

۴ گام عملی برای عبور از بحران کرونا

حسین سلاح‌ورزی نایب‌رئیس اتاق ایران
--

اساس کار نظام‌های اقتصادی در جهان امروز، خلق مزیت نسبی بر اثر تقسیم‌کار تخصصی و خلق ارزش اقتصادی از طریق مبادلات تجاری براساس مزیت‌های نسبی است. به‌عبارت‌دیگر می‌توان گفت اساس کار نظام اقتصادی برقراری شبکه‌ای از روابط با نظم‌ی معین در جامعه است. بحران‌های اپیدمیک همچون بیماری کرونا، که این روزها بر گلولی اقتصاد نجیف ایران چنگ انداخته است، با ایجاد هراس از تماس مستقیم و غیرمستقیم میان افراد، این شبکه روابط را قطع یا مختل کرده و به‌این‌ترتیب بالقوه این ظرفیت را دارند که اساس گردش کار نظام اقتصادی را با تهدید مواجه کنند. طبیعتاً در میان کسب‌وکارها، آن دسته از مشاغلی که دارای ترانکش‌های کوچک و متعدد با طیف وسیعی از افراد جامعه هستند بیش از همه از بحران‌های اپیدمیک آسیب می‌بینند. همان‌طور که در مورد کرونا می‌بینیم بیشترین تأثیر مستقیم این بحران بر روی مشاغل خدماتی خرد و متوسط، مانند خرده‌فروشی‌ها، خدمات گردشگری و ... بوده است. در مورد این بحران بخصوص، زمان وقوع اپیدمی هم در افزایش شدت تأثیر آن نقش بسزایی داشته است. در نظام اقتصادی ایران به طور سنتی، اسفندماه اوج فعالیت مشاغل خدماتی و خرده‌فروشان است و اغراق نیست اگر بگوییم این بخش از نظام اقتصادی بیش از ۲۰درصد درآمد خود را در این ماه کسب می‌کند و حالا وقوع این بحران، طلایی‌ترین فرصت این کسب‌وکارها برای کسب درآمد در یک سال بسیار سخت را نابود کرده است. در بررسی این تهدید، باید به دو نکته کلیدی توجه داشت:

اول: این مشاغل (خرده‌فروشی‌ها و مشاغل خدماتی خرد)، نوعاً به‌وسیله آسیب‌پذیرترین اقشار اجتماع اداره می‌شود و دارای کمترین سطح پضاغت و تاب‌آوری در میان مشاغل و بنگاه‌های اقتصادی است و بنابراین، این بحران اقتصادی در این طیف از مشاغل می‌تواند به سرعت تبدیل به آسیب‌های اجتماعی شده و منجر به بروز تنش و آسیب انسانی در مقیاس ملی شود. دوم: دامنه این بحران به مشاغل خرد خدماتی محدود نبوده و نخواهد ماند. به غیر از اینکه اپیدمی کرونا در فعالیت کسب‌وکارهای حوزه تجارت‌بین‌الملل نیز خلل و آسیب ایجاد کرده، سهم بالای مشاغل خدماتی در تولید ناخالص داخلی، یعنی حدود ۴۰درصد، سبب خواهد شد، این بحران خواه‌ناخواه به بنگاه‌های بزرگ‌مقیاس بالادستی اقتصاد کشور، به ویژه بانک‌ها و سایر نهادهای مالی نیز منتقل شود. اما برای مهار این بحران ضروری است؛ دولت و بخش خصوصی در تماس و تعاملی نزدیک با یکدیگر، این موارد را برای نجات اقتصاد ملی بیکبری کنند:
* برای نجات نظام صادرات و واردات کشور از بحران، به ویژه در بخش صادرات، باید با یک دیپلماسی اقتصادی-بهداشتی فعالانه، هرچه سریع‌تر پروتکل‌های بهداشتی-امنیت زستی موردنیاز برای صادرات ایمن محصولات ایرانی به مقصد شرکای بزرگ تجاری کشور، به صورت مشترک با این کشورها، تدوین و به مورد اجرا گذاشته شود.

* با وجود اینکه دولت بابت هزینه‌های تحمیلی ناشی از این بحران خود در تنگنای مالی است؛ باید برای نجات مالی بخش خصوصی، اولاً بازپرداخت دیون بخش خصوصی را در لایحه بودجه ۹۹ و نظام مدیریت مالی خود، اولویت بیشتری دهد و ثانیاً، از طریق بخشودگی یا امهال حقوق و دیون دولتی در بخش خصوصی، برای فعالان اقتصادی بخش خصوصی، به‌ویژه بنگاه‌های خدماتی خرد، فضای تنفس مالی ایجاد کند تا دچار فروپاشی نشوند.
* این بحران بهداشتی با توجه به سکت‌های که در گردش مالی بخش خدماتی ایجاد کرده، لاجرم تبدیل به یک بحران اعتباری نیز خواهد شد؛ لذا ضروری است سیاست‌گذاران نظام پولی و مالی کشور با یک رویکرد فعالانه و پیش‌دستانه و البته با مشارکت بخش خصوصی، یک برنامه جامع برای نقش‌آفرینی نظام پولی- مالی-اعتباری کشور در مهار عواقب اقتصادی بحران کرونا، تدوین کنند.

* با توجه به اینکه ضربه مهلک عواقب اقتصادی بحران کرونا، در عمل بخش بزرگی از ساختار موجود بخش خدماتی خرد کشور را درهم خواهد ریخت، ضروری است دولت با همکاری بخش خصوصی، نسبت به تدوین یک برنامه ضربتی برای بهبود فضای کسب‌وکار و ارتقای سرمایه‌پذیری این بخش از اقتصاد کشور اقدام کند.

در پایان ذکر این نکته نیز ضروری است که در دل هر تهدید و بحرانی، فرصتی نیز نهفته است. بخش خدماتی خرد، در نظام اقتصادی ایران سال‌هاست که از بحران ساخت‌نیافتگی و ناکارآمدی رنج می‌برد. امروز که این بخش به دلیل وقوع این بحران اپیدمیک نیازمند یک برنامه نجات ملی است، فرصت خوبی فراهم شده در اجرای این برنامه زمینه معماری مجدد و نوسازی ساختاری مشاغل و بنگاه‌های خدماتی در ایران نیز فراهم آید.

آمار مبتلایان به ۲۳۳۶ تن و جان‌باختگان به ۷۷ تن رسید آخرین خبرها از کرونا در ایران
آخرین آمار ابتلا و فوتی کروناویروس جدید در کشور اعلام شد. دکتر علیرضا رئیسی، معاون بهداشت وزارت بهداشت، ضمن اعلام افزایش موارد قطعی ابتلا به کروناویروس جدید در کشور گفت: براساس یافته‌های آزمایشگاهی در ۲۴ ساعت گذشته تاکنون، ۸۲۵ مورد جدید قطعی ابتلا به کووید-۱۹ در کشور شناسایی شده که متأسفانه از این موارد جدید، ۱۱ تن جان باختند. بر این اساس کل موارد ابتلای قطعی کروناویروس جدید در کشور ۲۳۴۶ و متأسفانه مجموع موارد فوتی آن ۷۷ تن گزارش شده است. او با اشاره به افزایش آمار بهبودیافتگان بیماری، گفت: در مجموع ۴۳۵ تن از بیماران نیز بهبود یافتند.

اتاق‌های بازرگانی، اصناف و تعاون در خواست کردند اعمال حمایت‌های ویژه تا شهریور ۹۹ روسای سه اتاق بازرگانی، اصناف و تعاون در نامه‌ای خطاب به رئیس‌جمهور با ابراز نگرانی از آسیب‌های ناشی از شیوع بیماری کرونا بر واحدهای تولیدی، تجاری، خدماتی و آموزشی و حاکم شدن فضای رکود بر اقتصاد خواستار اتخاذ تمهیدات و اعمال حمایت‌های ویژه حداقل تا پایان شهریور ۱۳۹۹ از بخش‌های مختلف اقتصادی شدند. غلامحسین شافعی رئیس اتاق بازرگانی ایران، سعید ممبینی رئیس اتاق اصناف و بهمن عبدالهی رئیس اتاق تعاون در این نامه ضمن تشریح وضعیت حاکم بر اقتصاد به دلیل شیوع کرونا در کشور با رویکرد پیشگیرانه و در راستای جلوگیری از تشدید بحران در حوزه اقتصاد به ویژه در زمینه‌های تولید، تجارت، خدمات، صنعت حمل‌ونقل و شبکه توزیع کشور، خواستار اتخاذ تصمیمات ویژه و حمایت‌های اقتصادی شدند. این درخواست از استهمال سررسید اقساط تسهیلات و تخفیف مالیاتی تا رفع مشکل انسداد مرزها را شامل می‌شود.

از یک‌سو به مردم توصیه شده به سفر نروند، اما از سوی دیگر، ۶۰ لیتر سهمیه بنزین نوروزی تصویب می‌شود

آزمون مدیریت بحران با کرونا



اما جدا از سرنوشت بودجه سال ۹۹، حتی اگر اختصاص سهمیه بنزین نوروزی تنها یک گمانه‌زنی باشد و سهمیه ۶۰ لیتری بنزین در نهایت در کار نباشد، اما همین طرح مسئله و رسانه‌ای شدن آن، تأثیر سوء و منفی بر افکار عمومی دارد؛ مردم از یک‌سو، با توصیه وزارت بهداشت در این روزها مواجه هستند که از آنها خواسته است که به مسافرت نروند، اما از سوی دیگر، با حیرت و تعجب، خبرهای اختصاص سهمیه بنزین نوروزی در رسانه‌ها را مشاهده می‌کنند.

در همین حال، نگاهی به جاده‌های سراسر کشور به‌ویژه مسیرهای شمالی در این روزهای کرونایی، نشان‌دهنده این حقیقت تلخ است که همچنان به‌رغم توصیه‌های اکید و چندباره وزارت بهداشت در لزوم خانه ماندن و لغو مسافرت‌ها، اما بسیاری از خانواده‌ها با تعطیلی مدارس و با فراغ خاطر به مسافرت می‌روند. حالا اگر سهمیه بنزین نوروزی هم به شهروندان اختصاص یابد، آنان که در خانه‌های‌شان ماندند و به توصیه وزارت بهداشت گوش فراده‌اند نیز تشویق می‌شوند تا بار سفر ببندند و به مسافرت دسته جمعی بروند. این در حالی است که روز دوشنبه این هفته، پیش‌فروش بلیت‌های نوروزی ناوگان حمل و نقل جاده‌ای نیز اعلام شده است.

در واقع، شیوع ویروس کرونا را می‌توان آزمونی مهم برای مدیریت بحران کشور دانست، چراکه بحران کرونا با سلسله حوادث طبیعی همچون سیل و زلزله متفاوت است و در نتیجه، کیفیت خدمات‌رسانی دولت در هنگام شیوع کرونا با کیفیت خدمات‌رسانی در حوادث طبیعی پیشین، از آسمان تا زمین فرق دارد. دولت در حوادثی نظیر زلزله و سیل، آن‌جا که با منطقه محدودی سروکار دارد، به راحتی می‌تواند وضعیت را کنترل کند و به شهروندان آسیب‌دیده خدمات‌رسانی نماید، اما ویروس کرونا حالا اغلب استان‌های ایران را درنوردیده و به جرات می‌توان گفت که مدیریت بحران کشور تا به حال با چنین موقعیت خطیری روبه‌رو نشده بود.

کرونا روال بودجه را برگرداند

حکم حکومتی رهبری برای بودجه ۹۹

مورد آن اظهارنظر می‌کنند که با تصویب نهایی برای تأیید به شورای نگهبان راجع می‌شود و بعد از برطرف کردن ایرادها در نهایت برای اجرا از سوی رئیس مجلس به رئیس جمهور ابلاغ می‌شود. اما آنچه که امسال اتفاق افتاد، این بود که بعد از بررسی لایحه در کمیسیون تلفیق، نمایندگان کلیات لایحه را در پنجم اسفندماه رد کردند. در نتیجه قرار بود که بودجه به دولت برگردد، اما در نهایت تصمیم گرفته شد که به کمیسیون تلفیق رفته و بعد از بررسی و برطرف کردن ایرادات مجدداً به صحن علنی برگردد.

به گزارش ایسنا، در همین جریان و هنگامی که لایحه در کمیسیون تلفیق مورد بررسی قرار گرفت، افزایش ابعاد ویروس کرونا و ابتلای تعدادی از نمایندگان مجلس موجب شد که با تصمیم ستاد عملیات کرونا مبنی بر تعطیلی مجلس، بحث‌هایی در رابطه با استفاده از اصل ۸۵ برای تصمیم‌گیری در مورد بودجه مطرح شود. طبق این اصل بودجه می‌تواند در کمیسیون تلفیق به جای صحن علنی بررسی و تصویب شود.

بدترین بحران اقتصادی جهان بعد از سال ۲۰۰۹ در راه است

هشدار OECD درباره اثرات شیوع کرونا

جهانی در دستور کار قرار دهند.

البته OECD نرخ رشد تولید ناخالص جهان در سال ۲۰۲۰ را حتی در صورت مهار بحران کرونا در همین سه‌ماهه نخست امسال، ۲٫۴درصد پیش‌بینی کرده است که این رقم نیز پایین‌ترین نرخ رشد اقتصادی جهان بعد از سال ۲۰۰۹ به شمار می‌رود. لارنس بون، اقتصاددان ارشد OECD، درخصوص تأثیرات بحران کرونا بر اقتصاد جهانی می‌گوید: «این ویروس ضربه دیگری را بر اقتصاد جهانی که پیش از این بر اثر تنش‌های تجاری و سیاسی تضعیف شده است، وارد می‌آورد. دولت‌ها باید فوراً اقدامات لازم را برای مهار این ویروس همه‌گیر، حمایت از نظام بهداشت و درمان، حفاظت از شهروندان خود، تقویت تقاضا و فراهم کردن حمایت‌های مالی حیاتی برای خانوارها و کسب‌وکارهایی که بیشترین آسیب را از این بحران دیده‌اند، انجام دهند».

ویروس کرونا تاکنون بالغ بر ۹۰ هزار نفر را در تمامی قاره‌های جهان (به‌جز مناطق قطبی) به بیماری موسوم به «کووید-۱۹» مبتلا کرده است که از این تعداد بیش از ۳۱۰۰ نفر جان خود را از دست داده‌اند. این ویروس علاوه بر چین، دیگر اقتصادهای بزرگ جهان را نیز مستقیماً درگیر کرده است. تعداد قربانیان ویروس کرونا در آمریکا اکنون به شش نفر رسیده و مواردی از ابتلا به این ویروس در ایالت‌ها فلوریدا، نیویورک و رودآیلند نیز گزارش شده است. در کره جنوبی بیش از ۴۸۰۰ نفر مبتلا شده‌اند و ۲۸ نفر جان باخته‌اند. آمار مبتلایان به کرونا در ایتالیا نیز از مرز ۲۰۰۰ نفر گذشته است که تاکنون ۵۲ نفر از آنها جان‌شان را از دست داده‌اند. بسیاری از شرکت‌های بزرگ جهان طی روزهای اخیر هشدارهایی خطاب به

از سوی دیگر، وقتی یک فاجعه طبیعی همانند سیل، زلزله و آتش‌سوزی رخ می‌دهد، همبستگی عمومی برای کمک به ویرانی‌ها و آسیب‌ها افزایش می‌یابد و نهادهای مدنی و سازمان‌های مردم‌نهاد به یاری شهروندان و آسیب‌دیدگان می‌شتابند، ولی از آنجا که «کروناویروس» یک ویروس ضد اجتماعی است و مردم باید از هرگونه تجمع و ازدحامی در این روزها خودداری کنند، در نتیجه چشم یاری همگان به دولت دوخته شده است.

البته زوال سرمایه اجتماعی، شکاف دولت-ملت و کاهش اعتماد عمومی را هم باید به فهرست مصائب کرونا در ایران اضافه کرد و این شرایط، کار دولت را در خدمت‌رسانی بسیار سخت و دشوار می‌کند. پرواضح است که وقتی بیماری کرونا با فقدان اعتماد عمومی جامعه همراه شود، دولت نمی‌تواند کاری از پیش ببرد و به قول معروف، سنگ روی سنگ بند نمی‌شود. وقتی در اولین روزهای شیوع کرونا در کشور، نشست خبری سختگوی دولت برگزار شده بود، ایرج حریرچی معاون وزیر بهداشت دوشادوش علی ربیعی ایستاد و عرق‌ریزان و سرفه‌کنان، افزایش تعداد مبتلایان و فوت‌شدگان کرونا را تکذیب کرد، تنها یک روز پیش از آنکه مشخص شود نتیجه آزمایش کرونای خودش مثبت است. این شاید واضح‌ترین تصویر از رفتار مدیران ایرانی در انکار واقعیت باشد. به همین خاطر است که در روزهای گذشته بسیاری از نخبگان و صاحب‌نظران هشدار داده‌اند که ویروس بی‌اعتمادی بسیار مهلک‌تر از ویروس کروناست؛ ویروس خطرناکی که با سرعتی شگفت‌انگیز و در یک برهه زمانی کوتاه، بیش از ۶۰ کشور جهان را درگیر کرده و به همه‌گیری جهانی رسیده است. شاید باید گفت، ویروس «کووید-۱۹»، کارآمدی دولت، همراهی مردم و بیشتر از هر چیز، انسانیت انسان را در این روزها به معرض آزمون گذاشته است. به تعبیر احمد شاملو، «انسان، دشواری و وظیفه است!»

از سوی دیگر، پیشنهاد ارائه بودجه سه دوازدهم و یا دو دوازدهم از سوی دولت به مجلس نیز مطرح بود که بتوانند بعد از عبور از شرایط فعلی بودجه را تصویب کنند، اما با توجه به اینکه حتی بودجه چند دوازدهمی نیز نیازمند بررسی در صحن علنی مجلس بود و این امکان وجود نداشت، در نهایت دولت در ابتدای سال آینده بدون تکلیف قانونی در بودجه می‌ماند و آنگاه نمی‌توانست دخل و خرج خود را انجام دهد که از جمله آن، پرداخت حقوق کارکنان بود.

در این شرایط با اذن رهبری، قرار بر استفاده از اصل ۸۵ شد. از این رو با توجه به بررسی که در مورد بودجه انجام شده گزارش کمیسیون تلفیق به طور مستقیم به شورای نگهبان فرستاده می‌شود و بعد از تأیید شورا اگر ایرادی وجود داشته باشد، مجدداً کمیسیون تلفیق آن را برطرف کرده و در نهایت به دولت برای اجرا ابلاغ می‌شود. اگرچه هنوز جزئیات گزارش تلفیق در مورد بودجه مشخص نیست، اما به هر حال با تغییراتی همراه بوده که دولت ملزم به انجام آن است.

درپچه

کرونا مصرف آب تهران را ۱۴درصد افزایش داد

خانه‌تکانی را تعطیل کنید

قائم مقام شرکت آب و فاضلاب استان تهران گفته است که پس از شیوع ویروس کرونا میزان مصرف آب در تهران حدود ۱۴درصد افزایش یافته است و شهروندان باید بدانند که در شرایط فعلی باید از آب به عنوان یک ابزار برای مقابله با این بیماری استفاده و خانه‌تکانی را به زمان دیگری موکول کنند.

محمدرضا احمدنسب در گفت‌وگو با ایسنا، با تاکید بر اینکه ایران یک کشور خشک و نیمه خشک است، گفت: بارندگی‌هایی که در کشور اتفاق می‌افتد، نسبت به میانگین جهانی پایین‌تر است و حتی طی سال‌هایی مثل امسال که بارندگی نسبت به سه سال پیش بهتر بوده اما باز هم ایران جزو کشورهای دارای بحران آب شناخته می‌شود.

او با بیان اینکه استان تهران نیز به صورت مضاعف با کمبود منابع آبی مواجه است، گفت: علت این مسئله این است که در یک وسعت کم، جمعیت زیادی قرار گرفته است و همین مسئله موجب شده که ما دائما دغدغه تامین منابع آبی را داشته باشیم.

احمدنسب با اشاره به فرهنگ خانه‌تکانی و مصادف شدن آن با شیوع ویروس کرونا در کشور، گفت: آب به یک ابزار برای مقابله با ویروس کرونا تبدیل شده است. اگر مردم آب را به عنوان یک ابزار در این راستا در نظر بگیرند، ما دغدغه کمبود آب نخواهیم داشت. به گفته وی، مصرف آب در کشور به دلیل شیوع ویروس کرونا حدود ۲۰درصد افزایش یافته است لذا به شهروندان توصیه می‌شود که بحث خانه‌تکانی و فرش شستن در شهرهای اطراف تهران در این مقطع زمانی انجام نشود.

قائم مقام شرکت آب و فاضلاب استان تهران با اشاره به اهمیت آب شرب تاکید کرد: آبی که با این زحمت به دست می‌آید، نباید برای فرش شستن و از این قبیل کارها مصرف شود. اگر مردم به ما کمک کنند، قطعا بدون دغدغه و اطمینان خاطر این مسئله را پشت سر می‌گذاریم. اگر مصرف افزایش یابد، مجبور می‌شویم از ذخیره تابستان استفاده کنیم و آن زمان ممکن است با چالش مواجه شویم اما در حال حاضر الان مشکل کمبود آب نداریم اما لازم است که مردم مدیریت مصرف را سرلوحه کارهای خود کنند. او در پاسخ به این سوال که مصرف آب با شیوع کرونا چقدر افزایش یافته، گفت: میزان مصرف آب تهران بعد از شیوع بیماری کرونا حدود ۱۴درصد نسبت به سال گذشته در این تاریخ افزایش یافته است. مردم باید بدانند که این آب اسلحه‌ای است برای مقابله با ویروس کرونا و نباید از آن برای شست و شوی فرش و خانه‌تکانی استفاده کنند.

قیمت مسکن در بازار کرونایی ثابت ماند

حال و هوای مسکن در سایه کرونا

بررسی‌های میدانی حاکی از آن است که طی دو هفته اخیر که ویروس کرونا در کشور شیوع پیدا کرده و تعداد معاملات مسکن پایین آمده، قیمت‌ها در بازار مسکن افزایش نیافته‌ام اما کاهش محسوسی هم نداشته است.

به گزارش ایسنا، فروشندگان حاضر نیستند حتی در شرایط فعلی که بازار مسکن تحت تاثیر کرونا با افت مواجه شده و معاملات تقریبا قفل شده است، نرخ‌های پیشنهادی را پایین بیاورند. برخلاف بازار خودرو که تحت تاثیر شیوع ویروس کرونا با کاهش ۷ تا ۱۲ میلیون تومانی قیمت مواجه شد، نرخ‌ها در بازار مسکن با افت چندانی مواجه نبوده است؛ هرچند واسطه‌های ملکی می‌گویند که در دو هفته اخیر به خصوص هفته گذشته قیمت‌ها افزایش چندانی نداشته است.

انجماد قیمتی در شرایطی بر بازار ملک حاکم است که رصد بازار مسکن شهر تهران در روز دوشنبه ۱۲ اسفندماه نشان می‌دهد تعداد بازبدها، تعداد قرارداده‌ا و بازخوردهای آگهی‌ها در فضای مجازی به یک چهارم هفته قبل کاهش یافته است. این در حالی است که گزارش‌های میدانی از دو تغییر قیمتی در بازار مسکن متأثر از افزایش نرخ بنزین و انتخابات مجلس شورای اسلامی حکایت دارد؛ به طوری که میانگین قیمت مسکن شهر تهران در بهمن ماه ۱۴درصد نسبت به آبان ماه افزایش یافت و به رقم بی‌سابقه ۱۴میلیون و ۴۰۵ هزار تومان در هر متر مربع رسید. البته آمارها نشان می‌دهد که نرخ رشد قیمت در مناطق جنوبی تهران بیشتر از مناطق شمالی و محدوده پرتقاضا از جمله مناطق ۵، ۴، ۲، ۱۴ و ۱۵ بوده است.

در این شرایط که قیمت‌های اسمی مسکن افزایش پیدا کرده، عمده کارشناسان رکود بازار مسکن در سال ۱۳۹۹ را محتمل می‌دانند که احتمالا برای ۱۰ تا ۱۲ فصل نرخ‌ها دارای ثبات خواهد بود و در واقع با توجه به تورم سیستماتیک در سطح اقتصاد کلان با کاهش قیمت واقعی مسکن مواجه می‌شویم.

در همین زمینه، حسین عبده تبریزی، تحلیلگر بازار مسکن معتقد است: همانقدر که ریزش بورس محتمل و قابل پیش‌بینی است، کاهش قیمت واقعی مسکن نیز به تدریج و در ماه‌های آینده قطعی رخ خواهد داد.

همچنین سلمان خادم‌المله، کارشناس اقتصاد مسکن در این باره می‌گوید: مدت‌هاست قیمت مسکن از تعادل عرضه و تقاضا خارج شده است. بدین معنا که تقاضای مصرفی به شدت سرکوب شده و بسیار کم شده است. قیمت مسکن در تهران به حدود ۱۴ میلیون تومان در هر متر مربع رسیده و اگر متوسط درآمد خانوارهای متوسط را ۴ تا ۵ میلیون تومان در ماه فرض کنیم ده‌ها سال طول می‌کشد تا یک خانواده بتواند خانه میان‌متراژ در یک جای متوسط تهران خریدار کند.

به گفته او، وجوهی که هم‌اکنون به بخش مسکن می‌آید ناشی از سرمایه‌گذاری است. چون با این وضعیت بدترین کار نگه داشتن پول نقد است. ممکن است بعد از افت بازار سرمایه، بخشی از منابع به بازار مسکن حرکت کند ولی به معنای تقاضای مصرفی و رشد قیمت نخواهد بود. معتقد هستم نهایت افزایش قیمت مسکن برای سال ۱۳۹۹ معادل نرخ تورم عمومی است.

ادامه داد: «نه فقط فروش این اقلام که حتی فروش سایر میوه‌ها نیز رشد کرده است و دلایلش فقط افزایش مصرف نیست. مردم از ترس‌شان از وانته‌ها و میوه‌فروشان سیار کمتر خرید می‌کنند، در نتیجه مراجعه آنها به میوه‌فروشی‌ها افزایش یافته است.» به گفته وی، «از مشتریان خواسته‌ایم حتما با دستکش مخصوص که تاکنون استفاده نکرده‌اند میوه انتخاب کنند، در ضمن زیاد به میوه‌ها دست نزنند تا سلامت دیگر مشتریان به خطر نیفتد.»

فروشنندگان لوازم بهداشتی: اگر پشت شیشه مغازه لوازم آرایشی، نوشته‌ای هرچند کوچک باشد با این مضمون که «ژل ضدعفونی داریم»، آن وقتی است که می‌شود در مورد گرمی بازارشان توضیحاتی داد. یک فروشنده لوازم بهداشتی در منطقه ولی‌عصر گفت: «کسی لوازم آرایش نمی‌خرد اما هرچه شوبنده صورت و دست داشتیم تمام شد، حتی شوینده‌هایی که الکلی نبود.» وی ادامه داد: «این روزها مراجعان زیادی دارم که با قیمت‌های بالا، ژل دست برای فروش می‌آورند و ما هم می‌خریم چون خریدار دارد. کسانی که محصولات‌شان را در داروخانه پیدا نمی‌کنند، سراغ ما می‌آیند اما شاید باور نکنید حتی شیرپاک‌کن‌ها و پاک‌کننده‌های آرایشی ما با افزایش فروش مواجه شده‌اند»

سوپرمارکت‌ها: گذشته از واحدهای صنفی پیش گفته، سوپرمارکت‌ها و مغازه‌های سطح شهر با افزایش قابل توجه مشتری از یک سو و افزایش حجم خرید کالاهای اساسی و شوینده‌ها از سوی دیگر مواجه هستند. این رشد در شرایطی اتفاق افتاده است که فروشگاه‌های زنجیره‌ای نیز با افزایش فروش همراه هستند. کرونا هرچند اغلب واحدهای تولیدی و صنعتی و اصناف را با بحرانی ناخواسته مواج کرده، اما سبب شده است که تولیدکنندگان لوازم بهداشتی سه شیفته مشغول فعالیت باشند. در این میان، فروش سایر لوازم بهداشتی نظیر دستمال‌های مرطوب و پد الکلی نیز با افزایش قابل توجه همراه شده است .

وی، فروش انواع ویتامین نیز روندی تصاعدی را تجربه کرده است.

عطاری‌ها: جالب اینجاست که بازار عطاری‌ها این روزها داغ‌تر از همیشه است. خرید اسیند، پودر زنجبیل، عنبرنسارا، چهارتخم و میخک با افزایش قابل توجهی روبه‌رو شده است. هر آنچه در عطاری‌ها با عنوان ضدعفونی‌کننده دارای طبع گرم عرضه می‌شود، این روزها بازار گرمی را به خود اختصاص داده‌اند. در این میان داغ شدن بازار برخی کالاها مانند کدود الاغ و... کمی تعجب‌آور می‌نماید. نه فقط در عطاری‌های سطح شهر که در فضای مجازی نیز بازار خرید و فروش عنبرنسارا داغ است. هر کیلوگرم کود الاغ در سایت دیوار بین ۷۵ تا ۱۵۰ هزار تومان برای فروش گذاشته شده است. در یکی از این آگهی‌ها گفته شده که «کودها متعلق به الاغ جوان و ماده است که خاصیت ضدعفونی قوی‌تری دارد و از طالقان برای مشتریان ارسال می‌شود.» در آگهی دیگری، کود الاغ در بسته‌های ۳۰۰ گرمی بسته‌بندی شده است و هر بسته ۳۰۰ گرمی ۵۰هزار تومان فروخته می‌شود. هر کیلوگرم اسفند هم که تا پیش از این در بازار تهران حدود ۱۰ تا ۱۲ هزار تومان فروخته می‌شد، حالا به کیلویی ۲۵ تا ۳۰ هزار تومان رسیده است.

میوه‌فروشی‌ها: هرچه قنادی‌ها خلوت‌تر می‌شود، میوه‌فروشی‌ها بازار داغ‌تری را می‌یابند. انتشار اخباری درخصوص تقویت سیستم ایمنی و خوردن ویتامین کافی خصوصا ویتامین C برای مقابله با کرونا سبب شده است قیمت پرتقال و لیموشیرین و لیموترش و البته سیر و زنجبیل را به شدت بالا برد. حالا زنجبیل حتی به قیمت‌هایی بالاتر از ۱۲۰ هزار تومان در هر کیلو فروخته می‌شود و قیمت لیموشیرین نیز در برخی واحدهای صنفی بین ۱۸ تا ۲۰ هزار تومان شده است. سیر به ۵۰ تا ۶۰ هزار تومان رسیده است. یک فعال در صنف میوه فروش در منطقه شرقی تهران درخصوص تغییرات رخ داده در وضعیت کاری گفت: «مشکل افزایش قیمت فقط به ما مربوط نیست، برخی در میداین همه زنجبیل و سیر و لیموشیرین را می‌خرند و بعد به مغازه‌ها با قیمت بالا می‌فروشند.» او

کمپین‌های مردمی برای فرصت‌دهی به فعالان اقتصادی بر اثر شیوع کرونا

سایه کورنا بر کسب و کار

دشت نمی‌کنم، کلی جنس از قبل خریده بودم به امید شب عید اما حالا من مانده‌ام با چک‌های خرید قبلی.»

در این بین مسئولان دولتی هم به فکر عقب انداختن دو ماهه سررسید تسهیلات مرتبط با کسب‌وکارها به دلیل شیوع ویروس کرونا افتاده‌اند. روز دوشنبه علی ربیعی با اعلام این خبر گفت: «دولت ستادی را برای رفع مشکل کسب و کارها تشکیل داده تا موضوع را بررسی و راهکارهایی را ارائه دهند. برای کاهش فشار بر مردم مقرر شد سررسید وام‌های مرتبط با کسب و کارها و برخی دیگر از وام‌ها، دو ماه به عقب بیفتد.»

همچنین وزارت صنعت، معدن و تجارت هم در نامه‌ای به معاون اقتصادی رئیس‌جمهوری خواستار رفع مشکلات کسب و کارهای خورد آسب‌دیده از شیوع بیماری کرونا شده است. رئیس‌کل بانک مرکزی هم از بانک‌ها خواسته زمان و نحوه وصول اقساط وام برخی کسب و کارها را آسان‌تر سازند تا فعالان اقتصادی در شرایط رکود ایجادشده ناشی از شیوع ویروس کرونا آسیب کمتری ببینند. عبدالناصر همتی با انتشار پستی در اینستاگرام اعلام کرد: «به مدیران بانک‌ها توصیه می‌کنم، شرایط امروز اشخاص حقیقی و حقوقی را که از این‌ بابت دچار وقفه درآمدی می‌شوند؛ در نظر گرفته و درخصوص تمدید زمان و نحوه وصول اقساط وام‌ها، همراهی لازم را با مشتریان به عمل آورده و وضع آنها را مراعات کنند.»

