

شنبه
۲۴ اسفند
۱۳۹۸

Sat. 14 Mar 2020
۱۹ رجب ۱۴۴۱ - سال ششم
شماره ۱۵۱۱-۱۶ صفحه-۰۰۰۰۰۰هریال

www.forsatnet.ir

یادداشت

اتاق شفاف تراکنش‌های بانکی

علی نظافتیان

دبیر کمیسیون حقوقی کانون بانک‌ها

در دنیای امروز بانکداری الکترونیک تحول زیادی در عملیات بانکی به وجود آورده است. دیگر نیازی نیست تا مشتری همچون گذشته برای بسیاری از امور بانکی راهی شعبه بانک شود، در صف‌های طولانی به انتظار بایستد که نوبتش فرا برسد و عملیات بانکی موردنظر خود را با یاری کارمندان پشت باجه انجام دهد. بانکداری الکترونیک عملاً این امکان را به راحتی فراهم کرده تا شهروندان خود با وسایلی نظیر تلفن همراه، لپ‌تاپ و دستگاه خودپرداز، بسیاری از تراکنش‌های بانکی را بدون نیاز به مراجعه مستقیم به بانک‌ها انجام دهند. به طور کلی، تراکنش‌های بانکی از جنبه سهولت دسترسی و امنیت مالی بایستی چند ویژگی اساسی داشته باشند:

اول، حفظ و گسترش امنیت مالی دوم؛ دسترسی آسان و سهولت استفاده برای مردم سوم؛ ایجاد اتاق شیشه‌ای و شفافسازی تراکنش‌های بانکی به دلیل اهمیت موضوع، مجلس در جزء ۳ بند «۵» تبصره ۱۶ قانون بودجه ۱۳۹۸ به بانک مرکزی ماموریت داد تا به‌منظور شفاف‌سازی تراکنش‌های بانکی و جلوگیری از پولشویی، اقداماتی را با تصویب شورای پول و اعتبار انجام دهد. بانک مرکزی نیز دستورالعمل شفاف‌سازی ...

۳

روزنامه مدیریتی - اقتصادی

فرصت امروز

برای کسب وکار آفرینی

ایران خواستار تسهیلات ۵ میلیارد دلاری از صندوق بین‌المللی پول برای مقابله با کرونا شد

اولین درخواست وام در نیم قرن گذشته

فرصت امروز: رئیس کل بانک مرکزی در یادداشتی از درخواست ۵میلیارد دلاری ایران از صندوق...

۴

از هر ۳ نفر بیکار در پاییز سال گذشته تنها یک نفر موفق به یافتن شغل تا پاییز امسال شده است

آخرین تحولات بازار کار ایران

فرصت امروز: از هر سه نفر بیکار در یک سال گذشته تنها یک نفر موفق به یافتن شغل شده است؛ این تازه‌ترین تصویر از وضعیت بازار کار ایران در یک سال اخیر است. براساس آنچه نهاد پژوهشی مجلس بررسی کرده است، همچنین بیشتر از یک چهارم کسانی که در پاییز پارسال بیکار بوده‌اند، در پاییز امسال به جمعیت غیرفعال اضافه شده‌اند. ساده‌ترین تعبیر از این گزاره، آن است که اگر این افراد در بازار کار باقی می‌ماندند و به جمعیت غیرفعال افزوده نمی‌شدند، تعداد جمعیت بیکار در حال حاضر بیشتر از هم‌اکنون بوده است. بررسی‌هایی که مرکز پژوهش‌های مجلس برمبنای داده‌های مرکز آمار ایران انجام داده است، نشان می‌دهد که در پاییز ۹۸ نسبت به پاییز سال ۹۷، جمعیت فعال حدود ۱۴۸ هزار نفر افزایش داشته است. این در حالی است که به‌طور متوسط جمعیت...

۳

جزئیات پرداخت یارانه حمایتی به کسانی که از شیوع کرونا آسیب دیده‌اند

مبلغ یارانه کرونا چقدر است؟

۲

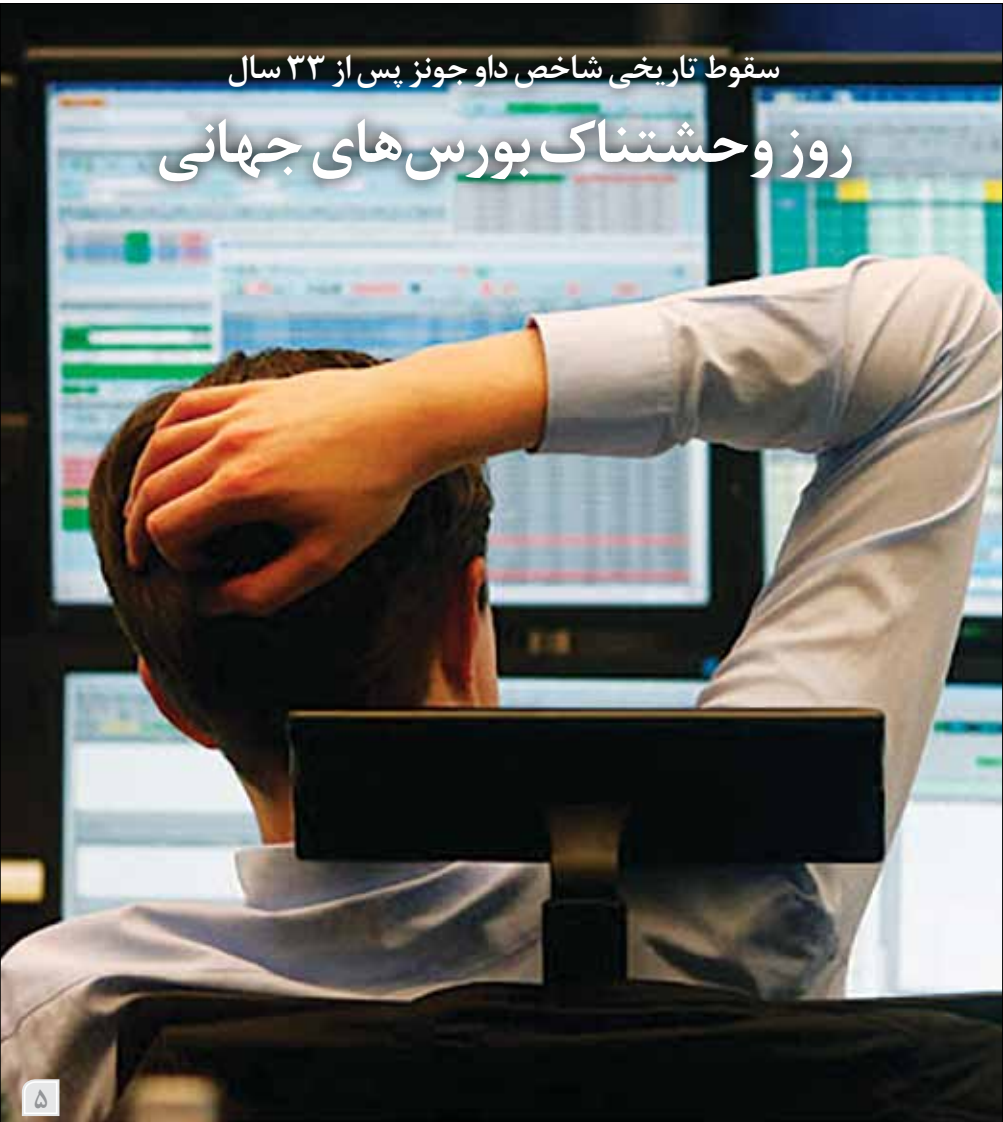
مدیریت و کسب‌وکار



کیت تشخیص ویروس کرونا
اقدام جدید بنیاد خیر به بیل
ولمیلندا گیتس

- نکاتی که کارمندان در دفتر کاری خود باید رعایت کنند
- فروش بیمه عمر در مهمانی
- مهم‌ترین بخش‌های بازاریابی دیجیتال کدامند؟
- چگونه فروش بیشتری در بازار کسب و کار داشته باشیم؟
- راهکارهای ساده‌سازی بازاریابی دیجیتال
- عکاسی در فضا اقدام جدید شیائومی

۸ تا ۱۶



۵

با دستور رهبری به ستاد نیروهای مسلح، قرارگاه درمانی برای مقابله با کرونا برپا می‌شود

کرونا درمانی به کمک سپاه و ارتش

ویروس ممکن است محصول تهاجم بیولوژیکی آمریکا باشد که در ابتدا به چین و سپس به ایران و سایر نقاط دنیا شیوع پیدا کرده. آمریکا بداند که اگر این کار را انجام داده به اهلش برخورد گشت و اگر هم کار آمریکا نباشد باز این ویروس مهار خواهد شد.»

