها به گوش می‌رسد ولی درنهایت راهکاری که همه روی آن اتفاق‌نظر دارند، ماندن در خانه است.

تأکید مکرر وزارت بهداشت بر لزوم حفظ بهداشت و جلوگیری از فعالیت‌هایی که خطر انتقال کرونا را افزایش می‌دهد، بخشی از تذکرها نیز به خوردن و نوشیدن بیرون از محیط خانه اختصاص دارد و همین مسئله فعالیت رستوران‌ها و کافه‌ها، سفره‌خانه‌ها را تحت تأثیر خود قرار داده تا جایی که بخشی از آنها تعطیل کرده‌اند یا عملا بدون مشتری به کار خود ادامه می‌دهند. کرونا وپروس مهمان ناخوانده ایران است و ترس در کنار این وپروس به جان مردم افتاده است. خیلی از شغل‌ها تحت تأثیر حضور شوم این مهمان ناخوانده هستند و دست‌فروشی شب عید، بساط شنبه، سه‌شنبه و جمعه‌بازارها، بساط کنار خیابان تعطیل شده است. مردم نمی‌خواهند در تجمع‌ها حضور داشته باشند و همین وضعیت سبب می‌شود شغل‌های فصلی بیشتر از همه شغل‌ها آسیب ببینند. فعالان بازارهایی مانند لباس، کیف و کفش، تجهیزات خانه و برخی شغل‌های خدماتی مانند آرایشگران و... شغل‌هایی هستند که تمام سال را سر می‌کنند تا در هفته‌های پایانی سال با افزایش فروش، سود مدنظر خود را داشته باشند؛ موضوعی که امسال به شکل قابل‌توجهی متفاوت شده و با کاهش خریدها و تقاضا برای صاحبان این کسب‌وکارها مشکل‌ساز شده است، اما در این میان آنچه نامشخص است اینکه چه زمانی وضعیت به حالت عادی برخواهد گشت و این بیماری در ایران کنترل خواهد شد.

نسخه حمایتی وزارت صنعت و معدن چیست؟

کسب‌وکارهای کوچک به حمایت نیاز دارند؛ این را صاحبان مشاغل و کارشناسان اقتصادی می‌گویند. برای همین ستاد آسیب‌شناسی در وزارت صنعت، معدن و تجارت تشکیل شده که قائم‌مقام وزیر در امور بازرگانی از آن خبر داده است. به این مضمون که کسب‌وکارهای کوچک مشمول سیاست‌های تشویقی می‌شوند. سیاست‌گذار تجاری کشور از بسته پیشنهادی خبر داده که برای جبران زیان کسب‌وکارهای کوچک از وپروس کرونا طراحی شده است. جزئیات بسته پیشنهادی ستاد «بررسی

شیوع وپروس کرونا خیلی از مشاغل را تحت تأثیر قرار داده است؛ از اقتصاد فرهنگ و هنر تا کسب‌وکارهای کوچک و تجارت برون‌مرزی. هم‌زمانی شیوع کرونا در ایران با ماه اسفند که به دلیل ختم شدن به تعطیلات سال نو، برتحرک‌ترین ماه اقتصادی ایران در میان کسب‌وکارهای کوچک است، باعث شده تا بازار شب عید ایران زیر سایه کرونا قرار بگیرد. به گزارش پایگاه خبری اتاق ایران، اقتصاد ایران در طول ماه‌های گذشته با مشکلات و محدودیت‌های زیادی مواجه بوده، از آغاز دور جدید تحریم‌های آمریکا علیه ایران گرفته تا برخی تلاطم‌های به وجود آمده در نرخ ارز و شاخص تورم همگی منجر به آن شدند که شرایط اقتصادی در برخی بخش‌ها بسیار دشوار شود.

هرچند براساس برآوردهای صورت‌گرفته از شرایط اقتصادی امسال ایران، در صورت حذف بخش نفت، نرخ رشد منفی سال گذشته جبران شده و به صفر رسیده، اما همچنان برای جبران عقب‌گردهای سال قبل، نیاز به تداوم تحرک در چرخ‌های اقتصادی کشور وجود دارد.

برآوردها از وضعیت صادرات غیرنفتی ایران نشان می‌دهد در پایان بهمن، میزان این صادرات به ۴۰ میلیارد دلار رسیده و با توجه به تداوم تحریم‌ها و تغییر در قیمت پایه محصولات صادراتی، این عدد قابل‌اعتنا خواهد بود، ولی با عبور از سطح کلان و رسیدن به حوزه کسب‌وکارهای خرد، شرایط متفاوت می‌شود. کسب‌وکارهایی که میزان درآمد و گردش سرمایه‌شان مستقیما با میزان خرید و تقاضای مردم در جامعه تعریف می‌شود و اگر این تقاضا کاهش پیدا کند، نمی‌توان بسیاری از این مشاغل را برای بلندمدت حفظ کرد.

دست‌فروش‌ها و بازاری که شب عید ندارد

براساس این گزارش، ۲۰ روز مانده به پایان سال ۱۳۹۸، شیوع کرونا وپروس بسیاری از مشاغلی که ارتباط مستقیم با تجمع یا تغذیه مردم دارند را مختل کرده است. به دنبال اطلاعیه‌ای که هفته گذشته از سوی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی منتشر شد فعلا تمام برنامه‌های فرهنگی مانند اکران فیلم، تئاتر، کنسرت و سایر برنامه‌های هنری و حضور در باشگاه‌های ورزشی، کسب‌وکارهای وابسته به تغذیه مردم، دست‌فروشی

نبرد با «کرونا» در شعب بانک‌ها

علی نظافتیان دبیر کمیسیون حقوقی کانون بانک‌ها نقش شبکه بانکی در رونق اقتصادی، گردش پول و اعتبار بین مردم و بخش‌های مختلف اقتصادی کشور بی‌بدیل است. باید پذیرفت که دوران پرداخت‌های نقدی با استفاده از اسکناس سرآمده و پرداخت‌های الکترونیکی جایگزین آن شده است. دیگر چون گذشته نیازی نیست که برای خرید مایحتاج زندگی یا پرداخت بهای معاملات، انبوهی اسکناس به همراه داشت و تحویل فروشنده داد. همچنین دیگر لزومی ندارد که برای حواله یا انتقال پول ولو اندک، در صف‌های طولانی شعب بانک‌ها به انتظار نشست تا نوبت‌مان برسد. تمامی این نیازهای مستمر و همیشگی مردم از طریق کارت‌های عابربانک، تلفن همراه، دستگاه پوز و رایانه قابل تأمین است. بدین لحاظ، گسترش بانکداری الکترونیکی، امری بسیار ضروری در دنیای امروز است.

اما آن سوی خدمات الکترونیکی، شعب بانک‌ها هستند که هر یک به فراخور حوزه جغرافیایی محل فعالیت خود، مدیریت نقل و انتقال‌های الکترونیکی و خدمات‌رسانی به مشتریان بانک‌ها را برعهده دارند. شعب بانک‌ها حتی در سخت‌ترین و دشوارترین شرایط نیز قابلیت تمدیل شدن ندارند و بایستی گشوده باشند تا امور بانکی شهروندان دچار اختلال نشود؛ کما اینکه حضور مامورین انتظامی، شهرداری‌ها و مراکز بهداشتی حتی در ایام تعطیل سال نیز ضروری است. بر این اساس، نه سرما و نه گرما و نه در معرض آلودگی ویروس کرونا بودن بر فعالیت کارکنان پرتلاش شعب بانک‌ها چندان تأثیرگذار نیست. آنان وظیفه انسانی و شغلی خود می‌دانند تا در هر شرایطی به مردم، خدمات بانکی ارائه دهند تا

امور موردنیاز شهروندان به تأخیر نیفتد.

به این ترتیب، کارکنان شعب بانک‌ها از جمله کسانی هستند که بایستی بیشترین حضور در جامعه و مواجهه حضوری با مشتریان بانک‌ها را برعهده داشته باشند. آنان ناچار هستند از اول صبح، اسکناس‌های نو یا فرسوده را از مشتریان تحویل بگیرند و یا به آنان تحویل دهند، کارت‌های عابربانک مردم را تمدید یا تعویض کنند، از نزدیک با مشتریان صحبت کنند و امور بانکی مورد درخواست آنان را با صبر و حوصله تاوام با دقت انجام دهند و پس از پایان کار به جمع پر مهر خانواده خود بازگردند و صبح روز بعد دوباره روزی نو و فعالیت‌ئی تازه در شعب بانک‌ها تا گردش امور بانکی مردم مختل نشود.

اما در این وانفسای هجوم ویروس «کووید-۱۹» که توصیه‌های مکرر بهداشتی، از دست زدن به اسکناس و کارت‌های عابربانک تا دستگاه‌های خودپرداز، سکه رایج روزگار شده است، نبایستی فراموش کرد که کارکنان شعب بانک‌ها از جمله کسانی هستند که بیشتر در معرض آلودگی کرونا قرار دارند. طبعاً اگر خدای ناخواسته آنان در معرض ابتلا به این ویروس تازه‌وارد قرار گیرند، خانواده‌شان نیز به طور غیرمستقیم در معرض ابتلا و خطر آلودگی قرار خواهند گرفت.

در این راستا، در چند روز اخیر هم «کانون بانک‌ها و موسسات اعتباری خصوصی» و هم «شورای هماهنگی بانک‌های دولتی» نسبت به کاهش ساعت کاری شعب بانک‌ها اقدام کرده‌اند که امری مناسب و پسندیده است، اما در سطح کلان، تعطیلی شعب بانک‌ها در این شرایط نه امکان‌پذیر است و نه به مصلحت جامعه است. پس نیاز به خدمات مستمر کارکنان شعب بانک‌ها همانند سایر صنوف، اجتناب‌ناپذیراست و در نتیجه آن، کارکنان شعب بانک‌ها نیز بیشتر در معرض خطر آلودگی ویروس کرونا قرار خواهند داشت بنابراین نبرد بهداشتی جاتانه‌ای در شعب بانک‌ها لازم است تا مشتریان بانک‌ها و کارکنان شعب کمتر در معرض آلودگی قرار گیرند.

بدین جهت، به‌منظور بهره‌مندی بیشتر از خدمات شعب بانک‌ها، انتظار می‌رود که مشتریان بانک‌ها، توصیه‌های بهداشتی در مراجعه به شعب بانک‌ها را بیشتر رعایت کنند و بانک‌ها نیز کارکنان شعب خود را به وسایل ضدعفونی، ماسک و دستکش مجهز نمایند تا کمتر در معرض آلودگی ویروس کرونا قرار بگیرند. در این شرایط حساس، قدردان تلاش‌ها و زحمات کلیه صنوف خدمت‌گذار نظیر پزشکان، پرستاران و کارکنان مراکز بهداشتی و درمانی هستیم و همچنین خدمات کارکنان شعب بانک‌ها را به یونه فراموشی نمی‌سپاریم؛ آنان که ناخواسته بیشتر از ما در معرض آلودگی ویروس کرونا قرار دارند.

از افزایش سقف انتقال وجه تا تمدید خودکار کارت‌های منقضی اقدامات بانک پاسارگاد برای کاهش مراجعه حضوری به شعبه‌ها بانک پاسارگاد جهت پیشگیری از شیوع ویروس کرونا در پی تردید غیرضروری، اقداماتی را برای کاهش مراجعه به شعبه‌ها انجام داد.

به گزارش روابطعمومی بانک پاسارگاد، این بانک در راستای اقدامات خود برای جلوگیری از انتشار ویروس کرونا و حفظ سلامت هموطنان، علاوه بر کاهش ساعات کاری واحدهای خود، سقف انتقال وجه کارت به کارت را بر روی درگاه‌های غیرحضوری (اینترنت و موبایل) از مبلغ ۳۰ میلیون به مبلغ ۵۰ میلیون ریال در روز برای کارت‌های نقدی افزایش داد.

ایین بانک همچنین در اقدامی دیگر، کارت‌های نقدی که از ابتدا تا انتهای اسفند سال ۱۳۹۸ منقضی می‌شوند را بدون نیاز به مراجعه مشتریان به شعبه‌ها، تا اسفند سال ۱۳۹۹ به‌طور خودکار تمدید کرده و تاریخ انقضای جدید را به صورت پیامک برای مشتریان ارسال کرد. مشتریانی که تاریخ انقضای کارت آنها به صورت خودکار تمدید شده است، باید در تراکنش‌های غیرحضوری به جای ثبت تاریخ انقضای درج شده بر روی کارت، تاریخ انقضای جدید (۱۳۹۹/۱۲) را در درگاه‌های پرداخت غیرحضوری وارد کنند. سامانه‌های بانکداری الکترونیک بانک پاسارگاد اعم از بانکداری مجازی، همراهبانک پاسارگاد، سامانه پرداخت اینترنتی سایت بانک، کیپاد، تلفن بانک، سامانه #۷۲۰۰ و ... با ارائه اکثر خدمات بانکی به مشتریان، آنها را از مراجعه غیرضروری به شعبه‌های بانک بی‌نیاز می‌کند. گفتنی است سامانه جامع ارتباط با مشتریان در سایت بانک پاسارگاد به آدرس https://www.bpi.ir/crm و مرکز مشاوره و اطلاع‌رسانی این بانک به شماره ۸۲۸۹۰ به صورت شبانه‌روزی، آماده پاسخگویی به سؤالات مهم‌میانان است.

همتی به مدیران بانک‌ها توصیه کرد که به علت شیوع «کرونا» در وصول اقساط با مشتریان همراهی کنند

تمهیدات بانک مرکزی برای کاهش مراجعه حضوری به بانک‌ها



شرط بانک مرکزی برای انتقال بالای ۲۰۰ میلیون تومان بانک مرکزی در بخشنامه‌ای دیگر نیز اعلام کرد: براساس هدف مقابله با پولشویی، انتقال وجه با مبلغ بالاتر از ۲۰۰ میلیون تومان، برای اشخاص حقیقی به وسیله کلیه تراکنش‌های بانکی مشروط به درج بابت و در صورت نیاز منوط به ارائه «اسناد مثبته» شد.

براساس بخشنامه بانک مرکزی، بر پایه اجرای تکالیف مقرر در قانون بودجه سال ۹۸ و به منظور افزایش شفافیت تراکنش‌های بانکی و مبارزه با پولشویی و جلوگیری از فرار مالیاتی، این بانک موظف است با تصویب شورای پول و اعتبار برای شفافیت در تراکنش‌های بانکی به شکل یکسان یا متناسب با سطح فعالیت اشخاص حقیقی از نظر عملکرد مالی، حد آستانه‌ای را تعیین کند. بر این اساس، انتقال وجه با مبلغ بالاتر از حد آستانه را برای اشخاص حقیقی به وسیله کلیه تراکنش‌های بانکی و سایر ابزارهای پرداخت مشروط به درج بابت و در صورت نیاز به ارائه اسناد مثبته می‌شود.

اشخاص حقیقی که از حساب بانکی خود استفاده تجاری می‌کنند، می‌توانند با دریافت شناسه اقتصادی و اتصال حساب بانکی خود به آن از شمول مفاد این جز مستثنی شوند. همچنین به استناد تبصره یک ماده ۱۱۲ آیین‌نامه اجرایی ماده ۱۴ الحاقی قانون مبارزه با پولشویی مصوبه سال ۱۳۹۸ و ابلاغی به موجب بخشنامه آبان ماه سال ۹۸ که در آن مقرر شده بانک مرکزی به منظور کاهش سطح خطر پولشویی و تأمین مالی تروریسم در ارائه خدمات انتقال وجوه تدابیر مقتضی را از قبیل تعیین حداکثر سقف مبلغ برای ارائه خدمات و تعداد مجاز روزانه برای تراکنش‌های هر مشتری متناسب با سطح خطر تعامل کاری اتخاذ کند.

علاوه بر اینن در کلیه نقل و انتقالات وجوه بالاتر از یک میلیارد تومان درون بانکی و بین بانکی مشتری حقوقی و مشتری حقیقی دارای حساب سپرده تجاری و نیز نقل و انتقال وجه بالاتر از ۲۰۰ میلیون تومان درون بانکی و بین بانکی مشتری حقیقی دارای حساب سپرده شخصی انتقال وجوه نیاز به تکمیل قسمت «بخش بابت» در فرم‌های مربوط به و ارائه اسناد مثبته دل بر انجام معامله، قرارداد و یا علت انتقال وجه است. ضمن آنکه ضرورت دارد آستانه مجاز مجموع مبالغ برداشت از طریق درگاه‌های پرداخت حضوری و غیرحضوری از کلیه حساب‌های سپرده متعلق به مشتری حقوقی، مشتری حقیقی دارای سپرده جاری و مشتری حقیقی دارای سپرده شخصی ولی اشخاص پایین‌تر از ۱۸ سال در آن موسسه اعتباری به آستانه‌های تعیین شده در دستورالعمل محدود شود.

در صورت عدم اعمال کنترل فوق، افزایش سقف انتقال وجه مجاز نیست. * امکان تمدید تاریخ انقضای کارت‌های بانکی بدون نیاز به مراجعه حضوری مشتری به مدت سه ماه از تاریخ انقضا بلامانع است. ضروری است اقدامات لازم برای احراز هویت غیرحضوری و اطلاع‌رسانی به مشتریان صورت پذیرد.

* طبق روال سال‌های گذشته و به منظور کاهش مراجعات مردم به شعب و دستگاه‌های خودپرداز افزایش سقف برداشت نقدی درون بانکی از ۲۰میلیون ریال به ۵میلیون ریال بلامانع است. لازم به ذکر است این اقدام در راستای کاهش مراجعه مشتریان به شعبه صورت می‌گیرد و علی رغم ایجاد امکان فوق ضروری است اطلاع‌رسانی مناسب در راستای کاهش استفاده از اسکناس به مشتریان صورت پذیرد.

* تعداد تلاش‌های متوالی ناموفق رمز دوم در هر شبانه روز به شرح دستورالعمل پیوست به پنج بار افزایش یابد.

بانک مرکزی در پایان بخش‌نامه خود افزوده است: رعایت مفاد این بخشنامه تا اطلاع ثانوی لازم‌الاجرا بوده و بازگشت به وضعیت عادی با ابلاغ این بانک انجام می‌شود.

گفتنی است این روزها ایران و بیش از ۵۰ کشور جهان درگیر شیوع

ویروس «کرونا» هستند. این ویروس که از سوی سازمان بهداشت جهانی

«کووید-۱۹» نام گرفته است، نخستین بار در شهر ووهان چین شناسایی

شد و سازمان بهداشت جهانی را بر آن داشته است تا وضعیت فوق‌العاده

در جهان اعلام کند.

همچنین آمار ابتلای قطعی «کروناویروس» در ایران تا ظهر یکشنبه

(یازدهم اسفند) به ۹۸۷ نفر و تعداد فوت شدگان در مجموع به ۵۴ نفر

رسیده است. همچنین ۱۷۵ نفر از مبتلایان بهبود یافته و از بیمارستان

ترخیص شده‌اند. به گفته دکتر کیانوش جهانپور، رئیس مرکز روابط

عمومی و اطلاع‌رسانی وزارت بهداشت، آخرین یافته‌های آزمایشگاهی

در کل بالغ بر ۳۸۵ مورد جدید ابتلای قطعی به بیماری کووید-۱۹ را

در کشور ظرف ۲۴ ساعت گذشته (از روز شنبه تا ظهر یکشنبه) نشان

می‌دهد. در این مدت مجموعاً ۳۰ مورد جدید بیماری در استان قم، ۱۷۰

مورد در استان تهران، گیلان ۲۸ مورد، مرکزی ۴۴ مورد، استان اصفهان

۱۳ مورد، فارس ۸ مورد، خراسان رضوی ۱۷ مورد، کرمانشاه ۲ مورد،

لرستان ۸ مورد، سمنان ۳مورد، مازندران ۱۱ مورد، همدان ۳ مورد،

خراسان جنوبی ۲ مورد، البرز ۳۱ مورد، هرمزگان ۲ مورد، خوزستان ۹

مورد، سیستان و بلوچستان یک مورد، ایلام یک مورد و کرمان ۲ مورد

ابتلای قطعی گزارش شده است.

فرصت امروز: رئیس‌کل بانک مرکزی با توجه به تعطیلی یا کاهش فعالیت برخی از کسب و کارهای کشور به علت شیوع ویروس «کرونا» به مدیران بانک‌ها توصیه کرد که در زمینه تمدید زمان و نحوه وصول اقساط وام‌ها، همراهی لازم را با مشتریان داشته باشند.

عبدالناصر همتی روز یکشنبه با انتشار یادداشتی در صفحه اینستاگرام نوشت: این روزها با وجود ریسک فعالیت در شعب بانک‌ها شاهد تلاش‌ها و زحمات کارکنان نظام بانکی برای خدمت به مردم به ویژه در شعب بانک‌ها هستیم و ضمن توجه به دستورالعمل‌های بهداشتی، از این زحمات قدردانی می‌کنیم.

به نوشته همتی، براساس شرایط فعلی که موجب تعطیلی یا کاهش برخی از کسب و کارهای کشور شده، کاهش عایدی برخی واحدها و صنوف و اشخاص حقیقی را نیز در پی داشته است.

رئیس‌کل بانک مرکزی در پایان این یادداشت خطاب به مدیران بانک‌ها توصیه کرد که شرایط امروز اشخاص حقیقی و حقوقی که از این بابت دچار وقفه درآمدی می‌شوند، در نظر گرفته و در زمینه تمدید زمان و نحوه وصول اقساط وام‌ها، همراهی لازم را با مشتریان به عمل آورند و مراعات وضعیت آنها را بکنند.

روزانه ۵ میلیون تومان کارت به کارت کنید

بانک مرکزی همچنین دیروز در بخشنامه‌ای از اندیشیدن تمهیدات برای کاهش مراجعات حضوری مردم به شعب خبر داد و اعلام کرد: به منظور پیشگیری از شیوع ویروس کرونا، اقدامات لازم برای تسهیل استفاده از درگاه‌های غیرحضوری و کاهش مراجعات حضوری مردم به شعب و دستگاه‌های خودپرداز به صورت موقت پیش‌بینی و به شبکه بانکی ابلاغ شده است.

به گزارش روابط عمومی بانک مرکزی، اقدامات این بانک به این شرح است:

* سقف مجاز انتقال وجه کارت به کارت (شتابی و درون بانکی) از طریق درگاه‌های اینترنتی و خودپردازها از مبلغ ۳۰میلیون ریال در هر شبانه روز از مبدأ هر کارت به ۵۰میلیون ریال افزایش یابد. لازم به ذکر است میزان کارمزد انتقال وجه بیش از ۳۰میلیون ریال برابر با کارمزد انتقال وجه ۳۰میلیون ریالی است.

* سقف مجاز انتقال وجه کارت به کارت از طریق پرداخت‌سازها از ۱۰میلیون ریال به ۳۰میلیون ریال با حصول اطمینان از انطباق شماره ملی دارنده کارت و شماره ملی دارنده سیم کارت انجام‌دهنده تراکنش قابل افزایش است. با توجه به خطرات ناشی از سوءاستفاده‌های احتمالی

قیمت خرید از مردم به ۱۶ هزار و ۲۵۰ تومان رسید. این در حالی بود که روز شنبه قیمت دلار در بازار کاهشی ۸۰۰ تومانی را تجربه کرد و ریزش شدید قیمت‌ها در عصر این روز منجر به تشکیل صف‌های فروش در میدان فردوسی شد. فعالان بازار می‌گویند مهم‌ترین دلیل افزایش نرخ‌ها تلاش دلانن برای بالا بردن قیمت‌ها بوده و بازارساز با هدف ممانعت از ایجاد رانت، نسبت به افزایش قیمت اقدام کرده است.

همچنین نرخ خرید دلار در صرافی‌های بانکی از مردم همچنان در کانال ۱۴ هزار تومان باقی ماند و صرافان بانکی هر دلار را به قیمت ۱۴هزار و ۹۵۰ تومان خریداری کردند. نرخ فروش هر دلار نیز در تابلوی صرافی‌های بانکی ۱۵ هزار و ۵۰۰ تومان بود.

قیمت فروش یورو در صرافی‌های بانکی هم به ۱۶ هزار و ۳۵۰ تومان و قیمت خرید از مردم به ۱۶ هزار و ۲۵۰ تومان رسید. این در حالی بود که روز شنبه قیمت دلار در بازار کاهشی ۸۰۰ تومانی را تجربه کرد و ریزش شدید قیمت‌ها در عصر این روز منجر به تشکیل صف‌های فروش در میدان فردوسی شد. فعالان بازار می‌گویند مهم‌ترین دلیل افزایش نرخ‌ها تلاش دلانن برای بالا بردن قیمت‌ها بوده و بازارساز با هدف ممانعت از ایجاد رانت، نسبت به افزایش قیمت اقدام کرده است.

همچنین نرخ خرید دلار در صرافی‌های بانکی از مردم همچنان در کانال ۱۴ هزار تومان باقی ماند و صرافان بانکی هر دلار را به قیمت ۱۴هزار و ۹۵۰ تومان خریداری کردند. نرخ فروش هر دلار نیز در تابلوی صرافی‌های بانکی ۱۵ هزار و ۵۰۰ تومان بود. قیمت فروش یورو در صرافی‌های بانکی هم به ۱۶ هزار و ۳۵۰ تومان و

قیمت خرید از مردم به ۱۶ هزار و ۲۵۰ تومان رسید. این در حالی بود که روز شنبه قیمت دلار در بازار کاهشی ۸۰۰ تومانی را تجربه کرد و ریزش شدید قیمت‌ها در عصر این روز منجر به تشکیل صف‌های فروش در میدان فردوسی شد. فعالان بازار می‌گویند مهم‌ترین دلیل افزایش نرخ‌ها تلاش دلانن برای بالا بردن قیمت‌ها بوده و بازارساز با هدف ممانعت از ایجاد رانت، نسبت به افزایش قیمت اقدام کرده است.

کارتی و بدون حضور کارت از جمله پرداخت از طریق دستگاه کارتخوان و پرداخت اینترنتی به صورت قابل توجهی افزایش داشته که بررسی جزئیات بیشتر آن نشان می‌دهد، به صورت روزانه به شبکه پرداخت بالغ بر چهار و نیم میلیون تراکنش افزوده شده است. جزئیات اعلامی از سوی شرکت‌های پرداخت حاکی از آن است که بیشترین افزایش تراکنش در زمینه پایانه‌های فروشگاهی مربوط به داروخانه‌ها و فروشندگان لوازم آرایشی و بهداشتی و پس از آن فروشگاه‌های زنجیره‌ای است؛ در این میان با توجه به توصیه‌های بهداشتی کاهش شدیدی در فروش کسب و کارهای حوزه رستوران و اغذیه‌فروشی ایجاد شده است. کارشناسان و مدیران شرکت‌های پرداخت الکترونیک معتقدند که همواره و در سال‌های گذشته در این بازه زمانی با توجه به نزدیکی عبد نوروز تراکنش‌ها مقداری نسبت به ماه‌های گذشته افزایش پیدا می‌کرد اما این حجم از افزایش تراکنش الکترونیک و پرداخت یاران و داده‌های دریافتی از بانک مرکزی، تعداد تراکنش‌های

در تمامی بخش‌ها با وجود اجرایی شدن طرح رمز دوم پویا و مقداری کاهش در تراکنش‌های بدون حضور کارت نشان از حرکت شهروندان به سمت استفاده از کارت بانکی با پرداخت اینترنتی و کدهای QR برای عملیات پرداخت دارد تا از ابزاری با احتمال آلودگی پایین‌تر نسبت به اسکناس به عنوان یکی از آلوده‌ترین وسایل استفاده کنند و خطر ابتلا به ویروس کرونا را کاهش دهند.