علاوه بر اینها، حسین مدرس خیابانی، قائم‌مقام وزیر صنعت معدن و تجارت هم در نامه‌ای به محمد نهاوندیان معاون اقتصادی رئیس‌جمهوری خواستار بخشودگی مالیات و حق بیمه کارفرمایان در اسفندماه شده است. او در نامه‌اش نوشته است: «کسب و کارهای خرد صنف‌های تولیدی و خدماتی در نتیجه گسترش ویروس کرونا دچار آسیب شده و حتی تقاضا در ماه پایانی سال کاهش یافته که این مسئله مردم را در حاشی معاش و عقب‌ماندگی اقساط بانکی نگران کرده و به همین دلیل ضرورت دارد تا مالیات همه صنوف (کسب و کارهای خرد مشخص) در اسفندماه بخشوده شود و اصناف تولیدی و خدماتی از پرداخت بیمه خویش و کارگران تحت پوشش معاف شوند.»

در همین زمینه، افشین کلاهی معتقد است: در شرایطی که مردم به

با شیوع ویروس کرونا در ایران، بازارها تغییراتی جدی را تحت تاثیر کاهش شدید مشتریان از یک سو و تعطیلی برخی از واحدهای صنفی از سوی دیگر تجربه کرده‌اند. در شرایط کنونی اما برخی مشاغل با رونق ویژه‌ای مواجه شده‌اند. هر روز اخبار متعددی درخصوص کشف ژل‌های ضدعفونی و ماسک در سراسر کشور به گوش می‌رسد، اما همچنان بازار این محصولات داغ است، هرچند پشت شیشه‌های داروخانه‌ها دست نوشته‌هایی مبنی بر اینکه «ژل داریم، ماسک نداریم» و... به چشم می‌خورد. خبرآنلین در گزارشی سریی به بازار زده و برخی از مشاغل پررونق این روزها را بررسی کرده است.

داروخانه‌ها: داروخانه‌ها این روزها وضعیت فوق‌العاده‌ای دارند. در شرایطی که قفسه ماسک و دستکش و مواد ضدعفونی در فروشگاه‌های زنجیره‌ای خالی است، داروخانه‌ها به یکی از پرمراجعه‌ترین واحدهای صنفی در این روزها بدل شده‌اند. متصدی یک داروخانه که به محض ورود هر مشتری تاکید می‌کرد «فقط الکل یک لیتری داریم»، در پاسخ به این سوال که این روزها چقدر با افزایش فروش مواجه شده‌اید، گفت: «واقعاً آمار نمی‌توانم بدهم ولی مشتری وقتی می‌بندد مواد ضدعفونی نیست صابون آنتی باکتریال یا صابون‌های خاص و ژل‌های شست‌وشوی دست که غیرالکلی هستند را می‌خرد و از این بابت ما با افزایش فروش مواجه هستیم.»

مسئول صندوق یک داروخانه در مرکز شهر نیز در حالی که بدون ماسک نشسته بود، در پاسخ به سوالات متعدد مشتریانش درباره چرایی نبود ماسک گفت: «می‌بینید خودم هم بدون ماسک نشسته‌ام.» او در جواب این پرسش که فروش کدام اقلام افزایش یافته است؟ تاکید کرد «دستمال‌های مرطوب، پنبه و شوینده‌های غیرالکلی حتی در این شرایط افزایش یافته‌اند. البته فروش الکل سفید با رشد فزاینده روبه‌روست. موجودی ما دقیقاً در کوتاه‌ترین زمان ممکن به پایان می‌رسد.» به گفته

در میانه همه تلخی‌های این روزها که جامعه را به دلیل شیوع ویروس کرونا گرفتار کرده و حتی بهار را از تاب و توان انداخته است، کمپین‌هایی در فضای مجازی و حقیقی برای ایجاد امید و کاهش بار مشکلات راه‌اندازی شده است. یکی از پیام‌های امیدبخش «به خاطر کرونا بخش» و «به خاطر کرونا فرصت بده» است. شب عید مهم‌ترین فصل رونق اقتصادی کسب و کارها به خصوص کسب و کارهای خرد در کشورمان محسوب می‌شود و حالا شیوع ویروس کرونا و ترس درست اجتماعی آن برای اینکه افراد در خانه‌های‌شان بمانند، باعث شده که امسال شب عید بازارها و تولید رمق خود را از دست بدهد و عملا درآمد بسیاری از کسب و کارها با افت شدید رو به رو شود. بسیاری از فروشگاه‌ها و بازارها مشتری ندارند و حتی تعطیل کرده‌اند و تولیدی‌هایی که طبق روال هر سال باید این روزها شبانه‌روز تولید می‌کردند، کار را تعطیل کرده‌اند. در این بین بخشی از افراد جامعه از بانک‌ها، صاحبان مغازه‌ها و ... خواسته‌اند با توجه به این شرایط به کاسبان مغازه‌ها، صاحبان تولیدی‌ها و کسب و کارها فرصتی برای پرداخت قسط‌ها، وصول طلب‌ها و چک‌های‌شان و پرداخت اجاره‌های‌شان بدهند.

در همین باره، یکی از کسبه میدان هفت تیر به سایت اتاق تهران می‌گوید: «هر سال این موقع مانتوفروشی‌ها و لباس‌فروشی‌های هفت تیر جای سوزن انداختن هم نبود، اما این ویروس لعنتی بختک روی زندگی و کاسبی شب عیدمان شده است. باور می‌کنید من روزی سه تا قیش صندوق هم نمی‌زنم؟ حتی تو فصل‌های رکود و کساد می‌ما این شرایط را ندیده بودیم. الان سر ماه برسد باید ۱۰ میلیون تومان اجاره بدهم اما از کجا؟ چند تا چک دارم که به امید درآمد شب عید به تاریخ آخر اسفند کشیده بودم و حالا نمی‌دانم باید چه کار کنم.» او می‌گوید: «نه‌تنها ما که خیلی از تولیدی‌ها هم تعطیل کرده‌اند، وقتی فروش نباشد، سفارش هم برای کار نیست، خیلی‌ها سفارش‌های قبل‌شان را هم کنسل کرده‌اند.»

نبود عابران پیاده در خیابان‌ها باعث شده کاسبی دستفروش‌ها هم سیاه شود. خانم جوانی که در کنار پیاده راه میدان هفت تیر بساط فروش لباس پهن کرده می‌گوید: «من روزی ۲۰، ۳۰ هزار تومان هم

بانک نامه



افزایش سقف انتقال وجه کارت به کارت و برداشت نقدی از خودپردازهای بانک پاسارگاد

بانک پاسارگاد به منظور به حداقل رساندن مراجعه حضوری مشتریان به شعبه‌ها جهت پیشگیری از شیوع بیماری کرونا، ضمن افزایش سقف برداشت نقدی از خودپردازها، سقف انتقال وجه کارت به کارت بر روی خودپردازها و کیوسک‌های این بانک را نیز افزایش داد، به گزارش روابطعمومی بانک پاسارگاد، این بانک جهت فراهم کردن زمینه برای دریافت خدمات بانکی، بدون مراجعه حضوری به شعبه‌ها، سقف انتقال وجه کارت به کارت از طریق دستگاه‌های خودپرداز و کیوسک‌ها را از مبلغ ۳۰ میلیون ریال به مبلغ ۵۰ میلیون ریال در روز برای کارت‌های نقدی بانک پاسارگاد افزایش داد. این بانک پیش از این نیز سقف انتقال وجه کارت به کارت بر روی درگاه‌های غیرحضوری (اینترنت و موبایل) را از مبلغ ۳۰ میلیون ریال به مبلغ ۵۰ میلیون ریال در روز برای کارت‌های نقدی افزایش داده بود. بانک پاسارگاد در اقدامی دیگر، سقف برداشت نقدی با کارت‌های نقدی بانک پاسارگاد را از طریق دستگاه‌های خودپرداز این بانک، از مبلغ ۲ میلیون ریال به مبلغ ۵ میلیون ریال افزایش داد. این بانک علاوه بر اقدامات یادشده، کارت‌های نقدی که از ابتدا تا انتهای اسفند سال ۱۳۹۸ منقضی می‌شوند را بدون نیاز به مراجعه مشتریان به شعبه‌ها، تا اسفند سال ۱۳۹۹ به طور خودکار تمدید کرد. گفتنی است سامانه‌های بانکداری الکترونیک بانک پاسارگاد ام از بانکداری مجازی، همراهبانک پاسارگاد، سامانه پرداخت اینترنتی سایت بانک، کیپاد، تلفن‌بانک، سامانه #۷۲۲* و ... با ارائه اکثر خدمات بانکی به مشتریان، مراجعه حضوری به شعبه‌ها را به حداقل ممکن می‌رساند. همچنین 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 هم‌میهنان است.

رئیس کل بانک مرکزی خبر داد

تمدید اختیارات بانک مرکزی در تنظیم بازار ارز

رئیس کل بانک مرکزی با اشاره به جلسه روز سه‌شنبه شورای عالی هماهنگی اقتصادی، از تمدید اختیارات بانک مرکزی درخصوص تنظیم و مدیریت بازار ارز و اصلاحات نظام بانکی تا پایان سال ۱۳۹۹ خبر داد. عبدالناصر همتی در صفحه شخصی خود در اینستاگرام نوشت: در جلسه امروز (۱۳ اسفند سال ۱۳۹۸) شورای عالی هماهنگی اقتصادی اختیارات بانک مرکزی درخصوص تنظیم و مدیریت بازار ارز و نیز اصلاحات نظام بانکی تا پایان سال ۱۳۹۹ تمدید شد.

رئیس سازمان امور مالیاتی کشور اعلام کرد

تسهیلات جدید مالیاتی در زمان شیوع کرونا

رئیس کل سازمان امور مالیاتی کشور با صدور بخشنامه‌ای، مهلت بخشودگی جرایم قابل بخشش اسفندماه ۱۳۹۸ را به دلیل شیوع بیماری کرونا در کشور تا پایان خردادماه ۱۳۹۹ تمدید کرد.

به گزارش سازمان امور مالیاتی، با توجه به شیوع بیماری کرونا و تمهیدات اتخاذشده در سطح کشور به منظور جلوگیری از گسترش این بیماری، «امیدعلی پارسا» در بخشنامه‌ای جزئیات، تسهیلات در نظر گرفته شده را ابلاغ کرد. بر این اساس، مودیانی که بدهی قطعی شده خود را تا پایان خردادماه سال ۱۳۹۹ پرداخت کنند، به میزان بخشودگی جرایم قابل بخشش اسفندماه ۱۳۹۸ (۹۰درصد برای مودیان واحدهای تولیدی دارای پروانه بهره‌برداری و پروانه کسب تولیدی از مراجع ذی‌ربط و درصد برای سایر مودیان) از بخشودگی جرایم برخوردار خواهند بود. رئیس کل سازمان امور مالیاتی کشور در ادامه این بخشنامه خاطرنشان کرد است: مودیانی که برگ مالیات قطعی آنها از تاریخ ۱۲ بهمن ۹۸ ابلاغ شده است، چنانچه حداکثر تا ۳۱ خرداد ۹۹ نسبت به پرداخت اصل بدهی قطعی شده خود اقدام کنند، مشمول حکم بند (۲) بخشنامه صادره ۲۷ مرداد ۹۸ خواهند بود. مطابق حکم بند(۲) بخشنامه مذکور، آن دسته از اشخاص حقیقی و حقوقی غیردولتی که مالیات آنها از تاریخ اول مهرماه ۱۳۹۸ تا پایان سال جاری به قطعیت می‌رسد، در صورتی که اصل مالیات و جرایم غیرقابل بخشش خود را حداکثر ظرف یک ماه بعد از ابلاغ برگ قطعی پرداخت کنند، معادل ۱۰۰درصد جرایم قابل بخشش آنها بخشوده خواهد شد.

سرگردانی سکه در مرز کانال ۶ میلیون تومانی

دلار عقب کشید

قیمت دلار و یورو در چهارمین روز هفته با کاهش همراه بود. در حالی که روز دوشنبه قیمت فروش هر دلار آمریکا در صرافی‌های مجاز بانک مرکزی به ۱۵ هزار و ۵۵۰ تومان رسید، معاملات دلار در بازار رسمی ارز در روز سه‌شنبه با کاهشی اندک اما مهم به ۱۵ هزار و ۳۸۰ تومان رسید. صرافان سد مقاومتی دلار را ۱۵ هزار و ۵۰۰ تومان اعلام کردند و به این ترتیب نرخ دلار در این روز یک قدم عقب‌تر از سد مقاومتی ایستاد. صرافان بانکی نرخ خرید دلار را از مردم ۱۵ هزار و ۲۸۰ تومان اعلام کرده‌اند. همچنین هر یورو در این صرافی‌ها با قیمت ۱۶ هزار و ۷۰۰ تومان فروخته شد و ۱۶ هزار و ۶۰۰ تومان خریداری گردید. بانک‌ها نیز هر دلار آمریکا را در حدود ۱۵ هزار تومان و هر یورو را ۱۶ هزار و ۳۰۰ تومان از مردم خریدند. ارز مسافرتی نیز با احتساب کارمزد بانک مرکزی و بانک عامل رقمی در حدود ۱۶ هزار و ۹۰۰ تومان و کماکان گران‌تر از بازار آزاد است. همچنین قیمت سکه تمام بهار آزادی طرح جدید در روز سه‌شنبه با کاهش حدود ۲۵۰ هزار تومانی قیمت نسبت به روز دوشنبه به بهای ۵میلیون و ۸۳۰ هزار تومان فروخته شد. سکه در روزهای اخیر بین کانال‌های ۵ و ۶ میلیون تومان در رفت و آمد است به طوری که هنوز نتوانسته خود را در یکی از این دامنه‌های قیمتی تثبیت کند. مهم‌ترین دلیل این موضوع، تغییر شدید قیمت دلار و اونس است که نوسان‌های زیادی را به صورت روزانه تجربه می‌کنند. اونس در یک هفته اخیر چندین بار از مرز یک هزار و ۶۰۰ دلار فراتر رفته و دوباره به پایین بازگشته است. دلار نیز نوسان زیادی داشته است. بر این اساس، سکه تمام بهار آزادی طرح جدید در روز گذشته به قیمت ۵ میلیون و ۸۳۰ هزار تومان به فروش رسید. سکه تمام بهار آزادی طرح قدیم نیز به قیمت ۵ میلیون و ۸۰۰ هزار تومان رسید. نیم سکه نیز ۲میلیون و ۹۵۰ هزار تومان، ربع سکه یک میلیون و ۷۵۰ هزار تومان و هر قطعه سکه گرمی ۹۸۰ هزار تومان داد و ستد شد. هر گرم طلای خام ۱۸ عیار هم ۵۲۲ هزار تومان و هر مثقال طلا نیز ۲ میلیون و ۵۶۶ هزار تومان به فروش رسید. قیمت اونس طلا نیز به یک هزار و ۵۷۷ دلار کاهش یافت.

با شیوع هرچه بیشتر ویروس کرونا در جهان حالا بسیاری از نهادهای کشورها از برنامه‌ریزی برای مهار تبعات اقتصادی کروناویروس خبر داده‌اند. به گزارش خبرگزاری فرانسه، وزرای دارایی و روسای بانک‌های مرکزی گروه هفت برای بررسی راهکارهای حمایت از بازارهای مالی و کاستن از تبعات اقتصادی ویروس کرونا در سطح جهان روز سه‌شنبه با یکدیگر به صورت کنفرانس اینترنتی رایزنی کردند.

در شرايطی که بیش از ۹۰ هزار نفر به کرونا مبتلا شده‌اند و بیش از ۳۰۰۰ نفر نیز جان خود را از دست داده‌اند، بازارهای مالی در روزهای اخیر دچار ریزش‌های شدیدی شده‌اند و نیاز به حمایت از آنها بیش از هر زمان دیگری حس می‌شود. پیشتر بانک مرکزی چین برای حمایت از بازارهای مالی از بسته محرک خود شامل تزریق حدود ۲۴۰ میلیارد دلار نقدینگی و وام‌هایی به ارزش ۳۰ میلیارد دلار برای رونق کسب و کارهای کوچک و متوسط خبر داده بود.

بانک مرکزی ژاپن نیز اخیرا از بسته محرک خود رونمایی کرده است. ژاپن پس از چین و کره جنوبی، سومین کلان‌و کرونا ویروس در شرق آسیا محسوب می‌شود. از سوی دیگر کشورهای عضو منطقه یورو نیز قرار است جلسه مشابهی برگزار کنند. بانک مرکزی اروپا در بیانیهای به همین مناسبت اعلام کرده که با توجه به ریسک‌های ناشی از ویروس کرونا، این بانک آماده انجام اقدامات مناسب و ضروری برای کاستن از تبعات منفی این پدیده است.

در انگلیس، ریشی سوناک، وزیر خزانه‌داری نیز با تایید اثرگذاری کرونا بر بخش‌های مختلف اقتصاد، اعلام کرد که دولت قصد دارد با افزایش بودجه و کاهش مالیات، اقتصاد را از رکود نجات دهد. او همچنین اعلام کرد که دولت قصد دارد با افزایش بودجه و کاهش مالیات، اقتصاد را از رکود نجات دهد. او همچنین اعلام کرد که دولت قصد دارد با افزایش بودجه و کاهش مالیات، اقتصاد را از رکود نجات دهد.

برخی خبرها از آغاز به کار آزمایشی بازار متشکل ارزی و انجام معاملات در این بازار حاکی است، اما با وجود نزدیک شدن به روزهای پایانی سال، هنوز این بازار به طور رسمی افتتاح نشده است. به گزارش ایسنا، نوسانات ناگهانی و کنترل‌نشده در بازار ارز در سال گذشته، بانک مرکزی را بر آن داشت که راهکاری برای کاهش تاثیر سایر بازارهای ارز و عملکرد دلالت بر قیمت آن بیندیشد. بازار ارز ایران از سال‌ها پیش همواره تحت تاثیر بازارهایی چون هرات، سلیمانیه و ... بوده و بانک مرکزی در تلاش است کشف قیمت ارز را براساس مؤلفه‌های اقتصادی در تهران انجام دهد، اما این بازار که قرار بود از ابتدای سال جاری راهاندازی شود، به دلایل مختلف به تعویق افتاد و در زمان اعلام‌شده نتوانست آغاز به کار کند. رئیس‌کل بانک مرکزی علت تأخیر در راهاندازی این بازار را برخی ارزیابی‌ها دانست و اعلام کرد که «این بازار به زودی راهاندازی می‌شود، اما باید به من ثابت شود که این بازار مشکلی برای کشور ایجاد نمی‌کند.»

گزارش گاردین از نحوه پوشش بیمه مسافرتی در زمان هشدار سفر به مناطق درگیر کرونا

بیمه مسافرتی چگونه لغو می‌شود؟



ویروس خطرناک و کشنده کرونا را دارند، هشدار داده است تا از هرگونه تردد و سفر غیرضروری به این نقاط جدا خودداری کنند چراکه در زمانی که دولت به شهروندان خود مبنی بر عدم سفر به مناطق مذکور هشدار می‌دهد، بیمه مسافرتی لغو خواهد شد و در صورتی که کسی بدون توجه به هشدارهای دولت به شهر و کشورهای درگیر سفر کند و به این ویروس مبتلا شود، دیگر مشمول پوشش بیمه مسافرتی نخواهد شد.

گاردین در این گزارش همچنین از تمامی افرادی که در مورد احتمال ابتلا به ویروس کرونا در سفر به مناطق شرق آسیا در تابستان سوال پرسیده بودند، درخواست کرده و نوشته است: از آنجایی که هنوز واکسن و درمان قطعی این ویروس خطرناک و کشنده کشف و ساخته نشده است، بنابراین نمی‌توان گفت که زمان از بین رفتن و ریشه‌کن شدن آن کی خواهد بود. پس بهتر است مسافرانی که قصد سفر به مناطق شرق آسیا به خصوص کشورهای درگیر کرونا داشتند تمامی سفرهای غیرضروری خود را تا حداقل شش ماه آینده (اواخر تابستان سال ۲۰۲۰) به تعویق بیندازند.

تمامی ایرانی‌ها و هتل‌ها نیز بدین منظور قابلیت لغو رزرواسیون را برای مسافران ارائه داده‌اند تا آنها بدون هیچ نگرانی و پرداخت جریمه و مبلغی اضافی، از هرگونه تردد و سفر غیرضروری به این مناطق خودداری کنند. گاردین در پایان این گزارش از کشورهای چین، کره جنوبی، تایلند، سنگاپور، مالزی ، اندونزی، بلی، تایلوان، هنگ کنگ، ژاپن، ایران و ایتالیا به عنوان مناطق پرخطر و کشورهای درگیر ویروس کرونا نام برده است.

معاملات آزمایشی در بازار متشکل ارزی

از بازار متشکل ارزی چه خبر؟

و گرم بازار هستند. به گفته شکسته‌بند، هشت بانک مهم کشور نیز به این بازار پیوسته بودند و همه چیز برای راهاندازی بازار متشکل ارزی فراهم است، ولی دستور آن باید از سوی سیاست‌گذاران ابلاغ شود. هرچند که هنوز خبری رسمی مبنی بر آغاز به کار بازار متشکل ارزی اعلام نشده، اما برخی صرافی‌ها خبر از آغاز معاملات آزمایشی بازار ارز می‌دهند و به گفته آنها معاملات در این بازار در حال انجام است. این صرافان بر این باورند که بازار متشکل ارزی کار خود را آغاز کرده و ممکن است به زودی به صورت رسمی افتتاح شود. با این اظهارات ممکن است بانک مرکزی تصمیم گرفته باشد تا پیش از اعلام رسمی آغاز به کار بازار متشکل ارزی که ممکن است هیجانی را در بازار ارز ایجاد کند، به صورت تدریجی معاملات را وارد این بازار کند. پیش از این نیز مسئولان ارزی بانک مرکزی اعلام کرده بودند که هرگونه تغییر قیمت ناگهانی و شدید در بازار ارز، چه افزایشی و چه کاهشی پذیرفته نیست.

اقتصاددانان درباره مهار پول چه می‌گویند؟

نقش اصلاح نظام بانکی در کنترل خلق پول

شیدتر، عمیق‌تر و طولانی‌تر خواهد بود.

نرخ تورم بالا و نوسان‌های آن هزینه‌های بسیاری را بر اقتصاد تحمیل می‌کند که می‌توان به کاهش نرخ رشد اقتصادی و به تبع آن کاهش سطح رفاه عمومی از یک سو و تغییر توزیع درآمد، ثروت و رفاه به زیان اقشار کم‌درآمد جامعه از سوی دیگر اشاره کرد.

همچنین تورم بالا و بی‌ثباتی موجب اختلال در شناسایی قیمت‌های نسبی توسط فعالان اقتصادی می‌شود، چراکه در فرایند تورمی، قیمت تمام کالاها به یک نسبت افزایش نمی‌یابد، در نتیجه فعالان اقتصادی نمی‌توانند تغییرات قیمت‌های نسبی را از تغییرات سطح عمومی قیمت‌ها به خوبی تفکیک کنند. علاوه بر این، تورم بالا و بی‌ثباتی موجب ناطمینانی فعالان اقتصادی نسبت به تحولات آینده خواهد شد و فعالان اقتصادی نمی‌توانند چشم‌انداز روشن و شفافی از آینده ترسیم کنند که این امر به ویژه بر سرمایه‌گذاری تاثیر منفی خواهد گذاشت.

با وجود تبعات منفی افزایش خلق پول بر اقتصاد کشور، کارشناسان اقتصادی، پیشنهاداتی همچون کاهش هزینه‌های سازمان‌های دولتی و بدهی دولت به بانک مرکزی، اصلاح ساختارهای اقتصادی و سیستم بانکی، رفع ناترازی بانک‌ها و عدم اجازه به بانک‌ها برای خلق پول توسط بانک مرکزی برای کنترل نقدینگی مطرح کردند. علاوه بر این، استقلال بانک مرکزی از دولت و سیاست‌های آن نقطه مشترک راهکارهای اقتصاددانان برای کنترل و مهار نقدینگی است که طبق گفته یکی از کارشناسان اقتصادی، کنترل نقدینگی در اختیار بانک مرکزی است و اگر آن مستقل باشد یعنی بتواند مستقل از مشکلات و گرفتارهایی که دولت همچون کسری بودجه با آن مواجه است، تمرکز و هدف خود را بر کنترل تورم و ثبات

نگاه

فروش تعهدی؛ رونق‌بخش روزهای افت بازار

فروش تعهدی چگونه کار می‌کند؟

چند هفته قبل بود که در مراسمی از ابزار فروش تعهدی در بازار سرمایه رونمایی شد و مسئولان سازمان بورس، راه اندازی آن را به مثابه تکمیل شدن جعبه ابزار کلاسیک بازار سرمایه دانستند، اما فروش تعهدی چیست و چگونه کار می‌کند؟

در این زمینه، محمود گودرزی، معاون بازار بورس اوراق بهادار تهران، فرآیند طی شده برای تدوین و اجرای ابزار فروش تعهدی و افزوده شدن آن به جعبه ابزار بورس را تشریح کرد و گفت: تدوین مقدمات اجرایی ساز و کار فروش تعهدی بورس تهران از سال گذشته توسط هیات مدیره سازمان بورس و اوراق بهادار آغاز و پس از بررسی‌ها و مطالعات لازم، دستورالعمل آن نهایی شد. در این راستا و در جریان راه اندازی ساز و کار این ابزار نیز دوره‌هایی آموزشی برای فعالین بازار سرمایه به خصوص کارگزاران و سایر نهادهای مالی برگزار شد. او در گفت‌وگو با سنا، هدف از اجرای این ساز و کار را استفاده از جریانات دوطرفه بازار عنوان کرد و افزود: کسب بازدهی در شیوه‌های قدیمی تنها با خریداری سهام و نگهداری آن امکان‌پذیر بوده است، اما با این ساز و کار معاملاتی، سرمایه‌گذاران می‌توانند در زمان‌هایی که شاهد افت و ریزش بازار هستند براساس تجزیه و تحلیل اقدام به فروش تعهدی کنند و از مزایای کاهش قیمت سهام نیز بهره‌مند شوند.

معاون بازار بورس و اوراق بهادار تهران در تشریح این ابزار خاطرنشان کرد: به طور کلی ساز و کار فروش تعهدی دارای سه طرف است؛ کارگزار، مالک دارایی که قرار است دارایی خود را برای فروش تعهدی در سامانه مشخص قرار دهد و فردی که به عنوان متقاضی یا اصطلاح جهانی short seller اقدام به فروش تعهدی می‌کند.

به گفته وی، زمانی که مالک می‌خواهد دارایی خود را در سامانه قرار دهد باید چند مورد را برای بازار مشخص کند؛ اول اینکه می‌خواهد در این نماد چه تعداد سهم را برای فروش تعهدی قرار دهد. در این میان آیتمه‌هایی در دستورالعمل فروش تعهدی همچون دور تنفس دیده شده است که به این معناست که زمانی که مالک دارایی خود را در سامانه قرار می‌دهد برای متقاضی دوره‌ای را تعیین می‌کند که در آن اختیار برگرداندن دارایی را از خود سلب می‌کند. از دیگر این آیتمه‌ها نرخ تشویقی است؛ این آیتم در واقع نرخ است که مالک برای تشویق متقاضیان در نظر می‌گیرد و براساس این نرخ متقاضی برای فروش تعهدی جذب شود.

وجه تضمین؛ راهکار اطمینان‌بخشی در متقاضی‌ها

گودرزی، تعبیه وجه تضمین در این مکانیزم را ابزاری برای اطمینان‌بخشی به مالک دارایی دانست و گفت: در ساز و کار فروش تعهدی متقاضی باید ۳۰درصد از مبلغ مورد درخواست خود را به عنوان وجه تضمین اولیه بیاورد. این مورد مانند ساز و کاری است که در مشتقه‌ها انجام می‌شود و در آن ۸۵ درصد از وجه تضمین اولیه آورده می‌شود و اگر وجه تضمین از ۸۵ درصد کمتر شود، تقاضای مارجین کال (Margin call)خواهد شد.

وی خاطرنشان کرد: اگر متقاضی اقدام به فروش دارایی در بازار کند و قیمت آن دارایی در بازار کاهش پیدا کند، عملاً می‌توان گفت که متقاضی وارد سود شده و در زمان افزایش قیمت به این معناست که وارد زیان شده است بنابراین وجه تضمین معامله به صورت روزانه تسویه می‌شود و از واریزی که صورت گرفته کسر خواهد شد.

معاون بازار بورس و اوراق بهادار تهران با اشاره به مکانیزم‌های کنترلی پیش‌بینی شده در اجرای فروش تعهدی خاطرنشان کرد: در دستورالعمل مقرر کردیم که اگر شاخص کل ۲ درصد یا شاخص هم وزن ۱ و نیم درصد افت کند، به طور کلی جلوی انجام فروش تعهدی در بازار گرفته خواهد شد. او در تشریح میزان تغییرات پیش‌بینی‌شده نماد نیز افزود: درخصوص نماد این امکان را برای سرمایه‌گذاران ایجاد کردیم که بتوانند با نیم درصد کاهش در قیمت یک سهم امکان فروش تعهدی را داشته باشند. همچنین زمانی که قیمت سهم به بیش از ۳درصد کاهش پیدا کند یعنی شاهد افت ۳درصدی قیمت سهم نسبت به قیمت پایانی روز قبل باشیم، عملاً فروش تعهدی در آن نماد متوقف خواهد شد.

گودرزی درخصوص حجم پیش‌بینی شده در دستورالعمل فروش تعهدی گفت: براساس تصمیمات اتخاذشده تا ۵ درصد از حجم شناور یک نماد امکان فروش تعهدی وجود دارد و جزییات فروش تعهدی به این شکل است که از ساعت ۹ صبح تا ۱۲ و ۳۰ دقیقه امکان فروش تعهدی برای متقاضیان وجود دارد و زمانی که مالک بخواهد دارایی خود را فراخوانی کند یا به‌اصطلاح آن را برگرداند، این امکان برای مالک در نظر گرفته شده است که تا قبل از ساعت شروع معاملات اقدام به ثبت درخواست خود در سامانه معاملات کند.

وی در تشریح شرایط پیش روی متقاضی در صورت عدم توان بازگرداندن دارایی در سررسیده سه ماهه تصریح کرد: چنانچه مالک در سررسید دارایی خود را درخواست کند، متقاضی براساس درخواست مالک مجبور است آن را بازگرداند و چنانچه متقاضی امکان برگرداندن دارایی را نداشته باشد براساس دستورالعمل باید خسارتی معادل ۵درصد از میزان ارزش فروش تعهدی را پرداخت کند. همچنین اگر متقاضی در سررسید نتواند به تعهدات خود عمل کند، این میزان به ۱۰درصد افزایش خواهد یافت.

شاخص بورس همچنان بر مدار صعود



داشتند. همچنین نمادهای تولید نیروی برق دماوند (دماوند)، ریل‌پرداز سیر (حریل)، بیمه کوثر (کوثر)، بیمه دی (ودی)، سرمایه‌گذاری مسکن تهران (ثتران) و ویتانا (غوینا) مانع از رشد بیشتر شاخص فرابورس در روز سه‌شنبه شدند.

عقلانی نبودن اعمال محدودیت در ورود به بورس

اما ابتدای هفته بود که سازمان بورس در ابلاغیه‌ای، ورود تازه‌واردان به بازار سرمایه را مشروط کرد و با گذشت چند روز از این ابلاغیه، بحث‌ها درباره آن کماکان ادامه دارد. شروط اعلام شده از سوی سازمان بورس و اوراق بهادار که براساس آن افراد پس از گذشت یک ماه با قبولی در آزمون، اجازه ورود به بازار سرمایه را پیدا می‌کنند؛ مطمئناً تأثیرات زیادی بر روند معاملات بازار سرمایه خواهد داشت. نکته مهم درباره این ابلاغیه آن است که مشتریان جدید یک ماه پس از صدور کد امکان معامله خواهند داشت. در این راستا، قبولی در آزمون کانون کارگزاران یا سازمان بورس شرط صدور کد معاملاتی است. همچنین شخص متعهد می‌شود سیگنال‌فروشی نکند، زیرا کد وی مسدود می‌شود.

به گزارش ایسنا، البته مسئولان بورس، دلیل این تصمیم را نیاز به تخصص و دانش تازه‌واردها به بورس اعلام کرده و می‌گویند با توجه به اینکه این روزها سرمایه‌گذاری در بازار سرمایه رونق دارد و ممکن است افرادی که وارد این بازار می‌شوند، دانش کافی نداشته باشند و از آنجا که این نوع سرمایه‌گذاری نیازمند تخصص و دانش است، چنین تصمیمی گرفته شده است.

