

حرکت چراغ قرمز شاخص بورس تهران همچنان ادامه دارد

شاخص بورس تا کجایم ریزد؟

فرصت امروز: بازار سرمایه از نخستین روز این هفته وارد مدار نزولی شد و این روند نزولی در روز سه‌شنبه نیز ادامه داشت، به‌طوری که شاخص کل در این...

۵

دولت در بودجه سال آینده بیش از ۱۰ میلیارد دلار به واردات کالاهای اساسی اختصاص داده است

مصائب ارز دولتی در بودجه ۹۹

فرصت امروز: در حالی دولت در لایحه بودجه سال آینده، مبلغ ۱۰ میلیارد و ۵۰۰ میلیون دلار را با نرخ ۴۲۰۰ تومانی به واردات کالاهای اساسی اختصاص داده است که اقتصاددانان و فعالان اقتصادی همگی خواستار حذف ارز ترجیحی هستند و تجربه اجرای این سیاست در دو سال گذشته نیز به عینه نشان می‌دهد که اختصاص ارز ترجیحی با وجود نظارت‌ها تنها به فساد و رانت دامن زده است. در همین حال، نهاد پژوهشی مجلس نیز در تازه‌ترین گزارش خود با فعالان اقتصادی هم‌صدا شده و پیشنهاد داده است که «ارز ترجیحی برای تمام کالاهای اساسی حذف شود و اجرای سیاست حمایتی جایگزین، با استفاده از بخشی از منابع حاصل...

۲

چرا بازار متشکل ارزی هنوز راه‌اندازی نشده است؟

اما و اگرهای بازار متشکل ارزی

۴

مدیریت و کسب‌وکار



ارزش سهام اپل در یک روز
تقریباً ۸ درصد سقوط کرد

۸ پیشنهاد ساده برای اینکه یک مدیر موفق شوید!

خبر خوب دانش‌بنیان‌ها از نبرد با کرونا

مدیریت ستو کسب و کار حوزه دیجیتال

توسعه گام به گام پلتفرم بازی گوگل

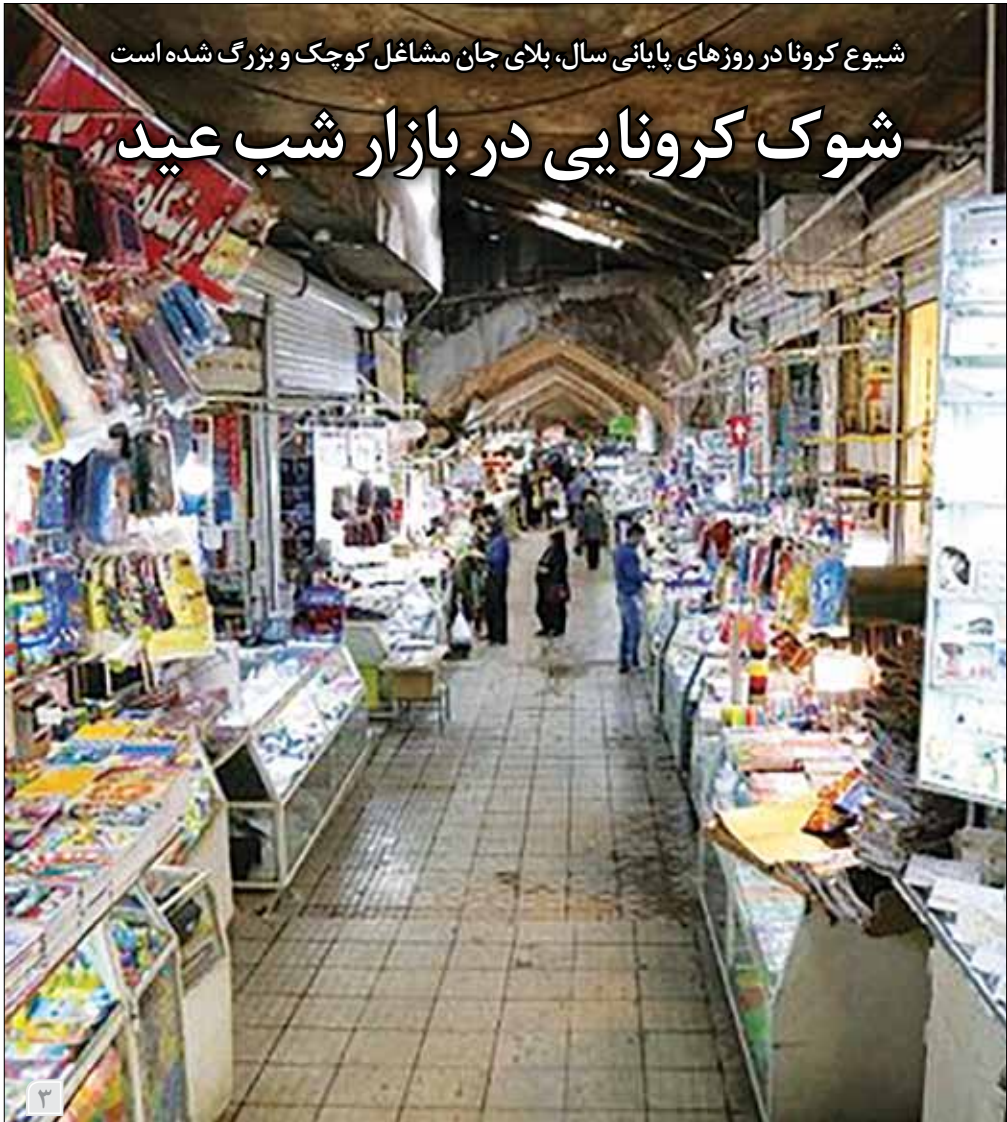
ارزش برند و روش‌های ارزیابی آن

الزامات بازاریابی در مراسم‌های مهم

۸ تا ۱۶

شیوع کرونا در روزهای پایانی سال، بلای جان مشاغل کوچک و بزرگ شده است

شوک کرونایی در بازار شب عید



پاسخ نخبگان و کارآفرینان به پرسش مجله «فورچن»

۸ ایده‌ای که دهه آینده را شکل می‌دهند

این امکان را می‌دهند که در شرکت‌ها کارآموزی کنند و سریع‌تر برای بازار کار آماده شوند. مثلاً در واشنگتن دی‌سی این روند در حال ریشه دواندن است: شرکت‌ها با دبیرستان‌ها، کالج‌های دولتی و دانشگاه‌ها همکاری می‌کنند تا دانش‌آموزان را برای مشاغل پردرآمد تکنولوژیک آماده کنند. در یکی از این همکاری‌ها ۳۰ هزار شغل در حوزه امنیت سایبری فقط در ویرجینیای شمالی وجود دارد که منتظر دانش‌آموزان تعلیم‌دیده است. در آمریکا کالج‌های دوساله منطقه‌ای که بعد از دبیرستان به دانش‌آموزان هر منطقه آموزش‌های فنی و ابتدایی را می‌دهند میان افراد بااستعداد یا پولدار آنچنان محبوبیت ندارند، اما حالا این کالج‌ها با همکاری با کسب‌وکارها فرصت‌های شغلی خوبی برای دانش‌آموزان ایجاد کرده‌اند. فراموش نکنید که سال گذشته بیش از سه چهارم آگهی‌های شغلی بانک ما در آمریکا نیاز به مدرک لیسانس نداشت. بازار کار در حال تحولی بنیادین است.»

۴ هفته‌ای ۴ روز کار بهتر است!

اندرو بارنز، کارآفرین نیوزیلندی می‌گوید: «با امکان دارد فقط با یک تغییر در وضعیت شرکت‌ها هم ضرر کمتری به محیط‌زیست برسد، هم شکاف جنسیتی در محل کار کاهش یابد، هم سلامت روان کارکنان بهتر شود و هم بهره‌روی بالا برود.» به علاوه چنین چیزی امکان دارد، آن هم با کاهش روزهای کاری در هفته امکان‌پذیر است! او سال پیش برای ۲۴۰ کارمند خود طرح هفته کاری ۴ روزه را اجرا کرد. بعد از یک دوره آزمایش به دقت مدیریت شده، بارنز متوجه شد میزان تعهد شغلی کارکنانش بعد از این تغییر ۴۰ درصد افزایش یافته است. او حالا کمک به شرکت‌ها برای درک این ماجرا را مأموریت اصلی خود قرار داده است.

بارنز کار دشواری پیش رو دارد. خودش می‌گوید: «اگر من وارد دفتر یک مدیرعامل می‌شدم و می‌گفتم می‌توانم با تجدید سازمان شرکت شما می‌توانم بهره‌وری را ۴۰ درصد بالا ببرم اکثر مدیران عامل بلافاصله به طرح من چراغ سبز نشان می‌دادند، اما اگر من وارد دفتر شما شوم و بگویم «می‌خواهم کارکنان‌تان کمتر کار کنند» واکنش اولیه این است: «شوخی می‌کنی؟». راز ماجرا این است که بتوانیم بین شکل کار کردن افراد در هفته ۴ روزه با هفته ۵ روزه تفاوت قائل شویم.»

بارنز متوجه شد که کارکنان وقتی بینند اگر کمتر در شبکه‌های اجتماعی وقت بگذرانند یا کمتر با هم حرف بزنند، می‌توانند جایزه یک روز تعطیلی را بگیرند با خوشحالی این کار را می‌کنند. مزایای این طرح برای شرکت‌ها، اقتصاد و جوامع خارق‌العاده است. این سیستم باعث می‌شود در ساعات شلوغی، ماشین‌های کمتری در خیابان باشند، ساعات کار انعطاف‌پذیر به زنان کمک می‌کند در رقابت برابر با مردان (چون باید به بچه‌ها هم برسند) بهتر عمل کنند و مشاغل سطح بالاتر بگیرند. در شرکت بارنز، بعد از معرفی سیستم هفته ۴ روزه، کارکنان عملکرد قبلی خود را حفظ کردند و همزمان کاهش ۷ درصدی استرس و افزایش ۲۴ درصدی در رضایت از توازن کار/زندگی گزارش شده است. بارنز به شرکت‌های خودروسازی آلمانی اشاره می‌کند که هفته کاری‌شان ۲۸ ساعته است و با یک تجربه جدید در مایکروسافت ژاپن که در آن مشخص شد چهار روز کار در هفته باعث افزایش ۴۰ درصدی فروش می‌شود. بارنز می‌گوید: «ایده اختیاری پنج روز کار در هفته

شد، زمانی که میلیون‌ها فریدمن اعلام کرد تنها هدف شرکت رساندن سود به سهامداران است. این فقط یک بخش از وظیفه شرکت‌هاست، نه همه آن. لغزش این ایده کار را به جایی رساند که موسسه «Business Roundtable» (تشکیل شده از مدیران عامل شرکت‌های آمریکایی) بعد از ۳۰ سال سجده به ایده فریدمن بالاخره اعلام کرد که «دیگر بس است!» حالا اکثر شرکت‌ها متوجه شده‌اند که نیاز به نگاه عمیق‌تری به مسئله هدف کسب و کار دارند. سنجش دستاوردهای یک شرکت اهمیت دارد چون اگر فقط یک چیز را حساب کنید (سود) در نهایت فقط همان یک چیز نصیب‌تان می‌شود. اگر یکی از اهداف یک شرکت کمک به مردم آفریقا باشد، آن وقت بهترین معیارهای کوتاه‌مدت برای فهم موفقیت یا شکست این هدف، میزان اشتغال‌زایی آن شرکت در آفریقا و میزان مالیات‌های پرداختی به دولت است. معیار بلندمدت هم این می‌تواند باشد که آیا سیاست‌های این شرکت محرک رشد دیگر شرکت‌ها و موسسات شده یا نه.

رهبری یک شرکت نقشی بسیار مهم در تعیین فرهنگ این سازمان دارد. اگر شما به شرکت‌های مهم ژاپنی نگاه کنید، می‌بینید که مدیران عامل و مدیران سطح بالا مثل کارکنان و کارگران عادی لباس می‌پوشند، آنها در بوفه مثل کارکنان عادی غذا می‌خورند و به همین خاطر است که موقع صحبت درباره شرکت و کارکنانش می‌توانند از کلمه «ما» استفاده کنند بدون اینکه باعث خنده شوند. مدیرعاملی که می‌خواهد مثل بقیه کارکنان شرکتش باشد باید کمی دست به فداکاری بزند: کمتر حقوق بگیرد، مثل بقیه کارکنانش مسافرت برود و با آنها غذا بخورد. اینها خیلی هم سخت نیست. جامعه ما به صورت اتوماتیک نجات پیدا نخواهد کرد. ما باید خودمان جامعه را نجات دهیم. هر زمان که جامعه از خط خارج می‌شود مسئولیت ما بر گرداندن اوضاع به حالت عادی است، اما ما این بار کند عمل کردیم. اگر ما کاری نکنیم فرزندان‌مان را به جامعه‌ای نابسامان، پریشان و آشفته پرتاب می‌کنیم. هرچه در این سیستم رده بالاتری داشته باشید مسئولیت‌تان هم بالاتر است.»

۴ آینده بازار کار: مدرک دانشگاهی از مد می‌افتد
جیمی دیمون، مدیرعامل جی‌پی‌مورگان چیس، بزرگ‌ترین بانک آمریکا می‌گوید: «گرفتن مدرک چهار ساله کالج تنها مسیر رسیدن به شغل پردرآمد نیست. این تفکر کهنه یکی از موانع رشد در آمریکاست که جلوی دسترسی گروه زیادی از افراد را به فرصت‌های شغلی می‌گیرد. ما باید راه‌های سنجیده‌تری را برای استخدام بهترین و بااستعدادترین افراد پیدا کنیم تا به نیازهای این اقتصاد به سرعت در حال تغییر پاسخ بدهیم. واقعیت این است که آینده مشاغل به مهارت‌ها مربوط خواهد بود نه فقط مدرک دانشگاهی. همین جا بگویم که ما همچنان برای مدرک کالج و بالاتر از آن ارزش قائل خواهیم بود و آنها از موضوعیت نخواهند افتاد، اما استعدادی که باعث رشد یک اقتصاد جهانی مثل اقتصاد ما می‌شود متنوع‌تر از اقتصاد دانشگاه‌دیده است. همه لازم نیست با چهار سال درس خواندن معمول در کالج مهارت لازم را کسب کنند.

حالا کسب‌وکارها با نهادهای آموزشی همکاری می‌کنند تا برنامه‌های درسی تازه‌ای را به وجود آورند و هم‌زمان به دانش‌آموزان

فرصت امروز: آیا پول کاغذی در دهه آینده به پایان راه خود می‌رسد؟ آیا پزشکی به سمتی می‌رود که در آن هر دارو ویژه هر شخص طراحی می‌شود؟ آیا به زودی گوشتی خواهیم خورد که کاملاً در آزمایشگاه تولید شده است؟ آیا کاپیتالیسم از بحران‌های پی‌درپی جان سالم به در می‌برد؟ اینها سوالاتی است که برای هر مخاطب دوراندیشی ممکن است پیش بیاید و ذهنش را درگیر کند. به همین خاطر، مجله «فورچن» از چندین متفکر و کارآفرین خواسته تا قد‌تمدن‌تری ایده‌هایی را معرفی کنند که دهه آینده را شکل می‌دهند. گزیده‌ای از ویژنه‌نامه «فورچن» را در ادامه گزارش حاضر می‌خوانید.

۴ شکاف بخش خصوصی و دولت کاهش می‌یابد

ماریانا مازوکاتو، اقتصاددان و استاد یونیورسیتی کالج لندن می‌گوید: «شانه‌های هشداردهنده از بد کار کردن بازار سرمایه در همه جا دیده می‌شود. سود شرکت‌ها را ببینید. در بلندمدت این سود افزایش پیدا کرده، اما سرمایه‌گذاری کاهش یافته. حالا به سطح نابرابری درآمدی و بیگاری جوانان نگاه کنید: افراد جوان با بدن‌های سر پا مهارت‌های لازم را ندارند تا در بازار کار رقابت کنند. هم‌زمان شرکت‌ها با نوسیدی دنبال نیروی کار بامهارت هستند.» از دید مازوکاتو، «تناقضاتی نظیر اینها نشانه این واقعیت است که هم بخش دولتی و هم بخش خصوصی راه خود را گم کرده‌اند. زمانی شراکت تقریباً بی‌درسری میان این دو بخش جریان داشت: دولت سرمایه پروژه‌های خصوصی تحقیق و توسعه را تامین می‌کرد و این ما را به دوران سفرهای فضایی و بعدتر عصر کامپیوتر و اینترنت رهنمون کرد، اما در صورتی که دولت‌ها نتوانند این رابطه را از نو برقرار کنند چشمه‌اینداعات خشک می‌شود و رشد اقتصادی کشورها و سود شرکت‌ها کاهش خواهد یافت. هم‌زمان نابرابری هم بدتر خواهد شد. مثلاً سال ۲۰۱۹ پنجاهمین سالگرد سفر انسان به مأمین حالا در یکی از دوره‌های از خط خارج تکنولوژیک انجام دهد. مأموریت آپولو ۱۱ مأموریت دست چپی‌ها یا دست راستی‌ها نبود. همه در آن دخیل بودند، بخش خصوصی کنار دولت مشغول به کار بود و تعداد زیادی از شرکت‌ها (مثل موتورولا، جنرال الکتریک و هانی‌ول) در رسیدن ما به ماه نقش حیاتی ایفا کردند.»

۴ نظام سرمایه‌داری می‌تواند نجات پیدا کند

سر پال کالیر، استاد دانشگاه آکسفورد و نویسنده کتاب «پنده کاپیتالیسم» می‌گوید: «من به کاپیتالیسم اعتقاد دارم. این تنها سیستمی در ۱۰ هزار سال اخیر است که توانسته استانداردهای زندگی را بالا ببرد، اما هدایت سرمایه‌داری با سیستم خلیبان خودکار جواب نمی‌دهد. سرمایه‌داری به صورت دروهای از خط خارج می‌شود و ما همین حالا در یکی از دوره‌های از خط خارج شدن قطار سیستم سرمایه‌داری زندگی می‌کنیم. جامعه اصولاً به تعداد زیادی نهادهای متفاوت نیاز دارد که بتوانند به لحاظ اخلاقی قطب‌نمای جامعه باشند. انسان‌ها به طور طبیعی خود را در گروه‌ها سازماندهی می‌کنند و مهم‌ترین گروهی که ما توانسته‌ایم روی زمین تشکیل بدهیم شرکت است. شرکت‌ها هم باید به لحاظ اخلاقی کم نیابوند و در اکثر تاریخ بشر شاهد چنین روندی بوده‌ایم.

اما این بخش کاپیتالیسم در دهه ۷۰ میلادی از ریل خارج

قدرت نگرفته. این روند را جوانانی به وجود آورده‌اند که می‌خواهند صدمه کمتری به محیط‌زیست بزنند. ما تاکنون چنین رفتاری از یک گروه بزرگ ندیده بودیم. البته نمی‌گوییم آنها به جریان غالب بدل شده‌اند، اما در مسیرش هستند. سرمایه‌گذاری سنگین در حوزه تولید گوشت آزمایشگاهی به همین خاطر ادامه خواهد یافت. (این گوشت برخلاف گوشت‌های گیاهی کنونی واقعاً مزه گوشت می‌دهد) گوشتی که با کشت سلولی در محیط کنترل شده به وجود می‌آید می‌تواند زمین را تغییر دهد. طی دهه آینده این ایده تجاری خواهد شد و باعث می‌شود گوشتخواری این جمعیت عظیم در دنیا ضربه کوچک‌تری به محیط زیست بزند. این حتی ارزان‌تر هم خواهد بود. بشر در طول تاریخ به یک شیوه به گوشت حیوانات دسترسی داشته، حالا این شیوه جدید همه چیز را تغییر می‌دهد.»

۴ دهه ۲۰۲۰: پایان عصر موتورهای درون‌سوز

کریستینا فیگورز، دبیر اجرایی چارچوب پیمان‌نامه سازمان ملل در تغییر اقلیم بین‌سال‌های ۲۰۱۰ تا ۲۰۱۶ می‌گوید: «در دهه ۲۰۲۰ ما شاهد آغازی بر پایان عصر موتورهای درون‌سوز خواهیم بود. این روندی چشمگیر است چرا که کل رشد اقتصادی ما طی ۱۵۰ سال گذشته بر پایه این تکنولوژی بوده و سوخت‌های فسیلی‌ای که آن را تغذیه می‌کردند. در طول چند سال اخیر جهان سرمایه‌گذاری سنگینی روی خودروهای الکتریکی و هیدروژنی انجام داده و این در طول دهه آینده شدت بیشتری خواهد گرفت.

فائونگ‌ناران در سطوح شهری، ایالتی و ملی کم‌کم متوجه خواهند شد که موتور درون‌سوز تکنولوژی‌ای است که هم در مقیاس جهانی و هم در سطح شهر باعث آلودگی جدی هوا می‌شود. دلیل اصلی آلودگی شهرهای ما سوخت‌های فسیلی‌اند که سالانه ۷ میلیون نفر را در دنیا می‌کشد. به علاوه اکثر تولیدکنندگان خودرو متوجه شده‌اند که تقاضا برای خودروهایی که دی‌اکسیدکربن کمتری تولید می‌کنند به طور جدی در حال شتاب گرفتن است. مشتریان هم کم‌کم متوجه می‌شوند که این خودروها هم تمام مزایای عملکردی موتورهای درون‌سوز را دارند بدون آنکه در سرفه‌های نگهداری و آلودگی آن را داشته باشند. این خودروها می‌توانند از صفر تا ۱۰۰ کیلومتر در ساعت را در ۲.۵ ثانیه برسند. شبکه‌های شارژ خودروها در حال گسترش پوشش خود هستند و در سال ۲۰۱۹ از قیمت باتری‌های آنها ۱۳ درصد کاسته شد. عده‌ای از تحلیلگران

پیش‌بینی کرده‌اند که هزینه خودروهای الکتریکی و بنزینی در همین سال ۲۰۲۰ برابر خواهد شد. فورد اخیراً اعلام کرده که خودروی شاسی‌بلند فورد موستانگ را تولید می‌کند که کاملاً الکترونیکی است. در این میان موتورسیکلت‌ها هم به سمت نیروی الکتریسیته شیف‌ت می‌کنند: موتورسواران حالا می‌توانند به پمپ بنزین‌ها در هند بروند، دیوار باتری‌های شارژشده را پیدا کنند، آن را با باتری خالی‌شان تعویض کنند و بعد از چند دقیقه راه خود را بروند. تا سال ۲۰۳۰ احتمالاً ما نخواهیم توانست خودرویی بخریم که معجزه به موتور درون‌سوز باشد. ما البته دوران گذاری ۱۰ تا ۱۵ ساله را خواهیم داشت که طی آن هر دو تکنولوژی کنار هم در جاده‌ها حضور خواهند داشت، اما تا سال ۲۰۳۰ من دوست دارم تکنولوژی موتور درون‌سوز را در موزه ببینم؛ موزه‌ای که نقش آن را در توسعه اقتصاد جهانی گرامی می‌دارد اما مشخص می‌کند که این تکنولوژی به تاریخ پیوسته است.»



کدام سازمان‌ها راحت‌تر از بحران عبور می‌کنند؟

 امی ادموندسون
 مدرس مدرسه کسب وکار هاروارد

آفتاب بهترین ضدغفونی‌کننده‌است، اما خلاف این موضوع هم صادق است. گوشه‌های تاریک و پنهان هر جایی، بهترین مکان برای رشد چیزهای وحشتناک است بنابراین شفافیت در مدیریت بحران، برای رهبران بحران حرف اول را می‌زند. چه چیزی را می‌دانید، چه چیزی را نمی‌دانید و برای بیشتر دانستن چه می‌کنید؟ پاسخ این سوالات را باید روشن کرد. از قدیم گفته‌اند که راز را نمی‌توان مدیریت کرد.

در هفته‌های اخیر، اخبار نگران‌کننده‌ای از شیوع کرونا منتشر شده است، اما بررسی خبرها نشان می‌دهد که علائم شیوع یک ویروس خطرناک از ماه دسامبر سال گذشته مطرح شده بود. با این حال، دولتمردان چین بیشتر به پنهان کردن اطلاعات و مسدود کردن جریان انتقال آن پرداخته‌اند. نتیجه اصلی این پنهان کاری، از دست رفتن شش هفته مهم در کنترل شیوع ویروس بود.

ممکن است بعضی بگویند «خب، این مسئله چین است و شفافیت را به غرب بسپارید»، اما ماجرا در ایالات متحده آمریکا هم خوب شروع نشده است. «واشنگتن‌پست» در یک مقاله نگاهی به گذشته انداخته است. در این مقاله، کارهای چند کشور غربی در زمان شیوع آنفلوآنزا در سال ۱۹۱۸ بررسی شده که نشان می‌دهد در غرب همان اشتباهات ۱۰۰ سال پیش در حال تکرار شدن است. اسپانیا، کشوری که در آن سال‌ها بیشترین تمایل را به افشای اطلاعات یا موارد ابتلا به بیماری در خاک خود نشان می‌داد، امروز از شهرت خوبی در این باره برخوردار نیست. آنفلوآنزای سال ۱۹۱۸ میلادی را آنفلوآنزای اسپانیایی هم می‌نامند، اما اوضاع امروز چگونه است؟ پنهان کردن اخبار بد در بیشتر سازمان‌ها دیده می‌شود، اما رهبران باتدبیر تشخیص می‌دهند که صحبت کردن درباره این اخبار، زودتر و صادقانه‌تر، یک استراتژی اصلی برای عبور سریع‌تر از بحران است. اعتبار را باید یک دارایی دید که در طولانی‌مدت به دست می‌آید. امروز انتشار اخبار بد به احتمال بیشتر سودآور است تا اینکه به کشورها لطمه بزند. چه برای رهبران، چه برای سازمان‌ها و ملت‌ها، سود آتی این کار بالاست. در واقع، در طولانی مدت به شما به عنوان یک شرکت، کشور یا ملت مورد اعتماد نگاه می‌شود؛ بازیگری که می‌توان به تعهد آن برای حل مشکلات پیش رو اعتماد کرد. انتخاب شفافیت در میانه بحران مستلزم آمادگی برای چیزی است که متفکر رشته مدیریت، «پیتر سنگ» آن را «بدرت پیش از بهتر» می‌داند. این یک الگوی قدیمی در نظام‌های پیچیده است. سازمان‌هایی که به طور جدی به دنبال بهبود عملکرد خود هستند، در آغاز کار، مردم را ترغیب می‌کنند تا صادقانه درباره مشکلاتی که می‌بینند، صحبت کنند. بدون برداشتن این گام، موفقیت در بهترین حالت یک توهم است. بدون وجود داده درباره چیزی که درست کار نمی‌کند، اصلاحات غیرممکن است. بدون داده، پیشرفتی هم در کار نیست.

شفافیت بدون اطلاعات بد از زمین و زمان می‌بارد، مثل گزارش درباره جرائم در شهرها، خطای پزشکی در یک بیمارستان یا پیدا شدن یک مورد تازه مبتلا به یک بیماری همه‌گیر، یعنی اولین مانع موفقیت از مسیر شما برداشته شده است. مردم با دسترسی به اطلاعات دقیق می‌توانند بر مهارت‌های مقابله با بحران تمرکز کنند.

هرچند دستیابی به اطلاعات دقیق، یک موفقیت زود هنگام در غلبه بر بحران تلقی می‌شود اما باهم مسائل دلسردکننده وجود دارد. اعداد ممکن است در مسیر اشتباه حرکت کنند. هدف ما این است که جنایت از بین برود، بیماران بهبود پیدا کنند و بیماری نابود شود اما نمی‌توان آرزوها و خواب و خیال‌های ما را استراتژی دانست. برای واقعی شدن این آرزوها و تبدیل آن به استراتژی، شفافیت یک ضرورت است.

شفافیت بدون نگرانی از عواقب و پیامدهای سوال پرسیدن، نگرانی‌های‌شان را مطرح کنند. غیر از این، اگر قرار است برای مدیریت بحران، عضوی از اعضای سازمان از بین برود، آن عضو کدام است؟ وقتی مخاطرات ناشی از بحران اوج می‌گیرد، در شرایط فقدان ایمنی روانی، خطری که افراد در سازمان‌ها و کشورها برای صحبت درباره بحران حس می‌کنند، بیشتر می‌شود. ۲۰ سال مطالعه درباره ارایی روانی نشان می‌دهد سازمان‌هایی که برای کارکنان در صحبت کردن درباره مسائل مربوط به بحران، مسیر مشخصی را ایجاد کرده‌اند، در مقابله با هر نوع چالشی، موثرتر بوده‌اند. با این حال، انتخاب شفافیت، چه در مرحله انتشار اخبار بد و چه در مرحله تعیین استراتژی و تأمین‌های روانی برای کارکنان، به شجاعت نیاز دارد. هوشمندی در تابستن این نکته که «برای رسیدن به اهداف، این شفافیت است که نقش مهمی ایفا می‌کند»، همه ماجراست.

تعداد مبتلایان به ۸۰۴۲ تن و جان‌باختگان به ۲۹۱ تن رسید آخرین توزیع استانی کرونا در ایران

آخرین خبرها از تعداد مبتلایان کرونا در ایران از ۸۸۱ مورد جدید حکایت دارد و در مجموع، شمار مبتلایان به ویروس کرونا تا ظهر سه‌شنبه به ۸۰۴۲ تن رسیده است. به گفته دکتر کیانوش جهانپور سخنگوی وزارت بهداشت، در ۲۴ ساعت گذشته و براساس آخرین نتایج آزمایش‌ها، ابتلای ۸۸۱ مورد جدید به کرونا قطعی شده است. او همچنین آمار کلی مبتلایان به ویروس کرونا در استان‌های مختلف را بدین شرح اعلام کرد: تهران ۲۱۱۴ نفر، قم ۷۵۱ نفر، گیلان ۵۲۴ نفر، اصفهان ۶۱۸ نفر، البرز ۳۳۹ نفر، مازندران ۸۸۶ نفر، مرکزی ۴۱۶ نفر، قزوین ۲۵۷ نفر، مازندران ۸۸۶ نفر، قزوین ۲۵۷ نفر، سمنان ۲۲۱ نفر، گلستان ۱۷۹ نفر، خراسان رضوی ۲۲۲ نفر، فارس ۱۵۱ نفر، لرستان ۱۷۶ نفر، آذربایجان شرقی ۱۴۶ نفر، خوزستان ۱۱۰ نفر، یزد ۱۲۷ نفر، زنجان ۷۹ نفر، کردستان ۷۸ نفر، اردبیل ۹۱ نفر، کرمانشاه ۵۱ نفر، کرمان ۴۰ نفر، همدان ۷۷ نفر، سیستان و بلوچستان ۴۰ نفر، هرمزگان ۶۹ نفر، خراسان جنوبی ۵۱ نفر، خراسان شمالی ۳۴ نفر، چهارمحال و بختیاری ۳۷ نفر، ایلام ۵۶ نفر، آذربایجان غربی ۷۳ نفر، کهگیلویه و بویراحمد ۱۱ نفر و بوشهر ۱۸ نفر.

سخنگوی وزارت بهداشت همچنین از فوت ۵۴ تن از مبتلایان کرونا در ۲۴ ساعت گذشته خبر داد و گفت: متأسفانه در ۲۴ ساعت اخیر، ۵۴ تن از مبتلایان جان‌شان را از دست داده‌اند؛ بنابراین، تا ظهر سه‌شنبه، ۵۴ جان‌باختگان این بیماری در کشورمان به ۲۹۱ تن رسیده است. از سوی دیگر خوشبختانه تاکنون ۲۷۲۱ تن بهبود یافته‌اند. گفتنی این مقام معظم رهبری را پیشنهاد وزیر بهداشت مبنی بر شهید خدمت محسوب شدن کادر پزشکی، پرستاری و خدماتی که در جبهه خدمت‌رسانی به بیماران مبتلا به کرونا جان خود را از دست داده‌اند، موافقت کردند.

دولت در بودجه سال آینده بیش از ۱۰ میلیارد دلار به واردات کالاهای اساسی اختصاص داده است

مصائب ارز دولتی در بودجه ۹۹



انتظار افزایش شدید در بازار ارز وجود ندارد. از طرف دیگر، درآمدهای دولت به شدت محدود شده است. کاهش درآمدهای ارزی به همراه عدم رشد تولید ناخالص داخلی، درآمدهای داخلی و خارجی دولت را کاهش داده و در نتیجه بودجه با کسری قابل توجهی مواجه است. به‌طوری‌که مهم‌ترین چالش کشور طی سال‌های آتی، پیش‌بینی درآمدها و منابع پایدار برای تأمین مالی کسری بودجه دولت است. به نظر می‌رسد کسری بودجه اصلی‌ترین عامل فزاینده پایه پولی و در نتیجه تورم خواهد بود که تأثیر آن بر گروه‌های آسیب‌پذیر به مراتب بیشتر از افزایش قیمت کالاهای اساسی است. در اقتصاد تومری، قیمت دارایی گروه‌های بالای درآمدی افزایش می‌یابد و این در حالی است که گروه‌های پایین‌رو به‌روز با افزایش در هزینه‌ها مواجه هستند.