لازم است تا شهروندان برای خرید با پایانه‌های فروش، کارت بانکی خود را شخصاً بر روی دستگاه‌های کارتخوان کشیده، رمز را خودشان وارد کنند و پس از انجام عملیات پرداخت کارت بانکی و دستان خود را ضدعفونی کنند؛ همچنین صاحبان پایانه‌های فروشگاهی باید دستگاه را در نقطه‌ای قرار دهند که مشتری عملیات پرداخت را شخصاً انجام دهد و به صورت روزانه چندین مرتبه دستگاه ضدعفونی شود و پیشنهاد می‌شود تا در کنار دستگاه دستمال کاغذی قرار بگیرد تا مشتری دکمه‌های کارتخوان را لمس نکند.

نماگر بازار سهام



روزهای کرونایی و پدیده «نوسان و ناپایداری»

سیدحمیدرضا علوی کارشناس بازار سرمایه

بازار پولی ایران بعد از یک هفته تحمل شوک FATF و کرونا، اولین روز هفته را با آرامش نسبی آغاز کرد. ترمز دلار تا حدی کشیده شد و به کانال ۱۴ هزار تومان برگشت خورد تا پیش‌بینی برخی کارشناسان از جمله رئیس بانک مرکزی مبنی بر «مقطعی بودن چش قیمت ارز» به واقعیت نزدیک شود. هرچند رفتار سفته‌بازان و نوسانگیران نشان از این دارد که آنها به راحتی با پس نمی‌کشند و بازگشت نرخ دلار به کانال ۱۴ هزار تومان با اما و اگراهایی روبه‌رو است.

اما بازار بورس در این روز با ریزش سنگین ۱۹ هزار واحدی شاخص کل، این ترس را در دل سهامداران انداخت که با صف‌های فروش و خطر از دست رفتن سودهای حاصله روبه‌رو شوند. پیش از این در یادداشت‌های مختلف در باب ضرورت و فواید «اصلاح» درونی بازار بورس سخن گفته بودیم. بازار سرمایه در ساختار درونی خویش بعد از هر رشد شاخص کل، نیازمند یک اصلاح برای تعادل بخشی به دو کفه عرضه و تقاضا و نیز واقعی کردن ارزش سهام است. در رابطه با اتفاق روز شنبه هم انتظار می‌رود علی‌رغم ظاهر ترس‌آلود آن به عنوان یک عامل تنفس و نوعی تجدید قوا برای بازار سرمایه ایفای نقش کند. البته در وضعیت التهاب‌آلود بازار «فرآیند اصلاح» که در این روز با ریزش ۱۹ هزار واحدی شاخص کلید خورد، ممکن است کوتاه مدت باشد و حتی تحت تاثیر افزایش نرخ ارز و حجم بالای نقدینگی دوباره شاخص به روند صعودی بازگردد.

در هر حال، این ریزش در بازارهای مختلف پیام‌های معنادار برای گروه‌های مختلف معامله‌گران و فعالان اقتصادی در برداشت. برای گروه نوسانگیران و سفته‌بازان این پیام را داشت که رویای دلار ۲۰ یا ۲۵ هزار تومانی را از ذهن خویش دور کنند. پیام آن برای معامله‌گران سهام نیز این بود که چندان اسیر جو و التهاب نشده و در خرید و فروش خود حسابگرانه به ارزش واقعی سهام‌ها توجه کنند. با همه این احوال، هنوز نمی‌توان از بازگشت کامل ثبات و تعادل به بازارهای مالی ایران سخن گفت و پدیده «نوسان و ناپایداری» همچنان در افق اقتصاد ایران به چشم می‌خورد.

به باور کارشناسان، بخشی از این ناپایداری ریشه در تحولات اقتصاد جهانی دارد تحولاتی که با سونامی کرونا آغاز شد و اکنون شوک‌های منفی پر قدرتی را بر بازارهای جهانی حکمفرما کرده است. در حال حاضر تحت تاثیر این سونامی، شاخص‌های کلان بورس‌های آمریکا، اروپا و آسیا دچار ریزش شدید شده و کفه عرضه و تقاضا مختل شده است. اقتصاد بالنده قدرت‌های شرق آسیا از چین تا کره جنوبی و سنگاپور در صف اول آسیب‌دیدگان کرونا هستند. هفته گذشته سخن از ضرر ۱۸۵ میلیارد دلاری کرونا به اقتصاد چین بود اما اکنون صندوق بین‌المللی پول در دومین برآورد خود می‌گوید که اقتصاد جهان با روند تعطیلی کارخانجات و شرکت‌ها و قرنطینه شدن شهرهای مهم تجاری و توریستی ضرر ۱۹ هزار میلیاردی را در اولین فصل سال ۲۰۲۰ متحمل خواهد شد. عامل جهانی دیگری که در روز شنبه آثار آن را در ارزش برخی سهام‌ها دیدیم کاهش قیمت جهانی نفت به زیر مرز ۵۰ دلار بود که بلافاصله باعث کاهش ارزش بازارهای کالایی از جمله قیمت فلزات اساسی نظیر مس، روی، نیکل و آلومینیوم شد.

رهبران سیاسی جهان با حضور پی در پی مقابل دوربین رسانه‌ها همچنان سعی دارند اوضاع اقتصادی کشور خود را باثبات نشان دهند و ترس و نگرانی را از نگاه شهروندان و سرمایه‌گذاران بزدانند. کما اینکه دونالد ترامپ انگشت اتهام به سمت شبکه‌های بزرگ خبری نشانه رفت و مدعی شد که امثال شبکه سی‌ان‌ان در پی تزیق ترس و وحشت در کالبد اقتصاد آمریکا هستند، اما واقعیت‌های دنیای اقتصاد چیزی غیر از ادعای ترامپ را برای ما روایت می‌کند.

بازگشت پر قدرت شاخص بورس به مدار صعود با رشد ۹ هزار واحدی

بورس دوباره سبزپوش شد



فرصت امروز: با وجود افت ۱۸ هزار واحدی شاخص بورس در اولین روز هفته، اما روز یکشنبه بار دیگر شاخص بورس به مدار رشد بازگشت و بیش از ۹ هزار واحد افزایش یافت. این روزها بازار سرمایه همانند دیگر حوزه‌های اقتصادی با موج شیوع کرونا روبه‌روست و همین امر باعث گمانه‌زنی‌های مختلفی درباره روند بازار سهام شده است. با این‌همه، بورس تهران در هفته گذشته و علی‌رغم بازگشت ایران به لیست سیاه FATF و همین‌طور شیوع ویروس کرونا، بی‌اعتنا به تحولات بیرونی به رشد خود ادامه داد، اما آنچه در روز شنبه به اصلاح ۱۸ هزار واحدی شاخص کل انجامید، باعث ترس و هراس سهامداران شد، اما این هراس چندان طول نکشید و شاخص بورس در روز یکشنبه با رشد ۹ هزار و ۷۸۲ واحدی در ارتفاع ۵۱۵ هزار و ۵۸۳ واحد ایستاد.

همچنین شاخص کل (هم وزن) با ۴ هزار و ۸۸۳ واحد افزایش به ۱۷۴ هزار و ۴۶۹ واحد و شاخص قیمت (هم وزن) با ۳ هزار و ۲۵۱ واحد رشد به ۱۱۶ هزار و ۱۵۰ واحد رسید. شاخص آزاد شناور نیز با ۱۴ هزار و ۲۸۷ واحد افزایش به رقم ۶۵۰ هزار و ۳۱۴ واحد رسید، شاخص بازار اول ۵ هزار و ۸۷۳ واحد و شاخص بازار دوم ۲۵ هزار و ۴۲۶ واحد افزایش داشتند. در معاملات روز یکشنبه بیش از ۶ میلیارد و ۲۹۶ میلیون سهم، حق تقدم و اوراق بهادار به ارزش ۴۵ هزار و ۲۶ میلیارد ریال داد و ستد شد. نمادهای صنایع پتروشیمی خلیج فارس (فارس) با یک هزار و ۹۶ واحد، شرکت ارتباطات سیار ایران (همراه) با ۳۸۷ واحد، گروه مدیریت سرمایه‌گذاری امید (وامید) با ۳۷۷ واحد، مخابرات ایران (اخیر) با ۳۳۹ واحد و توسعه معادن و فلزات (ومعادن) با ۳۱۳ واحد بیشترین تاثیر مثبت را بر شاخص کل داشتند.

نمادهای پربیننده بورس در روز یکشنبه

در مقابل نیز نمادهای پالایش نفت اصفهان (شینا) با ۳۵۷ واحد، فولاد خراسان (فخاس) با ۲۲۷۹ واحد، کشتیرانی جمهوری اسلامی ایران (حکشتنی) با ۲۵۰ واحد، پالایش نفت تهران (شستران) با ۲۴۳ واحد، خدمات انفورماتیک (رانفور) با ۱۰۵ واحد، پارس سوویج (پسوویج) با ۹۹ واحد، فولاد خوزستان (فخوز) با ۶۱ واحد و پالایش نفت بندرعباس (شبنندر) با ۵۲ واحد از جمله گروه‌هایی بودند که افت شاخص بورس را رقم زدند.

همچنین نمادهای بانک تجارت، سایپا، بانک ملت، فولاد مبارکه اصفهان، ملی صنایع مس ایران، ایران خودرو و پالایش نفت اصفهان از جمله نمادهای پربیننده دیروز بودند. گروه شیمیایی هم در معاملات این روز صدرنشین برترین گروه‌های صنعت شد و ۳۰۶ میلیون و ۶۴۰ هزار برگه سهم به ارزش ۵ هزار و ۹۴ میلیارد ریال در این گروه داد و ستد شد.

شاخص فرابورس نیز بیش از ۱۴۰ واحد رشد داشت و بر روی کانال ۶ هزار و ۶۷۵ واحد ثابت ماند. در این بازار ۲ میلیارد و ۸۸۵ میلیون برگه سهم به ارزش بیش از ۲۷ هزار و ۹۵۹ میلیارد ریال داد و ستد شد. نمادهای سنگ آهن گهرزمین (ککهر)، پتروشیمی مارون (مارون)، گروه توسعه مالی مهر آیندگان (ومهان)، تولید نیروی برق دماوند (دماوند)، توسعه مولد نیروگاهی جهرم (بجهرم)، بیمه کوثر (کوثر)، س. توسعه و هلدینگ صنایع معدنی خاورمیانه (میدکو)، بیشترین تاثیر مثبت را در بین تمامی نمادها بر شاخص این بازار داشتند. همچنین نمادهای صنایع ماشین‌های اداری ایران (مادیرا)، فولاد هرمزگان جنوب (هرمز)، شرکت آهن و فولاد ارفع (ارفع)، پالایش نفت شیراز (شیراز) و نفت پاسارگاد (شپاس) مانع از رشد بیشتر شاخص فرابورس شدند.

آغاز حرکت شاخص بورس برخلاف پیش‌بینی‌ها

همانطور که در ابتدای گزارش اشاره شد، سهامداران در این روزها با نگرانی زیادی، اثرات شیوع کرونا بر بازار سرمایه، تعطیلی شرکت‌های بورسی و افت قیمت‌های جهانی را رصد می‌کنند. فعالان بازار از هفته گذشته بعد از مسئله کرونا و تاثیرگذاری آن بر قیمت‌های جهانی در انتظار ریزش شاخص بورس بودند؛ در حالی که ورود گسترده نقدینگی و استقبال سرمایه‌گذاران از این بازار اجازه چنین اصلاحی و ریزش شاخص بورس را به این بازار نداد و رشد پر قدرت نماگر بورس تا پایان هفته ادامه‌دار بود.

همچنین از روزهای پایانی هفته گذشته بود که به دلیل افت چشمگیر قیمت‌های جهانی خبرهایی در فضای مجازی در زمینه اصلاح شاخص بورس مطرح شد که سرمایه‌گذاران حاضر در بازار را نگران معاملات هفته جاری ساخت و قبل از آغاز معاملات روز شنبه شاهد ایجاد صف‌های فروش طولانی در بازار به منظور جلوگیری از ضرر و زیانهای احتمالی بودیم.

ابلاغیه‌های جدید سازمان بورس در زمینه تغییر حجم مینا و همچنین تغییر فرآیند صدور کد برای سهامداران جدید نیز عامل دیگری بود که به دنبال کاهش قیمت‌های جهانی، افت بیشتر شاخص بورس را در روز شنبه رقم زد و اصلاح ۱۹ هزار واحدی این شاخص را به دنبال داشت. در همین زمینه، نوید قدوسی، کارشناس بازار سرمایه درباره سمت و سوی بازار سهام در این روزها و علت افت شاخص بورس در روز شنبه گفت: علاوه بر تاثیر ابلاغیه‌های صادر شده از سوی سازمان بورس، مسئله کرونا و ریزش بازارهای جهانی می‌تواند به عنوان دیگر عامل تاثیرگذار بر روند نزولی بازار سرمایه مطرح شود.

او در گفت‌وگو با ایرنا، با بیان اینکه گسترده شدن کرونا در ایران می‌تواند

ردیف	عنوان پروژه	مبلغ برآورد پایه	مدت اجرا	مبلغ تضمین (ریال)	رئیس و رسته پیمانکار
۱	نابین ۶۶ نفر نیروی انسانی جهت خدمت در امور اراضی در سال ۹۹	۲۲/۲۰۰/۰۰۰/۰۰۰	۱۲ ماه	۱/۱۱۰/۰۰۰/۰۰۰	مرتبط

فراخوان مناقصه عمومی یک مرحله ای

سازمان جهاد کشاورزی استان تهران در نظر دارد پروژه ای با مشخصات ذیل را طبق مفاد اسناد این مناقصه به پیمانکار واجد شرایط و دارای صلاحیت و رتبه معتبر مطابق معیار ها ، ضوابط و جداول مربوطه، واگذار نماید.

(مبالغ به ریال)

ردیف	عنوان پروژه	مبلغ برآورد پایه	مدت اجرا	مبلغ تضمین (ریال)	رئیس و رسته پیمانکار
۱	نابین ۶۶ نفر نیروی انسانی جهت خدمت در امور اراضی در سال ۹۹	۲۲/۲۰۰/۰۰۰/۰۰۰	۱۲ ماه	۱/۱۱۰/۰۰۰/۰۰۰	مرتبط

تأمین اعتبار از ماده ۵ قانون اصلاح حفظ کاربری اراضی زراعی و باغی ردیف ۲۵-۵۳۰۰۰۰

محل و مهلت توزیع اسناد مناقصه به پیمانکاران :از روز دوشنبه مورخ ۹۸/۱۲/۱۲ لغایت روز شنبه مورخ ۹۸/۱۲/۱۷ (شرح در پیوست اسناد ارائه شده در سامانه تدارکات الکترونیکی دولت)

محل و مهلت دریافت پاکت های پیشنهاد قیمت از پیمانکاران در سامانه ستاد ایران : ساعت ۱۰روز سه شنبه مورخ ۹۸/۱۲/۲۷

در سامانه ستاد(شرح در پیوست اسناد ارائه شده در سامانه تدارکات الکترونیکی دولت)

محل و تاریخ گشایش پاکت ها:ساعت ۱۱ روز سه شنبه مورخ ۹۸/۱۲/۲۷ سالن جلسات شماره (۲) سازمان جهادکشاورزی استان تهران (شرح در پیوست اسناد ارائه شده در سامانه تدارکات الکترونیکی دولت)

پیشنهاد قیمت ها می بایست برای مدت سه ماه معتبر باشند .

دارا بودن شناسه ملی و ارائه آن به همراه اسناد و مدارک در سامانه ستاد الزامی است .

تضمین معتبر مطابق آئین نامه تضمین معاملات دولتی شماره ۹۲-۱۳۳۴/۵۰۶۵۹ ه مورخ ۹۳/۹/۲۲

هزینه چاپ دو نوبت آگهی فوق ، بر عهده برنده مناقصه می باشد . تلفن دبیرخانه کمیسیون مناقصات : ۸۱۱۲۲۵۲۵ و ۸۱۱۲۲۶۳۶

دبیرخانه کمیسیون مناقصات سازمان جهاد کشاورزی استان تهران

م:الف: ۴۳۰۴

تجدید مناقصه عمومی دو مرحله ای ۹۸ / ۸۰



مناقصه گذار: شرکت توزیع نیروی برق خوزستان

اصلاح و تمدید

شماره مناقصه	موضوع مناقصه	سپرده شرکت در مناقصه(ریال)
۹۸ / ۸۰	خرید لباس کار سیمانیان بهره برداری	اسناد پیوست

محل دریافت اسناد مناقصه:الف: اهواز آماتیه خیابان شهید منصفی شرکت توزیع نیروی برق خوزستان دوم اتاق ۲۰۲ امور بازرگانی و قراردادها تلفن: ۳۳۳۳۴۰۳۹

ضمنا آگهی مناقصه در سایت اینترنتی شرکت توزیع نیروی برق خوزستان(www.kepdc.co.ir)و سایت شرکت توانیر (www.tavanir.org.ir) و یا پایگاه ملی اطلاع رسانی http://iets.mporg.ir قابل رویت می باشد.

تاریخ تحویل پاکت مناقصه : تا پایان وقت اداری روز چهارشنبه مورخ ۹۸/۱۲/۱۴

محل تحویل پاکت مناقصه:اهواز آماتیه خیابان شهید منصفی شرکت توزیع نیروی برق خوزستان طبقه اول دفتر حراست و امور محرمانه

تاریخ گشایش پاکت مناقصه:روز سه شنبه مورخ ۹۸/۱۲/۲۰ ساعت ۱۴

مبلغ خرید اسناد مناقصه: ۱/۰۰۰/۰۰۰ ریال واریز به حساب سپهر شماره ۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰ نزد بانک صادرات اهواز شعبه دژ

پیشنهاد دهنده مکلف است معادل مبلغ سپرده ، تضمینهای معتبر تسلیم یا مبلغ مذکور را به حساب بانکی شرکت واریز و یا چک بانکی تضمینی در وجه شرکت تهیه و حسب مورد ضمانتنامه یا رسید واریز وجه یا چک بانکی را ضمیمه پیشنهاد به شرکت تسلیم نماید.

به پیشنهاد های فاقد سپرده ، سپرده های مخدوش ، سپرده های کمتر از میزان مقرر یا چک شخصی و نظایر آن ترتیب اثر داده نخواهد شد.

به پیشنهاد های فاقد امضاء مخدوش و پیشنهادهائی که بعد از انقضاء مدت مقرر واصل شود مطلقا ترتیب اثر داده نخواهد شد.

سایر اطلاعات و جزئیات مربوطه در اسناد مناقصه مندرج است.

امور بازرگانی و قراردادهای شرکت توزیع نیروی برق خوزستان

علت خالی ماندن برخی از قفسه‌های فروشگاه‌های زنجیره‌ای



قیمت هر مثقال زعفران مشخص شد

عضو شورای ملی زعفران جدیدترین نرخ هر کیلو و هر مثقال زعفران ایرانی را اعلام کرد. علی حسینی عضو شورای ملی زعفران در گفت و گو با باشگاه خبرنگاران جوان، از رکود حاکم بر بازار طلای سرخ خبر داد و گفت: در حال حاضر وضعیت عرضه و تقاضا بسیار کند است و انتظاری جز این نیست، چراکه تحرک لازم در بازار وجود ندارد. وی افزود: بازار صادرات زعفران نشأت گرفته از رکود بازار داخل است و برخی کشورها در بحث تجارت مشکل دارند که امیدواریم با آرام شدن اوضاع در ماه‌های آتی، کمبود صادرات در ماه‌های قبلی جبران شود. حسینی قیمت هر کیلو زعفران دسته‌ای را ۶ میلیون تا ۶ میلیون و ۵۰۰ هزار تومان و زعفران سوپر نگین را ۱۰ میلیون و ۵۰۰ هزار تومان اعلام کرد بنابراین قیمت هر مثقال زعفران برابر ۲۸ هزار تومان است.

صادرات زعفران کند می‌شود

عضو شورای ملی زعفران از ثبات قیمت خرید و فروش نسبت به ابتدای سال خبر داد و گفت: با توجه به شرایط فعلی عرضه و تقاضا، قیمت زعفران در ایام عید نوسانی ندارد، چراکه شرکت‌ها نیمه تعطیل هستند و صادرات در ماه‌های پایانی سال کند می‌شود. به گفته وی، طی ماه‌های ابتدای سال آینده امیدواریم از التهاب قیمت در بازار جلوگیری شود تا بتوانیم کسری صادرات ماه‌های قبل را جبران کنیم. عضو شورای ملی زعفران در پایان با اشاره به اینکه وضعیت صادرات زعفران تعریفی ندارد، تصریح کرد: آمار دقیقی از میزان صادرات اعلام نشده است چراکه بیان آمار به سبب جو روانی منجر به دلهره کشاورزان می‌شود، اما به سبب آنکه بزرگ‌ترین تولیدکننده زعفران در دنیا به شمار می‌رویم، می‌توانیم نیاز بازار را با بهترین کیفیت و قیمت‌های رقابت‌پذیر تامین کنیم.

ممنوعیت صادرات تجهیزات بهداشتی

مقابله با کرونا

معاون فنی و امور گمرکی گمرک ایران از تدابیر گمرکی برای مقابله با ویروس کرونا، از جمله ممنوعیت صادرات برخی اقلام پیشگیرانه با کرونا خبر داد. به گزارش باشگاه خبرنگاران جوان، مهرداد ارونقی از تدابیر گمرکی برای مقابله با ویروس کرونا خبر داد و اعلام کرد: صادرات تجهیزات پزشکی مانند ماسک، لباس گان، دستکش، محصولات بهداشتی مانند آب ژاول، ضدعفونی‌کننده‌ها، صابون، مایعات شوینده، الکل و...، نساجی و سلولزی مانند منسوج نبافته، کاغذ تیشو، دستمال کاغذی و بهداشتی و... ممنوع شد. معاون فنی و امور گمرکی گمرک ایران در این خصوص گفت: با عنایت به برنامه‌ریزی‌های صورت‌پذیرفته در راستای افزایش تولید محصولات مرتبط با مقابله با ویروس کرونا و همچنین واردات و انتقال ملزومات پزشکی مرتبط از جمله کیت‌ها و ملزومات تشخیصی، محلول‌های شوینده و ضدعفونی‌کننده، دستورالعملی تدوین و امروز به گمرکات سراسر کشور ابلاغ شد.

کرونا، دور کاری و لزوم بهبود سرعت اینترنت

بسیاری از کارشناسان بر این باورند که شیوع ویروس کرونا در کشورهای مختلف و روی آوردن آنها به دور کاری، آنها را به توسعه هرچه سریع‌تر شبکه اینترنت پرسرعت ۵G نزدیک‌تر خواهد کرد. به گزارش ایسنا، با توجه به شیوع گسترده ویروس خطرناک و کشنده کرونا در نقاط گسترده‌ای از جهان، مبحث دور کاری بسیار داغ‌تر از قبل شده و بسیاری از دولت‌های جهان را واداشته تا با صدور مجوز و دستورالعمل‌های ویژه به ادارات و سازمان‌های مختلف، کارکنان و پرسنل خود را از حضور و تردهای غیرضروری در سطح شهر منع کنند.

براساس گزارش وب‌سایت کامپیوتر ورلد، حالا به نظر می‌رسد که تحت تاثیر شیوع گسترده ویروس کرونا در بسیاری از نقاط جهان، مساله دور کاری بیش از پیش از اهمیت خاصی برخوردار شده است به گونه‌ای که بسیاری از کارمندان و پرسنل شرکت‌ها و ادارات مختلف مجبورند از منزل با بهره‌گیری از رایانه‌های شخصی و شبکه اینترنت پرسرعت به کار و فعالیت‌های خود به صورت از راه دور بپردازند.

نسل پنجم شبکه اینترنت همراه موسوم به شبکه ۵G که در سال‌های اخیر به شدت مورد توجه شرکت‌های مخابراتی، اپراتورها و غول‌های تکنولوژی قرار گرفته است، از سرعت و کیفیت بسیار بالاتری نسبت به سایر نسل‌های پیشین شبکه‌های اینترنت برخوردار است.

حالا به مقیده بسیاری از کارشناسان و تحلیلگران فعال در حوزه فناوری، شیوع گسترده ویروس خطرناک کرونا در جهان می‌تواند عامل محرکی برای لزوم توسعه زیرساخت‌های لازم برای راه‌اندازی و برقراری شبکه ۵G باشد و بدین ترتیب بسیاری از کشورهای درگیر به فکر توسعه هرچه سریع‌تر این نسل جدید و پرسرعت از شبکه اینترنت همراه بیفتند.

از قابلیت‌های نسل پنجم شبکه اینترنت ۵G می‌توان به سرعت بسیار بالا، تماس صوتی باکیفیت، ظرفیت بالاتر، پایداری و تأخیر بسیار کم و بهره‌مندی از قابلیت واقعیت مجازی و افزوده اشاره کرد. اوایل سال ۲۰۱۲ میلادی بود که اتحادیه بین‌المللی مخابرات (ITU) تحت نظر سازمان ملل برنامه‌ای را برای توسعه تیم ارتباطات بین‌المللی موبایلی (IMT) برای افق ۲۰۲۰ و فرای آن (IMT-۲۰۲۰) آغاز کرد. در نتیجه رسماً یک مسابقه جهانی برای تعیین نسل پنجم شبکه موبایل شروع شد و از آن پس، شاهد رقابت تنگاتنگی میان اپراتورهای اینترنت و تلفن همراه در سراسر جهان هستیم که هر یک به دنبال برقراری و راه‌اندازی نسل جدید و پرسرعت اینترنت ۵G در کشورهای مختلفی همچون کره جنوبی، ژاپن، چین، ایالات متحده آمریکا، استرالیا و ... هستند و از توانایی‌ها و برنامه‌های خود در این زمینه رونمایی می‌کنند.

کشورهای بسیاری در سراسر جهان از جمله ایالات متحده آمریکا، کانادا، استرالیا، چین، کره جنوبی، ژاپن و بسیاری از کشورهای اروپایی و ... با همکاری بزرگ‌ترین اپراتورهای جهان در حال برقراری نسل پنجم اینترنت همراه ۵G هستند و در این زمینه فعالیت‌های گسترده‌ای را انجام داده‌اند.

رئیس اتحادیه فروشگاه‌های زنجیره‌ای با تاکید بر اینکه هیچ کمبود کالایی در فروشگاه‌های زنجیره‌ای وجود ندارد، در مورد دلایل خالی ماندن قفسه‌ها در ساعاتی از روز توضیحاتی ارائه داد.