در این باره، کامران ندری، کارشناس اقتصادی، از اقدام سازمان بورس و اوراق بهادار در جهت ورود اشخاص دارای سواد مالی به بازار سرمایه تقدیر کرد و گفت: اینکه سازمان بورس تصمیم گرفته که سواد مالی افراد را در این زمینه ارتقا بدهد؛ الزاماً اقدام بدی نیست، مگر اینکه در نتیجه این اقدام نوعی اجبار برای معامله‌گرانی که وارد بازار بورس می‌شوند، ایجاد شود. او با بیان اینکه با جلوگیری از ورود افرادی که حتی سواد خواندن و نوشتن ندارند به بازار سرمایه، نباید محدودیت در بازار ایجاد شود، اظهار کرد: در شرایطی اعمال محدودیت برای ورود افراد جدید به بازاری معقول است که آن افراد بخواهند خدماتی را ارائه دهند و آن سازمان باید مطمئن شود که خدمات ارائه‌شده از سوی این افراد دارای کیفیت مناسب باشد و برای رسیدن به امر، باید محدودیت‌هایی اعمال شود.

کرونا موجب رشد سهام شرکت‌های «ماندن در خانه» شد

درباره شاخص جدید «ماندن در خانه»

صنعتی نزدیک در بورس آمریکا، در هفته گذشته بیش از ۲درصد کاهش یافت. اما در این وضعیت که شیوع ویروس کرونا در جهان پدید آورده و کارگران مجبور هستند که به‌جای سفرهای تجاری در خانه کار کنند، برخی از سهام‌ها به عنوان پناهگاه امن سرمایه‌گذاری به حساب می‌آیند. شرکت سرمایه‌گذاری MKM شاخص جدیدی را برای معرفی این شرکت‌های بورسی ساخته و اسم آن را «ماندن در خانه» گذاشته است. «نت‌فلیکس» و «آمازون» دو مورد از ۳۳ شرکت داخل این شاخص هستند. همچنین نمادهای بورسی شرکت‌هایی مانند «فیس‌بوک»، «بازی‌های ویدئویی بلیزارد»، «سازنده تجهیزات ورزشی پلوتون» و «سرویس تحویل غذای گراب‌هاب» نیز مشمول این شاخص می‌شوند. جک‌اوه‌مار، رئیس بازارهای شرکت MKM می‌گوید: «ما تلاش کردیم که محصولات، خدمات و شرکت‌هایی را که در جهان قرنطینه‌های فردی به کار می‌آیند، مشخص کنیم. مردم وقتی تمام‌روز داخل خانه باشند، چه کار می‌کنند؟ به‌جای آنکه با وحشت پایین آمدن ارزش سهام‌ها را پیش‌بینی کنیم، ما تلاش کردیم بفهمیم که کدام سهام‌ها رشد می‌کنند»

براساس گزارش سی‌ان‌ان‌بیزنس، سهام دیگری را رشد قابل توجه نیز وجود دارد که در فهرست شاخص در خانه ماندن این شرکت نیست؛ «شرکت سلامت مجازی تـلـداک» که برای بیماران امکان گفت‌وگوی ویدئویی با پزشکان را فراهم کرده است. سهام این شرکت در هفته گذشته، ۱۰درصد رشد کرد و در کل سال ۲۰۲۰، ۵۰درصد رشد کرده است.

فرصت امروز؛ معاملات بازار سرمایه در چهارمین روز هفته در حالی به پایان رسید که شاخص کل روند صعودی خود را ادامه داد و با رشدی ۱۴ هزار و ۹۱۰ واحدی در ارتفاع ۵۴۴ هزار و ۲۳۹ واحد ایستاد. همچنین شاخص کل (هم وزن) با ۴هزار و ۵۵ واحد افزایش به ۱۸۲ هزار و ۹۹۵ واحد و شاخص قیمت (هم وزن) با ۲ هزار و ۹۶۹ واحد رشد به ۱۲۱ هزار و ۷۹۸ واحد رسید. شاخص آزاد شناور نیز با ۱۸ هزار و ۴۵۶ واحد افزایش به رقم ۶۸۵ هزار و ۹۸۶ واحد رسید. شاخص بازار اول ۱۰ هزار و ۹۱۷ واحد و شاخص بازار دوم ۲۹ هزار و ۹۶۵ واحد افزایش داشتند.

در معاملات این روز بیش از ۶میلیارد و ۶۸۴ میلیون سهم، حق تقدم و اوراق بهادار به ارزش ۵۶ هزار و ۷۲ میلیارد ریال داد و ستد شد. نمادهای صنایع پتروشیمی خلیج فارس (فارس) با یک هزار و ۱۷ واحد، فولاد مبارکه اصفهان (فولاد) با ۷۹۲ واحد، ملسی صنایع مس ایران (فملی) با ۶۹۱ واحد، پتروشیمی پارس (پارس) با ۶۲۳ واحد، مخابرات ایران (اخبر) با ۶۲۳ واحد، گروه مینا (مینا) با ۵۱۱ واحد و گسترش نفت و گاز پارسیان (پارسان) با ۴۴۸ واحد بیشترین تأثیر مثبت را بر شاخص کل داشتند. در مقابل نیز نمادهای س صنایع شیمیایی ایران (شیران) با ۶۱ واحد، پارس سویچ (پسویچ) با ۴۲ واحد، فولاد خراسان (فخاس) با ۲۹ واحد و گروه صنعتی بوتان (لیوتان) با ۲۲ واحد بیشترین تأثیر منفی را بر معاملات دیروز بورس داشتند.

همچنین نمادهای بانک ملت، ماشین‌سازی اراک، سایپا، بانک اقتصاد نوین، فولاد مبارکه اصفهان، پالایش نفت اصفهان و ایران خودرو از جمله نمادهای پربیننده روز سه‌شنبه بودند. گروه شیمیایی نیز در معاملات این روز صدرنشین برترین گروه‌های صنعت شد و در این گروه ۳۲۴ میلیون و ۵۸۰ هزار برگه سهم به ارزش بیش از ۴هزار و ۹۱۴ میلیارد ریال داد و ستد شد.

شاخص فرابورس نیز بیش از ۱۶۸ واحد افزایش داشت و بر روی کانال ۶ هزار و ۹۵۲ واحد ثابت ماند. در این بازار ۳ میلیارد و ۲۷۵ هزار برگه سهم به ارزش بیش از ۵۱ هزار و ۳۰۰ میلیارد ریال داد و ستد شد. نمادهای سنگ آهن گهرزمین (کگهر)، پتروشیمی زاگرس (زاگرس)، فرابورس ایران (فرابورس)، گروه توسعه مالی مهر آیندگان (ومهان)، توسعه مولد نیروگاهی جهرم (بجهرم)، پتروشیمی مارون (مارون) و گروه سرمایه‌گذاری میراث فرهنگی) بیشترین تأثیر مثبت را بر شاخص این بازار

ترس از کرونا و قرنطینه‌های خانگی در جهان، باعث ایجاد شاخص جدید بورسی به نام شاخص «ماندن در خانه» شده است که شرکت‌های آن رشد قابل توجهی داشته‌اند. با شیوع ویروس کرونا و محدودیت سفر در سراسر جهان، تعداد بسیار زیادی از مردم به دورکاری و کار کردن از خانه‌ها روی آوردند. در این شرایط، سهام ایران‌ها و هتل‌های بزرگ، شدیدترین افت را در هفته‌های اخیر داشته است. اما در این شرایط، سهام برخی از شرکت‌ها رشد قابل توجهی داشته است. براساس گزارش سی‌ان‌ان‌بیزنس، سهام شرکت «نت‌فلیکس» که یک شبکه اینترنتی پخش فیلم است، در ۵ روز اخیر بیش از ۸درصد رشد کرده است. سهام نت‌فلیکس از ابتدای سال ۲۰۲۰ تاکنون، بیش از ۱۵درصد رشد کرده است. این در حالی است که شاخص S&P۵۰۰ و وضعیت مالی ۵۰۰ شرکت بزرگ را در بورس آمریکا نشان می‌دهد، هفته گذشته شدیدترین افت را از زمان بحران مالی سال ۲۰۰۸ تجربه کرد و ۳۶ تریلیون دلار از ارزشش را از دست داد.

بیل اسمید، مدیر ارشد سرمایه‌گذاری در صندوق مدیریت دارایی اسمید می‌گوید:

«بازارها نتغلیکس را دوست دارند؛ انگار که ارمانگ یک خواب زمستانی باشد.» رشد سهام شرکت‌های سرمایه‌گذاری، نشان می‌دهد که سرمایه‌گذاران عصبی تا زمانی که وحشت ویروس کرونا در میان است، بسیار محتاط خواهند بود. این اتفاق به نفع شرکت‌هایی است که می‌توانند نیازهای مصرف‌کنندگان را در خانه برآورده کنند. سهام شرکت «یوتیوب» نیز در هفته‌های اخیر رشد کرده است. در حالی که شاخص



بانک صنعت و معدن
بانک پیشرفت و توسعه

تجدید دوم آگهی مزایده عمومی فروش سهام شرکت کارگزاری بانک صنعت و معدن

بانک صنعت و معدن در نظر دارد ۲۹/۶ درصد سهام شرکت کارگزاری بانک صنعت و معدن (سهامی خاص) به تعداد ۲۲,۲۹۰,۰۰۰ سهم و قیمت پایه به مبلغ ۲۴,۰۰۰ ریال (مبلغ پایه کل سهام متعلقه ۱۵۲,۶۴۰,۰۰۰ ریال) با شرایط یکجدا ۷۰ درصد نقد و ۳۰ درصد اقساط، از طریق مزایده عمومی به فروش برساند.

متقاضیان می‌توانند جهت کسب اطلاعات بیشتر و آگاهی از شرایط مزایده به سایت سامانه تدارکات الکترونیک دولت (ستاد) به آدرس اینترنتی www.setadiran.ir مراجعه نمایند، آدرس و شماره تملی بانک صنعت و معدن: تهران - خیابان ولیعصر (نخ) بالاتر از تقاطع شهید چمران - ایستگاه محمودیه - پلاک ۲۹۱۷ طبقه چهارم - واحد املاک، تلفن تملی: ۰۲۱-۲۷۹۱۱۱-۱۹ و ۲۷۹۱۲۲-۲، ۲۷۹۱۲۲-۵۶ و ۲۷۹۱۲۲-۲۱.

ه توضیحات مهم:

۱- برگزاری مزایده صرفاً از طریق سامانه تدارکات الکترونیک دولت (ستاد) به آدرس www.setadiran.ir صورت می‌پذیرد و کلیه مراحل مزایده شامل «ثبت نام و اخذ رضنامایی جهت دریافت امضای دیجیتال (توکن)، دریافت اسناد مزایده، پرداخت ودیعه تضمین شرکت در مزایده، ارسال پیشنهاد قیمت، اطلاع از برنده بودن و پذیرش آن» تنها از طریق این سامانه انجام پذیر خواهد بود.

۲- کلیه مشخصات، شرایط و نحوه فروش در برد اعلان عمومی سامانه مزایده قابل مشاهده و در دسترس است.

۳- مزایده‌گران در رد یا قبولی یک یا تمامی پیشنهادات خرید مختار خواهد بود.

۴- متقاضیان شرکت در مزایده می‌بایست معادل ۱۰٪ مبلغ قیمت پایه را مطابق با شرایط مندرج در سامانه ستاد (ودیعه شرکت در مزایده) به حساب شماره ۰۲۸۶۱۰۰۷۷۰۰۰۰۰۰۰۰ به نام اداره حسابداری عمومی در یکی از شعب بانک صنعت و معدن واریز نمایند.

۵- مدت اعتبار پیشنهاد مزایده‌گران حداقل ۶ ماه می‌باشد.

روابط عمومی: امور مشتریان
www.bim.ir

م آ ۴۲۱۷

شیرینی‌ها مشکلی بابت کرونا ندارند



رئیس اتحادیه صنف قنادان تهران اعلام کرد که در پی شیوع ویروس کرونا فروش این صنف به یک دهم ماه‌های گذشته رسیده است. به گزارش ایسنا، از سی‌ام بهمن ماه مواردی از ابتلا به ویروس کرونا در ایران اعلام شد و تا روز سیزدهم اسفندماه، ۲۴۰۰ نفر به این ویروس مبتلا شده و متأسفانه ۷۷ نفر بر اثر ابتلا به آن فوت کردند. همچنین شیوع این ویروس و کم شدن رفت‌وآمدهای پای پیشریگری از آن در ماه پانزده ساله که عمدتاً روزهای پررونق برای کسب و کارهای خانوادگی، باعث شده فعالان تجاری و اصناف مختلف دچار کسب‌های جدی شوند.

۲۰۰ تا ۴۰۰ درجه پخته می‌شود نیز مشکلی از این بابت ندارد. وی با تأکید بر رعایت اصول بهداشتی از سوی کارکنان این بخش و تحویل شیرینی در بسته‌بندی به مشتریان، اظهار کرد که فروش این صنف بعد از شیوع ویروس کرونا به یک دهم ماهی گذشته رسیده است. رئیس اتحادیه صنف قنادان تهران با بیان اینکه کارگران قبل از ورود به کارگاه تست‌سنجی می‌شوند، تصریح کرد: همچنین کارگان در واحدهای صنعتی شیرینی‌پزی ملزم شده به وسایل مورد استفاده خود را به صورت مداوم ضدعفونی کنند و حتماً از دستکش استفاده کنند.

رئیس اتحادیه صنف قنادان تهران با اعلام اینکه در پی شیوع ویروس کرونا، لزوم رعایت موارد بهداشتی به صنف قنادان ابلاغ شده تأکید کرد. نواح شیرینی که با حرارت ۲۰۰ تا ۴۰۰ درجه پخته می‌شود مشکلی از این بابت ندارد.

علی بهره‌مند در گفت‌وگو با ایسنا، با اشاره به ابلاغ اطلاعیه‌هایی درباره رعایت موارد بهداشتی به صف قنادان از سوی اتحادیه، اظهار کرد: طبق اعلام مسئولان وزارت بهداشت نان به دلیل پخته شدن در حرارت حدود ۲۰۰ درجه آلوده به ویروس نیست بنابراین انواع شیرینی که با حرارت

هتلداران تهرانی پول مسافران را کامل برگردانند

رئیس اتحادیه هتل‌ها و هتل آپارتمان‌ها گفت مسافران‌ی که در تهران هستند، می‌توانند بدون کسر مبلغی، پول خود را از هتل‌ها پس بگیرند. محمدرحیم فرهمهر، رئیس اتحادیه هتل‌ها و هتل آپارتمان‌ها در گفت‌وگو با نگاه خبرنگاران جوان، درباره لزوم عودت پیش‌پرداخت هتل‌ها اظهار کرد: تا بوجه به شیوع ویروس کرونا، مسافرانی که در تهران هستند می‌توانند پیش‌پرداخت خود را از هتلداران بدون پرداخت جیمه‌هزینه‌ای بابت لغو درخواستشان (جریمه لغو رزرو) پس بگیرند. رئیس اتحادیه هتل‌ها و هتل آپارتمان ادامه داد: اگر مسافران تخلفی در هتل‌ها مبنی بر پس ندان پول‌شان در هتل‌ها مشاهده کردند حتماً با اتحادیه تماس بگیرند تا با آنها برخورد شود. به گفته فرهمهر، هر چه می‌توانی پول‌های‌ها و همایش‌ها را بدون کسر پول (پیش‌لغو مراسم) پرداخت کردی، گفتی انست، جمشید خواجه‌زاده رئیس جامعه هتلداران کشور که به تازگی واژه حرف‌های را به نام این جامعه نیز افزود، رسماً اعلام کرد که تا شرایط فورس مازور (حالت ویژه) از سوی دولت اعلام نشود، همچنان جریمه کنسلی رزرو اتاق هتل‌ها گرفته خواهد شد. در شرایطی که شیوع ویروس کرونا موجب شد تا همه سفرهای داخلی و خارجی تعطیل شود و وزارتخانه‌ها و راه گردشگری در صدد مسافران را در کشورهای همپایمی و دفاتر مسافرتی و هتل‌ها بخواهند تا جریمه لغو سفرت را در گردشگران گرفته نشود، تنها گروهی که رسماً اعلام کرده از این اقدام سر باز می‌زند، هتلداران هستند.

صادرات به دلیل بسته بودن مرزها با مشکل مواجه شد

رئیس کنفدراسیون صادرات ایران گفت صادرات برخی کالاها به دلیل بسته بودن مرزها با مشکل مواجه شده و بسیاری از کامیون‌ها پشت مرز مانده‌اند. به گزارش باشگاه خبرنگاران جوان، محمد لاهوتی درباره وضعیت فغلی صادرات به کشورهای دیگر اظهار داشت: صادرات برخی کالاها به دلیل بسته بودن مرزها با مشکل مواجه شده و بسیاری از کامیون‌ها پشت مرز مانده‌اند، اما آواز ناخفته‌ای راه و شرفس‌سازی، امور خارجه و اتاق‌های بازرگانی به خصوص اتاق‌های مرزی برای برطرف شدن مشکل در تلاش هستند. او با بیان اینکه شرایط نسبت به چند روز گذشته بهتر شده است، افزود: اکنون تردد و صادرات کالا در مرزها انجام می‌شود، اما درباره بعضی کالاها مانند مواد ضد عفونی کننده و ماسک محدودیت‌هایی برای صادرات به وجود آمده است. به گفته رئیس کنفدراسیون صادرات ایران، برخی کشورها اجازه ورود مواد غذایی را نمی‌دهند و همچنین در برخی مرزها مانند ترکمنستان محدودیت تردد کامیون وجود دارد و کنترل‌ها شدید است. لاهوتی تصریح کرد: در حال حاضر مرز افغانستان مشغول فعالیت است و صادرات از این مرز صورت می‌گیرد، اما در ارمنستان کامیون‌ها پذیرش نمی‌شوند. البته که تصمیم‌ها لحظه‌ای صورت می‌گیرد و گزارش‌ها مربوط به این لحظه است. او با اشاره به گوی قابل پیش‌بینی بودن شرایط افزود: هم صادر کنندگان و هم خریداران کالای ایرانی با مشکل مواجه شده‌اند. به نظر می‌رسد باید دست به دست هم داده و شرایط را مدیریت کنیم تا خسارت از نظر جانی و مالی برای صادر کنندگان و اتباع ایرانی و دیگر کشورها به حداقل برسد.

آفت‌زدگی نظام توزیع تجهیزات مقابله با کرونا

قیمت تمام شده ماسک اعلام شد

متأسفانه ضعف نظام توزیع این بار مردم را گرفتار و میزان قابل توجهی از تولیدات مساجک و حدود ۵۰ درصدی کثیف کننده را درگیر کرده است. به گزارش باشگاه خبرنگاران جوان، حدود دو هفته از ورود مساجک به کشور می‌گذرد و این حالت اضطرار و مراقبت از خود کم و بیش با سبک زندگی مردم عجین شده است؛ البته این روزها تا حدودی از ترس و اضطراب ابتدایی این معضل کاسته شده و اغلب مردم به شست‌وشو و ضدعفونی کردن مایلم جات پرداخته‌اند، اما هنوز تقاضای بیش از حد برای خرید اقلام بهداشتی برای جاسه از جمله این اقلام می‌توان به ماسک‌های بهداشتی اشاره کرد. علی‌رغم تاکید پزشکان و یوتیوب بر اینکه استفاده از ماسک‌های بهداشتی اثر چندانی بر کنترل این بیماری نمی‌گذارد، اما استقبال از آن کم‌کم ادامه دارد. بنا بر اعلام پزشکان این ماسک‌ها برای مقابله با ویروس‌ها طراحی نشده و نمی‌تواند مانع از ورود ویروس کرونا به بدن شده و حتی شایعه نادرستی از آن می‌تواند شما را بر عرض از مریض آسیب حادی دهد.

هیچ کدام از کشورهای دنیا ماسکی مخصوص مقابله با کرونا ندارند

نیره پرویزخت، رئیس سازمان ملی استاندارد، درباره استاندارد تولید ماسک، اظهار کرد: متأسفانه در گذشته تولید ماسک برای مقابله با بیماری کرونا، کمبود داشت، چراکه تا به حال با چنین خطری مواجه نشده بودیم، پس متأسفانه ما، بلکه سایر کشورها هم استانداردی برای تولید چنین ماسکی نداشتند نشده بود. او با اشاره به وجود استاندارد برای ماسک جراحی گفت: به محض اعلام ورود این بیماری و این خطر در کشور چین، با همکاری وزارت بهداشت و سایر بخش‌های مربوطه شروع به ارزیابی برای تعیین استاندارد پروژوش‌محور در این حوزه کردیم. پرویزخت افزود: پژوهش‌ها امکان‌پذیر نبوده و باید فرایند لازم را طی کنند. پرویزخت تصریح کرد: تعیین استاندارد برای این ماسک‌ها آغاز شده و نهایی شدن آن مدتی زمان می‌برد، اما امروز تعیین این استاندارد به دغدغه اصلی ما و وزارت بهداشت تبدیل شده است. پرویزخت‌نژاد بیان کرد: این امکان استاندارد قطعی را تعیین کنیم. پرویزخت‌نژاد بیان کرد: این مشخص کردن اما این قول را به مردم می‌دهیم که در اسرع وقت موارد حساس را تعیین کرده و آزمایشات را آغاز کنیم.

گوگل ۸ هزار کارمند خود را به دورکاری فرستاد

گوگل از حدود ۸۰۰۰ کارمند خود در دفترش در دوبلین خواسته دور کاری کنند و در محل کار حاضر نشوند. به گزارش خبرگزاری استیسن به نقل از روزنامه روزگزر، گوگل از حدود ۸۰۰۰ کارمند خود در دفترش در دوبلین خواسته دور کاری در خانه کار کنند. این تصمیم پس از این گرفته شد که نشانهای شبیه به آنفلوآنزا در یکی از این کارمندان در این مرکز دیده شد. ایرلند در روز یکشنبه اولین مورد ابتلا به ویروس کرونا را گزارش داد و مدرسه دانش آموز مبتلانشده را تعطیل کرد. وزیر بهداشت استیسن ایرلند روز دوشنبه گفت همان یک مورد ابتلا به این ویروس تایید شده است. ویروس کرونا که در اواخر دسامبر ۲۰۱۹ در چین شایع شد، بیش از ۶۰ کشور دیگر را یافته و تا حالا جان بیش از ۳۰۰۰ نفر را گرفته و ۸۶۵۰۰ نفر را مبتلا کرده است. سخنگوی گوگل گفت: «ما اقدامات احتیاطی و پیشگیرانه را برای محافظت از سلامت و امنیت کارمندان در محل کار ادامه می‌دهیم و در همین راستا از کارکنان خود در دوبلین خواسته‌ایم در محل کار حاضر نشوند و دور کاری کنند.»

البته تأثیرات مخرب این موضوع در صنایع پایین دستی نمود بیشتری پیدا کرده است.

صفاری با تاکید بر اینکه سرانه اشتغال‌زایی در این صنعت رقم بسیار بالایی است، تصریح کرد: ابعاد بروز مشکلات فعلی در بازار پوشاک خود را طی چندین ماه آینده نشان خواهد داد، به نحوی که بخشی از شاغلان این صنعت بیکار و طرح‌های توسعه‌ای و پروژه‌ها متوقف انجام خواهد شد.

وی به تصمیم اخیر شورای عالی برند پوشاک در هفته گذشته اشاره کرد و گفت: در این شورا شعار «با هم می‌گذرانیم» مطرح شده که امیدواریم با حمایت همه تولیدکنندگان و مردم بتوانیم این شرایط را با موفقیت طی و فضا را برای فعالیت واحدهای تولیدی فراهم کنیم.

وی با اعلام اینکه تقریباً فروش به صفر رسیده است، گفت: دولت باید در شرایط فعلی علاوه بر مسئولیت خود جهت مقابله با این بیماری به داد نوبذ کندنگان نیز برسد. مدیریت بحران در سایر کشورها نشان می‌دهد آنها در این شرایط حمایت‌های لازم را از تولیدکنندگان خود انجام و حتی فرصت‌هایی را برای بازداشت بدهی‌ها در نظر می‌گیرند که امیدواریم این موضوع نیز در کشور اجرایی شود.

این تولیدکننده پوشاک با تاکید بر اینکه تولیدکنندگان پوشاک چندین سال است با موضوع قاچاق روبه‌رو هستند، افزود: در طول سال تلاش بسیاری شد تا نصف پوشاک بتواند حجم زیادی از فروش خود را در شب عید انجام دهد که با بروز این بیماری نمی‌توانند نسبت به فروش محصولات خود اقدام کنند

یک تولیدکننده پوشاک با تاکید بر اینکه سرانه اشتغالزایی این صنعت رقم سیار بالایی است، گفت بروز مشکلات فعلی در بازار پوشاک خود را طی چند ماه آینده نشان خواهد داد و بخشی از شاغلان این صنعت بیکار و طرح‌های توسعهای و پروژه‌ها متوقف خواهد شد.

علیرضا صفاری در گفت‌وگو با خبرنگار اقتصادی خبرگزاری تسنیم، با اشاره به اینکه چالش رکود کسب و کار امروز مختص به بازار پوشاک نیست و کل کشور را درگیر خود کرده است، اظهار داشت: در بخش پوشاک خرده‌فروشی‌ها با جدی جدی روبه‌رو شده‌اند، در حالی آنها فروش خود را به صورت فیزیکی انجام می‌دادند که امروز مردم به دلیل جلوگیری از شیوع بیماری تمایلی به مراجعه به مراکز فروش پوشاک ندارند.

استمرار ثبات قیمت مرغ در بازار

و فروردین که بارگیری با چالش روبه‌رو می‌شود، اقدام به عرضه ذرت با نرخ‌های بالایی یک هزار و ۹۰۰ تا ۲ هزار تومان می‌کنند.

حجت ادامه داد: هفته گذشته پشتیبانی امور دام با اعلام حواله ذرت بازار را مدیریت کرد که امیدواریم یک محموله کنجاله سویا هم اعلام کند تا روند مطلوب قیمت ابتدای سال در بازار ادامه یابد.

نیازی به عرضه مرغ منجمد نیست

این مقام مسئول با اشاره به اینکه در شرایط فعلی نیازی به عرضه مرغ منجمد



**شرکت آب منطقه ای
لرستان**

فراخوان مناقصه عمومی

یک مرحله ای

۱- دستگاه مناقصه گزار شرکت آب منطقه ای لرستان (شماره شبای ۴۰۱۰۰۰۴۰۱۱۳۴۴۱۱۳۰۸IR به یانک مرکز) کد اقتصادی ۹۸۸۵۱۳۴۴۵۱ و شناسه ملی (۵۷۳۰۰۱۰۶۳۱۰۲)

۲- موضوع مناقصات مطابق جدول ذیل

ردیف	موضوع مناقسه	پاکت نامی	بیلغ برآورد اولیه به ریال	بیلغ تضمین شرکت در مناقصه	نوع اسناد	حداقل رتبه و رشته پیمانکاری مورد نیاز	مهلت اتمام کار آخر وقت اداری
۱	تکمیل ایستگاه پمپاژ فیض آباد الشر	۹۸/۱۲/۲۴ ساعت ۹ صبح	۴/۰۹۲/۵۰۰/۰۰۰	۲۱۰/۰۰۰/۰۰۰	۹۸/۱۲/۱۱ تا ۹۸/۱۲/۷	حداقل رتبه ۵ و رشته نیسانگری مورد نیاز	۹۸/۱۲/۲۲
۲	عملیات بازسازی جبرو و مکانکاز و التکرار سد ابزوان	۹۸/۱۲/۲۴ ساعت ۹ صبح	۲۴/۰۹۵/۶۰۰/۰۰۰	۱/۲۴۸/۰۰۰/۰۰۰	۹۸/۱۲/۱۱ تا ۹۸/۱۲/۷	حداقل رتبه ۵ نیسانگری	۹۸/۱۲/۲۲

۱- آدرس و شماره تماس جهت تهیه اسامه مناقصه : شرکنهای واجد شرایط جهت دریافت فایل اسناد به سامانه تدارکات الکترونیک دولت (ساتاد) به آدرس [WWW.setadiran.ir](http://www.setadiran.ir) یا به نشانی لرستان - خرم آباد - انتهای بلوار ولیعصر (عج) شرکت آب منطقه ای استان لرستان دفتر امور قراردادها مراجعه نمایند. شماره تماس ۰۶۶۳۳۳۳۳۹۰.

۲- دستور العمل شماره ۹۴/۱۵۸۴۷ مورخ ۹۴/۷/۱۳ خصوص تعیین دامنه قیمت های متناسب پیشنهادی در این مناقصه لحاظ می گردد.

۳- پیمانکار می بایست دارای گواهی و صلاحیت امتیازی از اداره کار استان می باشد.

۴- ارائه گواهی صلاحیت و آخرین تغییرات روزنامه واماستانه و صورتهای مالی حسابرسانی شده و الزامیست.

۵- شرکنها نسبت به ارسال پیشنهادات خود از طریق سامانه ستاد تا پایان وقت اداری مورخ ۹۸/۱۲/۱۳ اقدام و به صورت فیزیکی به دفتر حراست شرکت تحویل نمایند.

دفتر امور قراردادهای شرکت آب منطقه ای استان لرستان

اخبار

مشکلات طرح شبکه سیر برای رانندگان و مالکان خودرو

اجرای طرح شبکه سیر با وجود اینکه توانسته به اهدافی که برای آن مشخص شده بود برسد، اما مشکلاتی برای رانندگان به وجود آورده است. یک فعال حوزه حمل و نقل جاده‌ای معتقد است اجرای طرح شبکه سیر با وجود اینکه توانسته به اهدافی که برای آن مشخص شده برسد، اما مشکلاتی برای مالکان و رانندگان اتوبوس به وجود آورده است. به گزارش تین نیوز، طرح شبکه سیر با هدف اصلاح ساختار اقتصادی شرکت‌های حمل و نقل عمومی جاده‌ای در اوایل سال ۹۶ از سوی سازمان راهداری وحمل و نقل جاده‌ای اجرا شد. در این روش شرکت‌های حمل و نقل از طریق انتخاب نام واحد یا یکدیگر یک شبکه را تشکیل می‌دهند که این شبکه دارای امکانات کلیه اعضای آن ازجمله ناوگان، بازار تقاضا، اعتبار و معرفیت، تجهیزات و ... است و کلیه اعضای شبکه نیز از امکانات اشتراکی آن بهره‌برداری می‌کنند. حسین فرجی، فعال حوزه حمل و نقل جاده‌ای در مورد این طرح به خبرنگار تین نیوز گفت: هر طرحی علاوه بر مزیت‌هایی که دارد، معایبی نیز به همراه خواهد داشت. طرح شبکه سیر نیز در کنار مزیت‌هایی که دارد مشکلاتی نیز داشته است. وی افزود: هدف از این طرح یکپارچه‌سازی شرکت‌های حمل و نقلی بوده است، به صورتی که شرکت‌های کوچک در شرکت‌های بزرگ ادغام شوند و شرکت‌های مادر را ایجاد کنند. به گفته وی ۲۵۰۰ شرکت مسافربری وجود داشت که در ابتدا براساس این طرح مقرر شده بود از مجموعه آنها چند شرکت قوی در تهران به‌عنوان شرکت مادر فعالیت و در کل ایران شعبه‌های نمایندگی ایجاد کنند که با توجه به اعتراض شرکت‌های مسافربری اجرای این طرح بدین شکل منتفی شد و رویه کنونی اجرا شد. این فعال حمل و نقلی درخصوص مشکل اصلی این طرح گفت: یکی از مهم‌ترین مشکلات این است که اگر راننده‌ای سرویس درستی به شهری برود که شرکت مادر در آنجا نمایندگی نداشته باشد، نمی‌تواند از شرکت دیگری صورت وضعیت دریافت کند و در نتیجه نمی‌تواند مسافری برای بازگشت بگیرد. فرجی اظهار کرد: مشکل دوم این است که براساس این طرح اکنون امکان ایجاد شعبه در شهرها و حتی شهرستان‌های کوچک نیز فراهم است و این موضوع موجب رقابت ناسالم بین شرکت‌ها و ضرر و زیان مالکان اتوبوس شده است زیرا شرکت‌ها برای جذب مسافر زیر کرایه تصویب‌شده از مسافر پول دریافت می‌کنند و کرایه واقعی دست مالک نمی‌رسد. این راننده مالک اتوبوس درخصوص دیگر مشکلات این طرح گفت: در گذشته اگر مالکان اتوبوس تصمیم داشتند تعاونی یا شرکت خود را تغییر بدهند، این کار به راحتی انجام می‌شد ولی اکنون به دلیل اجرایی شدن این طرح، انتقال با تغییر تعاونی و شرکت به سختی و با طی مراحل اداری انجام می‌شود و کسی نیز پاسخگو نیست.