بنابراین هرچند افزایش نرخ ارز اختصاص یافته به واردات کالاهای اساسی، باعث افزایش قیمت کالاهای اساسی خواهد شد، اما بار مالی و کسری بودجه ناشی از تداوم این سیاست، که درنهایت از محل پایه پولی تأمین می‌شود، باعث تورم بیشتری خواهد شد. براساس برآوردهای صورت گرفته، حذف ارز ترجیحی کالاهای اساسی منجر به افزایش شاخص قیمت مصرف‌کننده تا حدود ۶درصد خواهد شد. این در حالی است که تورم ناشی از ادامه سیاست ارز ترجیحی، که می‌تواند منجر به افزایش بیش از ۴۷ هزار میلیارد تومانی پایه پولی شود، در حدود ۱۱درصد خواهد بود که افزایش آن تا ۱۵درصد نیز قابل پیش‌بینی است.

نکته دیگر از نگاه مرکز پژوهش‌ها، این است که در حال حاضر بخش قابل توجهی از ارز کالاهای اساسی از طریق پایه پولی تأمین می‌شود. حتی در بدترین شرایط اگر بپذیریم که لازم است دولت برای تأمین کالاهای اساسی پایه پولی را افزایش دهد، گزینه بهتر آن است که این پایه پولی برای یک سیاست حمایتی افزایش پیدا کند تا تأمین ارز کالاهای اساسی، زیرا در حالت اول هم بازار را تحت تأثیر قرار می‌گیرد و هم اینکه بخش قابل توجهی از منابع در اختیار رانت‌جویان قرار خواهد گرفت.

در یک کلام، پیشنهاد مرکز پژوهش‌ها در این گزارش، حذف ارز ترجیحی برای تمام کالاهای اساسی و اجرای سیاست حمایتی جایگزین، با استفاده از بخشی از منابع حاصل از افزایش نرخ ارز است.

همچنین در این فرآیند، رانت توزیع شده بین واردکنندگان کالاهای اساسی قابل چشم‌پوشی نیست. در حالی که مصرف همه گروه‌های کالاهای اساسی در سال ۱۳۹۷ نسبت به سال ۱۳۹۶ کاهش داشته و احتمالاً با افزایش قیمت آنها، در سال ۱۳۹۸ نیز این کاهش ادامه داشته است، اما واردات کالاهای اساسی در سال ۱۳۹۸ نسبت به سال ۱۳۹۷ افزایشی بوده است. میزان رشد واردات برخی از این کالاها تا زمانی که مشمول دریافت ارز ترجیحی می‌شدند در کنار کاهش واردات آنها پس از خروج از شمول دریافت ارز ترجیحی، شاهد روشنی است که دلالت بر توزیع رانت قابل توجه ناشی از واردات این کالاها با نرخ ارز ترجیحی دارد. از سوی دیگر، صدمه واردشده به تولیدکنندگان داخلی کالاهای اساسی نیز از دیگر پیامدهای واردات این کالاها با ارز ترجیحی است. هزینه‌های تحمیل شده به کشور از محل تأمین ارز ترجیحی برای واردات کالاهای اساسی به حدی است که بازنگری در این سیاست را ضرورتی اجتناب‌ناپذیر می‌کند.

مرکز پژوهش‌ها در ادامه این گزارش می‌گوید: موافقان تداوم سیاست ارز ترجیحی، با این استدلال که اولاً با افزایش نرخ ارز ترجیحی کالاهای اساسی، قیمت این کالاها افزایش می‌یابد و ثانیاً سهم این کالاها در سبد مصرفی دهک‌های پایین درآمدی بیشتر است، تداوم این سیاست را به نفع اقشار محروم جامعه قلمداد می‌کنند. هرچند این استدلال تا حدودی درست و قابل قبول است و برخی از کالاهای اساسی مانند برنج خارجی سهم قابل توجهی در سبد غذایی گروه‌های آسیب‌پذیر دارند، اما نکته مهمی که در این استدلال مغفول است، وضعیت درآمدهای ارزی و به طور کلی، اقتصاد کشور در شرایط فعلی و به‌خصوص سال‌های آتی است. به گفته بازوی کارشناسی مجلس، اقتصاد ایران در سال‌های ۱۳۹۷ و ۱۳۹۸ با شوک ارزی ناشی از انباشت نقدینگی قبل در کنار تحریم‌ها مواجه شد که باعث افزایش شدید شاخص قیمت مصرف‌کننده گردید. بازار ارز تحت تأثیر تحریم‌ها و کاهش درآمدهای ارزی با نوسان زیادی مواجه شد و به نظر می‌رسد پس از طی این نوسانات به تعادل نسبی رسیده باشد. به‌طوری‌که اگر سیاست‌های داخلی شوک ارزی مجددی را تحمیل نکند و نرخ ارز متناسب با تورم افزایش ملایمی را داشته باشد،

فرصت امروز: در حالی دولت در لایحه بودجه سال آینده، مبلغ ۱۰ میلیارد و ۵۰۰ میلیون دلار را با نرخ ۴۲۰۰ تومانی به واردات کالاهای اساسی اختصاص داده است که اقتصاددانان و فعالان اقتصادی همگی خواستار حذف ارز ترجیحی هستند و تجربه اجرای این سیاست در دو سال گذشته نیز به عینه نشان می‌دهد که اختصاص ارز ترجیحی با وجود نظارت‌ها تنها به فساد و رانت دامن زده است.

در همین حال، نهاد پژوهشی مجلس نیز در تازه‌ترین گزارش خود با فعالان اقتصادی هم‌صدا شده و پیشنهاد داده است که «نرخ ترجیحی برای تمام کالاهای اساسی حذف شود و اجرای سیاست حمایتی جایگزین، با استفاده از بخشی از منابع حاصل از افزایش نرخ ارز صورت گیرد.»

اگرچه به اعتقاد دولتمردان، اختصاص ارز ۴۲۰۰ تومانی به واردات کالاهای اساسی با هدف جلوگیری از افزایش قیمت کالاها و بهبود معیشت مردم صورت می‌گیرد، اما دولت در تنگنای شدید ارزی به دلیل تحریم‌ها، در شرایطی مبلغ ۱۰ میلیارد و ۵۰۰ میلیون دلار را به واردات کالاهای اساسی اختصاص داده که این عدد در سال جاری ۱۴ میلیارد دلار بود و تخصیص آن مانع از رشد قیمت کالاهای اساسی نشد و کالاهای اساسی عمدتاً با نرخ ارز آزاد به دست مردم رسید.

به گفته مرکز پژوهشی مجلس، اختصاص ارز ترجیحی برای واردات کالاهای اساسی با نرخ ۴۲۰۰ تومان به ازای هر دلار، از ابتدای سال ۱۳۹۷ هزینه‌های بسیاری برای کشور دربرداشته است. نرخ ارز دو تا سه برابری سامانه‌های سنا و نیما نسبت به نرخ ارز ترجیحی باعث شده است تا دستیابی به ارز ترجیحی و واردات براساس این نرخ، سودآوری بسیاری دربرداشته باشد.

نهاد پژوهشی مجلس معتقد است که درآمدهای ارزی دولت از محل صادرات نفت و گاز در هشت ماهه نخست سال، تقریباً در حدود نصف ارز اختصاص داده شده به واردات کالاهای اساسی بوده و همین امر نشان می‌دهد که بخش قابل توجهی از ذخایر ارزی در دسترس کشور، در خدمت واردات کالاهای اساسی قرار گرفته است. تأمین این منابع از یک طرف منجر به افزایش بدهی ریالی دولت به بانک مرکزی می‌شود و از طرف دیگر منجر به افزایش تقاضای واردات کالای اساسی شده است.

فرصت امروز: «امنیت سرمایه‌گذاری» شاخصی است که در آن، متغیرهای اقتصاد کلان با ثبات یا قابل پیش‌بینی باشد، حاکمیت قانون برقرار باشد و اعمال شود، قوانین و مقررات، تصمیم‌های مسئولان و رویه‌های اجرایی کشور، باثبات باشند و به‌طور سهل و موفری اجرا شوند و در صورت ضرورت داشتن تغییر در هر یک از آنها، تغییرات قبلاً به اطلاع ذی‌نفعان برسد؛ همچنین اطلاعات مؤثر بر فعالیت‌های اقتصادی به‌طور شفاف و برابر در دسترس همه شهروندان باشد و نهادهای قضایی و انتظامی چنان مجهز و سالم و کارآمد باشند که هرگونه نقض حقوق مالکیت شهروندان، با استفاده بدون اجازه از دارایی فیزیکی یا معنوی دیگران، برای هیچ‌کس اعم از شخص حقیقی و حقوقی از جمله مسئولان کشور، مقرون به صرفه نباشد و شهروندان مالباخته بتوانند با مراجعه به نهادهای ذی‌صلاح، در کمترین زمان، مال از دست رفته خود را به همراه خسارت مربوطه دریافت کنند.

در همین راستا، تازه‌ترین پایش امنیت سرمایه‌گذاری از سوی مرکز پژوهش‌های مجلس نشان می‌دهد شاخص امنیت سرمایه‌گذاری در تابستان امسال، ۶٫۷ از ۱۰ بوده است. (عدد ۱۰ بدترین حالت است) این هفتمین سنجش فصلی شاخص امنیت سرمایه‌گذاری در ایران است که توسط نهاد پژوهشی مجلس ارزیابی شده است. امتیاز این شاخص در فصل بهار ۱۳۹۸ نیز ۶٫۷ محاسبه شده بود که نشان می‌دهد شاخص امنیت سرمایه‌گذاری در تابستان امسال نسبت به فصل قبل از آن، هیچ تغییری نداشته است. به عبارت دقیق‌تر، وضعیت کلی امنیت سرمایه‌گذاری در تابستان امسال نسبت به فصل قبل از آن یعنی بهار از نگاه فعالان اقتصادی مشارکت‌کننده در این پایش، در مجموع تغییر خاصی نکرده است.

بررسی شاخص امنیت سرمایه‌گذاری از فصل پاییز ۱۳۹۷ با کمیت ۶٫۴۳ و فصل زمستان ۱۳۹۷ با کمیت ۶٫۱۸ و فصل بهار ۱۳۹۸ با کمیت ۶٫۰۷ و فصل تابستان ۱۳۹۸ نیز با کمیت ۶٫۰۷ نشان‌دهنده مناسب‌تر شدن وضعیت نسبی این شاخص طی سه فصل گذشته است و بی‌ثباتی‌های سال ۱۳۹۷ به‌تدریج در شاخص امنیت سرمایه‌گذاری ایران کمرنگ می‌شود. عواملی چون ثبات در بازار ارز، روند کاهشی نرخ

گیلان، تهران و کردستان بدترین استان‌ها از نظر شاخص امنیت سرمایه‌گذاری هستند

تحولات امنیت سرمایه‌گذاری در تابستان امسال

طی فصول اخیر، نارضایتی و ابراز شکایت خود نسبت به عوامل اصلی هزینه‌زا و مختل‌کننده سرمایه‌گذاری و تولید را بیان کردند و انتظار می‌رود به این دو مورد مهم که عمدتاً در حیطه عملکرد قوه مجریه قرار دارد، توجه بایسته و شایسته صورت بگیرد.

این گزارش با استفاده از دو مجموعه داده‌های پیمایشی و آماری و شاخص کلی (ترکیب دو مجموعه داده پیمایشی و آماری)، تهیه شده است. براساس یافته‌های داده‌های پیمایشی در تابستان ۱۳۹۸، فعالان اقتصادی مشارکت‌کننده در این پیمایش از گیلان، همدان و سیستان و بلوچستان، نامناسب‌ترین ارزیابی و از استان‌های خراسان شمالی، قم و بوشهر مناسب‌ترین ارزیابی را از وضعیت امنیت سرمایه‌گذاری ارائه کرده‌اند.

اما پس از تلفیق داده‌های آماری و یافته‌های پیمایشی در این پژوهش، استان‌های گیلان، تهران و کردستان نامناسب‌ترین و استان‌های قم، خراسان شمالی و خراسان جنوبی مناسب‌ترین وضعیت را از نظر شاخص امنیت سرمایه‌گذاری نسبت به سایر استان‌ها در تابستان ۱۳۹۸ کسب کرده‌اند. این در حالی است که در ارزیابی شاخص امنیت سرمایه‌گذاری در فصل بهار، به ترتیب سه استان ایلام، خراسان جنوبی و قم جزو مناسب‌ترین‌ها بودند و سه استان تهران، گیلان و کهگیلویه و بویراحمد به ترتیب جزو نامناسب‌ترین استان‌ها ارزیابی شده بودند.

البته این احتمال وجود دارد که بخشی از نتایج، حاکی از فاصله میان ذهنیت فعالان اقتصادی (پیمایش) با داده‌های آماری اقتصاد ایران نیز باشد. انتظار می‌رود بخشی از این فاصله با افزایش تدریجی در حجم نمونه‌های قابل‌قبول پیمایش به حداقل قابل‌تعمیم (حدود ۱۱۴۷۰ مورد) کاهش یابد.

همچنین براساس نتایج این مطالعه، در تابستان امسال از بین ۹ حوزه فعالیت اقتصادی، فعالان اقتصادی در حوزه معدن (به‌جز نفت و گاز)، مناسب‌ترین ارزیابی و فعالان اقتصادی در حوزه‌های ارتباطات و توزیع (حمل‌ونقل، انبارداری، عمده‌فروشی و خرده‌فروشی)، نامناسب‌ترین ارزیابی را از وضعیت امنیت سرمایه‌گذاری ارائه کرده‌اند.

انرژی

گزارش آسوشیتدپرس از زور آزمایی نفتی عربستان و روسیه بازار نفت چگونه سقوط کرد؟

عربستان و روسیه که پس از آمریکا بزرگ‌ترین تولیدکنندگان نفت جهان به شمار می‌روند، در حالی وارد زور آزمایی نفتی با یکدیگر شده‌اند که شیوع ویروس کرونا اقتصاد بسیاری از کشورها را در آستانه رکود قرار داده است و پیش‌بینی می‌شود که تقاضای جهانی نفت در سال جاری میلادی نسبت به سال قبل کاهش یابد؛ اتفاقی که از سال ۲۰۰۹ تاکنون بی‌سابقه بوده است.

پس از آنکه روسیه در نشست اخیر اوپک و متحدانش (اتلاف نفتی موسوم به اوپک پلاس) از پذیرش طرح کاهش تولید نفت کشورهای عضو این ائتلاف امتناع کرد، عربستان به‌عنوان بزرگ‌ترین تولیدکننده نفت عضو اوپک طرف تنها چند ساعت تصمیم گرفت که تولید نفت خود را افزایش دهد و تخفیف‌های بیشتری را برای مشتریانش در نظر بگیرد. در پی این تحولات، قیمت هر بشکه نفت خام برنت دریای شمال در پایان معاملات دوشنبه بیش از ۲۴درصد کاهش یافت و به ۳۴.۵ دلار یعنی کمترین رقم آن در چهار سال اخیر رسید. در ۲۹ سال اخیر هر گرگ سابقه نداشته است که قیمت نفت ظرف یک روز معاملاتی تا این حد سقوط کند.

عربستان چه هدفی را در بازار نفت دنبال می‌کند؟

اولین هدف سعودی‌ها از افزایش تولید نفت و ارائه تخفیف‌های بیشتر به مشتریان خود این است که سهم خود در بازار نفت را حفظ کنند. هم عربستان و هم روسیه طی سال‌های اخیر شاهد این بوده‌اند که تولیدکنندگان نفت شیل در آمریکا بخشی از سهم آنها در بازارهای جهانی را در اختیار گرفته‌اند. کاهش قیمت نفت –که کاهش نفت در آمریکا را به دنبال خواهد داشت- به عربستان و روسیه کمک می‌کند تا مشتریان خود را حفظ کنند.

دومین هدف عربستان شاید این باشد که با پایین آوردن قیمت نفت، روسیه را دچار مشکل کرده و این کشور را وادار به تجدیدنظر در مواضع خود کند. تحلیلگران بانک ایتالیایی بونی کردیت، در این خصوص می‌گویند: «عربستان سعودی عملا یک جنگ قیمتی را علیه روسیه آغاز کرده است. سعودی‌ها مصمم هستند که نفت خود را با تخفیف بیشتری بفروشند تا سهم بیشتری از بازار به دست آورده و درآمدهای نفتی خود را حداکثر کنند. از طرفی به نظر می‌رسد که عربستان سعودی می‌خواهد جایگاه خود را به‌عنوان بزرگ‌ترین صادرکننده نفت جهان مستحکم‌تر کرده و در عین حال روسیه را نیز وادار کند که به پای میز مذاکره بازگردد.»

چرا روسیه از پذیرش کاهش تولید نفت خودداری کرد؟

به نظر می‌رسد که روسیه دیگر دلیلی برای کاهش تولید نفت و واگذار کردن سهم بیشتری از بازار به تولیدکنندگان نفت شیل در تگزاس و نیومکزیکو نمی‌دیده است. به گفته تحلیلگران، احتمالا حتی خود سعودی‌ها نیز می‌دانند که روسیه توانایی بیشتری برای کنار آمدن با قیمت‌های پایین نفت دارد. هم روسیه و هم عربستان برای تأمین بودجه عمومی خود به نفت وابسته هستند، اما مقامات روسیه می‌گویند که حتی نفت ۲۲ دلار۴۴ نیز برای حفظ توازن بودجه این کشور کفایت می‌کند، اما عربستان که اقتصادش تنوع کمتری دارد، طبق محاسبات کارشناسان صندوق بین‌المللی پول باید بتواند هر بشکه نفت را به قیمت ۸۰ دلار بفروشد تا دچار کسری بودجه نشود.

جنگ قیمتی بین عربستان و روسیه به هر دو کشور خسارت جدی وارد خواهد کرد، اما در این میان روسیه یک هدف بلندمدت را دنبال می‌کند: اعمال فشار بر صنعت نفت آمریکا. نام اندشید، مدیر بخش تحقیقات شرکت مشاوره اقتصادی MacroAdvisory در مسکو، درباره مخالفت روسیه با کاهش تولید نفت خاطرنشان می‌کند: «روس‌ها این کار را در راستای ملاحظات بلندمدت و راهبردی انجام می‌دهند. آنها بر این باورند که با این شیوه می‌توانند به سلامت مالی شرکت‌های تولیدکننده نفت شیل در آمریکا آسیب بزنند و از این طریق بخش قابل‌توجهی از ظرفیت تولید نفت در آمریکا را از مدار خارج کرده و رقابتی آمریکایی خود را از بازار نفت بیرون برانند. چیزی که در ذهن آنها می‌گذرد این است که اگر تولید نفت را کاهش دهند، تولیدکنندگان نفت در آمریکا بیش از همه منتفع خواهند شد بنابراین آنها تصمیم گرفته‌اند که رنج کوتاهمدت را به جان بخردن تا خسارت جدی به رقابتی اصلی خود وارد کنند.»

استفان اینس، استراتژیست ارشد شرکت خدمات مالی AxiCorp در سیدنی استرالیا، سناریوی دیگری را مطرح می‌کند. وی می‌گوید حتی ممکن است رئیس‌جمهور ولادیمیر پوتین به دنبال این باشد که قیمت‌های اخیر واشگتن علیه شرکت نفت دولتی «روس‌نفت» را با ضربه زدن به شرکت‌های نفتی آمریکا تلاقی کند.

عواقب جنگ قیمتی در بازار نفت چیست؟

قیمت‌های فعلی نفت می‌تواند فعالیت‌های تولیدکنندگان نفت شیل در آمریکا را محدود کند. روند نزولی قیمت نفت در سال‌های ۲۰۱۴ تا ۲۰۱۶ شرکت‌های نفتی فعال در میداین نفتی تگزاس و نیومکزیکو را دچار مشکل کرد. براساس محاسبات فدرال رزرو دالاس، ۵۰ دلار در هر بشکه حداقل قیمتی است که حفر چاه‌های جدید نفت در میداین نفت شیل در آمریکا را از لحاظ اقتصادی توجیه‌پذیر می‌کند. غول‌های نفتی آمریکا از جمله اکسون موبیل حتی با این رقم نیز حاضر به استخراج نفت شیل نیستند، به‌طوری که تعداد چاه‌های نفتی فعال در ایالت تگزاس آمریکا از ۵۵۳ حلقه در اکتبر ۲۰۱۸ به ۳۹۸ حلقه در ژانویه سال جاری کاهش یافته است. طی این دوره ۱۵ ماهه، حدود ۱۴هزار شئل در صنعت نفت ایالت تگزاس حذف شده است.

به گفته استفان اینس از شرکت خدمات مالی AxiCorp، با توجه به متوقف شدن روند رشد صنعت نفت شیل آمریکا به دلیل نبود سرمایه‌گذاری‌های جدید، احتمالا این صنعت در آینده با مشکلات جدی مواجه خواهد شد، اما «فاتح بیرول» مدیر اجرایی آژانس بین‌المللی انرژی معتقد است که صنعت نفت شیل آمریکا می‌تواند حتی در شرایط جدید هم دوام بیاورد، هرچند این صنعت با ریسک‌های زیادی مواجه است. این اقتصاددان ترکیه‌ای به کشورهای تولیدکننده نفت هشدار می‌دهد که نباید عجولانه برای افزایش چشمگیر تولید نفت خود تصمیم بگیرند.

حالا سوال این است که قیمت فراورده‌های نفتی چقدر تغییر خواهد کرد؟ در پاسخ باید گفت، در آمریکا قیمت بنزین مستقیما تابع قیمت نفت است بنابراین هر گونه کاهش قیمت نفت، با یک وقفه شش‌هفته‌ای منجر به کاهش قیمت بنزین در آمریکا خواهد شد. در حال حاضر قیمت هر گالن (۳.۸ لیتر) بنزین در این کشور ۲.۲۲ دلار است. در سال ۲۰۱۶ وقتی قیمت هر بشکه نفت به ۳۶ دلار سقوط کرد، میانگین قیمت هر گالن بنزین در آمریکا به ۲.۱۵ دلار رسید. کاهش قیمت بنزین بدین معناست که خانوارهای آمریکایی می‌توانند پول بیشتری را به خرید سایر اقلام اختصاص دهند. در کشورهای اروپایی اما اثر کاهش قیمت نفت کمتر در پمپ‌بنزین‌ها احساس خواهد شد، زیرا در اروپا بخش عمده قیمت بنزین را مالیات تشکیل می‌دهد. مثلا در آلمان قیمت هر لیتر بنزین ۱.۳۲ یورو (حدود ۱.۵ دلار) است که بیش از دوسوم این رقم، مالیاتی است که دولت بر بنزین وضع کرده است.

شیوع کرونا در روزهای پایانی سال، بلای جان مشاغل کوچک و بزرگ شده است

شوک کرونایی در بازار شب عید



رئیس‌جمهور، ضمن ابراز نگرانی در مورد وضعیت کسب‌وکارهای خدماتی، کوچک

و متوسط و بنگاه‌های بزرگ بالادستی، هشت پیشنهاد بخش خصوصی را مطرح کرد. او در این نامه خطاب به حسن روحانی با بیان اینکه کسب‌وکارهای خدماتی کوچک و متوسط حدود ۴۰درصد تولید ناخالص داخلی کشور را در اختیار دارند، نوشت: «با توجه به انتشار بیماری کرونا در سطح کشور امکان دارد شاهد بروز یک سکنه تقریبا گسترده در گردش مالی، ظهور بدهی‌های انباشته، نکول تعهدات مالی و بروز موجی از ورشکستگی‌ها و تعطیلی بعضی کسب‌وکارها باشیم.»

به گفته شافعی، «موج این شوک از بدنه کسب‌وکارهای خدماتی کوچک و متوسط و بنگاه‌های فعال در زمینه تجارت بین‌المللی به ساختارهای اقتصاد کلان و بنگاه‌های بزرگ بالادستی به ویژه نظام بانکی و مالی منتقل خواهد شد و در نتیجه متغیرهای اقتصاد کلان، همچون رشد، اشتغال و تورم را که به تازگی در مسیر احیا قرار گرفته بودند، مجددا وارد محدوده بحرانی می‌کند.»

رئیس‌ اتاق بازرگانی ایران در ادامه این نامه، چند پیشنهاد ارائه داده؛ از جمله تسهیل فرآیند ثبت‌سفارش، اعطای موقت فرصت واردات بدون انتقال ارز و اعطای فوری تسهیلات مالی آریز و ریالی برای تأمین مواد اولیه بنگاه‌های تولیدی و تأمین نیازهای وارداتی کشور برای پیشگیری، محافظت و مقابله با ویروس کرونا، ارتقای اولویت بازپرداخت بدهکاری و دیون دولت به بخش خصوصی در لایحه بودجه و نظام مدیریت مالی دولت، تمدید شش‌ماهه تمامی مزایا و معافیت‌هایی که موعد آنها به موجب مقررات موضوعه خاص تا پایان سال جاری بوده است، بخشودگی مالیات، حق بیمه تأمین اجتماعی و سایر عوارض (نظیر عوارض شهرداری‌ها و دهیاری‌ها) برای کسب‌وکارهای تولیدی و خدماتی خرد تا انتهای اردیبهشت‌ماه، امسال و تنفس شش‌ماهه وصول کلیه مطالبات بانک‌ها، دوایر دولتی و عمومی نظیر مالیات، حق بیمه تأمین اجتماعی و سایر عوارض (نظیر عوارض شهرداری‌ها و دهیاری‌ها) برای کسب‌وکارهای تولیدی و خدماتی خرد.

امهال اقساط تسهیلات و مصوبه شورای پول و اعتبار

با توجه به زبان سنگینی که کسب‌وکارها بعد از شیوع ویروس کرونا متحمل شدند، تصمیماتی در درون دولت و شبکه بانکی برای جبران این فشارها گرفته شد. اولین تصمیم که اواسط اسفندماه اعلام شد، مهلت‌دهی بانک مرکزی برای اقساط وام کسب‌وکارها و افراد عادی بود.

قربانی، معاون اقتصادی بانک مرکزی در تشریح جزئیات امهال اقساط تسهیلات کسب‌وکارها و قرض‌الحسنه گفت: «پیرو آثار منفی ویروس کرونا بر جامعه، کسب‌وکارها و بازار مالی کشور، بانک مرکزی در راستای حمایت از کسب‌وکارها اعم از حقیقی و حقوقی راهکارهایی در نظر گرفته که مصادیق آن قرار است به

کرونا بلای جان اقتصاد شده و در روزهای پایانی سال که عمداً روزهای پررونقی برای اغلب مشاغل است، شیوع این بیماری به کسب و کار بسیاری از فعالان تجاری، اصناف مختلف و کارگران آسیب رسانده است. با توجه به این شرایط سخت و دشوار، اقداماتی از سوی دولت و شبکه بانکی برای جبران این فشارها در نظر گرفته شده است.

به گزارش خبرآنلاین، «به بازار شب عید و فروش خوب از دو ماه قبل چشم داشتیم، جنس شب عید خود را هم خریده بودم، اما به دلیل نبود مشتری، مجبور به مرجوع کردن اجناس شدم.» این بخشی از اظهارات فروشنده‌گان و کسبه خرد در روزهای کرونایی و سوت و کور بازار شب عید است؛ اتفاقی که به نظر می‌رسد در ابتدای سال ۹۹ در صورت ادامه و عدم حمایت دولتی، منجر به افزایش چک‌های برگشتی و ورشکستگی بسیاری از کسبه خواهد شد.

کسبه از بازار کرونازده این روزها می‌گویند

فروشنده‌گان و تولیدکنندگان در مقابل این سوال که کرونا در کسب‌وکار شب عید شما چه تاثیری گذاشت، اکثرا از نبود نزدیک به ۹۰درصد مشتری صحبت کردند. یکی از فروشندگان تابلو و شیشه گفت: «بازار این‌قدر سوت و کور است که ما هر سال شب عید مجبور بودیم ۱۲ شب به زور به خانه برویم، حالا ساعت ۹ کرکه‌های مغازه را پایین می‌کشیم.» مدیر یک شیرینی‌فروشی در شرق تهران نیز گفت: «امسال در شیرینی‌فروشی را دم عید می‌بندم، الان هم شیرینی نمی‌بزم. هر سال این موقع اوج پخت شیرینی خشک بود، شیرینی‌های ریز. اما در یک هفته فقط یک مشتری داشتیم.» همچنین مدیر فروش یک شیرینی‌فروش در جنوب تهران هم گفت: «ما در قنادی در روزهای عادی روزی ۴میلیون درآمد داشتیم، اما

الان به زور روزی ۳۰۰ هزار تومان کار می‌کنیم.» در صنف تولید و فروش مبل‌مان نیز یکی از فروشندگان گفت: «در حال حاضر کسی اصلا تمایلی به خرید مبل‌مان ندارد. در یافت‌آباد و بازار میل پرند هم پر نمی‌زند. در بازار میل دلاوران هم وضعیت به همین شکل است.» یک آجیل‌فروشی هم می‌گوید: «۲۸ میلیون تومان آجیل خریده‌م؛ فکر نکنم یک میلیون تومان هم فروش داشته باشم.»

در این میان، کسبه و تولیدکنندگان، انتظاراتی را مطرح می‌کنند؛ از جمله اینکه: «یکی از کارهای خیلی خوبی که دولت می‌تواند انجام دهد، این است که یک ماه تمامی اقساط بانکی رو به تاخیر بیندازد. واقعا در این وضعیت پولی درنمی‌آید که بخواهیم قسط بدهیم، اجاره مغازه هم که بماند.»

پیشنهاد بخش خصوصی برای حمایت از کسب‌وکار

پیش از این، غلامحسین شافعی، رئیس اتاق بازرگانی ایران در نامه‌ای به

با وام ۲۴۰ میلیون تومانی در کدام مناطق تهران می‌توان خانه خرید؟

مسکن در کل کشور بودیم که قطعاً برخی از متقاضیان با استفاده از وام خانه‌دار شده‌اند. هرچند وام ۲۴۰ میلیون تومانی قدرت پوشش‌دهی قیمت مسکن در شهر تهران با توجه به میانگین قیمت در پایتخت (۱۴ میلیون و ۴۰۰ هزار تومان در هر متر مربع) را ندارد اما تسهیلات ۲۰۰ میلیون تومانی می‌تواند تا حدودی در شهرستان‌ها کارساز باشد.

آمار اتحادیه مشاوران املاک نشان می‌دهد طی ۲۹ روز ابتدای بهمن ماه امسال ۶۱۰ هزار و ۵۱۰ مبایعه‌نامه منعقد شده که نسبت به دی‌ماه امسال ۹درصد و نسبت به بهمن ماه پارسال ۱۱درصد افزایش داشته است. ماه گذشته نیز قراردادهای خرید و فروش در کل کشور ۱۹درصد نسبت به آذرماه بالا رفته بود. در شهر تهران نیز براساس گزارش بانک مرکزی ۱۳ هزار و ۲۶۴ قرارداد خرید و فروش مسکن به امضا رسید که نسبت به ماه قبل ۲۴درصد و زمان مشابه سال قبل ۴۲درصد افزایش نشان داد.

از سوی دیگر تسهیلات پرداختی به حوزه خرید و ساخت مسکن در بهمن ماه ۱۳۹۸ رشد نسبی را نشان می‌دهد. آنطور که بانک مسکن اعلام کرده ماه گذشته در حوزه تسهیلات خرید مسکن، افزایش تقاضا هم در تهران و هم در سایر شهرها باعث شد ۱۷هزار و ۴۵۹ فقره تسهیلات به ارزش بیش از یک هزار و ۳۵۰ میلیارد تومان به مشتریان بانک مسکن پرداخت شود. تعداد تسهیلات پرداختی برای خرید مسکن در بهمن امسال ۹درصد نسبت به بهمن سال گذشته افزایش پیدا کرد.

رشد معاملات مسکن که به معنای افزایش تقاضای موثر در این بازار است تا حدودی می‌تواند تحت تاثیر بهبود نسبی سقف تسهیلات خرید مسکن طی دو سه ماه اخیر باشد. همزمان با افزایش سقف تسهیلات خرید مسکن از طریق اوراق وام جعاله نیز افزایش یافت. از آنجا که امکان دریافت همزمان این دو نوع تسهیلات برای خرید مسکن تحت ضوابط مشخص وجود دارد، افزایش همزمان سقف‌های این دو تسهیلات توانسته به تحرک معاملاتی در بازار خرید مسکن منجر شود.