سردار عراقی‌زاده نیز احتمالات در این خصوص را رد نکرد. او که سخنگویی قرارگاه مبارزه با کرونا در ستادکل نیروهای مسلح را برعهده دارد درباره احتمال حمله بیولوژیک آمریکا گفت: «همه ما می‌دانیم که آمریکا در برخی کشورها آزمایشگاه‌هایی دارد که درباره انواع ویروس‌ها آزمایش‌های بیولوژیک و مهندسی ژنتیک انجام می‌دهد. قبلاً هم سابقه داشته که آمریکا از این ویروس‌ها به عنوان سلاح استفاده کرده باشد و از آنجا که این ویروس، ویروسی جدید است، ممکن است در همین آزمایشگاه‌ها ایجاد شده باشد. البته به‌طور قطعی نمی‌توان گفت اما به عنوان یک احتمال می‌تواند مطرح باشد.»

منشأ نوع دوم ویروس کرونا در ایران کجاست؟

احتمالات درباره بیوتورریسمی بودن ویروس کرونا آنجا بالا گرفت که بنا به روایت‌ها منشأ این ویروس در ایران تنها ووهان چین نیست؛ موضوعی که در جلسه کمیسیون بهداشت مجلس با وزیر بهداشت مطرح شد و بنا به گفته شهروزبرزگر، در این جلسه وزیر بهداشت توضیح داد که بخشی از ویروس کرونا در گیلان کاملاً با ویروس ووهان چین متفاوت است که حتی به پرستار ۲۵ ساله هم رحم نکرد لذا باید تمهیدات لازم اندیشیده شود. بزرگر ادامه داد: «بخشی از ویروس کرونا در قم نیز با ویروس ووهان چین متفاوت است. به عبارت دقیق‌تر مشخص نیست که منشأ ویروس دوم از کجاست؟ آنچه از صحبت‌های وزیر بهداشت برداشت کردم این است که دو نوع ویروس در کشور هست. یکی ویروس ووهان چین و یکی دیگر ویروسی با منشأ نامعلوم که در این باره این احتمال وجود دارد که ویروس از نوع بیوتورریسم آمریکا باشد که در ایران پخش شده است.» سیدامیرحسین قاضی‌زاده هاشمی، عضو هیات رئیسه مجلس نیز معتقد است که شیوع ویروس کرونا یک بحران بیولوژیک است. او تأکید می‌کند «آنچه برای محققین حوزه دفاع امروزه به عنوان گفتمان غالب در آمده است آن است که کرونا ویروس یک سلاح بیولوژیک برای ضربه عمیق به اقتصاد و اعتبار چین بوده است.» جدی‌شدن احتمال حمله بیولوژیکی از طریق کرونا آنقدر بالا گرفت که حشمت‌الله فلاحت‌پیشه عضو کمیسیون امنیت ملی مجلس درخواست تشکیل پدافند بیوتورریسم را داد و گفت: «از امروز تا سال ۲۰۳۰ دنیا با انواع مختلف بیوتورریسم مواجه خواهد شد باید سازمانی مستقل با اختیارات ویژه شکل بگیرد و ما همچون پدافند موشکی، پدافند بیوتورریسم داشته باشیم.» کرونا حتی محمود احمدی‌نژاد را دست به قلم کرد تا خطاب به آنتونی گوتشر، دبیرکل سازمان ملل نامه‌ای بنویسد؛ نامه‌ای که در آن به حمله بیوتورریسمی از طریق ویروس کرونا اشاره شده: «امروز بر همگان آشکار شده که امتثال ویروس جهش یافته و هوشمند کرونا ۲۰۱۹، ساخته و پرداخته آزمایشگاه‌ها و به تعبیر صحیح‌تر، زرادخانه‌های جنگ بیولوژیک برخی قدرت‌های سلطه‌گر جهانی و بسیار ضد انسانی‌تر، مخرب‌تر و وحشت‌آفرین‌تر از دیگر سلاح‌های ضد انسانی مانند هسته‌ای و شیمیایی و هارپ است.» او خواستار این شد که سازمان بهداشت جهانی قاطعانه آزمایشگاه‌های موصوف را شناسایی و همراه با اعلام‌به کارگیری ویروس‌هایی مانند کرونا به جامعه جهانی معرفی نماید.

منتقدان و مخالفان حمله بیولوژیک چه می‌گویند؟

البته همه موافق تئوری حمله بیولوژیک نیستند و برخی چون صادق زیباکلام این احتمال را رد می‌کنند. زیباکلام با اشاره به طرح بیوتورریسمی بودن شیوع کرونا که از سوی برخی مطرح می‌شود می‌گوید: «حالا امروز کروناویروس هم به تئوری‌های توطئه نسبت داده می‌شود، اما اگر یادمان باشد درباره طالبان، داعش، القاعده و حادثه یازده سپتامبر هم تئوری‌های توطئه مطرح بود.» او البته این را هم گفته است که «بیرون از ایران هم احتمال تئوری توطئه مطرح می‌شود؛ عده‌ای می‌گویند خود چینی‌ها این کار را کرده‌اند تا آمریکایی‌ها و اروپایی‌هایی که به چین آمده و سرمایه‌گذاری کرده‌اند بروند و چین سهام آنها را ارزان بخرد. عده‌ای می‌گویند آمریکایی‌ها مسبب این اتفاق هستند، اما تعدادشان در اقلیت محض است.»

با این‌همه، شاید آنچه که این روزها در قالب گمانه‌زنی، احتمال و ادعا مطرح می‌شود، سال‌ها بعد رنگ واقعیت به خود بگیرد و افشا شود که کروناویروس، جنگ بیولوژیک آمریکا یا دیگر قدرت‌ها علیه رقبای‌شان بوده است.

فرصت امروز: «فرائی احتمال حمله بیولوژیکی بودن کرونا را مطرح کرده است.» این بخشی از فرمان رهبر انقلاب است که روز پنجشنبه خطاب به رئیس ستاد کل نیروهای مسلح برای مقابله با کرونا و تشکیل قرارگاه درمانی جهت سازماندهی خدمات به مردم صادر شد. احتمالی که این روزها نه فقط در ایران بلکه در سطح جهانی نیز به شکلی پررنگ در حال مطرح‌شدن است. طرفداران این نظریه به شواهدی از حضور نیروهای آمریکایی در چند هفته قبل از شروع این بیماری در شهر ووهان اشاره می‌کنند؛ موضوعی که مورد تأیید مقامات پکن هم قرار گرفت و آنها رسماً مدعی نقش داشتن ارتش آمریکا در شیوع ویروس کرونا در ووهان شده‌اند؛ چنانچه سخنگوی وزارت خارجه چین با بیان اینکه احتمال دارد آمریکا عامل انتقال ویروس «کرونا» به شهر «ووهان» بوده باشد، به واشنگتن توصیه کرد در مورد سابقه ابتلای شهروندان آمریکایی به این ویروس شفاف‌سازی کنند. به گزارش فارس، دولت چین روز پنجشنبه از آمریکا خواست تا در مورد سابقه ابتلا به ویروس کرونا در آمریکا و احتمال انتقال این ویروس به چین توسط ارتش آمریکا، شفاف‌سازی کند. ژائو لیجیان سخنگوی وزارت خارجه چین در این باره در توئیتر نوشت: «اولین مورد ابتلا به کرونا در ایالات متحده چه زمان بوده است؟ چه تعداد مبتلا شده‌اند؟ نام بیمارستان‌ها چیست؟ شاید این ارتش ایالات متحده بوده که این همه‌گیری را به ووهان برده است. شفاف باشید! داده‌های خود را علنی کنید! ایالات متحده به ما یک توضیح بدهد؛ اگر است.» او در مورد احتمال انتقال ویروس توسط ارتش آمریکا به ووهان که فعلاً نقطه اولیه انتشار ویروس کرونا شناخته می‌شود، توضیحی نداد، اما در روزهای گذشته مقام‌های چینی در مورد اینکه این شهر واقعا کانون اولیه شیوع ویروس بوده، ابراز تردید کرده‌اند. همچنین وزارت خارجه چین از مایک پمپئو، وزیر خارجه آمریکا به دلیل آنکه از ویروس کرونا تحت عنوان «ویروس ووهان» یاد کرد، انتقاد کرده و اظهارات وی را در تضاد با توصیه‌های سازمان جهانی بهداشت خوانده است.