افزایش ۲۵درصدی نرخ کرایه حمل‌ونقل عمومی تصویب شد

اعضای شورای شهر تهران با افزایش ۲۵درصدی نرخ کرایه حمل‌ونقل عمومی در پایتخت موافقت کردند. به گزارش پایگاه خبری «عصر خودرو» به نقل از فارس، در راستای طرح تبصره‌های مختلف بودجه شهرداری تهران تبصره بیست و ششم مربوط به آیین‌نامه مالی شهرداری‌ها در زمینه بهای خدمات شهرداری تهران بود. در همین راستا محمد علیخانی رئیس کمیسیون عمران و حمل‌ونقل شورای شهر تهران در مورد بهای خدمات بلیت مترو، اتوبوس و کرایه‌های تاکسی در سال ۹۹ اظهار داشت: پیشنهاد کمیسیون، افزایش ۲۵درصدی نرخ خدمات مربوط به حمل‌ونقل عمومی است. بر همین اساس بلیت تک‌سفره مترو داخل شهر از ۱۲۰۰ تومان به ۱۵۰۰ تومان و بلیت تک‌سفره حومه به تهران ۱۸۰۰ تومان در نظر گرفته شده است. وی افزود: بلیت تک‌سفره هشت‌گرد به تهران و برعکس که حدود ۶۰ کیلومتر است ۵ هزار تومان در نظر گرفته شده است. همچنین برای بلیت اتوبوس و مینی‌بوس افزایش ۲۵درصدی نرخ پیشنهاد شده و در کمیسیون حمل‌ونقل به تصویب رسیده است و شهرداری مکلف است اصلاحیه بهای خدمات مربوطه را در نظر گیرد و پس از نهایی شدن از ابتدای اردیبهشت ۹۹ اجرا شود. سرانجام اعضای شورای شهر با ۱۵ رأی موافق به افزایش ۲۵درصدی نرخ بلیت حمل‌ونقل عمومی، رأی مثبت دادند.

تأثیر تغییر ساعت ادارات با نرخ طرح ترافیک

مدیر واحد ساماندهی محدوده‌ها و طرح‌های ترافیکی شهرداری تهران گفت نرخ طرح ترافیک در صورتی که ورود به طرح قبل از ساعت هشت و خروج پیش از ساعت ۱۳و۳۰ انجام شود حدود ۱۴ هزار تومان است.

به گزارش پایگاه خبری «عصر خودرو» به نقل از فارس، عمار سعیدیان‌فر مدیر واحد ساماندهی محدوده‌ها و طرح‌های ترافیکی شهرداری تهران درباره مطالبه برخی از مخاطبان فارس اظهار کرد: تغییر در ساعت طرح ترافیک به تصمیم شورای ترافیک تهران که نمایندگان ای از شهرداری، استانداری، پلیس راهور و دستگاه‌های دیگر مربوطه گرفته شده است و اگر بخواهیم تغییری در این زمینه داشته باشیم این مسئله لازم است که در همین شورا مطرح شود. وی افزود: البته باید توجه داشت که ساعت کاری ادارات از هشت صبح به ۱۳ تغییر یافته و در صورتی که شهروندان قبل از ساعت هشت وارد طرح شوند هیچ مبلغی از آنها برای ورود به طرح دریافت نمی‌شود. سعیدیان‌فر افزود: از طرفی اگر شهروندان ساعت ۱۳ تا ۱۳و۳۰ از طرح خارج شوند به دلیل اینکه در ساعت غیروج ترافیک وارد طرح شده هزینه طرح برای آنها بسیار کمتر خواهد بود. مدیر واحد ساماندهی محدوده‌ها و طرح‌های ترافیکی شهرداری تهران ادامه داد: بنابراین در صورت ورود به طرح قبل از ساعت هشت و خروج قبل از ساعت ۱۳و۳۰ در صورت داشتن معاینه فنی برتر نرخ طرح ترافیک آن ۱۴۴۹۰ و بدون معاینه فنی ۱۹۳۲۰ تومان است. سعیدیان فر گفت: این در حالی است که در همین شرایط ورود به طرح ترافیک و خروج از آن نرخ نیم‌بها نسبت به حلقه اول یا همان طرح ترافیک اصلی دارد.

مظنه خودرو در بازار به نرخ کارخانه نزدیک می‌شود؟

مسئلا کاهش تقاضا طی یک هفته اخیر باعث شد قیمت خودرو در سطح بازار کاهش چشمگیری داشته باشد. آنچه پیش‌بینی می‌شود این است که کاهش قیمت خودرو در سطح بازار تا شب عید ادامه‌دار است. یک کارشناس خودرو در پاسخ به این پرسش که آیا قیمت خودرو در بازار به قیمت کارخانه نزدیک می‌شود؟ به تجارت‌نیوز گفت: با شیوع بیماری کرونا میزان تقاضا برای خرید خودرو در بازار به صفر رسیده است. مسلما این کاهش تقاضا طی یک هفته اخیر باعث شد قیمت خودرو در سطح بازار کاهش چشمگیری داشته باشد. آنچه پیش‌بینی می‌شود این است که کاهش قیمت خودرو در سطح بازار تا شب عید ادامه‌دار است.



رکود تورمی در انتظار بازار خودرو
شهریاری افزود: این موضوع ما را به رکود تورمی بازمی‌گرداند؛ در گذشته نیز بازار خودرو ایران نیز تجربه رکود در عین تورم را به خود دیده و بسیار زیان ایجاد کرده است. چشم‌اندازی برای تغییر شرایط فعلا وجود ندارد. اگر دولت تمرکز خود را بر درآمدهای مالیات راده باشد باید به این موضوع توجه شود

که این مالیات از چه کسانی دریافت می‌شود؛ واحدهای تولید که بدهی‌های بزرگی را بر دوش دارند و هنوز نتوانسته‌اند از پس بازار و دلالتان بریبایند، چگونه می‌توانند برای دولت تامین درآمد داشته باشند؟ این کارشناس صنعت خودرو عید وجود ندارد و با توجه به اینکه درآمد ارزی برای کشور وجود ندارد، احتمالا قیمت‌ها پایین نخواهد آمد و مجدد صعودی خواهد شد؛ قدرت خرید مردم نیز روز به روز کاسته شده و رفته‌رفته به سمتی حرکت می‌کند که دیگر مردم عادی توانایی خرید خودرو نخواهند داشت.

دنبال خود افزایش قیمت کالاها را نیز داشت. بازار خودرو نیز که تحت تاثیر قیمت ارز قیمت‌های خود را بالا و پایین می‌کند، به دنبال صعود قیمت ارز، روند افزایشی به خود گرفت. پس از آنکه تا حدودی قیمت‌ها فروکش کرد، قیمت خودرو نیز کاهششی شد. البته که لازم به ذکر است هنوز به رقم‌های متعادل سابق خود بازنگشته است.

وی با بیان اینکه چشم‌اندازی برای ارزان‌تر شدن قیمت خودرو در بازار وجود ندارد، تصریح کرد: در رابطه با قیمت خودرو در بازار دو پارادوکس وجود دارد؛ علاوه بر اینکه دلیلی برای کاهش قیمت آن هم در بازار شب عید وجود ندارد و با توجه به اینکه درآمد ارزی برای کشور وجود ندارد، احتمالا قیمت‌ها پایین نخواهد آمد و مجدد صعودی خواهد شد؛ قدرت خرید مردم نیز روز به روز کاسته شده و رفته‌رفته به سمتی حرکت می‌کند که دیگر مردم عادی توانایی خرید خودرو نخواهند داشت.

هشدار انجمن خودروسازان ایران

صمت داشته‌ایم که در این یک سال نه‌تنها هیچ تسهیلاتی فراهم نشده، بلکه تحریم‌ها شدیدتر هم شده‌اند.

وی افزود: همچنین براساس «بند الف قسمت (۲) مصوبه شماره ۱۵۷۳۸۶ ت/۵۶۲۲۹ ه سال ۹۷» قانون هوای پاک، مصوب شد تا به ازای سه خودروی دیزلی تولیدی که استاندارد يورو ۵ EEV داشته باشد، یک خودرو فرسوده از رده خارج شود.

نعمت‌بخش ادامه داد: طبق طرح نوسازی ناوگان حمل‌ونقل فرسوده که چند سال پیش توسط رئیس جمهور اعلام شد، قرار است که ۵۸۰ درصد مبلغ خودروی جایگزین در جهت کمک به دارندگان خودروهای فرسوده توسط دولت پرداخت شود که خودروها ارزان‌تر به دست متقاضیان برسد تا اثر تورمی ناشی از هزینه حمل و نقل کاهش یابد؛ لذا خروج یک خودرو فرسوده در قبال تولید سه کامیون با استاندارد يورو ۵ EVV مغایر با طرح نوسازی است، چراکه با پرداخت نیمی از هزینه‌ها توسط دولت، با از رده خارج کردن یک خودرو به ازای تولید سه خودرو، افزایش قیمت کامیون‌ها را در پی خواهد داشت بنابراین ما خواستار لغو این بند نیز شدیم، اما در پاسخ به هر دو درخواست ما، تنها اجرای هر دو بند مصوبه مذکور یکسال به تعویق انداخته شد.

زمان واریز بنزین نوروژی مشخص نیست

سفرهای بین شهری، افزود: بر این اساس به دولت این اجازه داده شده تا زمان واریز سهمیه نوروژی را بعد از اعلام به مجلس شورای اسلامی تغییر دهد، بنابراین ممکن است این سهمیه در بهار و یا تابستان در کارت‌های سوخت شارژ شود. به گفته میرزایی، دولت باید از منابعی که در اختیار دارد، این ۶۰ لیتر را به خودروها اختصاص دهد، اما در مورد زمان آن دست دولت باز گذاشته شده است.

وی تاکید کرد: چنانچه شرایط از نظر شیوع کرونا عادی شود، دولت می‌تواند این سهمیه را در نوروز به کارت‌های سوخت واریز کند. این نماینده مجلس با اشاره به اینکه اختصاص سهمیه بنزین نوروژی

به اعتقاد یک کارشناس صنعت خودرو، همیشه قیمت خودرو در بازار تحت تاثیر قیمت ارز مسیر خود را طی می‌کند. در مسیر قیمت‌های خودرو پارادوکس کاهش قدرت خرید مردم و سابقه افزایش قیمت خودرو، با توجه به شواهد درآمدهای ارزی وجود دارد.

به گزارش پایگاه خبری «عصر خودرو» به نقل از ایسنا، بهرام شهریارى درباره نوسانات اخیر قیمت‌ها در بازار خودرو و آینده آن در شرایطی که در روزهای پایانی سال هستیم و طبق روال هر ساله در این روزها، شاهد تقاضا و به دنبال آن رشد قیمت خودرو بودیم، اظهار کرد: تا زمانی که عوامل این بالا و پایین شدن قیمت‌ها در بازار به طور کارشناسی شده مورد بحث و بررسی قرار نگیرد، نمی‌توان برای پیش‌بینی آینده آن به جواب رسید. این کارشناس صنعت خودرو ادامه داد: بالا رفتن قیمت‌ها در چند هفته گذشته به دلیل خروج ایران از بحث FATF و شوک ارزی بود که به

دبیر انجمن خودروسازان ایران در رابطه با الزام اجرایی شدن ارتقای خودروهای سواری به استاندارد يورو ۵ در شرایط تحمیل شده ناشی از تحریم‌های ظالمانه هشدار داد.

به گزارش پایگاه خبری «عصر خودرو» به نقل از ایسنا، احمد نعمت‌بخش اظهار کرد: قانون هوای پاک در زمان به امضا رسیدن برجام و زمانی که مسائل خوش‌بینانه تصور می‌شد، تنظیم شد. آیین‌نامه‌های قانون مذکور بر این اساس بود که از ابتدای سال ۱۳۹۸، استاندارد خودروها را به يورو ۵ ارتقا دهیم، اما به دلیل مشکلات به وجود آمده از تحریم‌ها، سال گذشته به درخواست انجمن خودروسازان ایران نامه‌ای به وزیر صنعت، معدن و تجارت و معاون اول رئیس جمهور ارسال شد تا اجرای برخی از بندهای آیین‌نامه قانون مذبور را تا رفع تحریم‌ها به حالت تعلیق درآورند.

دبیر انجمن خودروسازان ایران ادامه داد: با توجه به اینکه سوخت يورو ۵ با ۱۰ ppm گوگرد، عرضه سراسری نشد و اجرای استاندارد يورو ۵ نیز نیازمند تکنولوژی‌های جدید به ویژه برای خودروهای اتوماتیک است که ما فاقد آنها هستیمف اما دولت مصوب کرد تا به مدت یک سال اجرای این قانون عقب بیفتد و قرار شد از ابتدای فروردین ماه سال ۹۹ اجرا شود. اخیرا نیز مکاتباتی با وزارت

عضو کمیسیون انرژی مجلس شورای اسلامی با اشاره به تصویب اختصاص ۶۰ لیتر بنزین نوروژی در کمیسیون تلفیق گفت زمان واریز این سهمیه به کارت‌های سوخت به دولت واگذار شده و اکنون مشخص نیست. به گزارش پایگاه خبری «عصر خودرو» به نقل از مهر، «جلال میرزایی» با بیان اینکه پیشنهاد اختصاص سهمیه بنزین نوروژی از سوی برخی از اعضای کمیسیون تلفیق بودجه سال ۹۹ مطرح شد، افزود: پیشنهاد اولیه اختصاص بیش از ۶۰ لیتر بنزین نوروژی برای هر دستگاه خودرو بود، اما در نهایت ۶۰ لیتر به تصویب رسید. وی با اشاره به شرایط کشور بعد از شیوع کرونا و لزوم کاهش

معرفی اختراعات برگزیده در نمایشگاه «خلاقیت و نوآوری ایران»

فراخوان حضور در بخش اختراعات برگزیده نمایشگاه «خلاقیت و نوآوری ایران» به منظور توسعه مهارت‌های خلاقانه استعدادهای جوان و نوجوان و به اشتراک‌گذاری تجارب و دیدگاه‌های فعالان زیست‌بوم نوآوری کشور تا ۲۵ اسفندماه سال جاری ادامه دارد. به گزارش پایگاه اطلاع‌رسانی بنیاد ملی نخبگان، اختراعات و نوآوری‌های ایران توسط کانون پتنت معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری معرفی می‌شود. آن‌هم در برنامه‌ای که این مرکز با عنوان نمایشگاه «خلاقیت و نوآوری ایران» رماندازی کرده است. حمایت از مخترعان برای ثبت اختراع در دفاتر معتبر خارجی و ترویج و فرهنگ‌سازی در این حوزه از اقدامات مهمی است که کانون پتنت معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری انجام می‌دهد.



دریچه

سورنا ستاری در بازدید از شرکت «تام»:

صنعت میزبان و کاهنده ریسک ایده‌های نوآور باشد

عصر دیروز «تام» شرکتی که در زمینه اتوماسیون صنعتی فعالیت می‌کند و دستاوردهای قابل توجه را در حوزه محصولات و خدمات ایران‌ساخت به صنایع عرضه کرده است، میزبان سورنا ستاری معاون علمی و فناوری رئیس‌جمهوری شد.

ستاری در بازدیدی که از بخش‌های مختلف این شرکت داشت، از زمینه‌سازی صنایع بزرگ برای به میدان آمدن شرکت‌های دانش‌بنیان، استارت‌آپ‌ها و دیگر فعالان زیست‌بوم نوآوری به عنوان یک ضرورت مهم یاد کرد و گفت: زیرساخت‌هایی که در این شرکت وجود دارد، زمینه برای توسعه استارت‌آپ‌ها فراهم است. صنعت باید عادت کند کار را به دست کسب‌وکارهای دانش‌بنیان و استارت‌آپ‌ها

بسپارد و بخش خصوصی را عهده‌دار ورود نوآوری به صنعت کند.

به اعتقاد معاون علمی و فناوری رئیس‌جمهوری، بخش خصوصی به خوبی نیازها را می‌شناسد و می‌تواند با سوار کردن نوآوری بر زیرساخت صنایع، محصول یا خدمت کیفی، رقابتی و نوآورانه را پیشکش جامعه کند.

«استقبال جامعه» برگ برنده شرکت‌های دانش‌بنیان و استارت‌آپ‌ها وی، اینکه جامعه از محصولات یا خدمات باکیفیت، رقابتی و قابل اعتماد استقبال می‌کند را برگ برنده‌ای برای استارت‌آپ‌ها دانست و گفت: این ویژگی‌ها، برگ برنده کسب و کارهای دانش‌بنیان و استارت‌آپ‌ها در برابر کسب و کارهای سنتی یا خدماتی است که پیش از این، بدون در نظر گرفتن نیاز جامعه ارائه می‌شدند. نمونه موفق استارت‌آپ‌های خدماتی که اکنون با استقبال چشمگیر جامعه مواجهاند گواهی بر این مدعاست.

بازار بسیار گسترده و نهفته در حوزه مدیریت ساختمان‌ها و منازل، تاسیسات، مدیریت هوشمند، مصرف انرژی از شاخص‌ترین زمینه‌هایی بود که معاون علمی و فناوری رئیس‌جمهوری به عنوان زیرساخت‌های بالقوه شرکت تام برای فعالان دانش‌بنیان و استارت‌آپ‌ها نام برد و ادامه داد: آماده هستیم در صورتی که یک زیرساخت مناسب برای توسعه خدمات با حمایت از استارت‌آپ‌ها تعریف شود، هر حمایتی انجام دهیم تا این بازار در تعامل با صنعت و زیست بوم نوآوری شکوفا شود. «ایده‌های نوآورانه استارت‌آپ‌ها با استفاده از زیرساخت‌ها و ظرفیت شرکت‌هایی مانند تام، می‌تواند به اصلاح الگوی مصرف انرژی و هوشمند شدن شهروندی منجر شود.»

ستاری با بیان این موضوع، از نقش دولت به عنوان تسهیل‌گر و زمینه‌ساز ورود بخش خصوصی به حوزه سرمایه‌گذاری روی ایده‌های نوآورانه گفت و افزود: معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری زیرساختی است که از توسعه فناوری‌ها حمایت می‌کند و مستقیماً



سفارش‌دهنده یا صاحب پروژه‌ها نمی‌شود. وی معتقد است دولت باید به جای نقش‌آفرینی در پروژه‌ها و ایده‌های نوآورانه یا پژوهش‌های کاربردی، بخشی از ریسک سرمایه‌گذاری این پروژه‌ها را تقبل و بستری فراهم کند تا بخش خصوصی به میدان سرمایه‌گذاری روی این ایده‌ها پای بگذارد.

معاون علمی و فناوری رئیس‌جمهوری به انتشار کتاب‌های ایده‌های موفق استارت‌آپ‌ها اشاره کرد و گفت: نمونه‌های خارجی و موفق هزاران ایده استارت‌آپی که در دنیا پیاده سازی شده توسط معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری منتشر شده است که هر کدام این ظرفیت را دارند تا به شکلی بومی، به کسب و کار بدل شوند. آماده‌ایم از مدل‌های سازگار با کشورمان در

این حوزه‌ها حمایت کنیم.

رئیس ستاد فرهنگ‌سازی اقتصاد دانش‌بنیان با بیان اینکه شهرداری با کمک فعالان زیست‌بوم نوآوری صاحب شهر می‌شود، گفت: تهران بستری مستعد و بالقوه برای تبدیل شدن به شهر هوشمند است؛ این مهم اما نه توسط شهرداری بلکه با نقش‌آفرینی استارت‌آپ‌ها رنگ واقعیت می‌گیرد.

از اتوماسیون صنعتی تا تجهیزات صنایع نفت و گاز

تام ایران خودرو شرکتی است که در زمینه مهندسی و اجرای طرح‌های صنعتی و عمرانی فعالیت دارد. از میان ۱۱۷۵ نفر نیروی انسانی فعال در بخش‌های گوناگون این شرکت، ۴۱۹ نفر در دفتر مرکزی تام فعالیت می‌کنند.

گستره فعالیت‌های شرکت تام حوزه‌های گوناگونی مانند صنایع معدنی، نفت، گاز و پتروشیمی، نیرو و تاسیسات، صنایع خودرویی

کنترل و ابزار دقیق، حمل و نقل و زیرساخت را دربر می‌گیرد. این شرکت در توسعه اتوماسیون صنعتی و تجهیزات ابزار دقیق با توانمندی بومی گام برداشته است.

ساخت avg یا ابزارهای نقلیه و روبات‌های هدایت شونده نسل چهارم ایران‌ساخت، همچنین نمونه بومی نرم‌افزار صنعتی اسکادا از دستاوردهای این شرکت به شمار می‌رود.

گام نخست برای ایجاد مرکز نوآوری و شتاب‌دهنده «تام» ایجاد مرکز نوآوری هوشمند در تام و ایجاد شتاب‌دهنده فناوری در شرکت تام برای راهبری استارت‌آپ‌ها و تجاری‌سازی ایده‌های نوآورانه موضوعی بود که در نشست مدیران این شرکت با معاون علمی و فناوری رئیس‌جمهوری مطرح و گام نخست برای راه اندازی شتاب‌دهنده تام با هدف توسعه فناوری‌های صنعتی پیموده شد.



سهامدار جدید تویتتر به دنبال اخراج

دورسی به طور همزمان مدیرعامل تویتتر و جی‌اچ‌اچ باشد؛ به همین دلیل به دنبال اخراج وی است. ای نزدیک به یک میلیارد دلار، ۴ درصد از سهام تویتتر را به جی‌اچ‌اچ می‌فروشد. اعضای هیئت مدیره این پلتفرم را تغییر دهد. مدیره تویتتر خالی خواهد شد و شرکت یاد جی‌اچ‌اچ دورسی سال ۲۰۰۸ به عنوان اولین مجدداً این سمت را برعهده گرفته است. و.

یک شرکت سرمایه‌گذاری آمریکایی با خرید بخش قابل توجهی از سهام تویتتر، به دنبال بیرون کردن جک دورسی مدیرعامل فعلی این شبکه اجتماعی است. به گزارش بلومبرگ، کمپانی Elliott Management که ۴۰ میلیارد دلار سرمایه دارد، یکی از بزرگ‌ترین سهامداران کنشگر در جهان به شمار می‌رود. سهامداران کنشگر با خرید سهام شرکت‌ها، مدیریت آنها را برای رسیدن به اهداف خود تحت فشار قرار می‌دهند.

«پال سیننگر» (Paul Singer)، مدیرعامل میلیارد در شرکت یادشده علاقه ندارد جک دورسی را از شرکت اخراج کند.

فرصت‌های حمایتی نمایشگاه اینوتکس ۲۰۲۰ اعلام شد

اینوتکس رونمایی کنند. فناوری‌های مدنظر آنها باید تاکنون به بازار عرضه نشده باشند و اولین بار در نمایشگاه اینوتکس معرفی شوند. محصولاتی که به عنوان نمونه یا پروتو تایپ هم ساخته شده‌اند، در صورتی که دارای TRL بالای ۶ باشند، می‌توانند از این حمایت بهره‌مند شوند.

«ایرانیان غیرمقیم» به معنای استارت‌آپ‌ها یا شرکت‌های نوپایی است که مدیرعامل یا بنیانگذاران آن از ایرانیان مقیم خارج از کشور بوده و در لیست مرکز تعاملات بین‌المللی علم و فناوری ریاست جمهوری ثبت شده باشند.

تمامی «پارک‌های فناوری» و «شتاب‌دهنده‌های عضو مرکز شتابدهی نوآوری» نیز می‌توانند از این حمایت بهره‌مند شوند.

شرکت‌های دانش‌بنیان در صورت ارائه گواهی‌نامه حضور در نمایشگاه و فاکتور پرداختی، امکان دریافت ۷۰ درصد از هزینه‌های شرکت در نمایشگاه را دارند.

دبیرخانه اینوتکس ۲۰۲۰ اعلام کرد برای شرکت‌کنندگان در این نمایشگاه، فرصت‌های حمایتی ویژه‌ای در نظر گرفته است.

دبیرخانه نهمین دوره نمایشگاه بین‌المللی نوآوری و فناوری با هدف «حمایت از حضور نوآوران و فنوران برای حضور در اینوتکس ۲۰۲۰» و «ارائه دستاوردهای نوآوران و فنوران به مخاطبان»، تخفیف‌های ویژه‌ای را در نظر گرفته است. پنج گروه از شرکت‌کنندگان می‌توانند از این حمایت معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری بهره‌مند شوند.

«استارت‌آپ‌های محصول‌محور» به معنای استارت‌آپ‌هایی است که اقدام به ساخت یا ارتقای یک محصول فنآورانه کرده‌اند و هدف آنها از حضور در اینوتکس، معرفی این محصول یا بازاریابی به منظور فروش بیشتر آن است.

«شرکت‌های دارای فناوری جدید» به معنای شرکت‌هایی است که می‌خواهند برای اولین بار از فناوری جدید خود در نمایشگاه



مواجهه منطقی با «کرونا»

و نوآوری گامی قدرتمند و هم‌افزا در کمک به مردم و جامعه برای مبارزه با ویروس جدید کرونا برداشته شود. آن هم با کمک شرکت‌های دانش‌بنیان و استارت‌آپ‌ها. همچنین تولید تحقیقاتی داروی درمانی مبارزه با ویروس کرونا، رسیدن سقف تولید روزانه ماسک در کشور

نخستین واکنش ذهن انسان به این دست رنگ و بوی تهدید برای جامعه به خود بگیرد، در این میان می‌توان به راهاندازی کمپین «با کمک زیست بوم فناوری و نوآوری کرونا را شکست می‌دهیم» اشاره کرد؛ کمپینی که توسط ستاد فرهنگ‌سازی اقتصاد دانش‌بنیان معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری به راه افتاد تا با هم‌افزایی فعالان زیست بوم فناوری

این روزها در کشور همه به میدان مبارزه با «کرونا» آمده‌اند. زیست بوم فناوری و نوآوری نیز از هیچ تلاشی در این زمینه فروگذار نیست، اما پیش‌نیاز

مقابله با بیماری کرونا نیز مانند هر بیماری دیگری مواجهه درست و منطقی

با آن و شناخت راهکارهای پیشگیری و البته درمان این بیماری است. به گزارش مرکز ارتباطات و اطلاع‌رسانی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، کرونا مرزها را درنوردیده است. اکنون تبدیل به مشکلی بین‌المللی شده است. پس هم‌افزایی و همدلی بین‌المللی برای مقابله با آن نیاز است.

محققان در کشورهای مختلف تمام توان خود را به کار گرفته‌اند تا چاره‌ای برای مبارزه با این بیماری بیابند. در ایران نیز اقداماتی در حال انجام است.

در این میان می‌توان به راهاندازی کمپین «با کمک زیست بوم فناوری و نوآوری کرونا را شکست می‌دهیم» اشاره کرد؛ کمپینی که توسط ستاد فرهنگ‌سازی اقتصاد دانش‌بنیان معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری به راه افتاد تا با هم‌افزایی فعالان زیست بوم فناوری

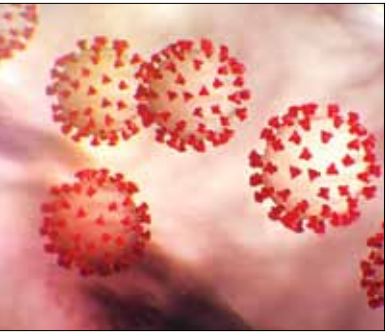
این روزها در کشور همه به میدان مبارزه با «کرونا» آمده‌اند. زیست بوم فناوری و نوآوری نیز از هیچ تلاشی در این زمینه فروگذار نیست، اما پیش‌نیاز

مقابله با بیماری کرونا نیز مانند هر بیماری دیگری مواجهه درست و منطقی

با آن و شناخت راهکارهای پیشگیری و البته درمان این بیماری است. به گزارش مرکز ارتباطات و اطلاع‌رسانی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، کرونا مرزها را درنوردیده است. اکنون تبدیل به مشکلی بین‌المللی شده است. پس هم‌افزایی و همدلی بین‌المللی برای مقابله با آن نیاز است.

محققان در کشورهای مختلف تمام توان خود را به کار گرفته‌اند تا چاره‌ای برای مبارزه با این بیماری بیابند. در ایران نیز اقداماتی در حال انجام است.

در این میان می‌توان به راهاندازی کمپین «با کمک زیست بوم فناوری و نوآوری کرونا را شکست می‌دهیم» اشاره کرد؛ کمپینی که توسط ستاد فرهنگ‌سازی اقتصاد دانش‌بنیان معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری به راه افتاد تا با هم‌افزایی فعالان زیست بوم فناوری





فراخوان جذب کارگزار فن بازار شهر هوشمند منتشر شد

شبکه فن بازار معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری با همکاری سازمان فناوری اطلاعات و ارتباطات شهرداری تهران و مرکز تهران هوشمند، برای جذب دو شرکت کارگزاری (بروکر) برای فعالیت در فن بازار تخصصی شهر هوشمند اعلام فراخوان کرد. به گزارش مرکز ارتباطات و اطلاع رسانی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، «احصای نیازهای فناورانه معاونت ها و زیرمجموعه های شهرداری تهران»، «شناسایی شرکت های عرضه کننده محصولات و خدمات فناورانه مرتبط با حوزه شهری»، «ارزیابی و احراز صلاحیت شرکت های شناسایی شده»، «تطبیق نیازها با محصولات و خدمات ارزیابی شده و عقد قرارداد با مجموعه های بهره بردار در شهرداری تهران» و «توسعه بازار محصولات دانش بنیان و فناوری» بخشی از مأموریت های محوله به این کارگزار تخصصی خواهد بود.

یادداشت

درک بازار

مالک سعیدی

محصولات، خدمات و قابلیت های کلی یک کسب و کار تأثیر گذاشته و آن را در ابتدای ورود به یک بازار در کنار رقبای قدیمی مقبول و مورد توجه قرار دهد.

تحقیقات ثانویه یک نوع متفاوت از تحقیقات است که در آن اطلاعاتی که در حال حاضر از منابع مختلف در دسترس است، برای تحلیل مورد استفاده قرار می گیرد و به طور کلی یک نگاه آماری به وضعیت بازار در شرایط فعلی دارد که می توان به کمک آن مواردی را نیز پیش بینی کرد.

موضوع شناخت مشتریان یکی از مهم ترین اطلاعاتی است که باید در مورد بازاری که قرار است به آن ورود شود بر آن مسلط بود.

تحقیقات در مورد بازار به افراد کمک می کنند، بدانند که گروه مشتریان هدف، چگونه فکر می کنند و به این ترتیب می توانند با نیازهای آنها هماهنگ و همقدم شده و آنها را به مشتریان ثابت و همیشگی تبدیل کنند.

اگر کسب و کاری می خواهد مطمئن شود که محصولات و خدمات را پایین تر از حد ارزش واقعی اش قیمت گذاری نکرده است باید به دنبال شواهد و قرآنی باشد که به مشتریان بالقوه ثابت کند در کیفیت محصولات ارائه شده هیچ شک نیست و آن ها کاملاً قابل اطمینان هستند. به این ترتیب مشتریان دانا به این نتیجه می رسند که خرید از این مجموعه به نفع آنها است.

بسیاری از گزارش های منتشرشده در مورد بازارهای داخلی و خارجی به صورت رایگان و آزادانه در کتابخانه ها، اتحادیه های



صنعی و گروه های کسب و کار موجود است.

با این حال این مهم است که این اطلاعات چگونه تحلیل شود. بسیاری از این اطلاعات به طور کامل در بازار قابل استفاده نیستند و بعضی از آنها مخصوص تقاضای مصرف کننده در یک منطقه ی خاص یا برهه ی خاص زمانی است. ضمن آنکه زمان تهیه این گزارش ها نیز در میزان ارزش فعلی آنها مؤثر است. به عنوان مثال در صنایعی مثل تکنولوژی که سرعت رشد بالایی دارد، گزارش هایی که مربوط به دو سال پیش می شوند نیز قدیمی محسوب شده و چندان مفید و کاربردی نخواهند بود.

در آخر باید گفت بسیاری از کسب و کارهای فعلی که به موفقیت های چشم گیری رسیده اند، در ابتدا ایده هایی بوده اند که با یک نگرش درست و علمی – تحقیقاتی در مورد بازار، با قدم های مطمئن و استوار وارد آن شده اند.

مدیر کریدور توسعه صادرات و تبادل فناوری معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری

موضوع تحقیقات در مورد بازار بین الملل، قبل از ورود به آن را هرگز نباید دست کم گرفت. بسیاری از کسب و کارهای جدید به دلیل انجام منظم این امر به درک بالایی از بازار رسیده اند و این موضوع باعث تضمین موفقیت و عمر طولانی حضور آنها در بازار شده است.

درک بازار و نگاه واقع بینانه به

شرایط موجود، ساده ترین راه برای کارآفرینان است تا موقعیت خود را در بازارهای داخلی و بین المللی حفظ کرده و با تسلط بر وضعیت فعلی، به تحلیل درستی از موقعیت ها و فرصت های موجود برای پیشرفت کسب و کار خود برسند.

تحقیقات در مورد بازارهای داخلی و خارجی را می توان در هر مرحله ای از چرخه عمر کسب و کار انجام داد. اما داشتن اطلاعات زیاد و درک درست از وضعیت فعلی و کمی پیش بینی بر پایه داده های کسب شده از شرایط موجود، در حیطه کاری کسب و کار از همان ابتدای به وجود آمدنش، می تواند افراد را قادر به ایجاد یک استراتژی خوب برای ورود به بازار کرده و به رشد نام تجاری آنها کمک کند.