با وجود آنکه سقف تسهیلات خرید مسکن از طریق اوراق در تهران به ۲۴۰ میلیون تومان افزایش پیدا کرده، اما مطابق آخرین قیمت‌ها در این کلانشهر تسهیلات مذکور فقط ۳۳درصد از قیمت یک واحد ۵۰ متری را در پایتخت پوشش می‌دهد.

به گزارش ایسنا، بخشی از افزایش ۱۱درصدی حجم معاملات مسکن کل کشور در بهمن ماه امسال می‌تواند ناشی از افزایش سقف تسهیلات خرید باشد.

مطابق اعلام بانک مسکن تسهیلات خرید مسکن در بهمن ماه امسال نسبت به بهمن ماه سال گذشته ۹درصد رشد داشته است.

هرچند پرداخت تسهیلات خرید مسکن با نرخ سود پایین، یکی از مهم‌ترین راهکارها برای خانه‌دار شدن مردم در کشورهای توسعه‌یافته است، وام ۱۶۰ میلیون تومانی مسکن یکم و ۲۴۰ میلیون تومانی اوراق تاثیر چندانی در بازار مسکن شهر تهران ندارد. به خصوص اینکه قیمت خانه طی سه ماه گذشته در پایتخت ۱۴درصد افزایش یافته و به میانگین ۱۴ میلیون و ۴۰۰ هزار تومان در هر متر مربع رسیده است. با این وجود روز چهارم دی ماه ۱۳۹۷ شورای پول و اعتبار با افزایش سقف تسهیلات خرید یا ساخت مسکن از طریق اوراق تسهیلات موافقت کرد که از ۱۷ دی ماه اجرایی شد. این نوع وام تا پیش از این برای زوجین تهرانی ۱۲۰ میلیون تومان بود که به ۲۴۰ میلیون تومان افزایش پیدا کرد. بدین ترتیب به متقاضیان فردی و زوجین تهرانی در مجموع ۱۴۰ و ۲۴۰ میلیون تومان وام خرید یا ساخت مسکن از محل اوراق گواهی حق تقدم تسهیلات مسکن با نرخ سود ۱۷.۵درصد پرداخت می‌شود.

در دیگر نقاط کشور نیز ساکنان فردی و زوجین مراکز استان‌ها و شهرهای بالای ۲۰۰ هزار نفر به ترتیب ۱۲۰ و ۲۰۰ میلیون تومان وام از محل اوراق تسهیلات دریافت می‌کنند.

با وجود جهش بیش از ۲۰۰درصدی قیمت مسکن طی دو سال اخیر و خروج بخش قابل توجهی از متقاضیان مصرفی از بازار مسکن، آذرماه امسال به دنبال تغییر قیمت بنزین و نوسان قیمت ارز شاهد رشد معاملات

نماگر بازار سهام



یک کارشناس بازار سرمایه مطرح کرد

انعکاس عوامل بین‌المللی بر افت برخی قیمت‌ها

یک کارشناس بازار سرمایه، کاهش قیمت سهام در برخی شرکت‌های پالایشی، پتروشیمی و کامودیتی‌محور را تحت تأثیر عوامل بین‌المللی عنوان کرد. امیر سیدی در گفت‌وگو با سنا، به بررسی این عوامل موثر بر روند بورس پرداخت و گفت: از چند هفته پیش و با شروع اپیدمی ویروس کرونا با تلاطم در بازارهای جهانی مواجه شدیم که از آمریکا آغاز شد که بورس این کشور را نیز تحت تأثیر قرار داد. از طرفی دیگر این ویروس به رکود صنعتی مانند حمل و نقل و هوانوردی منجر شد که تحت تأثیر این موضوع هم بخش بسیار زیادی از تقاضا از بازار خارج شد. البته باید توجه کنیم که اقتصاد آمریکا مستعد برای رکود و بحران به دلیل میزان بالای بدهی‌ها بود و شرایط فعلی فقط عامل تحریک برای محقق شدن این موضوع بود. سیدی افزود: در این میان نوسانات قیمت نفت به دنبال ناکامی در توافقات اجلاس اوپک و افزایش تولید نفت عربستان از دیگر عواملی بود که بر قیمت‌های جهانی و به دنبال آن قیمت سهام‌های کامودیتی‌محور و پتروپالایشی تأثیر گذاشت. بنابراین، مجموع عوامل یادشده در بالا سبب شد تا بازار سرمایه کشور هم تحت تأثیر قرار بگیرد و به طور خاص در سهام شرکت‌های پالایشگاهی پتروشیمی و کامودیتی‌محور اثر منفی بگذارد.

این کارشناس بازار سرمایه گفت: باید توجه داشته باشیم که شرکت‌های پالایشگاهی اصولاً بر مبنای حاشیه سود کار می‌کنند و بر این اساس در برخی شرکت‌ها در دنیا، روند قیمتی سهام آنها مثبت شده است؛ زیرا اگر ترکیب قیمت فروش محصول، نسبت به بهای تمام‌شده نفت، افت زیادی نداشته باشد، خود به خود حاشیه سود افزایش پیدا می‌کند. البته توجه داشته باشید که ممکن است این افت نفت به صورت کوتاه‌مدت در موجودی مواد و کالا به ضرر تمام پالایشی‌ها باشد.

سیدی اضافه کرد: اگر در روند رکودی موجود با کاهش مجدد نرخ بهره توسط آمریکا مواجه باشیم و این کار موثر واقع نشود، با فشار بیشتری بر صنایع کامودیتی‌محور رو به رو خواهیم بود که در این شرایط بازار به اصلاح قیمت‌ها خواهد پرداخت. هرچند که معتقدم بعد از چنین اصلاحی بازار راه خود را پیدا می‌کند.

وی در ادامه توضیح داد: زمانی که مواد اولیه ارزان شود، شرکت‌هایی که مصرف مواد اولیه داشته و کالای نهایی برای مصرف‌کننده نهایی تولید می‌کنند، به نفع آنها خواهد بود، همچنین در این شرایط، فروش محصولات در برخی صنایع مانند دارو، غذا و کشاورزی افزایش یافته و نیز آنهایی که کالای ساخته شده تولید می‌کنند (مانند تولیدکنندگان لوازم خانگی) با کاهش بهای تمام‌شده مواجه می‌شوند، بنابراین بازار بعد از هضم این تلاطم، مسیر خود را ادامه خواهد داد.

این کارشناس بازار سرمایه تصریح کرد: به نظر من سازمان و ارکان بورس باید با اجازه دادن تسریع روند اصلاح قیمت‌ها کمک کنند تا بازار با سرعت بیشتری به تعادل برسد. در حال حاضر، حجم نقدینگی خوبی در بازار وجود دارد و با اصلاح قیمت‌ها بازار دوباره به مسیر رو به رشد خود ادامه خواهد داد.

دوشنبه از همان زمان شروع بازار حدود ۳۰ درصد ریزش داشت که این موضوع شوکی را به بازار وارد کرد.

به گفته قدوسی، اتفاقی که پایان هفته گذشته برای دامنه نوسان رخ داد و بازار را متراکم کرد اثر آن همچنان از روز شنبه بر بازار ادامه دارد.

این کارشناس بازار سرمایه با بیان اینکه این دو عامل در کنار یکدیگر باعث شد تا بازار زیر بار فروش برود، گفت: همه سهام‌های وابسته به قیمت کامودیتی و نیز گروه‌هایی که ارتباطی به کاهش قیمت نفت و دیگر کامودیتی‌ها نداشتند زیر بار هجوم برای فروش در بازار قرار گرفتند.

او با بیان اینکه نفت تا حدودی افت هیجانی خود را جبران می‌کند، افزود: یک سری بسته‌های حمایتی در کشور چین و آمریکا برای حمایت از بازار سهام و قیمت کامودیتی‌ها اجرایی می‌شود که به دلیل بازگشت قیمت نفت و بهبود وضعیت بورس جهانی می‌تواند عامل مثبتی برای بورس ایران تلقی شود.

به اعتقاد وی، در روزهای آینده گروه‌هایی که ارتباطی به قیمت کامودیتی ندارند راه خود را از گروه‌های مرتبط با کامودیتی جدا می‌کنند.

قدوسی همچنین به جلسه روز سه‌شنبه شورای عالی بورس اشاره کرد و گفت: اگر در این جلسه مذاکراتی در زمینه کاهش دامنه نوسان صورت گیرد و خروجی آن مطلوب باشد سمت و سوی بازار تغییر خواهد کرد.

این کارشناس بازار سرمایه با بیان اینکه کاهش دامنه نوسان به دلیل محدود شدن نقدشوندگی عامل خوبی برای بازار محسوب نمی‌شود، افزود: روز دوشنبه صحبت‌هایی در زمینه کاهش دامنه نوسان بورس به ۳۵ درصد مطرح شده بود که در حد شنیده‌هاست و باید مصوبه آن به صورت رسمی منتشر شود. امیدواریم مسئولان، افت بازار دوشنبه را که به دلیل احاطه شوک در بازار ایجاد شده بود، سرلوحه تصمیم‌گیری خود قرار دهند و تصمیمی را اتخاذ کنند که تا حدودی اثر این شوک‌ها را در بازار از بین ببرد.

حرکت چراغ قرمز شاخص بورس تهران همچنان ادامه دارد

شاخص بورس تا کجا می‌ریزد؟



را مهم‌ترین علت ریزش شاخص بورس و وجود هیجان فروش در بازار روز دوشنبه اعلام کرد و گفت: تا چند وقت گذشته زمانی که قیمت نفت روند نزولی را در پیش می‌گرفت، درآمد ارزی ایران هم با کاهش همراه می‌شد، اما اکنون به دلیل عدم وابستگی ارزی به فروش نفت، می‌توان صف فروش در بازار دوشنبه را بیشتر ناشی از هیجان دانست تا منطق.

او ابلاغ چند دستورالعمل به صورت همزمان را به عنوان دیگر عامل افت شاخص بورس دانست و افزود: این عامل منجر به فرار سرمایه‌گذاران از بازار سرمایه شد، ریسک دستورالعمل‌ها در میان‌مدت و بلندمدت نمی‌تواند بر بدنه بازار تأثیرگذار باشد اما اکنون با توجه به اینکه بازار در مرحله حساسی قرار دارد شاهد تأثیر ابلاغیه‌ها بر روند بازار بودیم.

امیرباقری با بیان اینکه هر بهانه‌ای می‌توانست زمینه اصلاح بازار را فراهم کند، گفت: انتظار می‌رود بازار در میان‌مدت و کوتاه‌مدت با شیب ملایم به مسیر صعودی خود بازگردد و بعید است شاهد خروج افسار گسیخته نقدینگی و ورود لطمه به این بازار باشیم.

این کارشناس بازار سرمایه با تأکید بر اینکه انتظار اصلاح برای مدت کوتاه در بازار وجود داشت، گفت: در بازار فرصتی ایجاد می‌شود تا سهامداران اقدام به جابه‌جایی سهام خود با سهام ارزنده‌تری کنند که در روند صعودی بازار به راحتی قادر به خرید اینگونه سهام‌ها نبوند. اکنون این امکان میسر شده تا سهامداران به دور از هیجان و با تکیه بر چشم‌انداز اقتصادی در بعد داخلی و جهانی، اقدام به تغییر پرتفوی خود کنند.

به گفته امیرباقری، انتظار از حقوقی‌های بازار این است که به پول‌های واردشده به بازار به چشم طعمه نگاه نکنند، در حقیقت سهامداران را از تحلیل و از سهام بنیادی نترسانند زیرا همین امر باعث ورود پول به سهام حبابی که از ارزش ذاتی خود فاصله گرفتند، خواهد شد.

این کارشناس بازار سرمایه با اشاره به قرار گرفتن قیمت دلار در نقطه بحرانی گفت: انتظار اصلاح زمانی و قیمتی برای قیمت دلار وجود دارد، همین امر زمینه رشد کامودیتی‌ها و رشد بازار سرمایه را فراهم می‌کند.

امیرباقری به کاهش سهم دلار در سبد بانک‌های ارزی بانک مرکزی در دنیا اشاره و بیان کرد: این موضوع چشم‌انداز دلار را برای میان‌مدت و بلندمدت بین سرمایه‌گذاران تضعیف می‌کند و به مرور دیدگاه سرمایه‌ای به دلار از بین می‌رود. با توجه به ریسک موجود در بازارهای موازی، بازار سرمایه به لحاظ ریسک و بازدهی، معقول ارزیابی می‌شود اما به شرط اینکه سرمایه‌گذاران از هیجان دوری کنند و قانونگذاران از ابلاغ تصمیمات یک شبه بر بدنه بازار خودداری کنند.

ریزش بی‌سابقه قیمت نفت و صف سنگین فروش

همچنین نوید قدوسی، کارشناس بازار سرمایه در گفت و گو با ایرنا، به مهم‌ترین عوامل دخیل در افت بازار سرمایه پرداخت و گفت: اکثر سهام‌ها در بازار روز دوشنبه با صف سنگین فروش مواجه بودند که این صف‌ها تا پایان بازار هم جمع نشدند. وی به کاهش محسوس ارزش معاملات در بازار که به یک سوم روزهای اخیر رسیده بود، اشاره و بیان کرد: عامل غالب این موضوع ریزش شدید قیمت نفت بود که از سال ۱۹۹۱ تاکنون چنین ریزشی بی‌سابقه بوده است، قیمت نفت روز

فرصت امروز: بازار سرمایه از نخستین روز این هفته وارد مدار نزولی شد و این روند نزولی در روز سه‌شنبه نیز ادامه داشت، به‌طوری که شاخص کل در این روز ۱۴ هزار و ۴۶۵ واحد کاهش داشت و در نهایت به رقم ۵۱۹ هزار و ۹۱۳ واحد رسید. همچنین شاخص کل (هم وزن) با ۲ هزار و ۵۲۵ واحد کاهش به ۱۷۸ هزار و ۴۳۴ واحد و شاخص قیمت (هم وزن) با یک هزار و ۶۸۷ واحد افت به ۱۱۸ هزار و ۷۴۹ واحد رسیدند. شاخص آزاد شناور نیز با ۱۶ هزار و ۷۶۲ واحد کاهش به رقم ۶۵۹ هزار و ۱۵۸ واحد رسید، شاخص بازار اول ۸ هزار و ۲۱۶ واحد و شاخص بازار دوم ۳۹ هزار و ۶۶۸ واحد کاهش داشتند.

در معاملات روز سه‌شنبه بیش از ۵۵ میلیارد و ۳۲۳ میلیون سهم، حق تقدم و اوراق بهادار به ارزش ۴۰ هزار و ۸۵۲ میلیارد ریال داد و ستد شد. نمادهای بانک پارسیان (پارس) با ۲۵۶ واحد، بانک ملت (مملت) با ۲۲۳ واحد، نوش مازندران (غنوش) با ۱۰۵ واحد و فروشگاه‌های زنجیره‌ای افق کوروش (افق) بیشترین تأثیر مثبت را بر شاخص کل داشتند.

در مقابل نیز نمادهای صنایع پتروشیمی خلیج فارس (فارس) با ۲ هزار و ۴۰ واحد، نفت و گاز پتروشیمی تامین (تاپیکو) با یک هزار و ۱۰۵ واحد، ملی صنایع مس ایران (فملی) با ۷۹۶ واحد، فولاد مبارک که اسفهان (فولاد) با ۷۸۰ واحد، پتروشیمی پارس (پارس) با ۶۸۹ واحد، گروه مپنا (رمپنا) با ۵۲۵ واحد و معدنی و صنعتی گل گهر (کگل) با ۴۷۰ واحد از جمله گروه‌هایی بودند که افت شاخص بورس را رقم زدند.

همچنین نمادهای بانک ملت، سایپا، ایران خودرو، بانک تجارت، ملی صنایع مس ایران، پالایش نفت اسفهان و پالایش نفت بندرعباس در گروه نمادهای پربیننده قرار داشتند. گروه شیمیایی هم در معاملات این روز صدرنشین برترین گروه‌های صنعت شد و در این گروه ۲۸۵ میلیون و ۶۷۴ هزار برگه سهم به ارزش ۴ هزار و ۷۶۴ میلیارد ریال داد و ستد شد.

شاخص فرابورس نیز بیش از ۱۴۹ واحد افت داشت و بر روی کتال ۶ هزار و ۷۴۴ واحد ثابت ماند. در این بازار یک میلیارد و ۹۳۰ میلیون برگه سهم به ارزش بیش از ۲۱ هزار و ۶۲۹ میلیارد ریال داد و ستد شد.

بیشترین تأثیر مثبت را نمادهای پتروشیمی تندگویان (شگویا)، بانک دی (دی)، گلر پارس (گلر) بیمه سامان (سامان) بر شاخص این بازار داشتند. همچنین نمادهای سنگ آهن گهرزمین (کگهر)، سهامی ذوب آهن اسفهان (ذوب)، هلدینگ صنایع معدنی خاورمیانه (میدکو)، فولاد هرمزگان جنوب (هرمز) صنایع ماشین‌های اداری ایران (مادیرا) و شرکت آهن و فولاد ارفع (ارفع) مانع از رشد بیشتر شاخص فرابورس شدند.

شاخص بورس تهران به کدام سو می‌رود؟

همانطور که اشاره شد، بازار سرمایه از نخستین روز هفته جاری وارد مدار نزولی شد و از نگاه کارشناسان، افت بی‌سابقه قیمت نفت و تصمیم شبانه سازمان بورس، مهم‌ترین علت ریزش بازار سرمایه در این هفته بوده است. در این میان، باید دید که با توجه به سردرگمی فعالان بازار در زمینه ابلاغیه‌های جدید، این روند منفی بازار تا کجا ادامه دارد؟

در پاسخ به این سوال، امیرعلی امیرباقری در گفت و گو با ایرنا، افت قیمت نفت

نوبت دوم

TENDER NO.:08-21-9640003

National Iranian South Oilfields Company (NISOC) intends to purchase the following goods

شماره مجوز: ۷۶۹۹/۱۳۹۸

Items	Material Description	Quantity
01	TUBING,API GRADE L-80,SEAMLESS "VAM" , "N.VAM" , "SEC" OR APPROVED THREAD RANGE 3(MAX LEN:40.5 FT)AS PER API 5CT/ISO11960, PSL:2 MARKING:COLD DIE STAMPED IN ACCORDANCE WITH API 5CT SIZE (OD),WIGHT(PFF), AS SPECIFIED NOTE:LEVEL OF INSPECTION:1(L.O.I:1) "QCP/MPs DOCUMENTS ARE ESSENTIAL TO REVIEW & CONFIRM" "ITP DOCUMENTS IS ESSENTIAL FOR TECHNICAL EVALUATION" 4 ¼ IN.,13.5 PPF DRIFT :3.795 IN.	9000 LE

Vendors who intend to participate in aforesaid tender are requested to send their" Intention To Participate "letter via fax to the following number along with their resume according to Qualitative Assessment Form no.2,available at:www.nisoc.ir, not later than 14 days after the second announcement, otherwise ,their requests for participation in the tender will be disregarded. The applicants should have relevant background in supplying the required goods and capability to provide and submit a bid bond of 73,471 EURO or 10,148,000,000 RIAL, in favor of NISOC. Tender documents including the materials thorough technical specifications and Qualitative Assessment Forms can be accessed via:www.nisoc.ir –material procurement management tab

ONLY ACCEPTABLE DELIVERY TERM IS D.D.P., NISOC'S WAREHOUSE,AGHAJARI,IRAN

PAYMENT TERM IS C.O.D., SUBSEQUENT TO NISOC'S MATERIAL APPROVAL NO ADVANCE PAYMENT WILL BE PAID

FOREIGN PURCHASING DEPARTMENT
Bldg.No.104,Material Procurement Management Complex,
Kouy-e-Fadaeian Islam (New Site), Ahvaz, Iran
Tel.No.:061 34 12 34 55 Fax No.:061 34 45 74 37

Public Relations

www.shana.ir www.nisoc.ir http://iets.mporg.ir

آگهی مناقصه عمومی



شرکت توزیع نیروی برق استان چهارمحال و بختیاری

شرکت توزیع نیروی برق استان چهارمحال و بختیاری در نظردارد مناقصه های عمومی را بشرح مندرج در جدول ذیل و

از طریق سامانه تدارکات الکترونیک دولت، به افراد /شرکتهای واجد صلاحیت واگذار نماید .

نام و نشانی مناقصه گزاری: شرکت توزیع نیروی برق استان چهارمحال و بختیاری به آدرس شهر کرد – بلوار شریعتی –

تقاطع خیابان فردوسی –امور بازرگانی– اداره تدارکات.

موضوع مناقصه :

شماره مناقصه	نوع مناقصه	موضوع مناقصه	مبلغ تضمین (سپرده) شرکت در مناقصه (ریال)
۹۸۶۵	دو مرحله ای عمومی	خرید پایه بستی نوع H	۶۶۸,۰۰۰,۰۰۰
۹۸۶۶	دو مرحله ای عمومی	خرید چراغهای LED مورد استفاده در معابر محلی	۵۶۶,۰۰۰,۰۰۰
۹۸۶۷	دو مرحله ای عمومی	خرید مقبره سیلیکونی	۴۳۹,۰۰۰,۰۰۰
۹۸۶۸	دو مرحله ای عمومی	خرید سیم و کابل	۶۵۷,۰۰۰,۰۰۰

مهلت :

مهلت و محل دریافت اسناد	مناقضاتی می توانند پس از انتشار آگهی لغایت پایان وقت اداری روز دو شنبه مورخ ۱۳۹۹/۱/۱۱ از طریق سامانه ستادبران به آدرس www.setadiran.ir نسبت به ثبت نام و دریافت اسناد اقدام نمایند.
آخرین مهلت ارسال پیشنهاد	پایان ساعت اداری روز دوشنبه مورخ ۱۳۹۹/۱/۲۵
زمان و مکان کتابشی پیشنهادها	۱۰ صبح روز سه شنبه مورخ ۹۹/۱/۲۶ – سالن جلسات شرکت توزیع نیروی برق استان

مدت اعتبار پیشنهادها: اعتبار پیشنهادها از زمان افتتاح پاکتها سه ماه و قابل تمدید تا سه ماه دیگر می باشد.

نوع و مبلغ تضمین شرکت در مناقصه : مبلغ تضمین شرکت در مناقصه بصورت ضمانتنامه بانکی معتبر و یا واریز وجه نقد به حساب بانکی شرکت توزیع نیروی برق استان چهارمحال و بختیاری و یا مطابق سایر شرایط مندرج در اسناد مناقصه می باشد.

نام و نشانی دستگاه نظارت: اداره تدارکات شرکت توزیع نیروی برق استان چهارمحال و بختیاری

سایر شرایط:

به پیشنهادات فاقد امضا، مشروط، مخدوش و پیشنهاداتی که بعد از انقضای مدت مقرر در فراخوان واصل شود، مطلقاً ترتیب اثر داده نخواهد شد.

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

کارفرما در رد یا قبول هر یک یا کلیه پیشنهادها مختار است .

سایر اطلاعات و جزئیات مربوط در اسناد مناقصه مندرج است.

تلفن تماس: ۰۳۸۳۲۲۲۶۲۷۷ اداره تدارکات

روابط عمومی شرکت توزیع نیروی برق استان چهارمحال وبختیاری

جا به جایی الکل فقط با حواله وزارت بهداشت امکان‌پذیر است



یارانه کرونایی بدهید

با توجه به شیوع ویروس کرونا و تأثیرات منفی آن بر کسب و کارها که آنها را با مشکلات درآمدی و مالی تحت فشار قرار داده، یک اقتصاددان در این زمینه با بیان اینکه برای حمایت از افراد آسیب دیده از این ویروس، به آنها وام‌هایی بدون بهره یا بهره کم پرداخت شود، اظهار کرد: در این شرایط به جز یارانه همیشگی، یک یارانه کرونایی هم برای حمایت از افراد آسیب دیده از شیوع کرونا در نظر گرفته شود.

به گزارش ایسنا، شیوع ویروس کرونا نه تنها سلامت و روان مردم را در کشور ما و سایر مناطق درگیر این ویروس تهدید می‌کند بلکه با کاهش مراجعات حضوری در اماکن عمومی در ماه پایانی سال که عمدتاً روزهای پرونقی برای کسب و کارهای خرد و کارگران فصلی است، به فعالان تجاری، اصناف مختلف و کارگران آنها هم آسیب‌های جدی وارد کرده است.

در این زمینه جعفر خیرخواهان به ایسنا برای مقابله با خسارات اقتصادی کرونا و حمایت از افراد آسیب دیده از این ویروس، توضیح داد: بخشی از خسارت‌های اقتصادی با شروع فعالیت دوباره خیلی از کسب و کارها جبران می‌شود.

در ادامه وی با اشاره به تمهیداتی که هر یک از دستگاه‌های اجرایی کشور در بخش اقتصاد در نظر گرفته‌اند، گفت: لازم است تا وام‌های بدون بهره‌ای یا با بهره کمتر به تولیدکنندگان آسیب دیده از شیوع این ویروس داده شود تا نقدینگی مورد نیاز این اشخاص برای ادامه فعالیت تامین شود. علاوه بر این، در این چند ماه مبلغ یارانه‌ها را هم افزایش دهند.

این کارشناس اقتصادی در پایان سخنانش خاطرنشان کرد: بهتر است در این شرایط به جز یارانه همیشگی، یک یارانه کرونایی هم برای حمایت از افراد آسیب دیده از شیوع کرونا در نظر گرفته شود.

برای دریافت اینترنت رایگان اقدام کنید

وزیر ارتباطات و فناوری اطلاعات در حالی از ارائه ۱۰۰ گیگابایت اینترنت رایگان خبر داد که این بسته‌ها تنها برای خطوط ثابت ارائه شده و اینترنت همراه را شامل نمی‌شود، اما افراد همین حالا هم می‌توانند نسبت به دریافت اینترنت از هر یک از ارائه‌دهندگان خدمات اینترنت ثابت اقدام کنند.

به گزارش ایسنا، شیوع کرونا در کشور، افراد را به قرنطینه اختیاری در خانه تشویق کرده است. از همان روزهای ابتدایی که اعلام شد برای جلوگیری از گسترش کووید-۱۹، بهتر است از هر رفت‌وآمد غیرضروری جلوگیری شود. افرادی که این امکان برای‌شان فراهم بود، ماندن در خانه را ترجیح دادند. با تجمع دانش‌آموزان، دانشجویان و کارکنانی که ناچار به انجام فعالیت‌های خود از منزل هستند، در استفاده از اینترنت، مصرف افزایش یافت. افزایش ۴۰ درصدی مصرف دیتای کشور در مدت یک هفته، اتفاقی که اپراتورها خود را برای آن آماده نکرده بودند، منجر به کاهش کیفیت اینترنت شد تا جایی که زیرساخت اعلام کرد ظرفیت شبکه ارتباطی اپراتورها را حدود ۳۰۰ گیگابایت بر ثانیه افزایش داده است، اما با توجه به اینکه کرونا در کشور مهار نشده و تعداد مبتلایان به این ویروس روزبه‌روز افزایش می‌یابد، بسیاری از کاربران خواستار امکاناتی از جمله اینترنت رایگان برای گذراندن این اوقات در منازل بودند؛ موضوعی که وزیر ارتباطات با آن موافقت کرد و از ارائه ۱۰۰ گیگ اینترنت رایگان ثابت خبر داد.

سجاد بنایی -نایب رئیس شرکت ارتباطات زیرساخت- در گفت‌وگو با ایسنا درباره پیش‌بینی‌های لازم برای ثبات کیفیت اینترنت با توجه به ارائه ۱۰۰ گیگابایت اینترنت ثابت رایگان گفت: اپراتورها از هفته گذشته که بحث دور کاری شرکت‌ها و سازمان‌ها و تعطیلی مدارس مطرح شد، به افزایش ظرفیت شبکه لایه دسترسی خود اقدام کردند. زیرساخت هم در این مدت ظرفیت اپراتورها در لایه دسترسی و ظرفیت بین اپراتورها و زیرساخت را حدود ۵۰۰ گیگابایت بر ثانیه افزایش داده است. در لایه گیت‌وی بین‌الملل هم مشکل ظرفیت نداریم و امکان افزایش ظرفیت وجود دارد.

وی با اشاره به تعداد ۹ میلیونی مشترک اینترنت پهن‌بند در مقایسه با ۶۰ میلیون مشترک همراه، اظهار کرد: معمولاً در هر خانه یک اینترنت ثابت وجود دارد و اگر میانگین هر خانوار را چهار نفر در نظر بگیریم، انگار ۳۶ میلیون نفر اینترنت ثابت دارند. البته فلسفه این بسته اینترنتی رایگان، تشویق به خانه‌نشینی مردم بوده است و اگر قرار بود بسته‌ای برای موبایل ارائه شود، ضمانتی وجود نداشت که مردم در خانه بمانند.

شیرینی شب عید چند؟

رئیس اتحادیه صنف قنادان تهران گفت که شیرینی در آستانه شب عید گران نمی‌شود و قیمت برخی از شیرینی‌های پر مصرف را نیز اعلام کرد. علی بهرمند در گفت‌وگو با ایسنا، با بیان اینکه شب عید قنادی‌ها از بیستم اسفند شروع می‌شود، تصریح کرد: به نظر می‌رسد به دلیل شیوع ویروس کرونا همچنان شاهد رکود در این بخش باشیم و با توجه به اینکه این مشکل پیش‌بینی نشده بود، مقابله با آن سخت‌تر است.

وی با بیان برخی مشکلاتی که اخیراً در زمینه تامین مواد اولیه برای این صنف ایجاد شده بود، اظهار کرد: برای مثال برای تامین شکر مشکلاتی وجود داشت که با توزیع شکر دولتی مرتفع شد. همچنین قیمت برخی از مواد اولیه خارجی همچون پودر نارگیل و کاکائو با افزایش نرخ ارز افزایش یافت، اما با توجه به شرایط حاکم بر بازار به هیچ عنوان در قنادی‌ها افزایش قیمت نخواهیم داشت.

به گفته رئیس اتحادیه صنف قنادان تهران، در حال حاضر میانگین قیمت هر کیلوگرم شیرینی تر ۳۵ هزار تومان، شیرینی دانمارکی، زبان و پایپونی ۲۸ هزار تومان و کیک یزدی ۲۱ هزار تومان است.

به گزارش ایسنا، شیوع ویروس کرونا و کم شدن رفت‌وآمدها برای پیشگیری از آن در ماه پایانی سال که عمدتاً روزهای پروروقی برای کسب و کارهای خرد است، باعث شده برخی فعالان تجاری و اصناف دچار زیان شوند، به‌طوری که بهره‌مند بیش‌تر هم اعلام کرده بود که فروش قنادان بعد از شیوع ویروس کرونا به یک دهم ماه‌های گذشته رسیده است.

خیابانی گفت سازمان حمایت مکلف شد تا بازرس مقیم در تمامی کارخانجات تولیدکنندگان الکل داشته باشد.

به گزارش باشگاه خبرنگاران جوان، مدرس خیابانی قائم مقام وزیر صنعت، معدن و تجارت از استقرار بازرسان سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان در واحدهای تولیدی الکل و شونیده خبر داد و گفت: تعرفه واردات الکل صفر و واردات بدون تشریفات گمرکی در حال انجام است.

او با بیان اینکه تولید کارگاه‌های داخلی برای ماسک‌های قابل شست‌وشو، با روزانه ۲ میلیون ماسک آغاز شده است، گفت: در عین حال تعرفه واردات نیز صفر شده و واردکنندگان با حداقل تشریفات گمرکی می‌توانند اقلامی همچون ماسک و لباس پزشکی را وارد کشور کنند. قائم مقام وزیر صنعت، معدن و تجارت افزود: در جلسه عصر روز گذشته نیز تصمیمات خوبی در رابطه با شبکه توزیع مواد ضدعفونی‌کننده همچون الکل با حضور نمایندگان وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی اتخاذ شد که بر این اساس، سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان

مکلف شد تا بازرس مقیم در تمامی کارخانجات تولیدکنندگان الکل داشته باشد.