در روزهای اخیر فیلم‌هایی در فضای مجازی منتشر شد که نشان می‌داد قفسه برخی از کالاهای اساسی در فروشگاه‌های زنجیره‌ای خالی است که در این رابطه امیر خسرو فخریان با بیان اینکه افزایش تقاضای مایحتاج روزانه مردم باعث شده برخی از قفسه‌ها با سرعت بیشتری خالی شود، به ایسنا گفت: از اول اسفند خرید مردم از فروشگاه‌ها زیاد شده است. برای مثال فروشگاه‌هایی که قادر هستند حدود ۳۰۰۰ مشتری را

پوشش دهند با حدود ۱۰ هزار مشتری مواجه شده‌اند.

وی با تأکید بر اینکه هیچ کمبود کالایی در فروشگاه‌های زنجیره‌ای وجود ندارد، اظهار کرد: اخیراً برای کاهش نگرانی مردم در این زمینه اطلاع‌رسانی‌هایی انجام شده است. همچنین از انبارهای فروشگاه زنجیره‌ای فیلمبرداری و در فضای مجازی منتشر کردیم تا شهروندان اطمینان حاصل کنند که کمبود کالا وجود ندارد.

رئیس اتحادیه فروشگاه‌های زنجیره‌ای همچنین در توضیح علت خالی ماندن برخی از قفسه‌های فروشگاه‌های زنجیره‌ای گفت: با توجه به افزایش تقاضا در این فروشگاه‌ها، قفسه‌ها در ساعاتی از روز خالی هستند

که آن هم مربوط به زمانی است که کالاها از انبار به قفسه منتقل می‌شود بنابراین کمبودی وجود ندارد.

وی افزود: به نظر می‌رسد شهروندان به دلیل شیوع ویروس کرونا نگران هستند که نتوانند بعداً دوباره خرید کنند یا کارخانه‌ها برای تولید به مشکل بخورند، اما طبق اطلاعات ما در حال حاضر کارخانه‌ها سه شیفت تولید دارند و کمبود کالا وجود ندارد.

به گزارش ایسنا، از سوم اسفندماه مواردی از ابتلا به ویروس کرونا در ایران اعلام شد و تا ظهر شنبه ۱۰ اسفندماه، ۵۹۳ نفر مبتلای قطعی این بیماری شناسایی شده‌اند که از این میان متأسفانه ۴۳ نفر فوت شده‌اند.

همه ظرفیت‌های تولید کشور برای تامین ملزومات بهداشتی فعال شده است

قاطعانه با اقرادی که روند تامین و توزیع اقلام را تحت‌الشعاع قرار داده‌اند، روند تأمین کالاها را بهبود دهیم.

وزیر صنعت، معدن و تجارت تاکید کرد: مقطع کنونی مستلزم همکاری و همراهی همه بخش‌ها و مردم با یکدیگر و البته با تمام توان و جان و دل است تا بتوانیم با کمترین دغدغه از این شرایط عبور کنیم.

رحمانی گفت: برای عبور از مشکلات متناهی بیماری کرونا، باید هم‌افزایی ظرفیت‌ها و همسویی در روند تصمیم‌گیری‌ها و اقدامات را دستور کار خود قرار دهیم.

دیگر از اقلام کالایی فراهم شده و در برخی واحدهای صنعتی نیز مجوزهای تغییر خطوط صادر شده است.

وی ادامه داد: با توجه به افزایش میزان تقاضا در برخی اقلام کالایی بهداشتی و ضدعفونی‌کننده در چند روز گذشته، خوشبختانه همه واحدهای تولیدی فعال در این حوزه اعلام آمادگی کامل کرده و برای افزایش تولیدات خود همکاری لازم را داشته‌اند و در همین خصوص شاهد فعالیت سه شیفته و شبانه‌روزی آنها هستیم.

رحمانی تصریح کرد: تمهیداتی نیز برای برخورد با برخی سودجویان و متخلفان اتخاذ شده و سعی شده است با حضور فعال و برخورد

وزارت صمت: گمرک در ارسال اطلاعات تجاری به ما تعلل می‌کند
دژپسند: در حق ما کم‌لطفی می‌کنند!

آن مطلع شوند همچنین، تجار می‌توانند بعد از ثبت سفارش برای سامانه جامع تجارت تعلل می‌کند درحالی که مسئولان وزارت اقتصاد بجد این موضوع را رد می‌کنند!

به گزارش باشگاه خبرنگاران جوان، سامانه جامع تجارت سامانه‌ای است که از سال ۹۵ فعالیت خود را آغاز کرده است؛ سامانه‌ای که بعد از راه‌اندازی آن، تمامی بازرگانان باید با عضویت در این وب‌سایت و درج اطلاعات کارت بازرگانی خود، تمامی خدمات خود از جمله صادرات و واردات خود را ثبت کنند.

هدف از راه‌اندازی این سامانه رصد تمامی کالاها از مرحله عرضه تا خدمت، نظارت بر صادرات و واردات و مبارزه با قاچاق کالاهاست چراکه از طریق این سامانه سازمان‌ها به راحتی می‌توانند از طریق رهگیری کالای موردنظرشان، از رسمی بودن

بازرگانان می‌رود و ممکن است فرآیند تسهیل فعالیت‌های آنان را زمان‌بر کند.

علی رهبری، رئیس مرکز تجارت الکترونیکی، با بیان اینکه تجارت یک فرآیند فرادستگاهی است، گفت: در حال حاضر بخش اعظم این مراحل مهم توسط سامانه جامع تجارت انجام می‌شود و دو دستگاه وزارت صنعت، معدن و تجارت و گمرک جمهوری اسلامی ایران نقش عمده‌ای در تسهیل این فرآیند دارند.

او با اشاره به هدف شکل‌گیری این سامانه ادامه داد: برای اینکه بازرگان با بخش‌های مختلف به صورت یکپارچه عمل کند و مجبور به ارائه مجدد اسناد نباشد سامانه‌ای تحت عنوان سامانه جامع تجارت ایجاد شد که بازرگان از طریق یک درگاه ملی کلیه فعالیت‌های تجاری خود را انجام دهد.

اخبار

پیشنهادی برای خروج دلالان از بازار خودرو

در حالی مطرح شدن پیشنهادی مبنی بر تعیین سقف قیمتی با هدف کنترل عرضه و تقاضا در بازار خودرو و جلوگیری از سفته‌بازی از سوی کارشناسان این بازار مطرح می‌شود که کارشناسان تعیین فرمولسی با در نظر گرفتن همه جوانب را از ضرورت‌های این امر عنوان می‌کنند.

به گزارش پدال نیوز به نقل از خودروکار، پیشنهاد تعیین سقف قیمتی در بازار خودروها در حالی است که برخی از فعالان این بازار، این اقدام را تنها راهکار تثبیت و کاهش قیمت‌های کاذب در بازار خودرو می‌دانند و معتقدند تعیین سقف قیمت از سوی دستگاه‌های نظارتی می‌تواند بازار را تا اندازه زیادی کنترل کند چراکه نبود پایه قیمتی در خودرو باعث شده تا هر سایتی اقدام به اعلام قیمت‌های کاذب خودرو در بازار کند که این امر در نهایت باعث ایجاد فضای منفی روانی و آشفتگی قیمتی و استفاده سودجویان از این بازار خواهد شد.

در همین حال سعید موتمنی، رئیس اتحادیه فروشندگان خودرو تهران نیز با تایید این موضوع معتقد است که در حال حاضر خودروهای سبدی که از آن تحت عنوان خودروی ویرایشی یاد می‌شود، تحویل داده شده که این خودروها از جمله عوامل تاثیرگذار در تغییر جریان قیمت در بازار خودرو بوده‌اند، چراکه به دلیل نبود سقف قیمتی، دارندگان آنها اقدام به عرضه با قیمت دلخواه می‌کنند.

این فعال بازار ادامه می‌دهد: تحریک تقاضای کاذب در بازار خودرو با هدف حفظ ارزش سرمایه بخشی از عوامل اثرگذار در شرایط قیمتی در بازار خودرو بوده است.

شهرام آزادی، کارشناس صنعت خودرو با تاکید بر اثرات مثبت تعیین سقف قیمتی برای عرضه خودرو در بازار می‌گوید: هرچند این اقدام می‌تواند اثرات کنترلی بر بازار و قیمت‌ها داشته باشد اما توجه به این نکته ضروری است که باید فرمولی متناسب با این بازار تعریف شود.

وی می‌افزاید: تعیین فرمولی متناسب با شرایط بازار و سود و زیان خودروساز و فروشنده می‌تواند بازار را به تعادل قیمتی نزدیک کند.

این کارشناس صنعت خودرو با اشاره به مزایای تعیین سقف قیمتی ادامه می‌دهد: این موضوع می‌تواند منجر به خروج دلالان از بازار خودرو شود البته توجه به این نکته ضروری است که مکانیزم تعیین قیمت همانند قیمت‌گذاری دستتوری عمل نکند بلکه تنها کنترل‌کننده بازار عرضه و تقاضا باشد.

تمدید مهلت ترخیص خودروهای دپوشده ابلاغ شد

تصویب‌نامه هیات وزیران درخصوص تمدید مهلت ترخیص خودروهای موضوع بند ۳ تصویب‌نامه در مورد ثبت سفارش برای واردات خودروهای سواری دپوشده در گمرکات ابلاغ شد.
به گزارش پایگاه خبری «عصر خودرو» به نقل از مهر، علی وکیلی مدیرکل مرکز واردات و امور مناطق آزاد و ویژه در بخشنامه‌ای به گمرکات اجرایی، تصویب‌نامه هیات وزیران درخصوص تمدید مهلت ترخیص خودروهای موضوع بند ۳ تصویب‌نامه در مورد ثبت سفارش برای واردات خودروهای سواری دپوشده در گمرکات را ابلاغ کرد.

گازسوز شدن ۳۶ هزار خودروی عمومی با وام بلاعوض تا پایان سال

مدیر طرح سی‌ان‌جی شرکت ملی پخش فرآورده‌های نفتی گفت تا پایان اسسال ۳۶ هزار خودروی عمومی با وام بلاعوض گازسوز می‌شود.
به گزارش پایگاه خبری «عصر خودرو» به نقل از باشگاه خبرنگاران، حسن قلی‌پور با اشاره به آخرین وضعیت اجرای طرح رایگان سی‌ان‌جی در کشور گفت: در مجموع از آبان امسال ۶۰ میلیون و ۵۴۳ هزار مترمکعب گاز طبیعی فشرده (سی‌ان‌جی) به خودروهای گازسوز پاخت عرضه شده است که در مقایسه با مهر با ۵۵ میلیون و ۶۴ هزار مترمکعب، حدود ۵ میلیون مترمکعب (۹۰٫۹ درصد) افزایش نشان می‌دهد.

او ادامه داد: طبق مصوبه شورای عالی اقتصادی دولت با پرداخت ۶ هزار و ۵۰۰ میلیارد تومان کمک بلاعوض، تمامی خودروهای عمومی بنزینی شامل یک میلیون و ۴۰۰ هزار وانت، تاکسی، ون و دیگر مسافرب‌های شخصی را دوگانه‌سوز می‌کند.

مدیر طرح سی‌ان‌جی شرکت ملی پخش فرآورده‌های نفتی درباره ظرفیت انجام گازسوز کردن خودروها، گفت: این مسئله به میزان ظرفیت کارگاه‌ها بستگی دارد، اما می‌توان گفت که به طور تقریبی در هر شرکت کارخانه مخزن، حدود ۱۵ هزار تبدیل در هر ماه صورت می‌گیرد؛ به عبارت دیگر در هر کدام از هفت کارخانه، امکان تبدیل ۱۵ هزار مخزن وجود دارد و قصد داریم تا این ظرفیت را تا عید به ۳۰ هزار افزایش دهیم.

قلی‌پور با اشاره به اینکه ظرفیت تبدیل خودروها در سال آینده به ۸۰ هزار تا ۱۰۰ هزار خودرو در ماه می‌رسد، تاکید کرد: تا سال آینده به تدریج به ظرفیت دوگانه‌سوز کردن خودروها در کشور افزوده خواهد شد.

وی با اشاره به اینکه تاکنون قرارداد ساخت ۷۰۰ هزار مخزن سی‌ان‌جی امضا شده است، گفت: ساخت مابقی نیاز مخزن نیز بعد از تحویل مخازن سفارش‌گذاری شده از سوی سازندگان، از سر گرفته می‌شود.

مدیر طرح سی‌ان‌جی شرکت ملی پخش فرآورده‌های نفتی ایران ادامه داد: با اشاره به اینکه یک میلیون و ۴۶۰ هزار خودروی عمومی در ۱۵ ماه آینده دوگانه‌سوز خواهد شد، گفت: تا پایان امسال ۳۶ هزار خودروی عمومی با وام بلاعوض دوگانه‌سوز می‌شود.
وی با اشاره به اینکه اکنون تمام ظرفیت کارگاهی و مخزن‌سازان برای تبدیل خودروهای عمومی پر است، افزود: کارگاه‌های با تمام ظرفیت کار می‌کنند.

آیا «کرونا» ترمز افزایش قیمت خودرو را خواهد کشید؟



به‌عنوان مثال سیتروئن C۳ که تا هفته‌های گذشته قیمتی در محدوده ۴۰۰میلیون تومان داشت، اکنون با جهشی دور از انتظار مرزهای ۵۰۰میلیون تومان را هم درنورده و ۵۱۲ تا ۵۱۷میلیون تومان در بازار ارزش‌گذاری می‌شود. این موضوع نشان می‌دهد فعالیت دلال‌ها در فضای مجازی و پلتفرم‌های آنلاین خریدوفروش خودرو بی‌تاثیر نبوده و توانست‌اند قیمت این محصول مونتاژی را به طرز چشمگیری افزایش دهند.

متأسفانه این افراد تنها به فکر منفعت‌های مالی کوتاه‌مدت هستند و به عواقب افزایش قیمت کاذب خودروها هرگز نمی‌اندیشند. این در حالی است که جهش قیمت یک محصول تاثیر غیرمستقیم بر نرخ سایر مدل‌های موجود در بازار داشته و می‌تواند هزینه‌های نگهداری کلیه خودروها را با افزایش همراه کند. زیرا با بالارفتن قیمت خودرو، شاهد افزایش قیمت قطعات یدکی، افزایش هزینه‌های بیمه، عوارض و مخارج این‌چنینی هستیم که همگی می‌توانند درنهایت به ضرر دارندگان خودرو تمام شود. ازسوی دیگر دلال‌هایی که تنها به فکر افزایش قیمت خودروهای‌شان هستند، پس از فروش آنها به ناچار باید هزینه بیشتری صرف خرید خودرو جدید کنند که بازهم درنهایت آنها نیز متضرر خواهند شد.

با بررسی جداول قیمتی خودروهای وارداتی در بازار آزاد درمی‌یابیم که هیوندای سانتافه فول شش رادار، قیمتی حدود یک‌میلیارد و ۱۱۷میلیون تومان داشته که نسبت‌به ماه گذشته بیش از ۸۰میلیون تومان افزایش یافته است. از آنجا که کیا سورتو

گرانی خودرو نتیجه ساختار اقتصادی کشور است

وی ادامه داد: این روند در سال جاری نیز ادامه یافت و در سال گذشته بیش از ۲۰ هزار میلیارد تومان زیان انباشته داشتیم یعنی یک صنعت سودآور با یک سیاست‌گذاری غلط به یک صنعت زیانده تبدیل شد.

این کارشناس صنعت خودرو درخصوص روند تولید و عرضه خودرو در سال‌های اخیر توضیح داد: همزمان با اوج تحریم‌ها در سال ۹۱، قیمت‌گذاری نامناسب و خسارات ناشی از آن باعث افزایش قیمت خودرو شد. در سال ۹۲ و ۹۳، افزایش تولید خودروسازان و هجوم سرمایه‌های سرگردان برای سرمایه‌گذاری در این حوزه رقم خورد.

کاکایی در ادامه گفت: دولت در سال ۹۴، همزمان با وجود شرایطی نظیر افزایش قیمت‌ها، کاهش قدرت خرید مردم و عدم سودآوری بازار خودرو برای خریداران در راستای کمک به این صنعت و با هدف ایجاد تحرک در بازار خودرو، تخصیص اعتبار و پرداخت وام ۴میلیارد تومانی برای خرید خودرو با بهره حدود ۲۰درصد را جایگزین تسهیلات پولی نمود که در این فرایند خودروساز متعهد به تحویل خودروی متقاضیان شد.

وی تصریح کرد: در این بحبوحه این موضوع که چند درصد از چک‌های خریداران خودرو برگشت خورد مورد غفلت واقع شد و البته

عضو هیات علمی دانشگاه علم و صنعت بر تاثیر قیمت‌گذاری دستتوری بر ورود زیان به صنعت خودرو تاکید و گرانی تولید خودرو را ناشی از مکانیزم‌های اقتصادی کشور از جمله بهره بانکی و تورم دانست.
امیرحسن کاکایی در گفت‌وگو با خبرنگار خبرخودرو، درخصوص اختصاص تسهیلات بانکی به صنعت خودرو اظهار داشت: کلیه صنایع و از جمله صنعت خودرو نقدینگی موردنیاز خود را تحت عنوان وام از بانک‌ها دریافت می‌کنند که این مکانیزم در حال گردش دائمی است.
وی نکته اصلی را قفل‌شدن نقدینگی دانست و گفت: سیاست‌گذاری‌های اشتباه به خصوص در دو سال گذشته مبنی بر قیمت‌گذاری دستوری که مبتنی بر قیمت‌های غلط بوده موجب زیانده بودن این صنعت شده است.

این عضو هیات علمی دانشگاه علم و صنعت ایران تصریح کرد: این سال گذشته براساس دلار ۴ هزار و ۲۰۰ تومانی، می‌بایست با ۲۰درصدافزایش قیمت خودرو موافقت می‌شد در حالی که این میزان با ۱۳درصد کاهش به ۷درصد رسید.

کاکایی با بیان اینکه می‌بایست بهرووری افزایش یابد، افزود: در سال گذشته در عمل دلار ۴ هزار و ۲۰۰ تومانی به دست خودروساز نرسید و در چنین شرایطی بدیهی است که خودروساز زیان می‌کند.

تخصیص ۱۲۰ لیتر بنزین برای هر کارت سوخت در ایام نوروز

عضو کمیسیون تلفیق بودجه لایحه سال ۹۹ کل کشور از مصوبه این کمیسیون برای تخصیص ۱۲۰ لیتر بنزین به هر کارت سوخت در ایام نوروز خبر داد.

به گزارش پایگاه خبری «عصر خودرو» به نقل از فارس، محمدرضا رضایی‌کوچی عضو کمیسیون تلفیق بودجه لایحه سال ۹۹ کل کشور در تشریح نشست صبح روز گذشته کمیسیون متبوع‌اش اظهار

داشت: این جلسه با محور بررسی سهمیه‌بندی‌ها در طول ایام نوروز برگزار شد.

وی در گفت‌وگو با فارس افزود: بنا بر مصوبه امروز کمیسیون تلفیق مقرر شد در ایام تعطیلات نوروز به ازای هر کارت سوخت ۱۲۰ لیتر اختصاص یابد.

وی ادامه داد: البته گفتنی است این ۱۲۰ لیتر بنزین در دو نوبت

شارژ خواهد شد. وی بر همین اساس یادآور شد: این ۱۲۰ لیتر سهمیه علاوه بر سهمیه معمول تخصیص ۶۰ لیتر به صورت ماهانه است؛ یعنی مجموعاً برای تعطیلات نوروزی ۱۸۰ لیتر به هر کارت سوخت اختصاص می‌یابد.

وی در پایان گفت: البته زمان شارژ و تخصیص این ۱۲۰ لیتر به دلیل موضوع وپروس کرونا هنوز مشخص نیست.



نخستین شتاب‌دهنده تخصصی بیابان‌زدایی اقتصادی راه‌اندازی شد

حمایت از فعالیت‌های مربوط به شتاب‌دهنده در حوزه تخصصی مهار ریزگردها، بیابان‌زدایی اقتصادی مردمی و شوروری سرعت می‌گیرد، آن هم در نتیجه تفاهم‌نامه‌ای که با این موضوع امضا شد. این تفاهم‌نامه‌ای میان ستاد توسعه فناوری‌های آب، خشکسالی، فرسایش و محیط‌زیست معاونت علمی و فناوری، مرکز توسعه فناوری‌های راهبردی معاونت علمی و فناوری و شرکت فناوری آروند پرتو انرژی راهبردی امضا و براساس آن نخستین شتاب‌دهنده تخصصی بیابان‌زدایی اقتصادی با حمایت ستاد توسعه فناوری‌های آب، خشکسالی، فرسایش و محیط زیست معاونت علمی و فناوری راه‌اندازی شد. این تفاهم‌نامه با هدف توسعه اقتصاد دانش‌بنیان و شکوفایی زیست‌بوم کارآفرینی برای دانش‌آموختگان و پیرو ابلاغ تفاهم‌نامه چهارجانبه معاونت علمی، سازمان برنامه و بودجه، وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی و صندوق توسعه ملی با موضوع اجرای برنامه اشتغال گسترده مولد امضا شد. همچنین اجرایی‌سازی برنامه توسعه شتاب‌دهنده‌های نوآوری تخصصی از اهداف دیگر آن است.



دریچه

قرارداد تولید ۵ میلیون ماسک با شرکت‌های دانش‌بنیان منعقد شد

فراخوان ستاد فرهنگ‌سازی اقتصاد دانش‌بنیان با محوریت #کرونا-را-شکست-می‌دهیم با سرعتی برابر با سرعت انتشار ویروس، در جامعه انتشار یافت و با استقبال کم‌نظیر رسانه‌ها و کاربران فضای مجازی روبه‌رو شد. این فراخوان «با کمک زیست بوم فناوری و نوآوری # کرونا را شکست می‌دهیم» نامی است که معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، بر روی تلاش‌های فشرده این معاونت برای تولید محصولات و محتوای موردنیاز جامعه، در برهه زمانی مبارزه با اپیدمی کرونا گذاشت. بازتاب رسانه‌ای فراخوان؛ واکنش‌های گسترده فراخوان کرونا را شکست می‌دهیم در میان نخبگان، مسئولین، رسانه‌ها و کاربران فضای مجازی گسترده بوده است. خبرگزاری‌های ایرانا باشگاه خبرنگاران جوان، مهر، برنا صدا و سیما و... ضمن استقبال از این ایده به بازتاب اخبار این کمپین پرداختند. روزنامه صبح نو نیز به همراه بسیاری دیگر از جراید، این کمپین را به تیرِ اصلی خود تبدیل ساخت و زیست بوم نوآوری کشور را نقطه اتکا و اطمینان‌بخش جامعه خواند. واکنش کاربران: در فضای مجازی نیز هشتگ #کرونا-را-شکست-می‌دهیم، با استقبال قابل توجه کاربران مواجهه کاربری به نام مسعود در ضمیمه هشتک #کرونا-را-شکست-می‌دهیم، نوشته است: «کرونا را می‌شود شکست داد، فقط کافی‌ه یک سری کارهای ساده را انجام دهیم، مثل شستن دست‌ها، زدن به جاهای غیرضروری، گوش ندادن به شایعات و امید دادن به بقیه جامعه»، کاربر دیگری نیز در فضای مجازی ضمن پروموت این هشتک نوشته است که: «بچه‌های مسجد محل، لیستی از سالمندان محله تهیه کردند و به نوبت خریدهای‌شان را انجام می‌دهند».

پاسخ دانش‌بنیان‌ها: شرکت‌های دانش‌بنیان، استارت‌آپ‌ها، فعالین فناور مستقر در پارک‌های علم و فناوری و... در استقبال از فراخوان معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، فعالیت‌های خود را در زمینه تولید محصولات به شکل قابل ملاحظه‌ای گسترش دادند. سوزنا ستاری، معاون علمی و فناوری ریاست جمهوری در این باره گفت: «در حال حاضر چند شرکت دانش‌بنیان در ساخت و تأمین ملزومات مقابله با کرونا فعالیت می‌کنند و اکنون همه بخش‌های کشور از جمله زیست‌بوم نوآوری، عزم خود را برای مقابله با این بیماری جزم کرده‌اند». ۶۰۰ شرکت نخبه؛ رئیس ستاد فرهنگ‌سازی اقتصاد دانش‌بنیان کشور، با اشاره به نقش چشم‌گیر زیست فناوری در فعالیت شرکت‌های دانش‌بنیان ادامه داد: «۶۰۰ شرکت در حوزه زیست‌فناوری در کشور فعال هستند و از این حیث رتبه سوم آسیا را در اختیار داریم و باید زمینه صادرات بیشتر این محصولات را فراهم کنیم. معاون علمی و فناوری ریاست جمهوری، همچنین از توانمندی ساخت ماسک‌های نانوفیلتر توسط شرکت‌های دانش‌بنیان داخلی اشاره کرد و گفت: در حال حاضر تعدادی از شرکت‌های دانش‌بنیان داخلی ضمن اینکه نیاز کشور به الفیل و فیلترهای نانو را تأمین می‌کنند تجهیزات ساخت این محصولات را هم صادر می‌کنند. این شرکت‌ها در تأمین ملزومات پزشکی نقشی مهم دارند و همه بسیج شده‌اند تا کشور را در مقابله با بیماری کرونا یاری کنند. ستاری با اشاره به اینکه در تمامی حوزه‌ها تعداد قابل توجهی شرکت دانش‌بنیان داریم، اضافه کرد: اخیراً قرارداد حدود ۵میلیون ماسک به کمک شرکت‌های دانش‌بنیان بسته شده است؛ این ماسک‌ها برای کادر پزشکی درمانی استفاده می‌شود تا آنان در این بحث مشکل خاصی پیدا نکنند. حمایت از محصولات؛ پرویز کرمی، دبیر ستاد فرهنگ‌سازی اقتصاد دانش‌بنیان معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری نیز در گفت‌وگو با شبکه سه سیما درباره این کمپین و فعالیت شرکت‌های دانش‌بنیان تحت حمایت معاونت اظهار کرد: تلاش شرکت‌های دانش‌بنیان در مبارزه با این بیماری و تولید انبوه محصولات موردنیاز آن به معنای واقعی کلمه وارد فاز فعالیت شبانه روزی شده است، بازدیدها و فیلم‌های موجود به خوبی نشانگر این مسئله است که در سالن تولید برخی از این شرکت‌ها شروع فعالیت از ساعت دو شب است و یا به صورت سه شیفته فعالیت می‌کنند.

شکوفایی زیست بوم کارآفرینی برای دانش‌آموختگان

علمی، سازمان برنامه و بودجه، وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی و صندوق توسعه ملی با موضوع اجرای برنامه اشتغال گسترده مولد امضا شد. همچنین اجرایی‌سازی برنامه توسعه شتاب‌دهنده‌های نوآوری تخصصی از اهداف دیگر آن است.

با این اقدام تلاشی دیگر برای توسعه فناوری‌های نوآورانه در حوزه آب، انرژی‌های پاک، فرسایش و اقتصاد دانش‌بنیان این حوزه با استفاده از ظرفیت شرکت‌های دانش‌بنیان و استارت‌آپی انجام می‌شود.