دامنه تحقیقات بازار، تحت تأثیر اهداف کلی کسب و کار مجموعه است. به این معنا که مجموعه ای که می خواهد به بازارهای جهانی ورود کند، باید بداند که هدف او در ابتدا کسب چه میزان سهم از بازار است و بر این اساس نیاز به چه اطلاعاتی در مورد بازار دارد و چه عواملی روی این بازار تأثیر می گذارد؟

به طور کلی تحقیقات در مورد بازارهای داخلی و جهانی به دو مرحله تقسیم می شود: تحقیقات اولیه و تحقیقات ثانویه.

تحقیقات اولیه بازار شامل نظارت بر نوع فروش رقبا، حصول اطمینان از کیفیت و خدمات ارائه شده توسط رقبا و شناخت کانال های ارتباطی استفاده شده توسط رقبا و ارزیابی رقبای فعال در بازار می شود.

تحقیقات ثانویه هم مواردی مانند بررسی گزارش های منتشرشده توسط شرکت ها، بررسی نقشه ها و تحقیقات موجود در مورد بازار، تحلیل گزارش روزنامه ها و دستیابی به داده های دولتی و اطلاعات منتشرشده توسط آنها را پوشش می دهد.

تحقیقات اولیه بازارهای داخلی و جهانی با هدف جمع آوری داده های منحصر به فردی صورت می گیرد که می تواند بر بهبود



چ مدیرعامل؛ جک دورسی می رود؟

شبکه اجتماعی کمک کرده است؛ با این وجود اما سهام توییتر اکتبر سال گذشته میلادی با بیش از ۲۰ درصد کاهش مواجه شد. این شرکت باگ های متعدد در سامانه های تبلیغات هدفمند را عامل افت سهام اعلام کرد.

دورسی تنها ۲ درصد از سهام توییتر را در اختیار داشته و در صورتی که شرکت Elliott اعضای هیأت مدیره را تحت فشار قرار دهد، احتمال اخراجش از این پلتفرم وجود دارد. باید تا جلسه سهامداران توییتر که ماه مه برگزار می شود صبر کرد و دید این شرکت می تواند دورسی را به درب های خروجی هدایت کند، یا خیر.

Square (شرکت تخصصی پرداخت موبایلی) . شرکت Elliott Management با سرمایه سهام توییتر را تصاحب کرده و می خواهد . سال جاری میلادی سه صندلی در هیئت شده چهار نامزد را در نظر گرفته است.

مدیرعامل توییتر انتخاب شد و از سال ۲۰۱۵ ی در چهار سال گذشته به رشد کاربران این

پیشگامان اقتصاد دیجیتال به میدان می آیند

هم با توجه به اهمیت استفاده از این توانمندی ها و تجارب چند ساله، تعامل با شرکت های بزرگ و پیشگامان اقتصاد دیجیتال را در اولویت کاری خود قرار داده است.

این برنامه براساس مشارکت با شرکت های بزرگ و پیشگامان این عرصه اتفاق می افتد. قرار بر این است که این کار با هدف «افزایش نفوذ فناوری های دیجیتال» و «پیشبرد برنامه های متنوع سازی توسعه بازار و صادرات» انجام شود.

«متنوع سازی اکوسیستم از منظر شکل گیری بازیگران و استارت آپ های مرتبط با حوزه های مسئله محور اولویت دار»، «افزایش نفوذ و انتشار فناوری های دیجیتال در صنایع»، «افزایش آگاهی عمومی و توانمندی های عمومی و تخصصی در حوزه دیجیتال»، «افزایش سهم تولید دانش در حوزه فناوری های دیجیتال

با رویکرد اقتصادی و بازارمحور» و «افزایش حجم بازار و صادرات حوزه دیجیتال» از دیگر اهدافی است که در ستاد توسعه اقتصاد دیجیتال و هوشمندسازی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری پیگیری می شود.

تعامل با شرکت های بزرگ و پیشگامان اقتصاد الکترونیکی از دغدغه های اصلی ستاد توسعه اقتصاد دیجیتال و هوشمندسازی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری است. استفاده از تجارب این شرکت های اقتصادی می تواند به شناخت درست و هدفمند نیازهای این حوزه کمک کند.

چند سالی است که با شکل گیری زیست بوم فناوری و نوآوری در کشور، ثابت شده است که نیازهای صنایع تنها در تأمین پول و سرمایه خلاصه نمی شود و این نیروی انسانی خلاق است که می تواند پاسخگوی نیاز کشور باشد. شرکت های گاه در قواره کوچک اما با شناخت درست از نیازها و نقاط کور صنایع مختلف، راه های علمی و درستی را در اختیار مدیران قرار می دهند.

در این میان یکی از بخش هایی که با حضور بخش خصوصی و شرکت های پیشگام قرار است رشد یابد، اقتصاد دیجیتال است؛ اقتصادی که راه خود را در اقتصاد سنتی باز کرده و با سرعتی بالا به همه بخش ها رخنه کرده است. ستاد توسعه اقتصاد دیجیتال و هوشمندسازی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری



میکروارگانيسم ها فلزات زباله های الکترونیکی را جدا می کنند

پشتیبانی صندوق حمایت از پژوهشگران و فناوران معاونت علمی و فناوری انجام دادند.

سهیلا یغمایی، مجری این طرح پژوهشی گفت: روش های مختلفی برای بازیافت این زباله ها وجود دارد. از میان آنها روش های حرارتی و شیمیایی علاوه بر ایجاد آلودگی محیط زیست با هزینه های بسیاری انجام می شود. پس برای استخراج فلزات گرانبها در این پروژه از روش های زیست فناوری استفاده کردیم. در این روش از میکروارگانيسم ها فلزات به صورت محلول درمی آید. این روش انرژی کمتری استفاده می کند و مشکلات زیست محیطی کمتری دارد.

این عضو هیات علمی دانشگاه صنعتی شریف ادامه داد: بخشی از این میکروارگانيسم ها بومی دامنه داد: بخشی از این میکروارگانيسم ها بومی هستند و از محل دفن زباله های الکترونیک استخراج شده اند. این روش روشی ساده، ارزان، نوین و اقتصادی است که از مزیت های دو روش شیمیایی و زیستی در کنار هم استفاده شده است و یک هم افزایی قوی را ایجاد کرده اند.

زباله های الکترونیکی همچون معادن مصنوعی هستند که عیار آنها از نظر فلزات با ارزش بالاتر از معادن طبیعی است. میزان این زباله ها در ایران هم زیاد است. روش های مختلفی برای استخراج فلزات با ارزش از این زباله ها وجود دارد که هر یک معایب خود را دارد، اما محققان دانشگاه شریف روشی کارآمد و اقتصادی برای استخراج این فلزات ارائه داده اند.

با این حجم عظیم از این زباله ها چه باید کرد؟ محیط زیست تا کجا گنجایش هضم این همه زباله های مسموم را خواهد داشت؟ این در حالی است که این زباله ها در حقیقت گنج مخفی هستند و بازیافت آنها بسیار اقتصادی است. زباله های الکترونیکی به دلیل محتوای غنی فلزی شان شامل فلزهای خطرناک و ارزشمند و همچنین حجم عظیم تولیدشان مهم ترین زباله قرن هستند که دو تا سه برابر سریع تر از سایر جریان های زباله های شهری در حال تولید است.

دفن این زباله ها مشکلات زیست محیطی ایجاد می کند و از سویی آنها دارای فلزات گرانبهائی هستند. در این راستا محققان در دانشگاه صنعتی شریف طرحی در این زمینه با



سوشال مدیا (Social Media) یا رسانه اجتماعی چیست؟



دو سویه دارد. یعنی فروشنده با اطلاع از نظر مشتریان، کالایی را که از آنها چندان محبوب یا با کیفیت نیست از اقالم فروشی خود خارج کرده و بدین ترتیب هزینه آن را صرف کالایی می‌کند که اقبال بیشتری دارد. از طرفی خریداران با آگاهی از تجربیات دیگران از مصرف کالاهای موجود، می‌توانند برای خرید، انتخاب‌های بهتری داشته باشند.

تصاویر کلیدی هستند

آیا می‌دانید متداول‌ترین محتوای اشتراکی در سوشال مدیا چیست؟ بله، قطعاً درست پاسخ داده‌اید، تصویر! استفاده از تصاویر جذاب با محتوای مناسب، شانس به اشتراک‌گذاری پست‌های‌تان توسط کاربران را افزایش داده و این یعنی تعامل بالا و ایجاد یک شبکه گسترده، فارغ از اینکه تعداد دنبال‌کننده‌های شما چقدر است! آنچه که در حال به اشتراک‌گذاری و دست به دست شدن است، پست صفحه شماست و این دقیقاً همان چیزی است که می‌خواهید. می‌توان گفت این همان شکل جدید بازاریابی دهان به دهان است که هر پست توسط یک کاربر برای دیگری فرستاده شده و در اصطلاح گفته می‌شود که پست وایرال (Viral) شده است.

حالا که تا اندازه‌ای با مفهوم اینکه سوشال مدیا چیست و چه کاربردی دارد آشنا شدید، قبل از اینکه به انتشار مطالب در این رسانه‌ها بپردازید، قدمی به عقب برداشته و در مورد استراتژی‌های بازاریابی خود در این شبکه‌ها فکر کنید.

هدف شما باید ارائه مطالبی مربوط به مشتری باشد؛ به طوری که فرد خود را با آنها درگیر احساس کرده و حتی بخواهد پست شما را با دیگران به اشتراک بگذارد. یعنی این نیاز را علاوه بر خود، در دیگران نیز حس کند.

پاسخ‌گذاری دیگر به پرسش کلید موفقیت در سوشال مدیا چیست، باید گفت

ایجاد تعامل با مخاطب! اگر قصد فعالیت در رسانه‌های اجتماعی را دارید، باید با مشتریان تعامل داشته، با آنها گفت‌وگو کرده و نظرات‌شان را بخواهید. در عنوان مثال تصویر دو کالایی را که می‌خواهید در فروشگاه‌تان قرار دهید، در صفحه خود ارسال کرده و از مشتریان‌تان نظرخواهی کنید که کدامیک را بیشتر می‌پسندند. ایجاد اینگونه دیالوگ‌ها و پست‌های اشتراکی، قطعاً سبب تعامل بیشتر و ارتباط موثرتری با مشتریان خواهد شد.

در سوشیال مدیا (Social Media) این تبادل نظرات پیرامون یک کالا نفعی

این طرز تفکر شبیه آن است که تصور شود با داشتن تعداد زیادی باشگاه گلف، می‌توانید گلفباز حرفه‌ای شوید. یک پاسخ موثر در پرسش به اینکه کلید موفقیت در سوشال مدیا Social Media چیست باید گفت که با آنها به عنوان یک جزء اضافه برخورد نکنید؛ در واقع آنها نیازمند همان مراقبت، توجه و احترامی هستند که برای تمام رفتارهای بازاریابی خود به کار می‌برید.

واقعیت این است که اگر قصد فعالیت در سوشیال مدیا Social Media را ندارید، نمادهای آنها را در صفحه وب‌سایت خود قرار ندهید. چون کاربرانی که وارد این صفحات شده و آنها را فاقد فعالیت می‌بینند، نوعی حس بی‌اعتمادی و اغواگری نسبت به محصول شما پیدا کرده و بدین ترتیب ممکن است هزاران تعامل موثر را از دست بدهید.

فقط در مورد خودتان صحبت نکنید

اشتباه بزرگ دیگری که صاحبان مشاغل به آن دچارند این است که بیش از آنکه درباره نیاز مشتری و آنچه برای او مهم است صحبت کنند، درباره خودشان حرف می‌زنند. اگر این افراد مفهوم اینکه سوشال مدیا چیست را به خوبی درک کرده بودند، مرتکب چنین اشتباهی نمی‌شدند.

تصور عمومی بر این است که همانطور که در دنیای واقعی داد زدن برای فروش سبب جلب توجه شده و ممکن است تا حدی موثر باشد، در دنیای مجازی نیز به همین‌گونه است که اگر حضور شما در سوشال مدیا تنها به این دلیل است، هیچ فایده‌ای نخواهد داشت.

هدف شما باید ارائه مطالبی مربوط به مشتری باشد؛ به طوری که فرد خود را با آنها درگیر احساس کرده و حتی بخواهد پست شما را با دیگران به اشتراک بگذارد.

پاسخ‌گذاری دیگر به پرسش کلید موفقیت در سوشال مدیا چیست، باید گفت ایجاد تعامل با مخاطب! اگر قصد فعالیت در رسانه‌های اجتماعی را دارید، باید با مشتریان تعامل داشته، با آنها گفت‌وگو کرده و نظرات‌شان را بخواهید. در عنوان مثال تصویر دو کالایی را که می‌خواهید در فروشگاه‌تان قرار دهید، در صفحه خود ارسال کرده و از مشتریان‌تان نظرخواهی کنید که کدامیک را بیشتر می‌پسندند. ایجاد اینگونه دیالوگ‌ها و پست‌های اشتراکی، قطعاً سبب تعامل بیشتر و ارتباط موثرتری با مشتریان خواهد شد.

در سوشیال مدیا (Social Media) این تبادل نظرات پیرامون یک کالا نفعی

در پاسخ به این پرسش که سوشال مدیا (Social Media) چیست و چه تأثیری بر زندگی کنونی ما دارد، باید گفت که سوشال مدیا به وب‌سایت‌ها و اپلیکیشن‌های طراحی شده‌ای گفته می‌شود که به افراد این امکان را می‌دهند تا مطالب خود را سریع، به موقع و به گونه‌ای موثر به اشتراک بگذارند.

کافی است نگاهی به مشاغل مختلف که در رسانه‌های اجتماعی معروف از قبیل فیس‌بوک Facebook، اینستاگرام Instagram، توییتر Twitter، لیندکین LinkedIn، یوتیوب YouTube و ... به روش‌های مختلف فعال هستند ببینازیم تا پی ببریم که این رسانه‌ها تا چه حد قدرتمند و پررنگ در اقتصاد و زندگی ما ظاهر شده و کسب و کارهای مختلف برای ایجاد ارتباط موثر با مخاطبان خود، از آنها به عنوان بخشی از استراتژی بازاریابی‌شان استفاده کرده و با تجزیه و تحلیل نتایج حاصل از این ارتباطات، روند شغلی خود را بهبود می‌بخشند.

اما آیا صاحبان مشغالی که از رسانه‌های اجتماعی استفاده می‌کنند، می‌دانند کلید موفقیت در سوشال مدیا Social Media چیست؟ و چگونه باید با این ابزارهای اجتماعی تعامل داشته باشند تا بهترین نتیجه برای‌شان حاصل شود؟ در ادامه با بیان نکاتی کاربردی، به این پرسش پاسخ داده خواهد شد.

روند سرعت در بازاریابی سوشال مدیا زیاد است

ماهیت رسانه‌های اجتماعی به گونه‌ای است که اصولاً توجه اندکی را می‌طلبند. جلب نظر افراد به یک توییت Tweet در توییتر Twitter به مراتب سخت‌تر از جلب نظر آنها به یک تبلیغات روزنامه بوده و نوشتن و و کپی کردن عناوین تبلیغاتی در شبکه‌ای مثل اینستاگرام Instagram بسیار دشوار است؛ لذا رقابت نتگانتگ و فشرده‌ای برای بازاریابی شبکه‌های اجتماعی وجود داشته و صاحبان مشاغل به طور مستمر در حال پیگیری نظرات و بازخوردهای مخاطبان خود در این رسانه‌ها هستند. افراد با درک دقیق اینکه هدف هر سوشال مدیا Social Media چیست و سازوکار آن چگونه است، می‌توانند با ایجاد تبلیغات موثر و مناسب هر رسانه اجتماعی بهترین نتایج را برای کسب و کار خود رقم بزنند.

باید در سوشال مدیا فعال باشید

یکی از بدترین اشتباهاتی که معمولاً صاحبان کسب و کارهای مختلف مرتکب می‌شوند این است که در هر رسانه اجتماعی مرتبط، صفحاتی ایجاد کرده و آن را بدون هیچ فعالیتی به حال خود رها می‌کنند. داشتن حساب‌های کاربری متعدد در سوشال مدیا Social Media به معنای رونق تجارت و کسب درآمد نیست.

بیل گیتس کرونا را تهدید قرن معرفی کرد

به قلم: جولیا استین‌ها یسن خبرنگار مترجم: امیر آل علی

بیل گیتس موسس مایکروسافت، یکی از فعال‌ترین چهره‌ها در زمینه مبارزه با کرونا که در جدیدترین اقدام خود کمک ۱۰۰ میلیون دلاری را به سازمان بهداشت جهانی انجام داده است. در سخنرانی اخیر خود از این بیماری به عنوان تهدید قرن نام برده و همه دولت‌ها و ثروتمندان جهان را به کمک برای رفع سریع آن دعوت کرد. به عقیده او باید نسبت به این تهدید توجه بیشتری را نشان داد و شیوع آن در کشورهای فقیر خصوصاً در آفریقا می‌تواند تلفات آن را به ارقام میلیونی برساند. به همین خاطر به عقیده او وظیفه اخلاقی کشورهای ثروتمند، کمک به آنها است. بنا بر آمارهای رسمی، بیش از ۳۰۰۰ نفر تا به امروز بر اثر این بیماری، جان خود را از دست داده‌اند که در صورت یک مشارکت همگانی، تعداد آن به مراتب بیشتر خواهد شد. آقای بیل گیتس به سرعت انتشار بسیار بالای این ویروس و دوره پنهان آن اشاره داشته و اعلام کرده است که باید بیش از حد مراقب باشیم. درواقع ممکن است حتی یک فرد به ظاهر سالم، ناقل این بیماری باشد و خود بعد از دو هفته، متوجه آن نشود. این امر به معنای آن خواهد بود که هر فرد می‌تواند در طول روز، ده‌ها نفر را مبتلا کند. پیش‌بینی‌ها حاکی از آن است که این ویروس در نهایت در تمام کشورهای جهان قربانی بگیرد. درواقع امکان تشخیص سریع این بیماری در کشورهای پیشرفته کاملاً مهیا بوده و این امر باعث می‌شود تا میزان مرگ و میز آن کم باشد، با این حال این امر در کشورهای فقیر کاملاً متفاوت خواهد بود. در این رابطه دکتر مایک رایان (از مسئولان سازمان بهداشت جهانی) ضمن تقدیر از سخنان و کمک‌های فرد مطرحی همچون بیل گیتس که بدون شک مورد توجه بسیاری از سراسر جهان قرار خواهد گرفت، اعلام کرد که در حال حاضر دغدغه اصلی کشورهای فقیر آفریقایی و آسیایی است. علت این امر به این خاطر است که در اروپا و آمریکا به علت توجه دولت‌ها و وجود تجهیزات و امکانات پزشکی مناسب، امکان کنترل این ویروس کاملاً عملی بوده است، با این حال در کشورهای مذکور، این مورد بدون شک بسیار سخت بوده و سرعت انتشاری فراتر از حد تصور را خواهد داشت. به همین خاطر ضروری است تا برای این دسته از کشورها برنامه‌ای اضطراری و توجه‌ای ویژه وجود داشته باشد. حال باید دید که طی روزهای آینده آیا شاهد کاهش خطرات این ویروس مرگبار خواهیم بود و یا اتفاقاتی بدتر در انتظار است.

منبع: reuters.com

لوکزامبورگ به نخستین کشور ارائه‌دهنده حمل و نقل رایگان تبدیل شد

به قلم: کیت اینت روزنامه‌نگار مترجم: امیر آل علی

لوکزامبورگ یکی از ثروتمندترین و در عین حال کم‌جمعیت‌ترین کشورهای جهان محسوب می‌شود که در همسایگی فرانسه، آلمان و بلژیک قرار دارد. برطبق آمارهای منتشرشده بیش از نیمی از گازهای گلخانه‌ای کشور، بر اثر دود ناشی از خودروهای شخصی است. در همین راستا دولت لوکزامبورگ اعلام کرده‌است که تمامی وسایل نقلیه عمومی درون شهری نظیر اتوبوس، تراموا و مترو از هفته بعد به صورت رایگان خدمت‌رسانی خواهند کرد، با این اقدام پیش‌بینی می‌شود که ترافیک و آلودگی هوا نیز کاهش چشمگیری را پیدا کرده و حمایتی از اقشار کم‌درآمد نیز انجام شده باشد. در این رابطه فرانسوا باوش وزیر حمل و نقل این کشور اعلام کرده است که با توجه به بروز بحران‌های زیست محیطی و اقدامات انجام شده از سوی بسیاری از برندهای جهانی، کشورها نیز باید در حد توان خود اقداماتی را در دستور کار خود قرار داده و سهم خود برای آینده بهتر را ایفا کنند همچنین این امر باعث می‌شود تا رضایت مردم از خدمات دولت نیز افزایش پیدا کرده و اقشار کم‌درآمد، رفاه بالاتری را تجربه کنند. با توجه به این امر که در حال حاضر بیش از ۷۰درصد مردم این کشور از خودرو شخصی به عنوان وسیله حمل و نقل روزانه خود استفاده می‌کنند، باید دید که طرح جدید چه تأثیری را در کاهش این آمار خواهد داشت. پیش‌بینی‌ها حاکی از آن است که در صورت نتیجه‌بخش بودن این طرح، دولت لوکزامبورگ در گام بعد به دنبال جایگزین کردن خودروها با نمونه‌های برقی و امضای قرارداد با برندهایی نظیر تسلا خواهد بود. در نهایت این اقدام جدید و جسورانه می‌تواند الگویی برای سایر کشورهای جهان باشد.

منبع: reuters.com

اپل برای نخستین بار هدفون را جایگزین هندزفری می‌کند

به قلم: جان پور تر نویسنده حوزه تکنولوژی مترجم: امیر آل علی

تا به امروز سنت ثابت برندهای تولیدکننده گوشی‌های تلفن همراه این بوده است که در کنار محصول خود یک هندزفری را ارائه کرده و این امر باعث شده است تا این اقدام بیش از حد تکراری شود. به همین خاطر اپل به عنوان نوآورترین برند حال حاضر جهان در این عرصه، قصد دارد تا این‌بار در کنار محصولات خود، هدفون مخصوصی را نیز قرار دهد. این امر در حالی است که طی چند سال اخیر اپل با ایرپادهای خود، توجه بسیاری را جلب کرد. پیش‌بینی می‌شود که این اقدام جدید، بتواند موفقیت‌های جدی‌ای را برای این برند خلاق به همراه داشته باشد. درواقع براساس تجربه، انجام اقدامی که تاکنون صورت نگرفته است، با استقبال خود افراد همراه خواهد بود، با این حال هنوز از این محصول تصویری منتشر نشده و این امر احتمالاً در راستای سیاست همیشگی اپل مبنی بر کنجکاو نگه داشتن مشتری است، با این حال با توجه به گسترش ویروس کرونا، حتی ممکن است انتظارات برای آن بیش از حد طولانی شود. حال باید دید که اقدام جدید اپل تا چه اندازه می‌تواند موفقیت‌آمیز باشد. درواقع انتظارات این است که اپل در زمینه تولید هدفون، یک خلاقیت و یا کیفیتی به مراتب بهتر از نمونه‌های مشابه را ارائه دهد.

منبع: theverge.com

جایگاه و اهمیت تولید محتوای متنی در کسب و کار

از نظر مشاوره بازاریابی تولید محتوای متنی که در وبلاگ‌ها انجام می‌شود اولین انتخاب برای بازاریاب‌هاست و در درجه بعدی پیام‌هایی که از طریق پست‌های الکترونیکی و سئو هست قرار دارند. نزدیک به ۸۰درصد بازاریاب‌ها، تولید محتوای متنی را انتخاب اول و ویدئویی را انتخاب‌های چهارم و پنجم خود انتخاب کردند.

۲- ارتباط با تجارت

تولید محتوا به ویژه محتوای متنی با هدف‌های تجاری بازاریاب‌ها همسوتر و مرتبط‌تر است. نزدیک به ۴۰درصد از بازاریاب‌ها، هدف نهایی خود را جست‌وجوی بیشتر در موتورهای جست‌وجوگر از تولید محتوا گفتند. نتیجه‌های به دست آمده از این تحقیقات بسیار جالب است و نشان می‌دهد که نگرش مدیران نسبت به بازاریابی محتوا تا چه اندازه تغییر کرده است. اکثر این بازاریاب‌ها هدف نهایی خود را افزایش ترافیک در سایت خود دانسته‌اند و ارتباط آن با تجارت را بسیار زیاد ارزیابی کردند.

۳- تحقیقات جامعه‌شناسی و روانشناسی

تحقیقات جامعه‌شناسی و روانشناسی نشان داده است که مردم ترجیح می‌دهند اخبار و رویدادها یا بسیاری از چیزها را مطالعه کنند تا اینکه تماشا کنند. به ویژه این ترجیح در نسل جدید بیشتر است.

منبع: qmpmarketing

ایستگاه بازاریابی

جولان هوش مصنوعی در عرصه بازاریابی

کاربرد هوش مصنوعی در بازاریابی و صنعت‌های مرتبط با آن به قدری پیشرفت کرده که در تمامی زمینه‌های زندگی مردم وارد شده است.

در این میان، برخی از امکانات آن مانند چت بات‌ها امروزه در بازاریابی، بیشتر از قبل مورد استفاده قرار می‌گیرد. چت بات‌ها به سرویس یا خدماتی گفته می‌شود که با رعایت برخی از مقررات مشخص با استفاده از هوش مصنوعی طراحی می‌شوند و کاربرها می‌توانند از طریق یک رابط با آن ارتباط برقرار کنند.

هوش مصنوعی در بازاریابی

امروزه کسب و کارهای اینترنتی به وفور از این امکانات استفاده می‌کنند و هوش مصنوعی توانسته است در تمامی حوزه‌های زندگی انسان به ویژه در کسب و کار، بسیاری از مشکلات را برای افراد هموار کند. با رشد فناوری و در دسترس قرار گرفتن اینترنت برای اکثر مردم موجب شده است اغلب فروشگاه‌ها و کسب و کارها، سازمان‌ها و شرکت‌های بزرگ و کوچک برای اینکه بتوانند با مخاطبان و مشتریان خود ارتباط برقرار کنند از این چت بات‌ها استفاده کنند. چت بات‌ها اولین مرحله ارتباط شما با مشتریان هستند. استفاده از این امکانات موجب شده است صاحبان شرکت‌ها بتوانند بسیاری از هزینه‌های خود را ذخیره کنند چراکه نیازی به استخدام نیروی کار و هزینه‌هایی که برای استخدام آنها باید صرف کنند نیست. بنابراین، اکثر شرکت‌ها تلاش می‌کنند از این چت بات‌ها برای برقراری ارتباط با مشتریان خود استفاده کنند.

شاید هنوز هم برخی از شما متوجه نشده‌اید که چت بات‌ها چه چیزی هستند. احتمالا همه شما با این مواجه شده‌اید که زمانی که وارد سایتی مانند فیس‌بوک یا هر سایت دیگری می‌شوید، ممکن است یک پنجره کوچک یا چیزی شبیه قطب نما در کنار آن باز شود و این امکان را برای شما ایجاد کند که بتوانید با اعضای آن سایت به راحتی گفت‌وگو کنید. این روش ارتباطی معمولا با استفاده از چت بات‌ها اتفاق می‌افتد.

در بسیاری از کسب و کارها مانند سفارش غذا، لباس یا هر چیز دیگری امروزه شاهد ورود این چت بات‌ها به بازار کسب و کار هستیم. هیچ فرقی نمی‌کند که شما کسب و کار بزرگی دارید یا کسب و کار شما کوچک است، شما در هر صورت می‌توانید از چت بات‌ها برای برقراری ارتباط با مشتریان خود استفاده کنید. می‌توانیم این چت بات‌ها را برای اهداف مختلف طراحی کنیم. به عنوان مثال :

اولین کاربرد هوش مصنوعی در بازاریابی – ارتباط با مشتریان

می‌توانید برای اینکه با مشتریان خود ارتباط خوبی را برقرار کنید و به گونه‌ای با آنها برخورد کنید که گویی خودتان به صورت مداوم و مستقیم با آنها در ارتباط هستید از چت بات‌ها استفاده کنید. از آنجایی که این امکان در حالت معمولی برای شما وجود ندارد و اگر تمایل داشته باشید این کار را انجام دهید باید افراد زیادی را برای این کار استخدام کنید، پس استفاده از چت بات‌ها می‌تواند گزینه به صرفه بسیار عالی برای شما باشد. چت بات‌ها در هر ساعتی از روز و شب و تعداد مشتری یا مخاطب که دارید می‌توانند به صورت فعال ارتباط با مشتریان را ایجاد کنند.

دومین کاربرد هوش مصنوعی در بازاریابی – کسب اطلاعات
براساس تجربیات مشاوه بازاریابی در دپارتمان تحقیقات بازاریابی پارک بازاریابی ایران، شما می‌توانید با استفاده از چت بات‌ها هر نوع اطلاعاتی که نیاز دارید از مشتریان به دست آورید. می‌توانید هر نوع اطلاعاتی که نیاز دارید از مشتریان تان از طریق همین چت بات‌ها جمع‌آوری کنید.

سومین کاربرد هوش مصنوعی در بازاریابی – ردیابی موفقیت و شکست

شما با استفاده از این چت بات‌ها به راحتی می‌توانید میزان موفقیت و شکست خود را ردیابی کنید. این چت بات‌ها به صورت کاملا هوشمند طراحی می‌شوند به همین دلیل می‌توانند اطلاعات زیادی حتی از میزان موفقیت یا شکست در پروژه یا برنامه خاصی به شما بدهند. شما می‌توانید با تعریف کردن فیلترهایی برای این چت بات‌ها به راحتی به اطلاعاتی که نیاز دارید دست پیدا کنید.

منبع: qmpmarketing



بازاریابی محتوایی و تبدیل مخاطب هدف به مشتریان وفادار



ارتقا یافته است. امروزه وقتی از نویسندنی های انرژی‌زا صحبت می‌شود، بی‌توجهی به ردبول امکان‌ناپذیر خواهد بود. در حقیقت بسیاری از افراد نخست به سراغ ردبول می‌روند. این امر به خوبی موفقیت تیم بازاریابی این برند در ارتقای اهداف و جایگاه شرکت را نشان می‌دهد.

۳. ارزیابی کیفیت محتوا پیش از انتشار

ارزیابی موفقیت کمپین‌های بازاریابی اهمیت بسیار زیادی دارد. اغلب بازاریاب‌ها در این زمینه از معیارهای کمی استفاده می‌کنند. این امر اگرچه مزیت‌های زیادی دارد، اما انتقادهای متعددی نیز به آن وارد است. کارستن شافر، موسس و مدیرعامل برند Crowdai در این زمینه بر روی ضرورت تغییر معیارهای ارزیابی کیفیت محتوای بازاریابی تاکید دارد. در دنیای رقابتی امروز کیفیت محتوا اهمیت فراوانی دارد. برندهای موفق در عرصه بازاریابی همیشه از الگوهای کاربردی بازاریابی سود می‌برند. تعریف کیفیت محتوا فقط محدود به مدت زمان، فرمت یا جلوه‌های بصری خاص نیست. ما باید معیارهای تازه‌ای برای ارزیابی وضعیت کمپین‌های بازاریابی‌مان در دست داشته باشیم. در غیر این صورت امکان فعالیت مناسب و جلب نظر مداوم مخاطب هدف را از دست خواهیم داد.

یکی از مهم‌ترین معیارها برای ارزیابی وضعیت کمپین بازاریابی نظرخواهی از مخاطب هدف است. بسیاری از برندها با استفاده از اطلاعات به دست آمده از مخاطب هدف اقدام به ارزیابی وضعیت کمپین‌شان و ارتقای آن می‌کنند. این امر همیشه باید مدنظر برندهای کوچک‌تر قرار داشته باشد. در غیر این صورت مخاطب هدف ما به طور مداوم کاهش خواهد یافت.

تلاش برای ارتقای کیفیت کمپین‌های بازاریابی بدون استفاده از اطلاعات معتبر امکان‌پذیر نیست. بسیاری از برندها امکان دسترسی به اطلاعات درست را ندارند. این امر ناشی از دامنه محدود اعضای شرکت یا سایر محدودیت‌های موجود بر سر راه تیم بازاریابی است. به این ترتیب آنها باید به دنبال راهکارهای دیگری برای بازاریابی تاثیرگذار باشند. این امر شامل تلاش برای همکاری با آژانس‌های بازاریابی در راستای کسب اطلاعات کاربردی است. مهم‌ترین نکته در حوزه بازاریابی محتوایی ضرورت توجه به سلیقه مخاطب است. این امر باید از سوی برند ما یا با استفاده از اطلاعات معتبر آژانس‌های بازاریابی صورت گیرد.