او تصریح کرد: هم‌اکنون در ۲۲ واحد تولیدکننده مواد شونیده، آرایشی و بهداشتی که زیر نظر انجمن صنایع شونیده هستند، بازرس‌های سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان مقیم شده‌اند؛ ضمن اینکه ۱۸ واحد تولیدی الکل دارای کد IRC از وزارت بهداشت نیز به تولید الکل مشغول بوده و بازرسان سازمان حمایت نیز در این کارخانجات، مستقر شده‌اند. مدرس خیابانی ادامه داد: بر این اساس، سهمیه الکل هر یک از کارخانجات تولیدکننده مواد شونیده و ضدعفونی‌کننده، با نظارت سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان تخصیص می‌یابد و بازرسان بدون تأیید حواله و تأییدیه وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی، اجازه خروج محموله‌های الکل از کارخانجات تولیدی الکل را نمی‌دهند؛ ضمن اینکه مقاصد این محموله‌ها مراکز درمانی یا داروخانه‌های مورد تأیید وزارت بهداشت هستند.

او اظهار کرد: به نظر می‌رسد شبکه توزیع خوبی در روزهای گذشته

تامین ۱۵ هزار تن پارچه برای تولید ماسک

است که هر ظرفیتی در کشور که برای تولید اقلام بهداشتی نیاز به مجوز داشته، به سرعت مجوز خود را از وزارت صمت دریافت کرده و استانداردهای لازم برای تولید نیز به آنها اعلام شده است؛ ضمن اینکه در حوزه مواد اولیه نیز در اسرع وقت اقدام خواهیم کرد.

این مقام مسئول در وزارت صنعت ادامه داد: هر جایی که در کشور ظرفیت وجود برای تولید اقلام بهداشتی هماهنگی لازم را با صدور مجوز داریم در زمینه استانداردسازی نیز به توافقات خوبی رسیدیم که اقلامی که نیازمند تولید هستیم آمادگی داریم استانداردها را اعلام کنیم و در زمینه تامین مواد اولیه نیز همه تلاش این است که در اسرع وقت در واحدای تولیدی توزیع شود.

مشکلی در تامین مواد اولیه وجود ندارد و مواد اولیه ماسک نیز به اندازه کافی در کشور تولید می‌شود.

سرپرست معاونت امور صنایع وزارت صنعت، معدن و تجارت افزود: ظرفیت‌های نصب شده تولید پارچه‌های موردنیاز تولید ماسک هم‌اکنون با حداکثر تولید در حال کار هستند که بر این اساس برای توزیع پارچه‌های تولیدشده، دو مسیر تولید ماسک از طریق اصناف و نیز کارگاه‌های تولید در بخش‌های مختلف صنعتی را دنبال می‌کنیم که بر این اساس، مشکلی در حوزه تامین مواد اولیه نداریم.

صادقی نیارکی افزود: تا به حال، ۱۵ هزار تن انواع پارچه تولید ماسک توزیع شده و به مرور این رقم افزایش پیدا می‌کند، این در حالی

سرپرست معاونت امور صنایع وزارت صنعت، معدن و تجارت گفت ۱۵ هزار تن انواع پارچه تولید ماسک توزیع شده و به مرور این رقم افزایش پیدا می‌کند.

به گزارش باشگاه خبرنگاران جوان، مهدی صادقی نیارکی در نشست مشترک وزارت صنعت، معدن و تجارت و وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی به منظور تامین اقلام بهداشتی و ضدعفونی‌کننده، از تامین ۱۵ هزار تن پارچه به منظور تولید ماسک برای کارگاه‌های تولیدی خبر داد و گفت: صادرات اقلام بهداشتی از جمله دستمال کاغذی، تیشو و آب ژاول ممنوع است.

او گفت: در حوزه تولید اقلامی همچون ماسک و لباس پزشکی،

تأثیر دلالتان در افزایش قیمت دستکش یک بار مصرف

قیمت گذشته به بازار عرضه می‌شود.

او افزود: برخی از دلالتان و سودجویان برای استفاده از فرصت به وجود آمده، قیمت دستکش و لوازم بهداشتی را افزایش داده‌اند در صورتی که قیمت این دسته از کالاها مانند گذشته است و تفاوتی ندارد. عضو انجمن تولیدکنندگان ظروف یک بار مصرف تصریح کرد: با توجه به شرایطی که در کشور به وجود آمده است، عرضه کالا به صورت دقیق انجام می‌شود و مشکلی در توزیع این کالا وجود ندارد. علاوه بر این تقاضا برای استفاده از دستکش یک بار مصرف افزایش پیدا کرده و بالطبع هم صنایع پتروشیمی هم برای تامین نیاز این بازارها تلاش خود را افزایش می‌دهند.

تولید همانند گذشته است. عضو انجمن تولیدکنندگان ظروف یک بار مصرف با بیان اینکه بیماری کرونا هیچ تأثیری بر تولید مواد نداشته است و طبق برنامه عمل شده، به طوری که با توجه به نیاز داخل آمار بخش تولید هم افزایش پیدا کرده است، تصریح کرد: مواد اولیه برای تولید ظروف یک بار مصرف وجود دارد و مشکلی در تولید آن نیست اما مسئله این است که مواد آن گران است.

صدی با بیان اینکه قیمت دستکش یک بار مصرف افزایش نیافته است، گفت: با شیوع بیماری کرونا و به دلیل افزایش تقاضا برای این کالا، قیمت آن به دست دلالتان افزایش یافت در غیر این صورت هیچ‌گونه افزایش قیمتی درخصوص دستکش نداشته‌ایم و با همان



بعید است افزایش ۱۱درصدی نرخ کرایه تاکسی‌ها در هفته پایانی سال اعمال شود

معاون عمرانی فرمانداری تهران با اشاره به اینکه هیات تطبیق مشغول بررسی لایحه بودجه سال آینده شهرداری تهران است و لایحه افزایش ۱۱درصدی نرخ کرایه تاکسی‌های پایتخت هنوز به هیات تطبیق ارسال نشده است، گفت: بعید است این افزایش نرخ در هفته پایانی سال تایید و اعمال شود.

به گزارش پایگاه خبری «عصر خودرو» به نقل از ایسنا، غلامحسین آرام درخصوص افزایش ۱۱درصدی نرخ کرایه‌های تاکسی که در جلسه این روز شورا تصویب شده است افزود: برابر روال قانونی هرگونه افزایش قیمت نرخ حمل و نقل عمومی باید در هیات تطبیق فرمانداری تهران مورد بررسی قرار گیرد. وی گفت: مصوبه این روز شورا هنوز به هیات تطبیق ارسال نشده است. آرام ادامه داد: با توجه به اینکه هیات تطبیق مشغول بررسی لایحه بودجه سال آینده شهرداری تهران است بعید به نظر می‌رسد لایحه افزایش ۱۱درصدی نرخ کرایه‌های تاکسی در مدت باقی مانده تا پایان سال مورد بررسی قرار گیرد؛ لذا احتمال دارد این افزایش قیمت برای هفته پایانی سال اعمال نشود.

مهندسی روابط سه قوه با محور خودروسازی

خودروسازی شبه دولتی عامل ناکارآمدی

صنعت خودرو کشور با مشکلات متعددی روبه‌رو است که به لحاظ ماهیت در سه سطح مختلف قرار می‌گیرد.

به گزارش پدال نیز، برخی از این مشکلات مربوط به ساختار کلان اقتصاد سیاسی کشور و روابط سه قوه است، برخی دیگر ناظر بر ساختار صنعت خودرو و روابط آن با صنایع دیگر و برخی دیگر نیز متأثر از مدیریت و بنگاهداری شرکت‌های خودروسازی است. هرچند که هر یک از این سه سطح، روابط علت و معلولی منحصربه‌خود دارد، اما در نگاه کلان هر سه سطح به طور معناداری متأثر از رفتار دولت است، چرا؟

دولت‌ها در اقتصاد و صنعت حضور حداکثری و مداخله‌گرایانه دارند به‌طوری که نگاه آنان کوتاه‌مدت، حزبی، سیاسی و پوپولیستی است و بنابراین به‌دلیل در اختیار داشتن قدرت و امکانات فراوان هر سه سطح یادشده را تحت‌تاثیر قرار داده‌اند. مصادیق بسیاری در تایید این گزاره وجود دارد. متأسفانه رفتار دولت‌ها در کشورهای در حال توسعه به‌ویژه دارندگان منابع نفتی بیشتر کسب درآمد و جبران هزینه‌های اقتصادی و سیاسی است و نه رشد و توسعه اقتصاد.

تجربه نشان داده دولت‌ها با تنظیم روابط برد-برد خود با قوای دیگر، صنعت خودرو را تبدیل به ابزاری برای رسیدن به اهداف سیاسی خود کرده‌اند؛ همچنین متأثر از نگاه‌های سیاسی هیچ برنامه کارآمدی برای تنظیم روابط صنعت خودرو با صنایع مرتبط دیگر نداشته‌اند و در نهایت کمترین نظارت را بر نحوه بنگاهداری شرکت‌های خودروسازی داشته‌اند؛ از این‌رو مداخله‌گری و نگاه سیاسی دولت‌ها به صنعت خودرو، علت‌العلل ناکارآمدی و بروز غالب مشکلات است، بنابراین شرط لازم برای رفع مسائل کلان، صنعتی و خرد در صنعت و بازار خودرو، عدم مداخله‌گری و سهامداری دولت در شرکت‌های خودروسازی است. تا زمانی که دولت‌ها به جهت سهامداری کوچک‌ترین نقطه اتصالی با شرکت‌های خودروسازی داشته باشند، مسائل و مشکلات صنعت خودرو رفع نخواهد شد.

اخذ عوارض آزادراه تهران- ساوه پیمایشی شد

مدیرکل بهره‌برداری آزادراه‌ها از اجرایی شدن سیستم اخذ عوارض آزادراهی براساس پیمایش در آزادراه تهران- ساوه در راستای رعایت عدالت اجتماعی خبر داد. به گزارش پایگاه خبری «عصر خودرو» به نقل از تسنیم، بهنام داوودی اظهار کرد: به دنبال راه‌اندازی سیستم اخذ عوارض الکترونیک آزادراهی در کشور و رعایت عدالت اجتماعی پرداخت عوارض براساس پیمایش در آزادراه تهران- ساوه به عنوان اولین آزادراه در کشور اجرایی شد. وی ادامه داد: در این طرح رانندگان عوارض عبور از آزادراه تهران- ساوه را به صورت کامل پرداخت نمی‌کنند و نرخ براساس مسیر طی‌شده محاسبه می‌شود. این طرح از محدوده وارد آزادراه شده و از آن خارج شوند هزینه عبور از کل آزادراه را پرداخت نمی‌کنند. وی بیان کرد: بر این اساس ۵ دروازه مشخص شده و عوارض براساس ورود و خروج و مسافت طی‌شده در این محدوده‌ها محاسبه می‌شود. مدیرکل بهره‌برداری آزادراه‌ها با یادآوری اینکه برنامه‌ریزی شده تا آزادراه کرج- قزوین نیز به زودی به این سیستم مجهز شود، گفت: اجرایی شدن این طرح اقدام مهمی در رعایت حقوق شهروندی است و به زودی تمام آزادراه‌های کشور به این سیستم مجهز خواهد شد.

هنوز بسیاری از خبرنگاران کارت بلیت مترو نگرفته‌اند

یک عضو شورای اسلامی شهر تهران نسبت به عدم تخصیص کارت بلیت رایگان حمل و نقل عمومی به خبرنگاران به معاونت حمل و نقل تذکر داد. به گزارش پایگاه خبری «عصر خودرو» به نقل از مهر، شهریانو امانی در جلسه علنی روز سه‌شنبه شورای اسلامی شهر تهران با اشاره به بازدیدی که از بهشت‌زها انجام داده بود، گفت: در این سازمان دستورالعمل‌های پیشگیری از کرونا به صورت جدی اجرایی می‌شود. وی از مردم خواست که حضور در پنجشنبه و جمعه آخر سال را محدود کنند زیرا ویروس کرونا با هیچ‌کسی شوخی ندارد. امانی ادامه داد: در مسیری که به شورا می‌آمدم، متوجه شدم کسانی که گل و گیاه می‌کارند، نه از دستکش استفاده می‌کنند و نه از ماسک؛ تقاضا دارم هرچه سریع‌تر به کارگران فضای سبز توجه شود. این عضو شورای شهر تهران در ادامه با اشاره به تذکر کتبی که به معاونت حمل و نقل و ترافیک خواهد داد، گفت: براساس تبصره ماده ۴ مصوبه کاهش ترافیک و آلودگی هوا در محدوده‌های مرکزی شهر در سال ۹۸، به شهرداری تهران اجازه داده شد به خبرنگارانی که از سهمیه ورود به محدوده مرکزی یا وسیله شخصی استفاده نکرده‌اند یا فاقد خودرو هستند، کارت بلیت رایگان یک ساله برای استفاده از حمل و نقل عمومی تخصیص یابد. وی افزود: براساس گزارش‌های دریافتی، خبرنگاران متعددی جهت دریافت کارت بلیت یک ساله با ارائه مدارک لازم به معاونت حمل و نقل مراجعه کرده ولی به یا آنها تخصیص داده نشده یا آنقدر بوروکراسی اداری زمانبر بوده که خبرنگاران منصرف شده‌اند.

فشار بخش خصوصی برای باز شدن مسیر واردات خودروهای لوکس!



ارز به این موضوع اختصاص پیدا کرده و مجدد نوسانات ارزی دامنگیر صرافی‌ها شود.

سکونت وزارت صمت در برابر سوال آزادشدن واردات خودرو!

مهدی صادقی نیارکی، سرپرست معاونت صنعت وزارت صمت، درباره آزادشدن مجدد واردات خودرو اظهار کرد: ما هم از مدتی قبل خبر آزاد شدن واردات خودرو را از طریق سایت‌ها و خبرگزاری‌های مختلف شنیدیم اما هنوز صحبتی از طرف وزارت صنعت، معدن و تجارت درباره این موضوع اعلام نشده است.

او بیان کرد: برای ماشین‌های هیبریدی و برقی تصمیماتی در بودجه قید شده است اما برنامه‌ای برای آزادکردن واردات خودروهای لوکس و حتی خودروهای ارزان قیمت نداریم و فعلا چنین خبری از هیچ یک از مسئولان وزارت صمت تایید نشده است.

صادقی نیارکی با تاکید بر اینکه خبر آزاد شدن واردات خودرو را نه تایید و نه تکذیب می‌کند، گفت: در شرایط فعلی تصمیم‌گیری برای چنین موضوعی نیاز به ارزیابی و بررسی مناسب دارد، به محض تصمیم‌گیری درباره این موضوع آن را اطلاع‌رسانی خواهیم کرد. بدون شک آزاد شدن واردات خودرو تاثیر شگفتی بر بهبود بازار و کاهش قیمت‌ها خواهد داشت. ورود خودروهای برندهای معروف می‌تواند تولیدکنندگان کشورمان را به سمت تولید در سطح محصولات جهانی هدایت کند. در گذشته نه چندان دور چنین شرایطی بر کشور حاکم بود که بسیاری از کارشناسان آن را تایید می‌کنند.

حضور سرمایه‌های خرد در بازار بورس راهکاری برای کاهش جذابیت بازار خودرو

بازار کاذب شده است.

باستانی با اشاره به قیمت‌گذاری خودرو توسط شورای رقابت بیان کرد: این نحوه قیمت‌گذاری و عدم تصحیح نحوه فروش که در گذشته شکل گرفته است، علاوه بر اینکه یک اختلاف قیمت بسیاری بین کارخانه و بازار ایجاد می‌کند، حفظ ارزش پول و سودآوری برای صاحبان آن را نیز به همراه دارد. وی با بیان اینکه بازار جذاب خودرو موجب افزایش تقاضا شده است، گفت: تغییر شرایط فروش و کاهش نرخ مشارکت (سود ۲۰درصدی مشارکت) برای خریداران در طرح پیش‌فروش و از طرف دیگر انجام اقدامات موثر در راستای بهبود وضعیت اقتصادی و تامین مالی خودروسازان تاثیر مثبتی در کاهش اختلاف قیمت کارخانه و بازار خواهد داشت.

نماینده تربت حیدریه، مه ولات و زاوه در مجلس شورای اسلامی تصریح کرد: افزایش تولید خودروسازان در چنین شرایطی پاسخگوی این حجم از تقاضا و تشنگی بازار نیست زیرا سودآوری این حوزه برای دلالتان و مردم عادی آنقدر جذاب است که به سمت آن سوق می‌یابند.

باستانی تشویق و ترغیب افراد برای سرمایه‌گذاری در بازار سرمایه را راهکار صحیح دانست و افزود: می‌بایست با ترغیب بازار سرمایه، افزایش فعالیت

سخت‌نگوی کمیسیون صنایع و معادن مجلس شورای اسلامی ضمن تاکید بر عطش بازار تقاضا و تبدیل خودرو از کالای مصرفی به سرمایه‌ای ترغیب کارگزاری‌ها و مردم به سرمایه‌گذاری در بازار بورس را راهکار مناسبی دانست. سعید باستانی در گفت‌وگو با خبرنگار خبرخودرو، درخصوص نگاه سرمایه‌ای به خودرو ناشی از افزایش قیمت کارخانه و بازار اظهار داشت: کاهش ارزش پول یکی از عوامل اصلی این وضعیت است که عدم توانایی بانک‌ها در جبران این کاهش و از طرف دیگر عامل تورم، موجب جابه‌جایی نقدینگی به حوزه‌ای غیر از حوزه تولید و کار مفید می‌گردد.

وی با بیان اینکه انباشتن سرمایه‌های خرد در بانک‌ها به دلیل عدم همپوشانی نرخ سود بانکی با نرخ تورم صرفه اقتصادی به همراه ندارد، گفت: نقدینگی خرد قابلیت سرمایه‌گذاری در حوزه مسکن را ندارد بنابراین به سمت حوزه سکه، ارز و خودرو سوق می‌یابد.

سخت‌نگوی کمیسیون صنایع و معادن مجلس شورای اسلامی همچنین درخصوص سرمایه‌گذاری در حوزه ارز افزود: ارز نیز شرایط متعادلی ندارد و امکان تهیه آن به راحتی امکان‌پذیر نیست بنابراین افراد سرمایه خود را وارد بازار خودرو می‌کنند که در شرایط فعلی موجب افزایش تقاضا و در نتیجه ایجاد

رئیس هیات امنای اتحادیه جایگاه‌داران سوخت کشور با اشاره به کاهش ۳۰درصدی مصرف بنزین پس از شیوع ویروس کرونا در سراسر کشور از وضعیت عادی توزیع سوخت سم‌ان‌جی در مناطق سردسیر کشور خبر داد.

ولی‌الله محمودی در گفت‌وگو با خبرنگار خبرخودرو، اظهار داشت: جایگاه‌های سوخت همزمان با شیوع ویروس کرونا علی‌رغم تلاش در تامین ماسک، دستکش و الکل برای کارکنان و با وجود کمبود امکانات تمام سعی خود را در رعایت مسائل بهداشتی می‌کنند اما امکان ارائه این خدمات به مراجعین بشمار این جایگاه‌ها وجود ندارد.

وی افزود: در جایگاه‌ها گندزدایی جایگاه‌ها، نازل‌ها و تلمبه‌ها به صورت روزانه و ساعتی انجام می‌شود اما مراجعین در موضوع دستورالعمل شرکت پخش و پالایش فرآورده‌های نفتی مبنی بر

لزوم سوخت‌گیری توسط کارکنان جایگاه‌ها همکاری لازم را به عمل نمی‌آورند. رئیس هیات امنای اتحادیه جایگاه‌داران سوخت کشور ضمن اشاره به کمبود پرسنل در جایگاه‌ها، تعداد زیاد مراجعین و عجله آنها در سوخت‌گیری گفت: صدور دستورات بر روی کافذ مبنی بر لزوم سوختگیری توسط کارکنان جایگاه‌ها در کلانشهرهایی نظیر تهران، مشهد و تبریز غیرممکن است اما در جایگاه‌های موجود در شهرهای کوچک و بین راهی امکان‌پذیر است. محمودی درخصوص آماری مبنی بر کاهش ۲۰ لیتری مصرف روزانه بنزین گفت: پس از سهمیه‌بندی بنزین بیش از ۱۵درصد افت مصرف بنزین را شاهد بودیم که پس از شیوع ویروس کرونا با کاهش ۳۰درصدی مصرف بنزین و همچنین خلوتی جایگاه‌ها مواجه بوده‌ایم. وی درخصوص وضعیت توزیع سی‌ان‌جی و بنزین در نواحی سردسیر

کاهش ۳۰درصدی مصرف بنزین پس از شیوع ویروس کرونا

کشور گفت: توزیع سوخت سی‌ان‌جی در جایگاه‌های نواحی سردسیر کشور با توجه به کاهش دمای هوای این مناطق و کاهش مصرف گاز به وضعیت عادی بازگشته است.

رئیس هیات امنای اتحادیه جایگاه‌داران سوخت کشور در پایان درخصوص اختصاص سهمیه بنزین نوروزی خاطرنشان کرد: نیازمند تصویب هیات دولت است و وجود شایعاتی مبنی بر اختصاص ۶۰ و ۱۲۰ لیتر بنزین برای تعطیلات نوروزی با توجه به وضعیت بیماری کرونا به نظر نمی‌رسد همانند سنوات گذشته تخصیص و اعلام شود و مجلس نیز اختیار استفاده از این مصوبه را به دولت محول کرده است که با توجه به لغو سفرهای نوروزی و قرنطینه اکثر شهرها و استان‌های کشور لزوم آن احساس نمی‌شود و در نهایت به نظر هیات دولت بستگی دارد.

زمینه‌سازی برای شناسایی نیروهای نخبگانی با تشکیل کار گروه‌های تخصصی

زمینه‌سازی برای شناسایی نیروهای نخبگانی در حوزه‌های مختلف، احصای نیازها و چالش‌های واقعی اقلیم و برقراری ارتباط نظام‌مند بین این دو، یکی از رسالت‌های مهم نظام نخبگانی کشور است. به گزارش پایگاه اطلاع‌رسانی بنیاد ملی نخبگان، اعتلای انقلاب اسلامی در آینده و تحقق اهداف تعیین‌شده آن، بی‌شک نیازمند به کارگیری توان و ظرفیت‌های نخبگان حوزه‌های مختلف است؛ از این رو، تأکید بر نقش مهم جوان تحصیلکرده و توانمند و البته متعهد در آینده کشور، یکی از اصول اساسی بنیانه گام دوم انقلاب است. به همین منظور، زمینه‌سازی برای شناسایی نیروهای نخبگانی در حوزه‌های مختلف فرهنگی، هنری، صنعتی، اجتماعی، سیاسی، اقتصادی و ...، احصای نیازها و چالش‌های واقعی اقلیم و برقراری ارتباط نظام‌مند بین این دو، یکی از رسالت‌های مهم نظام نخبگانی کشور است.



دریچه

حاشیه‌های پررنگ شیوع ویروس کرونا

محمد طهماسب‌زاده – کارشناس توسعه زیست‌بوم نوآوری حوزه انرژی



ویروس کرونا، علاوه بر دغدغه‌های مرتبط با سلامتی انسان‌ها، حاشیه‌های دیگری بر زندگی جامعه بشری ایجاد کرده است که اهمیت برخی از این حواشی به پررنگی خود متن مصیبت می‌تواند باشد. مهم‌ترین موضوع پس از بخش بهداشت و سلامت، به آسیب‌های اقتصادی ناشی از شیوع این ویروس برمی‌گردد. جایی که هم‌اکنون شاهد ریزش شاخص بورس در اکثر کشورهای جهان هستیم. این موج ریزش بالاخره دامن بورس ایران را نیز گرفت و تنها در یک روز شاخص کل بورس، ریزش ۱۴۸۰۰ واحدی (معادل ۲۷ درصد) را به خود دید که البته این موضوع معلول یک علت به نام ویروس کرونا نیست اما قطعاً یکی از علت‌های مهم در شرایط کنونی شیوع ویروس کروناست.

از طرفی دیگر، قیمت نفت که در نخستین ماه سال ۲۰۲۰ تحت تأثیر بحران‌های ژئوپلیتیک به سطح ۷۱ دلار برای هر بشکه رسیده بود، هم‌اکنون به حدود ۳۰ دلار سقوط کرده است. هم‌اکنون قیمت نفت برنت به بشکه‌ای کمتر از ۳۴ دلار و قیمت نفت وست‌تگزاس اینترمدیت به زیر ۳۰ دلار سقوط کرده است. شیوع گسترده ویروس کرونا باعث تعطیلی و کندشدن روند تولید کالاها در سرتاسر جهان شده و میزان تقاضای نفت خام را تحت تأثیر قرار داده است. البته سقوط یکباره بهای نفت پس از آن رخ داد که در پی عدم توافق اوپک با روسیه برای کاهش تولید نفت خام، عربستان سعودی اعلام کرد قیمت فروش این محصول را کاهش خواهد داد.

سه روز پیش هم، قیمت نفت سنگین ایران به کمتر از ۳۸ دلار سقوط کرده بود که احتمال دارد، قیمت‌های جدید به زیر ۳۰ دلار هم برسد بنابراین باید منتظر تبعات بعدی کاهش بهای نفت در اقتصاد کشورهای نفتی حوزه خلیج فارس بود.

به تبع کاهش قیمت نفت، محصولات مرتبط با پالایشگاه‌ها و پتروشیمی‌ها که برخی از آنها با فرمول قیمتی نفت قیمت‌گذاری می‌شوند نیز تحت‌الشعاع قرار خواهند گرفت که باید منتظر بود و دید روند قیمتی این کالاهای استراتژیک چه سناریویی را دنبال می‌کنند.

موارد دیگری نیز در کشور ایران به تبع ویروس کرونا تحت تأثیر قرار گرفته است که در ادامه به برخی از آنها به صورت مختصر اشاره شده است:

تأثیر در مصرف بنزین

مدیر برنامه‌ریزی شرکت ملی پخش فراآورده‌های نفتی گفت: از انتهای بهمن ماه به دلیل شیوع ویروس کرونا و کاهش رفت و آمد شهروندان

میزان مصرف بنزین در کشور ۱۰ درصد کاهش یافت.

مصرف آب

قائم مقام شرکت آب و فاضلاب استان تهران با تأکید بر اینکه باید مصرف را مدیریت کنیم، خاطرنشان کرد: مصرف آب تهران ۳ میلیون و ۲۲۲ هزار متر مکعب نیز ثبت شده که با اول تیرماه که زمان پیک مصرف است، برابری می‌کند.

میزان آلودگی هوا

در حالی که به نوشته روزنامه «ژاین تایمز»، ماهواره‌های سازمان فضانوردی آمریکا (ناسا) و آژانس فضایی اروپا از کاهش چشمگیر آلودگی هوا و دی اکسید نیتروژن در چین خبر دادند اما متأسفانه شاخص آلودگی هوای تهران به جای آنکه روند نزولی داشته باشد، به شاخص ۱۵۰ واحدی رسیده است. این در حالی است که طی روزهای اخیر در پی شیوع ویروس کرونا مدارس و دانشگاه‌های تهران تعطیل شدند و در صورتی که اگر میزان تردد خودروها هم در سطح شهر کاهش یافته باشد، این وضعیت می‌تواند حامل این پیام باشد که تأثیر آلاینده‌ی خودروهای سواری بر آلودگی هوا نه تنها آدرس خیلی دقیقی نیست، بلکه متهم ردیف اول هم نیست.

تأثیر در مصرف اینترنت کشور

رئیس سازمان تنظیم مقررات و ارتباطات رادیویی و معاون وزیر ارتباطات، از افزایش ۴۰ درصدی استفاده کاربران از اینترنت طی روزهای اخیر خبر داد و اعلام کرد که همین موضوع سبب شده تا پهنای باند اپراتورها اشباع شود و کیفیت ارائه خدمات اینترنت کاهش پیدا کند.

از هفته گذشته و با ورود ویروس کرونا به کشور، مدارس و دانشگاه‌ها به حالت تعطیل درآمد، برای برخی کارمندان پروسه دورکاری تعریف شد و به نظر می‌رسد همین مسئله استفاده از اینترنت را به شدت افزایش داده است. همچنین مانند کودکان و نوجوانان در خانه و به طور کلی کمتر بیرون رفتن مردم از منازل باعث شده که کاربران بیشتر به استفاده از اینترنت روی بیاورند.

در پایان لازم به ذکر است، مواردی که در این نوشتار بیان شد، بیشتر شامل آمار و ارقام گزارش شده توسط مراجع ذی‌صلاح بود و قطعاً کاهش رونق کسب و کار و کاهش درآمد فعالان حوزه‌های مختلف توریستی، رستوران‌ها، هتل‌ها، خدمات حمل و نقل ریلی، هوایی، اتوبوسرانی، تاکسی و ... نیز به شدت تحت‌الشعاع این ویروس قرار دارند که در مورد اثرات آن پس از بررسی‌های آماری دقیق می‌توان نظر داد.



ارزش سهام اپل در یک روز

خبرگزاری ۹to۵mac وضعیت را اینطور تحلیل اولین نکته این است که وحشت از شیوع سهام داشته است. بسیاری از شرکت‌ها از چین مواجه هستند. بسیاری از مشتری‌ها مسئله باعث کاهش عرضه شده است.

دومین نکته که بسیار مهم است، این هفته کاری گذشته به شدت کم کرد. این کاهش حوزه انرژی تأثیر منفی داشت. در مرحله بعد شرکت‌های نفتی برای بازپرداخت قرض‌های خود کارشناسان بازار بورس، شیوع روزافزون

اپل روز گذشته، حدود ۸ درصد از ارزش سهام خود را از دست داد. این عدد، معادل ۱۰۰میلیارد دلار است. به گزارش زومیت، بورس‌های بزرگ دنیا روز ۱۹ اسفند، شاهد سقوط‌های کم‌سابقه‌ای بودند. کاهش شدید قیمت جهانی نفت باعث سقوط بازارهای بزرگ دنیا از جمله بازار بورس آمریکا بود. اپل روز گذشته در اتفاقی کم‌سابقه، ۷/۹ درصد از ارزش سهام خود (معادل ۱۰۰میلیارد دلار) را از دست داد. ارزش سهام شرکت‌های مایکروسافت، فیس‌بوک و آلفابت هم بیشتر از ۶ درصد سقوط کرد. ارزش سهام آمازون هم در پایان این روز کاری ۳/۵ درصد سقوط کرد.

در پایان روز کاری ۱۹ اسفند، مجموع سهام شاخص داو جونز، به‌صورت میانگین بیش از ۲ هزار واحد سقوط کرد. این بدترین روز این شاخص مهم از زمان بحران مالی سال ۲۰۰۸ بود.

پایش مدام فعالیت‌ها، شرط موفقیت هسته‌های پژوهشی است

عضو هیأت‌علمی دانشگاه صنعتی شریف تصریح کرد: هسته‌های پژوهشی باید با انگیزه تحقق اهداف اصلی این طرح، تشکیل شوند و در نهایت بتوانند شرکت دانش‌بنیان و نوپای خود را ایجاد کنند.

در واقع ارائه تسهیلاتی مانند گزنت‌های دانش‌آموخته دانشگاه تورنتو اظهار داشت: یکی از راه‌های موفقیت بیشتر طرح شهید احمدی‌روشن، احصای طرح‌های کلان ملی توسط بنیاد ملی نخبگان و ارائه آن به هسته‌های تخصصی است؛ به عبارت بهتر، این بنیاد می‌تواند از طریق تعامل و ارتباط با



دیگر نهادها و دستگاه‌های کشوری نیازهای واقعی موجود را به خوبی شناسایی و حول آنها هسته‌های پژوهشی را در قالب این طرح با سرفصل‌های تخصصی ایجاد کند.

عضو هیأت‌علمی گروه مکانیک دانشگاه صنعتی شریف گفت نظارت بر عملکرد هسته‌های پژوهشی و پایش مدام فعالیت‌های انجام‌شده، از مواردی است که می‌تواند سبب موفقیت بیشتر طرح شهید احمدی‌روشن شود.

امیر نورانی در گفت‌وگو با پایگاه اطلاع‌رسانی بنیاد ملی نخبگان با مثبت ارزیابی کردن طرح شهید احمدی‌روشن، گفت: اصل اساسی در این طرح، ایجاد هسته‌های مسئله‌محور با مشارکت جامعه نخبگانی و دانشگاهی کشور است.

وی افزود: حفظ اصول این طرح یکی از راه‌های موفقیت است؛ به عبارت دیگر، در مسیر اجرای طرح شهید احمدی‌روشن نباید چالش‌هایی که در حوزه مقاله به وجود آمد، دوباره ایجاد و نگاه کمی حاکم شود.

نورانی ادامه داد: مهم‌ترین اهداف طرح شهید احمدی‌روشن توانمندی مستعدان‌برتر،

شبکه‌سازی نخبگانی، رفع نیازهای کشور و جلوگیری از مهاجرت نخبگانی و مستعدان‌برتر است؛ با اتکا به اصول شرایط باید به نحوی ایجاد شود که افراد تنها به صرف برخورداری از امکان‌های مالی به سمت این طرح ترغیب نشوند.