همچنین مسیر رفع نیازهای فناورانه حوزه بیابان‌زدایی اقتصادی مردمی و استارت‌آپ‌های مرتبط با آن هموار می‌شود تا با شتابدهی و توانمندسازی داخل از طریق شرکت‌های دانش‌بنیان این اقدام انجام شود.

این تفاهم‌نامه به امضای اسماعیل قادری‌فر، رئیس مرکز توسعه فناوری‌های راهبردی معاونت علمی و فناوری، نادرقلی ابراهیمی دبیر ستاد توسعه فناوری‌های آب، خشکسالی، فرسایش و محیط زیست معاونت علمی و فناوری و پیمان حبیبی مدیر شرکت فناور آروند پرتو انرژی راهبردی رسید.



خشکسالی، فرسایش و محیط زیست معاونت علمی و فناوری راه‌اندازی شد. این تفاهم‌نامه با هدف توسعه اقتصاد دانش‌بنیان و شکوفایی زیست‌بوم کارآفرینی برای دانش‌آموختگان و پیرو ابلاغ تفاهم‌نامه چهارجانبه معاونت

کسپوک



کرونا بزرگ‌ترین همایش

برگزار و محتواهایی را به صورت آنلاین و و شرکت فیس‌بوک به طور معمول دیدگاه‌ها جدید خود را به اشتراک می‌گذارد. در نرم‌افزار «فیس‌بوک دیتینگ»، مخفی کرد لوگو، نرم‌افزار موبایل وب‌سایت فیس‌بوک ا کنفرانس امسال قرار بود اوایل ماه مه (۱۴۰۰) شود.

پیشتر، فیس‌بوک به دلیل نگرانی‌ها از

شرکت فناوری و رسانه اجتماعی فیس‌بوک اعلام کرد، به دلیل نگرانی از شیوع ویروس کرونا بزرگ‌ترین رویداد سالبانه این کشور موسوم به اف ۸ (FA۸) را لغو می‌کند. به گزارش شبکه سی‌ان‌ان، در گزارشی که این شرکت آمریکایی در تارنمای خود منتشر کرده آمده است: لغو همایش امسال تصمیم دشواری بوده، اما برای سلامت و بهداشت شرکای توسعه‌دهنده، کارمندان و هر کسی که به برگزاری کنفرانس FA۸ کمک می‌کند اولویت قائل است.

رئیس کارآفرینی شبکه فیس‌بوک در پیامی که در وبلاگ خود منتشر کرده نوشت: به جای برگزاری رویدادی بزرگ برای توسعه‌دهندگان، رویدادهایی را به صورت محلی

ارتقای بهره‌وری، اثربخشی و عملکرد بنیادمحور اقدامات معاونت توسعه

با جایگزینی فعالیت‌های با اثربخشی کمتر با فعالیت‌های خلاقانه موثر محقق خواهد شد.

وی به جذب دو برابری منابع عمومی بنیاد با حمایت معاون علمی و فناوری ریاست جمهوری و قائم‌مقام ریاست بنیاد اشاره کرد و گفت: برای اجرای برنامه‌های اثربخش، خلاقانه و موفق هیچ‌گونه محدودیتی نداریم.

معاون توسعه و مدیریت منابع بنیاد ملی نخبگان در ادامه ضمن تأکید بر اهمیت همگرایی ماموریت‌ها و ساختار بودجه بنیاد، به ساختار جدید بنیاد ملی نخبگان اشاره کرد و گفت: این بنیاد براساس مأموریت‌های خود در حوزه نخبگان، فرایند نخبگی و خدمت‌رایی بهتر به جوامع هدف، معاونت‌های خود را بر مبنای فرایند نخبگانی تعریف کرده است.

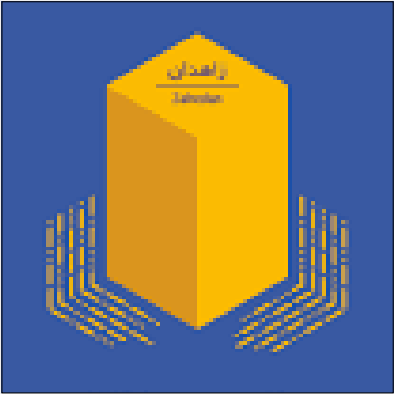
وی افزود: ساختار جدید بودجه بنیاد می‌تواند نقش بسزایی در تحقق اهداف تعیین‌شده سند ملی نخبگان داشته باشد و تسهیلگر حرکت مستعدان‌تر در مسیر نخبگانی و اثرگذاری نخبگان و سرآمدان باشد.

معاون توسعه و مدیریت منابع بنیاد ملی نخبگان گفت بنیادهای نخبگان استانی می‌توانند با ایجاد زمینه‌های تعامل و هم‌افزایی با دستگاه‌های درون‌استانی، از ظرفیت‌های استانی برای برگزاری

برنامه‌های نخبگانی به خصوص طرح شهید احمدی روشن استفاده کنند. به گزارش پایگاه اطلاع‌رسانی بنیاد ملی نخبگان، در راستای زمینه‌سازی برای هم‌افزایی و هم‌گرایی بیشتر برنامه‌های نخبگانی و با توجه به شرایط ویژه کشور در مواجهه با کروناویروس، ارتقای بهره‌وری و کاهش هزینه‌ها، سی‌وسومین نشست رئیس‌ان بنیادهای نخبگان استانی با حضور معاونان بنیاد ملی نخبگان و به صورت ویدئوکنفرانس برگزار شد.

در این نشست، احسان چیت‌ساز به هم‌استاسازی ساختار هزینه‌ها و نتایج برنامه و فعالیت‌های بنیاد ملی نخبگان اشاره کرد و تأکید کرد: سیاست‌های اجرایی بودجه ۹۹ بنیاد متمرکز بر سند ملی نخبگان و نتایج برنامه‌های سال جاری است که





جامعه دانشگاهی و مخترعان

در اینوتکس ۲۰۲۰

نمایشگاه بین‌المللی نوآوری و فناوری (اینوتکس ۲۰۲۰) با شعار اکوسیستم نوآوری و فناوری زیر یک سقف» در محل دائمی نمایشگاه‌های بین‌المللی تهران برگزار می‌شود. علی‌رغم شروع ثبت‌نام در ماه جاری، نهمین نمایشگاه اینوتکس، سال آینده طی روزهای ۱۸ تا ۲۱ خردادماه سال آتی برگزار می‌شود. اینوتکس ۲۰۲۰ با حضور «شرکت‌های فناوری»، «استارت‌آپ‌ها»، «شتاب‌دهنده‌ها و مراکز رشد»، «منتورها و مشاوران»، «مخترعان»، «پارک‌های فناوری»، «دانشگاه‌ها»، «صندوق‌های جسورانه و سرمایه‌گذاران»، «راشه‌کنندگان فضای کار اشتراکی»، «راشه‌دهندگان خدمات تجاری‌سازی»، «برگزارکنندگان رویدادهای کارآفرینی»، «کارگزاران تبادل (بروکرهای) فناوری» و «رسانه‌های استارت‌آپی» برگزار خواهد شد.

یادداشت

سالاریه در ویدئوکنفرانس سی‌وسومین نشست رئیس‌ان بنیادهای نخبگان استانی

فضای مجازی؛ فرصتی کم‌نظیر برای برگزاری برنامه‌های نخبگانی

به‌کارگیری ظرفیت‌های درون‌استانی برای اجرای برنامه‌های استانی در حوزه مستعدان‌ترتر، تصریح کرد: بنیادهای نخبگان استانی می‌توانند با تعمیق همکاری و تعامل با دستگاه‌های درون‌استانی، برای اجرای برنامه‌های خود از امکانات موجود در استان‌ها بهره ببرند. وی اضافه کرد: یکی از اقدامات مهم بنیادهای نخبگان استانی، شناسایی و احصای برنامه‌های توان‌افزایی و مهارت‌آموزی دیگر دستگاه‌ها و نهادهای درون‌استانی است. در این موارد، بنیاد نخبگان استان باید در قالب هم‌افزایی و مشارکت و البته در راستای اهداف تعیین‌شده در نظام نخبگانی، در برگزاری این برنامه‌ها همکاری کرده و زمینه را برای استفاده مستعدان‌ترتر از آنها فراهم کند. سالاریه خاطر‌نشان کرد: خوشبختانه برنامه‌های بسیاری مانند اردوهای جهادی و کارگاه‌های توان‌افزایی با مشارکت دیگر سازمان‌ها و حتی به همت آنها برگزار می‌شود که بنیاد ملی نخبگان نیز با ایفای نقش نظارتی و تسهیلگری توانسته است فرصت حضور مستعدان‌ترتر در آنها را فراهم کند.

معاون آینده‌سازان بنیاد ملی نخبگان در پایان یادآور شد: در برخی موارد می‌توان برای تسریع در روند اجرای برنامه‌ها و حتی افزایش کیفیت برگزاری آنها از امکانات موجود در فضای اینترنت بهره برد و برنامه‌ها را به صورت مجازی برگزار کرد. لازم به ذکر است، آریا السّتی؛ معاون سرآمدان، احسان چیت‌ساز؛ معاون توسعه و مدیریت و حسین شجاعی؛ معاون مستعدان بنیاد ملی نخبگان نیز در این نشست حضور داشتند.

با کمک زیست بوم فناوری و نوآوری

برنده میدان مبارزه با کرونا می‌شویم

شرکت‌ها در تأمین ملزومات پزشکی نقشی مهم دارند و همه بسیج شده‌اند تا کشور را در مقابله با بیماری کرونا یاری کنند.

شبکه آزمایشگاهی آماده همکاری با بیمارستان‌ها؛ رضا اسدی‌فر، مدیر شبکه آزمایشگاهی فناوری‌های راهبردی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری هم با اشاره به اینکه شبکه یکی از متولیان ساماندهی خدمات آزمایشگاهی در کشور است، می‌گوید: آمادگی داریم تا با همه بیمارستان‌ها همکاری لازم را داشته باشیم و از تمام توان آزمایشگاهی کشور برای سرعت دادن به اقدامات تشخیصی استفاده کنیم.

بنا به گفته وی، دانش‌بنیان‌های ایرانی هم می‌توانند با ورود به تولید این کیت‌های تشخیصی، نیازهای داخلی کشور را به نحو مطلوبی رفع کنند.

تشخیص کرونا ویروس با کیت‌های ایرانی؛ مصطفی قانع، دبیر ستاد توسعه زیست‌فناوری معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری با اشاره به همکاری مشترک ستاد توسعه زیست‌فناوری و اداره کل آزمایشگاه‌های سازمان غذا و داروی وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی برای تولید کیت‌های تشخیصی کرونا ویروس، می‌گوید: براساس این همکاری مشترک قرار است از استفاده از توانمندی شرکت‌های دانش‌بنیان، کیت‌های تشخیصی را در داخل کشور تولید کنیم. کمک از زیست‌بوم فناوری و نوآوری؛ دبیر ستاد فرهنگ‌سازی اقتصاد دانش‌بنیان گفت: «با کمک زیست بوم فناوری و نوآوری کرونا را شکست می‌دهیم» عنوان فراخوانی است که قصد دارد با هم‌افزایی فعالان زیست بوم فناوری و نوآوری گامی قدرتمند و هم‌افزا در کمک به مردم و جامعه برای مبارزه با ویروس جدید کرونا با استفاده از توان دانش‌بنیان‌ها و استارت‌آپ‌ها بردارد و از این ظرفیت علمی و فناوریانه و نوآورانه موجود در کشور برای شکست دادن این بیماری بهره برد. همه این موارد نشان می‌دهد که عزم ملی برای شکست کرونا در کشور چهرای مهمم به خود گرفته است و معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری به عنوان حامی اصلی زیست‌بوم فناوری و نوآوری گام‌های بلندی در این زمینه برداشته است؛ گام‌هایی با اتکا به توانمندی دانش‌بنیان‌ها و استارت‌آپ‌های کشور. ظرفیت‌هایی که می‌توانند دست یاری معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری را بفشارند و مردم را در این راه تنها نگذارند. اگر بتوانیم از زیست‌بوم فناوری و نوآوری در کشور برای حل چنین گرفتاری‌هایی بهره بگیریم، می‌توانیم مدعی شویم که خوداتکا شدایم و هیچ در بستهای در حوزه علمی و فناوریانه برای جوانان و متخصصان ایرانی وجود ندارد.

سرمایه‌گذاری چند صد میلیون دلاری تویوتا در یک استارت‌آپ

سال ۲۰۱۹ برای آزمایش خودروهای خودران در جاده‌های عمومی با شرکت تویوتا همکاری کرده است. با این سرمایه‌گذاری جدید، روابط این دو شرکت با یکدیگر بهتر از پیش نیز خواهد شد.

این استارت‌آپ ادعا می‌کند که اولین شرکتی است که اقدام به رانندازی یک سامانه حمل و نقل اشتراکی و تردد خودروهای خودران در چین کرده است. تویوتا، بزرگ‌ترین خودروساز جهان زیاد درباره برنامه ساخت خودروهای خودران خود صحبت نمی‌کند، اما اخیراً این شرکت ژاپنی اطلاعاتی در مورد خودروهای خودران آزمایشی خود و حسگرهای تعبیه شده درون آنها منتشر کرده است. تویوتا در نظر دارد طی المپیک تابستانی سال ۲۰۲۰ از خودرو خودران جدید خود در شهر توکیو ژاپن رونمایی کند. این خودرو مجهز به نرم‌افزار «شوفی»(Chauffeur) تویوتا خواهد بود. این شرکت بیشتر اعلام کرد توسط این سیستم دیگر خودروها نیاز به راننده ندارند و به طور مستقل می‌توانند در اکثر محیط‌ها حرکت کنند.



بنابر گزارش‌ها شرکت خودروسازی ژاپنی تویوتا قصد دارد ۴۰۰ میلیون دلار در استارت‌آپ «پونی‌آی»(Pony.ai) که هدف آن توسعه تاکسی‌های خودران است، سرمایه‌گذاری کند.

به گزارش ورج، پونی‌آی یک استارت‌آپ مستقر در سیلیکون‌ولی و گوآنگژو در چین است و در حوزه توسعه خودروهای خودران فعالیت می‌کند و اخیراً نیز بنابر گزارش‌ها این شرکت روابط خود را توسعه داده است و شرکت خودروسازی نامی تویوتا قصد دارد ۴۰۰میلیون دلار در این شرکت سرمایه‌گذاری کند. این دو شرکت اعلام کردند قراردادی مبنی بر آزمایش خودروهای خودران در جاده‌های عمومی دو شهر پکن و شانگهای چین امضا کرده‌اند و بنابر این، این غول خودروسازی ژاپنی قصد دارد ۴۰۰ میلیون دلار در پونی‌آی سرمایه‌گذاری کند و اگر این سرمایه‌گذاری انجام شود ارزش سهام این استارت‌آپ ۳ میلیارد دلار خواهد شد. استارت‌آپ «پونی‌آی» از سال ۲۰۱۸ آزمایش تاکسی‌های خودران خود را در دو شهر فریمانت و ارواین ایالت کالیفرنیا آغاز کرده است. این استارت‌آپ از



فیس‌بوک را لغو کرد

یدئویی منتشر می‌کنند. در کنفرانس F8،

سای آینده شرکت و ویژگی‌ها و محصولات کنفرانس‌های قبلی فیس بوک استفاده از بن لایک‌ها در اینستاگرام و طراحی دوباره علام شده بود.

دیبهشت) در سن خوزه کالیفرنیا برگزار

شیوع کرونا یک کنفرانس مهم در زمینه

تبلیغات و بازاریابی را در سان‌فرانسیسکو را لغو کرد.

ترس از شیوع ویروس در آمریکا بعد از آن افزایش یافت که مرکز کنترل و پیشگیری از بیماری‌های آمریکا اعلام کرده که انتظار می‌رود موارد ابتلا به این ویروس در آمریکا افزایش یابد.

تاکنون بیش از ۸۲ هزار نفر در سراسر جهان به این ویروس مبتلا شده‌اند که بیشتر آنها در چین هستند.

برخی از شرکت‌های فناوری مانند اپل و مایکروسافت نیز هشدار داده‌اند که فروش آنها ممکن است به دلیل تاثیر این ویروس بر عملیات تولید آنها در چین آسیب ببیند.

بانک اطلاعاتی پویا، زمینه‌ساز اثر گذاری بهینه نخبگان در استان‌ها

الستی با بیان اینکه فعالیت‌های بنیاد ملی نخبگان در استان‌ها بیشتر در حوزه مستعدان متمرکز بوده است، ادامه داد: تلاش بر این است در حوزه سرآمدان و نخبگان نیز اقدامات جدی برای اثرگذاری بیشتر آنان انجام شود.

معاون سرآمدان و نخبگان بنیاد ملی نخبگان تصریح کرد: ارتباط مداوم نخبگان و سرآمدان با بنیادهای نخبگان استانی باید در قالب فرآیندهای متنوع شکل بگیرد. علاوه بر آن، بنیادهای نخبگان استانی باید ارتباط عمیق‌تر و وسیع‌تری نیز با بدنه اجرایی استان داشته باشند تا بتوانند در صورت لزوم و احصای نیازهای موجود، زمینه را برای بهره‌گیری از ظرفیت و قابلیت‌های نخبگان و سرآمدان بومی فراهم کنند.

الستی تأکید کرد: زمینه‌سازی برای اثرگذاری نخبگان موضوعی نیست که تنها با اتکا به یک ارگان یا نهاد انجام‌شدنی باشد

بلکه نیازمند هم‌افزایی و تعامل دستگاه‌های اجرایی خاصه درون‌استانی است که این مهم تا حد بسیاری به فعالیت بنیادهای نخبگان استانی و توانایی ارتباط‌گیری آنان با بدنه اجرایی استان بستگی دارد.

معاون سرآمدان و نخبگان بنیاد ملی نخبگان با اشاره به لزوم ایجاد بانک اطلاعاتی پویا از سرآمدان و نخبگان بومی در استان‌ها، این مهم را زمینه‌ساز اثرگذاری بیشتر آنان در حل نیازها و چالش‌های بومی دانست.

به گزارش پایگاه اطلاع‌رسانی بنیاد ملی نخبگان، آریا السّتی؛ معاون سرآمدان و نخبگان بنیاد ملی نخبگان در سی‌وسومین نشست رئیس‌ان بنیادهای نخبگان استانی با اشاره به برخی رسالت‌ها، مأموریت‌ها و فعالیت‌های انجام‌شده در این معاونت، گفت: معاونت سرآمدان و نخبگان بنیاد ملی نخبگان در سال آتی تلاش دارد علاوه بر برگزاری همایش‌ها و مراسم‌های تکریم، با همکاری بنیادهای نخبگان استانی، ایجاد بانک اطلاعاتی پویا از نخبگان و سرآمدان بومی را در دستور کار قرار دهد. وی افزود: یکی از اولویت‌های اصلی در سال آتی در حوزه استان‌ها، شناسایی افرادی است که توانسته‌اند در سطوح استانی و ملی منشأ اثر باشند و یا قابلیت این اثرگذاری را دارند. این شناسایی باید در قالب بانک اطلاعاتی و به صورت پویا انجام شود به‌طوری که فعالیت‌های بعدی این افراد نیز به نظم به این بانک افزوده شود.



قابلیت استوری این بار برای لینکدین

به قلم: جیمیم گار تنبرگ نویسنده حوزه تکنولوژی
مترجم: امیر آل علی

قابلیت استوری یکی از جذاب‌ترین بخش شبکه‌های اجتماعی نظیر اسنپ‌چت، اینستاگرام و فیس‌بوک است. همین امر نیز باعث استفاده از آن بر روی شبکه‌های دیگر نظیر واتساپ و حتی یوتیوب نیز شده است. حال لینکدین در حال آزمایش این موضوع است که بنا بر اطلاعات منتشرشده، ظاهری کاملاً مشابه استوری در اسنپ‌چت را دارد. مدیران این شبکه امیدوار هستند که با این اقدام جدید، میزان تعامل‌ها پیشرفت چشمگیری را داشته باشد، با این حال با توجه به این امر که لینکدین شبکه تخصصی کسب‌وکار محسوب می‌شود، باید دید که این قابلیت چگونه مورد استفاده قرار خواهد گرفت. درواقع باید شاهد متفاوت‌ترین نوع استوری‌ها از نظر محتوا باشیم. درواقع به اشتراک گذاشتن مطالب در قالب استوری، ساده‌تر بوده و مخاطبان نیز تمایل بیشتری را به دیدن سریع‌تر آنها دارند. این امر در نهایت به تعامل بهتر منجر خواهد شد. در رابطه با این قابلیت جالب است بدانید که استوری در اصل ایده اسنپ‌چت بوده است که در سال ۲۰۱۳ معرفی شد. با این حال اینستاگرام به تقلید از آن موفق شد تا نتایج بالاتری را به دست آورد. اگرچه لینکدین در این رابطه بخش‌هایی نظیر Student Voices را مورد آزمایش قرار داده است تا دانشجویان امکان ارتباط راحت‌تری را داشته باشند، با این حال شکست در آن باعث شده است تا لینکدین بسیار دیر اقدام به استفاده از این قابلیت کند. درواقع هدف اصلی این شبکه، انجام کارهای منحصر به فرد بوده است، با این حال شکست در این رابطه آنها را به نوعی مجبور به تقلید کرده تا از شرایط نه چندان جالب حال حاضر فاصله بگیرد. حال با توجه به این امر که اقدام مذکور، در مرحله آزمایش قرار دارد، حتی ممکن است تغییری را به خود گرفته و یا به صورت کامل منتفی شود. به همین خاطر برای اطمینان از آن، باید مدتی را صبر کرد.

منبع: theverge.com

انتقاد شدید استیو هافمن از تیک تاک

به قلم: هانا فریشبرگ خبرنگار
مترجم: امیر آل علی

در کنفرانس یک روزه Social ۲۰۳۰، تقریباً تمامی مدیران شبکه‌های اجتماعی اقدام به تعریف از سبک کاری بایت دنس کرده و تیک تاک را به عنوان الگویی برای سایر شبکه‌ها معرفی کردند. درواقع این شبکه چینی که از سال ۲۰۱۶ معرفی شده است، در کم‌ترین زمان ممکن به یکی از شبکه‌های اجتماعی پرطرفدار جهان تبدیل شده و در چند روز اخیر، عنوان پرانلودترین اپلیکیشن را نیز به دست آورده است. این امر در حالی است که سایر شبکه‌های مطرح، سابقه طولانی مدت را داشته ولی حتی بسیاری از آنها موفق نشده است تا به سطح فعلی تیک تاک نزدیک هم شوند. تحت این شرایط یکی از مخالفان سرسخت این برنامه در مراسم مذکور، موسس شبکه اجتماعی ردیت بوده است که تیک تاک را یک انگل و برنامه‌ای جاسوسی عنوان کرده و الگو قرار دادن آن را یک اشتباه بزرگ می‌داند. سخنان آقای هافمن در این مراسم که بسیاری از سرمایه‌گذاران سیلیکون ولی نیز حضور داشتند، با برخورداری متفاوتی همراه بود. بسیاری از افراد بر این باور هستند که چنین صحبت‌هایی تنها به علت خشم از موفقیت بالای تیک تاک و عدم توان برای رقابت بوده است. درواقع در بازار آزاد چنین صحبت‌هایی بی‌معنا خواهد بود، با این حال برخی دیگر نیز به حمایت از موسس ردیت پرداخته‌اند. حال باید دید که واکنش موسس تیک تاک و مدیران این شبکه چه خواهد بود.

منبع: nypost.com

اپل نخستین فروشگاه خود در هند را

تاسیس خواهد کرد

به قلم: جان فینگاس نویسنده حوزه تکنولوژی و برندینگ
مترجم: امیر آل علی

از هند پس از چین، به عنوان بزرگ‌ترین بازار حال حاضر گوشی‌های هوشمند یاد می‌شود. با این حال فقر این کشور در کنار تعرفه مالیاتی سنگین دولت بر روی این دستگاه‌ها باعث شده بود تا اپل فروش خود در این کشور را از طریق واسطه‌ها انجام دهد و حضور مستقیم صرفه اقتصادی لازم را نداشته باشد. درواقع در حال حاضر بیشترین فروش گوشی هوشمند در هند به میان‌رده‌های سامسونگ و شیائومی اختصاص دارد. با توجه به آمار فروش قابل توجه اپل در سال گذشته، تیم کوک اعلام کرده است که در سال ۲۰۲۱ نخستین فروشگاه رسمی خود را در این کشور تاسیس خواهد کرد. این اقدام باعث می‌شود تا با حذف واسطه، محصولات این برند با قیمت مناسب‌تری به دست مشتری برسد. اقدام دیگر آقای کوک، مذاکره با مسئولان کشور هند است تا بتواند معافیت مالیاتی را برای برند خود به دست آورد که در صورت موفق شدن به انجام آن، شانس موفقیت اپل فراتر از حد تصور خواهد بود. آمارها حاکی از آن است که اپل در سه ماه پایانی سال گذشته موفق شد تا در حدود ۹۲۵ هزار آیفون در این کشور فروخته شود که در مقایسه با سال گذشته، رشدی ۲۰۰درصدی به حساب می‌آید. درواقع ۲۰۱۹ بهترین سال تاریخ اپل در کشور هند بوده است. باید دید که با این تصمیم و تلاش‌های اپل، آیا ۲۰۲۱ را باید درخشان‌تر از همیشه به حساب آورد و یا با شکستی سنگین همراه خواهد بود.

منبع: engadget.com



بازار به چشم بیاید. شاید این شخصیت «آنها» باشد که به برند منتقل می‌شود. استیو جابز عامل کلیدی در ساختن شخصیت برند اپل بوده است. هرپ کلهر فرد خوش‌مشربی است و راحتی خاصی در پس این خوش‌مشربی‌اش دارد، اما میلیون‌ها نمونه دیگر وجود دارد که نشان می‌دهد ساختن شخصیت و صدای برند برعهده سازمان و مدیران آن است. شناختن چیزی که به شکل معناداری متفاوت باشد و نشان‌دن آن در ذهن مصرف‌کننده خود به قدر کافی دشوار است. واضح است که اینترنت و دیگر فناوری‌های دیجیتال بستر گفت‌وگو و تعامل را فراهم کرده‌اند، ولی آنچه جذاب است چگونگی تأثیر این تعاملات و گفت‌وگوها در سطوح مختلف است. تأثیر آنها تقویت هویت برند است و برای این کار همه جنبه‌های برند را بالا و پایین می‌کنند. یکی از دلایلی که مردم تا این حد از فیس‌بوک و مای اسپیس لند می‌برند این است که می‌توانند در این فضاها برای خود هویت بسازند و برداشت دیگران از این هویت را مدیریت کنند. برخی از انواع برندها ساده‌تر از بقیه به شخصیت‌سازی تکیه می‌کنند. محرک‌های رسانه‌ای مانند اکونومیست کمی سختگیرانه‌تر هستند.