۴. تلاش برای دسترسی به جایگاه برتر در بازار

بر اساس گزارش موسسه Edelman Insights نزدیک به ۵۸درصد از تصمیم‌گیرنده‌های نهایی در کسب و کارهای B۲B پیش از خرید یک محصول اقدام به مطالعه مقاله‌های کارشناسی مختلف می‌کنند. این امر چشم‌انداز بهتری در اختیار آنها برای تصمیم‌گیری بهتر می‌گذارد. بسیاری از برندها هرگز به فکر معرفی خود به عنوان کارشناس و مشاور مطمئن برای مشتریان نمی‌افتند. امروزه برندهای بزرگ علاوه بر تولید محصولات باکیفیت به عنوان مشاورهای مطمئنی هم از سوی مشتریان شناسایی می‌شوند. این امر امکان فروش بیشتر را فراهم می‌کند. اعتماد مشتریان به یک برند به سادگی به دست نمی‌آید بنابراین باید برنامه‌ای بلندمدت برای جلب نظر مخاطب هدف داشت. در غیر این صورت برنامه‌های ما با شکست مواجه خواهد شد.

بهترین نمونه در زمینه تبدیل برند به کارشناس حرفه‌ای کسب و کار مربوط به میشل فان است. وی در زمینه محصولات آرایشی و بهداشتی دارای دانش و تخصص بسیار زیادی است. میشل در طول سال‌های اخیر با معرفی محصولات مختلف موفق به توسعه برند شخصی‌اش در سراسر دنیا شده است. وی پس از مدتی معرفی محصولات باکیفیت و امتحان آنها شروع به تولید محصولات برند شخصی‌اش کرد. اکنون محصولات آرایشی و بهداشتی وی در مقیاسی وسیع به فروش می‌رسد. تمام ماجراجویی‌های وی با استفاده از شبکه‌های اجتماعی و امتحان انواع لوازم بهداشتی و آرایشی شروع شد.

۵. استفاده مناسب از داستان‌سرایی

هر برندی دارای داستان منحصر به فرد است. این امر درباره کسب و کارهایی که به طور سنتی غیر قابل تلقی می‌شوند، مانند دیگر حوزه‌ها، صحت دارد بنابراین هیچ بهانه‌ای پیش روی برندها برای تلقی خود به عنوان برندهای غیرموفق وجود ندارد.

داستان‌سرایی نیازمند مهارت بالایی نیست. نکته مهم در این میان استفاده از المان‌ها و ارزش‌های منحصر به فرد برندگان برای جلب نظر مخاطب هدف است. متأسفانه برخی از برندها صرفا از الگوی فعالیت برندهای بزرگ تقلید می‌کنند. این امر موجب نادیده انگاشتن تفاوت‌های میان برندها خواهد شد. نتیجه امر ناتوانی در زمینه تکرار موفقیت برندهای بزرگ خواهد بود. برخی از ایده‌های مناسب برای داستان‌سرایی به شرح ذیل است:

- ایده اصلی پشت کسب و کارمان و بیان تاریخچه‌ای از آن برای مخاطب هدف
- چالش‌های موجود در مسیر راه‌اندازی کسب و کار و دشواری‌هایی که در طول سال‌های فعالیت با آنها مواجه بوده‌ایم
- نمایش پشت صحنه کسب و کار به گونه‌ای جذاب و منحصر به فرد
- تلاش برای جلب مشارکت کارمندان و مشتریان در ساماندهی و بیان داستان‌های برندگان

به قلم: ایهیشتک تالرجا کارشناس بازاریابی محتوایی

ترجمه: علی آل‌علی

هدف اصلی در فرآیند بازاریابی محتوایی ایجاد شهرت مناسب برای برند به منظور ارتقای جایگاه در بازار است. این امر همیشه با تمرکز بر روی مخاطب هدف صورت می‌گیرد. اگر مشتریان از دنیای کسب و کار حذف شوند، دیگر فعالیت برنده دارای هیچ معنایی نخواهد بود. کمپین‌های بازاریابی در انواع مدل‌ها در راستای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف و تصمیم‌گیری آنها ساماندهی می‌شود. الگوی بازاریابی محتوایی با خلق کمپین‌ها و محتواهای جذاب امکان جلب نظر مخاطب هدف را فراهم می‌سازد. امروزه بسیاری از برندها در زمینه تعامل نزدیک با مخاطب هدف دچار مشکلات زیادی هستند. این امر به دلیل ناتوانی آنها در زمینه تولید محتوای جذاب است. به این ترتیب برخی از برندها به طور مداوم در جایگاه مشخصی دست و پا می‌زنند. الگوی موفقیت در بازاریابی محتوایی بسیار ساده است: تولید محتوای جذاب و مورد علاقه مخاطب هدف برای کسب موفقیت.

یکی از اهداف اصلی برندها در فرآیند بازاریابی دسترسی به مشتریان وفادار است. منظور من از مشتریان وفادار آن دسته از خریدارهای علاقه‌مند به تکرار خریدشان از برندی مشخص است. به این ترتیب سود برندها از مشتریان ثابت‌شان به شدت افزایش می‌یابد. این امر نیاز برندها به هزینه بیشتر در حوزه بازاریابی و تبلیغات را کاهش می‌دهد. نکته مد نظر ما در این مقاله رابطه میان بازاریابی محتوایی و تبدیل خریدارهای یک برند به مشتریان وفادار است. در ادامه برخی از گام‌های اساسی در این فرآیند را مورد بررسی قرار خواهیم داد.

۱. تعریف مخاطب هدف

هر برند در تلاش برای دسترسی به اهدافش باید تعریف دقیقی از مخاطب هدف داشته باشد. به عبارت بهتر، ما باید نسبت به مخاطب موردنظرمان آگاهی دقیقی داشته باشیم. تلاش برای جلب نظر تمام مشتریان حاضر در یک بازار به هیچ وجه اقدام منطقی نیست. بنابراین ما باید در تلاش برای جلب نظر مخاطب هدف منحصر به فردمان باشیم. براساس گزارش موسسه سینسل، برندهای دارای تعریف دقیق از مخاطب هدف ۲،۲ برابر بیشتر از سایر رقبا شانس موفقیت در زمینه کسب مشتریان وفادار را دارند.

محتوای تولیدی برندها در عرصه بازاریابی باید بر روی مخاطب ویژه‌ای تمرکز داشته باشد. در غیر این صورت هیچ‌کس با محتوای موردنظر احساس تعامل نخواهد کرد. بدون تردید تلاش برای تعریف دقیق مخاطب هدف چالش‌های خاص خود را دارد. بسیاری از برندها در این مسیر با شکست مواجه می‌شوند. تعریف مخاطب هدف به طور کلی در دو حالت صورت می‌گیرد:

- تلاش برای یافتن مخاطب هدف براساس انگیزه‌ها و ویژگی‌های برندگان
- تحلیل وضعیت مشتریان حاضر در بازار و سپس تعیین مخاطب هدف از دل آنها

شاید عجیب باشد، اما برای تعریف مخاطب هدف به گونه‌ای تاثیرگذار ما نیاز به ترکیب دو راهکار فوق داریم. به این ترتیب در نهایت مخاطب هدفی دقیق در اختیار خواهیم داشت. اشتباه برخی از برندها تمرکز بر روی یکی از دو طرف ماجراست. ما باید تعادل مطلوبی میان خواسته‌های برندگان و سلیقه مخاطب هدف ایجاد کنیم. در غیر این صورت کمپین بازاریابی‌مان هرگز توجه دامنه وسیعی از افراد را جلب نخواهد کرد.

۲. ارتقای اهداف برند به صورت منحصر به فرد

تعامل نزدیک و صادقانه با مخاطب هدف اهمیت بسیار زیادی دارد. امروزه برخی از برندها به دلایل نامشخص از تعامل نزدیک و بیان تمام نکات به مخاطب هدف اجتناب می‌کنند. مشتریان امروزی بیش از هر زمان دیگری تمایل به ارتباط نزدیک با برندها دارند. این امر انتظارات از فعالیت برندها را به شدت افزایش داده است بنابراین در صورت عدم فعالیت مناسب برند ما در زمینه اطلاع‌رسانی به مشتریان فرآیند تبدیل آنها به مشتریان وفادار با چالش رو به رو خواهد شد.

اهداف برندها در فرآیند بازاریابی محتوایی باید به گونه مطلوب ارتقا یابد. مشکل اصلی در این میان اتکای برخی از برندها به اهداف قدیمی است. ما اکنون در دنیای کاملا متفاوتی نسبت به چند دهه پیش زندگی می‌کنیم بنابراین جهت‌گیری ما در حوزه بازاریابی نیز باید تغییر یابد. ارزیابی انتظارات مخاطب هدف و تلاش برای ارتقای اهداف برندگان به گونه‌ای منحصر به فرد ضروری خواهد بود.

اشتباه برخی از برندها در زمینه ارتقای اهداف‌شان توجه صرف به فعالیت سایر برندهاست. اگر ما فقط به فعالیت رقبا یا برندهای بزرگ توجه داشته باشیم، هیچ‌گاه فرصت کافی برای ارتقای کسب و کارمان به گونه‌ای مطلوب را نخواهیم داشت. به عنوان مثال، برند ردبول به خوبی با بررسی بازار تولید نوشیدنی‌های انرژی‌زا موفق به ایجاد شخصیت منحصر به فرد برای خود شده است. این امر در تعامل نزدیک با اهداف ردبول برای سلطه بر بازار فروش نوشیدنی‌های انرژی‌زا در سراسر جهان است.

نکته جالب درباره فعالیت برند ردبول حمایت آنها از رویدادهای ورزشی مهم مانند مسابقات اتومبیلرانی است. به این ترتیب اهداف اصلی ردبول در طول زمان



چگونه می‌توان رویای خودمدیریتی را به واقعیت تبدیل کرد؟

خودمدیریتی بیشتر به یک رویا شباهت دارد، اما این بدان معنا نیست که غیر قابل دستیابی باشد.

شرکتی را تصور کنید که در آن تمام کارکنان بتوانند موقعیت خود را ایجاد کنند؛ به وجود آوردن همه چیز، از مشخص کردن هدف‌های خود گرفته تا ایجاد روش‌ها و برنامه‌های رسیدن و تبدیل کردن آنها به عمل و رسیدن به موفقیت. آیا فکر می‌کنید که این شرایط، تا اندازه‌ای خوب است که اصلا قابل باور نیست؟ خودمدیریتی به سرعت در میان بسیاری از شرکت‌ها در حال گسترش است که به افزایش روحیه کارکنان و درآمد بهتر منجر شده است. نکته جالب توجه درباره اعمال خودمدیریتی این است که ایده‌های بیان شده، تقریباً در تمامی سازمان‌ها قابل اجرا هستند.

خودمدیریتی چیست؟ به اختصار باید گفت که افراد مختلف برای انجام یک مأموریت یا کار، در سازمان‌ها به کار گرفته می‌شوند؛ آنها نیز برنامه‌ریزی می‌کنند تا این وظیفه را به سرانجام برسانند. در خودمدیریتی باید کنترل را در اختیار کارکنان قرار دهید تا وظیفه خود را به چیزی که می‌خواهند، تبدیل کنند و از طریقی که می‌توانند، وظیفه خود را در راستای اهداف شرکت انجام دهند. در نهایت به اصولی طبیعی می‌رسیم که باعث افزایش روحیه کارکنان می‌شود. مردم زمانی می‌توانند بهترین عملکرد را به اجرا بگذارند و ارتباط خوبی را برقرار کنند که کنترل اتفاقاتی که برای آنها می‌افتد را در اختیار داشته باشند. در بسیاری از شرکت‌ها، این روند به خودمدیریتی منجر می‌شود. برای مثال، شرکت تولید موادغذایی Morning Star را در نظر بگیرید؛ این کمپانی برای کسانی که این Morning Star را برای کار کردن انتخاب می‌کنند، هدیه‌هایی را در نظر گرفته است. این روش در محیط‌های کاری شلوغ که افراد در آنجا باید با دیگران کار کنند، از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. پال گرین، یکی از بنیانگذاران Self-Management Institute (موسسه خودمدیریتی) در Morning Star معتقد است که اگر شرکت‌ها بخواهند به ماندگاری خود ادامه دهند، باید چیزهایی را در اختیار کارکنان قرار دهند که آنها را به ادامه کار کردن ترغیب می‌کند.

بسیاری از کارکنان، به مرور زمان، اتصال خود را با سازمان‌هایی که در آنجا مشغول به کارند، از دست می‌دهند. احتمالاً آنها نیز همانند بسیاری از افراد دیگر، کار خود را با اشتیاق آغاز کرده‌اند، اما دیوانسالاری و سیاست‌های شرکت به سرعت می‌تواند فشار زیادی را روی پرسنل اعمال کند که در نهایت به خشم و تنفر از شرکت منجر می‌شود؛ چراکه کار و زندگی افراد به شدت در هم تنیده است. احساس کارکنان به کار خود می‌تواند نقش زیادی را در سراسر زندگی آنها ایفا کند. کاری که افراد در محیط کاری خود انجام می‌دهند، برای آنها مهم است، بنابراین باید کنترل

پروسه آن را نیز در اختیار داشته باشند.

با تمام این اوصاف، دلایلی نیز وجود دارد که برخی از شرکت‌ها را از اعمال روش خودمدیریتی در محیط کار بر حذر می‌دارد. به عنوان نمونه، پیروی از سلسله مراتب سنتی همیشه آسان‌تر است؛ چراکه همیشه آن را انجام داده‌اند. برخی شرکت‌ها نیز فکر می‌کنند که این روش برای صنعت و نوع کسب و کار آنها مناسب نیست و از اثرات آن بی‌اطلاع هستند. شرکت Morning Star در زمینه تولید فرآورده‌های گوجه فعالیت می‌کند، شرکتی که به اعتقاد برخی نمی‌تواند روش خودمدیریتی را به خوبی اجرا کند؛ اما اینطور نیست. نرخ گردش مالی یک کارمند تمام وقت، از یک درصد نیز کمتر است و نرخ بازگشت کارکنان فصلی نیز به ۹۵ تا ۱۰۰ درصد می‌رسد؛ این میزان از تمامی شرکت‌هایی که در زمینه مشابه فعالیت می‌کنند، بیشتر است. پال معتقد است که بسیاری از این آمارها به این دلیل محقق می‌شود که کارکنان ارزش شرایط خودمدیریتی خود را درک کرده و از آن حمایت می‌کنند. به دلیل محیط مثبت حمایتی، کارکنان ترجیح می‌دهند که با کمکاری، موقعیت خود را خراب نکنند؛ چراکه می‌توانند به تنهایی تصمیم بگیرند و کاری را انجام بدهند که احساس خوبی را در آنها ایجاد می‌کند.

مدیرانی که قصد دارند خودمدیریتی را در شرکت خود اعمال کنند، نباید از تغییرات بالقوه آن گریزان باشند. در حقیقت، باید خودمدیریتی را مرحله به مرحله و گام به گام به پیش ببرید. برای اینکه بتوانید تأثیر آن را بررسی کنید، بازخورد‌های شخصی خود را یادداشت کنید و احساس واقعی خود را بنویسید. مشخص کنید که در افرادی که برای کار به سراغ شما می‌آیند، به دنبال چه چیزی هستید.

در مرحله بعد، سیاست‌ها و روش‌های شرکت را به شکل کاملاً جزئی بررسی کنید. به این ترتیب، متوجه می‌شوید که روش‌های عملی شما تا چه اندازه از قوانین و اصول قبلی فاصله دارد. این به عنوان یک زنگ خطر خواهد بود که شما را به اجرای خودمدیریتی و تغییر اصول شرکت خود مجاب می‌کند.

ایده خودمدیریتی بیشتر به یک رویا شباهت دارد، اما به این معنا نیست که دستیابی به آن غیرممکن است. نیازهای کارکنان خود را در نظر بگیرید و راه‌هایی را برای اضافه کردن خودکنترلی و قدرت به تمامی جنبه‌های سازمان خود، پیدا کنید.

منبع: INC/ucan



توصیه بهترین‌ها به جوانان علاقه‌مند به حوزه کارآفرینی



خواهد بود. در این رابطه مثال کهنوردی برای درک آن گزینه بسیار مناسبی است. درواقع اگر شما ندانید که تا چه حد باید کوله شما سنگین باشد، از چه تجهیزاتی استفاده کنید، چه مواد غذایی‌ای در کنار خود داشته باشید و در چه زمانی باید استراحت کنید، بدون شک با خستگی‌ای مواجه خواهید شد که برای رفع آن، به چندین ساعت زمان نیاز خواهد بود. در نهایت اگر انرژی خود را به صورت حرفه‌ای مصرف نکنید، پس از مدتی با افسردگی مواجه خواهید شد. به همین خاطر در کنار برنامه‌ریزی برای زمان خود، به سطح انرژی نیز توجه داشته باشید. در نهایت فراموش نکنید که برخی از راهکارها باعث می‌شود تا زمان بازیابی انرژی کوتاه‌تر شود.

۱۱- تیمی قدرتمند را ایجاد کنید (سرگی برین)

هیچ فردی نمی‌تواند به تنهایی به موفقیت دست پیدا کند. وجود یک تیم باعث می‌شود تا انجام کارها در مدت زمانی کوتاه‌تر و با کیفیت بالاتر امکان‌پذیر باشد. به همین خاطر تنها کار کردن را فراموش کرده و کار تیمی را به اصلی برای خود تبدیل کنید.

۱۲- آموزش مداوم را جدی بگیرید (لری پیچ)

شما باید آموزش خود را مداوم کنید. درواقع به عقیده من اگر روزی کمتر از دو ساعت در زمینه مورد علاقه خود مطالعه داشته باشید، موفق نخواهید بود. در این رابطه نکته دیگری که باید به آن توجه داشته باشید این است که باید جدیدترین شیوه‌های آموزشی را مورد توجه قرار دهید. این امر باعث خواهد شد تا نتایج بهتری را به دست آورید. درواقع کارآفرین موفق فردی است که پایگاه اطلاعاتی بسیار قدرتمند و به روزی را داشته باشد. همچنین این جمله را همواره به خاطر داشته باشید که شما همواره باید فراتر از حد انتظارات ظاهر شده و بیش از تصور افراد، امکانات دهید. این امر مزیت رقابتی شما خواهد بود.

۱۳- سرمایه‌گذاری را یاد بگیرید (ریچارد هاروچ)

این امر که منابع درآمدی شما و در نهایت شرکت متنوع باشد، باعث خواهد شد تا در صورت بروز یک مشکل، وارد بحران نشوید. در این رابطه توصیه می‌شود تا اصول سرمایه‌گذاری را فرا گرفته و فراموش نکنید که بهترین نوع سرمایه‌گذاری، بر روی خودتان خواهد بود. به همین خاطر در ابتدا در تلاش برای توانمندتر کردن هرچه بیشتر خود باشید.

۱۴- مشتری را بشناسید (دیو توماس)

در هر کسب‌وکاری شما با مشتری مواجه خواهید بود. به همین خاطر بسیار مهم است که درک خوبی از آنها داشته باشید تا در نهایت بهترین محصول و خدمت‌رسانی را ارائه دهید. به همین خاطر از همان سنین جوانی، تلاش کنید تا اطلاعات خود را جامعه هدف را تا حد امکان افزایش دهید. این داده‌ها پس از شروع کار شما برگ برنده خواهند بود.

۱۵- صنعت خود را بشناسید (تونس هسی)

اشتباه بزرگ بسیاری از افراد این است که اطلاعات خود را تنها به منابع کتابخانه‌ای محدود می‌کنند. این امر در حالی است که موفق‌ترین کارمندان، سابقه کاری مناسبی را نیز دارند. به همین خاطر توصیه می‌شود تا در ابتدا زمانی را به کار در حوزه مورد علاقه خود صرف کرده و در تلاش برای پیگیری اخبار، سخنرانی افراد خبره این حوزه و... کنید. در این رابطه حتی دستیار بودن برای یک مدیر، می‌تواند گزینه فوق‌العاده خوبی باشد. این امر باعث می‌شود تا به درک فوق‌العاده‌ای از شرایط صنعت خود دست پیدا کرده و توان بالاتری را داشته باشید.

به خود ایمان دارند، امکان دست پیدا کردن به راه حل را از جانب خود کاملاً محتمل شمرده و این امر باعث می‌شود تا بهانه‌گیر نباشند.

۵- دیدی همه‌جانبه داشته باشید (دیوید کارپ)

موسس تامبلر بر این باور است که یک کارآفرین باید بتواند مسائل را از زوایایی نگاه کند که سایرین قادر به مشاهده آن نیستند. این امر باعث می‌شود تا تصمیمات آنها اختلاف فاحشی با سایرین داشته باشد. برای این موضوع هوشیاری، کسب تجربه و بالا نگه داشتن سطح دانش و اطلاعات الزامی خواهد بود.

۶- بهترین‌ها را در کنار خود داشته باشید (رید هافمن)

موسس لینکدین توصیه می‌کند که همواره به دنبال پیدا کردن بهترین‌ها برای ایجاد یک تیم باشید. این افراد به علت دید مشترکی که با شما دارند، کمک بسیار خوبی برای پیشرفت خواهند بود. در نهایت می‌توانید از این گروه دوستانه خود، برای تأسیس یک شرکت نیز استفاده کرده و سریعاً رشد کنید.

۷- با ترس‌های خود رو به رو شوید (آریانا هافینگتون)

غلبه بر ترس ابتدا کار ساده‌ای نیست، با این حال حتماً باید انجام شود. درواقع ترس باعث می‌شود تا در حصار امن زندگی خود باقی بمانید. بدون شک این وضعیت بدترین اتفاق ممکن خواهد بود و شما عملاً هیچ شانس‌ی را برای کارآفرین شدن نخواهید داشت. به همین خاطر بهتر است تا زمانی را صرف خودسازی کنید تا شرایط روحی لازم را داشته باشید.

۸- اقدام خود را به تأخیر نیندازید (والث دیزنی)

یکی از بدترین تصورات افراد این است که فکر می‌کنند همواره زمانی دیگر وجود دارد؛ این امر خصوصاً در بین جوانان رایج بوده و باعث می‌شود تا بهترین سال‌های خود را به بهانه فرارسیدن زمان مناسب، از دست بدهند. نکته‌ای که باید به آن توجه داشته باشید این است که شما متوجه بسیاری از مسائل در حین انجام کار خواهید شد و لازم است تا در کنار دانش، تجربه نیز به دست آورید. به همین خاطر ضروری است تا این باور را در خود ایجاد کنید که فرصت مناسب، تنها به ذهنیت شما بستگی داشته و نباید اقدام خود را به تأخیر بیندازید. بدون شک تا زمانی که جوان هستید، امکان شروع مجدد پس از کسب شکست، مهیا-تر خواهد بود. درواقع همه افراد در ابتدای کار خود شکست می‌خورند و نباید از آن یک فاجعه بسازید. درواقع این امر در مسیر کسب موفقیت، کاملاً معمولی محسوب می‌شود.

۹- تفکری آینده‌نگرانه داشته باشید (استیو جابز)

برای بسیاری از افراد موفقیت به معنای آن است که در سال آینده همه چیز متحول شده باشد، با این حال این امر در زندگی واقعی تنها یک رویا خواهد بود. درواقع رسیدن به خواسته‌های بزرگ، نیاز به زمان طولانی نیز دارد. در این رابطه نمی‌توان زمان مشخصی را تعیین کرد، با این حال لازم است تا موفقیت در کوتاه مدت را فراموش کنید. علت این امر به این خاطر است که برای رسیدن به چنین خواسته‌ای شما باید اقداماتی را انجام دهید که ابتدا مناسب نبوده و باعث خواهد شد تا سابقه موردنظر برای حضور طولانی مدت در یک عرصه کاری عملاً نابود شود.

۱۰- انرژی خود را مدیریت کنید (جک ما)

همواره توصیه می‌شود که زمان خود را باید مدیریت کرد، با این حال مهم‌تر از این اقدام، مدیریت انرژی است. درواقع این امر که بتوانید انرژی خود را به نحوی مصرف کنید که هیچ‌گاه با خستگی بیش از حد مواجه نشوید، بسیار مهم

به قلم: سوچان پتل کارآفرین

مترجم: امیر آل‌علی

بسیاری از جوانان در سراسر جهان علاقه‌مند به حضور در عرصه کارآفرینی هستند. در این رابطه افرادی نظیر بیل گیتس، الگوه‌ای آنها محسوب می‌شود. تحت این شرایط بدون شک توصیه‌های این افراد به جوانان مشتاق، می‌تواند اهمیت بسیار بالایی داشته باشد. به همین خاطر در این مقاله به گردآوری مجموعه توصیه‌ها پرداخته‌ایم. بدون شک توجه به آن می‌تواند راهنمای عمل بسیار خوبی باشد. در همین راستا ۱۵ مورد منتخب را مورد بررسی قرار خواهیم داد.

۱- چالش‌هایی را برای خود ایجاد کنید (ریچارد برانسون)

ریچارد برانسون بر این باور است که کارآفرینی صحنه مواجهه با اتفاقات مختلف است. تحت این شرایط اگر عادت به رویارویی با اتفاقات جدید را نداشته باشید، بدون شک بدترین تجربیات را به دست خواهید آورد. درواقع شما باید هر روز را به یادگیری بیشتر اختصاص داده و زندگی خود را پر از چالش‌های مختلف کنید. این امر در نهایت شخصیت شما را شکل داده و شما را آماده در دست گرفتن مدیریت یک شرکت خواهد کرد. درواقع توجه داشته باشید که هر فردی می‌تواند کارآفرین باشد، با این حال عملکرد شما در این رابطه و میزان موفقیت شرکت معیار خوب و یا بد بودن خواهد بود.

۲- تنها کارهایی را انجام دهید که به آنها تمایل دارید (بیل گیتس)

این امر که بخواهید هر چیزی را امتحان کنید، باعث خواهد شد تا امکان حرفه‌ای شدن در یک حوزه وجود نداشته باشد. تحت این شرایط شما فردی کاملاً معمولی خواهید بود که ابتدا شایستگی لازم برای مدیریت یک شرکت را نخواهد داشت. به همین خاطر ضروری است در همین سنین جوانی، علاقه اصلی خود را انتخاب کرده و برای آن سرمایه‌گذاری و تلاش کنید. تعیین هدف باعث خواهد که حتی در رابطه با انتخاب دوستان خود نیز دقت عمل بالاتری را داشته باشید. در نهایت تنها زمانی رضایت واقعی را از زندگی خود به دست خواهید آورد که تنها کارهایی را انجام دهید که واقعاً به آنها اعتقاد و علاقه دارید. همچنین لازم است تا به انتقادات و شکایات توجه ویژه‌ای داشته باشید. این موارد شما را متوجه اشکالات موجود خواهد کرد. به همین خاطر لازم است تا آستانه تحمل خود را افزایش داده و به فردی انتقادپذیر تبدیل شوید.

۳- ریسک کنید (جف بزوس)

توصیه ثروتمندترین فرد حال حاضر جهان این است که برای قرار گرفتن در رده بهترین کارآفرین‌ها چاره‌ای جز ریسک کردن وجود نخواهد داشت. بدون شک به هر میزان که هدف شما بزرگ‌تر باشد، ریسک بزرگ‌تری نیاز خواهد بود. در این مسیر با نگاهی به زندگی تمامی افراد موفق، متوجه این امر خواهید شد که به محض ریسک کردن، با موفقیت همراه نخواهید بود، با این حال اگر روحیه خود را از دست نداده و تلاش خود را ادامه دهید، بدون شک موفقیت برای شما خواهد بود.

۴- خودتان ایمان داشته باشید (هنری فورد)

اگر به خودتان ایمان نداشته باشید، حتی بهترین امکانات نیز نمی‌تواند شما را به هدف‌تان برساند. درواقع افرادی که از نظر دیگران بزرگ هستند، در ابتدا در نظر خودشان بزرگ بوده‌اند. این امر باعث می‌شود تا سختی‌های راه و نظر منفی و حتی تمسخر سایرین، تأثیری را بر روی شما به همراه نداشته باشد. افرادی که

مدیرکل امور اجتماعی و فرهنگی استانداری آذربایجان شرقی:

دستگاه‌های اجرایی زمینه را برای استفاده از ظرفیت مردم در حوزه اجتماعی و فرهنگی فراهم کنند

اجتماعی و فرهنگی استانداری دانست که اقدامات مهمی در این راستا در سال جاری صورت گرفته است. سرپرست اداره کل بهزیستی استان نیز در این جلسه گفت: در ۹ ماهه سال جاری بیش از ۸۰ میلیارد تومان از طریق خیران محترم استان برای حوزه های مختلف مرتبط با رسیدگی به مددجویان هزینه شده است که به رغم برخی مشکلات اقتصادی که گریبانگیر کشور شده است این رقم رشد ۱۱ درصدی نسبت به مدت مشابه سال گذشته داشته است.

فرگل صحاف این افزایش کمک های مردمی را ناشی از دلبستگی و تعهد مردم فرهیخته استان به افراد مددجو و نیازمند دانست و با اعلام اینکه ۱۲ میلیارد ریال کمک مردمی جهت تأمین هزینه جهیزیه مددجویان جمع آوری شده است، افزود: با توجه به افزایش قیمت لوازم منزل، امیدواریم با مشارکت افزون تر مردم خیراندیش و دلسوز استان بتوانیم برای کلیه مددجویانی که پیوند ازدواج برقرار می کنند جهیزیه مناسب تأمین کنیم.

پیام تسلیت شهردار قم در پی درگذشت سیدمحمد میرمحمدی

انسان‌ساز اسلام و مذهب والای شیعه و بهره‌مندی از فضائل و آموزه‌های حضرات معصومین علیهم‌السلام دارد که به حق برازنده این جایگاه و مرتبه بودند. بدون شک خدمات ارزنده آن عزیز از دست رفته برای نظام مقدس جمهوری اسلامی ایران و بالخصوص شهر مقدس قم در کسوت چندین دوره نمایندگی مجلس شورای اسلامی بر کسی پوشیده نیست و در تاریخ این مرز و بوم ثبت خواهد بود و دوستداران این نظام مقدس و همشهریان قمی برای همیشه سپاسگزار آن خواهند بود. از حضرت حق تعالی برای آن مرحوم مغفور طلب آمرزش و سعادت اخروی درخواست داشته‌ و از صمیم قلب فقدان ایشان را به بازماندگان و خانواده‌ایشان از جمله حضرت ایت‌الله العظمی شبیری زنجانی (دامت برکاته) تسلیت عرض می‌نمایم و آرزوی سلامتی و صبر بر این مصیبت برایشان مسئلت دارم. دکتر سید مرتضی سقائیان‌نژاد- شهردار قم



توسعه تاکید کرد: توسعه متوازن هنگاهی محقق می شود که تعامل دوسویه، سازنده و اثربخشی میان دستگاه های تصمیم گیر و مردم وجود داشته باشد.

وی همچنین با اشاره به عملکرد قابل تقدیر برخی موسسات خیریه و گروه های مردم نهاد در رسیدگی به مددجویان بهزیستی در سطح استان، سامان دهی موسسات خیریه جهت هم افزایی و انسجام بخشی به اقدامات حمایتی را جزو اولویت های اداره کل امور

تبریز – ماهان فلاح: مدیرکل امور اجتماعی و فرهنگی استانداری آذربایجان شرقی با بیان اینکه خیران، بازوان توانمند دولت در کارهای اجرایی هستند، گفت: افزایش مشارکت های مردمی در برنامه های حمایتی بهزیستی نشان از تعهد اجتماعی بالای مردم و اعتماد به دستگاه های اجرایی و خدمات رسان است. بهزیستی استان، افزود: نگاهی به کارنامه درخشان ۴۱ ساله جمهوری اسلامی، نشان می دهد هر جا که عرصه برای نقش آفرینی و اثرگذاری مردم مساعد بوده اقدامات گران سنگی صورت گرفته و موانع جدی از پیش پای کشور برداشته شده است.

وی خاطر نشان کرد: لازم است با درک این تجربه، تمامی دستگاه های اجرایی زمینه را برای استفاده هر چه بیشتر از ظرفیت مردم در پیشبرد اهداف نظام اسلامی در حوزه اجتماعی و فرهنگی فراهم کنند. شکوهی با اشاره به نقش مهم مشارکت مردم در مقوله

قم – خبرنگار فرصت امروز: شهردار قم با صدور پیامی درگذشت سید محمد میرمحمدی عضو فقید مجمع تشخیص مصلحت نظام را تسلیت گفت. به گزارش روابط عمومی شهرداری قم ، دکتر سیدمرتضی سقائیان‌نژاد با صدور پیامی ضمن پاسداشت خدمات و مقام شامخ علمی سید محمد میرمحمدی، عضو فقید مجمع تشخیص مصلحت نظام، فقدان ایشان را به بازماندگان تسلیت گفت.