تسهیلات بیمه‌ای به شرکت‌های دانش‌بنیان رسید

از توان تولیدی و خدماتی در تأمین نیازهای کشور، سازمان تأمین اجتماعی می‌تواند نسبت به بخشودگی جرائم خارج از اختیار کارفرمایان اقدام کند. معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری

پس از بررسی درخواست‌ها، شرکت‌های مورد تأیید را به نهاد تعیین‌شده معرفی می‌کند.

مشاوره

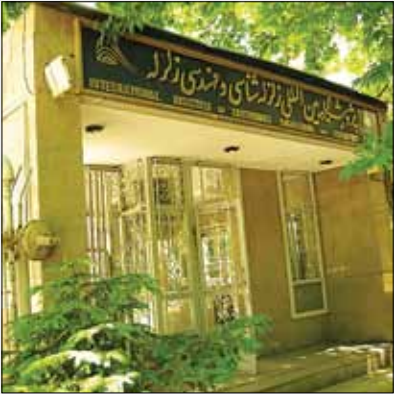
شرکت‌های دانش‌بنیان همچنین از معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری و نهادهای همکار، مشاوره بیمه تأمین اجتماعی دریافت می‌کنند. مشاوره در این حوزه بخش‌های مختلفی را دربر می‌گیرد. مشاوره پیرامون کلیه قوانین کار و تأمین اجتماعی و تهیه و تنظیم لایحه دفاعیه جهت ارائه به سازمان تأمین اجتماعی، بخشی از این خدمت است. همچنین شرکت‌های تأمین اجتماعی در زمینه بررسی قراردادهای از نظر بیمه و حضور در جلسات هیأت‌های حل اختلاف به عنوان نماینده، مشاوره دریافت می‌کنند.



بسته حمایتی مصوب شده برای تسهیل امور جاری شرکت‌های دانش‌بنیان به تدریج توسعه یافته است. تسهیلات بیمه‌ای یکی از مواردی است که با حمایت معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری به شرکت‌های دانش‌بنیان عرضه می‌شود.

به گزارش پایگاه اطلاع‌رسانی بنیاد ملی نخبگان، تسهیلات ایجادشده در حوزه بیمه، موارد و حوزه‌های مختلفی را دربر می‌گیرد. براساس تفاهم‌نامه‌ای که پیش از این، میان معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری و دستگاه دولتی متولی این حوزه، منعقد شد، شرکت‌های دانش‌بنیان حائز شرایط، برای قراردادهای مرتبط با فعالیت دانش‌بنیان خود، از معافیت اعمال ضریب حق بیمه قراردادهای برخورداری می‌شوند.

بخشودگی جرائم بیمه تأمین اجتماعی، یکی دیگر از تسهیلاتی است که برابر قانون، در این زمینه برای شرکت‌های دانش‌بنیان دارای شرایط در نظر گرفته می‌شود. براساس قانون حداکثر استفاده



پژوهشگاه بین‌المللی زلزله‌شناسی میزبان معاون علمی و فناوری رئیس‌جمهوری شد

سورنا سناری، معاون علمی و فناوری رئیس‌جمهوری از پژوهشگاه بین‌المللی زلزله‌شناسی و مجموعه آزمایشگاه‌های پیشرفته مهندسی زلزله بازدید کرد. به گزارش مرکز ارتباطات و اطلاع‌رسانی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، صبح روز گذشته سورنا سناری معاون علمی و فناوری رئیس‌جمهوری از پژوهشگاه بین‌المللی زلزله‌شناسی و مجموعه آزمایشگاه‌های پیشرفته مهندسی زلزله بازدید کرد. در این بازدید بر ضرورت استفاده از ظرفیت‌های این مجموعه پژوهشی و آزمایشگاهی برای توسعه و افزایش توانمندی شرکت‌های دانش‌بنیان تأکید و زمینه‌ها برای رونق همکاری و حمایت‌های این مجموعه برای استقرار واحدهای فناوری و ارائه خدمات به فعالان زیست‌بوم نوآوری فراهم شد.

یادداشت

۲ هفته دیگر تست‌های بالینی داروی کرونا مشخص می‌شود

وی ادامه داد: این داروها گیاهی هستند و قرار است برای درمان بیماری کرونا مورد استفاده قرار بگیرند. البته هنوز به تایید نهایی نرسیده‌اند. قرار بر این است که این داروها پس از تایید سازمان غذا و داروی وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی تست بالینی شود و نتایج را ارائه کنیم. شایسته یادآوری است، «با کمک زیست بوم فناوری و نوآوری کرونا را شکست می‌دهیم» عنوان فراخوانی است که قصد دارد با هم‌افزایی فعالان زیست بوم فناوری و نوآوری گامی قدرتمند و هم‌افزایی در کمک به مردم و جامعه برای مبارزه با ویروس جدید کرونا با کمک توانمندی دانش‌بنیان‌ها و استارت‌آپ‌ها بردارد. با استفاده از این ظرفیت علمی و فناوریانه و نوآورانه موجود در کشور گام‌های جدی برای مبارزه با این بیماری برداشته شود.



«نازل سوپرسونیک» در ایران تولید شد

کوره با محدوده کاربری ۱۰۰ درصد قراضه مورد استفاده قرار می‌گیرد. مدیرعامل شرکت دانش‌بنیان «پولاد تجهیز ایرسا» به واردات این محصول اشاره و بیان کرد: نمونه مشابه این محصول همچنان از کشور ایتالیا وارد کشور می‌شود که سالانه معادل ۹۰ میلیارد تومان ارز به این منظور از کشور خارج می‌شود. صنایع‌ان همچنین گفت: عمر نمونه مشابه اروپایی این تجهیز در فولاد مبارکه اصفهان با میانگین ۸۰ ذوب بوده است که هم‌اکنون محصول این شرکت با عمر بالای ۵۰۰ ذوب همچنان در حال کار است. این فعال فناوری به موضوع کیفیت محصول تولیدی این شرکت اشاره کرد و گفت: بنابر اظهار مدیران کارخانه‌های فولاد، محصول این شرکت به لحاظ کیفیت و کارایی از نوع مشابه خارجی آن بهتر است و این در حالی است که قیمت آن حدود یک پنجم و عمر آن چهار برابر نمونه مشابه اروپایی است. مدیرعامل شرکت دانش‌بنیان «پولاد تجهیز ایرسا» درباره صادرات نیز گفت: این شرکت در حال اقدام برای دریافت استاندارد CE است که امیدوار هستیم این امر تا پایان سال جاری انجام شود که در این صورت صادرات محصول به کشورهای روسیه و قزاقستان صورت خواهد گرفت. صنایع‌ان افزود: پیش‌بینی می‌شود با صادرات این محصول معادل ۵۰ میلیارد تومان ارز علند کشور شود. این فعال فناوری درباره میزان اشتغال‌زایی صورت گرفته در این شرکت گفت: در این مجموعه ۲۹ نفر به صورت مستقیم مشغول به کار هستند.

«فولاد» یکی از مهم‌ترین صنایع دنیا شناخته می‌شود و به عبارتی صنعت فولاد صنعت پایه محسوب می‌شود که بسیاری از صنایع دیگر از جمله خودروسازی، ساختمان، کشتی‌سازی و بسیاری دیگر به آن وابسته هستند. از سوی دیگر صنعت فولاد برای ادامه فعالیت به تجهیزات و قطعات پیشرفته دیگری نیازمند است تا بتواند محصول نهایی و پرکاربرد دیگر صنایع که همان فولاد است را تأمین کند. یک شرکت دانش‌بنیان در کشور توانسته است به دانش تولید یکی از این تجهیزات به نام «نازل سوپرسونیک» دست پیدا کند. مهدی صنایع‌ان، مدیرعامل شرکت دانش‌بنیان «پولاد تجهیز ایرسا» درباره نوع فعالیت و تولیدات این شرکت گفت: «نازل سوپرسونیک» تجهیز است که تزریق اکسیژن کربن به داخل کوره‌های قوس را برعهده دارد. این دستگاه در کاهش مصرف انرژی الکتریکی کوره‌ها تأثیر مستقیم دارد و در نهایت باعث بهبود کارایی و عملکرد در فرآیند ذوب می‌شود. این فعال فناوری ادامه داد: از ویژگی‌های این نازل می‌توان به مافوق صوت بودن با عدد ماخ بیش از ۲/۳، عمر کارکرد بالا و عملکرد مناسب آن اشاره کرد. وی افزود: در کارخانه‌های فولادسازی که به دلیل محدودیت‌های اکسیژن، دبی‌های متفاوت در کوره‌ها تزریق می‌شود توصیه می‌شود از این مدل نازل استفاده شود، زیرا کمتر از پنج دقیقه در مدول گرم قابل تعویض است همچنین احتراق پوششی با تعویض نازل قابل تغییر بوده و برای

نانولوله‌ها درمان سرطان را هدفمند می‌کنند

مقیاس کوچک هدفی بود که طرح را با آن آغاز کردیم. وی ادامه داد: وقتی دارو به صورت کلاسیک وارد بدن می‌شود، امکان هدررفت و ترسیدن آن به بافت هدف وجود دارد. پس با طراحی و استفاده از ترکیباتی سازگار با بدن می‌توان هدفمند دارو را وارد بدن کرد. ملکی همچنین بیان کرد: با وجود این سیستم‌های سازگار در صورت بارگذاری دارو روی آنها پس از رها شدن دارو عوارض خاصی ایجاد نمی‌کنند. همچنین در این صورت مصرف دارو نیز به میزان زیادی کاهش می‌یابد و همان میزان استفاده‌شده نیز روی بافتی که مدنظر داریم با حداکثر کارایی اثر می‌گذارد. به گفته وی، نمونه آزمایشگاهی این نانولوله‌ها ساخته شده است که بارگذاری داروهای موثر سرطان نیز با موفقیت روی آن انجام شده است. این نانولوله‌ها دارای سطح فعالی با قابلیت عامل‌دار شدن هستند و داروها را هدفمند رها می‌شوند. همچنین پایه‌های این نانولوله‌ها با وجود ترکیبات مغناطیسی امکان ردیابی را آسان می‌کند.



«طراحی نانولوله برای درمان سرطان» تحقیقی بنیادی است که توسط محققان دانشگاه علم و صنعت انجام شد. این محققان، نمونه آزمایشگاهی این نانولوله‌ها را ساختند تا داروهای سرطان هدفمند روی بافت موردنظر اثر گذارد. به گزارش مرکز ارتباطات و اطلاع‌رسانی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، تحقیقات در حوزه‌هایی که در مرزهای دانش قرار دارند علاوه بر استقلال علمی کشور، پیشگامی ایران در این حوزه‌ها را به همراه دارد. تحقیقات در حوزه‌های جدید کشفی نو را هدیه می‌دهد. در این زمینه محققان در دانشگاه علم و صنعت گرنتی با موضوع «طراحی نانولوله برای درمان سرطان» را انجام دادند. آنها از پشتیبانی صندوق حمایت از پژوهشگران و فناوران معاونت علمی و فناوری برای انجام آن برخوردار شدند. علی ملکی، مجری این طرح پژوهشی درباره انجام آن گفت: بارگذاری داروهای حساس، کمیاب و گران‌قیمت بر روی سیستم‌های نانومواد و در

تقریبا ۸ درصد سقوط کرد

دو دلیل اصلی سقوط کم‌سابقه بورس‌های بزرگ دنیا می‌دانند. این کارشناسان دلیل سقوط ارزش سهام اپل را بیشتر مرتبط با شیوع ویروس کرونا می‌دانند. نتایج یک بررسی نشان می‌دهد اپل در ماه فوریه، در چین تنها ۵۰۰ هزار آیفون فروخته است. این عدد، ۶۰ درصد کمتر از میزان فروش این محصول در ماه فوریه سال گذشته میلادی است. اپل فوریه ۲۰۱۹، در چین یک میلیون و ۲۷۰ هزار آیفون فروخت. همچنین گزارش‌هایی منتشر شده که نشان می‌دهند موجودی انبار محصولات اپل هم در حال تخلیه است. بررسی‌های Bank of American نشان می‌دهد باید انتظار داشت عرضه آیفون ۹ و آیفون ۵G به تعویق بیفتد. دلیل این تعویق، شیوع گسترده ویروس کرونا است. اپل در حال حاضر کارمندان خود را تشویق می‌کند برای جلوگیری از شیوع ویروس کرونا، دورکاری کنند.

لیل می‌کند: ویروس کرونا، تأثیر زیادی روی عملکرد بازار حمله اپل با بحران موجودی انبارهای خود در در این روزها تمایلی به خرید ندارند و همین است که عربستان سعودی، قیمت نفت را در ش قیمت، به سرعت روی شرکت‌های فعال در ی، بانک‌ها به دلیل نگرانی‌ها درباره توانایی خود، تحت تأثیر منفی قرار گرفتند. ویروس کرونا و کاهش کم‌سابقه قیمت نفت را

۱۴۰ مجموعه جدید به «شبکه آزمایشگاهی» پیوست

«شبکه آزمایشگاهی فناوری‌های راهبردی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری با ۱۴۰ عضو جدید سال ۹۸ را به پایان می‌رساند.» رضا اسدی‌فرد با بیان این مطلب، گفت امسال ۱۶۸ درخواست عضویت جدید داشتیم که با ۱۴۰ مورد آن موافقت شد. مراکز آزمایشگاهی در سراسر کشور بدون محدودیت می‌توانند به عضویت شبکه آزمایشگاهی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری دربیایند. تنها شرط حضور آنها در این شبکه، ارائه خدمات به عموم مشتریان است. بر همین اساس، این شبکه توانسته طی سال‌های اخیر تعداد زیادی از آزمایشگاه‌های کشور را به عضویت در این مجموعه ترغیب کند که با این کار در سال ۹۸، اعداد ۱۶۸ عضو جدید به این شبکه پیوست. اسدی‌فرد با اشاره به این نکته، می‌گوید: البته تمدید این عضویت به عملکرد آزمایشگاه در شبکه وابسته است که براساس ارزیابی

سالانه سنجیده می‌شود. وی می‌افزاید: با هدف آگاه شدن مراکز عضو شبکه آزمایشگاهی از فعالیت‌های انجام شده و آخرین تصمیمات و برنامه‌های شبکه و همچنین تعامل نزدیک با سایر مراکز (به‌ویژه مدیران مراکزی که تازه در شبکه عضو شده‌اند)، نشست‌ها و برنامه‌های جمعی متنوعی در شبکه برگزار می‌شود. این نشست‌ها به صورت چرخشی و به میزبانی مراکز عضو برگزار می‌شود تا بازدید از آزمایشگاه‌های مجموعه میزبان، مقدمه‌ای برای شکل‌گیری به گفته اسدی‌فرد، پایگاه اینترنتی شبکه آزمایشگاهی، به عنوان مرجع اطلاعات توانمندی‌ها و خدمات آزمایشگاهی کشور، در دسترس پژوهشگران و صنایع قرار دارد. در این پایگاه، اطلاعات آزمایشگاه‌ها و تجهیزات و خدمات آنها به شیوه‌های مختلفی ارائه شده است.



ارزش برند و روش‌های ارزیابی آن



ارزیابی برند وجود دارد که در ادامه به آن خواهیم پرداخت. انتخاب رویکرد مورد استفاده به کسب و کار، صنعت و موقعیت بستگی دارد.

روش‌های ارزیابی برند

ارزبابی برند مبتنی بر هزینه (Cost–Based)

استفاده از این روش ارزش‌گذاری برند مانند آن است که بگوییم قیمت یک خانه برابر با هزینه‌ای است که صرف ساخت و مبله کردن آن شده است. در این روش برای ارزیابی برند از هزینه‌هایی که صرف ساخت یک برند از ابتدا تاکنون شده است، استفاده می‌شود. این هزینه‌ها می‌تواند شامل تبلیغات قدیمی، هزینه کمپین‌ها، هزینه‌های ثبت نامی و دریافت لایسنس باشند.

ارزیابی برند مبتنی بر بازار (Market–Based)

این روش مانند آن است که برای قیمت‌گذاری یک خانه برای فروش در مورد قیمت‌های خانه‌های همسایه در آن خیابان پرس و جو کنیم. در این روش از یک یا چند عامل قابل مقایسه برند شما و کارهایی که فروخته شده‌اند و در این عوامل مشابه شما بودند، استفاده می‌شود. این عوامل قابل مقایسه می‌توانند میزان فروش یک برند خاص، تراکنش‌های شرکت یا بهای سهام در بازار بورس باشند.

رویکرد درآمدی در ارزیابی برند

استفاده از رویکرد درآمدی در ارزش‌گذاری برند شبیه به آن است که درآمد بالقوه یک خانه با اجاره دادن آن را در نظر بگیرید و از آن در تخمین قیمت فعلی خانه استفاده کنید. در این روش به منظور تخمین ارزش برند از درآمد خالص آتی که بتوان به شکل مستقیم به برند نسبت داد، استفاده می‌شود.

منبع: beloved.marketing

(Brand Value) را «تست تمایل به پرداخت» دانست. برای این تست کافی است که شما به عنوان مثال دو بسته چپیس با کیفیت یکسان را به مشتری بدهید که یکی بدون نام و دیگری با برند مزمز باشد و بسنجید که مشتریان تا چه اندازه تمایل به پرداخت پول بیشتر برای خرید برند مزمز دارند. البته این تست تنها بخشی از یک پازل بزرگ‌تر است و سنجش ارزش دقیق یک برند نیازمند سنجش عوامل ناملموس دیگری نیز است که در مقاله محاسبه ارزش برند مفصل به آن پرداخته شده است.

ارزیابی برند (Brand Valuation) به معنای فرآیند مورد استفاده برای محاسبه ارزش یک برند یا میزان مبلغی است که یک شرکت دیگر حاضر به پرداخت آن برای خرید برند یا همان ارزش مالی برند است. رویکردهای گوناگونی برای ارزیابی برند وجود دارد که به دو دسته کلی تقسیم می‌شوند:

- ارزیابی‌های ارزش ویژه برند برمبنای تحقیقات: از جمله سنجش آگاهی از برند، دانش، قیمت، سهم بازار، رضایت، ترجیح برند، توصیه‌ها و ...
- رویکردهای صرفا مالی: رویکرد مبتنی بر هزینه، موارد قابل مقایسه و دارای مشابه، قیمت‌گذاری پرستیزی و استفاده اقتصادی
- قبل از ارزیابی برند باید برند و هر آنچه که دارد را شناسایی کرد. شما باید ارزش هر آن چیزی که مصرف‌کننده به برند و تصویر شما مرتبط می‌داند از جمله نام برند، علامت تجاری، دارایی‌های بصری مثل لوگو یا رنگ‌ها، استراتژی بازاریابی خاص، دارایی‌های دیجیتال یا لایسنس‌ها یا حتی سطح وفاداری مشتریان را در نظر بگیرید.
- Brand Value برای توسعه‌برند و پیش‌بینی ارزش کسب و کار در آینده ضروری است. همانطور که گفته شد روش‌های گوناگونی برای

بینش بازاریابی

رشد زیاد از طریق نوآوری ارزشی

آورد. تفکر کلاسیک اقیانوس آبی از این قرار است: طراحی خلافانه فعالیت‌های مخاطره‌آمیز تجاری برای تاثیر مثبت بر ساختار هزینه شرکت و پیشنهاد ارزشی آن مصرف‌کنندگان.

صرفه‌جویی در هزینه‌ها نتیجه حذف و کاهش عوامل موثر بر رقابت سنتی در صنعت است؛ ارزش ارائه شده به مصرف‌کنندگان در اثر معرفی عواملی به وجود می‌آید که صنعت پیش از آن هرگز چنین عواملی را پیشنهاد نکرده بوده است. در طول زمان همچنان که ارزش بالاتر منجر به افزایش میزان فروش می‌شود، هزینه‌ها حتی بیشتر کاهش می‌یابد و در نتیجه باعث افزایش تولید جهت پایین آوردن قیمت‌ها می‌شود. بازارهای‌ای دیگری هستند که نامتعارف بودن اقیانوس آبی را نشان می‌دهند که در زیر به آنها اشاره می‌شود.

شرکت کال اوی گلف، چوب گلف بیگ برتر را با رأس بزرگ و قسمت مرکزی پهن‌تر طراحی کرد تا راهی باشد برای بازیکانی که به خاطر دشواری در زدن ضربه مستقیم به توپ گلف درمأنده‌اند. نت جنس نحوه پیشنهاد دادن خدمات جت خصوصی به گروه بزرگتری از مصرف‌کنندگان را از طریق حق مالکیت مالی متوجه

در این مقاله به تعریفی جامع از ارزش برند و شیوه‌های ارزیابی برند خواهیم پرداخت. اولین سوالی که با دیدن واژه ارزش برند در زبان فارسی به ذهن می‌رسد این است که آیا Brand Value را می‌توان به جای ارزش ویژه برند یا همان Brand Equity به کار برد؟ با جست‌وجوی ارزش برند در زبان فارسی به تعاریف هر دو این کلمات برمی‌خوریم ولی به درستی تفاوت ارزش برند با ارزش ویژه برند چیست؟

تفاوت ارزش برند با ارزش ویژه برند چیست؟

Brand Value و Brand Equity معیارهایی برای تخمین میزان ارزش برند به حساب می‌آیند. تفاوت میان این دو آن است که ارزش برند (Brand Value) به دارایی‌های مالی شرکت که در ترازنامه شرکت ثبت شده است اشاره دارد و این در حالی است که ارزش ویژه برند (Brand Equity) میزان اهمیت برند برای مشتری شرکت است بنابراین Brand Value با ارزش ویژه برند برابر نیست، ارزش ویژه برند توسط مشتریان تعیین می‌شود و از ادراکات، تجارب، خاطرات مشتری در ارتباط با برند نشأت می‌گیرد و از سوی دیگر Brand Value به ارزش پولی خلق شده در بازار به وسیله برند برای شرکت اشاره دارد.

ارزش واقعی‌برند را چگونه می‌توان سنجید؟ وب‌سایت اینتر برند (Inter brand’s website) به عنوان یک شرکت معتبر بازاریابی با تخصص در زمینه برند و مدیریت برند، در ارزیابی‌های خود از سه عنصر اساسی استفاده می‌کند:

- عملکرد مالی محصولات یا خدمات برند
- نقش برند در تصمیم‌گیری خرید
- قدرت رقابتی برند

شاید بتوان یکی از ساده‌ترین روش‌های سنجش و توضیح ارزش برند

سیاست استخدامی جدید مایکروسافت

به قلم: آرون هولمز نویسنده حوزه مدیریت و کسب‌وکار مترجم: امیر آل‌علی
--

در چند وقت اخیر برندهایی نظیر تسلا، با اعلام این خبر که مدرک تحصیلی دیگر ملاک استخدام آنها نخواهد بود، توجه بسیاری را به سمت خود جلب کردند. در این رابطه مایکروسافت نیز اعلام کرده است که برای مشاغل رده پایین تا متوسط خود، این سیاست را اجرا خواهد کرد. در این رابطه مدیران این شرکت عنوان کرده‌اند که حذف الزامی بودن مدرک تحصیلی، باعث می‌شود تا تیم شرکت تنوع بالاتری پیدا کرده و امکان استخدام افراد بااستعدادتری مهیا شود. درواقع صرفا قضاوت براساس مدرک تحصیلی، سیاستی درست نبوده و لازم است تا به عملکرد افراد توجه داشته باشیم. همچنین ان جانسون (مدیر ارشد بخش امنیت سایبری مایکروسافت) اعلام کرده است که در صورت نتیجه‌بخش بودن این اقدام جدید، احتمالا شاهد پیاده‌سازی آن برای رده‌های بالاتر نیز خواهیم بود. با توجه به این امر که بسیاری از کارآفرینان بسیار موفق حال حاضر جهان، از دانشگاه انصراف داده‌اند، به همین خاطر نباید تصور کرد افرادی که مدرک تحصیلی بالایی را دارند، حتما بهترین گزینه‌ها محسوب می‌شوند. درواقع با مطالعه آزاد نیز می‌توان حتی به سطح بالاتری نیز دست پیدا کرد. علت این امر به این خاطر است که در دانشگاه، نیاز به مطالعه دروس مختلفی وجود دارد، با این حال در مطالعه آزاد، افراد می‌توانند دقیقا بر روی یک موضوع خاص متمرکز شوند. همچنین برای موفقیت یک تیم کاری، مهارت‌های به مراتب بیشتر از سطح دانش کافی نیاز خواهد بود. پیش‌بینی می‌شود که با توجه به این رویکرد جدید که مورد استقبال برندهای جهانی قرار گرفته است، شاهد انقلابی در زمینه استخدام افراد در سراسر جهان باشیم.

منبع: businessinsider

دور کاری راهکار اپل برای کاهش سرعت انتشار ویروس کرونا در آمریکا

به قلم: فرانسیس مورانلی خبرنگار مترجم: امیر آل‌علی
--

شیوع ویروس کرونا در آمریکا باعث شده است تا ابربرندهای این کشور برای کمک به کاهش سرعت انتقال آن، دور کاری را به کارمندان خود پیشنهاد دهند. در این رابطه مایکروسافت و فیس‌بوک نیز این سیاست را در پیش گرفته‌اند. بنا بر اطلاعات منتشرشده میزان مرگ‌ومیر ناشی از این ویروس در آمریکا به ۱۵ نفر رسیده است که در صورت عدم تلاش همگانی برای جلوگیری از آن، به زودی این آمار سه رقمی خواهد شد. در این راستا ۱۲ هزار از کارمندان اپل، در شرکت کوپرتینو، از امروز به کار خود به صورت دور کاری ادامه خواهند داد، با این حال اپل هیچ یک از دفاتر و فروشگاه‌های خود را تعطیل نکرده و طبق روال سابق به کار خود ادامه خواهند داد ولی به نظر کارشناسان در صورت عدم توان دولت در کنترل این ویروس، احتمالا باید شاهد اقدامات بیشتری نظیر تعطیلی کامل و ادامه کار از طریق فروش اینترنتی باشیم. آخرین آمارهای جهانی در رابطه با ویروس کرونا حاکی از آن است که حتی ممکن است در تابستان پیش روی نیز همچنان این مشکل به قوت خود باقی مانده باشد. به همین خاطر ایدا نمی‌توان برای آن حداقل تا به امروز، نقطه پایانی را متصور شد. حال باید دید که سایر برندهای آمریکایی در این رابطه چه اقداماتی را در دستور کار خود قرار خواهند داد.

منبع: dailymail

اقدام جدید هوآوی برای حمایت از اپ گالری

به قلم: جان پتینسون نویسنده حوزه تکنولوژی و کسب‌وکار مترجم: امیر آل‌علی

هوآوی در چند وقت اخیر در راستای مقابله با تحریم‌های آمریکا، اقدام به ایجاد اپ استور اختصاصی خود کرد که در حال حاضر اختلافی فاحش با دو رقیب اصلی خود (اپل و گوگل) دارد. به همین خاطر مدیران این شرکت سیاست جالبی را در پیش گرفته‌اند تا توسعه‌دهندگان بیشتری را به سمت خود جلب کنند. این استراتژی اختصاص ۱۰۰ درصد درآمد به توسعه‌دهندگان است که برای بازی‌ها این رقم تا ۸۶درصد کاهش پیدا خواهد کرد. این امر در حالی است که گوگل پلی تنها ۷۰درصد سود را به توسعه‌دهندگان اختصاص می‌دهد که این موضوع باعث نارضایتی‌هایی شده است. برای مثال در سال گذشته کمپانی اپیک گیمز به علت سهم ناعادلانه گوگل، بازی محبوب فورتنایت را در گوگل پلی قرار نداده و این موضوع با نارضایتی کاربران همراه بوده است. بدون شک این سیاست هوآوی خصوصا در رابطه با بازی‌های محبوب، قابل تغییر بوده و می‌تواند سهم بیشتری را به آنها اختصاص دهد و به کامل‌ترین اپل استور جهان تبدیل شود، با این حال برای استفاده از این تخفیف ویژه، افراد باید تا زمان ۳۰ ژوئن امسال ثبت نام خود را انجام داده و توافق‌نامه را تایید کنند. همچنین ذکر این نکته ضروری است که در سال دوم، سهم اپلیکیشن‌ها به ۹۰درصد کاهش پیدا خواهد کرد ولی برای بازی نرخ امسال باقی خواهد ماند. حال باید دید که این اقدام جدید، تا چه حد موفقیت‌آمیز خواهد بود.

منبع: technologytimes

ایستگاه بازاریابی

تجربیات یک فروشنده بیمه عمر (۳)

فروش در صدا و سیما

محمدرضا محمدی

به عنوان کارشناس بیمه عمر به برنامه تلویزیونی دعوت شدم. وقتی دوستان پشت صحنه متوجه شدند که من فروشنده بیمه عمر هستم به طرف من آمدند و قبل از شروع برنامه تند و تند سوال می‌کردند. شاید این یکی از فرصت‌های طلایی برای فروش بیمه عمر بود. آن روز با اشتیاق از مزایای بیمه عمر برای آنها گفتم هنوز در حال حرف زدن بودم که آقای تهیه‌کننده من را به داخل استودیو دعوت کرد. از آنها اجازه خواستم پس از ضبط برنامه در خدمت‌شان باشم.

پس از ضبط برنامه اتفاق جالبی افتاد، هنوز چند دقیقه‌ای نگذشته بود که دیدم فتنان چای در حال لرزیدن است. من به او، او به من و ما به هم نگاه کردیم و یک دفعه صدای چیچ بلند شد. دوربین‌ها لرزیدند. چراغ‌های سقف استودیو لرزیدند همه چی می‌لرزید؛ زلزله بود. همه نگران و پریشان بودند هر کس به یک سمت می‌دوید. چند دقیقه بعد همه چی آرام شد. همه نگران بودند و من منتظر ماشینی بودم که قرار بود من را به دفترم برساند. یکی از همکاران اومد پیش من و گفت ببخشید این زلزله باعث شد که تنویم از صحبت‌های شما استفاده کنیم. گفتم: خواهش می‌کنم. کارگزاران برنامه به سمت من آمد و شماره منو گرفت. یکی دیگه از دستیاران برنامه آدرس دفتر کار رو خواست. کارت ویزیت رو بهشون دادم و گفتم دوستان اگه موافق باشید من حاضرم یک جلسه یک ساعته شما رو به دفتر کارم دعوت کنم و با آرامش برای شما از فواید بیمه عمر بگم. یکی از همکاران گفت دوستان ما هم می‌تونند تو این جلسه بیان؟ گفتم: با کمال میل تشریف بیان. اون جلسه بعد از رایزنی‌های مختلف به شکل عمومی ۲۰ روز بعد در یکی از سالن‌های صدا و سیما برگزار شد و حدود ۲۰۰ نفر شرکت کردند. بعد از چند روز حدود ۳۵ نفر از این افسران بیمه عمر از شرکت ما خریدند. این یک فرصت طلایی برای ما بود تا بتوانیم در یک سازمان بزرگ ورود پیدا کنیم و بدون شک بر تعداد این افراد در ماه‌ها و سال‌های آینده اضافه خواهد شد مشروط به اینکه در ارائه خدمات پس از فروش بهترین باشیم.

سازمان و شرکت‌های بزرگ امکان خوبی برای فروش بیمه عمر به شکل گروهی هستند. شما با یک بار پرزنت کردن و وقت و انرژی کمتر به میزان بیشتری از فروش دست پیدا می‌کنید بنابراین تا جایی که می‌توانید به شکل‌های مختلف با سازمان‌های بزرگ ارتباط برقرار کنید و در زمان مناسب بیمه عمر بفروشید.

فروش بیمه عمر در سوپرمارکت محله من تازه کارم را در بیمه شروع کرده بودم. یک روز با آقا جواد سوپرمارکتی محله حرف زدم که اگر اجازه بدید می‌خوام امروز عصر دو ساعتی هم‌مان شما باشم. از آنجایی که از قبل با هم دوست شده بودیم و من همیشه از آنجا خرید می‌کردم با گرمی از تقاضای من استقبال کرد.

در سوپرمارکت محله اغلب همسایه‌های شما برای خریدهای جزئی می‌آیند. آنجا را از دست ندهید. گاهی روزها همان حوالی پرسه بزنید شاید بی‌اغراق ده‌ها نفر را ببینید و بتوانید در یک روز ۱۰ نفر را بیمه عمر کنید.