حمله بیولوژیک با سلاح کرونا چقدر واقعیت دارد؟

البته حمله بیوتورریسمی بودن کرونا ویروس، از نخستین روزهای شیوع آن در چین مطرح بود. ورود این مهمان ناخوانده به ایران اما بحث‌ها در این باره را داغ‌تر کرد و چهره‌های سیاسی و نظامی در اظهارنظرهای خود در چند هفته اخیر بارها و بارها درباره این احتمال سخن گفته‌اند. امیرعبدللهیان، دستیار ویژه رئیس مجلس از نخستین کسانی بود که این احتمال را مطرح کرد، او در توئییتی مدعی شد: «شاید بعداً مشخص شود کرونا جنگ بیولوژیک آمریکا علیه رقبایش بوده است.» ادعایی که غلامعلی جعفرزاده، رئیس فراکسیون مستقلین مجلس نیز که از قضا حوزه انتخابیه‌اش به شدت درگیر بحران کرونا شده، بر آن مهر تأیید زد و گفت: «روند همه‌گیر شدن ویروس کرونا در سایه تحریم ظالمانه عادی نیست و آن را نوعی حمله بیولوژیک از سوی آمریکا و رژیم صهیونیستی می‌دانم.» دامنه تکرار این ادعا اما فراتر از ساختمان هرمی پارلمان رفت و این بار نوبت رئیس پدافند غیرعامل بود تا درباره حمله بیوتورریسمی کرونا برای تحت تأثیر قرار دادن اقتصاد چین و ایران صحبت کند. سردار جلالی اگرچه احتمالات را رد نکرد اما این را هم گفت که «منشأ توسعه کرونا با شواهد و قرائن تحلیلی و راهبردی و بعضی نکات خبری به دشمن ارجاع می‌شود، اما اثبات تخصصی آن نیاز به بررسی‌های آزمایشگاهی و مقایسه بین ژنوم ویروس اولیه ثبت شده و نتایج مطالعه بر روی ژنوم‌های جدید از نظر نوع تغییرات اعمدانه روی آن دارد.» به گزارش خبرآنلاین، او چند روز بعد در اظهاراتی کامل‌تر گفت: «برای این ویروس گمانی اولیه وجود داشته که یک طغیان طبیعی و بدون دخالت انسان و با یک نشت آزمایشگاهی از آزمایشگاه ووهان چین بوده است و گمانه‌زنی سوم این است که این ویروس یک مدلی از جنگ بیولوژیک باشد؛ در این خصوص گمانه‌زنی‌های متفاوتی وجود دارد که آیا این جنگ برای کشتن اتخاذ شده، یعنی دستکاری شده و برای کشتن است مانند آنچه در جنگ جهانی دوم بود و مسئله دیگری که این ویروس برای بحث اقتصادی و تأثیر اقتصادی بر کشور هدف طراحی شده است و درصد کشتار آن کم اما فراگیری فراوان دارد که شاید بخواهند از آن طریق کشور هدف را تحت تأثیر قرار دهند.»

سردار جلالی با اشاره به آزمایشگاه بیولوژیک آمریکا در اطراف ایران، چین و روسیه، افزود: «این ویروس بخش زیادی از ویژگی‌های جنگ بیولوژیک را دارد، اما می‌توان با بررسی بیشتر توسط متخصصین ویروس‌شناسی مشخص شود که آیا این یک جنگ بیولوژیک است یا خیر. این

از چین و کره جنوبی تا ایران و ایتالیا

آستانه سازگاری با ویروس کرونا تا کجاست؟

به اعتقاد محققان، مطالعه جغرافیایی ویروس کرونا نشان می‌دهد این ویروس همانند بیماری وبا دارای «جهان وطنی» است که وطن اول آن، ووهان چین و پس از آن، کشورهای کره جنوبی، ایران و ایتالیا بوده است. محققان همچنین «عدم اجرای کامل ایزولاسیون خانگی» و «محدود بودن زیرساخت‌های پزشکی و درمانی» را از عوامل نگران‌کننده درباره کروناویروس می‌دانند که در صورت عدم رعایت آن، دچار عزای ملی خواهیم شد.

دکتر ابراهیم مقیمی، استاد دانشگاه تهران در گفت‌وگو با ایسنا، با طرح این سوال که آستانه سازگاری با ویروس کرونا تا کجاست؟ گفت: آستانه سازگاری با این ویروس در چهار مورد نهفته است. مورد اول اینکه به لحاظ جغرافیایی، این ویروس تقریباً فاتح جهان شده و هم‌اکنون در بیش از ۱۲۰ کشور حضور دارد، هرچند در برخی دیگر از کشورها هنوز گزارش‌دهی نشده، اما کشورهایی که گزارشی از آنها وجود دارد، ۶ میلیارد نفر جمعیت دارند و تاکنون بیش از ۱۰۰ هزار نفر از این جمعیت آلوده به ویروس کرونا شدند و اگر ۲درصد از مبتلایان هم فوت کرده باشند، حدود ۲۰ هزار نفر در سطح جهان به دلیل ویروس کرونا فوت کرده‌اند.

به گفته مقیمی، دومین مورد عامل جغرافیایی این ویروس است که می‌تواند به صورت انبوه و در زمان کم، جمعیت کثیری را در سطح جهان دربرگیرد. ممکن است در موج بعدی آلودگی در جهان در ماه آینده به صورت تصاعدی افزایش یابد و چند صد هزار نفر را دربر گیرد.

او سومین عامل اثرگذار در توسعه ویروس کرونا را ماندگاری و رشد ژنتیکی این ویروس دانست و گفت: این ویروس در یک عنصر اقلیمی به نام دما با میدان تغییر ۹۰ درجه دما، یعنی ۶۰ درجه زیر صفر تا ۳۰ درجه بالای صفر می‌تواند حیات داشته باشد بنابراین می‌تواند با تغییرات دمایی کره زمین خود را سازگار کند؛ از طرفی با دمای فاشی ۴۰درجه‌ای (دمای بدن خفاش‌ها) زایش یافته که بالاتر از دمای عادی بدن انسان است. مورد چهارم هم این است که اگرچه دانشمندان به دنبال کشف داروی درمان این ویروس هستند، ولی هنوز داروی موثر برای درمان آن یافت نشده است. حتی اگر داروی درمان آن هم کشف شود، اما ویروس همچنان به عنوان یک پتانسیل مانند «وبا» وجود خواهد داشت و به دنبال انتخاب کشور و افراد خود خواهد بود. پس جغرافیای ویروس کرونا به گونه‌ای است که باید با آن سازگاری کرد.

بنیان‌گذار انجمن مخاطره‌شناسی ایران با اشاره به اقدامات پیشگیرانه از آلوده شدن به ویروس کرونا، یادآور شد: اقداماتی که ما اکنون به عنوان شست‌وشوی دست، استفاده از ماسک و عدم حضور در فضاهای عمومی انجام می‌دهیم، روش‌های مبارزه با این ویروس نیست، بلکه راه حل‌های رستنی فراموش‌شده‌ای برای سازگاری است.