توانایی نمایش یک جلوه یکسان و مستمر از برند در تمامی فعالیت‌ها و تجربه‌های برندی، یکی از عوامل اصلی موفقیت است. اگر شخصیت برند انقدر خوب تعریف شده باشد که در نگاه مردم واقعی به نظر برسد، روح زندگی را به برندینگ می‌دمد. صدق این حقیقت درباره تجربه‌های آنلاین هم‌اگر بیشتر نباشد کمتر نیست. با هرچه بیشتر تکه تکه شدن بازار، یکپارچه‌سازی تجربه‌های برندی اهمیت بیشتری پیدا می‌کند و به دلیل افزایش اهمیت تجربه‌های آنلاین و طبیعت شخص محور اینترنت، سازمان‌ها به تدریج مجبور می‌شوند شخصیت صیقلی‌تری برای برندهای خود بسازند.

منبع: hormond

گرفته‌اند، داشتن شخصیتی متمایز و شسته رفته قطعاً می‌تواند به برند کمک کند تا بیشتر به چشم بیاید و در این محیط شلوغ، حضور متفاوت‌تری داشته باشد. نکته دیگری که به همین اندازه اهمیت دارد این است که ابزارهای دیجیتال بستر ایجاد ارتباطند. از این ابزارها برای تعامل استفاده می‌کنیم؛ تعامل فرد با فرد، فرد با برند و برند با فرد. طبیعت این تجهیزات رابطه‌ساز است. در این عصر و روزگار مصرف‌کنندگان بیش از هر زمان دیگری از فرصت تعامل با برند و مشارکت در ساختن آن برخوردارند. دیگر آن دریافت‌کنندگان منفعل اطلاعات پوشک بچه، نوشیدنی، مایع ظرفشویی یا صابون نیستند. آنها سازمان ارائه‌کننده این اطلاعات یا گاهی تولیدکنندگان محصولات «گفت و گو» می‌کنند. ابزارهای دیجیتال تجربه‌های اجتماعی را با خود به همراه آورده‌اند. سازمان باید با میل و آمادگی ذهنی درساره برند خود فکر کنند. در نتیجه اطلاعات آنلاین، برندها برای مردم ملموس‌تر و واقعی‌تر شده‌اند.

هر سازمانی خط مشی خاص خود را برای لحن و رفتار شخصیت برند خود دارد. اغلب سازمان‌ها یک سری استانداردهای گرافیکی ندوین می‌کنند. رنگ، دایره و زاگانی که باید در متون تبلیغاتی به کار رود و فونت‌هایی که انعکاس‌دهنده برند باشند. تمام اینها خوبند، اما تا وقتی سازمان نتواند روشن کند که چه عواملی صفات شخصیتی برندش را می‌سازند، کار برای آنها‌یی که برندینگ را برعهده دارند، بسیار سخت می‌شود و نمی‌توانند نقاط ارتباط با برند را با ویژگی‌های برندی پر کنند. به همین دلیل متمایز نشان دادن برند در بازار سخت‌تر می‌شود و از سوی دیگر مصرف‌کننده نیز با دشواری بیشتری می‌فهمد که با «چه کسی» طرف است. گاهی این بینگذاختن برند است که صدای برند را می‌سازد. این افراد اشتیاقی شدیدی به برند خود دارند و ایده‌ای شفاف که نشان می‌دهد برند چگونه باید در

مزایای ریمارکتینگ برای کسب و کار

۴ روش جهت پر کردن شکاف بین بازاریابی آفلاین و آنلاین دسترسی گسترده

شما می‌توانید به افراد موجود در لیست ریمارکتینگ خود از طریق گوشی موبایل یا کامپیوتر آنها دسترسی داشته باشید. بیشتر از ۲ میلیون وب‌سایت و اپلیکیشن موبایل وجود دارند که تبلیغ شما را به این افراد نشان می‌دهند.

قیمت‌گذاری کارآمد

با بهره‌گیری از قابلیت قیمت‌گذاری خودکار گوگل، می‌توان کمپین‌های کارآمدی را ایجاد کرد. قیمت‌گذاری لحظه‌ای، قیمت‌های بهینه را برای کسانی که تبلیغ شما را می‌بینند، محاسبه می‌کند و به شما کمک می‌کند تا با بهترین قیمت ممکن موفق به جذب کاربران خود شوید. این قابلیت گوگل بسیار کم‌هزینه است.

تبلیغ‌نویسی آسان

به وسیله Ad gallery می‌توانید تبلیغات متنی، تصویری و ویدیویی رایگان ایجاد کنید. با بهره‌گیری از کمپین ریمارکتینگ پویا و Ad gallery می‌توانید تبلیغ‌های زیبا را برای محصولات و سرویس‌های خود درست کنید.

آمار کمپین

یکی دیگر از مزایای Remarketing این است که می‌توانید آمار دقیقی از وضعیت کمپین‌تان داشته باشید. برای نمونه شما می‌توانید بسترهایی که تبلیغ شما در آن نمایش داده می‌شود و همچنین هزینه‌ای که برای تبلیغ پرداخت می‌کنید را مشاهده کنید.

نکته: شما می‌توانید در صورت تمایل نمایش مجموعه‌ای از داده‌های ریمارکتینگ را برای آن دسته از کاربران‌تان که تمایل به دیدن تبلیغ‌های شخصی‌سازی شده ندارند را غیر فعال کنید.

روش‌های انجام ریمارکتینگ در گوگل اد

گوگل ادوردر دارای چندین روش متفاوت برای انجام ریمارکتینگ است، این

شرکت‌ها اغلب محیط‌هایی منطقی هستند. نهادهایی هستند که براساس حقایق اداره می‌شوند و اغلب توسط کسانی مدیریت می‌شوند که سوابق خوبی در زمینه‌های مالی یا عملیاتی دارند. اعداد و ارقامند که تصمیم‌گیری‌های کلیدی را هدایت می‌کنند. حتی محیط‌هایی که به لحاظ نظری احساسی‌ترند، مانند استودیوهای هالیوود، شرکت‌های خیابان مدیسون و سازمان‌های غیرانتفاعی زمانی که تحت فشار قرار می‌گیرند، به سمت منطقی‌تر این طیف میل می‌کنند. در سازمان‌ها اغلب «چه چیز» بر «چه کسی» غلبه می‌کند. چیزی که سازمان تولید می‌کند یا چیزی که ادعایش را دارد، اغلب بر کسی که این تولید را انجام می‌دهد یا این ادعا را طرح می‌کند مقدم است.

بیشتر شرکت‌ها یا فراموش می‌کنند که این طیف سر احساسی هم دارد یا تلاش چندانی برای رسیدن به آن انجام نمی‌دهند. «چه چیزی» یک تراکنش است. «چه کسی» یک رابطه است. قدرتمندترین برندها بر پایه رابطه‌ها استوارند. آنها جایی برای جزییات سراسر تراکنشی، در سطوح احساسی به مذاق مصرف‌کننده خوش می‌آیند. این موضوع شباهت بسیاری به وضعیت کاندیداهای سیاسی دارد؛ که کاربزمای این افراد نقشی تعیین‌کننده در تصمیم نهایی رأی‌دهنده بازی می‌کنند، نه ویژگی‌های شخصیتی و حرفه‌ای.

موفق‌ترین شرکت‌های صاحب برند می‌دانند که برای ایجاد رابطه با مصرف‌کننده لازم است این «چه کسی» را تعریف کنند و بسازند. منظور جملاتی سنتی مانند این نیست: «هی! ما شرکتی هستیم که کنار آمدن با ما راحت است و دوست‌داشتنی هستیم و حرفه‌ای!» مهم آن شخصیت متمایزی است که باید نشان داده شود. این هنوز هم یکی دیگر از حقایق مهم برندینگ است که در دنیای دیجیتال اهمیتی چند برابر پیدا کرده. از آنجا که مردم هدف اخبار، سروصدا و اطلاعات بیشتری قرار

ریمارکتینگ (Remarketing) یا بازاریابی مجدد، راهی برای دسترسی دوباره به کسانی است که در گذشته با وب‌سایت یا اپلیکیشن موبایل شما تعامل داشته‌اند. ریمارکتینگ به شما کمک می‌کند تا تبلیغ خود را به شیوه‌ای استراتژیک به مخاطبینی که در گوگل یا سایت‌های همکار گوگل جست‌وجو می‌کنند نشان دهید.

به این ترتیب، Remarketing به شما کمک می‌کند تا آگاهی از برند خود را افزایش دهید و مشتریان را برای خریدهای دیگر ترغیب کنید.

مزایای ریمارکتینگ (Benefits Re marketing)

اگر هدف شما افزایش فروش، افزایش تعداد ثبت نام در سایت و یا گسترش آگاهی از برند و کسب و کار است، می‌توانید از ریمارکتینگ به عنوان یک جزء استراتژیک در تبلیغات استفاده کنید.

هدف‌گذاری سریع و به‌موقع

ریمارکتینگ شما را قادر می‌سازد تا تبلیغ خود را به کسانی که قبلاً با کسب و کار شما تعامل داشته‌اند، درست در زمانی که در حال جست‌وجوی سایت‌های دیگر هستند نشان دهید. احتمال اینکه این افراد از شما خرید کنند بسیار زیاد است. می‌توانید با نشان دادن تبلیغ به مشتریانی که کسب و کار شما را در گوگل جست‌وجو می‌کنند، به آنها کمک کنید تا شما را پیدا کنند.

تبلیغات متمرکز

شما می‌توانید برای تبلیغ‌های خاص لیست‌های ریمارکتینگ ویژه‌ای را ایجاد کنید. برای مثال، ممکن است بخواهید یک لیست ریمارکتینگ برای هدف گرفتن کسانی داشته باشید که در وب‌سایت شما محصولی را به سبد خرید اضافه ولی عملیات خرید را به پایان نرسانده‌اند.

ایستگاه بازاریابی

سرنوشت صنعت پخش آنلاین فیلم و سریال چه خواهد شد؟

بازاریاب‌ها و نبرد پخش آنلاین فیلم و سریال

به قلم: کوری اشمیت مدیر بخش بازاریابی موسسه کانتو

ترجمه: علی آل علی

اکنون ما از دوران انحصار نتفلیکس بر حوزه پخش برنامه‌های آنلاین عبور کرده‌ایم. رقبای تازه نتفلیکس در سراسر دنیا مشغول فعالیت و ارائه خدمات هیجان‌انگیز هستند. این امر فشار رقابت در این عرصه را به شدت افزایش داده است. وقتی برندهای زیادی در یک حوزه فعالیت دارند، شکست برخی از آنها اجتناب‌ناپذیر خواهد بود. بر این اساس ما باید آمادگی لازم برای پرهیز از پیوستن به گروه شکست‌خورده‌ها را داشته باشیم. نقش بازاریابی در تعیین سرنوشت برندهای حاضر در عرصه پخش آنلاین برنامه اساسی است. به این ترتیب برندهای موفق در زمینه بازاریابی مناسب برای کسب و کارشان امکان ادامه فعالیت در این عرصه را خواهند داشت.

بی‌تردید ما در نبردی بزرگ بر سر کسب سهم بازار بیشتر از عرصه پخش برنامه‌های آنلاین به سر می‌بریم. این امر فشار بسیار زیادی بر روی برندها و ویژه بخش‌های بازاریابی آنها ایجاد می‌کند. در ادامه ما براساس اطلاعات در دسترس به پیش‌بینی برنده‌ها و بازنده‌های احتمالی این عرصه خواهیم پرداخت.

شرایط کنونی

بسیاری از افراد هنوز دنیای پخش محتوای آنلاین را با نتفلیکس می‌شناسند بنابراین توضیح شرایط کنونی در عرصه پخش محتوای آنلاین ضروری خواهد بود. نتفلیکس کار خود را با بارگذاری انواع فیلم و سریال در فضای ابری‌اش شروع کرد. به این ترتیب کاربران امکان دریافت اشتراک این پلتفرم و مشاهده فیلم‌های دلخواه‌شان را داشتند. این برند در طول چند سال اخیر شروع به تولید برخی فیلم‌ها و سریال‌ها به طور اختصاصی کرده است. به این ترتیب از حالت یک پلتفرم نمایشی صرف به جایگاه تولیدکننده محتوای سرگرم‌کننده ارتقا یافته است.

بدون تردید وقتی نتفلیکس از مدت‌ها قبل انحصار بازار را در اختیار داشته است، رقابت با آن دشوار خواهد بود. اکنون هولو به عنوان مهم‌ترین رقیب نتفلیکس در تلاش برای ساماندهی و تولید مجموعه سریال‌های جذاب است. این امر امکان رقابت مناسب با نتفلیکس را فراهم خواهد کرد. آمازون به عنوان بزرگ‌ترین خرده‌فروشی آنلاین نیم نگاهی به حوزه نمایش آنلاین فیلم و سریال دارد. همچنین اپل و دیسنی نیز اخیراً از طرح‌های منحصر به فردشان برای این بازار رونمایی کرده‌اند. اوضاع در انگلستان به طور کلی متفاوت از ایالات متحده است. در این کشور بریت باکس و بی بی سی در تلاش برای سلطه بر بازار پخش فیلم و سریال آنلاین هستند. تازه‌ترین خبر از بازار انگلستان تلاش دو برند فوق برای همکاری بیشتر به منظور رقابت موثر با برندهای آمریکایی است.

افراد عادی برای ارزیابی موفقیت برندهای مختلف در زمینه پخش آنلاین فیلم و سریال به طور معمول معیارهایی نظیر تنوع محتوا، قیمت و کیفیت خدمات را مدنظر قرار می‌دهند. اگرچه معیارهای فوق در زمینه موفقیت برندهای مختلف اهمیت دارد، اما نتیجه نهایی جایی دیگر رقم می‌خورد. امروزه برندهای موفق در زمینه بازاریابی امکان کسب سود و سهم بیشتری از بازار را خواهند داشت. این امر در نهایت موجب موفقیت بیشتر آنها در تعامل با مخاطب هدف خواهد شد.

چرا بازاریابی کلید موفقیت در پخش فیلم و سریال آنلاین است؟

بازاریابی و برندسازی درست مانند سایر حوزه‌های کسب و کار در صنعت پخش آنلاین فیلم و سریال نیز دارای اهمیت است. بهترین نمونه بازاریابی در زمینه فناوری‌های نوین مربوط به برند اپل است. قیمت محصولات این برند در مقایسه با رقبای به طور معمول بسیار بیشتر تعیین می‌شود. همچنین در زمینه بازاریابی نیز طرح‌های بسیار ساده و چشم‌نوازی ارائه می‌کنند. اگر با نگاه عادی در تلاش برای ارزیابی برند اپل باشیم، هیچ‌گاه موفقیت بزرگی برای آنها متصور نخواهیم شد. نکته مهم در زمینه فعالیت برند اپل عدم نیاز آنها به واداشتن مخاطب به تعجب یا حیرت است. آنها نسبت به کیفیت محصولات و خدمات‌شان اطمینان دارند. به همین خاطر الگوی بازاریابی منحصر به فردی طراحی کرده‌اند. رونمایی از ویژگی تشخیص چهره هوشمند در طول سال‌های اخیر مهم‌ترین الگوی امتیازی اپل محسوب می‌شود. این برند پس از افزودن ویژگی موردنظر به گوشی‌های تازه‌اش در یک کمپین بازاریابی ساده اقدام به بیان کاربرد آن کرد. شاید هر برند دیگری با سر و صدای بسیار زیادی اقدام به رونمایی از این فناوری تازه می‌کرد، اما اپل نیازی به ایجاد هیجان بیش از حد در مخاطب هدف‌اش ندارد. وضعیت در مورد برندهای فعال در زمینه پخش آنلاین فیلم و سریال نیز مانند حوزه فناوری است. بازاریابی در اینجا نیز سرنوشت اصلی برندها را مشخص می‌سازد. کمپین‌های بازاریابی موفق در این صنعت بر روی تفاوت‌های معنادار هر برند و ویژگی‌ای منحصر به فردش تأکید می‌کند. به این ترتیب مخاطب هدف فراتر از معیارهای ساده‌ای نظیر قیمت یا تنوع محتواها دست به انتخاب خواهد زد. به عنوان مثال، دیسنی پلاس دسترسی منحصر به فردی برای کاربران به مجموعه جنگ ستارگان مهیا می‌کند. به این دلیل دسترسی پلاس مزیت رقابتی قابل توجهی در مقایسه با دیگر رقبای خواهد داشت. شاید در پایان روز کاری برندی که بدترین کیفیت محتوا را داشته باشد، برنده شود. این امر بستگی به میزان موفقیت هر برند در بازاریابی دارد. نکته جالب اینکه اغلب در دنیای بازاریابی چنین اتفاقی روی می‌دهد. مشتریان براساس کیفیت محصولات دست به انتخاب نمی‌زنند. معیارهایی نظیر نحوه تعامل با مشتریان و همچنین ویژگی منحصر به فرد کمپین‌های بازاریابی در انتخاب افراد تأثیرگذار خواهد بود.

یادگیری و کسب موفقیت

بدون تردید تمام برندهای حاضر در یک عرصه امکان کسب موفقیت را ندارند بنابراین توجه به نحوه فعالیت برندهای موفق در زمینه بازاریابی و تلاش برای شخصی‌سازی اصول آنها ضروری خواهد بود. اشتباه برخی از برندها استفاده دقیق از شیوه سایر برندهاست. این امر اغلب نتیجه‌ای بهتر از شکست به همراه دارد. نحوه بازاریابی ما در تعامل با مخاطب هدف سرنوشت چند ماهه آنی ما در زمینه کسب و کار را مشخص خواهد کرد. بنابراین طراحی کمپین‌های ضغف شانس ما را تا حد زیادی کاهش خواهد داد.

چالش اصلی پیش روی برندها در صنعت پخش فیلم و سریال آنلاین تهیه محتوای بازاریابی جذاب و هیجان‌انگیز برای مخاطب هدف است. این امر بدون شناخت درست مخاطب امکان‌ناپذیر خواهد بود. همچنین استفاده از اشتباهات سایر برندها برای ساماندهی کمپین‌های بهتر ضروری است. نتیجه این اقدامات امکان طراحی و نمایش کمپین‌های مناسب بازاریابی برای مخاطب هدف خواهد بود. بزرگ‌ترین اشتباه برندها در زمینه بازاریابی تلاش برای دخالت در امور تیم بازاریابی است. توصیه نهایی من تلاش برای پذیرش دیدگاه تیم بازاریابی است. مدیران برندها اغلب تمایل به دخالت در فعالیت تیم بازاریابی دارند. این اقدام به دلیل عدم آگاهی آنها از حوزه بازاریابی بیشتر تأثیر منفی بر روی کمپین خواهد داشت بنابراین دخالت در امور تیم بازاریابی باید در فهرست سیاه برندها قرار گیرد.

بازاریابی محتوایی و چالش کلیدواژه‌ها



کلیدواژه‌های گوگل تا حد زیادی رفع خواهد شد. نکته مهم درباره کلیدواژه‌های گوگل امکان مشاهده نحوه تغییر و تحول آنها در طول زمان است. به این ترتیب ما بهترین اطلاعات درباره وضعیت کلیدواژه‌ها را در دست خواهیم داشت. وقتی ما از پیش‌زمینه کلیدواژه‌ها اطلاع داشته باشیم، امکان بررسی دقیقی برای پیش‌بینی آینده‌شان نیز وجود خواهد داشت. به این ترتیب کمپین ما دچار مشکل استفاده از کلیدواژه‌ها تاریخ مصرف گذشته نخواهد شد.

QuestionDB.۳

شاید مشاهده یک پلتفرم پرشش و پاسخ محور در زمینه یافتن کلیدواژه‌ها عجیب به نظر برسد، با این حال در اینجا ما باید ابزار کاربردی QuestionDB را مواجه هستیم. این ابزار محیطی مناسب برای پرسش و پاسخ میان بازاریاب‌ها و کاربران فراهم کرده است. اعتبار اصلی اطلاعات این پلتفرم مبتنی بر جامعه آماری گسترده‌اش است. بر این اساس نظرات بیش از ۴۸ میلیون کاربر در حوزه‌های مختلف قابل مشاهده خواهد بود. وقتی نوبت به استفاده از کلیدواژه‌ها می‌رسد، باید نهایت دقت را به خرج دهیم. این امر شامل استفاده از کلیدواژه‌های معتبر می‌شود. مشاهده نظرات کاربران درباره هر کلیدواژه در ابزار QuestionDB کمک شایانی به ما برای بهبود کیفیت وضعیت بازاریابی برندگان خواهد کرد. امروزه بسیاری از کاربران تمایل به بیان سلیقه و نظرات‌شان در حوزه‌های مختلف دارند. این امر موجب افزایش توجه برندها به نظرات مخاطب هدف شده است. برندهای بزرگ همیشه پیش از طراحی کمپین بازاریابی به بازخوردهای مشتریان نسبت به کمپین‌های قبلی یا پیش‌نمایش کمپین جدید توجه می‌کنند. این امر نقش سرنوشت‌سازی در تعیین آینده کمپین‌های بازاریابی خواهد داشت. گاهی اوقات استفاده از ابزار QuestionDB هیچ نتیجه خاصی برای برندها در زمینه طراحی کمپین ندارد. این امر شامل آگاهی از عدم کاربرد مناسب برخی از کلیدواژه‌ها در زمینه بازاریابی است. به این ترتیب از بروز یک اشتباه بسیار خطرناک برای کمپین بازاریابی‌مان جلوگیری خواهیم کرد. متأسفانه برخی از برندها اصرار به استفاده از برخی کلیدواژه‌ها در زمینه بازاریابی دارند. این امر در نهایت موجب کاهش تمایل مخاطب هدف برای مشاهده محتوای بازاریابی آنها خواهد شد.

۴. رنک ترکر

بر خلاف اغلب ابزارهای مدیریت سنو، رنک ترکر مجموعه‌ای از اطلاعات ترکیبی است. امروزه استفاده از روش‌های مختلف برای گردآوری داده‌های اهمیت خاصی دارد. اغلب مردم نسبت به اهمیت استفاده از چند منبع مختلف در زمینه پژوهش‌های کاربردی بی‌اطلاع هستند. این امر در زمینه کار برندها موجب افزایش بی‌دقتی و کاهش علاقه مخاطب به برندها خواهد شد.

اگر شما به دنبال استفاده از کلیدواژه‌های درست و دارای اعتبار هستید، باید استفاده از چند منبع مختلف را مدنظر قرار دهید. راهکار ساده‌تر در این میان اعتماد به آماری‌های رنک ترکر است. این پلتفرم اطلاعات مختلف را در قالب داده‌های خام برای تحلیل در اختیار کارشناس‌های حرفه‌ای بازاریابی و مدیریت سنو قرار می‌دهد. گزارش نهایی نیز در قالب محتوای مصری یا متنی کوتاه در اختیار کاربران قرار می‌گیرد. به این ترتیب ما به ساده‌ترین شیوه ممکن برخی از نیازهای‌مان را رفع خواهیم کرد.

بدون تردید افزایش اهمیت مدیریت سنو در طول سال‌های اخیر موجب پدید آمدن استراتژی‌هایی نظیر رنک ترکر شده است. نکته مهم درباره این ابزار امکان استفاده رایگان از بخش قابل توجهی از خدماتش است. فقط در صورت علاقه به استفاده از اطلاعات کاربردی‌تر باید مقدار مشخصی هزینه اشتراک پرداخت کنیم.

۵.گوگل ترندز

استفاده از گوگل ترندز برای آگاهی از کلیدواژه‌ها راهکار منطقی محسوب می‌شود. کاربرد کلی این ابزار نمایش وضعیت ترندهای مختلف در بازه‌های زمانی گوناگون است. بدون تردید ترندهای داغ بازاریابی همیشه در صدر علاقه‌مندی کاربران قرار ندارد. به همین خاطر اطلاع از وضعیت آنها برای طراحی کمپین‌های تازه دارای اهمیت فراوانی است. اشتباه برخی از برندها تلاش برای بازاریابی بدون استفاده از ترندهای جدید است. به این ترتیب کمپین آنها مورد بی‌توجهی مخاطب

به قلم: آله بار یسویچ کارشناس بازاریابی و مدیریت سنو

ترجمه:علی آل علی

امروزه اغلب مردم برای جست‌وجوی محتوا از گوگل استفاده می‌کنند. این موتور جست‌وجو در طول دهه‌های گذشته به طور مداوم بر کیفیت خدماتش افزوده است. به همین خاطر اکنون دیگر اثری از یاهو یا بینگ به عنوان رقبای جدی گوگل باقی نمانده است. پیشرفت فناوری در حوزه بازاریابی موجب افزایش تمایل برندها برای استفاده از کلیدواژه‌های کاربردی شده است. الگوریتم طبقه‌بندی سایت‌ها از سوی گوگل به کاربرد کلیدواژه‌ها توجه بالایی دارد. به همین خاطر استفاده درست از کلیدواژه‌ها باید در دستور کار برندها قرار گیرد.

یکی از دستاوردهای مهم در طول سال‌های اخیر تحول در نحوه جست‌وجوی محتوا از سوی کاربران است. بسیاری از مردم نسبت به استفاده از الگوهای جست‌وجوی صوتی واکنش مثبتی از خود نشان داده‌اند. اگرچه الگوی جست‌وجوی آنلاین کاربران در حال تغییر است، اما این امر به معنای کاهش اهمیت کلیدواژه‌ها نیست. حتی اگر کاربران از طریق صوتی نیز به جست‌وجوی محتوا بپردازند، بازهم از برخی کلیدواژه‌ها استفاده خواهند کرد. این امر موجب ضرورت جست‌وجوی کلیدواژه‌های تازه از سوی برندها شده است. ما به عنوان یک برند برای موفقیت در حوزه بازاریابی نیاز به اطلاع مداوم از کلیدواژه‌های برتر و مورد علاقه کاربران داریم. تلاش برای جست‌وجوی دستی کلیدواژه‌ها امری زمان‌بر محسوب می‌شود. خوشبختانه امروزه برخی از ابزارهای کاربردی برای جست‌وجوی ساده کلیدواژه‌های برتر در حوزه‌های مختلف کسب و کار وجود دارد. هدف اصلی در این مقاله بررسی برخی از برترین ابزارهای موجود در این زمینه است. در ادامه برخی از بهترین و کاربردی‌تری ابزارهای جست‌وجوی کلیدواژه‌ها را مورد بررسی قرار خواهیم داد.

Keyword Surfer.۱

اگر شما نیاز به یک موتور جست‌وجوی کلیدواژه‌ها در سطح حرفه‌ای دارید، باید به سراغ Keyword Surfer بروید. این ابزار حرفه‌ای دامنه وسیعی از موضوعات را پوشش می‌دهد. این ابزار در نهایت سادگی به عنوان افزوده گوگل کروم فعالیت می‌کند. با افزودن آن به مرورگر‌تان امکان مشاهده آماری‌های تحلیلی از کلیدواژه‌های مختلف فراهم خواهد شد. همچنین در صورت تمایل برای جست‌وجوی محتوای خاص تعداد کلیدواژه‌های مهم در آن حوزه به اطلاع ما خواهد رسید. بی‌تردید اطلاع از کلیدواژه‌های مهم به سادگی امری ایده‌آل برای بازاریاب‌ها محسوب می‌شود. سرنوشت بسیاری از کمپین‌های بازاریابی در صورت آگاهی درست از کاربرد کلیدواژه‌ها به طور کلی تغییر خواهد کرد.