فرصت‌ها برای شما فروشندگان بیمه عمر همه جا وجود دارد. این شما هستید که باید با خلاقیت و هوش و توانایی خود بتوانید افراد زیادی را بیمه عمر کنید. خانم معصومی همسایه قبلی ما تو کوچه پایینی تا منو دید سلام کرد و گفت: راستی شما یه دکتر خوب نمی‌شناسید می‌خوام مامانو ببرم پیشش. گفتم: دکتر چی؟ گفت: وا مثل اینکه یادتون رفته مامانم آلزایمر داره دیگه. یادتون رفت اون شب اومد خونه شما در زد گفت اکبر آقا را بگین بیاد و بعد اون داستان بلند بالایی که اتفاق افتاد را تعریف کرد. تازه دو زاریم افتاد. گفتم: بله بله دکتر که هستن. ولی اخیرا یکی از دوستان اسم کسی را گفته که گویا پزشک خیلی حاذقیه. بعد شروع کردیم درباره بیماری مادر او و پدر آقا عبدالله همسایه پایینی و بیمارستان‌های تهران و هزینه‌های سنگین درمان حرف زد.

وقتی داستان به اینجا رسید، گفتم: خانم معصومی شما هنوز بیمه عمر نشدید. کمی خجالت کشید و گفت: مامان که نمی‌شه چون وضعیتشو می‌دونید. گفتم: اما شما و آقای معصومی این فرصت رو از دست ندهید. این روزها هزینه‌های درمان زیاد شده خدای نکرده زبانی‌م لاله اگر فردا به اتفاقی برای شما بیفته حداقل بیمه عمر هزینه‌هاشو بده. آقای معصومی که به کارمند بیشتر نیست. شما هم که خانه‌دار هستید. راستی اسمی علی شما رفت سرکار؟ کمی دربارم پرسران اون حرف زدیم. پس از نیم ساعت گفت: فکر کنم آقای معصومی حوالی هشت بیاد خونه. امکان داره شما امشب تشریف ببرید و حضوری با خود آقای معصومی صحبت کنید. گفتم: حتما با افتخار خدمت می‌رسم. حوالی ۹ شب با یک بسته شکلات به منزل آقای معصومی رفتم. خیلی از دیدن من خوشحال شدند. وقتی داشتم برمی‌گشتم آقا معصومی و خانم معصومی بیمه عمر شده بودند. قرار شد اول سال بچه‌ها رو هم بیمه عمر کنند. فرصت دیدار در سوپرمارکت‌های محله را از دست ندهید.



چگونه غرفه‌ای جذاب در مراسم‌های کسب و کار داشته باشیم؟

الزامات بازاریابی در مراسم‌های مهم



در جلب نظر مخاطب هدف بیشتر می‌شود. استفاده از خلاقیت برای جلب نظر مخاطب

هدف پیش از برگزاری مراسم‌ها اهمیت زیادی دارد. هر برند دارای ارزش‌ها و اصول منحصر به فردی است. استفاده از آنها در فرآیند بازاریابی شانس‌مان برای جلب نظر مخاطب هدف را به شدت افزایش می‌دهد. همچنین ما باید نمایی از فرآیند آمادسازی غرفه‌مان را نیز با مخاطب هدف به اشتراک بگذاریم. این امر موجب آشنایی مخاطب هدف با فضای غرفه‌مان و یافتن ساده‌تر آن به هنگام برگزاری مراسم می‌شود. یکی از اشتباهات برندها در زمینه بازاریابی پیش از شروع مراسم‌ها استفاده از آلمان‌های بیش از حد شلوغ است. برگزاری یک مراسم در حوزه کسب و کار به معنای ضرورت ارسال ایمیل‌های متعدد از سوی ما و ایجاد مزاحمت برای مخاطب هدف نیست بنابراین باید بازنگری اساسی در فرآیند بازاریابی برندهمان پیش از شروع مراسم‌ها داشته باشیم. اغلب کاربران در روزهای منتهی به مراسم‌های مهم کسب و کار نسبت به دریافت حجم بالای ایمیل‌های تبلیغاتی شاک می‌هستند این امر جلوه‌برند ما را به شدت تحت تاثیر قرار خواهد داد بنابراین ما باید اقدام منطقی برای توسعه آگاهی از برندهمان پیش از شروع مراسم‌های مهم داشته باشیم. در غیر این صورت مخاطب هدف بیشتر از برندهمان متنفر خواهد شد.

۲. بررسی عملکرد رقبا

حضور در مراسم‌هایی با غرفه‌های متعدده به معنای ضرورت آمادگی برای رقابت خواهد بود. بیشتر است. اغلب برندها در مراسم‌های مهم فقط به نحوه فعالیت خودشان توجه دارند. این امر در نهایت موجب غفلت از رقبا و کاهش شانس‌مان برای موفقیت هرچه بیشتر در مراسم موردنظر می‌شود. ارزیابی وضعیت برندهای رقیب همیشه مزیت‌های بسیار زیادی برای برندها دارد. این امر موجب آگاهی ما از برخی ترندهای بازاریابی تازه و همچنین مقایسه طرح‌های‌مان با آنها به منظور یافتن نقاط ضعف می‌شود. نتیجه نهایی این فرآیند افزایش شانس ما برای بازاریابی تاثیر گذار خواهد بود.

مسئولان مجری همایش‌ها همیشه فهرستی از برندهای حاضر در مراسم را دارند. اگر ما در تلاش برای ارزیابی وضعیت رقبا هستیم، باید نقشه جایگاه برندهای مختلف در راهرو همایش را تهیه کنیم. سپس با مشاهده غرفه‌های نزدیک برندهمان باید ابتدا با بررسی عملکرد آنها کارمان را شروع کنیم. این امر امکان بهبود وضعیت غرفه‌مان در مقایسه با رقبا را فراهم می‌سازد. ما همیشه باید غرفه‌ای جذاب‌تر از برندهای اطراف‌مان داشته باشیم. به این ترتیب توجه مخاطب به طور ناخودآگاه به ما جلب می‌شود. ارزیابی وضعیت عملکرد رقبا برای حضور موفق در همایش‌ها همیشه باسادی صورت نمی‌گیرد. گاهی اوقات ما باید از ارتباط‌های‌مان با مدیران دیگر شرکت‌ها استفاده کنیم. همچنین در سایر موارد ما نیازمند ایجاد رابطه‌های تازه با برندها خواهیم بود. نکته مهم در این میان ضرورت توجه به محدودیت زمانی پیش رو است. فرآیند ارزیابی عملکرد رقبا باید در دو مرحله و به صورت کامل سریع صورت گیرد. مرحله نخست پیش از شروع مراسم برای ارزیابی وضعیت آنها صورت می‌گیرد. مرحله بعدی نیز با توجه به زمان شروع همایش به منظور آگاهی از تغییرات برنامه‌ها و جلوه کلی رقبا در همایش خواهد بود. به این ترتیب ما هر لحظه امکان اصلاح و بهبود وضعیت برندهمان را خواهیم داشت.

تلاش برای بهره‌گیری از وضعیت بازاریابی همسایه‌های غرفه‌مان در مراسم نیازمند

ایجاد رابطه‌ای خوب با آنهاست. به این ترتیب باید تمام تلاش‌مان برای جلب نظر آنها را

داشته باشیم. گاهی اوقات برخی از برندها نسبت به ارزیابی مستقیم وضعیت‌شان از سوی

ما واکنش منفی نشان می‌دهند. تنها راهکار مناسب در این شرایط تلاش برای ایجاد

رابطه‌ای دوستانه به منظور کاهش حجم واکنش‌های منفی آنهاست. در غیر این صورت

ما هیچ شانس برای کسب موفقیت در حوزه بازاریابی نخواهیم داشت.

۴. فعالیت مناسب در شبکه‌های اجتماعی

شبکه‌های اجتماعی همیشه در حوزه بازاریابی دارای اهمیت هستند. این امر امروزه با افزایش تعداد کاربران پلتفرم‌های اجتماعی بیشتر از هر زمان دیگری احساس می‌شود. اغلب برندها پس از شروع مراسم دیگر توجهی به بازاریابی در شبکه‌های اجتماعی ندارند. نکته مهم ادامه فرآیند بازاریابی در شبکه‌های اجتماعی است. به این ترتیب ما فرصت کافی برای جلب نظر افراد خارج از مراسم را نیز خواهیم داشت. سالانه بسیاری از افراد به دلایل مختلف فرصت حضور در مراسم‌های مخصوص کسب و کار را ندارند. این امر به معنای بی‌توجهی برندها به چنین افرادی نخواهد بود. بنابراین ما باید برنامه‌ای دقیق برای جلب نظر این دسته از افراد داشته باشیم. یک ایده مناسب در این میان تلاش برای جلب نظر چنین افرادی از طریق نمایش پشت صحنه فعالیت برندهمان در مراسم با پوشش زنده بخش‌های مهم است. به این ترتیب برند ما به نوعی وارد حوزه خبرنگاری و پوشش مراسم نیز خواهد شد. ما تقریباً هشت هفته پیش از شروع مراسم باید نسبت به ایجاد هشتگ ویژه برای برندهمان اقدام کنیم. این امر موجب بهبود وضعیت ما در زمینه جلب نظر مخاطب هدف خواهد شد. ایراد اصلی کمپین بسیاری از برندهای توجیهی به عادی ساختن ارتباط برندها با مخاطب هدف است. به این ترتیب مخاطب هدف در مدت زمانی کوتاه باید با برند آنها آشنا و سپس به خرید از آن عادت کند. بی تردید این اتفاق هرگز یک شبه روی نمی‌دهد. به همین خاطر ما باید برنامه‌ریزی دقیقی برای جلب نظر مخاطب هدف داشته باشیم. در غیر این صورت بیش از هر زمان دیگری با مشکلات عمده در حوزه بازاریابی مواجه خواهیم شد. استفاده از آلمان‌های کاربران و مخاطب هدف برای پوشش مراسم از سوی برندهمان گزینه بسیار جذابی محسوب می‌شود. شاید تنها نکته منفی در این میان هزینه بالای همکاری با چنین افرادی است بنابراین تلاش برای مدیریت صفحه از سوی خردمان اقتصادی‌ترین گزینه پیش رو خواهد بود.

امروزه پلتفرم‌هایی نظیر فیس‌بوک، اینستاگرام و توئیتر امکانات بسیار زیادی در اختیار برندها برای فعالیت بازاریابی قرار می‌دهد. استفاده درست از امکانات موجود در این فضا اهمیت زیادی برای موفقیت برند ما خواهد داشت.

۵. راه‌اندازی کمپین ایمیلی

پیش از این اهمیت فعالیت در سرویس‌های ایمیلی ذکر شد. در اینجا ما به بررسی هرچه بیشتر این موضوع خواهیم پرداخت. بسیاری از صاحبان کسب و کار نسبت به تاثیرگذاری بازاریابی ایمیلی تردید دارند. امروزه اغلب افراد دارای دست‌کم یک حساب کاربری در سرویس‌های مختلف ایمیلی هستند. تلاش برای ارتباط و تعامل هرچه بهتر

به قلم: آستین رولاندز

بازاریاب محتوایی در موسسه Quadrant2 Design

حضور در مراسم‌های مهم برای برندها اهمیت بسیار زیادی دارد. اغلب برندها از مدت‌ها پیش از شروع همایش‌های اختصاصی در حوزه کسب و کار اقدام به رزرو غرفه می‌کنند. همه ما تجربه حضور در غرفه برندهای مختلف در مراسم‌های مهم را داشته‌ایم. بدون تردید تمام برندهای حاضر در یک همایش موفق به جلب نظر مخاطب هدف نمی‌شوند. همیشه تعدادی از برندها در زمینه بازاریابی مناسب با شکست مواجه خواهند شد. این امر ناشی از رویکرد مدیران و تیم بازاریابی آنها نسبت به مراسم موردنظر است. تمام برندهای موفق در زمینه بازاریابی در مراسم‌های مهم پیش از اجرای طرح‌شان اقدام به ارزیابی‌اش می‌کنند. این امر کمک فراوانی به یافتن نقاط ضعف و تلاش برای بهبود آنها خواهد کرد. در سوی دیگر برندهای معمولی هیچ‌گاه تا روز پیش از شروع همایش به دنبال برنامه‌ای ویژه برای کسب و کارشان نیستند. به این ترتیب همیشه پس از شروع همایش با مشاهده عملکرد و برنامه‌ریزی برندهای بزرگ غافلگیر می‌شوند.

چرا آمادگی اولیه پیش از شروع همایش‌ها دارای اهمیت است؟ براساس گزارش موسسه Trade Shows Network اغلب بازدیدکنندگان از مراسم‌های کاری همراه با فهرستی از غرفه‌های مورد علاقه‌شان قدم به همایش می‌گذارند. این امر به معنای برنامه‌ریزی قبلی آنها برای سر زدن به برخی از غرفه‌هاست. اگر ما در این میان برنامه مناسبی برای بازاریابی پیش از شروع مراسم نداشته باشیم، شانس چندانی برای جلب نظر مخاطب هدف به غرفه‌مان نخواهیم داشت. اغلب برندهای حاضر در مراسم‌های بزرگ مشکل عدم آشنایی با مخاطب هدف با خود را دارند. راهکار این مشکل در بازاریابی پیش از شروع مراسم نهفته است.

برنامه‌ریزی برای حضور موفق در همایش‌ها و مراسم‌های کاری اهمیت بسیار زیادی دارد. امروزه برخی از افراد به طور اختصاصی در زمینه ارائه مشاوره برای فعالیت بهتر برندها در مراسم‌های کاری فعالیت دارند. با این حساب حوزه موردنظر باید به طور ویژه‌ای مورد توجه قرار گیرد. در غیر این صورت احتمال بروز خطا در زمینه دستیابی برندهمان به اهداف موردنظرش افزایش خواهد یافت. در ادامه این مقاله هفت تکنیک مناسب برای آمادگی قبلی به منظور حضور موفق در مراسم‌های کاری مورد بررسی قرار خواهد گرفت.

۱. تعریف دقیق اهداف

پیش از شروع فرآیند بازاریابی اولیه برای برندهمان در مراسم موردنظر باید نسبت به تعریف دقیق اهدافمان اقدام کنیم. این امر اهمیت بسیار زیادی دارد. برخی از برندها بدون هدفی مشخص در مراسم‌های مختلف کاری حضور پیدا می‌کنند. به این ترتیب چنین برندهایی فقط در حال پرداخت هزینه غرفه‌شان بدون هیچ‌گونه دستاورد عملی هستند.

تعیین اهداف برندهمان در مراسم پیش‌روی در زمینه بازاریابی ابتدایی تاثیر انکارناپذیری دارد. برخی از برندها در زمینه تعیین اهداف بر روی موارد بسیار زیادی تمرکز دارند. به این ترتیب در عمل امکان رسیدگی به تمام آنها را از دست می‌دهند. نکته مهم در این میان تلاش برای تعیین اهداف مناسب و مطابق با توانایی برندهمان است. بنابراین از تعیین اهداف بیش از حد با تلاش برای پوشش اهدافی خارج از توانایی برندگان ریزهیز کنید.

اگر برند ما هدف اصلی‌اش افزایش فروش در مراسم موردنظر باشد، باید استراتژی متفاوتی در مقایسه با تلاش برندهای دیگر برای ارتباط عمیق با مخاطب هدف با توسعه روابط با دیگر برندها داشته باشد. اغلب مدیران برندها نسبت به این تفاوت مهم توجه کافی ندارند. به این ترتیب در عمل با مشکلات بسیار زیادی در زمینه پیشبرد اهداف مختلف‌شان مواجه می‌شوند. تعیین اولیه اهداف نظم خاصی به فرآیند بازاریابی ما خواهد داد. به این ترتیب ما شانس بیشتری برای کسب سود با دستیابی به سایر اهداف‌مان خواهیم داشت. بدون تردید وضعیت هر برند نسبت به رقبا متفاوت است. این امر ضرورت برنامه‌ریزی بر اساس نیاز هر شرکت را برجسته می‌سازد. برخی از برندها بدون توجه به تفاوت‌شان با دیگر رقبا اقدام به فعالیت در دنیای بازاریابی می‌کنند. نتیجه این امر مشاهده برندهای بسیار مشابه در طول زمان است. اگر ما در تلاش برای ایجاد تمایز میان کسب و کار برندهمان با دیگر رقبا هستیم، باید برنامه مشخصی برای شخصی‌سازی فرآیندهای مختلف داشته باشیم. در غیر این صورت مخاطب هدف هرگز به برند ما توجه کافی نخواهد کرد. موفقیت در غرفه‌داری به هنگام برگزاری مراسم‌های بزرگ نسبت نتگاتنگی با پایبندی به اهداف اولیه دارد. بسیاری از برندها پس از تعیین برخی از اهداف به سراغ اهداف مختلف می‌روند. به این ترتیب در عمل توانایی‌شان برای تحقق یک هدف مشخص کاهش می‌یابد. اگر ما اهداف دیگری در ذهن داریم، باید در همان جلسه پیش از شروع همایش نسبت به ارائه و بحث پیرامونش اقدام کنیم. در غیر این صورت هدف موردنظر باید به طور کامل فراموش شود.

همانطور که پیش از نیز بحث کردیم، تعیین اهداف نقش مهمی در نظم‌بخشی به فرآیند بازاریابی برندها دارد. اگر برند ما توانایی جلب نظر مخاطب هدف را ندارد، به احتمال زیاد پایبندی کافی به اهدافش نداشته است. این مشکل از طریق بررسی دوباره اهداف و تلاش برای رفع انحراف‌های صورت گرفته با سادگی حل و فصل خواهد شد.

۲. یافتن مزیت برندگان

اغلب برندها پیش از شروع مراسم‌های مهم اقدام به بازاریابی در شبکه‌های اجتماعی و سرویس‌های ایمیل می‌کنند. این امر تاثیر مثبتی بر روی ذهنیت مخاطب هدف نسبت به برند ما دارد. همانطور که اشاره شد، اغلب بازدیدکنندگان از قبل فهرستی از غرفه‌های مورد علاقه‌شان برای بازدید را تهیه می‌کنند. به این ترتیب ما باید فعالیت مناسبی در زمینه معرفی برندهمان به مخاطب هدف در شبکه‌های اجتماعی و سرویس‌های ایمیلی داشته باشیم.

وقتی تمام برندها در تلاش برای بازاریابی از طریق شبکه‌های اجتماعی و فعالیت در سرویس‌های ایمیل هستند، احتمال کاهش علاقه و توجه مخاطب هدف به کمپین‌ی خاص افزایش می‌یابد. برندهای موفق در این میان بر روی مزیت‌های‌شان تمرکز می‌کنند. وقتی ما عامل متمایزکننده‌ای از رقبا داشته باشیم، احتمال کسب موفقیت‌مان

رهبری

از پلتفرم استادیا چه می‌دانیم؟

توسعه گام به گام پلتفرم بازی گوگل

 	
به قلم: نیک استات کارشناس فناوری	
ترجمه: علی آل علی	

گوگل به عنوان غول دنیای اینترنت به آرامی در حال توسعه پلتفرم بازی منحصر به فردش است. استادیا نام پلتفرم بازی تازه گوگل برای گیمزها در سراسر دنیاست. نکته مهم درباره این پلتفرم اتکای کامل به فضای ابری برای به اشتراک‌گذاری بازی و تجربه لذت‌بخش سرگرمی است. پروژه استادیا به تازگی (دو ماه پیش) به طور رسمی رونمایی شد. برخی از کاربران از آن زمان امکان دسترسی محدود به پلتفرم موردنظر را پیدا کرده‌اند. اکنون گوگل با آزمایش بخش‌های بیشتر پلتفرماش در تلاش برای افزایش دسترسی کاربران است. بر این اساس گوگل اشتراک رایگان سه ماهه پلتفرماش را به برخی از کاربران وفادار گوگل کروم و دست‌اندرکاران توسعه آن هدیه داده است. این امر با توجه به تخصص حرفه‌ای افراد موردنظر در حوزه IT امکان دریافت اطلاعات دقیق‌تر پیرامون نقاط قوت و ضعف پلتفرم را فراهم خواهد کرد.

گوگل با به اشتراک‌گذاری برخی از اطلاعات به طور ویژه با خبرگزاری The Verge از برنامه‌ای برای توسعه سطح دسترسی کاربران به پلتفرم بازی‌اش پرده برداشت. اگرچه هنوز استادیا به بهره‌برداری کامل نرسیده است، اما کاربران در ۱۴ کشور مختلف امکان دسترسی آزمایشی به آن را دارند. گوگل از بیان دقیق نام ۱۴ کشور موردنظر امتناع کرده است. نکته مهم در این میان تلاش تیم فنی گوگل برای ارتقای تجربه بازی گروهی میان کاربران است. برخی از کاربران در طول چند هفته گذشته ایرادهای فراوانی به نسخه آنلاین بازی‌های استادیا وارد کرده‌اند بنابراین پس از رفع مشکلات موردنظر باید منتظر دسترسی جهانی به پلتفرم موردنظر باشیم.

استادیا پرو در حال حاضر تنها سرویس ابری گوگل در عرصه گیم است. براساس اعلام رسمی گوگل این پلتفرم از نمایش بازی‌ها با کیفیت 4K پشتیبانی خواهد کرد. نکته جالب درباره این پلتفرم ضرورت نصب گوگل کروم برای استفاده از بازی‌هاست. در غیر این صورت باید دستگاه اندرویدی داشته باشید. این خبر به معنای ضرورت نصب مرورگر کروم با استفاده از دستگاه اندرویدی برای کاربران اپل است. بدون تردید گوگل در ایجاد این شرایط برای بهره‌مندی از استادیا پرو رقابت نزدیک با اپل را مدنظر داشته است. آمار نصب مرور گر کروم بر روی دستگاه‌های دارای سیستم عامل IOS در طول چند سال گذشته به طور مداوم افزایش یافته است بنابراین اقدام گوگل گامی دیگر برای بهبود شرایطش در بازار خواهد بود.

اکنون استفاده از نسخه اولیه استادیا پرو هزینه ماهانه ۱۰ دلاری در پی دارد. تنها راهکار عضویت در پلتفرم استادیا پرو در حالت آزمایشی معرفی از سوی یکی از کاربران فعلی یا پیش پرداخت هزینه کامل عضویت (۱۲۹ دلار) است بنابراین شاید بسیاری از کاربران برای دسترسی به خدمات استادیا منتظر رونمایی رسمی از آن بمانند. تیم فنی گوگل در تلاش برای طراحی دسته بازی مخصوص پلتفرماش است. طرح‌های ابتدایی این دسته حکایت از اعمال تغییرات فراوان ندارد. شاید تنها نکته مثبت امکان نصب دستگاه اندرویدی بر روی دسته موردنظر برای تجربه بازی راحت‌تر باشد.

بدون تردید گوگل در تلاش برای افزایش شمار کاربران پلتفرماش خواهد بود. این امر در ماه دسامبر ۲۰۱۹ با افزایش ظرفیت سرورهای پلتفرم استادیا به خوبی نمایان شد بنابراین در ادامه سال جاری باید منتظر رونمایی از سایر امکانات استادیا و به احتمال زیاد رونمایی سراسری از آن باشیم.

بدون تردید رونمایی از یک پلتفرم بازی تازه نیازمند همکاری با استودیوهای ساخت بازی برای جلب نظر مخاطب هدف است. در این میان گوگل به سراغ همکاری با تیم سازنده God Of War رفته است. این امر به معنای احتمال بالای انتشار اختصاصی یکی از نسخه‌های آتی این مجموعه برای پلتفرم استادیا خواهد بود. به این ترتیب گوگل شروع توانایی در صنعت توسعه پلتفرم‌های بازی خواهد داشت. نکته جالب اینکه استودیو سانتا مونیکا، توسعه‌دهنده مجموعه بازی‌های God Of War، مسئولیت توسعه بخشی از سرورهای اختصاصی استادیا را برعهده گرفته است. این امر به معنای افزایش توجه طرفدارهای این مجموعه جذاب بازی به پلتفرم تازه گوگل خواهد بود.

منبع: theverge.com



 	
به قلم: راتم گال کارشناس بازاریابی	
ترجمه: علی آل علی	

هماهنگ‌سازی صفحات سایت برندها برای موتورهای جست‌وجوگر، به طور معمول گوگل، دارای اهمیت بسیار زیادی است. این امر در بسیاری از اوقات تفاوت میان برندهای موفق و شکست‌خورده را نشان می‌دهد. فرآیند مدیریت سئو ترکیبی از هنر، علاقه و استفاده از آخرین دستاوردهای حوزه فناوری است. بنابراین برخلاف آنچه در ابتدا به نظر می‌رسد، برندها برای موفقیت در این عرصه باید توانایی‌های گوناگونی را با هم ترکیب کنند.

گوگل در طول سال‌های اخیر آپدیت‌های متعددی در زمینه خدماتش داشته است. این امر توجه مداوم برندها به تغییرات گوگل را ضروری می‌سازد. بسیاری از مشتریان برای یافتن برندها در دنیای آنلاین از گوگل استفاده می‌کنند. این امر موجب تاثیرگذاری بالای گوگل بر روی سرنوشت برندها شده است. اگر برسد ما در تلاش برای جلب نظر مخاطب هدف است، باید برنامه‌ای منسجم به منظور هماهنگی هرچه بهتر با تغییرات الگوریتم گوگل داشته باشد. یکی از نکات مهم در این میان نحوه طبقه‌بندی سایت‌ها و لینک‌های مختلف از سوی گوگل است. این امر در طول سال‌های گذشته دستخوش تغییرات بسیار زیادی شده است. برندهای مختلف به دلیل تغییرات الگوریتم طبقه‌بندی لینک‌ها در گوگل تا حدودی نسبت به مدیریت سئوی کارآمد ناامید شده‌اند، با این حال آگاهی از نحوه فعالیت گوگل و تکنیک‌های بهبود وضعیت مدیریت سئو وضعیت را تغییر خواهد داد.

هدف اصلی مقاله کنونی بررسی نکات مهم و ترندهای تاثیرگذار در حوزه مدیریت سئو است. به این ترتیب کار برای برندها، به ویژه کسب و کارهای تازه تاسیس، راحت‌تر خواهد شد. در ادامه هشت مورد از مهم‌ترین نکات در زمینه مدیریت سئو کارآمد را مورد بررسی قرار می‌دهیم.

۱. جست‌وجوی صوتی

اگرچه فناوری جست‌وجوی صوتی از سال ۲۰۱۲ در دسترس کاربران قرار داشته است، اما تا همین سال گذشته بیشتر به عنوان یک فناوری شکست‌خورده قلمداد می‌شد. این امر به دلیل تجربه منفی کاربران از عاملی یا فناوری جست‌وجوی صوتی بود. نکته مهم تغییر اساسی در الگوریتم جست‌وجوی صوتی است. این امر نخست به دلیل پیشرفت چشمگیر گوشی‌های هوشمند روی داده است. اوج‌گیری فناوری جست‌وجوی صوتی از سال گذشته و همزمان با افزایش استفاده کاربران از دستیارهای هوشمند صورت گرفت. یکی از مهم‌ترین راهکارهای ارتباط با دستیارهای هوشمند استفاده از قابلیت جست‌وجوی صوتی است بنابراین دستگاه‌های هوشمند، از قبیل گوشی‌های هوشمند، در زمینه استفاده از تجهیزات بهتر برای ارتقای تجربه کاربران در زمینه جست‌وجوی صوتی پیشرفت قابل توجهی داشته‌اند.

موسسه گارتنر در سال ۲۰۱۶ پیش‌بینی دقیقی درباره افزایش ۳۰درصدی استفاده از جست‌وجوی صوتی در سال ۲۰۲۰ انجام داد. پیش‌بینی موردنظر تا حد زیادی صحیح محسوب می‌شود. نکته جالب اینکه ما هنوز در ابتدای سال جاری هستیم. این امر به معنای امکان بهبود این آمار در ماه‌های پیش روی است. به این ترتیب شاید شاهد نوعی رکوردشکنی در زمینه توسعه فناوری‌های جدید نیز باشیم. براساس گزارش موسسه فوربس ۶۰درصد از کاربران گوشی‌های هوشمند دست‌کم یکبار تجربه کار با سیستم جست‌وجوی صوتی را داشته‌اند. این امر بیانگر افزایش تمایل کاربران به استفاده از راهکارهای جایگزین برای دسترسی به محتوای مورد علاقه‌شان است. شاید در نگاه نخست این امر عجیب مرتبط است. سایت ما باید رتبه‌های مناسبی در زمینه جست‌وجوی صوتی کاربران داشته باشد. در غیر این‌صورت امکان جلب نظر مخاطب هدف به طور یکدست فراهم نخواهد شد. فرآیند جست‌وجوی محتوا در گوگل تفاوتی میان الگوی تایپی و صوتی ایجاد نمی‌کند. نکته مهم در این میان تفاوت شیوه جست‌وجوی صوتی و استفاده از کلمات با شیوه تایپی است. توجه به چنین تفاوت‌هایی در زمینه مدیریت سئو حیاتی خواهد بود.

امروزه بسیاری از برندها قدرت و توان تاثیرگذاری جست‌وجوی صوتی بر فرآیند مدیریت سئو را نادیده می‌گیرند. این امر موجب افزایش ناکامی برندها در زمینه جلب نظر مخاطب هدف شده است. اگر برند ما از همین ابتدا فرآیند مدیریت سئو را جدی تلقی کند، امکان ایجاد تمایز میان کسب و کارمان و دیگر رقبای فراهم خواهد شد. در این زمینه باید به دو نکته کلی توجه داشت:

• توجه به کلیدواژه‌های طولانی: وقتی کاربران جست‌وجوی صوتی برای دسترسی به محتوا در گوگل استفاده می‌کنند، عبارت‌های طولانی به کار می‌روند. این امر تفاوت عمده الگوی جست‌وجوی متنی و صوتی محسوب می‌شود بنابراین ما باید نسبت به استفاده از کلیدواژه‌های محاوره‌ای در صفحات سایت‌مان توجه داشته باشیم.

• ضرورت هماهنگی با گوشی‌های هوشمند: امروزه اغلب ما از گوشی‌های هوشمند برای جست‌وجو در اینترنت استفاده می‌کنیم. برندها برای افزایش نرخ بازدید سایت‌شان باید نسبت به سازگاری هرچه بیشتر با ساختار گوشی‌های هوشمند اقدام کنند. این امر شامل ایجاد قالب ویژه گوشی‌های همراه و کاهش حداکثری حجم قالب سایت است. به این ترتیب کاربران تجربه بسیار بهتری از مشاهده لینک‌های سایت ما خواهند داشت.

۲. اهمیت رتبه‌های برتر نتایج

یکی از اهداف اصلی مدیریت سئو، صرف نظر از افزایش ترافیک سایت، دستیابی به رتبه‌های برتر در گوگل است. این امر نیازمند فعالیت متفاوت ما برای جلب نظر مخاطب هدف است. امروزه بسیاری از کاربران حوصله مشاهده صفحه دوم فهرست جست‌وجوی‌شان را ندارند. این امر به معنای اهمیت هرچه بیشتر رتبه‌های نخست صفحات اول جست‌وجو است. هرچه یک برند در این زمینه رتبه بهتری داشته باشد، شانس بیشتری برای جلب توجه مخاطب هدف و به تبع آن دستیابی به اهداف مختلفش دارد.

امروزه مشکل اصلی برندها ایجاد سایتی جذاب برای مخاطب هدف و ناکامی در زمینه ارتقای رتبه صفحات‌شان است. به این ترتیب اغلب محتوای آنها هرگز به دست مخاطب هدف نمی‌رسد. این امر موجب اتلاف بخش قابل توجهی از بودجه بازاریابی و تبلیغات برندها می‌شود. مدیریت سئو نقش زیربنای لازم برای موفقیت سایر فعالیت‌ها را دارد بنابراین با توجه مناسب به این حوزه امکان پیشرفت در حوزه‌های دیگر فراهم می‌شود. نکات مهم در این زمینه به شرح ذیل است:

• طرح پرسش از مخاطب هدف: یکی از راهکارهای مهم برای بهبود رتبه

مدیریت کسب‌وکار

بررسی ۸ ترند جدید مدیریت سئو

مدیریت سئو کسب و کار حوزه دیجیتال

صفحات سایت افزایش میزان تعامل مخاطب هدف است. این امر از طریق طرح پرسش‌های جنجالی و همچنین پاسخگویی به نظرات کاربران صورت می‌گیرد. هرچه کاربران احساس راحتی بیشتری با برند ما داشته باشند، تمایل‌شان برای بیان نکات کلیدی بیشتر خواهد شد. این امر در نهایت موجب بهبود رتبه صفحات سایت ما در گوگل می‌شود.