متن پیام شهردار قم به این شرح است:

غم از دست دادن یکی دیگر از بزرگان و سرآمد مردان خدمتگزار نظام مقدس جمهوری اسلامی ایران در اثر ابتلا به بیماری‌های شایع در روزهای اخیر، غمی سنگین و اندوهی سهمگین را برای مردم ایران و به خصوص شهروندان شهر مقدس قم پی داشت. ثمره و ماحصل عمری مجاهدت مرحوم میرمحمدی در خدمت به ملت سرفراز ایران اسلامی

موسوی تاکامی مدیرکل منابع طبیعی و آبخیزداری مازندران– ساری خبر داد:

تولید یک میلیون و ۸۹۱ هزار و ۲۳۴ اصله نهال در نهالستان های حوزه اداره کل



فرصت و زمان برای نهالکاری است و تا پایان اسفند نهالکاری صورت می گیرد. در راستای ترویج و اشاعه فرهنگ و سنت پسندیده نهال کاری و توجه بیشتر به موضوع درخت و درخت کاری و حفظ طبیعت، اداره کل منابع طبیعی و آبخیزداری مازندران– ساری در سال ۹۸ در نهالستان های زیر مجموعه اداره کل و شهرستان تابعه، یک میلیون و ۸۹۱ هزار و ۲۳۴ اصله نهال تولید کرده است که از این مجموع، ۱۵۳۰۰۰ اصله نهال در طرح میراث ماندگار توزیع و غرس گردید، ۳۸۰۰۰۰ اصله در طرح های جنگل کاری، ۱۳۳۶۰ اصله به ارگان ها و شرکت های متفرقه، ۱۳۱۲۷۶ اصله برای ادارات شهرستان ها جهت توسعه فضای سبز، ۶۷۰۰۰ اصله نهال تحویل به خارج

مدیرعامل شرکت پالایش گاز ایلام خبر داد:

تمهیدات پالایشگاه گاز ایلام برای پیشگیری از ویروس کرونا



نقلیه عمومی و کنترل و پایش آنها، ضد عفونی کردن ساختمان های اداری و منازل سازمانی، استفاده از ظروف و لیوانهای یکبار مصرف تنها بخشی از اقدامات این شرکت برای پیشگیری از این ویروس بوده است. مدیرعامل شرکت پالایش گاز ایلام تصریح کرد: حذف سیستم انگشت زنی، کاهش جلسات به جزء موارد



از موسسات خیریه استان در روزهای اخیر، تصریح کرد: توزیع اقلام بهداشتی و ضدعفونی کننده در میان خانواده های نیازمند استان توسط این موسسات، به عنوان جلوه هایی از زیبایی و محبت هیچ گاه از خاطرات مردم

اخبار

توجه مردم به هشدارهای مسئولان برای پیشگیری از بیماری کرونا/

میزان مسافرت های دریایی در استان هرمزگان کاهش یافت



به گزارش روابط عمومی اداره کل بنادر و

دریانوردی استان هرمزگان، کاهش میزان مسافرت های دریایی در هرمزگان با وجود تعطیلی مدارس و دانشگاه‌ها و در راستای درخواست مسئولین از مردم به منظور اجتناب از سفرهای غیر ضروری و با هدف پیشگیری از شیوع ویروس کرونا و جلوگیری از بیماری کووید ۱۹ انجام شده که نشان دهنده توجه مردم به هشدارها می‌باشد.
پرهیز از انجام سفرهای غیرضروری به عنوان یک خواست ملی و برای حفظ سلامت مردم در اولویت قرار گرفته تا با رعایت اقدامات و مراقبت های پیشگیرانه، از تسری بیماری کرونا، جلوگیری شود.

با اجتناب مردم از سفرهای غیر ضروری بنابر خواست مسئولین، سفرهای دریایی از بنادر استان هرمزگان، با کاهش چشمگیری روبرو شده است.

براساس آمار ثبت شده، میزان تردد و مسافرت های دریایی در مسیرهای دریایی مرکز استان شامل بنادر شهید حقانی و جزایر قشم، هرمز و لارک از ۲۹ بهمن تا پنجم اسفند ماه سال جاری، نسبت به هفته قبل از آن، ۲۰ درصد کاهش و نسبت به مدت مشابه سال گذشته، ۲۲ درصد کاهش یافته است. همچنین آمارها کاهش ۱۷ درصدی مسافر و ۱۱ درصدی حمل و نقل خودرو در مسیر بندر پل به بندرلافت در جزیره قشم و بالعکس را طی هفته جاری نشان می دهد.

برگزاری دو کارگاه آموزشی سلامت محور ویژه بانوان



اهواز – شب‌نم قجواند: کارگاه آموزشی "ندای سلامت" و " نقش زنان در مدیریت استرس و ارتباط موثر در خانواده" بمناسبت گرامیداشت ولادت با سعادت فاطمه زهرا (س) روز زن و مادر برگزار شد.

مشاور مدیرعامل در امور زنان و خانواده گفت: زنان محور اصلی خانواده و جامعه ایرانی است و عوامل تاثیر گذار بر او، تبعات خود را بر خانواده و جامعه نشان خواهد داد.

شهناز احمدی روز بهانی بیان کرد: هر نوع برنامه ریزی و تلاش در جهت توانمند سازی زنان تضمینی برای بهره مندی از کودکانی

سالم، خانواده ای مستحکم و اجتماعی متعالی خواهد بود. وی افزود: زنان در هر سنی نیاز به مراقبت های بهداشتنی مخصوص خود را دارند، چرا که خود مراقبتی یکی از ابعاد سبک زندگی سلامت محور است که به معنای پیروی از شیوه زندگی سالم به منظور پیشگیری از بیماری ها می باشد.

سخنران کارگاه آموزشی "ندای سلامت" خانم دکتر اوبعلی فوق تخصص زنان و زایمان بوده اند که نکاتی را در خصوص خود مراقبتی و پیش گیری از بیماری های شایع زنان مطرح کردند.

دکتر مازیار میر نیز در کارگاه آموزشی " نقش زنان در مدیریت استرس و ارتباط موثر در خانواده" نکات لازم را در خصوص آشنایی با استرس و پیامدهای آن، مطرح کردند.

افزایش ۱۰ درصدی مصرف آب در همدان

همدان – خبرنگار فرصت امروز: معاون بهره برداری شرکت آب و فاضلاب استان همدان اعلام کرد: میزان مصرف آب در شهر همدان نسبت به هفته گذشته بیش از ۱۰ درصد افزایش داشته که این موضوع سبب شده در برخی نقاط شهر افت فشار داشته باشیم.

به گزارش روابط عمومی آبیای استان همدان، حمیدرضا نیکداد گفت: در شهرهای دیگر مانند تویسرکان میزان مصرف آب تا ۲۰ درصد هم رشد داشته که خدمات رسانی را دچار چالش کرده است.

وی با اشاره به اینکه در حال حاضر خانه تکانی و شیوع بیماری کرونا با هم تقارن یافته است، تصریح کرد: تقارن بحث خانه تکانی و بیماری کرونا مصرف آب را بالا برده است که از مردم می خواهیم خانه تکانی را به زمانی دیگر موکول کنند تا خدمات ما دچار مشکل نشوند.

معاون بهره برداری شرکت آب و فاضلاب استان همدان با تأکید بر مدیریت مصرف آب، خاطر نشان کرد: در حال حاضر تولید آب شهر همدان هزار و ۵۴۰ لیتر در ثانیه بوده که نسبت به سال گذشته افزایش داشته است، وی افزود: در فصول مختلف میزان مصرف آب متفاوت است به طوری که در زمستان هزار و ۴۴۰ لیتر و در تابستان به هزار و ۶۰۰ لیتر در ثانیه هم می رسد اما در این چند روز نسبت به هفته های گذشته رشد مصرف داشتیم به طوری که میزان مصرف به هزار و ۵۴۰ لیتر رسیده است.

نیکداد با بیان اینکه در چند روز گذشته شاهد افت فشار به دلیل مصرف بالای برخی از مشترکین هستیم، یادآور شد: در سال های گذشته در ۲۸ اسفند شاهد چندین مصارفی بودیم اما امسال به دلیل همزمانی بیماری کرونا و خانه تکانی مصارف از ۱۰ اسفند افزایش داشته است.

وی در پایان با تأکید بر مدیریت مصرف، از مردم خواست در کنار رعایت بهداشت فردی، نگاهی به مدیریت مصرف آب داشته باشند. وی درباره رفع مشکل گل آلود بودن آب در برخی شهرستان های استان، تصریح کرد: در بارندگی های اخیر در چند قسمت از استان گل آلودگی آب داشتیم به طوری که در شهرستان نهاوند در منطقه گیان به دلیل اینکه آب از چشمه برداشت می شد گل آلودگی داشتیم و از مردم خواستیم استفاده نکنند و در تویسرکان نیز به دلیل اینکه آب از سد سرابی برداشت می شود در بارندگی ها دچار گل آلودگی شده بود که خوشبختانه رفع شده است.

با اتمام لایروبی بندرگاه هرمز محقق شد:

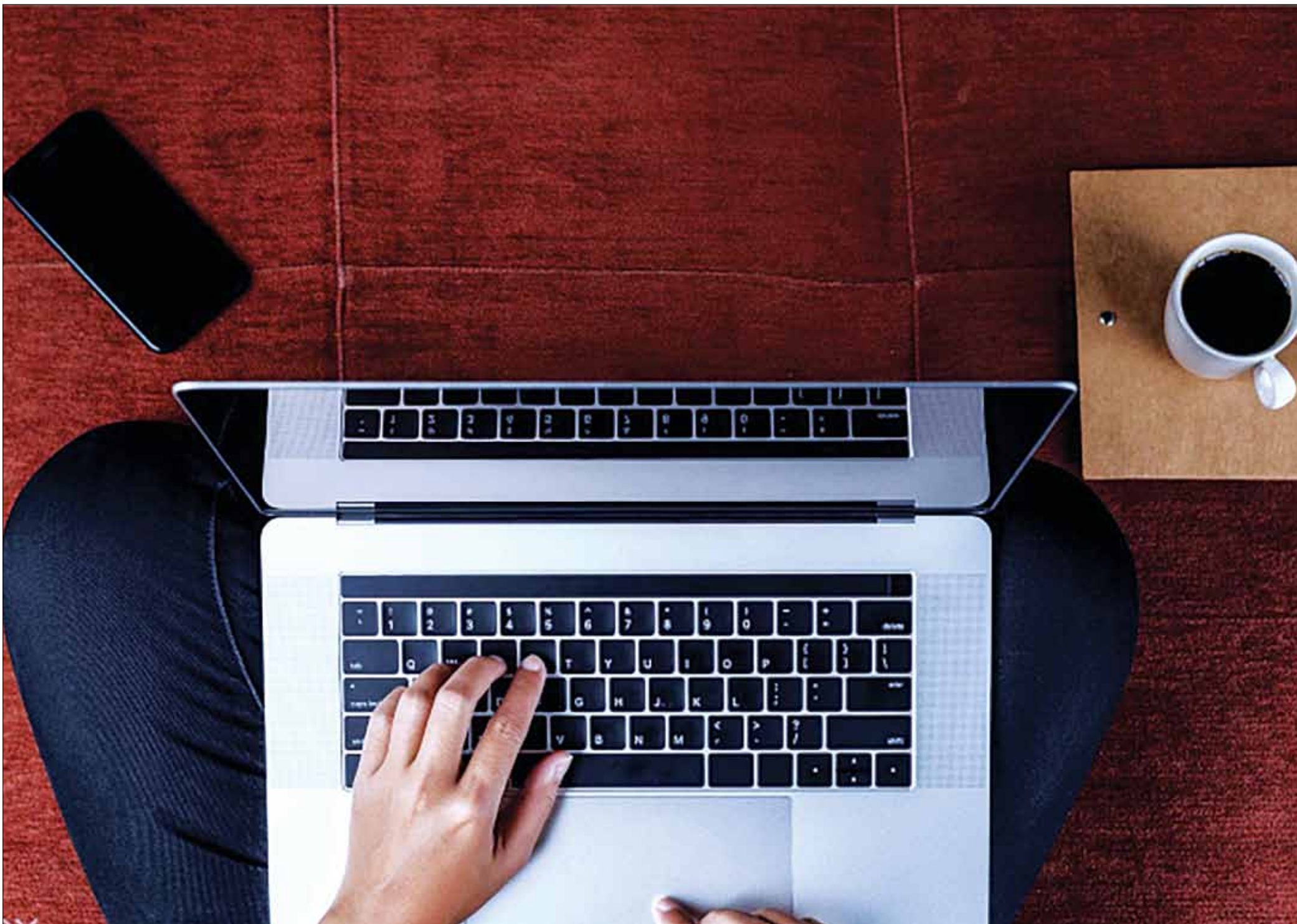
ارتقا ظرفیت بندرگاه برای پذیرش شناورهای ۱۵۰۰ تنی



بندرعباس – خبرنگار فرصت امروز: مدیر کل بنادر و دریانوردی هرمزگان گفت: لایروبی بندرگاه هرمز با هدف افزایش ضریب ایمنی عملیات بندری، ایجاد شرایط ایمن برای ورود شناورهای مسافری و خدماتتی، همچنین ارتقا ظرفیت برای پذیرش شناورهای ۱۵۰۰ تنی اجرا شده است. به گزارش روابط عمومی اداره کل بنادر ودریا نوردی هرمزگان،

"اله مراد غفیفی پور" با بیان اینکه ایجاد و توسعه زیر ساخت های دریایی، بندری و گردشگری چه زمانی که در قالب مسئولیت های اجتماعی و چه آنجا که در زمینه وظایف اصلی وحاکمیتی تعریف می شودبا سرعت مورد بررسی و ارزیابی فنی قرار می گیرد اظهار داشت: این وظایف همواره در جزایر و بنادر استان ارجح امور و اهم برنامه های سازمان بنادر و دریانوردی قرار است . وی با اشاره به جاذبه های دریایی، طبیعی و گردشگری متعدد در جزیره رنگین کمانی خلیج فارس افزود: چشم اندازهای طبیعی و تنوع رنگی جزیره هرمز مسافران زیادی را جذب نموده در این راستا لایروبی بندرگاه هرمز از نیمه دوم سال گذشته آغاز و طی هشت ماه صورت گرفت. غفیفی پور ضمن تشریح ابعاد مثبت اجرای طرح لایروبی بندرگاه هرمز اظهار کرد: با اجرای این طرح شرایط ایمن برای ورود شناورهای مسافری و خدماتی ایجاد و افزایش ظرفیت بندرگاه برای پذیرش شناورهای باری و خدماتی تا ظرفیت ۱۵۰۰ تن فراهم شده است و همچنین افزایش ضریب ایمنی عملیات بندری و مانور شناورها در محل ورودی و کانال دسترسی را مهمترین موضوع در اجرای این طرح عنوان کرد. این مقام مسئول یکی دیگر از اقدامات عمرانی انجام شده در بندرگاه هرمز را احداث دایک حفاظتی ساحلی در راستای صیانت از اراضی استحصال شده در مجاور بندر هرمز جهت جلوگیری از بازگشت رسوبات به حوضچه دانست و گفت: احداث سایبان گردشگری جزیره هرمز نیز به منظور رفاه حال مسافران به اتمام رسیده است. مدیر کل بنادر و دریانوردی هرمزگان به تکمیل زیر ساخت های گردشگری در دیگر جزایر نیز اشاره و خاطر نشان کرد: احداث مسیر های دسترسی به سایت های VTS جزایر لارک و هرمز با هدف ارتقاغ سطح ایمنی تردهای دریایی همچنین تکمیل زیر ساخت های افزایش ظرفیت گردشگری در اسکله های سهیلی،گورزین، شیب دراز، کندالو، هنگام و طبل را از دیگر اقدامات این اداره کل در حوزه عمرانی برشمرد.

دور کاری چیست و برای اجرای بهتر، به چه ابزارهایی نیاز دارد؟



تمرکز بر اشتراک فایل محسوب می‌شود که در نسخه‌ی رایگان، دو گیگابایت فضا در اختیار کاربر قرار می‌دهد. قابلیت دسترسی به دراپ‌باکس در پلتفرم‌های گوناگون دسکتاپ و وب و موبایل از قابلیت‌های کاربردی آن محسوب می‌شود. گیت از ابزارهای اشتراک کد محسوب می‌شود و گیت‌هاب یکی از پلتفرم‌های مشهور موجود است که از امکانات آن بهره می‌برد. قطعاً تیم‌های فنی در اکوسیستم کسبوکار ایران با گیت و گیت‌هاب آشنا هستند و شاید موقعیت فعلی، زمان مناسبی باشد تا کارایی‌های آن را برای همکاران خود نیز شرح دهند و بیش‌ازپیش برای اشتراک‌گذاری پروژه‌ها با بخش‌های دیگر از آن بهره ببرند. ابزارهای متفرقه و چندکاره دورکاری

قطعاً مطلبی که مخصوص معرفی ابزارهای دورکاری باشد و از ابزارهای جامع صحبتی به‌میان نیاورد، کامل نخواهد بود. برخی ابزارهای نرم‌افزاری کاربردهای چندگانه‌ای به کاربران ارائه می‌کنند که ازجمله ابزارهای پرطرفدار می‌توان به اسلک اشاره کرد که پایگاه کاربری درخورتوجهی هم در میان ایرانی‌ها دارد. اسلک قابلیت‌های متعددی به مدیریت تیم‌ها و پروژه‌ها ارائه می‌کند که خرید اشتراک‌های پولی آن را نیز برای کسبوکارهای ایرانی منطقی کرده است. کسبوکارهای مجهز به اسلک می‌توانند تیم‌های خود را به‌راحتی در محیط این نرم‌افزار مدیریت کنند که محیط کاربری آن در همه‌ی پلتفرم‌های رایج در دسترس قرار دارد. اضافه و حذف کردن اعضای گروه‌ها به‌راحتی در اسلک انجام می‌شود و محیط پیام‌رسانی آن نیز نیاز به نرم‌افزار جانبی را از بین می‌برد. به‌علاوه، سرویس اسلک به‌راحتی با ابزارهای متعدد همچون گوگل درایو و ترللو هماهنگ می‌شود و جابه‌جایی سند و پروژه بین آن‌ها را آسان می‌کند. از میان ابزارهای چندکاره‌ای که ادغام و هماهنگی بین ابزارهای ذکرشده را آسان می‌کنند، می‌توان به Zapier اشاره کرد که تقریباً با تمامی ابزارهای ذکرشده در این مقاله هماهنگی دارد و جریان کاری آسانی برای نیروی دورکار فراهم می‌کند. ابزار متفرقه‌ی دیگر Toggle نام دارد که در محیط کاربری ساده، مدیریت زمان پروژه‌ها و وظایف گوناگون را برای کارمندان آسان می‌کند. امروزه، ابزارهای سخت‌افزاری و نرم‌افزاری گوناگونی در دسترس مدیران و نیروی انسانی قرار دارند که دورکاری را آسان‌تر از همیشه کرده‌اند. ابزارهایی که در این مطلب اشاره کردیم، نمونه‌های ساده و در دسترس بودند که برای کسبوکارهای ایرانی پیشنهاد می‌شوند. قطعاً سازمان‌های بزرگ می‌توانند از نسخه‌های پیچیده‌تر و حتی سیستم‌های اختصاصی برای مدیریت نیروی دورکار خود استفاده کنند. در این میان، آن‌چه بیش از همه اهمیت دارد، مدیریت صحیح ارتباط با نیروی دورکار و تنظیم سیستم کاری آن‌ها برای بهره‌برداری بهینه است. شاید بحران پیش‌آمده در ایران به‌علت ویروس کرونا، بهانه‌ای باشد تا مدیران کسبوکار در کشور بیش‌ازپیش قابلیت‌های دورکاری را در سازمان‌های خود توسعه دهند و از مزایای آن در طولانی‌مدت بهره‌مند شوند.

منبع: zoomit

بیشتر از ترللو خواهد بود. تفاوت طرح‌های پولی و رایگان آسانا را در این لینک مشاهده کنید.

تسکولو یکی دیگر از ابزارهای مدیریت پروژه محسوب می‌شود که تیم توسعه‌ای داخلی دارد. باتوجه به همین موضوع، رابط کاربری و محیط تسکولو ظاهری آشناتر و آسان‌تر برای کاربران ایرانی دارد. به‌علاوه در نسخه‌ی رایگان، امکانات بیشتری هم در اختیار کاربران قرار می‌گیرد و تنها برای اضافه‌کردن کاربران بیشتر، مجبور خواهید بود هزینه پرداخت کنید. تفاوت طرح‌های پولی و رایگان تسکولو را در این لینک مشاهده کنید.

ابزار کاربردی دیگری که بیشتر برای مدیریت وظایف شخصی کاربرد دارد، Todoist است. اگرچه می‌توان از نسخه‌های رایگان ابزارهای یادشده نیز برای مدیریت وظایف شخصی استفاده کرد، Todoist به‌دلیل تمرکز روی این قابلیت، کاربرد بیشتری خواهد داشت.

ابزارهای اشتراک فایل و اسناد دورکاری

انجام انواع وظایف سازمانی در همه‌ی کسبوکارها به تولید و ویرایش فایل و اسناد نیاز دارد. نامه‌های اداری بخش مهمی از ساختار سازمانی هستند و امروزه، ابزارهای گوناگونی برای تولید و ویرایش آن‌ها در اختیار نیروی انسانی قرار گرفته است. فایل‌های رسانه‌ای نیز در ساختار کسبوکارها اهمیت پیدا کرده‌اند و تیم‌های فنی و نرم‌افزاری به ابزارهایی برای اشتراک کدهای خود نیاز دارند. همه‌ی این نیازها در وضعیت دورکاری افزایش پیدا می‌کنند و اهمیت استفاده از ابزار بهینه برای آن‌ها چندبرابر می‌شود.

گوگل درایو و ابزارهای وابسته به آن موسوم به G Suite از اولین گزینه‌هایی هستند که برای مدیریت فایل و اسناد به ذهن همه‌ی کاربران و مدیران خطور می‌کنند. گوگل درایو علاوه‌بر امکان بارگذاری انواع فایل‌ها در فضای وب و اشتراک آن‌ها در پلتفرم‌های گوناگون، ابزارهای ویرایشی و برنامه‌ریزی الزامی را نیز در اختیار کاربران قرار می‌دهد. گوگل داکس و گوگل شیت ازجمله ابزارهای کاربردی هستند که بسیاری از نیازهای اشتراک و ویرایش گروهی سند را برای نیروی انسانی برطرف می‌کنند. قابلیت ردگیری تاریخچه‌ی ویرایش سند در این ابزارها کارایی آن‌ها را بیشتر می‌کند.

فراموش نکنید ابزارهای همکاری بیشتری همچون برنامه‌ریزی تقویم و اسلاید در G Suite وجود دارند که ترکیب آن‌ها مجموعه‌ای کامل را به‌رایگان تا حجم محدود در اختیارتان قرار می‌دهد. امکان هماهنگ‌کردن گوگل درایو با ابزارهای دورکاری دیگر مانند ترللو، از مزیت‌های دیگر سرویس گوگل محسوب می‌شود. مایکروسافت با سرویس ۳۶۵ خود به‌طورجدی به بازار خدمات اشتراک سند وارد شد. ابزارهای این مجموعه همراه با مایکروسافت تیمز که بعداً به آن اشاره می‌کنیم، تنها برای مدت محدودی رایگان هستند و مشکلات خرید آن‌ها شاید کسبوکارهای داخلی را از استفاده از ابزار ردموندی‌ها منصرف کند.

دراپ‌باکس (Dropbox) از ابزارهای قدیمی و آشنای دنیای فناوری با

مزیت اصلی اسکایپ ورمقایسه با واتساپ است که تماس ویدئویی را به چهار کاربر محدود می‌کند. به‌علاوه، اسکایپ امکاناتی همچون اشتراک دسکتاپ را نیز در اختیار کاربران قرار می‌دهد که در هماهنگی‌های کاری بسیار کاربردی محسوب می‌شود. علاوه‌بر اسکایپ و واتساپ، سرویس‌های ویدئوکنفرانسی متعدد دیگری در دسترس کاربران قرار دارند که از میان آن‌ها می‌توان به Flock و Zoom اشاره کرد که امتیازهای چشمگیری در بررسی‌ها کسب کرده‌اند. البته در این مطلب تلاش می‌کنیم ابزارهای ساده را برای کسبوکارها معرفی کنیم تا انواع کوچک‌وبزرگ کسبوکارها، با سرعت بیشتری به دنیای دورکاری وارد شوند.

سازمان‌های بزرگ برای برقراری ویدئوکنفرانس با کیفیت بیشتر قطعاً به سخت‌افزارهای حرفه‌ای هم نیاز دارند. پیشنهاد می‌شود شرکت‌هایی که تاکنون سخت‌افزارهای ویدئوکنفرانسی تهیه نکرده‌اند، از الزام پیش‌آمده برای تأمین تجهیزات استفاده کنند. البته پیش از تهیه‌ی هرگونه سخت‌افزار باید از منطقی‌بودن قیمت کنونی آن‌ها باتوجه به افزایش تقاضا مطمئن شد. از میان سخت‌افزارهای اختصاصی ویدئوکنفرانس می‌توان به لاجیتک گروپ اشاره کرد که زومیت قبلاً آن را بررسی کرده است.

ابزارهای مدیریت پروژه‌ی دورکاری

در وضعیت دورکاری، مدیریت وظایف و پروژه‌های در حال جریان در کسبوکار اهمیتی دوچندان پیدا می‌کند و مدیران باید با دقت بیشتری فرایندها را کنترل کنند. ابزارهای مدیریت پروژه امروزه نه‌تنها برای دورکاری، بلکه برای تمامی کاربردهای سازمانی استفاده می‌شوند. درواقع، مدیریت سیستماتیک پروژه‌ها در حال حاضر نیازی الزامی در همه‌ی کسبوکارها محسوب می‌شود.

ابزارهای متعدد نرم‌افزاری در اختیار مدیران و کارمندان قرار دارند که در نسخه‌های گوناگون رایگان و پولی خدمات کاربردی ارائه می‌کنند. از ابزارهای مشهور و ساده‌ی مدیریت وظایف و پروژه می‌توان ترللو (Trello) را نام برد که محیط کاربری ساده‌ای را در تمامی پلتفرم‌ها اعم از دسکتاپ و وب و موبایل در اختیار کاربران قرار می‌دهد. نسخه‌ی رایگان ترللو بسیاری از نیازهای مدیریت وظایف را برطرف و امکان اضافه‌کردن افزونه برای هماهنگی بیشتر با ابزارهای دیگر همچون گوگل درایو، کارایی آن را دوچندان می‌کند. در صورت نیاز به قابلیت‌های بیشتر همچون امکان الصاق فایل با حجم زیاد یا مدیریت بهتر دسترسی‌ها، می‌توانید از نسخه‌ی پولی ترللو استفاده کنید که در این لینک تفاوت آن با نسخه‌ی پایه در دسترس قرار دارد.

آسانا (Asana) از دیگر ابزارهای مدیریت پروژه و وظایف محسوب می‌شود که در نسخه‌ی پایه و رایگان، امکانات بیشتری به کاربر ارائه می‌کند؛ ولی رابط کاربری آن به‌سادگی ترللو نیست و شاید امکانات بیشتر آن نیز موردنیاز همه‌ی کسبوکارها، به‌ویژه تیم‌های استارت‌آپی نباشد. ناگفته نماند ظاهراً دسترسی به آسانا نیز از داخل کشور مشکلاتی دارد و هزینه‌های نسخه‌ی پولی آن نیز

دورکاری در دوره‌ی کنونی که کارمندان باید حداقل حضور را در کنار یکدیگر داشته باشند، راهکاری کاربردی محسوب می‌شود که البته به ابزارهایی هم نیاز دارد.

دورکاری کلیدواژه‌ی اصلی این روزهای اکوسیستم کسبوکار است. شیوع ویروس کرونا در کشورهای متعدد جهان، به‌ویژه ایران، باعث شد بسیاری از کسبوکارها لزوم و اهمیت دورکاری را برای حفاظت از سلامت کارمندان و مدیران خود درک کنند. در حال حاضر، در اکثر استان‌های کشور پیشنهاد می‌شود سفرهای درون‌شهری به حداقل برسند و نیروی انسانی حداکثر فعالیت خود را به‌صورت دورکاری انجام دهد. در این میان، استفاده از ابزارهای کاربردی برای انجام بهتر فعالیت‌های دورکاری بسیار اهمیت دارد.

فریلنسرها به‌خاطر ماهیت کاری خود که لزوماً به حضور فیزیکی در محل کار نیازی ندارد، آشنایی بیشتری با ابزارهای دورکاری دارند. همچنین، شرکت‌هایی که تا همین چند وقت پیش حتی شاید نام دورکاری با ابزارهای مرتبط با آن را نشنیده بودند، نیاز بیشتری به استفاده از آن‌ها پیدا کرده‌اند. کارمندانی که به حضور در کنار همکاران و مدیران خود عادت داشتند، امروز باید بکوشند انواع فعالیت‌های خود را از خانه مدیریت کنند. در ادامه‌ی این مطلب زومیت، برخی از ابزارهای کاربردی دورکاری را معرفی می‌کنیم که در شاخه‌های اصلی ارتباط و مدیریت پروژه و اشتراک اسناد استفاده می‌شوند. البته ابزارهای سخت‌افزاری همچون کامپیوتر شخصی و گوشی هوشمند نیز از الزامات این دوره هستند که کمتر کارمندی را می‌توان بدون داشتن آن‌ها متصور شد.

ابزارهای ارتباطی دورکاری

ارتباط میان کارمندان سازمان مهم‌ترین نیاز آن‌ها محسوب می‌شود که در دوران لزوم دورکاری، اهمیت بیشتری پیدا می‌کند. کارمندانی که به جلسه‌های حضوری و مذاکره از نزدیک عادت داشتند، اکنون باید به ارتباط از راه دور عادت کنند. قطعاً تماس‌های تلفنی برای هماهنگی کارهای ساده اولین راهکاری هستند که به ذهن هر فردی خطور می‌کند؛ اما نباید از ظرفیت اپلیکیشن‌های پیام‌رسان نیز غافل شد که امکانات مناسبی برای برقراری تماس‌های صوتی و تصویری نیز فراهم می‌کنند.

در دوران الزام به دورکاری، بهره‌گیری از ویدئوکنفرانس یا تماس‌های کنفرانسی صوتی از راهکارهای کاربردی محسوب می‌شود. اپلیکیشن‌های متعددی امکانات ویدئوکنفرانس را در اختیار کاربران قرار می‌دهند که از میان آشناترین آن‌ها می‌توان اسکایپ و واتساپ را نام برد. باتوجه به دسترسی آسان کاربران ایرانی به دو اپلیکیشن مذکور، می‌توان آن‌ها را جزو گزینه‌های برتر برای اجرای ویدئوکنفرانس دانست.

اسکایپ از لحاظ امکانات تماس گروهی قابلیت‌های بیشتری در اختیار کاربران قرار می‌دهد و مجزایودن سرویس دسکتاپ و موبایل آن نیز مزیتی بهتر از واتساپ محسوب می‌شود. قابلیت برقراری تماس‌های کنفرانسی تا ۵۰ نفر،

چهار تعریف اساسی در بورس که هر سرمایه گذار بورسی باید بداند



می گذارند. تحلیلگران بنیادی تمام این عوامل را بررسی می کنند. هدف اصلی از این بررسی ها، رسیدن به قیمت واقعی اوراق بهادار است. با دانستن ارزش واقعی اوراق بهادار و مقایسه آن با قیمت فعلی، سرمایه دار متوجه گران تر یا ارزان تر بودن اوراق بهادار می شود.

تحلیل بنیادی در مقابل تحلیل تکنیکال قرار دارد. همان طور که اشاره شد، در تحلیل تکنیکال، سیر قیمت ها با تحلیل اطلاعات گذشته بازار، از قبیل قیمت و حجم، پیش بینی می شوند.

نکات کلیدی

- تحلیل بنیادی روشی است که قیمت واقعی یا عادلانه سهام را مشخص می کند.
- تحلیلگران بنیادی به دنبال سهام هایی هستند که گران تر یا ارزان تر از قیمت واقعی خود مبادله می شوند.
- اگر قیمت واقعی از قیمت بازار بالاتر باشد، سهام ارزان تلقی می شود و خرید سهام پیشنهاد می شود.
- تحلیلگران تکنیکال برخلاف تحلیلگران بنیادی، از بررسی ارزش واقعی سهام صرف نظر می کنند و روند تغییرات قیمت سهام در طول زمان را بررسی می کنند.

منبع: investopedia.com

تحلیل تکنیکال سهام و روندها چه مواردی را بیان می کند؟

تحلیل تکنیکال یک اصطلاح کلی است. این اصطلاح انواع استراتژی های مربوط به تفسیر رفتار قیمت سهام را در بر می گیرد. بیشتر تحلیل های تکنیکال مشخص می کنند که روند جاری بورس ادامه خواهد یافت یا خیر و در صورت ادامه نیافتن روند جاری، بازگشت از روند جاری چه زمانی اتفاق خواهد افتاد. برخی از تحلیلگران تکنیکال از نمودارهای خطی استفاده می کنند. برخی دیگر نمودارهای شمع دانی یا کندل استیک را ترجیح می دهند و عده ای از تحلیلگران نمودارهای میله ای حاصل از تصویرسازی ریاضی را به کار می گیرند. اکثر تحلیلگران تکنیکال ترکیبی از این ابزارها را برای تشخیص نقاط خروجی و ورودی بالقوه روند استفاده می کنند.