به گفته مقیمی، همچنان که «جهان وطنی» بیماری وبا طبق منابع مکتوب موجود، در مکه و جزیره‌ای به نام «سلب» در مجمع‌الجزایر فیلیپین است، «جهان وطنی» این ویروس نیز در «ووهان» چین است و خواهد بود. این شهر خاستگاه اولیه کروناست و بیش از ۱۱ میلیون نفر جمعیت دارد؛ یعنی حدود یک هفتم جمعیت ایران. اگر این شهر ایزولاسیون و قرنطینه نمی‌شد، شاید قاجاع جهانی رخ می‌داد.

وی، وطن دوم این ویروس را در قاره آسیا و کره جنوبی دانست و افزود: این کشور در انتشار این ویروس در جنوب شرق آسیا نقش داشته و وطن سوم کرونا ایران است. تا حال حاضر این سه وطن کرونا، در قاره آسیا واقع شده، ضمن آنکه قاره استرالیا نیز تابع قاره آسیا است.

مقیمی، ایتالیا در قاره اروپا را وطن چهارم این ویروس نام برد و گفت: وطن پنجم آن نیز در قاره آمریکا، کشورهای آمریکای شمالی خواهد بود، ولی سرعت انتشار این ویروس در قاره اروپا و آمریکای شمالی و استرالیا نسبت به قاره آسیا کمتر است. او رعایت بهتر نکات بهداشتی، ایجاد زیرساخت‌های درمان بهتر و تراکم کم جمعیت در هر کیلومتر را از دلایل گسترش کمتر این ویروس در اروپا در مقایسه با آسیا ذکر کرد و پیشنهاد داد: دولت و شورای عالی انقلاب فرهنگی، آخرین سه‌شنبه هر سال را روز جشن همبستگی ملی و روز ویروس کووید ۱۹، روز قدرانی از دست‌اندرکاران، پزشکان، پرستاران و خادمین نظام درمان و دارویی کشور اعلام کند.

این استاد دانشگاه تهران با بیان اینکه کرونا یک ماهیت «انتشاری انبساطی» دارد، ادامه داد: انتشار انبساطی در علوم جغرافیایی فرآیندی است که یک پدیده با ماندن در ناحیه مبدأ، از یک مکان به مکان دیگر گسترش و تکثیری یابد و نواحی جدیدی به آن اضافه می‌شود. این ویروس ابتدا در دی ماه در چین(۲۱)، سپس در ۳۰ کشور (۲۲) و اکنون در حدود ۱۲۰ کشور (۲۳) گسترش یافته و ممکن است تا نیمه فروردین سال ۹۹ به کل کشورهای جهان گسترش یابد (۲۴).

مقیمی نوع دیگر انتشار را «انتشار انقطاعی» دانست و گفت: مثلاً آتش‌سوزی در جنگل‌های بلوط زاگرس انقطاعی است. یعنی آتش به مکان اولیه آتش‌سوزی باز نمی‌گردد؛ چراکه چیزی برای سوزاندن دوباره وجود ندارد. مثال دیگر در مورد آبله مرغون است. کسی که یک توبت به این بیماری مبتلا شده باشد، به ندرت مجدداً به آن مبتلا خواهد شد. یعنی ویروس آبله مرغون از فرد قطع امید می‌کند، اما به گفته پزشکان، کسی که به ویروس کرونا مبتلا و درمان شود، احتمال اینکه دوباره مبتلا شود نیز وجود دارد. پس این ویروس از نوع انتشار انقطاعی نیست و این یک موضوع مهم برای سیاست‌گذاری درمانی است. به گفته وی، گاهی ممکن است بعضی پدیده‌های جغرافیایی دارای انتشار نوع ترکیبی باشند. یعنی هم انبساطی و هم انقطاعی. مثلاً انتشار امواج لرزه‌ای زمین و در نتیجه ایجاد زلزله از این نوع است. در مورد ویروس کرونا تا این لحظه گزارشی دال بر آن مشاهده نشده است.

نگاه

گزارش بلومبرگ از بازار بی‌روئق شب عید در ایران

کرونا دخل مغازه‌داران را چقدر خالی کرد؟

روزهای منتهی به اول فروردین هر سال، شلوغ‌ترین و پررونق‌ترین روزهای مراکز خرید و بازارها در تهران و سایر شهرهای ایران است، چراکه مردم خود را برای استقبال از نوروز آماده می‌کنند.

به گزارش بلومبرگ، اما امسال خیابان‌ها و پیاده‌روهای پایتخت ایران حسایی خلوت است. برخی از شهروندان در خیابان‌ها ماسک زده و برخی دستکش پوشیده‌اند، اما بقیه توجه چندانی به تجهیزات حفاظت شخصی در برابر کرونا ندارند. رستوران‌ها و کافه‌ها خالی هستند و شیرینی‌فروشی‌ها که معمولاً در این فصل از سال ملو از خانواده‌هایی بودند که برای نوروز خرید می‌کردند، مشتری چندانی ندارند. در پیاده‌روها، بساط دستفروشان روی زمین پهن شده، اما کسی توجهی به آنها نمی‌کند. به گفته یکی از دستفروشان «مردم از کرونا می‌ترسند. آنها نمی‌خواهند به چیزی دست بزنند. آنها فکر می‌کنند ممکن است کرونا را با خود به خانه‌شان ببرند.»

در میدان انقلاب و در نزدیکی دانشگاه تهران، برخی از کتابفروشی‌ها بسته‌اند و آنهایی که باز هستند مشتری‌ای ندارند. حتی کسی برای تماشای در پشت ویترین‌ها هم نایستاده است. همچنین در یکی از مغازه‌های شیرینی‌فروشی، حاج مهدی به مغازه خالی از مشتری خود زل زده و می‌گوید: «وضع خیلی ناچور است. در یک روز خوب ما یک چهارم روزهای قبل از کرونا فروش داریم. ما قبلاً روزی ۲ میلیون تومان فروش داشتیم اما الان ۳۰۰ تا ۴۰۰ هزار تومان. قبلاً ۸۰۰ تا ۱۰۰ نفر مشتری داشتیم. این روزها کمتر از ۲۰ نفر.» حاج مهدی به فکر کاهش ساعات کار برای کم کردن هزینه‌ها افتاده و ادامه می‌دهد: «ما ۱۲ نفر کارگر داریم و از آنها خواست‌ایم تا یک روز در میان شیفتی کار کنند. قرار نیست تعطیل کنیم، اما اگر وضعیت ادامه پیدا کند مجبوریم یکی یکی عذرشان را بخواهیم.»

در شعبه یک کفش‌فروشی معروف در مرکز شهر، سلیمانی، مدیر فروشگاه ناراحت به نظر می‌رسد. او می‌گوید: «فروش ما نسبت به یک ماه قبل یک سوم شده و این تنها بخش کوچکی از فروشی است که اسفند هر سال داشتیم. ما بخشی از یک شرکت با شعبه‌های متعدد هستیم و بعید است که گسترش ویروس کرونا موجب تعطیلی کل کارخانه شود. اما اگر وضعیت ادامه پیدا کند، شعبه ما و کارکنان شعبه ما یا خود من ممکن است از کار بیکار شویم.»

این شرکت که در سال ۱۹۶۶ میلادی تأسیس شده قبلاً بحران‌های جدی‌ای از جمله تعطیلی‌های گسترده دوران انقلاب و موج ورشکستگی شرکت‌ها را به سلامت پشت سر گذاشته است. شیوع ویروس کرونا یک تهدید وجودی دیگر برای شرکت‌های بزرگ ایرانی نظیر این تولیدکننده کفش به شمار می‌رود. به گفته سلیمانی «در این موقع از سال معمولاً ما نباید زمان برای سر خاراندن داشته باشیم، اما این روزها گاهی چند ساعت بدون اینکه حتی یک مشتری برای پرسیدن قیمت مراجعه کند بیکار می‌نشینیم.»

جزییات طرح دولت برای جبران آسیب کرونا

چه کسانی و چقدر بسته حمایتی می‌گیرند؟

طبق برآوردهای اولیه حدود ۴.۵ میلیون خانوار مشمول دریافت بسته حمایتی جبران آسیب کرونا شده‌اند؛ ۳ میلیون از خانوارهایی هستند که شغل موقت داشته و آن را از دست داده‌اند و ۱.۵ میلیون خانوار نیز از بین یارانه‌بگیرانی هستند که از قبل هم هیچ شغلی نداشته‌اند.