مزیت اصلی Keyword Surfer امکان استفاده رایگان از آن است. همچنین در هر موضوع ۱۰ کلیدواژه برتر برای ما به نمایش درمی‌آید. این امر بسیاری از نیازهای ما را رفع خواهد کرد. شاید تنها نقطه ضعف این ابزار کاربردی عدم قطعیت و دقت بالای اطلاعاتش است. از آنجایی که این ابزار به طور رایگان در دسترس کاربران قرار دارد، تیم توسعه‌دهنده‌اش بودجه کافی برای همکاری با پژوهشگران حرفه‌ای را ندارد بنابراین ما باید در زمینه استفاده از اطلاعات موجود در این ابزار نهایت دقت را به خرج دهیم. این شکل به طور معمول با استفاده از چند ابزار دیگر رفع خواهد شد.

۲.برنامه‌ریز کلیدواژه‌های گوگل

ابزار رسمی گوگل یکی از بهترین نمونه‌ها برای بررسی کلیدواژه‌های مهم و برتر در حوزه‌های مختلف است. این امر فقط به دنیای کسب و کار محدود نیست. گوگل برای تمام کاربران امکان دسترسی به کلیدواژه‌های برتر را مهیا کرده است. بنابراین هیچ بهانه‌ای برای عدم طراحی کمپین بازاریابی براساس کلیدواژه‌های کاربردی باقی نخواهد ماند. این ابزار از نقطه نظر میزان اعتبار اطلاعات و دقت در پردازش آنها رتبه نخست را دارد. به هر حال گوگل به دامنه وسیعی از اطلاعات کاربران در سرورهای متخلفش دسترسی دارد. این امر اعتبار داده‌های گوگل را به شدت افزایش می‌دهد.

بسیاری از تیم‌های بازاریابی نسبت به کیفیت پایین اطلاعات ابزارهای بازاریابی به ویژه در زمینه یافتن کلیدواژه‌ها اعتراض دارند. این امر با استفاده از برنامه‌ریز

تجربه ۴ کار آفرینی که شکست را با پیروزی عوض کردند

به قلم: انجمن نوپسندگان اوراکل

مترجم: امیر آل علی

اگر چه شکست خوردن طبیعی تلقی می‌شود، با این حال هنر واقعی این است که در شکست‌های خود باقی نمانیم. درواقع عدم قبول شکست و تلاش برای پیدا کردن یک راه حل، اوج هنر یک کارآفرین خواهد بود، با این حال نحوه انجام این امر چگونه است؟ بدون شک گوش دادن به تجربه چند نمونه موفق، در این رابطه راهنمای عمل بسیار خوبی خواهد بود. در همین راستا به بررسی شش مورد منتخب خواهیم پرداخت.

۱- باربارا کورکران

در سال ۱۹۹۲ موفق شدم تا شرکت را با سودآوری قابل توجهی همراه سازم، با این حال به خوبی می-دانستم که برای تداوم این روند، نیاز به انجام اقدامات جدید خواهد بود. همین امر باعث شد تا یک عکاس حرفه‌ای را استخدام کردم تا از املاک موجود در بنگاه خود، تصاویری مناسب را تهیه کرده و در کنار نمایش فروشنده‌ها، شماره تماس آنها نیز ذکر شود. برای این موضوع حتی از یک آرایشگر حرفه‌ای نیز استفاده کردم تا ظاهر فروشنده‌ها در بهترین وضعیت ممکن قرار داشته باشد. قرار بود تا این تصاویر در نهایت به یک ویدئو تبدیل شده و در ازای ۲۰ دلار، در اختیار افراد قرار گیرد. اگرچه این ایده به نظر من و تمامی افراد تیم فروش، فوق‌العاده به نظر می-رسید، با این حال چند مشکل باعث شد تا یک شکست واقعی شکل گیرد. نخست آنکه هیچ یک از فروشندگان تمایل نداشت تا رقبای خود را قدرتمند کند. به همین خاطر از معرفی این فایل به مشتریان، خودداری می‌کردند. همچنین تعداد بالای تصاویر باعث می‌شد تا مخاطب برای رسیدن به گزینه مدنظر خود، مجبور به مشاهده هزاران عکس باشد. این مسئله به علت سرمایه‌گذاری زیادی که برای آن شده بود، وضعیت شرکت را می‌توانست در بدترین شرایط قرار داده و پخش شدن این خبر منجر به تمسخر برند ما توسط سایر رقبا می‌شد. با این حال همسر من که سابقه حضور در ارتش و همکاری با پنتاگون را داشت، از ظهور یک تکنولوژی جدید به نام اینترنت خبر داد. همین امر باعث شد تا به کمک آن، تصاویر و اطلاعات را بتوانم در اختیار همگان قرار داده و از یک تجربه تلخ رهایی یابم. در نهایت این امر باعث شد تا برند من، به نخستین املاکی جهان تبدیل شود که اطلاعات خود را در فضای اینترنت قرار داده است که خود تبلیغ فوق‌العاده‌ای برای ما بود و بسیاری از رسانه‌ها، این خبر را منتشر کرده و با من مصاحبه کردند. این امر باعث شد تا برند ما در مدت‌زمانی کوتاه، به شهرتی فراتر از حد تصور دست پیدا کند. درواقع این امر بسیار مهم است که در رابطه با مشکلات خود، حتی با افرادی که تجربه‌ای در صنعت کاری شما ندارد، صحبت کنید. در بسیاری از شرایط این افراد ممکن است اطلاعاتی داشته باشند که شما از آن بی‌خبر هستید.

۲- روبر تو ارسی

در زمان فیلمبرداری پیشنهاد فضا، طرح‌هایی را در ذهن داشتم که با مخالفت شدید عوامل، خصوصا مدیران استودیو همراه بود، با این حال برد گری (رئیس پارامونت پیکچرز) اعلام کرد که باید به کارگردان اختیار عمل لازم را داد. این امر در حالی بود که استودیوهای فیلمسازی تا آن زمان کنترل زیادی را بر روی نحوه تولید فیلم داشتند. ریسک ما زمینه‌آشنایی مخاطب با سبکی جدید را مهیا کرد و استقبال بی‌نظیری شکل گیرد، با این حال وی در حین ضبط توصیه‌هایی را به من کرد که رعایت آن موارد باعث شد تا خروجی کار، یک شاهکار باشد. درواقع بسیار مهم است که برای افرادی کار کنید که در کنار حمایت، توصیه‌های لازم را نیز به شما داشته باشند. این امر باعث می‌شود تا شانس شکست شما به حداقل برسد. نکته دیگری که باید به آن توجه داشته باشید این است که نباید زود تسلیم شوید. درواقع من به علت پافشاری خود موفق شدم تا نظر بر گردی را به خوب جلب کنم، با این حال اگر می‌خواستم طبق قوانین رفتار کنم، بدون شک پیشنهاد فضا به یکی از فیلم‌های متوسط سال تبدیل می‌شد.

۳- کرگ هندلی

در سال‌های اول تأسیس ListenTrust، سه قرارداد افشاح را داشتم، با این حال تجربه آنها کمک کرد تا بتوانم عملکرد خوبی را داشته باشم. برای مثال در ابتدای کار قرار بود تا به ازای مشتری‌سازی برای یک برند، ۲۰درصد از سود ماهانه، به ما اختصاص پیدا کند. با این حال به علت عدم توجه کافی به قوانین، این شرکت عملا یک کلاهبرداری را انجام داد. این امر به شکل‌های متفاوت دو بار دیگر نیز رخ داد و باعث شد تا بسیاری از اطرافیان و حتی مشاوران شرکت، توصیه کنند که ما هم باید به این روش کسب درآمد داشته باشیم، با این حال من هرگز نمی‌خواستم با کلاهبرداری به موفقیت برسم. درواقع ما یک برند توانا محسوب می‌شدیم که کار خود را به خوبی بلد بود. اگرچه بدهی‌های سنگینی را به علت اشتباهات داشتیم، با این حال کیفیت کار ما در نهایت باعث جلب نظر برندهای مختلف شد. درواقع کسب شهرت در بازار، قراردادهای به مراتب بهتری را به سمت ما روانه کرد. داستان بدشناسی و اخلاق‌مداری شرکت، نظر هر مدیری را به سمت خود جلب کرد. درواقع اعتماد کردن در بازار بسیار مهم است که ما گزینه خوبی محسوب می‌شدیم و با توجه به شکست‌ها، قابل اعتماد بودن خود را به اثبات رسانده بودیم. این امر در حالی است که اکثر ما شیوه فریب‌کاری را در دستور کار قرار می-دادیم، بدون شک شهرت و موفقیت جهانی غیرممکن بود.

۴- کریس پلو

من تا قبل از آشنایی با شرک یک خود، به عنوان فردی کاملا ناموفق معرفی می‌شدم، مدیریت افشاح، سرمایه‌گذاری‌های ضعیف و عدم توان کنترل اوضاع باعث شده بود تا با بدهی سنگین مواجه شده و فردی ورشکسته باشم. این امر حتی باعث از دست دادن شریک زندگی من نیز شد، با این حال پس از پیشنهاد همکاری یک دوست قدیمی، شرکتی را به نام Exponential تأسیس کردیم. وی نقش پوشش ضعف‌های من را برعهده داشت و این امر باعث شد تا بتوانم سریع‌توجه اشتباهات خود شده و پس از گذشت مدتی اعتماد به نفسی را به دست آورم که سال‌ها از دست داده بودم. میزان موفقیت شرکت به حدی بود که طی دو سال، قدرت پرداخت تمام بدهی‌ها را پیدا کردم و یک زندگی جدید را شکل دادم. البته من هنوز هم اشتباهاتی را مرتکب می‌شوم، با این حال نگرش من نسبت به این اتفاق طبیعی عوض شده و هیچ‌گاه امید خود را از دست نمی‌دهم. درواقع اگر شکست‌ها رخ نمی‌داد، من ابداً در جایگاه فعلی نبوده و در بهترین حالت مدیر یک شرکت سطح پایین با سودی اندک بودم. درواقع اگر از شکست‌های خود درس بگیرید، قادر خواهید بود تا آنها را به پیروزی تبدیل کنید.

منبع: businessinsider.com

ترجمه: علی آل علی

ما اغلب ساعت‌های هفته را با همکاران در محیط کار سپری می‌کنیم. این امر به طور معمول موجب ایجاد روابط دوستانه میان کارمندان می‌شود. مدیریت مناسب تیم‌های کاری بر روی ایجاد روابط دوستانه میان کارمندان تأکید دارد. این امر روابط میان کارمندان و بهبود عملکردشان را به گونه‌ای مناسب مدیریت خواهد کرد. بدون تردید فعالیت در محیطی صمیمانه با حضور دوستان‌مان به عنوان همکاران مزیت‌های فراوانی در مقایسه با محیط کاری سرد و بی‌روح خواهد داشت.

امی کوپر، کارشناس مدیریت سازمانی، درباره روابط دوستانه کارمندان در محیط کار اظهارنظر جالبی دارد: «حضور دوستان در محیط کار موجب فعالیت بهتر کارمندان می‌شود. این امر ساعت‌های حضور در دفتر کار را لذت‌بخش‌تر خواهد کرد.» وقتی ما با همکاران‌مان روابط دوستانه ایجاد می‌کنیم، به تدریج عادت‌های‌شان را بهتر متوجه خواهیم شد. نتیجه این امر امکان به اشتراک‌گذاری بهتر اطلاعات و همکاری موثر خواهد بود. یکی از نکات مهم در زمینه روابط دوستانه در محیط کار ایجاد محدودیت‌های کاربردی است. اگر دوستی‌های ما بدون محدودیت و حدود مشخصی باشد، به تدریج موجب بروز تنش‌هایی خواهد شد. درست به مانند زندگی عادی، در اینجا نیز مدیریت روابط دوستانه اهمیت بسیار زیادی دارد. هدف اصلی ما در این مقاله بررسی شیوه‌های مدیریت روابط دوستانه در محیط کار خواهد بود.

۱.عدم به اشتراک‌گذاری بیش از حد

گفت‌وگوی دوستانه درباره برنامه‌های‌مان برای آخر هفته یا تجربه حضور در سینما و مشاهده برخی از فیلم‌های مشهور با همکاران هیچ مشکلی ندارد. ما به هر حال در محیط کار باید گفت‌وگوهای دوستانه نیز داشته باشیم، با این حال اگر مشکلاتی در زمینه کار با رئیس بخش یا دیگر مقررات شرکت دارید، باید مراقب صحبت‌های‌تان با دیگران باشید. شکایت بیش از حد و گفت‌وگو پیرامون آن با همکاران موجب ایجاد احساسات نامناسب در تیم کارمندان خواهد شد. همچنین شاید تیم مدیریتی اقدام به برخورد با ما نیز بکند. در این صورت جایگاه‌مان در تیم مدیریتی به خطر خواهد افتاد.

کوپر در مورد به اشتراک‌گذاری بیش از حد اطلاعات با همکاران بر روی تعیین مرزهای مشخص تأکید دارد: «دوستان ما در محیط کار شاید در بیرون از شرکت نیز روابط‌شان با ما را حفظ کنند، با این حال چنین امری به مثابه مجوزی برای به اشتراک‌گذاری هر نوع اطلاعات یا نکته‌ای با آنها نیست. شاید آنها برای کسب جایگاه بهتر در شرکت از گفت‌وگوهای دوستانه‌تان سوءاستفاده کنند. به این ترتیب ما هزینه به اشتراک‌گذاری بیش از حد را پرداخت خواهیم کرد.»

یکی از معیارهای مهم برای تعیین دامنه به اشتراک‌گذاری اطلاعات تامل بر روی میزان نزدیکی ما با دوستان‌مان در محیط کار است. این نکته معیار مناسبی برای تشخیص میزان به اشتراک‌گذاری درست اطلاعات به ما خواهد داد. اگر ما رابطه نزدیکی با همکارمان در محیط خارج از شرکت نداریم، باید نسبت به گفت‌وگوها و روابط‌مان حساسیتی بیشتری به خرج دهیم. در غیر این صورت شاید مشکلات زیادی برای ما ایجاد شود.

یکی از ایرادهای اصلی کارمندان در محیط کار اعمال فشار بر روی دوستان

چگونه روابط دوستانه مناسبی در محیط کار داشته باشیم؟

مدیریت روابط دوستانه در محیط کار



همیشه نسبت به اهداف شرکت توجه داشته باشیم. اگر روابط دوستانه موجب انحراف از اهداف اصلی شود، باید در آن بازنگری اساسی کرد. به هر حال فعالیت در شرکت به معنای پذیرش برخی از محدودیت‌ها بر فعالیت‌مان است در غیر این‌صورت هیچ فعالیتی پیش نخواهد رفت. توصیه کاربردی ما در این بخش توجه به اهداف اصلی شرکت برای محدودسازی روابط دوستانه است. به این ترتیب ما همچنان به اهداف اصلی شرکت وفادار خواهیم ماند.

مدیریت شرکت‌های بزرگ کار ساده‌ای نیست. اغلب مدیران تحت فشار بسیار زیادی مشغول فعالیت هستند. به این ترتیب ما باید به عنوان کارمند یک شرکت رفتار حرفه‌ای را در دستور کار قرار دهیم. در غیر این صورت به سرعت به عنوان عامل مشکل‌ساز در بخش موردنظر شناخته خواهیم شد.

اندکی بدبینی در زمینه روابط دوستانه در محیط کار چندان نامناسب نخواهد بود. به این ترتیب شاید افراد به اصطلاح دوست‌مان در محیط کار در تلاش برای تخریب چهره ما باشند. این نوع نگاه به روابط دوستانه کاری موجب دقت بیشتر ما در تعامل با دیگران خواهد شد.

۵.مشاخره با رئیس را فراموش کنید

بدون تردید فعالیت در محیط کار همراه با فشارهای بسیار زیادی است. گاهی اوقات کارمندان زیر فشارهای فراوان اقدام به مشاخره با رئیس بخش می‌کنند. این اقدام از حالت اعتراض حرفه‌ای خارج است. به این ترتیب ما شروع به انتقاد بی‌پایه و اساس یا حتی توهین به رئیس بخش خواهیم کرد. چنین رفتاری در برخی از موارد حتی به قیمت از دست دادن شغل‌مان خواهد بود بنابراین ما پیش از برخورد با رئیس بخش باید نکات فراوانی مانند دلیل عصبانیت و راهکارهای رفع مشکلات در محیط کار را مدنظر داشته باشیم.

یکی از دلایل مشاخره با رئیس بخش روابط دوستانه بسیار نزدیک است. ما با دوستان‌مان بسیار راحت‌تر از دیگران بحث و گفت‌وگو می‌کنیم. به این ترتیب اگر روابط دوستانه‌مان به رئیس بخش بسیار بیش از حد انتظار باشد، در نهایت مشکلات فراوانی برای ما ایجاد خواهد شد بنابراین همیشه رفتار حرفه‌ای در محیط کار را به یاد داشته باشید.

۶.اجازه سوءاستفاده به همکاران را ندهید

گاهی اوقات روابط دوستانه ما با همکاران موجب تلاش آنها برای سوءاستفاده از ما خواهد شد. این امر اغلب در روابط دوستانه بسیار نزدیک روی می‌دهد بنابراین ما باید در تلاش برای ایجاد محدودیت‌هایی در دوستی‌مان به منظور پرهیز از سوءاستفاده باشیم. این امر سلامت محیط کار را به گونه‌ای حرفه‌ای حفظ خواهد کرد. در غیر این‌صورت ما به طور مداوم دغدغه ذهنی نسبت به رفتار دیگر همکاران در محیط کار خواهیم داشت. این امر نه‌تنها در مورد کارمندان، بلکه مدیران شرکت نیز صحت دارد بنابراین ایجاد روابط دوستانه بسیار نزدیک با همکاران در هر شرایطی نادرست خواهد بود.

بی‌تردید مدیریت روابط دوستانه در محیط کار بسیار دشوار است. این امر گاهی اوقات مشکلات بسیار زیادی در محیط کار ایجاد می‌کند. تلاش برای ایجاد محدودیت در روابط دوستانه کاری همیشه چالش کارمندان محسوب می‌شود. استفاده از توصیه‌های مورد بحث در این مقاله شروع مناسبی برای مدیریت بهینه روابط دوستانه در محیط کار خواهد بود. همانطور که اشاره شد، این نکته نه‌تنها برای کارمندان، بلکه تمام اعضای شرکت حیاتی است.

منبع: businessnewsdaily.com

کاری برای بیان نکات یا اطلاعاتی مختلف است. ما نباید مانند یک عامل فشار برای دوستان‌مان عمل کنیم بنابراین استفاده از این تکنیک‌ها هرگز توصیه نمی‌شود. واکنش ما در برابر اعمال فشار دیگران نیز باید به همین صورت، همراه با برخورد مناسب، باشد.

۲.واقع‌نگری درباره تفاوت‌های دوستی

وقتی ما روابط دوستانه در محیط کار ایجاد می‌کنیم، باید نسبت به تفاوت‌های آن با دوستی‌های خارج از محیط کار آگاهی داشته باشیم. انتظار از همکاران برای رفتار مانند بهترین دوستان‌مان امری اشتباه خواهد بود. واقع‌نگری به روابط دوستانه در محیط کار بهترین عامل برای تعیین محدودیت‌های کاربردی است.

اگر ما توانایی اعمال تمایز میان روابط دوستانه در محیط کار و خارج از آن را نداشته باشیم، دیگر اطلاعات بسیار شخصی را به اشتراک نخواهیم گذاشت. به این ترتیب ناراحتی و دلخوری‌های ناشی از روابط دوستانه بیش از حد نیز کاهش چشمگیری می‌یابد. هرچه انتظارات ما از دوستان در محیط کار کمتر باشد، راحت‌تر با اتفاق‌های احتمالی کنار خواهیم آمد. اشتباه بسیاری از کارمندان در محیط کار تلاش برای ایجاد روابط نزدیک با دوستان و سپس انتظارات بالا از آنهاست. این امر از نقطه نظر رفتار حرفه‌ای در محیط کار هرگز درست نیست.

همکاران ما در محیط کار تعهدات و وظایف خاص خود را دارند. روابط دوستانه نباید موجب انتظار بالای ما از آنها شود. تعامل حرفه‌ای در محیط کار فقط شامل وظایف رسمی است. خارج از این محدوده هرگونه همکاری اضافه بر سازمان و بسته به سلیقه کارمندان خواهد بود.

۳.ایجاد مرزهای مشخص

ایجاد مرزهایی برای روابط دوستانه اهمیت زیادی در محیط کار دارد. تعامل دوستانه با همکاران و گفت‌وگوهای لذت‌بخش در زمان‌های استراحت امر عادی محسوب می‌شود. با این حال دخالت در کار دیگران به بهانه دوستی هرگز ایده مناسبی نیست. هر کدام از کارمندان در شرکت‌ها دارای وظایف مشخصی هستند. این امر موجب افزایش کارآمد شرکت در مقیاس کلی خواهد شد. حال اگر ما به طور مداوم در کار دوستان همکارمان دخالت کنیم، به تدریج نظم سازمان به هم خواهد خورد. مدیران هر بخش به طور معمول با چنین کارمندانی رفتارهای تنبیهی دارند بنابراین با ایجاد مرزهایی برای فعالیت‌مان از دریافت تنبیه‌های بی‌مورد اجتناب خواهیم کرد.

بدون شک تعیین مرزهای درست در روابط دوستانه کار دشواری خواهد بود. این امر از در هر شرکت یا مجموعه‌ای متفاوت است. همچنین ویژگی‌های شخصیتی افراد نیز در چنین امری موثر خواهد بود.

مهم‌ترین نکته در ایجاد روابط دوستانه مناسب با همکاران شناخت سلیقه و عادت‌های‌شان است. وقتی ما شناخت درستی از همکاران داشته باشیم، امکان تعیین مرزهای مشخص برای دوستی نیز فراهم می‌شود. یکی از دلایل اصلی ناتوانی افراد برای ایجاد مرزهای مشخص در دوستی‌های کاری احساس خجالت از بیان مرزهای موردنظر است. ما در محیط کار نباید هیچ تعارفی با دیگران داشته باشیم. عملکرد یک سازمان در مقیاسی کلی نیازمند فعالیت دقیق و خارج از روابط شخصی کارمندان است. در غیر این صورت مشکلات زیادی برای ما ایجاد خواهد شد.

۴.تمرکز بر روی اهداف شرکت

روابط دوستانه در محیط کار اهمیت بسیار زیادی دارد، با این حال ما باید

یازدهمین جشنواره نخستین واژه "آب" آذربایجان شرقی؛

بیش از ۳۳۰۰۰ نفر با مفاهیم و روش های صرفه جویی در مصرف آب آشنا شدند

وی افزود: از این اقدامات موثر همکاری خوب مشترک بین آموزش و پرورش استان در زمینه فرهنگ سازی مصرف صحیح آب در بین دانش آموزان و مدارس می باشد و معلمان گرامی از نقش و جایگاه مهمی درخصوص فرهنگ سازی مدیریت مصرف آب دارند و می توانند به عنوان سفیران آب با ارائه آموزش های لازم به دانش آموزان و به تبع آن خانواده ها را مفاهیم صرفه جویی آشنا نموده و در حفاظت از منابع آب نقش مهمی را در جامعه ایفاذ نمایند.

وی در پایان گفت: دفتر روابط عمومی و آموزش همگانی شرکت آبفا آذربایجان شرقی همواره می کوشد تا با استفاده از رویکردهای نوین آموزشی اعم از قصه گویی و بازی های گروهی علاوه بر انتقال مفاهیم آموزشی در خصوص منابع ارزشمند آبی و مدیریت مصرف آب در بین دانش آموزان و اولیاء مهارتها و مشارکت های اجتماعی را نیز با مخاطبان به اشتراک بگذارد. همچنین برنامه های یازدهمین جشنواره را برنامه نمادین رنگ آب، کارگاه هم اندیشی با اولیاء، کارگاه آموزشی آموزگاران، جشنواره کلاس اولی ها، جشنواره همه مقاطع ابتدایی، شبکه دانش آموزان حامی آب و سومین مسابقه نقاشی آب = زندگی را می توان برشمرد.



در بین دانش آموزان از اهمیت ویژه ای برخوردار است. باقرزاده در خصوص اهداف برگزاری جشنواره آب گفت: هدف از برگزاری این جشنواره این است که دانش آموزان ابتدایی با مفاهیم و نقش و اهمیت آب در زندگی روش های درست آن آشنا شوند و همچنین این مفاهیم در کنار دانش آموزان به خانواده های آنها نیز انتقال داده شود این جشنواره می کوشد تا درانش آموزان در محیطی سرگرم کننده، شاد و آموزنده مفاهیم اساسی و حیاتی در باره آب را نیز بیاموزند. در این جشنواره از هر مدرسه تعداد ۶ نفر از دانش آموزان نیز بعنوان حامیان آب انتخاب و وارد شبکه دانش آموزان حامی آب شدند.

مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب استان اصفهان خبر داد:

بهره برداری از فاز اول تاسیسات فاضلاب جنوب شرق اصفهان

ثانیه با بهره مندی از ۵ پمپ از محل اعتبارات جاری و عمرانی هزینه شده است.

مهندس هاشم امینی به جمعیت تحت پوشش خدمات شبکه فاضلاب در محور جنوب شرق اصفهان پرداخت و تصریح کرد: در حال حاضر با اجرای این پروژه بیش از ۵۱ هزار نفر تحت پوشش خدمات شبکه فاضلاب قرار می گیرند اما پیش بینی شده در سال ۱۴۲۵ بالغ بر ۷۰ هزار نفر در این منطقه از خدمات شبکه فاضلاب بهره مند شوند. وی به مناطق محور جنوب شرق اصفهان اشاره کرد و اظهار داشت: با اجرای این پروژه ساکنان مناطق شهرک زاینده رود ،روشن شهر ، روشن دشت،ران، فیزاران، اجلاس سران شهرک شهید کشوری،پهنارت،دنازت،ژوان،کلمه خواران،خیابان سلمان فارسی تحت پوشش خدمات شبکه فاضلاب قرار می گیرند. مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب استان اصفهان اعلام کرد: با اجرای تاسیسات فاضلاب محور جنوب شرق اصفهان بیش از ۲۴ هزار و ۵۰۰ فقره اشعاب فاضلاب به مشترکین واگذار می شود.