• بررسی مداوم ترندهای برتر: تولید محتوا همیشه باید براساس مشاهده ترندهای برتر صورت گیرد. در غیر این صورت همیشه احتمال بروز خطا وجود خواهد داشت. ایراد اصلی بسیاری از صفحات سایت برندها عدم هماهنگی با سلیقه مخاطب است. بهترین راهکار برای آگاهی از سلیقه مخاطب و کاربست آن در فرآیند مدیریت سئو توجه به ترندهای برتر است.

• اهمیت ساختار محتوا: هر محتوایی باید دارای ساختار مشخصی باشد. در غیر این صورت وضعیت آشفته و دلسردکننده‌ای خواهد داشت. نکته مهم در این میان انتخاب ساختار براساس سلیقه مخاطب هدف است بنابراین ما نباید براساس سلیقه شخصی‌مان اقدام به انتخاب ساختار محتوایی کنیم. این امر اغلب نتیجه‌ای جز شکست به همراه ندارد.

۳. جست‌وجوی تصویری

محتوای بصری همیشه در دنیای کسب و کار دارای اهمیت است. این امر از دهه‌های بسیار دور تا به حال صحت دارد. اغلب کمپین‌های بازاریابی یا تبلیغات بدون محتوای بصری کمترین توانایی برای جلب نظر مخاطب هدف ندارد. ما در فرآیند مدیریت سئو همیشه باید به محتوای بصری توجه داشته باشیم. شاید برای شما هم تجربه جست‌وجو برای یافتن عکاس با موقعیت جغرافیایی یک عکس پیش آمده باشد. این امر همیشه همراه با استفاده از سیستم جست‌وجوی تصویری گوگل است. به این ترتیب کاربران امکان یافتن بهترین اطلاعات درباره عکس‌های مدنظرشان را خواهند داشت.



کاربران اینترنت در طول چند سال اخیر به طور مداوم علاقه بیشتری برای جست‌وجوی محتوا به صورت تصویری نشان داده‌اند. این امر به طور معمول شامل آپلود یک عکس برای دریافت لینک‌های مرتبط است. گاهی اوقات این امر در مورد جست‌وجوی یک محصول صورت می‌گیرد. به این ترتیب برند ما باید عکس‌های واضح و باکیفیتی از محصولاتش داشته باشد. در غیر این صورت شاید مخاطب علاقه‌مند به محتوای برندمان توانایی یافتن مشخصات محصول یا برندمان را نداشته باشد.

بدون تردید رقابت بسیار شدیدی میان برندها برای ارتقای وضعیت‌شان در زمینه جست‌وجوی تصویری گوگل وجود دارد. در این میان توجه به نکات ذیل کاربردی خواهد بود:

- استفاده از تصاویر دارای کیفیت بسیار بالا
- بهینه‌سازی اندازه تصویر با ساختار کلی متن و تیتتر صفحه
- استفاده از کپشن و توضیحات موردنیاز در بخش‌های مناسب عکس یا در ذیل آن به عنوان توضیحات تکمیلی
- بهره‌مندی از تصاویر منحصر به فرد و اختصاصی به جای تصاویر استاکو رایگان

۴. ضرورت توجه به گوگل بیزینس

شاید در نگاه نخست توجه به سرویس گوگل بیزینس عجیب به نظر برسد. بسیاری از کسب و کارها هنوز اهمیت جلوه آنلاین برندشان برای بازاریابی را جدی تلقی نمی‌کنند. به این ترتیب آنها هیچ‌گاه فعالیت مناسبی در زمینه جلب نظر مخاطب هدف در حوزه آنلاین ندارند. یکی از نکات مهم در حوزه مدیریت سئو ارائه اطلاعات مشخص از برندمان به مخاطب هدف است. بسیاری از برندها در این زمینه اقدامات لازم را انجام داده‌اند، اما هنوز هم جای کار برای آنها وجود دارد. امروزه اگر شما نیاز به یافتن فروشگاه رسمی یک برند داشته باشید، از چه ابزارهایی استفاده خواهید کرد؟ بدون تردید گوگل مپ یکی از ابزارهای کاربردی در این زمینه خواهد بود. ایجاد حساب رسمی برای برندمان در سرویس گوگل بیزینس امکان نمایش موقعیت ساختمان‌های برندمان را فراهم می‌سازد. این سرویس مزیت‌های دیگری نظیر درج اطلاعات تکمیلی از برندمان در صورت جست‌وجوی نام یا محصولات‌مان از سوی مخاطب هدف را نیز دارد. بسیاری از اوقات کاربران از اطلاعات آفلاین مرورگرشان استفاده می‌کنند. این امر شامل مراجعه به اطلاعات آفلاین تاریخچه جست‌وجو است. اگر برند ما دارای اکانت رسمی در گوگل بیزینس باشد، مرورگر کروم اطلاعات جست‌وجوی برندها در آن را به نسبت بیشتری برای کوتاه مدت ذخیره خواهد کرد. این امر به معنای امکان دسترسی مجدد کاربران حتی در حالت آفلاین به اطلاعات موردنظر است. راه‌اندازی اکانت رسمی در گوگل بیزینس مزیت‌های بسیار زیادی دارد. این امر در زمینه مدیریت سئو موجب جلب توجه الگوریتم گوگل به وضعیت برندمان خواهد شد. به این ترتیب ما نظر مخاطب هدف‌مان را به گونه‌ای تاثیرگذار جلب خواهیم کرد. برخی از نکات مهم در مورد سرویس گوگل بیزینس به شرح ذیل است:

- مزیت اصلی سرویس موردنظر امکان راه‌اندازی به صورت کاملاً رایگان است.
- هر چه برند ما جزئیات بیشتری از خود به اشتراک بگذارد، شانس بیشتری برای جلب نظر مخاطب هدف خواهد داشت.
- گوگل بیزینس به‌ه طور معمول اقدام به حذف اطلاعات برندها در صورت تکمیل نبودن بخش مربوط به مشخصات برند از سوی صاحبانش خواهد کرد.

۵. تقویم‌های ویرایشی

تقویم‌های ویرایشی یا تقویم‌های محتوایی در هر کسب و کاری دارای اهمیت است. دلیل این امر تمک آنها به تولید محتوای جذاب براساس ایده‌های مختلف است. بسیاری از برندها نسبت به استفاده از چنین تقویم‌هایی توجه کافی را ندارند. به این ترتیب محتوای تولیدی آنها در عرصه‌های مختلف نظیر بازاریابی به مرور ماهیت تکراری پیدا می‌کند.

استفاده از تقویم‌های محتوایی کار چندان دشواری نیست. توصیه من تلاش

برای جمع‌آوری ایده‌های تولید محتوا و درج آنها در تقویم موردنظر است. سپس پیش از برنامه‌ریزی برای تولید محتوا باید به ایده‌های موردنظر نگاه کنیم. تلاش برای تولید محتوا براساس تمام ایده‌های درج‌شده در تقویم موجب بهبود رتبه سایت‌مان از نقطه نظر مدیریت سئو خواهد داشت.

شاید استفاده از تقویم‌های ویرایشی در ابتدا بسیار دشوار به نظر برسد، اما در صورت استفاده از نکات کلیدی و کاربردی بدل به امری ساده خواهد شد.

بهره‌مندی از نکات ذیل در این زمینه ضروری خواهد بود:

- شناخت مشتریان هدف: ایده‌پردازی و تولید محتوا بدون توجه به سلیقه مشتریان راه به هیچ جایی نخواهد برد بنابراین مهم‌ترین اصل در انتخاب ایده‌های تولید محتوا برای تقویم شناخت دقیق مشتریان هدف است. این امر به شیوه‌های مختلفی امکان‌پذیر است. ساده‌ترین تکنیک برای شناخت سلیقه مشتریان توجه به نحوه عملکرد رقباست. به این ترتیب ما اطلاعات دست اول و کاملاً رایگانی در مورد مشتریان خواهیم داشت.
- آگاهی از فرمت مناسب برای تولید محتوا: ایده‌های مختلف در زمینه تولید محتوا نیازمند فرمت‌های گوناگونی هستند. توجه به این نکته به هنگام تولید محتوا ضرورت دارد. گاهی اوقات بهترین ایده‌ها نیز به دلیل عدم استفاده از فرمت مناسب توانایی تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را ندارد.

۶. تولید محتوا در شبکه‌های اجتماعی

استفاده از شبکه‌های اجتماعی برای ارتقای هرچه بهتر شهرت برند امری اثبات شده است. امروزه اغلب برندهای بزرگ دارای اکانت رسمی در پلتفرم‌های اجتماعی مهم هستند. رقابت میان شبکه‌های اجتماعی موجب تلاش تیم‌های فنی هر کدام به منظور حفظ کاربران شده است. یکی از نتایج این امر مخالفت شدید هر شبکه اجتماعی با هر عملی برای انتقال کاربرانش به خارج از پلتفرماش است. این امر به طور ویژه از سوی فیس‌بوک دنبال می‌شود. این شبکه اجتماعی و اینستاگرام، به عنوان زیرشاخه‌اش، رابطه خوبی با بارگذاری لینک از سوی کاربران ندارد. این امر از نقطه نظر بازاریابی شبکه‌های اجتماعی منطقی به نظر می‌رسد. اعتبار فیس‌بوک یا اینستاگرام مبتنی بر تعداد کاربران بالای‌شان است. با چنین وضعیتی استفاده از تمام ابزارهای ممکن برای حفظ کاربران طبیعی خواهد بود. رقابت شدید میان شبکه‌های اجتماعی اشتراک‌گذاری محتوای بازاریابی موجود در سایت برندها را دشوار کرده است. دستیابی به این هدف به طور مستقیم غیرممکن است بنابراین باید نسبت به تولید محتوا و بارگذاری آن در شبکه‌های اجتماعی اقدام کنیم. به این ترتیب ما فرصت فعالیت رسمی در شبکه‌های اجتماعی را خواهیم داشت. بدون تردید فضای شبکه‌های اجتماعی با سایت رسمی برندها متفاوت است. نتیجه این امر ضرورت تولید محتوای مناسب با حال و هوای هر پلتفرم اجتماعی از سوی برندهاست. تاثیر این شیوه عملکرد در روی مدیریت سئو برندها افزایش کاربران از کمپین‌های بازاریابی و تبلیغات برندها به طور کلی است. به این ترتیب صفحات اینترنتی مرتبط با برند ما رتبه‌های بسیار بهتری در گوگل دریافت خواهند کرد. امروزه فعالیت در شبکه‌های اجتماعی یک گزینه مطلوب برای برندها نیست. این امر بدل به ضرورتی اجتناب‌ناپذیر برای برندها شده است بنابراین اگر تا به حال نسبت به راه‌اندازی اکانت رسمی‌تان در شبکه‌های اجتماعی برطرزاد اقدام نکرده‌اید، باید هرچه زودتر دست به کار شوید. فعالیت در شبکه‌های اجتماعی برای بهبود وضعیت کلی سئو برندمان نیازمند توجه به چند نکته مهم است. استفاده از کلیدواژه‌ها، علاوه بر سایت رسمی، در پلتفرم‌های اجتماعی نیز دارای اهمیت است. امروزه برخی از کاربران از طریق جست‌وجو در گوگل به محتوای اکانت برندها در شبکه‌های اجتماعی دسترسی پیدا می‌کنند. هرچه استفاده ما از کلیدواژه‌ها بهتر باشد، شانس‌مان برای جلب نظر مخاطب هدف بیشتر خواهد شد.

۷. به‌روز رسانی محتوای قدیمی

انتشار پست تازه آخرین گام در حوزه بازاریابی محسوب نمی‌شود. تولید محتوا و سپس فراموشی آن بدترین نوع اشتباه بازاریاب‌هاست. ما باید همیشه نسبت به آپدیت محتوای قدیمی سایت یا وبلاگ‌مان اقدام کنیم. مزیت اصلی این امر امکان دسترسی به محتوای تازه بدون نیاز به صرف هزینه و اختصاص زمان قابل توجه است. چارچوب کلی اغلب محتواهای قدیمی هنوز هم کاربردی است. نکته مهم افزودن اطلاعات به‌روز برای افزایش انطباق‌شان با سلیقه مخاطب است بنابراین ما باید به جای تلاش برای تولید محتوای تازه دستت به اقدام راحت‌تر بزنیم. محتوای قدیمی سایت‌ها همیشه به عنوان اطلاعات مرده طبقه‌بندی می‌شوند. اگر ما در زمینه به‌روز رسانی چنین اطلاعاتی فعالیت کنیم، در بدترین حالت موفق به جلب نظر مخاطب هدف نخواهیم شد. این امر هیچ هزینه قابل توجهی برای برندها نخواهد داشت، با این حال اگر موفق به جلب نظر مخاطب هدف شویم، بدون صرف هزینه‌ای یک محتوای به‌روز تولید کرده‌ایم. خوشبختانه امروزه راهکارهای بسیار زیادی برای دسترسی به اطلاعات تازه و تاثیرگذار وجود دارد. بنابراین ما مشکل چندانی در این زمینه نخواهیم داشت.

۸. اهمیت پادکست‌ها

پادکست به طور معمول در زمینه بازاریابی محتوایی مورد غفلت قرار می‌گیرد. بسیاری از برندها هنوز نسبت به اهمیت پادکست در جلب نظر مخاطب هدف تردید دارند. نکته مهم در این میان شهرت بسیار بالای فرمت پادکست در میان کاربران است. مزیت اصلی این فرمت سازگاری با شرایط جا به جایی مداوم است. بنابراین ما در حین سفر یا فاصله میان خانه تا شرکت امکان گوش دادن به پادکست‌های مورد علاقه‌مان را خواهیم داشت. یکی از نکات جالب در این زمینه فعالیت بیشتر به عنوان اسپانسر پادکست‌های مختلف است. این امر موجب افزایش علاقه مخاطب پادکست‌ها برای خرید از برند موردنظر می‌شود. اگر ما امکان قبول اسپانسرسی یک پادکست را داریم، پس چرا اقدام به تولید پادکست ویژه برندمان نکنیم؟ این امر امکان جلب نظر مخاطب هدف به گونه‌ای کاملاً تاثیر دار را فراهم می‌آورد. امروزه برندهای دارای پادکست رسمی از اعتبار بیشتری در میان مخاطب هدف برخوردار هستند. برخی از نکات مهم در زمینه تولید پادکست به شرح ذیل است:

- توجه به تیتتر اصلی پادکست: هر پادکست باید یک نام رسمی و هر قسمت تیتتر مشخصی داشته باشد. این امر به کاربران برای انتخاب پادکست ما براساس سلیقه‌شان کمک خواهد کرد.

• هماهنگ‌سازی محتوای پادکست برای یوتیوب: پادکست‌ها به طور معمول در قالب صوتی ارائه می‌شوند، با این حال گاهی اوقات امکان بهره‌مندی از فرمت ویدئویی نیز وجود دارد. این امر اغلب برای بارگذاری پادکست در یوتیوب صورت می‌گیرد. فرمت ویدئویی پادکست‌ها شامل صحنه ضبط است بنابراین ما نیاز به تدارک امور عجیب و غریبی نخواهیم داشت.

بدون تردید ترندهای مورد بحث در این مقاله فقط بخشی از نکات و تکنیک‌های مناسب برای مدیریت سئو است. توجه به موارد مورد بحث امکان افزایش وسعت دید برندها را فراهم می‌کند. به این ترتیب ما توانایی مدیریت سئو کسب و کارمان به صورت متفاوت از رقبا را خواهیم داشت. امروزه تفاوت میان برندها در حوزه کسب و کار اهمیت بسیار زیادی دارد بنابراین استفاده از مزیت‌های مدیریت سئو به صورت خاص باید مدنظر مدیران شرکت‌ها قرار داشته باشد.

منبع: business.com

اخبار

مدیر دفتر بهره‌برداری و نگهداری از تأسیسات آبی و برق آبی آب منطقه ای مازندران :

۹۵درصد از حجم مخازن سدهای استان آبگیری شده است.

ساری – دهقان : به گزارش خبرنگار مازندران به نقل روابط عمومی آب منطقه‌ای مازندران: آقای مهندس منصور رضایی کلاتری مدیر دفتر بهره‌برداری و نگهداری از تأسیسات آبی و برق‌آبی شرکت از آبگیری ۹۵درصدی حجم مخازن سدهای استان خبر داد.

ایشان با اشاره به افزایش ۱۵درصدی حجم ریزش جوی استان در طی ۵ ماهه اول سال آبی (مهر الی بهمن) نسبت به دوره شاخص آمازی تا کنون از ۲۲۷ میلیون مترمکعب از حجم مخازن سدهای

استان حدود ۳۱۱ میلیون مترمکعب آبگیری شده که این رقم در مقایسه با مدت مشابه سال قبل ۳۶درصد افزایش نشان می‌دهد. رضایی کلاتری تصریح کرد: در ۲ سد مهم استان یعنی سد شهید رجایی و البرز به ترتیب ۱۵۴ و ۱۲۷ میلیون مترمکعب آب ذخیره شده که در مقایسه با سال گذشته در سد شهید رجایی حدود ۷۵ میلیون مترمکعب و در سد البرز حدود ۵ میلیون مترمکعب بیشتر است.

مدیر دفتر بهره‌برداری و نگهداری از تأسیسات آبی و برق‌آبی شرکت گفت: جهت استفاده بهینه از منابع آب موجود و همچنین کنترل سیلاب‌های احتمالی بخشی از آب جهت انرژی برق‌آبی و همچنین حق‌آبه زیست‌محیطی و تامین آب کشاورزی پایین‌دست رهاسازی می‌شود و اکنون ۶ واحد نیروگاه برق‌آبی مقیاس کوچک و متوسط موجود در پائین دست سد شهید رجایی در مدار بهره‌برداری قرار دارند. ضمن آنکه دبی ورودی سد شهید رجایی نیز بالغ بر ۱۵ متر مکعب است .

ایشان در پایان از کشاورزان خواست با توجه اعلام زمان مناسب شروع کشت برنج از ۲۰ اسفند از سوی جهاد کشاورزی به موقع نسبت به انجام کشت و کار اقدام و از منابع آب رها شده از سد در امر کشت برنج استفاده تا در فصل گرما با کمبود آب مواجه نشوند.



دو اقدام زیربنایی برای تقویت برق شهرستان ماهشهر

اهواز – شب‌بنم قجاوند : مدیر عامل شرکت برق منطقه ای خوزستان گفت: این شرکت خط ۱۳۲ کیلو ولت ماهشهر ۴۰۰ به جراحی ۳ را از شرکت عملیات غیر صنعتی ماهشهر تحویل گرفته و آن را تکمیل و به بهره برداری رسانده است.

محمود دشت بزرگ اظهار داشت: این خط ۲۵ کیلومتر مدار داشته و ارزش سرمایه گذاری پروژه بالغ بر ۱۸۷ میلیارد ریال بوده است.

وی تقویت زیرساخت های برق ماهشهر و تغذیه برق شهرک بعثت و جراحی در این شهرستان را از مهم ترین اهداف برقداری این خط عنوان کرد و افزود: از ابتدای سال جاری تاکنون ۱۵۹ کیلومتر مدار به بخش انتقال و فوق توزیع شبکه تحت نظارت این شرکت در دو استان خوزستان و کهگیلویه و بویراحمد اضافه شده است. مدیر عامل شرکت برق منطقه ای خوزستان همچنین خبر از واگذاری پست و خط بعثت ماهشهر به این شرکت داده و افزود: با توافقات فی مابین وزارت نیرو و نفت پست و خط مذکور تحویل این شرکت شده است.

دشت بزرگ تصریح کرد: با برنامه ریزی های انجام شده پیش بینی می شود پست و خط بعثت در تابستان ۱۴۰۰ با سرمایه گذاری ۹۰ میلیارد ریالی به بهره برداری برسد و ۱۰۰ مگاوات آمپر به ظرفیت شبکه برق خوزستان اضافه شود.



دیدار مدیرکل راهداری و حمل و نقل جاده ای گلستان با مدیرعامل شرکت توزیع نیروی برق استان

گرگان -خبرنگار فرصت امروز: مدیرکل راهداری و حمل و نقل جاده ای گلستان با مدیرعامل شرکت توزیع نیروی برق استان دیدار و گفتگو نمود.مدیرعامل شرکت توزیع نیروی برق گلستان گفت : شرکت توزیع برق تا کنون بر روشنایی معابر شهری و روستایی نظارت داشته و در صورت هر گونه مشکل در روشنایی نسبت به رفع آن اقدام می نماید.به گزارش روابط عمومی شرکت توزیع نیروی برق گلستان ، علی اکبر نصیری در این دیدار افزود : این شرکت آمادگی خود را جهت همکاری بسا اداره کل راهداری و حمل و نقل جاده ای استان در چارچوب قانون جهت روشنایی جاده های بین شهری و اصلی را اعلام می نماید.در این دیدار مدیرکل راهداری و حمل و نقل جاده ای گلستان گفت : بی‌شک توسعه بخش راه و تأمین زیرساخت‌های مورد نیاز این بخش از مهم‌ترین نیازهایی است که باید به آن توجه کرد زیرا بر اساس آن فرایند چرخه حمل و نقل جاده‌ای شکل می‌گیرد.مهدی میقانی گفت : در این میان فقدان تنها یکی از زیرساخت‌ها و تجهیزات مورد نیاز، جاده‌ها را از حالت استاندارد خارج می‌کند؛ یکی از این زیرساخت‌ها روشنایی است. وی افزود : تاریکی برخی محورهای اصلی و پرتراфик در شب‌های مه‌آلود یا بارانی حوادث را دو چندان می کند و چون برخی از این مسیرها، محل تردد مسافران بی‌شماری از نقاط مختلف کشور است، رسیدگی به آن ضرورت دارد.مدیرکل راهداری و حمل و نقل جاده ای گلستان گفت: تمام متخصصان چه در ایران و چه در دنیا اذعان دارند که اگر جاده‌ای دارای علائم، خط کشی و تابلو باشد دیگر نیازمند روشنایی نیست و خودمعرف است ولی با این حال در صدد آن هستیم که بیش از پیش بر روشنایی جاده های اصلی افزوده شود.تأمین روشنایی محورهای ارتباطی از نیازهای اساسی است که در افزایش احساس امنیت و پیشگیری از حوادث برای رانندگان و مسافران عبوری مهم است.در ادامه میرصالحی رئیس مرکز مدیریت راههای استان گلستان گزارشی از وضعیت موجود روشنایی جاده های بین شهری و دوربین های منصوبه در سطح کل استان ارائه و پیشنهادهایی در جهت کاهش ارائه تصادفات بین جاده ای ارائه نمود.

کسب رتبه برتر شرکت توزیع نیروی برق استان گلستان در ترویج و توسعه فرهنگ نورانی نماز

گرگان -خبرنگار فرصت امروز: شرکت توزیع نیروی برق استان گلستان در ترویج و توسعه فرهنگ نورانی نماز دربین دستگاههای اجرایی استان حائز رتبه برتر برای سومین سال متوالی شده.به گزارش روابط عمومی شرکت توزیع نیروی برق گلستان ؛ علی اکبر نصیری گفت : طی بررسی های صورت گرفته شده توسط هیئت داوران شورای اقامه نماز استان گلستان بر اساس شاخص های مشخص شده ، شرکت توزیع نیروی برق استان گلستان حائز رتبه برتر برای سومین سال در بین دستگاههای اجرایی استان در سال ۹۷ و مفتخر به دریافت لوح تقدیر از سوی استاندار گلستان گردیده است .وی اضافه کرد : این موفقیت حاصل همکاری کلیه همکاران و پیگیری های مستمر و ارسال بموقع اطلاعات و مستندات بر اساس شاخص های تعیین شده و توسط همکاران معاونت منابع انسانی بوده که جای تقدیر و تشکر را دارد.

توجه مردم به هشدارهای مسئولان برای پیشگیری از بیماری کرونا/میزان

مسافرت های دریایی در استان هرمزگان کاهش یافت

بندرعباس – خبرنگار فرصت امروز: با توجه به درخواست مسئولین از مردم جهت پرهیز از انجام سفرهای غیر ضروری به استان هرمزگان در راستای پیشگیری از بیماری کرونا، میزان مسافران و سفرهای دریایی طی هفته جاری در بنادر مسافری استان هرمزگان کاهش یافته است.

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 به 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.



آماده‌سازی تمام سالن‌های مدیریت بحران شهر داری قم برای مقابله با کرونا

وی در ادامه اجرای عملیات شستشو و ضدعفونی معابر و مبلمان شهری را یادآور شد و گفت: توان تجهیزاتی و ماشین‌آلاتی شهرداری قم به همراه نیروهای خدمات شهری مناطق برای این منظور ساماندهی شده و با همکاری مجموعه سپاه و ارتش به صورت مرتب سطح معابر شهر قم شستشو و ضد عفونی می‌گردد.

شهردار قم با اعلام آمادگی سوله‌های بحران و سالن‌های ورزشی در اختیار شهرداری قم به منظور انجام اقدامات بهداشتی و درمانی، گفت: دستور لازم برای استفاده از این اماکن صادر شده است و در صورت اعلام نیاز از سوی مدیریت استان، این ظرفیت در اختیار مجموعه بهداشت و درمان قرار خواهد گرفت.

سقاییان‌نژاد همچنین شرایط ارائه خدمات در آرامستان بهشت معصومه(س) را در وضعیت مطلوب دانست و ادامه داد: علی رغم افزایش پذیرش متوفیان در این آرامستان در حال حاضر وضعیت مطلوبی در این مجموعه برقرار بوده و امور بخش‌های مختلف به صورت منظم در حال انجام و پیگیری است.

ارائه خدمات شهری دانست و افزود: حفظ نظافت و بهداشت محیط شهری در روزهای اخیر به صورت ویژه و دنبال شده است و با وجود افزایش قابل توجه پسماندها و



زباله‌ها به ویژه پسماندهای بیمارستانی، با افزایش ظرفیت ناوگان و سرویس‌های جمع‌آوری زباله مشکلی در این زمینه وجود نداشته است.

قم – خبرنگار فرصت امروز: با دستور شهردار قم، تمامی سوله‌های مدیریت بحران و سالن‌های ورزشی در اختیار شهرداری قم در سطح مناطق هشتگانه برای قرنطینه بیماران و یا ارائه خدمات بهداشت و درمان آماده‌سازی می‌شوند.

دکتر سید مرتضی سقاییان‌نژاد با اشاره به افزایش تعداد بیماران مبتلا به ویروس کرونا و لزوم ایجاد ظرفیت‌های جدید در اماکن نگهداری و درمان این بیماران، اظهار کرد: آماده سازی سالن‌های ورزشی و سوله‌های مدیریت بحران مناطق هشتگانه برای استفاده به همین منظور در دستور کار قرار گرفته است.

شهردار قم با تشریح برخی از اقدامات گسترده انجام گرفته توسط مجموعه مدیریت شهری در خصوص مبارزه با شیوع بیماری کرونا، گفت: بسا توجه به شرایط ویژه‌ای که شهر قم در هفته‌های اخیر شاهد بوده است، ستاد ویژه‌ای به منظور ساماندهی انجام اقدامات در حوزه‌های مختلف در روزهای اولیه در شهرداری قم تشکیل شد. سقاییان‌نژاد عمده اقدامات شهرداری قم را در بخش

مهندس عظیمیان : رویکرد فولاد مبارکه به الزامات زیست محیطی، ملی و جهانی است

مبارکه را دربرمیگیرد، و برای نگهداری و تعمیرات سیستمهای دفع و کنترل آلایندهٔ سالانه رقمی بالغبر ۵۰ میلیارد تومان هزینه صرف کرده است، گفت: نصب و راهاندازی سیستمهای پایش آنلاین بر روی کلیهٔ خروجیهای شرکت فولاد مبارکه در بخش دودکشها و تصفیهخانهها اکنون رقمی بالغبر ۲۰ میلیارد تومان ارزشگذاری شده است. این شرکت هماکنون طرحهای احداث دریاچهٔ سوم ذخیره پساب همراه با نصب سیستم تصفیهٔ تکمیلی پساب شهری را با هزینهای بالغبر ۶۰ میلیارد تومان در دست اقدام دارد.

علاوه براین احداث سیلوهای ذخیرهٔ ریزدانه مواد معدنی و رفع برخی از اشکالات در راهبری سیستمهای دفع آلاینده را باهدف بهبود شاخصهای زیستمحیطی خود با هزینهای بالغبر ۳۰ میلیارد تومان پیشبینی و در دستور کار داشته است. طرحهای فراوری سربراه بهمتوان محصول جانبی فرایند تولید و با هدف ایجاد ارزشافزوده برای محصولات شرکت یکی دیگر از اقداماتی است که با کمک مراکز علمی و پژوهشی کشور با هزینهای بالغبر ۱۰ میلیارد تومان در دست اقدام است. این شرکت با مشارکت شرکتهای مهندسی داخلی فرایند فروش و صادرات سربراه را نیز به موازات فعالیتهای علمی و تحقیقاتی خود در این زمینه دنبال کرده است.



زیستمحیطی یکی از ارکان و اهداف ثابت شرکت است، همواره سرمایهگذاریهای قابلتوجهی برای انجام پژوهشها و اجرای پروژههای متنوعتر در این زمینه انجام شده و میشود. وی در ادامه خاطرنشان کرد: شرکت فولاد مبارکه در راستای تحقق اهداف کلان خود در حوزهٔ محیطزیست و همگام با توسعهٔ کمی و کیفی تولیدات خود، توسعه و بهرورزسانی زیرساختها و تجهیزات کنترלקندهٔ آلایندهها را نیز سرلوحهٔ اقدامات قرار داده است.

وی با تأکید بر اینکه این شرکت بهمنظور نگهداری از فضای سبز خود که بالغبر ۵۰ درصد از کل سطح سایت شرکت فولاد

اصفهان – خبرنگار فرصت امروز: به مناسبت روز درختکاری مهندس عظیمیان مدیرعامل فولاد مبارکه ضمن غرس یک اصله نهال در شرکت، بر اهمیت فضای سبز و نقش آن در سلامت محیط کار و محیط زیست تأکید کرد.

وی گفت: امروزه رعایت دستورالعمل‌ل های زیست محیطی یکی از مهمترین دستورالعملهای هر بنگاه اقتصادی و کارخانهٔ تولیدی است و واقع دیگر یک اقدام نمایشی نیست، بلکه یک الزام بسیار مهم است. این امر از ابتدا تاکنون در فولاد مبارکه نه فقط به‌عنوان یک الزام بلکه در مقام یک مسئولیت اجتماعی خطیر ملی و هم‌تراز با استانداردهای جهانی مدنظر بوده و هست.

وی با اشاره به وجود بیش از ۱۶۰۰ هکتار فضای سبز در فولاد مبارکه که بیش از ۹۵ درصد آن به روش قطره‌ای آبیاری میشود، تصریح کرد: برای حفظ و توسعهٔ این میزان فضای سبز با سرمایهگذاریهای قابلتوجه و پروژههای متعددی که انجام شده است، تلاش شده آب موردنیاز این میزان فضای سبز را از محل تصفیه و بازچرخانی پساب انسانی و صنعتی کارخانه و بدون هیچ برداشت آب اضافی از زاینده‌رود تأمین کنیم. مدیرعامل فولاد مبارکه تصریح کرد: با توجه به اینکه در تابلوی اهداف سالانه شرکت، رعایت دستورالعملهای

توسعه‌ی شبکه‌ی برق‌رسانی، در گروی سرمایه‌گذاری و پرداخت قبوض برق

وی ابراز امیدواری کرد: در سایه‌ی همکاری‌های کلیه‌ی مشترکین، هیچ روز و فصلی از سال شاهد خاموشی و قطعی برق نباشیم. وی یادآور شد: با توجه به رشد فزاینده‌ی مصرف برق در کشور، عموم مردم و مشترکین در صرفه‌جویی و مصرف بهینه‌ی برق مصرفی و پیشگیری از اسراف و اتلاف بیهوده در مصرف انرژی تلاش کنند تا سالی بدون خاموشی را شاهد باشیم. مدیرعامل شرکت توزیع نیروی برق تبریز در پایان بار دیگر همکاری مردم در زمینه‌ی مصرف و پرداخت به‌موقع هزینه‌های برق مصرفی را عاملی مهم در امر توسعه و پایدار نگه‌داشتن شبکه‌ی برق عنوان کرد.



خصوص توسعه و خدمات‌رسانی یاری کنند.