به گزارش ایسنا، با فراگیرشدن ویروس کرونا که روال عادی زندگی و کسب و کار مردم را تحت تأثیر قرار داد، لازم بود صاحبان کسب و کار و خانوارها به نوعی مورد حمایت قرار گیرند. به هر صورت در این جریان بخشی کار خود را هرچند برای مدتی از دست دادند و دچار آسیب شدند.

بر این اساس پیشنهاد حمایت مالی دولت از خانوارها مطرح بود تا اینکه اخیراً اعلام شد بسته‌های حمایتی برای جبران آسیب ناشی از کرونا پیش‌بینی شده که شامل افراد بدون درآمد ثابت می‌شود.

در حالی نوع پرداخت‌ها یا نحوه شناسایی و مشمولیت افراد مورد توجه بود که در تازه‌ترین توضیح رئیس پور –رئیس امور سلامت و راه اجتماعی سازمان برنامه و بودجه – در حال حاضر دو گروه مشمول دریافت این بسته حمایتی شده‌اند.

طبق برنامه تعیین‌شده، گروه اول کسانی هستند که شغل موقت داشته و آن را از دست داده‌اند؛ از جمله کارگران ساختمانی، کارگران روزمزد، کارگران رستوران‌ها، دستفروش‌ها یا حتی رانندگان تاکسی که قرار شده برای آنها طرح خرید اعتباری و به تناسب افراد خانوار در نظر گرفته شده؛ به نحوی که برای خانوار یک نفره یک میلیون و دو نفر به بالا تا دو میلیون تومان پرداخت خواهد شد.

اما ظاهراً خرید اعتباری که برای این گروه پیش‌بینی شده در قالب تسهیلات ۴درصد خواهد بود. برای پرداخت این تسهیلات باید در ابتدا وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی با اصناف و اتحادیه‌ها افراد مشمول را شناسایی کند؛ از این رو از یکشنبه ۲۵ اسفند سامانه ثبت نام متقاضیان آغاز به کار خواهد کرد. با توجه به اینکه باید در ابتدا این افراد ثبت نام و شناسایی شوند، مسئولان سازمان برنامه و بودجه می‌گویند تا انتهای اسفند یا هفته ابتدایی فروردین بسته‌های حمایتی این گروه پرداخت خواهد شد.

۱.۵ میلیون خانوار یارانه‌بگیر مشمول بسته حمایتی کرونا شدند
اما گروه دیگری که برای آنها بسته حمایتی در نظر گرفته شده است، حدود ۱.۵ میلیون خانوار از جمعیت یارانه‌بگیران را شامل می‌شوند که هیچ شغلی ندارند؛ یعنی حتی شغل موقت هم نداشته‌اند. قرار نیست که برای این گروه تسهیلات اعتباری در نظر گرفته شود، بلکه به تناسب اعضای خانوار مبلغی پرداخت خواهد شد؛ به طوری که برای خانوار تک نفره ۲۰۰ هزار تومان، دو نفره ۳۰۰ هزار تومان، سه نفره ۴۰۰ هزار تومان، چهار نفره ۵۰۰ هزار و پنج نفره و بالاتر ۶۰۰ هزار تومان است.

بسته حمایتی هفته آینده در کارت یارانه شارژ می‌شود

با توجه به گروه‌هایی که تاکنون سازمان برنامه و بودجه برای مشمولیت بسته حمایتی کرونا معرفی کرده است، به نظر می‌رسد در مرحله اول برنامه‌ای برای پرداخت به کارکنان و به عبارتی افراد با دریافت ثابت نیست و اگر قرار بر حمایت از کارکنان نیز باشد احتمالاً بسته‌ای جداگانه در نظر گرفته خواهد شد.

به دنبال شیوع کرونا در کشور و افزایش فشار اقتصادی روی اقشار آسیب‌پذیر جامعه، به تمامی افرادی که شغل خاصی با درآمد ثابت ندارند، در اسفندماه بسته حمایتی پرداخت خواهد شد.
به گزارش خبرآنلاین، کمتر از یک هفته تا پایان سال باقی مانده است و بر خلاف هر سال که در روزهای پایانی سال و در ایام نزدیک به عید، همه جا بوی نوروز و تازگی بهار می‌آمد، اما اسفند ۹۸ به جای بوی عید، بوی کرونا می‌دهد و بازار هم اصلاً حال و هوای نوروزی ندارد. رکود این روزها اما تنها اثر اقتصادی کرونا نیست و تحلیلگران خسارات ناشی از این ویروس مهلک را بسیار بیش از اینها می‌دانند. تحلیلگران اقتصادی می‌گویند تأثیر اقتصادی کرونا خیلی وسیع‌تر از آن است که امروز بتوانیم تخمین بزنیم؛ چراکه اکنون میزان تولید و خرید و فروش و فعالیت‌های خدماتی به طور ناخواسته کاهش پیدا کرده و تقریباً با شیوع کرونا، مصرف متوقف شده است. بر همین اساس، این روزها فشار اقتصادی روی گروهی از مردم افزایش یافته است و تحلیلگران اقتصادی معتقدند در دوران کرونایی کشور، یک سری افراد از قشر آسیب‌پذیر در این وضعیت درآمدی نخواهند داشت و دچار سوء‌تغذیه می‌شوند.

یارانه کرونا به چه کسانی تعلق می‌گیرد؟

اگرچه دولت تمهیداتی برای مشاغلی دارد که پس شیوع کرونا آسیب می‌بینند، اما کارگران، افراد روزمزد و به نوعی دهک‌های پایین جامعه، به شدت آسیب خواهند دید. همین موضوع باعث شد که از چندی پیش پیشنهاداتی برای حمایت

از این گروه شنیده شود.
طبق اعلام یکی از نمایندگان مجلس در کمیسیون بهداشت، موضوع پرداخت یارانه کرونا مطرح شد. ابوالفضل سروش نودم‌ه اسفندنامه در مطلبی در کانال تلگرامی خود به ارائه توضیحاتی درباره جلسه فوق‌العاده کمیسیون بهداشت مجلس شورای اسلامی با حضور رئیس مجلس و وزیر بهداشت درباره کرونا پرداخت؛ جلسه‌ای که در محل برگزاری جلسات علنی مجلس تشکیل شد.

به گفته وی، در این نشست سه ساعته با حضور بیش از ۵۰ نماینده اقدامات انجام شده برای پیشگیری از شیوع کرونا مورد بحث و بررسی قرار گرفت و ۲۰ نفر از این گروه شنیده شود.

وقتی که اولین بار شیوع ویروس کرونا در شهر ووهان چین تأیید شد، شاید کمتر کسی فکر می‌کرد که این ویروس تا این اندازه بتواند کشورهای مختلف دنیا را درگیر کند و اقتصاد جهانی را از نفس بیندازد، اما به نظر می‌رسد سببه این ویروس پرزورتر از این حرف‌هاست و گویا به این زودی‌ها قصد ندارد از اقتصاد کشورهای کرنازده رخت ببندد.

اما در حالی شیوع ویروس کرونا همه بخش‌های اقتصادی، فرهنگی، سیاسی و اجتماعی دنیا را تحت‌تاثیر قرار داده که متأسفانه تبعات منفی ویروس کرونا در بخش‌های اقتصادی بیشتر از سایر بخش‌هاست و دلیل آن هم این است که درگیری مردم برای تأمین نیازهای اساسی، کاملاً و به صورت جدی مرتبط با بخش‌های اقتصادی است.

در همین زمینه، حمید حاج‌اسماعیلی، کارشناس بازار کار معتقد است: دولت با مدیریت جامع همراه با کنترل و آموزش مردم برای پرهیز از مبتلا شدن به ویروس کرونا، باید اداره فعالیت‌های کشور را به صورت طبیعی اجرا کند.

حاج‌اسماعیلی در گفت‌وگو با خبرآنلاین، با بیان اینکه متأسفانه این بیماری از کشوری آغاز شده که قلب اقتصاد جهان است، گفت: تقریباً همه کشورهای دنیا ارتباطات اقتصادی با کشور چین دارند؛ به خصوص کشورهای آسیایی که به شدت تحت‌تاثیر اقتصاد چین هستند.