ظرفیت ۴۰۰ لیتر بر ثانیه ۱۲۰ کیلومتر خطوط اصلی و کلکتور ۶۱۰ کیلومتر خطوط فرعی با هزینه ای بالغ بر ۸۰ میلیارد تومان تاسیسات فاضلاب محور جنوب شرق شهر اصفهان تکمیل می شود. وی اعلام کرد: تاکنون بالغ بر ۳۰ میلیارد تومان به منظور اجرای بیش از ۶/۵کیلومتر خطوط انتقال با اقطار ۶۰۰ الی ۱۰۰۰ میلیمتر ۶۰ کیلومتر خطوط فرعی با اقطار ۲۰۰الی ۵۰۰ میلیمتر، یک باب ایستگاه پمپاژ با ظرفیت ۴۰۰ لیتر بر

تبریز – **ماهان فلاح**: یازدهمین جشنواره آموزشی فراگیری نخستین واژه "آب" استان آذربایجان شرقی با کوله باری از تجربیات یک دهه در مدارس ابتدایی منتخب اجرا و بیش از ۳۳۰۰۰ نفر از دانش آموزان و اولیاء ومعلمان با مفاهیم و فرهنگ مدیریت مصرف آب آشنا شدند.

مدیر دفتر روابط عمومی و آموزش همگانی شرکت آبفا استان و دبیر جشنواره نخستین واژه "آب" گفت: این جشنواره با همکاری اداره کل آموزش و پرورش استان و سازمان مردم نهاد در ۷۶ مدرسه ابتدایی در سطح استان اجرا شد و برای بیش از ۲۹۹۷۰ نفر از دانش آموزان مقطع ابتدایی و بتعداد ۲۰۴۰۰ نفر از اولیاء گرامی در آذر، دی و بهمن ماه سال جاری آموزش های لازم در خصوص مفاهیم آب و راههای صحیح مصرف آب داده شد.

مدیر روابط عمومی و آموزش همگانی شرکت آبفا افزود: کشور ما در حال حاضر با محدودیت جدی منابع آب روبرو است و برای حفاظت از منابع آب نیاز به گفتمان عمومی و حس مشترک ملی هستیم و بایستی موضوع مصرف صحیح آب را در لایه های مختلف جامعه مطرح نمائیم و استفاده درست از آب فرهنگ سازی شود از این رو آموزش و ترویج فرهنگ مصرف صحیح آب

اخبار

بازدید مدیرکل بنادر و دریا نوردی هرمزگان از بنادر شرق استان

بندرعباس – خبرنگار فرصت امروز: مدیر کل بنادر و دریانوردی هرمزگان در بازدید یک روزه از بنادر شرق استان از ظرفیت های گردشگری، زیرساختهای ایجاد شده و طرح های توسعه ای بنادر تیاب و سیریک دیدن کرد.
به گزارش روابط عمومی اداره کل بنادر و دریانوردی هرمزگان، "اله مراد عقیقی پور" امروز پنجشنبه ۸ اسفند ماه باهمراهی اسماعیل مکی زاده معاون دریایی اداره کل بنادر و دریانوردی هرمزگان و مرتضی سالاری معاون دریایی اداره بنادر و دریانوردی شهید باهنر طی بازدیدی یک روزه از بنادر شرق استان با حضور در بندرگاه تیاب از ظرفیت های گردشگری،



طی بازدیدی یک روزه از بنادر شرق استان با حضور در بندرگاه تیاب از ظرفیت های گردشگری، زیرساختهای ایجاد شده و طرح های توسعه این بندر بازدید و دستورات لازم را جهت تسریع در روند عملیات اجرایی بندرگاه تیاب براساس برنامه های پیش بینی شده صادر کرد. وی درحاشیه این بازدید با اشاره به موقعیت بندر تیاب و اینکه این بندردرفاصله چندین کیلومتری رویشگاه جنگل‌های حفاظت شده مانگرو (حرا)قرار گرفته بر لزوم رعایت مقررات و ضوابط زیست محیطی در تمامی مراحلمربوطه و طرح های توسعه ی تاکید کرد. عقیقی پور همچنین از توجه ویژه سازمان بنادر و دریانوردی به فراهم کردنشرايط گردشگری ايمين دریایی برای رونق توریسم دریایی با هدف اشتغال بومیانسخن به میان آورد و اظهارداشت:در کنار توسعه زیرساخت‌های تجاریجاذبه‌های توریستی این منطقه مانند وجود انواع پرندگان دریایی، چهار هزارهکتار جنگل‌های مانگرو (حرا) و تالاب بین‌المللی ۲۵ هزار هکتاری، مسئولینسازمان بنادر و دریا نوردی را برآن داشت تا علاوه بر کاربردهای تجاری بهمزیت های گردشگری و ظرفیتهای خدادادی منطقه نیز توجه ویژه ای داشته باشند.

وی اظهار داشت: این امر موجب گردید بندر تیاب از یک بندر بسا کارگرد صرف تجاری به یک بندرگاه چندمنظوره با کارکردهای گردشگری مبدل شده و زیر ساخت های گردشگری نظیر اسکله ویژه مسافری با تامین اعتبار از منابع داخلی سازمان بنادر ودریانوردی درآن احداث شود. مدیر کل بنادر و دریا نوردی هرمزگان و هیات همراه درادامه سفر یکروزه خود به بنادر شرق استان با حضور در سواحل مکران از طرحهای توسعه ای شهرستان سیریک در حوزه دریایی و بندری نیز بازدید داشتند . پیگیری و بازبازدید از کارگاه ساخت اسکله ۱۰۴ متری بندر سیریک و پسرکانه های بندری همچنین بازدید از رمپ تازه احداث شده بندرگاه سیریک از دیگر برنامه های مدیرکل بنادر و دریانوردی استان در سفر به این شهرستان بود. بررسی و ارزیابی ظرفیت رمپ چند منظوره جدید الاحداث بندرگاه سیریک و استماع نقطه نظرات تاجار و بازرگانان منطقه همچنین پیگیری موضوعات گردشگری دریایی شهرستان که طی سالیهای اخیر با اقبال آسوی مسافران همراه بوده از دیگر برنامه های مدیرکل بنادر ودریانوردی استان وهیات همراه به این شهرستان بود. بنادر سیریک و تیاب از مهم‌ترین مناطق ساحلی در شرق استان هرمزگان بشمار می آیند که به لحاظ تجارت، صیادی، گردشگری دریایی و فعالیت‌های وابسته به دریا نقش موثری را در سبهر اقتصادی منطقه ایفا نموده وتجاروباوِزارگانان این مناطق از دیدباز در امر صادرات و واردات کالاها با کشورهای حاشیه خلیج فارس مراودات تجاری دارند .

معارفه رییس جدید تامین اجتماعی شعبه شهرستان دلیجان

اراک – مینورستمی: با حضور معاون فرماندار و مقامات محلی شهرستان دلیجان و معاون مدیر کل تامین اجتماعی استان مرکزی رئیس شعبه جدید این شهرستان معرفی شد . به گزارش روابط عمومی اداره کل تامین اجتماعی استان مرکزی، در مراسمی که با حضور معاون فرماندار دلیجان در فرمانداری این شهرستان برگزار شده، علی حسینی به عنوان رئیس شعبه جدید این شهرستان معرفی و از زحمات هانی پنبه زن به عنوان رئیس شعبه سابق تامین اجتماعی و همچنین از تلاشها و فعالیت آسبه بیکی، به عنوان



سرپرست این شهرستان قدرانی گردید. در این مراسم قناتی معاون فرماندار شهرستان دلیجان در سخنانی ضمن تقدیر از خدمات سازمان تامین اجتماعی در شهرستان و بسط و گسترش انواع پوشش های بیمه ای گفت: با توجه به اینکه شهرستان دلیجان از قطب های صنعتی کشور است لذا دستگاههای اجرایی به ویژه سازمان تامین اجتماعی همکاریهای تنگاتنگی با بخش صنعت دارد و امید که این همکاریها روز به روز افزایش یافته و در مسیر رونق تولید حرکت کنیم. وی همچنین ضمن تقدیر از زحمات پنبه زن و بیکی در زمان تصدی ریاست و سرپرستی شعبه، خواستار استمرار خدمت رسانی به مردم این منطقه از سوی حسینی رئیس شعبه جدید این شهرستان شد

انهدام باند سارقان کابل برق در گنبد

گرگان – خبرنگار فرصت امروز: فرمانده انتظامی استان از انهدام باند سارقان کابل برق با ۱۲۸ فقره سرقت در شهرستان "گنبدکاووس" خبر داد.سردار "روح الامین قاسمی" اظهار داشت: در پی وقوع چندین فقره سرقت کابل برق در "گنبدکاووس"، دستگیری سارق به صورت ویژه در دستور کار پلیس قرار گرفت.فرمانده انتظامی گلستان تصریح کرد:اقدامات اطلاعاتی و بررسی های میدانی پلیس ادامه داشت تا اینکه معاون کلانتری ۱۲ طی گشت زنی در نقاط جرم خیز موفق شدند ۲ سارق سابقه دار را حین سرقت شناسایی و دستگیر کنند.سردار قاسمی خاطرنشان کرد: متهمان در تحقیقات اولیه و پس از مواجهه با مستندات پلیس به ۱۲۸ فقره سرقت کابل برق در شهرستان گنبدکاووس اعتراف کردند.فرمانده انتظامی استان با اشاره به دستگیری ۲ همدست دیگر سارقان طی یک عملیات غافلگیرانه، گفت: هر ۴ سارق پس از تشکیل پرونده برای انجام مراحل قانونی به مراجع قضائی معرفی شدند.این مقام ارشد انتظامی استان با تاکید بر مقابله قاطعانه پلیس با برهم زندگان نظم و امنیت جامعه، تصریح کرد: برقراری امنیت جامعه از اصلی ترین ماموریت های نیروی انتظامی بوده و پلیس در این راستا با تمام توان تلاش خواهد کرد.

آتش سوزی کارخانه پنبه "علی آباد کتول"

گرگان – خبرنگار فرصت امروز: فرمانده انتظامی علی آبادکتول از وقوع حریق در شهرک صنعتی و آتش گرفتن ۱۵ تن پنبه خبر داد.سرهنگ "ایلیاس تازیکه" اظهار داشت: به دنبال اعلام مرکز فوریت های پلیسی ۱۱۰ مبنی بر وقوع آتش سوزی در کارخانه پنبه، بلافاصله گشت انتظامی و عوامل امدادی به محل اعزام شدندوی افزود: با حضور پلیس در محل مشخص شد ۱۵ تن پنبه بر اثر آتش سوزی از بین رفته است.این مقام انتظامی با اشاره به اطفاء حریق توسط عوامل آتش نشانی، گفت: علت وقوع این حادثه توسط کارشناسان مربوطه در دست بررسی است.فرمانده انتظامی شهرستان علی آباد با تاکید بر رعایت توصیه های ایمنی توسط شهروندان، خاطر نشان کرد: خوشبختانه این حادثه خسارت جانی به دنبال نداشت.

گواهینامه های سیستم مدیریت یکپار چه نفت و گاز مسجدسلیمان تمدید شد

اهواز – شبنم قاجواند: پس از انجام ممیزی های مختلف ، گواهی نامه های ۳ گانه سیستم مدیریت یکپارچه (IMS) شرکت بهره برداری نفت و گاز مسجدسلیمان با موفقیت تمدید شد . جلسه اختتامیه بررسی گواهینامه های مدیریت کیفیت این شرکت با حضور نمایندگان شرکت FQC – مدیرعامل ، اعضای هیأت مدیره و روسای بخش های مختلف شرکت بهره برداری نفت و گاز مسجدسلیمان برگزار شد . سرممیز نمایندگی شرکت FQC با عنوان اینکه طی دو روز گذشته ممیزان این شرکت در ادارات ستادی ، اماکن صنعتی و غیرصنعتی شرکت بهره برداری نفت و گاز مسجدسلیمان حضور یافته اند گفت



: همکاران بنده براساس اصل نمونه برداری به گردآوری یافته ها پرداخته و در این میان به نتایج مثبت و ارزنده ای دست یافته ایم . حسین تیموری با تمجید از فعالیت های شرکت بهره برداری نفت و گاز مسجدسلیمان براساس اصول و موازین تعریف شده اظهار داشت : علیرغم گستردگی حوزه ی عملیاتی و وجود منابع طبیعی فراوان از جمله رودخانه ها و دریاچه ها شاهد آن هستیم که فرایند تولید و انتقال نفت و گاز بخوبی هرچه تمامتر و بدون ایراد و نقص در حال انجام است ، از این رو گواهینامه های بین المللی ISO ۹۰۰۱-۲۰۱۵ ، ISO ۱۴۰۰۱-۲۰۰۷ و OHSA۱۸۰۰۱ شرکت بهره برداری نفت و گاز مسجدسلیمان از سوی شرکت FQC برای یک سال دیگر تمدید می شود. مدیرعامل شرکت بهره برداری نفت و گاز مسجدسلیمان نیز با تقدیر از حضور تیم ممیزی شرکت اعطا کننده گواهینامه های سیستم مدیریت یکپارچه (IMS) در این شرکت اظهار داشت : انجام ممیزی به بهبود فرایند انجام کار و اصلاح نقایص کمک شایانی می کند بدین منظور از حضور تیم ممیزی قدر دانی می نمایم . مهندس قباد ناصری با تبریک تمدید گواهینامه های سیستم مدیریت یکپارچه (IMS) به مدیران ، روسا و کارکنان این شرکت افزود: این خبر یعنی آنکه مجموعه ی اداری و عملیاتی در مسیر هدف مشخص شده و با رعایت موازین و الزامات تعیین شده فعالیت می کنند که قابل تحسین و ستایش است از این رو از همه ی پرسنل جهت کسب این موفقیت تقدیر می نمایم . لازم بذکر است در ۶ خرداد ۱۳۸۷ خورشیدی برای نخستین بار در کشور و خاورمیانه چاه نفت شماره یک مسجدسلیمان به تولید رسید و شرکت بهره برداری نفت و گاز مسجدسلیمان در کنار قدمت تولید نخستین شرکت تابعه شرکت ملی مناطق نفتخیز جنوب نیز می باشد که در سال ۱۳۸۲ توانست گواهینامه های جهانی سیستم مدیریت یکپارچه را کسب نماید .

سرپرست معاونت مسکن و ساختمان راه و شهر سازی هرمزگان منصوب شد

بندرعباس – خبرنگار فرصت امروز: با حکم مدیرکل راه و شهرسازی هرمزگان، محمد رضا جعفری به عنوان سرپرست مسکن و ساختمان راه و شهرسازی هرمزگان منصوب شد. به گزارش اداره ارتباطات و اطلاع رسانی راه و شهرسازی استان هرمزگان، در حکم آرش رضایی خطاب به جعفری آمده است: «با عنایت به دانش، تجارب و شایستگی‌های جناب‌عالی، به موجب این ابلاغ به عنوان سرپرست معاونت مسکن و ساختمان اداره کل منصوب می گردید، امید است با توجه به سیاست های ابلاغی وزارت محترم راه و شهرسازی و الگوی اقتصاد مقاومتی و با رعایت قوانین، آیین نامه ها و دستورالعمل‌های ابلاغی از طریق بکارگیری صحیح منابع و ظرفیت های موجود نسبت به انجام وظایف و ماموریت های محوله در حوزه مسکن، ساختمان و بازآفرینی شهری، اهتمام در اتمام پروژه های مسکن مهر در تعامل با سایر معاونت ها موفق و موید باشید».

جعفری متولد۱۳۵۷ و دانش‌آموخته رشته عمران از دانشگاه آزاد اسلامی واحد بندرعباس و برنامه ریزی شهری از دانشگاه تهران است. در سوابق وی مدیر پروژه بانک جهانی در بندرعباس، نماینده تام‌الاختیار شرکت عمران و بهسازی شهری ایران، مشاور نماینده مجلس شورای اسلامی و مشاور مدیرکل راهداری و حمل و نقل جاده ای استان هرمزگان دیده می شود.

پیش از این داوود غلامی به مدت۱۹ ماه سکنداری این سمت را بر عهده داشت.



اهواز – **شبنم قاجواند:** جلسه تودیع و معارفه مدیران قدیم و جدید خدمات شرکت بهره برداری نفت و گاز مسجدسلیمان برگزار شد . جلسه تودیع آقای محمود خدادادی مدیر قدیم و معارفه آقای علیرضا کرطلایی مدیرجدید خدمات صبح امروز با حضور مدیران و روسای ستادی در دفتر مدیرعامل این شرکت برگزار شد . مدیرعامل شرکت بهره برداری نفت و گاز مسجدسلیمان طی سخنانی با اشاره به نقش و جایگاه مدیریت خدمات در پشتیبانی از تولید و عملیات اظهار داشت : مدیریت خدمات یکی از بخش های پرچالش در شرکت های بهره بردار نفت و گاز است که هم با عملیات و تولید و هم با ستاد و ادارات درون سازمانی و البته با دوایر دولتی و اشخاص حقیقی و حقوقی برون سازمانی ارتباط مستقیم دارد . مهندس قباد ناصری با اشاره به وظایف و مأموریت های متنوع مدیریت خدمات از زحمات محمود خدادادی در مدت تصدی مسئولیت مدیریت خدمات قدردانی کرد و وی را انسانی کوشا ، خلاق ، پاک و متواضع با اخلاقی سرشار از متانتوصیف کرد . وی همچنین با توصیف علیرضا کرطلایی بعنوان یک انسان شریف و توانمند که با دانش و درایت و وظایفش را انجام داده است از وی درخواست کرد تا مساوات و برابری در برآورده کردن خواسته های بحق و منطقی پرسنل با اولویت پرسنل عملیاتی خصوصا پرسنل واحدهای اقماری

ضمن رعایت نکات بهداشتی:

مشترکین برای جلوگیری از افت ویا قطع احتمالی آب مدیریت مصرف را اعمال نمایند



مهندس عبدللی، از مشترکین خواست مدیریت مصرف را در کارهای روزانه خود بکار گیرند و با توجه به اهمیت برخورداری سایر هم استانی های عزیز از نعمت آب سالم، از مصرف غیرضروری اجتناب ورزند.

مدیرکل اوقاف و امور خیریه قم: تمهیدات بهداشتی در ۱۰۰ بقعه متبرک قم اجرا شد



کنترل می شوند. مدیرکل اوقاف و امور خیریه قم افزود: اقامه نماز جماعت، برایای ایستگاههای صلواتی، ویژه برنامه‌های مناسبی و هرگونه جشنواره، همایش و مسابقه دراین اماکن مقدس تا پایدارشدن شرایط به حالت تعلیق درآمده‌است.

وی اظهار داشت: به منظور رعایت حال زائران این اماکن مقدس، برخی

بقاع متبرکه از محل موقوفات خود اقدام به تهیه ماسک و توزیع در میان زائران نموده‌اند که با توجه به کمبود وجود ماسک در استان، امکان اجرای این طرح در تمام این اماکن وجود ندارد. وی با استقبال از استقرار تیم‌های بهداشتی و درمانی دربقعه‌های متبرکه استان گفت: این اداره کل آمادگی دارد تا تیم‌های بهداشتی و درمانی در تمام بقعه های این استان مستقر شوند.مدیرکل اوقاف و امور خیریه قم، افزود: تمام نکات آموزشی و بهداشتی به صورت مستمر و روزانه به خدامن بقعه های متبرکه استان از طرق سامانه های پیامکی ارسال می‌شود ضمن اینکه لوازم بهداشتی از جمله دستکش و ماسک نیز برای این خدامن تهیه و توزیع شده‌است.

مسئندری، ادامه داد: ضضعفونی درهای ورودی و خروج ، ضریح‌های مطهر امامزادگان ، زائرسراها و تمام صحن‌های این اماکن مقدس به صورت مستمر و روزانه انجام می شود.

چطور با داشتن یک رئیس سختگیر، به موفقیت شغلی برسیم؟



کار کردن در هر جایی مشکلات و مزایای خود را دارد. کار کردن زیر نظر یک رئیس سختگیر تجربه‌ای ناخوشایند و غیرقابل تحمل خواهد بود؛ از طرفی فرصتی برای یادگیری و کسب تجربیات ارزشمند است. با ما همراه باشید تا چند راهکار مفید برای کار کردن با یک رئیس سختگیر را بیان کنیم. با به کارگیری این استراتژی‌ها، در هر شرایطی بهترین عملکرد را خواهید داشت.

من در کارگاه‌های مربوط به رهبری، تمریناتی متناقض انجام می‌دهم. در مرحله اول، افراد گروه تمام رفتارهای مدیران و رهبران برجسته را اعلام می‌کنند. بدون شک با نظرات زیر رو به رو می‌شویم:

- با احترام برخورد کردن؛
- ارائه بازخورد مناسب به کارمندان همراه با عمل؛
- راهنمایی و پیشنهادات سازنده؛
- فراهم‌سازی امکان پیشرفت؛
- اجتناب از مدیریت همه چیز و ...

این تمرین خیلی خوب جلو می‌رود و افراد داستان رهبران بزرگ و فوق‌العاده‌ای که با آنها کار کرده‌اند را تعریف می‌کنند.

پس از آن، سؤال را برعکس می‌کنم و از افراد گروه می‌خواهم از رفتار مدیرانی بگویند که کار کردن با آنها مشکل است. بعد از چند ثانیه سطح انرژی و سروصداها بالا می‌رود و افراد را می‌بینید که برای اعلام ویژگی‌های مدیران سختگیر تب و تاب دارند.

اغلب افراد برای دورانی با یک رئیس سختگیر کار کرده‌اند. حتماً شما هم یکی از آنها را می‌شناسید. این مدیران در شرایط سخت، وضعیت افراد را در نظر نمی‌گیرند و باعث می‌شود تمرکز روی نتایج از بین برود و هرگز نشانه‌ای از تایید و رضایت در او احساس نکنید.

چنین رئیس سختگیری همواره ناراضی است و گاهی سعی می‌کند هر چیزی را زیر سلطه خود بگیرد که این مسئله سبب افزایش تنش در محیط کار می‌شود.

نکته مهم: من میان یک رئیس سختگیر و رئیس بداخلاق تفاوت قائل می‌شوم. رئیس بدرفتار از تمام رفتارهای کارمندان سوءاستفاده می‌کند، اما رئیس سختگیر تنها باعث سخت شدن کارهای روزانه می‌شود. هدف ما این است، نوع رفتار با رئیس سختگیر را آموزش دهیم نه رئیسی که کارش سوءاستفاده است.

بدون شک کار کردن با رئیس سختگیر تجربه خوشایندی نیست و همه ما این تجربه را داریم، پس لازم است بدانیم چطور در این شرایط دوام بیاوریم. اکنون سؤال اصلی این است: در زمان کار کردن با رئیس سختگیر چطور می‌توانیم دوام بیاوریم و به پیشرفت برسیم؟

صبر و شکیبایی بیشتری داشته باشید

رفتارهای یک رئیس سختگیر ممکن است سبب بروز رفتارهای نامناسبی در ما شود. هرچند ممکن است دل‌تان بخواهد نسبت به رفتارهای رئیس‌تان و بی‌توجهی‌های او در مقابل تلاش‌های‌تان واکنش نشان دهید، اما بهتر است شکیبایی را سرلوحه خود قرار دهید و خشم و ناامیدی خود را ابراز نکنید. بهترین راهکار برای کنترل احساسات این است که جلوی دهان‌تان را بگیرید و با توجه به میزان خشم و استرس خود تا ۱۰، ۱۰۰ یا ۱۰۰۰ بشمارید. رئیسه‌های سختگیری که تاکنون با آنها کار کرده‌ام این فروکش احساسات را نشانه بی‌کفایتی می‌دانند. پس با احساسی برخورد کردن در این شرایط سخت، وضعیت را بدتر نکنید.

مشکلات و موانع را به زبان نیاورید

مدیران سختگیر و پرتوقع تنها حرف خودشان را می‌زنند. آنها فقط نتایج را می‌بینند و هیچ توجهی به مشکلات، بهانه‌ها و موانع ندارند. این مدیران سختگیر از کارمندان خود توقع دارند باوجود هر مشکل و مانعی به نتایج مطلوب دست یابند.

کاملاً منطقی است که مشکلاتی پیش بیاید، اما نباید توقع داشته باشید رئیس‌تان در این شرایط با شما همدردی کند. آنها تنها نتیجه را می‌خواهند و هیچ توجهی به تلاشی که داشته‌اید ندارند.

در غیبت کردن همراهی نکنید

هرچند غیبت کردن پشت سر یک رئیس سختگیر و انتقاد از رفتارهای او باعث آرام شدن‌تان می‌شود، اما تا جای ممکن در غیبت‌ها شرکت نکنید. مطمئن باشید حرف زدن پشت سر رئیس اصلاً به نفع‌تان تمام نمی‌شود. همیشه این مسئله را در نظر بگیرید شاید حرف‌هایی که می‌زنید به گوش او می‌رسد و دست شما هم رو خواهد شد.

بدانید چه چیزی واقعاً رئیس‌تان را خوشحال می‌کند

آیا به دنبال این است در شرکت ارتقای شغلی بگیرید؟ آیا کارمندی است که تمام زندگی‌اش را صرف اهداف شرکت کرده است؟ آیا کارهای شما تحت کنترل دقیق مدیریت ارشد است و نتایج به دست آمده اهمیت ویژه‌ای دارد؟

هرچند مشخص نیست چه چیزی باعث خوشحالی این مدیران می‌شود، اما وظیفه شماست این موارد را کشف کنید. وقتی موارد خوشحال‌کننده رئیس سختگیرتان را پیدا کنید، می‌توانید شرایطی به وجود آورید تا این علایق محقق شوند.

برای کارهای مشکل‌داوطلب شوید

همیشه مشکلاتی وجود دارد که در بین بخش‌های سازمان هویدا می‌شود. اگر حل کردن مشکلات به نفع رئیس‌تان است، دست به کار شوید و این مشکلات را از سر راه بردارید. شاید رئیس‌تان از شما قدردانی نکند، اما بدون شک متوجه می‌شود کارمند بالارزشی برای شرکت هستید.

هرگز منتظر تشکر نباشید

مدیران سختگیر برای کارمندانی ارزش قائلند که بتوانند از طریق آنها نتایج

لازم را محقق کنند. شاید رئیس‌تان از شما قدردانی نکند، اما نباید فکر کنید کسی برای تلاش‌های‌تان ارزش قائل نیست. پس به دنبال جلب توجه دیگران نباشید و روی کارهایی که باید انجام دهید تمرکز کنید تا هم به نتیجه دلخواه برسید و هم تجربیات زیادی به دست آورید.

از روانشناسی معکوس استفاده کنید

اگر رئیس سختگیرتان می‌خواهد بالای سر شما باشد و همه چیز را تحت کنترل خود بگیرد، از او بپرسید چطور در کارش مهارت به دست آورده است؛ مثلاً از او بپرسید: «واقعاً در این زمینه مهارت دارید، چطور به این سطح از مهارت رسیده‌اید؟ چرا فکر می‌کنید عملکردتان تأثیرگذار است؟ چطور می‌توانم

درباره دیگر فرآیندهای گروه‌تان چیزهای بیشتری یاد بگیرم؟»

بدین ترتیب سؤال‌های زیادی درباره مهارت‌های مدیر بپرسید و با جزئی‌نگری او مقابله کنید. باید به رئیس سختگیرتان نشان دهید به‌عنوان یک کارمند بالانگیزه و پرتلاش، برای خدمت کردن مشتاق هستید. شاید این کار چندان لذت‌بخش نباشد، اما از اینکه به خاطر ایستادن رئیس بالای سرتان ناراحت شوید بهتر است.