به عنوان مثال، با استفاده از نمودارهای میله ای می توان برای یک فروشنده استقراضی نقطه ورود را مشخص کرد؛ اما برای تشخیص احتمال سقوط، تاجر باید به نمودار سیر میانگین ها در دوره های زمانی مختلف نیز توجه کند.

۴. تحلیل بنیادی چیست؟

تحلیل بنیادی (FA) روشی برای سنجش ارزش واقعی اوراق بهادار از طریق بررسی عوامل مالی و اقتصادی مرتبط است. فاکتورهای کان اقتصادی مثل وضعیت اقتصاد و شرایط صنعت و عوامل خرد اقتصادی مثل اثربخشی و مدیریت شرکت از عواملی هستند که بر ارزش واقعی اوراق بهادار تأثیر

که فروش خصوصی سهام نیز ممکن است. این معاملات اساس هر سبد سهامی هستند.

- به مرور زمان، معاملات سهام در طولانی مدت از سایر روش های سرمایه گذاری پیشی گرفته اند.

۳. تحلیل تکنیکال چیست؟

تحلیل تکنیکال سهام و روندها به معنای مطالعه اطلاعات مربوط به بازار سهام از گذشته تا به امروز است. «قیمت» و «حجم» از جمله اطلاعات مربوط به بازار سهام هستند.

تحلیلگران تکنیکال به کمک اقتصاد رفتاری و تحلیل کمی، رفتار بازار در آینده را با استفاده از عملکرد گذشته بازار پیش بینی می کنند. الگوهای نموداری و شاخص های فنی (اماری) دو مورد از انواع رایج تحلیل تکنیکال هستند.

- تحلیل تکنیکال سهام و روند پیش بینی تغییرات قیمت، اطلاعات لازم برای کسب سود را در اختیار تاجران قرار می دهد.
- تاجران با اعمال تحلیل تکنیکال بر نمودارها، نقاط ورودی و خروجی را برای معاملات احتمالی شناسایی می کنند.
- فرض بنیادی تحلیل تکنیکال سهام و روند پیش بینی تغییرات این است که بازار تمام اطلاعات موجود را پردازش می کند و اطلاعات در نمودار قیمت گذاری نمود پیدا می کنند.

دنایای بورس دنیای اصطلاحات و مفاهیم تخصصی و گاهاً پیچیده است. درک مفهوم این اصطلاحات و استفاده بجا از آن ها برای سرمایه گذاران و فعالان بورس مفید و ضروری است. برای درک آنچه در دنیای بورس جریان دارد و موفقیت در بورس، باید با زبان رایج در بورس آشنا شوید. در این مقاله ۴ تعریف اساسی و رایج در بورس را خواهید خواند.

۱. بازار سهام چیست؟

بازار سهام یا بورس مجموعه ای از بازارها و مبادلات است که در آن فعالیت های معین خرید، فروش و انتشار سهام شرکت های سهامی عام انجام می شود. این فعالیت ها از طریق مبادلات رسمی سازمان یافته یا از طریق بازارهای فرابورس (OTC) هدایت می شوند. بازارهای فرابورس تحت مجموعه مشخصی از قوانین عمل می کنند. در کشورهایی که معاملات سهام و سایر اوراق بهادار مجاز است، ممکن است مکان های دیگری نیز برای معاملات سهام وجود داشته باشد.

دو اصطلاح بازار سهام و معامله سهام گاهی به جای هم استفاده می شوند؛ اما باید گفت که معامله و تبادل سهام، زیرمجموعه ای از بازار بورس است. وقتی کسی در بازار سهام معامله می کند، در واقع سهام یک یا چند معامله سهام – که بخشی از بازار سهام کلی هستند – را می خرد و می فروشد.

انواع بازار بورس در ایران عبارتند از: بورس اوراق بهادار، فرابورس، بورس کالا و بورس انرژی. بازار سهام یا بازار سرمایه عمدتاً محل معاملات سهام و سرمایه های تجاری است. صندوق قابل معامله (ETF)، اوراق قرضه شرکتی و اوراق بهادار مشتقه مبتنی بر سهام، کالا، ارز و اوراق قرضه از جمله اوراق بهادار مالی هستند که در بازار سهام مبادله می شوند.

مثالی برای درک بهتر مفهوم بورس یا بازار سهام

امروزه می توانید هر چیزی را به صورت اینترنتی بخرید؛ اما برای خرید هر کالای مشخص، بازار مشخصی وجود دارد. مثلاً برای خرید مبلتان، اولین جایی که به ذهن می رسد بورس مبلمان شهر محل سکونتتان است، برای خرید میوه به بازار میوه و سبزی یا تره بار مراجعه می کنید و یا مواد غذایی را از فروشگاه های مشخصی می خرید. این بازارهای مشخص جایی هستند که خریدار و فروشنده همدیگر را ملاقات می کنند. بازارها محل تعاملات تجاری و دادوستد هستند. بانوجه به اینکه تعداد فروشندگان در این بازارها زیاد است، قیمت ها هم متصفانه هستند. فرض کنید که در منطقه سکونتتان فقط یک میل فروشی وجود داشته باشد. این میل فروشی اجناس خود را به هر قیمتی که بخواهد، می فروشد؛ چرا که مشتریان برای خرید مبلمان گزینه دیگری غیر از این میل فروشی ندارند. اما وقتی تعداد زیادی از فروشندگان میل در بازار مشترکی فعالیت می کنند، برای جذب مشتری با یکدیگر رقابت می کنند. در چنین بازاری قیمت ها شفاف و مشخص است و فروشندگان اجناس خود را با نازل ترین قیمت به مشتریان عرضه می کنند. در معاملات آنلاین نیز خریدار، قبل از خرید، قیمت های پیشنهادی فروشندگان مختلف را مقایسه می کند و مناسب ترین گزینه را برای خرید ترجیح می دهد. چنین رویکردی فروشندگان اینترنتی را ملزم می کند که در قیمت گذاری متصفانه عمل کنند.

همانند سایر بازارها، بورس یا بازار سهام نیز بازاری است که برای خریدوفروش اوراق قرضه در محیطی امن، کنترل شده و مدیریت شده تعیین شده است. از آنجاکه در بازار سهام صدها هزار خریدار و فروشنده گرد هم می آیند، قیمت گذاری عادلانه و شفافیت در معاملات تضمین می شود. در بازارهای سهام قدیمی، سهام به صورت فیزیکی و روی کاغذ صادر و معامله می شد؛ اما امروزه با پیشرفت فناوری، صدور گواهی و معاملات در بازارهای سهام مدرن به صورت الکترونیکی انجام می شود.

۲. سهام چیست؟

سهام سندی است که نشان دهنده سهم و میزان مالکیت در شرکت صادرکننده سهام است. به واسطه سهام، برای صاحب سهام درمورد سرمایه ها و درآمدهای شرکت، حق ایجاد می شود. خریدوفروش سهام غالباً در بازار بورس انجام می شود؛ البته ممکن است این معاملات به صورت خصوصی نیز انجام شوند. خریدوفروش سهام اساس هر سبد سهامی است. برای محافظت از سرمایه سرمایه گذاران در برابر کلاهبرداری ها، معاملات سهام باید مطابق با مقررات دولتی انجام شود. تجربه نشان می دهد که در طولانی مدت، معاملات سهام برتر از سایر روش های سرمایه گذاری بوده اند. سهام را می توان از واسطه های اینترنتی سهام خرید. سرمایه گذاری در سهام تفاوت زیادی با سرمایه گذاری در املاک و مستقالات دارد.

نکات کلیدی

- سهام سندی است که نشان می دهد صاحب سهام در شرکت صادرکننده سهام حق مالکیت دارد.
- شرکت ها به منظور افزایش سرمایه لازم برای فعالیت، سهام خود را می فروشند. دو نوع اصلی سهام عبارتند از: سهام عادی و سهام ممتاز.
- خریدوفروش سهام به طور عمده در بورس سهام صورت می گیرد، هرچند

آگهی ابلاغ افراز شش دانگ قریه اندبیل پلاک ۱۹۰۹ اصلی واقع در بخش ۷ خاندبیل خلخال

نظر باینکه شرکت تعاونی مسکن فرهنگیان خلخال برابر درخواست کتبی بشماره وارده ۹۸/۱۳۶۸۷-۶۹۸/۱۰۲۵ تقاضای افراز مورد خریداری خود از شش دانگ قریه اندبیل پلاک ۱۹۰۹ اصلی واقع در بخش ۷ خاندبیل خلخال را نموده که برابر پرونده ثبتی پلاک مذکور، مقدار ۷/۵۰ فلس مشاع از یک شعیر ۲ و خردل و ۴ فلس مشاع از ۹۶ شعیر شش دانگ پلاک مذکور باسندنامه نموده عرصه و اعیان برابر سند رسمی شماره ۳۹۹۸۳-۹۸/۶/۳۰ دفترخانه ۶۵ خلخال به متقاضی انتقال قطعی یافته و نماینده ی شرکت مذکور اعلام نموده که از آدرس سایر مالکین مشاعی و نقل و انتقال احتمالی آن بی اطلاع است، لذا طبق ماده ۱۷ آیین نامه اجرایی مفاد اسناد رسمی از کلیه مالکین مشاعی و صاحبان حقیقی و حقوقی و سایر افرادی که به هر طریق خود را در ملک فوق ذیحق می دانند دعوت می شود راس ساعت ۸:۴۰ صبح روز دوشنبه ۹۸/۱۲/۱۹ که نماینده و نقشه بردار این اداره جهت انجام عملیات افراز به محل وقوع ملک عزیمت می نمایند در ساعت مقرر در محل وقوع ملک حاضر گردیده تا نقشه برداری ملک در حضور آنها انجام گیرد در ضمن عدم حضور مالکین مشاعی و صاحبان حق مانع عملیات افراز نخواهد شد تاریخ انتشار: روز چهارشنبه ۹۸/۱۲/۱۴

رئیس ثبت اسناد و املاک شهرستان خلخال- عیسی بدیهی

۴۴۲

آگهی آراء هیات حل اختلاف موضوع ماده یک قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمان های فاقد سند رسمی

در اجرای ماده ۳ قانون و ماده ۱۳ آئین نامه اجرایی قانون یاد شده اسامی افرادی که اسناد عادی یا رسمی آنان در هیات مستقر در اداره ثبت اسناد و املاک شیروان رسیدگی و تایید قرار گرفته جهت اطلاع در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز در دو نشریه آگهی های ثبتی (کثیرالانتشار و محلی) شرح ذیل آگهی می گردد.

۱- کلاسه پرونده ۴۰۷-۹۸ آقای ناصرمنصوری فرزند اسداله در چهار دانگ مشاع از شش دانگ یک باب ساختمان به مساحت ۸۶/۳۲ متر مربع قسمتی از پلاک شماره ۱۵۲۲ فرعی از ۴۴۹ و ۴۵۰ فرعی از ۲۱ اصلی مزرعه حصار خریداری از مالک رسمی آقای مصطفی مهدوی

۲- کلاسه پرونده ۴۱۵-۹۸ آقای اسداله منصوری فرزند ناصر در دودانگ مشاع از شش دانگ یک باب ساختمان به مساحت ۸۶/۳۲ متر مربع قسمتی از پلاک ۱۵۲۲ فرعی از ۴۴۹ و ۴۵۰ فرعی از ۲۱ اصلی مزرعه حصار خریداری از مالک رسمی آقای مصطفی مهدوی

۳- کلاسه پرونده ۴۰۸-۹۸ آقای مهدی چوبین فرزند براتعلی در شش دانگ یک باب ساختمان به مساحت ۱۰۳/۷۰ متر مربع قسمتی از پلاک ۱۵۲۱ فرعی از ۴۴۹ و ۴۵۰ فرعی از ۲۱ اصلی مزرعه حصار خریداری از مالک رسمی آقای مصطفی مهدوی

۴- کلاسه پرونده ۴۲۴-۹۸ آقای هادی یوسفی فرزند براتعلی در شش دانگ یک باب ساختمان به مساحت ۹۱/۵۳ متر مربع قسمتی از پلاک ۱۵۲۲ فرعی از ۴۴۹ و ۴۵۰ فرعی از ۲۱ اصلی مزرعه حصار خریداری از مالک رسمی آقای مصطفی مهدوی

به این وسیله به فروشندگان و مالکین مشاعی و اشخاص ذینفع در آرای اعلام شده ابلاغ می گردد چنانچه اعتراضی دارند باید از انتشار آگهی و در روستاها از تاریخ الصاق در محل تا دو ماه اعتراض خود را به اداره ثبت محل وقوع ملک تسلیم و رسید اخذ نمایند. معترضین باید ظرف یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض مبادرت به تقدیم دادخواست به دادگاه عمومی محل نمایند و گواهی تقدیم دادخواست به اداره ثبت محل تحویل دهند. در صورتی که اعتراض در مهلت قانونی واصل نگردد یا معترض گواهی تقدیم دادخواست به دادگاه عمومی محل ارائه ننماید اداره ثبت مبادرت به صدور سند خواهد نمود. ضمناً صدور سند مالکیت مانع از مراجعه متضرر به دادگاه نخواهد بود.

تاریخ انتشار نوبت اول: ۹۸/۱۲/۱۴
تاریخ انتشار نوبت دوم: ۹۹/۰۱/۱۵

صمد ابراهیم زاده
رئیس اداره ثبت اسناد و املاک شیروان

۴۴۲

آگهی تغییرات شرکت مزرعه سبز ملینا سهامی خاص به شماره ثبت ۴۸۵۵۸۶ و شناسه ملی ۱۴۰۰۵۵۳۳۰۹۰

به استناد صورت جلسه مجمع عمومی فوق العاده مورخ ۱۳۹۶،۰۵،۰۲ تصمیمات ذیل اتخاذ شد: تعداد اعضاء هیئت مدیره به ۲ نفر تغییر یافت و ماده مربوطه در اساسنامه اصلاح گردید.

سازمان ثبت اسناد و املاک کشور اداره ثبت شرکت ها و موسسات غیر تجاری تهران (۷۹۳۳۱۹)

آگهی تغییرات شرکت مزرعه سبز ملینا سهامی خاص به شماره ثبت ۴۸۵۵۸۶ و شناسه ملی ۱۴۰۰۵۵۳۳۰۹۰

به استناد صورت جلسه مجمع عمومی عادی بطور فوق العاده مورخ ۱۳۹۶،۰۵،۰۲ تصمیمات ذیل اتخاذ شد: زینب جلیلی شوطلو به شماره ملی ۲۸۰۰۲۷۲۳۶۷۷ به سمت: مدیر عامل و رئیس هیئت مدیره شیرین مهاجر به شماره ملی ۰۰۶۹۳۷۹۹۹۸ به سمت: نائب رئیس هیئت مدیره برای مدت دو سال انتخاب گردیدند. سیامک افزاره به شماره ملی ۲۸۰۰۴۳۸۶۷۳ سمت بازرس اصلی و طاهره فردوسی به شماره ملی ۰۰۷۹۸۵۳۶۳۳ به سمت بازرس علی البدل به مدت یک سال مالی انتخاب شدند. کلیه اوراق و اسناد بها دارو تعهد آوزاز قبیل چک، سفته، بروات و قراردادهای و عقود اسلامی و مکاتبات عادی و اداری با امضاء مدیر عامل منفرداً همراه با مهر شرکت معتبر است.

سازمان ثبت اسناد و املاک کشور اداره ثبت شرکت ها و موسسات غیر تجاری تهران (۷۹۳۳۲۰)





بررسی بهترین توصیه‌ها برای موفقیت در تاسیس کسب و کار

تاسیس کسب و کار تازه از نقطه صفر

به قلم: ایوان ویدجا یا کارشناس کسب و کار و صاحب سایت noobpreneur.com

ترجمه:علی آل‌علی

بسیاری از کارمندان و کارآفرینان در سراسر دنیا آرزوی شروع کسب و کار مربوط به خود را دارند. بدون تردید این امر دشواری‌های خاص خود را دارد، با این حال سالانه شمار بالایی از کارمندان با امید شروع کسب و کار شخصی‌شان اقدام به ترک شرکت محل کارشان می‌کنند. متأسفانه اغلب کسب و کارهای تازه در همان سال نخست شکست می‌خورند. این آمار در سراسر جهان یکسان است بنابراین رویای شروع کسب و کار شخصی برای اغلب کارمندان و کارآفرینان همراه با خطر شکست است.

امروزه کسب و کارهای تازه تاسیس به دنبال جلب نظر مخاطب هدف و ایجاد جاییگاهی برای خود از طریق استفاده از آخرین فناوری‌های بازاریابی و تبلیغات هستند. بدون تردید بازاریابی و تبلیغات کاربردی نقش مهمی در توسعه کسب و کار دارد، اما به تنهایی برای موفقیت در این عرصه کافی نیست. ما باید در تلاش برای ایجاد ارزش‌ها و معیارهای منحصر به فرد برندمان باشیم، فقط در این صورت امکان رقابت با سایر برندهای دارای سابقه در دنیای کسب و کار فراهم خواهد شد.

شما همیشه امکان تاسیس کسب و کار خود از صفر را دارید. این امر در صورت رعایت اصول فعالیت در محیط کسب و کار و استفاده از توصیه‌های کاربردی هیچ مشکلی برای شما ایجاد نخواهد کرد. خوشبختانه امروزه حوزه‌های بسیار زیادی برای فعالیت کارآفرینانه وجود دارد. نکته مهم در این میان استفاده از توصیه‌ها و راهنمایی‌های مطلوب برای توسعه کسب و کار است. در این صورت ما امکان تاسیس کسب و کارمان بدون دغدغه نسبت به شکست در سال نخست فعالیت را خواهیم داشت. در ادامه برخی از نکات مهم برای شروع کسب و کار از صفر را مرور خواهیم کرد.

۱. تمرکز بر روی مشتریان

ارتقای رابطهای شخصی و نزدیک با مشتریان در دنیای کسب و کار اهمیت بسیار زیادی دارد. امروزه برخی از برندها در تلاش برای ایجاد تمایز و فاصله میان خود و مشتریان هستند. این امر نه‌تنها مزیتی برای ما به ارمغان نخواهد آورد، بلکه تمایل مشتریان برای همکاری را نیز کاهش می‌دهد. ما همیشه باید نسبت به سلیقه و انگیزه مشتریان حساسیت داشته باشیم. تفاوت برندهای بزرگ در همین نقطه رقم می‌خورد. آنها توانایی بسیار بالایی برای ارزیابی نیازها و خواسته‌های تازه مشتریان به طور مداوم دارند. برندهای معمولی اما فقط در بازه‌های زمانی مشخصی این فرآیند را مدنظر قرار می‌دهند.

استفاده از ترندهای برتر برای تولید محصولات یا تعامل با مخاطب هدف اهمیت حیاتی دارد. استفاده درست از ترندها نیازمند شناخت دقیق و به‌روز مشتریان است. اغلب تیم توسعه و تحقیقات وظیفه این کار را برعهده می‌گیرد. به این ترتیب مشتریان با تجربه‌ای دلپذیر از تعامل با برندمان اقدام به معرفی ما به اعضای خانواده یا دوستان خواهند کرد. این امر نوعی بازاریابی رایگان و در عین حال تاثیرگذار برای برند ما محسوب می‌شود. امروزه هیچ کمپین بازاریابی توانایی اثرگذاری به مانند یک دوست یا عضوی از خانواده بر روی مخاطب هدف را ندارد بنابراین ما با ارائه خدمات باکیفیت امکان جلب نظر مخاطب هدف به گونه‌ای تاثیرگذار را خواهیم داشت.

۲. هرگز در حوزه بازاریابی ریسک نکنید

برخی از برندها برای بازاریابی بهتر از کارمندان کم‌تجربه‌شان به عنوان اعضای تیم بازاریابی استفاده می‌کنند. این امر اگرچه در نگاه نخست بسیار جذاب به نظر می‌رسد، اما در عمل هزینه‌های زیادی از نظر بازاریابی به همراه دارد. افراد ناشنا به حوزه بازاریابی توانایی طراحی کمپین‌های تاثیرگذار را ندارند. به این ترتیب سرمایه ما به طور مداوم به هدر خواهد رفت. نتیجه این امر اتلاف بودجه‌های کلان برای افزایش مهارت کارمندان غیر حرفه‌ای در حوزه کسب و کار است. اگر ما از همان ابتدا برخی بازاریاب‌های کارکشته را استخدام کنیم، امکان کسب موفقیت به شیوه‌ای بهتر و کم‌هزینه‌تر را خواهیم داشت.

ما به عنوان صاحب یک کسب و کار باید درصدی از درآمد ماهانه‌مان را به عنوان بودجه بازاریابی کنار بگذاریم. برندهای بزرگ نیز بدون بازاریابی مناسب در بازار رقابتی کنونی جایی نخواهند داشت. نکته مهم در این میان انتخاب الگوی بازاریابی مناسب برای برندمان است. بسیاری از صاحبان کسب و کار در این زمینه اشتباه عمل می‌کنند بنابراین ما باید از راهنمایی افراد حرفه‌ای در این زمینه استفاده کنیم. توصیه من همکاری با برخی از کارشناس‌های حرفه‌ای در حوزه بازاریابی به منظور انتخاب الگوی بازاریابی بهتر است. این امر ما را از تجربه و دانش تیم‌های بازاریابی حرفه‌ای بهره‌مند خواهد ساخت.

۳. فرآیند بازاریابی را در دست بگیرید

استفاده از خدمات آژانس‌های بازاریابی امکان توسعه کسب و کار در مدت زمانی محدود را فراهم می‌کند، با این حال تمام کسب و کارها امکان استفاده از این گزینه را ندارند. کسب و کارهای تازه تاسیس همیشه با مشکل بودجه برای حوزه بازاریابی مواجه هستند. یکی از راهکارهای مناسب برای صرفه‌جویی در هزینه‌های جاری تلاش برای مدیریت امور بازاریابی به صورت درون شرکتی است. این امر با استفاده از کارمندان نامتخصص در بخش بازاریابی تفاوت دارد. اغلب صاحبان کسب و کارهای تازه تاسیس در ابتدای مسیر کسب و کار صرف نظر از بودجه بخش بازاریابی به منظور ساماندهی این بخش بدون نیاز به آژانس‌های بازاریابی می‌کنند. این نکته با توجه به شرایط ناپایدار درآمدی در ماه‌های نخست فعالیت کاری منطقی به نظر می‌رسد.

امروزه دوره‌های آموزشی بسیار زیادی در حوزه بازاریابی وجود دارد. نکته جالب اینکه اغلب کلاس‌های مذکور به صورت غیرحضور و آنلاین برگزار می‌شود. به این ترتیب ما با استفاده از ساعت‌های مردمان در طول روز امکان یادگیری مهارت‌های اساسی در حوزه بازاریابی را خواهیم داشت. این امر فعالیت برند ما در دنیای کسب و کار را همراه با موفقیت بیشتر می‌کند. اشتباه اغلب برندها در ابتدای مسیر کسب و کار صرف نظر از بودجه بخش بازاریابی است. به این ترتیب آنها به راحتی برای مدیریت بهینه سایر بخش‌ها قید بودجه بازاریابی را می‌زنند. توصیه من در این بخش توجه به حوزه بازاریابی حتی در ازای اختصاص بودجه کمتر به سایر حوزه‌هاست. اگر ما توانایی تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف از طریق بازاریابی درست را نداشته باشیم، به سرعت از بازار رقابتی حذف خواهیم شد. این امر در مورد کسب و کارهای تازه تاسیس اهمیت دوچندان دارد.

۴. توجه به توصیه‌های کاربردی کارشناس‌ها

استفاده از توصیه‌های کارشناس‌ها به معنای عدم کیفیت کاری مناسب ما نیست. فعالیت در حوزه کسب و کار برای کارآفرینان تازه‌کار همراه با نکات تازه است. ما برای مدیریت بهینه کسب و کار همیشه به توصیه‌های کاربردی نیاز داریم. در غیر این صورت به سرعت از دنیای کسب و کار حذف خواهیم شد. متأسفانه بسیاری از برندها در پی لجبازی‌های بچه‌گانه از دریافت توصیه‌های کاربردی خودداری می‌کنند.

کارشناس‌های کسب و کار در حوزه‌های مختلف حاصل سال‌ها تجربه و دانش حرفه‌ای‌شان را در اختیار برندها قرار می‌دهند. ما همیشه باید در تلاش برای استفاده از توصیه‌های کاربردی به منظور ارتقای هرچه بهتر کسب و کارمان باشیم. این مسیر از نسوی تمام برندهای بزرگ طی شده است. نکته جالب اینکه برندهای بزرگ هنوز هم از توصیه‌های کارشناس‌های حرفه‌ای در زمینه‌های مختلف با روی باز استقبال می‌کنند بنابراین ما هم باید عملکرد آنها در این حوزه را سرمشق قرار دهیم.

منبع: noobpreneur.com

فرصت امروز

روزنامه‌مدیریتی -اقتصادی

| چهارشنبه | ۱۴ اسفند ۱۳۹۸ | شماره ۱۵۰۷ | 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 روز نامه: WWW.FORSATNET.IR/REGULATIONS

WWW.FORSATONLINE.COM

INFO@FORSATONLINE.COM



every BIC
has a story



راهکارهایی ساده برای افزایش اعتماد به نفس

می‌کنند که توانایی انجام یک فعالیت برای طولانی‌مدت را ندارند که این تمرین می‌تواند خلاف موضوع را به اثبات رسانده و اعتماد به نفس از دست رفته را بازگرداند.

۶- کمک کنید

تنها افرادی می‌توانند به دیگران کمک کنند که توانایی داشته باشند. برای مثال فردی که فقیر محسوب می‌شود، نمی‌تواند کمک مالی به فرد دیگری داشته باشد. همچنین فردی که قدرت حل مسئله را ندارد، نمی‌تواند به مشکل دیگران رسیدگی کند. این امر نه تنها باعث می‌شود تا به جای تمرکز بر روی نقاط ضعف، بر روی نقاط قوت خود توجه کنید بلکه احساس فوق‌العاده‌ای را نیز در فرد ایجاد خواهد کرد.

۷- از فشار بیش از حد جلوگیری کنید

نکته‌ای که بسیاری از افراد از آن غافل هستند این است که آنها همه چیز را در کمترین زمان ممکن می‌خواهند، با این حال کنار گذاشتن عادت‌ی که سال‌ها در کنار شما بوده است، طی تنها چند روز امکان‌پذیر نخواهد بود. به همین خاطر ضروری است تا صبور باشید و به خود فرصت بدهید تا در نهایت به اعتماد به نفس مطلوب دست پیدا کنید. این امر در حالی است که اگر فشار بیش از حدی را بر روی خود داشته باشید، حتی سطح فعلی خود را نیز از دست خواهید داد.

۸- تمرین‌های ذهنی داشته باشید

اگرچه همواره توصیه می‌شود که برای افزایش اعتماد به نفس، ورزش مداوم سودمند خواهد بود، با این حال نکته‌ای که فراموش شده است این است که اعتماد به نفس پایین، یک مشکل روحی و ذهنی بوده و در این رابطه ضروری است تا به ورزش‌های مختص آن توجه بالاتری را داشته باشید. برای مثال مدیتیشن یکی از این موارد محسوب می‌شود. درواقع یک ذهن آرام، استرس کمتری را نیز خواهد داشت که این امر باعث می‌شود تا انجام هر فعالیتی با سهولت بالاتری همراه باشد و با ترس کمتری برای انجام آنها مواجه شوند. در نهایت توجه داشته باشید که اگر پس از رعایت این هشت اصل، هنوز هم با مشکل مواجه هستید، توصیه می‌-شود تا از کمک‌های یک روان‌پزشک استفاده کنید. درواقع برخی از ترس‌ها و عدم وجود اعتماد به نفس کافی، ریشه در مسائل روانی و اتفاقات گذشته دارد که چنین افرادی می‌توانند کمک بسیار خوبی را به شما کنند.

به قلم: کریم دان کارآفرین

مترجم:امیر آل‌علی

شاید این جمله مخالفان زیادی داشته باشد، با این حال به عقیده من سد اصلی در زمینه عدم موفقیت افراد، اعتماد به نفس پایین است. علت این امر به این خاطر است که با نگاهی به افراد موفق جهان، عملاً متوجه هیچ استعداد خاصی نخواهید شد که در دیگران امکان بروز آن وجود نداشته باشد، با این حال این افراد به عقیده اعتماد به نفسی که داشته‌اند موفق به شکوفایی استعداد خود و رسیدن به سطحی مطلوب شده‌اند. در این رابطه مکسول مالتز نویسنده مطرح جمله‌ای طلایی دارد که در آن عنوان می‌کند که اعتماد به نفس پایین درست به مانند راندگی با ترمز دستی کشیده شده است. حال سوالی که مطرح است این است که چگونه می‌توان در این رابطه بهبودهایی را شاهد بود. اگرچه می‌توان راهکارهای سخت و هزینه‌بر را نیز معرفی کرد، با این حال جامعیت اقدامات ساده برای همگان بیشتر بوده و می‌توان اطمینان داشت که توصیه‌ها حتما به اجرا گذاشته خواهد شد. در این راستا به بررسی هشت مورد منتخب خواهیم پرداخت.

۱-وضعیت مطلوب را تجسم کنید

در رابطه با قدرت ذهن، می‌توان ساعت‌ها صحبت کرد. در این رابطه بهترین جمله را ناپلئون هیل به کار برده است که آنچه را که ذهن بتواند تصور کند فرد به دست خواهد آورد، با این حال نکته‌ای که باید به آن توجه داشته باشید این است که در تجسم خود باید تا حد امکان با جزئیات رفتار کرده و آن را حتی برای یک روز متوقف نکنید. بدون شک این امر اگر برای هزاران نفر در جهان نتیجه‌بخش بوده است، برای شما نیز به این صورت خواهد بود. با انجام این اقدام پس از تنها دو هفته، شاهد اعتماد به نفسی متحول شده خواهید بود.

۲-تنها به دنبال تاییدشدن از جانب خودتان باشید

بسیاری از افراد زندگی خود را در حالی سپری می‌-کنند که نظر دیگران، به مراتب مهم‌تر از خودشان بوده و تلاش آنها در راستای راضی نگه داشتن سایرین است، با این حال آیا این اقدام درست است؟ درواقع از نشانه‌های عدم وجود اعتماد به نفس این است که به تایید دیگران نیاز داشته باشیم، با این حال با نگاهی

به افراد موفق متوجه این امر خواهید شد که آنها ایدا نیازی به این قضیه نداشته و تنها طبق معیارهای خود رفتار می‌کنند. به همین خاطر اگر تنها در تلاش برای رعایت اصول شخصی و کسب رضایت خودتان باشید، بدون شک تصورات غلط دیگران، تاثیر مخربی را بر روی شما نخواهد داشت. در نهایت ضروری است تا همواره در رابطه با خود مهربان بوده و از جملات انرژی بخش استفاده کنید.

۳-هر روز حداقل یک کاری را انجام دهید که از آن وحشت دارید

تقریباً تمامی ترس‌های ما بی‌مورد بوده و لازم است تا برای رفع آنها برنامه‌ریزی داشته باشید. درواقع به هر میزان که ترس کمتری را داشته باشید، اعتماد به نفس بالاتری را نیز تجربه خواهید کرد. همچنین این امر که با ترس‌های خود رو به رو شوید، حس جسارت و جنگ‌جو بودن را در افراد افزایش خواهد داد. به همین خاطر این اقدام، یک تمرین فوق‌العاده محسوب می‌شود. به همین منظور ضروری است هر روز یکی از ترس‌های خود را انتخاب کنید. نکته‌ای که ذکر آن در این بخش ضروری است این است که برخی از ترس‌ها به بیش از یک روز زمان نیاز دارند. به همین خاطر خود را صرفاً به آن محدود تصور نکنید.

۴-از توصیه‌های دیگران استفاده کنید

با کمی جست‌وجو بدون شک افرادی را پیدا خواهید کرد که مشکل شما را داشته‌اند. با انجام راهکارهای آنها شما می‌توانید این معضل را بهتر رفع کنید. در نهایت تحلیل در این رابطه می‌-تواند یک راهکار فوق‌العاده باشد. درواقع بسیاری از افراد حتی دلیل اعتماد به نفس پایین خود را نمی‌دانند. به همین خاطر فکر کردن در رابطه با این موضوع، شما را متوجه بسیاری از موارد خواهد کرد. از این اطلاعات می‌توان برای برنامه‌ریزی بهتر برای افزایش اعتماد به نفس خود استفاده کنید.

۵-چالش‌های ۱۰۰ روزه ایجاد کنید

این امر که برای ۱۰۰ روز، یک اقدام را انجام دهید، یکی از راهکارهای بسیار جالب محسوب می‌-شود. برای مثال بسیاری از افراد چالش پیاده‌روی و ورزش صبحگاهی را اجرا می‌کنند. این امر باعث می‌شود تا با انجام یک فعالیت به صورت مداوم، اعتماد به نفس شما نیز افزایش پیدا کند. درواقع بسیاری از افراد تصور