این کارشناس بازار کار با بیان اینکه هرگونه اختلال در اقتصاد چین، روی اقتصاد همه دنیا تأثیر می‌گذارد، ادامه داد: ما می‌بینیم این‌ روزها که بورس جهانی در کشورهای توسعه‌یافته دچار کاهش شده و اقتصاد جهانی با هزینه‌های بالاتری مواجه است. دلیل آن هم این است که در حال حاضر به بیش از ۴۰ کشور دنیا که سه قاره بزرگ دنیا (آسیا، آمریکا و اروپا) را دربرمی‌گیرد، تحت‌تاثیر ویروس کرونا قرار گرفتند؛ سه قاره‌ای که قلب اقتصاد دنیا هستند و به شدت با یکدیگر ارتباط دارند.

به گفته حاج‌اسماعیلی، شاید علت اینکه قاره آفریقا کمتر درگیر شده، به دلیل این باشد که کشورهای ضعیف‌تری هستند و ارتباطات کمتر جهانی دارند، بنابراین به طور قطع ویروس کرونا روی اقتصاد جهانی تأثیر گذاشته و به تبع آن، روی اقتصاد همه کشورها می‌تواند تأثیر جدی بگذارد.
در ایران نیز اختلالی بسیار جدی در مدیریت کشور ایجاد شده است.
کشاورزی، حمل‌ونقل و گردشگری، او با بیان اینکه ویروس کرونا درد مضاعفی بر اقتصاد تحریم زده ایران است، گفت: به دلیل تحریم‌ها، ما به کشورهای همسایه وابسته هستیم و متأسفانه بخش

جزییات پرداخت یارانه حمایتی به کسانی که از شیوع کرونا آسیب دیده‌اند

مبلغ یارانه کرونا چقدر است؟



با سازوکارهای تعریف‌شده، تسهیلات کم‌بهره با دوره تنفسی سه ماهه پیش‌بینی شده است.

به گفته نویخت، شمار کسانی که شناسایی شده‌اند، حدود ۷میلیون نفر است که از اقشار کم‌برخوردارند و کسب و کار آنان در آستانه سال نو خسارت جدی دیده و به آنها بسته‌های حمایتی تعلق می‌گیرد. تلاش دولت بر این است که با همه تنگناهای بودجه‌ای که دشمنان حبیث ملت ایران در این شرایط خاص تحمیل کرده‌اند، به مردم و بیماران کمک شود.

رئیس سازمان برنامه و بودجه کشور از پرداخت بسته حمایت کرونایی برای خانوارهای فاقد درآمد ثابت خبر داد و گفت: ۳ میلیون خانوار فاقد درآمد ثابت شناسایی شده‌اند و مرحله نخست این طرح نیز هفته آینده اجرا می‌شود.

پرداخت ۲۰۰ تا ۶۰۰ هزار تومان به افراد فاقد در آمد ثابت
محمذباقر نویخت در همین حال از پرداخت ۲۰۰ تا ۶۰۰ هزار تومان به افراد فاقد درآمد ثابت خبر داد و گفت: ۳ میلیون خانوار فاقد درآمد ثابت شناسایی شده‌اند و بین ۲۰۰ تا ۶۰۰ هزار تومان به آنان پرداخت می‌شود.
رئیس سازمان برنامه و بودجه کشور، شناسایی ۴ میلیون خانوار دارای مشاغل خرد که به علت شیوع کرونا و کساد۱ بازار شش عید با مشکلات اقتصادی و معیشتی مواجه هستند را مورد توجه قرار داد و افزود، در همین راستا بین یک تا دو میلیون تومان وام به صورت قرض‌الحسنه و بدون ضامن برای این قشرها در نظر گرفته شده است.

معاون رئیس‌جمهور تأکید کرد: موضوع بسته‌های حمایتی کرونایی از حمایت معیشتی انتهای سال جدا است و اجرای هر کدام از این طرح‌ها به صورت مستقل در دستور کار قرار دارد.

او با اشاره به اینکه وام‌های قرض‌الحسنه مذکور به صورت ۲۷ ماهه از محل یارانه‌ها بازپرداخت خواهد شد، گفت: علاوه بر مبالغی که قبلاً به دانشگاه علوم پزشکی گیلان پرداخت شد معادل ۱۶۰ میلیارد تومان منابع مالی نیز از سوی سازمان برنامه و بودجه کشور جهت تأمین ۱۸ قلم کالای موردنیاز در اختیار این مجموعه قرار گرفت.

از نمایندگان دغدغه‌های‌شان را درباره مقابله با شیوع کرونا مطرح کردند.
عضو کمیسیون بهداشت و درمان مجلس تصریح کرد که نمایندگان در جلسه فوق‌العاده کمیسیون بهداشت بر ضرورت اختصاص یارانه برای رفع مشکلات اقتصادی اقشار آسیب‌پذیر و تأمین بی‌درنگ تجهیزات درمانی و بیمارستانی تأکید کردند.

همچنین اعضای مجمع نمایندگان گیلان در مجلس در نامه‌ای خطاب به رئیس مجلس و وزیر بهداشت و درمان پیرو وضعیت اضطراری در گیلان، خواستار تشدید کمک‌های ستاد ملی مقابله با کرونا به استان شدند. در این نامه تأکید شده است که تصمیم‌گیری جدی درخصوص چگونگی ساعات کار اصناف، فروشگاه‌ها و...، پاداش به مستمری‌بگیران برای افراد بی‌بضاعت استان گیلان (یارانه کرونا) و نیز توجه ویژه و تدابیر لازم برای ذخیره آذوقه مردم طی ماه‌های آینده صورت گیرد.

به دنبال این پیشنهادات، محمد شریعتمداری، وزیر کار، تعاون و رفاه اجتماعی روز پنجشنبه گذشته در پیامی توییتری نوشت: حمایت از اقشار کم‌درآمدی که روزگار ثابت ندارند، از مهم‌ترین اولویتهای ماست.

شریعتمداری اعلام کرد: با دستور مهم رئیس‌جمهور و همراهی سازمان برنامه، به تمامی افرادی که شغل خاصی با درآمد ثابت ندارند، در اسفندماه یک بسته حمایتی پرداخت می‌شود. این افراد با کمک بانک اطلاعات ایرانیان شناسایی با ثبت‌نام می‌شوند.

همچنین رئیس سازمان برنامه و بودجه درباره جزئیات پرداخت یارانه کرونا در کشور و با اشاره به آسیب‌ها و تبعات بیماری کرونا گفت: دولت بسته حمایتی برای اقشار آسیب‌پذیر و فاقد درآمد ثابت جامعه اختصاص داده است.

محمذباقر نویخت در حاشیه بازدید از آزادراه شهید همت در استان البرز گفت: کسانی که شغل خاصی برای تأمین درآمد ثابت ندارند، توسط وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی شناسایی شده‌اند که تا پایان اسفندماه یک بسته حمایتی اختصاص یافته به به آنان مبالغی پرداخت خواهیم کرد.

وی ادامه داد: برای کسانی که مشاغلی داشتند و اکنون دچار مشکل شده‌اند

وضعیت بازار کار با شیوع ویروس کرونا چه تغییری کرده است؟

درد مضاعف کرونا در اقتصاد ایران

زیادی از واردات و صادرات کشور با کشورهای همسایه است که هم‌اکنون به شدت تحت‌تاثیر ویروس کرونا قرار گرفته‌اند.

حاج‌اسماعیلی با بیان اینکه هم‌اکنون پروازهای هوایی دچار مشکل شده که این موضوع روی صادرات و واردات اثرگذار است، گفت: اقتصاد ایران متأسفانه یک اقتصاد خدماتی است و اقتصاد خدماتی از تباط مستقیم با مردم دارد و این موضوع برای کشور مشکل ایجاد کرده است. در عین حال، تعطیلی دانشگاه‌ها، مراکز آموزشی، مدارس، هتل‌ها، مراکز خدماتی روی اقتصاد ایران به شدت تأثیر دارد.