نیاز نیست حتماً با رئیس سختگیر خود دوست شوید

خیلی از افراد تمایل دارند فاصله خود را با همکاران‌شان حفظ کنند. شاید تلاش شما برای ارتباط با رئیس سختگیر تنها باعث بدتر شدن شرایط و عصبانیت او شود. پس خیلی برای دوست شدن با رئیس سختگیرتان تلاش نکنید.

برای چیزهایی که یاد می‌گیرید قدرتان باشید

با تشکر و قدردانی از افراد سختگیر به نتیجه بهتری دست خواهید یافت. اگر با انجام وظایف کاری‌تان چیزی یاد می‌گیرید، برای فرصتی که برای‌تان فراهم شده از رئیس‌تان تشکر کنید.

در پایان ...

گاهی مجبور هستیم برای افرادی کار کنیم که خیلی سختگیر هستند. اگر کار و همکاران‌تان را دوست دارید، نگذارید مدیر سختگیر مانع‌تان شود. رویکردتان را تغییر دهید، صوری را تمرین کنید و به دنبال استفاده از فرصت‌هایی باشید که برای‌تان در این محل فراهم شده است. شاید داشتن چنین رویکردی سخت باشد، اما قطعاً تجربه ارزشمندی است و چیزهای زیادی به شما یاد خواهد داد. منبع: thebalancecareers/ucan

آگهی مزایده مال غیرمنقول پرونده اجرایی کلاسه ۹۱۰۰۳۳۳

ششدانگ یکدستگاه آپارتمان اداری واقع در شمال غربی طبقه سوم به مساحت ۴۶/۸۹ متر مربع که مقدار ۰/۵۶ متر مربع آن در فضای گذر پیشرفتگی دارد و مقدار ۱/۶۱ متر مربع از آن در اجرای طرح شهرداری جزء گذر مجاور خواهد شد، قطعه ۱۸ تفکیکی به پلاک شماره ۱۷ فرعی از ۴۶۹۴ اصلی مفروز و مجزی شده از پلاک اصلی مذکور واقع در بخش ۹ تهران ذیل ثبت ۷۹۴۵۱ و شماره صفحه ۱۷۰ و شماره دفتر املاک جلد ۱۲۸ به نام آقای کریم کاظمی ثبت و سند مالکیت صادر گردیده است. سپس به موجب سند قطعی شماره ۸۲۹۲۹ مورخ ۸۲/۱۱/۱۵ دفترخانه ۱۲۵ تهران به آقای محمد خرمی افشرد انتقال یافته است و به موجب سند رهتی ۸۱۱۰- ۸۴/۱۱/۵ دفترخانه ۱۱۸ تبریز در رهن بانک صادرات آذربایجان شرقی قرار گرفته است که نسبت به آن در تاریخ ۸۹/۱۲/۴ اجرائیه صادر شده است. محدود به حدود: شمالا دیوار و پنجره به فضای گذر ۳/۹۰ متری موجود (۶ متری اصلاحی آبی)، شرقاً اول در چهار قسمت که دوم شمالی و چهارم شمال شرقی است دیوار مشترک با آپارتمان مجاور دوم که شمالی است دیواربست به هواکش سوم که شمالی است چهارم شمال شرقی است دیوار مشترک با آپارتمان مزبور، جنوباً اول جنوب شرقی است دیوار و درب است به راه پله دوم که جنوب شرقی است دیوار مشترک با آپارتمان مجاور سوم دیواربست به هواکش چهارم دیوار مشترک با آپارتمان مجاور غرباً دیواربست پیشرفته به روی گذر ۲/۵۵ متری موجود سند و شش متر اصلاحی کف با سقف طبقه تختانی مشترک و سقف پشت بام مشاعی است و در قید بازداشت می باشد و برابر نظریه مورخ ۹۸/۷/۱۸ کارشناس رسمی دادگستری توصیف اجمالی مورد وثیقه عبارت است از: ملک فوق واقع است در تهران خیابان پانزده خرداد- خیابان پامنار- کوچه مسجد آقا- پلاک ۱۱ جدید- ساختمان جهان فلز- طبقه ۳ واحد ۲۰. طبق گزارش تحقیق مورخه ۹۸/۱۱/۲ مامور اجرا طبق تحقیقات ملک خالی میباشد ساختمان ملک مذکور به صورت جنوبی و در پنج و نیم طبقه شامل زیرزمین و طبقه همکف (پنج واحد اداری) و طبقات اول تا سوم هر طبقه شش واحد اداری و نیم طبقه چهارم (یک واحد اداری) و جمعا ۲۴ واحد اداری و با نمای سنگ و به صورت اسکلت بتنی احداث گردیده و در کوچه ای قرار گرفته است که به علت عرض کم کوچه، ماشین رو نمی باشد. کف لابی ورودی سنگ و دیوارهای راه پله و لابی در طبقات تا زیر سقف، سنگ و پله ها سنگ و در طبقه همکف دارای دفتر مدیریت ساختمان می باشد. قدمت ساختمان ۱۸ سال و این ساختمان دارای یک دستگاه آسانسور است. واحد اداری مورد نظر در شمال غربی طبقه سوم قرار دارد و دارای یک اتاق و هال و آشپزخانه با کابینت فلزی و درب چوبی و توالت و دستشویی می باشد. دیوارهای واحد اداری کاغذ دیواری و درب ورودی فلزی شیشه خور و بر روی آن حفاظ کرکره ای قرار دارد. پنجره ها فلزی و درب های داخلی چوبی و کف واحد سنگ است. سیستم گرمایش شولاف با موتورخانه مرکزی و سیستم سرمایش دو دستگاه اسپیلت قدیمی و این واحد دارای کنتور برق مستقل و کنتور آب و برق و گاز مشترک می باشد. ساختمان دارای گواهی پایان کار شماره ۲۵۳۹۱مورخ ۸۰/۵/۲۸ شهرداری منطقه ۱۲ تهران است و پراساس این گواهی دارای ۲۴ واحد با کاربری اداری می باشد. با عنایت به مراتب مندرج در گزارش و موقعیت محلی و کاربری اداری و مساحت و جمیع عوامل موثر در ارزیابی و در صورت صحت مدارک ارائه شده و بدون در نظر گرفتن تعهدات و دیون احتمالی و به صورت تخلیه و قابلیت نقل و انتقال در دفاتر اسناد رسمی، ارزش ششدانگ عرصه و اعیان آپارتمان دارای پلاک ثبتی ۱۷ فرعی از ۴۶۹۴ اصلی به مساحت ۸۹/۴۶متر مربع به مبلغ پنج میلیارد و پنجاه میلیون (۵/۰۵۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال) معادل پانصد و پنج میلیون تومان به نرخ تاریخ تنظیم گزارش برآورد و اعلام می گردد و جهت وصول طلب بانک و حقوق دولتی کلاسه فوق الذکر در روز سه شنبه مورخ ۹۹/۳/۱۶ از ساعت ۹ الی ۱۲ ظهر در محل اداره اول اجرای اسناد رسمی واقع در میدان ونک- چهارراه جهان کودک- پلاک ۳۴ ساختمان معاونت اجرای اسناد رسمی استان تهران- طبقه زیرزمین، از طریق مزایده حضوری بفروش می رسد و مزایده از مبلغ پنج میلیارد و پنجاه میلیون ریال (۵/۰۵۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال) شروع و به بالاترین قیمت که خریدار داشته باشد فروخته خواهد شد شرکت در جلسه مزایده برای عموم آزاد است و فروش کلا نقدی است طالبین و خریداران می توانند جهت کسب اطلاعات بیشتر در ساعات اداری به اداره اول اجرای اسناد رسمی به نشانی بالا مراجعه و جهت شرکت در مزایده در وقت مقرر در جلسه مزایده شرکت نمایند ضمناً بدهی های مربوط به آب، برق و گاز اعم از حق انشعاب و اشتراک و نیز بدهی مالیاتی و عوارض شهرداری و غیره که رقم قطعی آنها برای این اداره معلوم شده یا نشده بعهده برنده مزایده است و تنظیم سند انتقال موکول به ارائه مقاصص حسابهای دارایی و شهرداری و... خواهد بود، مورد مزایده بیمه می باشد.

تاریخ انتشار آگهی مزایده: ۹۸/۱۳/۱۲

۲۰۹۴۱ م الف

شناسه آگهی ۷۹۱۳۰۳

اداره اول اجرای اسناد رسمی تهران

آگهی فقدان سند مالکیت

خانمها مریم میرمعینی نسبت به ۴ داک شمع از ششدانگ و فرشته میرمعینی نسبت به ۲ داک شمع از ششدانگ و کاتنا برابر و کاکت نامه شماره ۱۶۱۱۴ مورخ ۱۳۹۵/۶/۱۷ دفترخانه ۸۸ کرج از طرف آقای محمود محمدتبار کاسگری ضمن تسلیم دو برگ استشهادیه تصدیق شده اعلام نموده است سند مالکیت ششدانگ یک دستگاه آپارتمان مسکونی واقع در طبقه ۱ سمت جنوب غربی به مساحت ۸۱ متر مربع قطعه ۴ تفکیکی به شماره ۹۶۸۴ فرعی از ۱۶۹ اصلی مفروز از ۲۰۵۸۰ فرعی از اصلی مذکور ذیل شماره های دفتر املاک افکرونیکی ۱۳۹۵۲۰۳۳۱۰۱۱۰۰۳۵۷۴ و ۱۳۹۵۲۰۳۳۱۰۱۱۰۰۳۵۷۵ و ۱۳۹۵۲۰۳۳۱۰۱۱۰۰۳۵۸۰ و ۱۳۹۵۲۰۳۳۱۰۱۱۰۰۳۵۸۱ و ۱۳۹۵۲۰۳۳۱۰۱۱۰۰۳۵۸۱ که بنام وحید سلیمان اردستانی و سعید رضا اردستانی نسبت به ۰/۷۵ داک شمع از ششدانگ به شماره های چاپی ۵۹۲۸۳۲ و ۵۹۲۸۳۳ و ۵۹۲۸۳۴ و ۵۹۲۸۳۵ صادر و تسلیم گردیده است سپس برابر سند انتقال قطعی شماره ۷۲۰۹۸ مورخ ۱۳۹۵/۶/۱۷ دفتر ۱۴ کرج تمامی ششدانگ به آقای محمود محمدتبار کاسگری واگذار گردیده است و برابر سند رهتی شماره ۷۲۰۹۸ مورخ ۱۳۹۵/۶/۱۷ دفتر ۱۴ کرج در رهن بانک رفاه کارگران قرار گرفته است مفقود گردیده است و تفاضی صدور سند مالکیت المثنی نموده است لذا مراتب به استناد نهمه یک اصلاحی به ماده ۱۲۰ آیین نامه قانون ثبت در یک نوبت آگهی می شود تا چنانچه کسی مدعی وجود سند مالکیت نزد خود یا انجام معامله نسبت به ملک مذکور باشد از تاریخ انتشار این آگهی به مدت ده روز اعتراض خود را ضمن ارائه اصل سند مالکیت به این اداره تسلیم تا وفق مقررات عمل گردد بدیهی است چنانچه ظرف مدت مقرر اعتراضی واصل نشود و یا در صورت اعتراض اصل سند ارائه نگردد سند مالکیت المثنی طبق مقررات به متقاضی تسلیم خواهد شد.

م الف ۹۸/۶۵۸۳ الف

رئیس اداره ثبت اسناد و املاک ناحیه سه کرج- محمد شکری

مفقودی

کلید مدارک وسیله نقلیه نوع: سواری سیستم پژو تیپ:GLX۴۰۵ برنگ : سورمه ای متالیک مدل ۱۳۷۷ به شماره موتور ۲۲۵۲۷۷۱۳۱۴۴ به شماره شاسی ۷۷۳۱۲۵۴۰ به شماره پلاک خودرو ۷۵۱ ط ۶۳/۷۹ پنام بشام باجلان مفقود وا: درجه اعتبار ساقط می باشد.

شهرستان قزوین

آگهی مفقودی

برگ سبز و سند کمیته سواری پیکان به شماره شهرتانی کارت سوخت و کارت شناسایی خودرو ۳۵۸ د ۵۴/ایران ۸۷ و شماره موتور ۱۱۴۸۶۰۱۵۶۲۶ و شماره شاسی ۳۱۶۲۱۹۴۳ پنام محسن باقری مفقود گردیده از درجه اعتبار ساقط است.

زنجان

۴۴۵



راهکارهای استخدام کارمندان بدون عجله

چگونه فشار استخدام هر چه سریع تر کارمند جدید را مدیریت کنیم؟

به قلم: ام جی باتسون کارشناس بازاریابی و مدیریت برند ترجمه: علی آل علی

امروزه ما در بازارهای رقابتی و پرفشاری فعالیت داریم. این امر به معنای نیاز به همکاری نزدیک به نیروی کار حرفه‌ای در بخش‌های مختلف کسب و کار است. اگر ما اندکی با دقت بیشتر به شرایط کار در بازارهای مختلف و کسب و کارهای گوناگون نگاه کنیم، نیاز به نیروی کار حرفه‌ای را بهتر می‌فهمیم. وقتی فشار کار بسیار زیاد باشد، همراه با تعداد بالای افراد مناسب برای استخدام، وظیفه ما برای جذب نیروی کار حرفه‌ای همراه با دشواری‌های زیادی خواهد بود. بسیاری از مدیران تحت فشار بخش‌های مختلف برای استخدام نیروی ماهر دست به انتخاب‌های نادرست می‌زنند. بدون تردید یک انتخاب بد در حوزه مدیریت کسب و کار نتایج نامطلوب بسیار زیادی برای برند ما خواهد داشت. بنابراین تلاش اصلی ما باید کاهش فشارهای موجود در فرآیند استخدام نیروی کار تازه باشد.

بهترین راهکار برای بهبود فرآیند استخدام نیروی کار مرور نخستین تجربه‌مان در این حوزه است. من وقتی نخستین بار به عنوان مسئول استخدام در جلسه حاضر شدم، فرد موردنظر درست مقابلم نشسته بود. مشاهده صورت وی به راحتی نشانه‌های اضطراب را نمایانگر می‌ساخت. به همین خاطر بحث را با شوخی خنده‌داری شروع کردم. شاید شوخی در جلسه استخدام از نظر بسیاری از افراد نامناسب باشد، اما من دلایل خودم را برای این کار دارم. وقتی ما جلسه را با شوخی شروع کنیم، طرف قابل سطح نگرانی کمتری را تجربه خواهد کرد. این امر در مورد ما نیز صحت دارد. بسیاری از مسئول‌های استخدام در جلسه نگرانی بسیار زیادی دارند. این امر ناشی از فشار بالا بر روی آنها برای استخدام هرچه سریع‌تر کارمندان موردنیاز شرکت است بنابراین در تحلیل نهایی استفاده از یک شوخی کوچک در جلسه استخدام مفید خواهد بود.

براساس مطالعه تازه موسسه لینکدین تجربه کارمندان در جلسه‌های استخدامی اهمیت بسیار زیادی برای آینده روابط میان برند موردنظر و آنها دارد. ما باید توجه ویژه‌ای به روابطمان با کارمندان، درست مانند مشتریان، داشته باشیم. اشتباه برخی از برندها توجه بیش از حد به مشتریان و غفلت از کارمندان است. این امر انگیزه تیم کارمندان برای ادامه روند مطلوب فعالیت را کاهش می‌دهد. توصیه اصلی ما در اینجا استفاده از نظرات کارمندان برای استخدام کارمند تازه است. این امر تعامل سازنده‌ای میان ما و کارمندان ایجاد خواهد کرد. همچنین استفاده از نظرات کارمندان اغلب به انتخابی بهتر و منطقی منجر خواهد شد.

فشار استخدام در محیط کار بسیار زیاد است. این امر هم برای مسئول استخدام و هم برای افراد متقاضی به یک اندازه مضر است بنابراین در ادامه به راهکارهایی برای کاهش فشار استخدام اشاره خواهیم کرد. به این ترتیب نیاز فوری و مضر در جلسه استخدامی کاهش محسوسی خواهد یافت.

۱.متقاضیان درست مانند ما هستند

اگرچه ما در دنیای دیجیتال زندگی می‌کنیم، اما نباید روابط انسانی را فراموش کنیم. اشتباه برخی از مسئول‌های استخدام در جلسه‌ها تعامل با طرف مقابل مانند یک روایت است. ما باید همیشه روابط انسانی و اهمیت آن در جلسه‌های استخدامی را مدنظر داشته باشیم. در غیر این صورت حتی در صورت تایید طرف مقابل نیز امکان اجتناب از همکاری وجود خواهد داشت.

امروزه برخی از برندها در تلاش برای استفاده از هوش مصنوعی در فرآیند استخدام کارمندان هستند. این امر همراه با مزیت‌های بسیار زیادی از نظر صرفه‌جویی در زمان است، اما در نهایت حضور یک مسئول واقعی در جلسه استخدامی ضروری خواهد بود. در غیر این صورت برخورد ما همراه با نوعی بی‌احترامی برای متقاضیان خواهد بود. کارآفرینان جوان بسیار بیشتر از رزومه‌های پشت میز ما اهمیت دارند. گاهی اوقات رزومه‌ها بیانگر تمام توانایی‌های افراد نیستند. به همین خاطر برگزاری جلسه‌های استخدامی اهمیت روزافزونی در محیط کار دارد. در غیر این صورت هرگز امکان تعامل سازنده با متقاضیان استخدام فراهم نمی‌شود. مهارت‌های ارتباطی به طور معمول در رزومه‌ها ثبت نمی‌شود. این امر با تعامل حضوری ما با افراد به خوبی مشخص خواهد شد. اگر کارمند موردنظر ما توانایی ارتباطی مناسبی نداشته باشد، به تدریج جایگاهش در شرکت تضعیف خواهد شد بنابراین یکی از مهم‌ترین معیارهای توجه به مهارت ارتباطی طرف مقابل است. این امر بروز اشتباه در پی فشار فراوان برای استخدام را کاهش می‌دهد.

بسیاری از مدیران در جلسه‌های استخدامی برخورد سرد و بی‌روحی با طرف مقابل دارند. این امر در صورت تایید وی برای استخدام تجربه تعامل ابتدایی بسیار نامطلوبی خواهد بود. توصیه من درج برچسبی کوچک بر روی میز تحت عنوان «طرف مقابل تو هم در دست فردی مانند دیگران است» خواهد بود. به این ترتیب ما در صورت انحراف از مسیر تعامل مناسب با طرف مقابل به سرعت امکان بهبود رفتارمان را خواهیم داشت.

۲.گفت‌وگوی واضح، مشخص و واقع‌گرایانه

رفتار حرفه‌ای در جلسه استخدامی اهمیت زیادی دارد. اگر فشار زیادی بر روی ما برای استخدام کارمند تازه وجود دارد، این امر نباید موجب انحراف از اصول حرفه‌ای شود. بسیاری از اوقات مشاهده رفتار غیرحرفه‌ای مسئول استخدام موجب دلسردی متقاضیان می‌شود. این امر در مورد کارمندان باتجربه و دارای مهارت بالا رواج بیشتری دارد.

گفت‌وگوی واضح و بدون دغدغه با کارمندان اهمیت بسیار زیادی دارد. این امر از سوی اغلب مدیران رعایت می‌شود. پس چرا نباید آن را در رابطه با افراد متقاضی استخدام به کار بست؟ گفت‌وگو درباره شرایط کاری در شرکت و تلاش برای اقناع طرف مقابل نسبت به نیازهای مهارتی و همچنین نحوه تعامل با کارمندان در محیط کار اهمیت بسیار زیادی دارد. برخی از مسئول‌های استخدام به دلیل فشار بالا برای جذب نیروی کار موردنیاز فرآیند بیان نکات مهم درباره موقعیت موردنظر را فراموش می‌کنند. به این ترتیب شاید کارمند موردنظر با انتظاراتی متفاوت از واقعیت جذب شرکت شود.

۳.استعداد امروز، مدیر فردا

در نهایت، یکی از بهترین روش‌ها برای تعامل با متقاضیان استخدام مشاهده‌شان به عنوان مدیران آینده است. هر کارمندی دارای استعدادهای خاص خود است. وظیفه اصلی ما در فرآیند استخدام توجه به استعدادهای آنها و انتخاب افراد مناسب با جایگاه موردنظر است. در غیر این صورت احتمال انتخاب اشتباه از سوی ما افزایش خواهد یافت. برنامه‌ریزی برای آینده مدیریتی شرکت اهمیت بالایی دارد. بسیاری از برندها نسبت به این نکته توجه کافی ندارند. هرچه نیاز یک برند به استخدام مدیران مختلف کمتر باشد، بیانگر توانایی بالای آن در تبدیل کارمندان مستعد به مدیران حرفه‌ای است. مزیت اصلی این امر آشنایی بیشتر مدیران با شرایط شرکت و امکان مدیریت بهتر است.

بدون تردید استخدام نیروی کار موردنیاز در دنیای کسب و کار دشواری‌های خاص خود را دارد. نکته مهم در این میان تلاش برای غلبه بر فشارهای موجود به منظور انتخابی درست و منطقی است. راهکارهای مورد بحث در این مقاله چشم‌انداز مناسبی در اختیار ما برای مدیریت بهتر جلسه‌های استخدامی خواهد داد. به این ترتیب تیم کارمندان شرکت از کیفیت بیشتری برخوردار خواهد شد.

منبع: فوربس

فرصت امروز

روزنامه‌مدیریتی –اقتصادی

| دوشنبه | ۱۲ اسفند ۱۳۹۸ | شماره ۱۵۰۵ | 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، پلاک۴۹

دفتر مرکزی:۸۶۰۷۳۳۸۱

روابط عمومی: ۸۶۰۷۳۱۴۳ فکس تحریریه: ۸۸۸۲۷۱۱۲

سازمان آگهی‌ها: ۸۶۰۷۳۳۱۲ امور مشترکین: ۸۶۰۷۳۱۴۳

آیین نامه اخلاق حرفه ای روزنامه: WWW.FORSATNET.IR/REGULATIONS

WWW.FORSATONLINE.COM

INFO@FORSATONLINE.COM



مسیر موفقیت

برای سازگاری با شغلی که برای شما مناسب نیست تلاش نکنید

بتوان تصمیم‌های گرفته‌شده را در زمینه‌های مختلف هدایت و پشتیبانی کرد، فوق‌العاده مهم است.

۴. سبک مدیریت

سبک مدیریت، یک شناساننده سبک مدیریت شخصی و توانایی توسعه و حمایت از دیگران است که شامل ایجاد فرآیندهای کاری شده و می‌تواند کارآفرین را با ساختار شخصیتی یک کارمند ایده‌ال هماهنگ کند. فردی که زمینه‌های مستبدانه را ترجیح داده و به آن مایل است و صرفاً مسئول تمام تصمیمات است ممکن است برای کار در حق توافقی که دستورالعمل‌هایی سخت‌گیرانه برای اجرای وظایف را اعمال می‌کند، مناسب نباشد.

۵. فرابرنامه‌ها

فرابرنامه‌های یک اندازه‌گیری استراتژی‌های اولیه یا فیلترهایی که مردم برای برقراری ارتباط، ارزیابی اطلاعات و تصمیم‌گیری استفاده می‌کنند، است. بعضی از افراد که آینده‌نگر هستند ترجیح می‌دهند به دستیایی به اهداف و اقدامات عملی دست بزنند، دیگران به رویکردهایی بی‌برنامه یا فاقد عمومیت تمایل دارند. فرابرنامه‌ها به صورت دقیق پیش‌بینی می‌کنند که آیا یک فرد پروزنده اطلاعات داخلی است یا خارجی و چگونه شرکت موردنظر می‌تواند یا نمی‌تواند اولویت‌های ارتباطات خود را تنظیم کند.

فرن‌نت و مرکز توسعه کسب و کار کوچک آمریکا (ASBDC) چگونه در «FranFitSBDC» همکاری می‌کنند. این سازمان BEST را بدون هزینه به عنوان بخشی از یک برنامه کلی برای تحلیل مفاهیم کسب و کار یک مشتری به مشاوران کسب و کار SBDC ارائه می‌دهد. FranFitSBDC همچنین پشتیبانی و آموزش کامل برای کمک به هماهنگی کارآفرینان برای دستیابی به مدل کسب و کار مناسب برای شخصیت و سبک کار بهینه خود را فراهم می‌کند.

منبع: Entrepreneur/ucan

کار فرن‌نت (BEST) را قبول کردند تا به افراد برای شناسایی مناسب نیست و نمی‌توانیم در آن عملکرد بالایی داشته باشیم و به شکلی با شخصیت ما جور درنمی‌آید که ایمن می‌تواند به شخصیت و یا حتی موفقیت شما لطمه وارد کند، در ادامه با ما همراه باشید.

یک ابزار ارزیابی جدید کاربران را به سوی سرمایه‌گذاری ریسکی و مدل‌های کسب و کار هدایت می‌کند که یک ویژگی طبیعی‌تر از ویژگی‌های شخصیتی ذاتی آنها است.

هنگامی که کارآفرینان مسیر راه‌اندازی یک شرکت جدید را شروع می‌کنند، اغلب از معیارهای اصلی پیروی می‌کنند؛ آنها به ارزیابی‌های امکان‌پذیری تبدیل می‌شوند که مفهوم پایه کسب و

کار را تجزیه و تحلیل می‌کنند. باهوش‌ترین و ماهرترین میان آنها کمی بیشتر از فرصت‌های قابل اندازه‌گیری بازار، قابلیت‌های فنی و مقیاس‌پذیری مالی استفاده می‌کنند.

اما هماهنگ کردن فرصت‌ها با شخصیت، مسلماً بسیار مهم‌تر است. برای کارآفرینان غیرمعمول نیست که به دنبال ساخت کسب و کاری براساس علاقه خود باشند اما هنوز موفق به بهادادن به ویژگی‌های شخصی خود نیستند. اینها برای تعیین سازگاری احتمالی فردی با نیازهای روزانه و تقاضاهای عملیاتی مانند یک شرکت ضروری است. واقعیت این عدم انطباق در آینده (پس از تجربه‌های سخت و بررسی دقیق احساسات و انگیزه‌های خود) مشخص می‌شود.

چند سال پیش، کار با مرکز توسعه کسب و کاری کوچک، من را در ارتباط با یک ابزار ارزیابی شخصیتی قرار داد که افراد را به سمت مدل‌های کسب و کار خاص که همه براساس ارزش‌ها و ویژگی‌های شخصیتی آنها بود، هدایت می‌کرد. اجرای اصول در رابطه با پیدا کردن مدل کسب و کار مناسب در قلمرو کارآفرینی بسیار جالب بود (اما در نگاه به گذشته شگفت‌انگیز نبود).

کاربران در درجه اول آزمون ارزیابی و سازگاری کسب و

اولویت تمرکز داشتن به معنای اندازه‌گیری اینکه یک فرد چگونه به تصمیمات و راه‌حل مشکلات دست پیدا می‌کند، است. این امر که آستانه راحتی هر فرد را ارزیابی کنید تا با محدودیت