تبریز – ماهان فلاح: مدیرعامل شرکت توزیع نیروی برق تبریز تأکید کرد: خدمات‌رسانی بهینه و توسعه‌ی شبکه‌ی برق‌رسانی در گروی سرمایه‌گذاری و پرداخت به‌موقع قبوض برق توسط مشترکین است. کاظمی گفت: تلاش برای خدمات‌رسانی در بخش‌های مختلف توسعه‌ی شبکه، سازماندهی و سیستم‌های برق‌رسانی، بدون پرداخت به‌موقع قبوض برق توسط مشترکین و سرمایه‌گذاری ممکن نیست. وی از عموم مشترکان درخواست کرد در خصوص پرداخت صورتحساب‌های قبوض برق مصرفی جدیت به‌خرج داده و شرکت توزیع نیروی برق تبریز را برای اجرای هر چه بهتر برنامه‌های در نظر گرفته شده در

۱۱۲ روستای استان اردبیل در آینده نزدیک از نعمت گاز طبیعی بهره مند می شوند

اسماعیلی در ادامه گفت : گاز رسانی به مناطق صعب العبور نشان از توجه نظام مقدس جمهوری اسلامی و دولت خدمتگذار به روستاها و مردم شریف آنست و در این راه از هیچ تلاش کوششی برای تامین آسایش و رفاه مردم دست بر نمی داریم و سعی کلیه خادمین مردم شریف استان در شرکت گاز استان اردبیل به جهت بالا بردن ضریب رفاه مردم در مناطق مختلف استان علی الخصوص مناطق محروم است.

گفتنی است ۱۰۰ درصد خانوار شهری و بیش از ۹۴ درصد از خانوار روستایی استان اردبیل از نعمت گاز طبیعی برخوردارند.



از خانوار روستایی استان اردبیل از نعمت گاز طبیعی برخوردارند.

روانه و به منظور مقابله با ویروس کرونا:

ساختمان و محل کار کارکنان شرکت آبفا آذربایجان شرقی ضدعفونی می شود

تبریز – ماهان فلاح : بر اساس دستور مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب استان آذربایجان شرقی و در راستای حفظ سلامت جامعه و همچنین کارکنان و مراجعین، ضدعفونی و گندزدایی ساختمان اداری این شرکت و واحدها و مناطق تابعه آبفا استان در سایر شهرهای آذربایجان شرقی بصورت روزانه انجام می شود.

مدیر روابط عمومی شرکت آب و فاضلاب آذربایجان



خبر خوب دانش بنیان ها از نبرد با کرونا



ما برای تولید ماسک‌های تنفسی دو تا سه هزار ماسک در روز بوده که در حال حاضر به ۱۰ هزار ماسک ارتقا یافته است. به گفته نادری این مجموعه با جذب نیروی کار بیشتر و افزایش شیفت‌های کاری به دو شیفت و در ادامه سه شیفت کاری، در پی افزایش تولید است تا بتواند هر چه سریع‌تر به رفع یکی از دغدغه‌های مهم مراکز درمانی را کمک کند و به انجام تعهد خود به وزارت بهداشت برای تولید ۲۰ هزار ماسک در روز دست یابد. وی در خصوص نحوه سنجش کارایی ماسک‌های تولیدی توضیح می‌دهد: فناوران نانومقیاس از معدود مجموعه‌های دارای دستگاه آزمون فیلتر نانو است که می‌تواند کارایی تولید را براساس معیارهای گواهی‌نامه‌های بین‌المللی اروپایی (FFP ۱, ۲, ۳) و آمریکایی (۹۶ N9۵) بسنجد بنابراین می‌توانیم از این ویژگی در جهت تسریع روند تولید ماسک‌های موردنیاز استفاده کرده و با سرعت بیشتری ماسک‌ها را برای تحویل به وزارت بهداشت ارائه کنیم. ماسک‌های تولید شده در این مجموعه از نوع سه لایه و فلت فولد (Flat fold) است که هر دوی آنها با وجود قدرت فیلتر بالای ۹۰ درصد ذرات ۳۰۰ نانومتری، تنفس‌پذیری مناسبی دارند و در نتیجه نیازی به سوپاپ خروج هوای بازدم ندارد؛ ویژگی‌ای که این ماسک‌ها را به گزینه مناسبی برای استفاده بیماران و کادر درمانی تبدیل کرده است. نکته‌ای که باید به آن توجه شود این است که استفاده از ماسک‌ها سوپاپ‌دار - که به اشتباه آنها را ماسک‌های فیلتردار می‌نامیم برای افراد مبتلا به بیماری‌های تنفسی و ویروسی مانند کوید-۱۹ نمی‌تواند مؤثر باشد، زیرا سوپاپ موجود روی ماسک هنگام بازدم فرد به یک باره نفس آلوده به ویروس را به فضای خارج از ماسک می‌فرستد بنابراین استفاده از ماسک‌های سوپاپ‌دار برای بیماران مبتلا به آلودگی‌های ویروسی توصیه نمی‌شود. نادری با اشاره به کارایی بالای ماسک‌های مجهز به نانوالیاف تصریح می‌کند: «ماسک نانویی در صورت استفاده روزانه در محیط‌های غیرآلوده حتی تا چند روز می‌تواند کارایی خود را حفظ کند، اما با توجه به ملاحظات خاص بهداشتی درخصوص کوید-۱۹ ایسن ماسک‌ها در مراکز درمانی و برای کادر درمانی که در مواجهه با بیماران قرار دارند نباید بیش از چهار ساعت مصرف شود. به همین دلیل نیاز کشور در این روزها به ماسک‌های تنفسی مناسب بسیار زیاد است. اما از آنجا که فناوری، دستگاه‌ها و مواد اولیه موردنیاز برای تولید این ماسک‌ها کاملاً ساخت ایران هستند، در این شرایط که همه کشورها را با بحران ماسک مواجه کرده، می‌توانیم با حداکثر توان در جهت رفع نیاز کشور به ماسک تلاش کنیم. هرچند اگر پیش از این بحران، حمایت‌های موردنیاز برای توسعه ظرفیت مجموعه‌ها صورت گرفته بود، از این شرایط آسوده‌تر عبور می‌کردیم.»

توجه به پیشرفت‌های خوب برخی از این شرکت‌ها پیش‌بینی می‌شود این زمان به کمتر از یک ماه تقلیل یابد و به زودی با ورود کیت‌های ایران ساخت به میزان کافی به چرخه تشخیص و درمان نگرانی از بابت کمبود کیت‌های تشخیصی نخواهیم داشت و چه‌بسا مازاد تولید هم داشته باشیم. کمیته مبارزه با کرونا ارائه جزئیات بیشتر در مورد شرکت‌های برگزیده را منوط به زمانی دانست که این شرکت‌ها بتوانند در زمان مقرر به صورت موفق فعالیت خود را به نتیجه برسانند.

تلاش فناوران نانو در حمایت از کادر درمان

بخش دیگر حمایت‌های معاونت علمی و فناوری به حوزه نانو اختصاص یافته و ستاد ویژه توسعه فناوری نانو برای شناسایی و ارائه حمایت‌های لازم در این حوزه مأمور شده است تا از ظرفیت‌های این حوزه برای تولید ماسک‌های تنفسی نانو و مواد ضدعفونی‌کننده کارآمد بهره‌برداری شود.

کریمی درخصوص فعالیت‌های صورت گرفته جهت افزایش ظرفیت تولید ماسک‌های نانو در کشور به جام جم می‌گوید: تولید ماسک‌های نانو N۹۵ و N۹۹ به دستگاه‌های دارای فناوری پیشرفته و گران‌قیمت نیاز دارد. در بررسی‌هایی که در همان روزهای ابتدایی داشتیم، متوجه شدیم یکی از شرکت‌های تولیدکننده این دستگاه‌ها دو دستگاه تولید ماسک نانو را به سفارش کشور کره جنوبی تولید کرده و آماده صادرات است.

اما بلافاصله با جبران ضرر و زیان تولیدکننده، مانع از صادرات این دو دستگاه شدیم و آنها را وارد کارخانه‌های تولید ماسک داخلی کردیم. از سوی دیگر با شناسایی و تجهیز شرکت‌های موجود در حوزه تولید ماسک حتی ماسک‌های تنفسی ساده که بعضاً فعالیت محدودی داشتند، به سرعت ظرفیت تولید ماسک را در داخل کشور افزایش دادیم به طوری که امروز شاهد تولید روزانه ۳۰۰ هزار ماسک نانو برای کادر درمانی و بیماران از شرکت‌های دانش بنیان حوزه نانو هستیم و در تلاشیم تا این تعداد را در ادامه افزایش دهیم.

نمونه‌ای از تلاش‌های به ثمر نشسته

شرکت فناوران نانومقیاس از شرکت‌های دانش‌بنیانی است که پیش از این در کنار تولید کیت‌های تشخیصی سریع مانند آزمون سریع بارداری یا اعتیاد به تولید ماسک‌های تنفسی دارای نانوالیاف نیز پرداخته بود. به دنبال شیوع ویروس کرونای جدید و فراخوان معاونت علمی و فناوری برای تولید ماسک‌های تنفسی مناسب برای بیماران و کادر درمانی کشور، این شرکت اعلام آمادگی کرد و در حال حاضر از بیشتر ظرفیت تولید خود برای تولید این ماسک‌ها استفاده می‌کند. نادر نادری، مدیرعامل این مجموعه دانش‌بنیان در خصوص میزان ظرفیت تولید شرکت به جام جم می‌گوید: «ظرفیت اولیه

و شبیه‌سازی نرم‌افزاری و سایر محصولات و خدماتی که به هر نحو به مقابله با ویروس کمک کند محورهای این فراخوان بوده است.

استفاده از توانمندی داخلی برای تولید کیت تشخیص

تولید کیت‌های تشخیص کارآمد این ویروس از مهم‌ترین مأموریت‌هایی است که از سوی وزارت بهداشت به شرکت‌های تولیدکننده کیت‌های تشخیصی اعلام شده است.

از آنجا که تولید کیت تشخیصی این ویروس به تجهیزات خاص خود نیاز خواهد داشت، سازمان غذا و دارو در همکاری با ستاد توسعه زیست فناوری معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، فراخوانی را منتشر کرد تا از ظرفیت و توانمندی شرکت‌های داخلی برای تولید این کیت استفاده شود و در صورت نیاز تسهیلات و حمایت‌های لازم برای تولید سریع‌تر و باکیفیت به شرکت‌های توانمند ارائه شود.

مصطفی قاضی، دبیر ستاد ویژه توسعه زیست فناوری و از اعضای کمیته دآوری طرح‌ها در گفت و گو با جام جم درباره نحوه انتخاب شرکت‌های توانمند می‌گوید: «از میان ۵۰ شرکت داوطلب برای فراخوان، پس از بررسی‌های سازمان غذا و دارو و اعمال دآوری طرح‌ها، پنج شرکت به عنوان شرکت‌هایی که ظرفیت موردنیاز برای تولید کیت تشخیصی را دارند انتخاب و هفته گذشته وارد قرارداد معاونت علمی و فناوری شده‌اند.

وی در ادامه درخصوص نحوه دآوری دانش‌بنیان‌ها توضیح می‌دهد: «شرکت‌های مورد تأیید سازمان غذا و دارو برای تولید کیت، به کمیته دآوری طرح‌ها در معاونت علمی و فناوری ارجاع شدند. معیارهای موردنظر ما برای بررسی ظرفیت‌های این مجموعه‌های دانش بنیان سابقه تولید و عرضه محصولات مشابه برای بیماری‌های دیگر با تأییدیه سازمان غذا و دارو به صورت موفق، ضمانت تولید در کمترین زمان ممکن و با حداکثر دقت بوده است.

قاضی با اشاره به شرایط متفاوت هر یک از این مجموعه‌ها تصریح می‌کند: «تلاش شده تا حمایت‌ها متناسب با نیازهای اعلام‌شده از سوی هر شرکت صورت بگیرد تا بتواند بیشترین اثربخشی را در سریع‌ترین زمان ممکن برای عبور از این بحران جهانی فراهم کند. به گفته دبیر ستاد توسعه زیست فناوری، قرار است تولیدات این شرکت‌ها، پیش از تمام شدن کیت‌های اهدایی چین و سازمان جهانی بهداشت آماده ورود به بازار شوند؛ همان کیت‌هایی که در حال حاضر در مراکز تشخیصی و درمانی مورد بهره‌برداری قرار گرفته است بنابراین زمان مورد انتظار برای آماده‌سازی این کیت‌های تشخیصی حدود یک ماه خواهد بود. البته به گفته سخنگوی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، با

سخنگوی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری در گفت‌وگو با جام جم از نتایج رضایت‌بخش آزمون داروی ضد ویروس کرونا توسط شرکت‌های ایرانی خبر داد.

به گزارش پایگاه اطلاع‌رسانی بنیاد ملی نخبگان، پرویز کریمی سخنگوی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، در گفت‌وگویی که به تازگی در روزنامه جام جم منتشر شده، از دستاوردهای شرکت‌های دانش‌بنیان برای مقابله با کرونا گفته است:

معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری از اولین نهادهایی بود که اعضای زیرمجموعه‌اش یعنی دانش‌بنیان‌ها را به میدان مبارزه با کوید-۱۹ فراخواند. پرویز کریمی، سخنگوی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری در گفت و گو با جام جم ضمن تشکر از کادر درمانی کشور به عنوان خط مقدم مبارزه با کرونا در رابطه با فعالیت‌های این معاونت بیان می‌کند:

معاونت علمی در همان روزهای نخست شیوع کرونا نسبت به تشکیل کمیته‌ای از ستادهای راهبردی فناوری‌های مرتبط در حوزه مقابله با این بیماری ویروسی به سرپرستی سوزنا ستاری، معاون علمی و فناوری رئیس جمهور با همراهی صندوق نوآوری و شکوفایی اقدام کرد تا زیست بوم فناوری و نوآوری در این مبارزه همدل و هم‌افزا با مدافعان خط مقدم مبارزه پزشکی و بهداشتی اقدامات خود را انجام دهد.» وی می‌افزاید: «در جلسات این کمیته فعالیت‌های موردنیاز جهت رفع نیازهای کشور به دو دسته فوری و درازمدت تقسیم‌بندی شدند و پیگیری‌های لازم برای هر یک از این اقدامات آغاز شد. در دسته اقدامات فوری بنا شد تا کمبودهای پزشکی، فناوریانه و تجهیزاتی شناسایی و برای رفع آنها به سرعت اقدام شود.

به همین منظور فراخوانی از سوی کمیته مبارزه با کرونای معاونت علمی اعلام شد تا شرکت‌های دانش‌بنیان و نوپایی که در حوزه‌های مختلف می‌توانند به مقابله با کرونا کمک کنند، اعلام آمادگی کرده و ما نیز پس از بررسی توانمندی‌های‌شان از آنها حمایت کنیم. براساس فراخوان معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری و صندوق نوآوری و شکوفایی قرار شده است شرکت‌های فناور و دانش‌بنیانی که می‌توانند در جهت رفع نیازهای کشور برای مقابله با ویروس کرونای جدید فعالیت کنند حمایت‌هایی براساس نیازهای مجموعه‌ها و تسهیلات متنوع دریافت کنند. ساخت کیت‌های تشخیص کرونا، تولید ماسک‌های نانو، تولید مواد ضدعفونی‌کننده، ساخت دستگاه‌های تولید ماسک نانو، ساخت دستگاه‌های تولید مواد ضدعفونی‌کننده، داروهای مؤثر در درمان و کنترل عوارض بیماری، سامانه‌های نرم‌افزاری پایش، مدل‌سازی

برنامه صبحگاهی بهترین کارآفرین‌های حال حاضر جهان

به قلم: کارولین سان نویسنده حوزه بازاریابی و کسبوکار
 مترجم:امیر آل علی

نقطه شروع یک روز موفق، صبح‌ها است. در این رابطه بسیاری از افراد عقیده دارند که این بخش تعیین‌کننده کیفیت روز شما خواهد بود. به همین خاطر داشتن یک برنامه مشخص و دائمی، بسیار مهم خواهد بود. با این حال بسیاری از افراد در ایجاد یک برنامه درست و سودمند دچار تردید بوده و این امر باعث می‌شود تا در این رابطه بهترین انتخاب ممکن را نداشته باشند. به همین خاطر توجه به اقدامات انجام‌شده از سوی سایر مدیران موفق جهان، می‌تواند راهنمای عمل بسیار خوبی باشد. در همین راستا به بررسی برنامه صبحگاهی ۱۰ تن از بهترین کارآفرین‌های حال حاضر جهان خواهیم پرداخت.

۱-ایلان ماسک

ایلان ماسک اعلام کرده است که او هر روز باید شش ساعت خواب را داشته‌باشد.وی معمولا ساعت هفت صبح بیدار می‌شود. اگرچه ممکن است تصور کنید که این زمان دیر محسوب می‌شود،با این حال او اعلام کرده‌است که شرایط برای زودتر خوابیدن وجود نداشته و این امر باعث می‌شود تا زمان بیشتری برای فرزندان خود داشته باشد.نخستین اقدامی که وی پس از بیدار شدن خود انجام می‌دهد، چک کردن ایمیل‌ها و پیام‌هایی است که برای او ارسال شده و سعی می‌کند تا به آنها پاسخ کوتاهی بدهد. وی برای این اقدام خود محدودیت زمانی ۲۰ دقیقه‌ای را اعمال کرده‌است تا به اقدامی زمان‌بر تبدیل نشود. پس از آن صرف صبحانه در کنار فرزندان و رساندن آنها به مدرسه، اقدام بعد محسوب می‌شود. در نهایت یک دوش سریع وی آخرین اقدام او قبل از رفتن به سر کار محسوب می‌شود. با توجه به استفاده از آخرین مدل تسلا که یک وسیله خودروان محسوب می‌شود، وی در مسیر رسیدن به دفتر کار، فرصت کافی برای مرور برنامه روزانه خود را خواهد داشت.اگرچه این برنامه معمول او محسوب می‌شود، با این حال تحت شرایط ویژه، ممکن است تغییراتی را داشته باشد. به همین خاطر نباید تصور کنید که تحت هیچ شرایطی نمی‌توان تغییری را در برنامه به وجود آورد.

۲-مارک زاکربگ

مارک زاکربگ اعلام کرده‌است که صبح زود بیدار شدن، هیچ‌گاه اولویت او نبوده‌است. درواقع در سکوت شب وی قادر است تا بهتر کارهای خود را انجام دهد، با این حال پس از تولد نخستین فرزند او، کمی در این رابطه تغییر عقیده داده و تلاش کرده‌است تا ساعت خواب خود را با دخترش هماهنگ سازد. در نهایت ورزش در خانه و دوش آب سرد دیگر اقدام او محسوب می‌شود. نکته جالب این است که آقای زاکربگ هیچ‌گاه وقت خود را برای انتخاب لباس تلف نمی‌کند و به تن کردن یک مدل ثابت، به سیاست رفتاری او تبدیل شده‌است، با این حال وی به همه افراد توصیه می‌کند که به دنبال برنامه خاص خود باشید. درواقع اگرچه استفاده از برخی از اقدامات سایر افراد می‌تواند سودمند باشد، با این حال کبی‌پرداری کامل، بدون شک بدترین تصمیم ممکن خواهد بود. علت این امر به این خاطر است که افراد با یکدیگر متفاوت بوده و شرایطا نیز مختلف است. به همین خاطر هیچ‌گاه یک برنامه همگانی وجود نخواهد داشت.

۳-آنتیو جابز

وی در رابطه با عادت صبحگاهی خود اعلام کرده بود که پس از انجام مدیتیشن و صرف صبحانه، چند دقیقه رو به روی آینه‌های می‌ایستد و از خود سوال می‌پرسد که اگر امروز آخرین زمان زندگی باشد، چگونه آن را سپری خواهد کرد. تکرار هر روزه این پرسش باعث می‌شود تا بهترین استفاده ممکن را از زمان خود داشته باشد و هیچ‌گاه کاری را به تأخیر نیندازد. درواقع به عقیده وی ایدا اهمیتی ندارد که چه ساعتی از خواب بیدار می‌شوید و یا چه صبحانه‌ای را میل می‌کنید، این موارد کاملا به موارد مختلفی بستگی خواهد داشت، با این حال اگر اقدامی بتواند برای همه افراد سودمند واقع شود، بدون شک تکنیک مذکور خواهد بود.

۴-اوبرا وینفری

در ابتدای صبح شما باید بهترین حس را داشته باشید. در غیر این صورت تمام روز شما نابود خواهد شد. به همین خاطر ۲۰ دقیقه مدیتیشن، می‌تواند آرامش و شادابی لازم را در شما ایجاد کند. در نهایت ۱۵ دقیقه ورزش با تردمیل و صرف یک صبحانه سالم و هماهنگ شده با یک متخصص تغذیه، انرژی لازم برای یک روز کاری پرتلاش را ایجاد خواهد کرد.

۵-آنتونی رابینز

برنامه صبحگاهی وی شامل سه مرحله مهم است. نخست چند نفس عمیق و انجام برخی از تمرین‌های یوگا، سپس بستن چشم‌ها و فکر کردن به سه چیزی که بابت آنها در زندگی خود شکرگزار است و دعا کردن که از عزیزترین افراد زندگی او تا تمامی مردم جهان را برطبق اولویت شامل می‌شود. در نهایت دودین برای مدت زمانی در حدود ۲۵ دقیقه باعث می‌شود تا اشتیهای لازم برای صرف یک صبحانه کامل ایجاد شود.

۶-شریل سندبرگ

به علت مشغله کاری، وی هر روز صبح در حدود یک ساعت را صرف پاسخ دادن به ایمیل‌ها و انجام کارهای شخصی خود می‌کند. پس از آن فرزندان خود را به مدرسه برده و در مسیر با آنها صحبت می‌کند. در نهایت رفتن به باشگاه آخرین اقدام او قبل از حضور در دفتر کاری است.

۷-وارن بافت

وی بلافاصله پس از بیدار شدن اقدام به مطالعه می‌کند. وی خواندن روزنامه را بهترین اقدام برای این ساعت توصیف کرده‌است که در این رابطه دو روزنامه وال استریت ژورنال و فوربس در صدر علایق او قرار دارند. وی هر روز صبحانه خود را در رستوران مک دونالد صرف می‌کند، با این حال علی رغم سایر کارآفرینان، ورزش جایگاه خاصی را در برنامه صبحگاهی وی ندارد.

۸-ریچارد برانسون

وی هر روز ساعت پنج صبح از خواب بیدار می‌شود و شروع به ورزش می‌کند که در این رابطه تنها به انجام یک ورزش خود را محدود نکرده و حتی شنا را نیز در دستور کار خود قرار می‌دهد. همچنین قانون وی این است که تمامی اعضای خانواده باید صبحانه را در کنار یکدیگر صرف کنند. در نهایت وی قبل از حضور در شرکت، هماهنگی‌های لازم را از طریق ارسال ایمیل و برقراری تماس‌های ضروری انجام می‌دهد.

۹-جک دورسی

وی بلافاصله پس از بیدار شدن اپلیکیشن ورزشی خود را اجرا می‌کند و برای زمانی در حدود ۱۵ دقیقه، به انجام تمرین آن می‌پردازد. پس از آن وی به سراغ صبحانه می‌رود که یک فنجان قهوه، عضو جدانشدنی آن محسوب می‌شود. در حین مسیر رسیدن به محل کار نیز گوش دادن به کتاب صوتی و پادکست، تنها اقدامی است که انجام می‌دهد. به عقیده وی چک کردن ایمیل و برنامه کاری باید اقدامی باشد که افراد در آخرین ساعت روز خود و قبل از خواب انجام می‌دهند.

۱۰-آریانا هافینگتن

خانم هافینگتن اعلام کرده‌است که وی برای یک روز کاری خوب، به هشت ساعت خواب نیاز دارد، با این حال بدن هر فرد با توجه به این امر که به دنبال راحتی است، حتما باید از یک زنگ هشدار قوی استفاده کنیم تا عادت هشت ساعت همواره ثابت باقی بماند. وی پس از آن اقدام به بررسی برنامه روزانه خود کرده و برای ۲۰ دقیقه مدیتیشن را انجام می‌دهد. در نهایت نیز ۱۰ دقیقه را صرف پاسخ دادن به ایمیل‌ها می‌کند تا همه چیز برای حضور او در شرکت آماده باشد.
منبع: entrepreneur.com

فرصت امروز

روزنامه‌مدیریتی-اقتصادی

| چهارشنبه | ۲۱ اسفند ۱۳۹۸ | شماره ۱۵۱۰ | 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: ۰۷۳۳۸۱۶۶۰

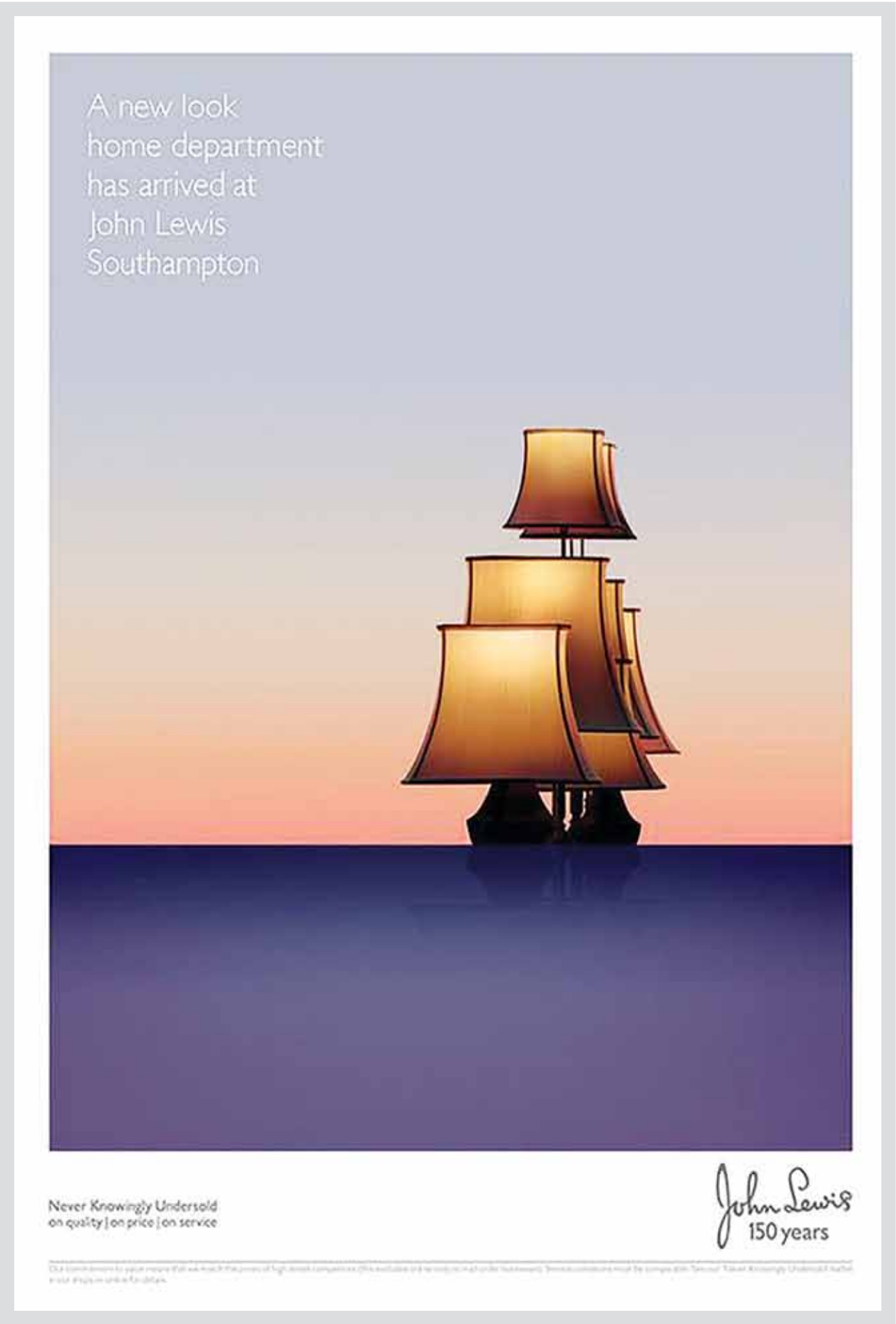
روابط عمومی: ۰۷۳۱۴۳۶۶۰ **فکس تحریریه:** ۸۸۸۲۷۱۱۲

سازمان آگهی‌ها: ۰۷۳۳۱۲۸۶۰ **امور مشترکین:** ۰۷۳۱۴۳۸۶۰

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

WWW.FORSATONLINE.COM

INFO@FORSATONLINE.COM



تاثیر مدیریت زمان بر زندگی شخصی

می‌کند. اگر شما کارهای‌تان را در اداره به دلیل عدم استفاده درست از زمان به سرانجام نرسانید به ناچار باید از زمانی که باید با خانواده بگذرانید بزنید و به کارتان برسید. درنتیجه از آنجا که خانواده‌تان برای‌تان مهم است خود را در یک تضاد ارزشی می‌بینید. سه سؤال کلیدی وجود دارد که می‌توانید دائما از خود بپرسید تا زندگی شخصی خود را در تعادل نگاه دارید. نخستین سؤال این است که «چه چیزی واقعا برای من مهم است؟» سپس مطمئن شوید که در حال انجام کاری در راستای پاسخ این سؤال هستید. دومین سؤال این است که «بازرزش‌ترین فعالیت من چیست؟» در زندگی شخصی این به این معنا است که «چه کاری است که می‌کنم و به من بیشترین لذت و رضایت را می‌دهد؟ در بین کارهایی که می‌توانم در یک زمان انجام دهم کدام کار بیشترین ارزش را بر زندگی من می‌افزاید؟» و سؤال نهایی که باید بارها و بارها از خود بپرسید این است که «الان چگونه به بهترین وجه از زمانم استفاده کنم؟»

از آنجا که در یک زمان تنها می‌توانید یک کار را انجام دهید، باید مداوما زندگی شخصی خود را مدیریت کنید تا بتوانید یک کار، مهم‌ترین کار، را در هر زمان انجام دهید.

تنظیم اولویت‌های شخصی

مدیریت زمان شخصی شما را قادر می‌سازد که انتخاب کنید اول چه کاری را انجام دهید، بعدا چه کاری را انجام دهید و کدام کارها را اصلا انجام ندهید. شما را قادر می‌سازد تا هر جنبه‌ای از زندگی خود را مدیریت کنید تا به بیشترین میزان لذت، شادکامی و رضایت از فعالیت‌های‌تان برسید. بابت خواندن این مقاله در مورد مدیریت زمان و افزایش بهره‌وری از شما سپاسگزارم، لطفا نظرات و ایده‌های خود را در قسمت نظرات ثبت کنید و این صفحه را به اشتراک بگذارید.

منبع: Briantracy/ucan

خود شما شروع می‌شود. این کار با فکر کردن به اینکه چه چیزی واقعا برای شما در زندگی مهم است شروع می‌شود. شما باید اهداف خود را در سه حوزه اصلی زندگی‌تان بچینید. این دلیلی است که شما صبح‌ها از خواب بیدار می‌شوید، دلیلی که سخت کار می‌کنید تا مهارت‌های‌تان را افزایش دهید. دلیل نگرانی شما در مورد پول و بعضی وقت‌ها دلیل احساس ناامیدی به خاطر کمبود زمان. اهداف مشهود و غیرمشهود شخصی و خانوادگی شما چیست؟ یک هدف مشهود خانوادگی می‌تواند داشتن خانه بزرگ‌تر، ماشین بهتر، تلویزیونی بزرگ‌تر، برنامه‌ریزی برای یک تعطیلات یا هر چیز دیگری که نیازمند پول است باشد. یک هدف نامشهود می‌تواند ساختن رابطه‌ای با کیفیت بالاتر با همسر و فرزندان، صرف وقت بیشتر با خانواده و پیاده‌روی و مطالعه بیشتر کتاب باشد. دستیابی به این هدف شخصی و خانوادگی عصاره واقعی مدیریت زمان و هدف اصلی آن است.

اهداف کاری و شغلی خود را روشن کنید

حوزه دوم اهداف، اهداف کسب و کار است. یعنی اهداف «چگونگی» که روشی برای دستیابی به اهداف شخصی «چرایی» هستند. چگونه می‌توانید به سطحی از درآمد برسید که به اهداف فامیلی دست پیدا کنید. چگونه می‌توانید مهارت‌ها و توانایی‌هایی که شما را در اوج موفقیت شغلی نگاه می‌دارند را توسعه دهید؟ اهداف شغلی و تجاری کاملا ضروری هستند. مخصوصا وقتی که در تعادل با اهداف شخصی و فامیلی باشند.

اقدامات کلیدی مدیریت زمان

اصل مدیریت زمان می‌گوید که زمان‌های سخت زمان‌های آسانی را بیرون می‌کنند، یعنی زمان‌های سختی مثل زمسان کار کردن، زمان‌های راحتی مثل زمانی که با خانواده سپری می‌کنید را بیرون