به گفته وی، بخش زیادی از اقتصاد ایران وابسته به خدمات است، بنابراین به طور قطع تلاطمی که ویروس کرونا در کشور ایجاد کرده، می‌تواند روی مشاغل تأثیر جدی داشته باشد.

این کارشناس بازار کار با بیان اینکه مردم باید مراقبت ویژه از خود داشته باشند، بنابراین باید کمتر بیرون روند و مسافرت نمی‌توانند برون، تصریح کرد: صنعت گردشگری یکی از بخش‌هایی بود که در شرایط تحریمی به اقتصاد کشور کمک می‌کرد، اما الان به دلیل اینکه شیوع ویروس کرونا بیشتر نشود و مردم باید از خود مراقبت کنند، اولاً مراکز تفریحی، سیاحتی و زیارتی با مشکل و محدودیت مواجه است. این دستور اکید مدیران کشور است و درست هم می‌گویند، زیرا باید بتوانیم شیوع این ویروس را کنترل کنیم.

حاج‌اسماعیلی ادامه داد: هتل‌های ما که بخش زیادی از اشتغال را در کشور تأمین می‌کنند، الان با مشکل مواجه می‌شوند. موزه‌ها و مراکز خدماتی با مشکل روبه‌رو شدند. حتی مراکز خدمات‌دهی بانک‌ها که در ساعت‌های اضافی کار می‌کردند، هم‌اکنون با محدودیت مواجه شدند، بنابراین می‌بینید که حمل‌ونقل با مشکل مواجه می‌شود.

این کارشناس بازار کار متذکر شد: بعضی از نگرانی‌ها و استرس‌هایی هم که این روزها در کشور ایجاد شده، باعث هجوم مردم به فروشگاه‌ها برای خرید اجناس شده است. همان‌طور که می‌دانید، وقتی تقاضا زیاد شود، احتکار و تقلب اتفاق می‌افتد و قیمت‌ها بالا می‌رود و گرانی و تورم ایجاد می‌شود. اینها همه آسیب‌هایی است که در حوزه اقتصاد شاهد هستیم.

حاج‌اسماعیلی با بیان اینکه وظیفه اول دولت، صیانت از مردم و بهداشت آنهاست و باید برای کارکردهای بخش‌های خدماتی، کشاورزی، حمل‌ونقل و گردشگری، راهکار داشته باشد، تصریح کرد: اگر قرار باشد همه این بخش‌ها را تعطیل کنیم، بیشتر از این آسیب خواهیم دید. در حال حاضر به دلیل شیوع ویروس کرونا،

سرمقاله

اتاق شفاف تراکنش‌های بانکی

 علی نظافتیان
 دبیر کمیسیون حقوقی کانون بانک‌ها

در دنیای امروز بانکداری الکترونیک تحول زیادی در عملیات بانکی به وجود آورده است. دیگر نیازی نیست تا مشتری همچون گذشته برای بسیاری از امور بانکی راهی شعبه بانک شود، در صف‌های طولانی به انتظار بایستد که نوبتش فرا برسد و عملیات بانکی موردنظر خود را با باری کارمندان پشت‌باجه انجام دهد. بانکداری الکترونیک عملاً این امکان را به راحتی فراهم کرده تا شهروندان خود با وسایلی نظیر تلفن همراه، لپ‌تاپ و دستگاه خودپرداز، بسیاری از تراکنش‌های بانکی را بدون نیاز به مراجعه مستقیم به بانک‌ها انجام دهند. به طور کلی، تراکنش‌های بانکی از جنبه سهولت دسترسی و امنیت مالی بایستی چند ویژگی اساسی داشته باشند:

اول؛ حفظ و گسترش امنیت مالی

دوم؛ دسترسی آسان و سهولت استفاده برای مردم

سوم؛ ایجاد اتاق شیشه‌ای و شفافسازی تراکنش‌های بانکی

به دلیل اهمیت موضوع، مجلس در جزء ۳ بند «۵» تبصره ۱۶ قانون بودجه ۱۳۹۸ به بانک مرکزی ماموریت داد تا به‌منظور شفاف‌سازی تراکنش‌های بانکی و جلوگیری از پولشویی، اقداماتی را با تصویب شورای پول و اعتبار انجام دهد. بانک مرکزی نیز دستورالعمل شفاف‌سازی تراکنش‌های بانکی را طی بخشنامه‌شمار ۱۹۸/۴۲۳۵ مورخ ۱۳۹۸/۱۲/۰۸ به شبکه بانکی کشور ابلاغ کرده است. برخی از ویژگی‌های این بخشنامه عبارتند از:

• انجام کلیه عملیات بانکی مبتنی بر حساب، خواه حضوری باشد و خواه غیرحضوری، نیازمند اخذ شناسه‌شهاب از طریق سامانه نهاب بانک مرکزی است. توضیح آنکه سامانه نهاب، سامانه‌ای یکپارچه حاوی اطلاعات هویتی مشتریان بانک‌هاست که تخصیص شماره شناسایی منحصر به فرد برای هر یک از افراد جامعه را در شبکه بانکی میسر می‌سازد. به بیان بهتر، شهاب یا شناسه هویت الکترونیک بانکی، شناسه منحصر به فردی است که جهت شناسایی مشتریان بانکی به هر یک از اشخاص حقیقی و حقوقی اختصاص می‌یابد. گفتنی است این دستورالعمل در این موضوع که آیا اخذ شناسه شهاب، وظیفه مشتری است یا بانک، مسکوت است. به‌رحال، بانک‌ها و موسسات اعتباری موظفند که حتی در صورت شناسایی شهاب، الزامات قانونی مربوط به احراز هویت مشتری را رعایت کنند.

• بانک‌ها موظف هستند که از ارائه خدمات مختلف به مشتریان فاقد شناسه شهاب، خوداری نمایند.

• افتتاح حساب سپرده در موسسه با مراجعه حضوری مشتری یا نماینده قانونی او با ارائه مدارک معتبر قابل انجام است. بدین لحاظ، افتتاح حساب سپرده به‌صورت غیرحضوری منوط به نصب و راه‌اندازی ابزارهای بیومتریک توسط بانک‌ها به‌منظور احراز هویت واقعی مشتری است، اما بانک‌ها در صورت نصب و راه‌اندازی سیستم‌های بیومتریک و شناسایی مشتری می‌توانند بدون حضور مشتری، حساب سپرده مورد درخواست او را افتتاح نمایند.
• واریز، برداشت و انتقال وجوه مستلزم تکمیل قسمت (بابت...) در فرم‌های الکترونیکی بانک‌هاست. مشتری باید به بانک اعلام کند که مبلغ موردنظر خود را بابت چه موضوعی انتقال می‌دهد. بانک مرکزی همچنین در دستورالعمل مورد بحث، بانک‌ها و موسسات اعتباری را مکلف کرده تا بررسی کنند آیا بین موضوع مندرج در قسمت (بابت...) تکمیل‌شده توسط مشتری و تراکنش‌های انجام‌شده، تناسب منطقی وجود دارد یا نه. به‌عنوان مثال، اگر در قسمت بابت (خرید تلویزیون) قید شود اما انتقال مبلغ هزار میلیارد ریال مورد درخواست باشد، در این صورت، بین مبلغ تراکنش و موضوع آن، تناسبی وجود ندارد و باید توسط بانک تحت عنوان معاملات و عملیات مشکوک به مراجعه ذی‌ربط اعلام شود.
• در مورد نقل و انتقال وجوه بالاتر از ۲ میلیارد ریال مشتری باید اسناد مثبته دال بر انجام معامله، قرارداد یا علت انتقال را به بانک ارائه کند. البته تراکنش‌های بین یک میلیارد تا دو میلیارد ریال از شمول این قانون، مستثنی است.

• آستانه مجاز یا مبلغی که می‌توان روزانه از طریق غیرحضوری نقل و انتقال داد، حداکثر یک میلیارد ریال تعیین شده است. این مبلغ برای مشتریان غیرتجاری ماهانه ۵ میلیارد ریال تعیین شده است. مشتریان حقوقی بانک‌ها و موسسات اعتباری بایستی برای استفاده تجاری از سپرده‌های خود، شناسه اقتصادی مورد تأیید سازمان امور مالیاتی کسب کنند. ضمناً حداکثر تراکنش خرید از هر کارت متعلق به مشتریان حقیقی بالای ۱۸ سال مبلغ ۵۰۰ میلیون ریال و مجموع تراکنش‌های انجام‌شده کاری او در کل شبکه بانکی کشور روزانه مبلغ یک میلیارد ریال تعیین شده است. البته شرکت‌های هواپیمایی، خودروسازی و شرکت لایاش و پخش فراورده‌های نفتی از شمول این حکم معاف شده‌اند. ضمناً رئیس کل بانک مرکزی اختیار دارد در شرایط خاصی نسبت به افزایش مبلغ آستانه مقرر در دستورالعمل اقدام کند.

• انتقال وجوه بیش از آستانه مجاز منوط به حضور مشتری یا نماینده قانونی او در شعب بانک‌ها و موسسات اعتباری است.

• درگاه‌های پرداخت یا ابزارهای پذیرش صرفاً به مشتری حقیقی که دارای شناسه اقتصادی مورد تأیید سازمان امور مالیاتی باشد، تعلق می‌گیرد بنابراین تخصیص درگاه پرداخت با ابزارهای نظیر خودپرداز به اشخاص غیرمجاز ممنوع است.

• کلیه نقل و اتقالات و برداشت از حساب سپرده مشتری حقیقی کمتر از ۱۸ سال به صورت حضوری باید توسط نماینده قانونی وی (ولی قهری یا قیم قانونی) صورت گیرد، مگر آنکه حکم رشد اقرار فرد ۱۸ سال توسط مراجع قضایی صادر شده باشد. اما در مورد حساب قرض‌الحسنه، افراد دارای ۱۵ سال می‌توانند از حساب قرض‌الحسنه خود برداشت کنند. اینها گزاره‌هایی از مقررات جدید بانک مرکزی برای شفاف‌سازی تراکنش‌های بانکی است. البته نکته مهم آن است که مجموعه این مقررات، نباید با قوانین ذی‌ربط مغایرت داشته باشد. به‌عنوان مثال، قانون راجع به رشد متعاملین مصوب شهریورماه ۱۳۱۲ در مورد سن قانونی برای انجام انواع معاملات، تصریح کرده است: «کلیه معاملات و عقود و ایقاعات به استثناء نکاح و طلاق محاکم عدلیه و ادارات دولتی و دفاتر اسناد رسمی باید کسائی را که به سن ۱۸ سال شمسى تمام نرسیده‌اند اعم از ذکور و اناث غیرشرد بشناسند، مگر آنکه رشد آنان قبل از اقدام به انجام معاملات مدعی ایقاع به طرفیت مدعی‌العموم در محاکم ثبت شده باشد.» پس با این تصریح قانونی چگونه می‌توان بین سپرده‌های سرمایه‌گذاری مدت‌دار و سپرده‌های قرض‌الحسنه تفاوت قائل شد؟ در عبارت دیگر، در مورد سپرده‌های قرض‌الحسنه به افراد بالای ۱۵ سال اجازه برداشت از حساب قرض‌الحسنه داده شده اما مگر تفاوتی بین سپرده قرض‌الحسنه با سپرده سرمایه‌گذاری وجود دارد؟ اگر بعضی از تراکنش‌های بانکی قانوناً نیاز به حضور شخص در بانک و موسسه اعتباری نداشته باشد، پس براساس کدام منطق حقوقی، کلیه نقل و اتقالات و برداشت از حساب مشتریان زیر ۱۸ سال منوط به حضور ولی قهری یا قیم وی در شعبه می‌شود؟ مگر در این زمینه، تفاوتی بین ولی و قیم قانونی با سایر اشخاص بالای ۱۵ سال وجود دارد؟

در این‌نکته که برای جلوگیری از پدیده پول‌شویی و جرائم مالی، ضرورت دارد کلیه تراکنش‌های بانکی در اتاق شیشه‌ای و به طور شفاف انجام شود، تردیدی نیست، زیرا شفاف نبودن عملیات بانکی، راه را برای انجام هرگونه پولشویی و ارتکاب جرائم مالی با سوءاستفاده از امکانات و تجهیزات سیستم بانکی کشور می‌گشاید. البته نباید فراموش کرد که قواعد و مقررات این شفاف‌سازی نباید مردم را به زحمت بیندازد و موجب سردرگمی آنها در بانک‌ها شود. کارآمدی و استقبال عمومی جامعه از بانکداری الکترونیک در گرو سهولت و دسترسی آسان به آن است. تراکنش‌های بانکی همچنین باید به‌طور شفاف در اتاق شیشه‌ای انجام شود تا رادیبانی، آسان و امکان‌پذیر باشد و راه را برای پول‌شویان و کلاه‌داران در سوءاستفاده از سیستم بانکی و ارتکاب جرائم مالی ببندد.

مخلص کلام این فرهنگ عمومی جامعه از جهت استفاده از بانکداری الکترونیک و تراکنش‌های شفاف مالی ارتقا دهیم و با قواعد سهیل و راحت و بدون به زحمت انداختن مردم، در مسیر شفاف‌سازی تراکنش‌های بانکی و گسترش امنیت مالی بکوشیم. فراموش نکنیم که اصل در بانکداری، رضایت مشتری است.

از هر ۳ نفر بیکار در پاییز سال گذشته تنها یک نفر موفق به یافتن شغل تا پاییز امسال شده است

آخرین تحولات بازار کار ایران



۴۴٫۵) ۰٫۲درصد کاهش داشته است. نرخ مشارکت زنان هم در این دوره ۰٫۴درصد کاهش داشته و به ۱۷٫۵درصد رسیده و نرخ مشارکت مردان هم با حدود ۰٫۱درصد کاهش به ۷۱درصد رسیده است.

همچنین در فصل پاییز امسال، جمعیت غیرفعال ۵۲۰ هزار نفر نسبت به فصل مشابه سال قبل افزایش داشته است و در این میان ۴۰۷ هزار نفر به جمعیت غیرفعال زنان و ۱۱۳ هزار نفر به جمعیت غیرفعال مردان اضافه شده است. این در حالی است که در سه سال منتهی به پاییز ۱۳۹۷، جمعیت غیرفعال به طور متوسط ۱۶۲ هزار نفر کاهش را نشان می‌دهد و به‌طور متوسط جمعیت مردان ۵۵ هزار نفر و جمعیت زنان ۱۰۷ هزار نفر کاهش یافته است.

ترکیب منطقه‌ای اشتغال در مناطق شهری و روستایی
اشتغال، دیگر فاکتوری است که در گزارش مرکز پژوهش‌ها بررسی شده و تحولات آن نشان می‌دهد در پاییز امسال نسبت به پاییز پارسال، ۴۷۲ هزار نفر به جمعیت شاغلان اضافه شده است که از این تعداد، ۴۷۷ هزار نفر به شاغلان مرد اضافه و حدود ۵ هزار نفر از شاغلان زن کاسته شده است. این در حالی است که به‌طور متوسط در سه سال منتهی به پاییز ۱۳۹۷، جمعیت شاغل ۶۵۴ هزار نفر افزایش را نشان می‌دهد و در این میان سهم مردان و زنان از افزایش اشتغال به ترتیب در حدود ۴۸ و ۵۲درصد بوده است، اما در پاییز ۱۳۹۸، سهم زنان از افزایش اشتغال به صفر رسیده است.

براساس آمار مرکز آمار ایران، نرخ اشتغال ناقص در پاییز ۱۳۹۸ نسبت به پاییز ۱۳۹۷، ۱٫۱ درصد کاهش را نشان می‌دهد و از رقم ۱۱٫۷ به ۱۰٫۶درصد رسیده است. همچنین طی همین دوره، نرخ اشتغال ناقص مردان و زنان به ترتیب، ۱٫۵ و ۰٫۲ درصد کاهش را نشان می‌دهد. برای مناطق شهری، این نرخ در پاییز ۱۳۹۸ به ۹٫۳درصد رسیده و ۰٫۷درصد کاهش داشته و برای مناطق روستایی با ۲٫۴درصد کاهش به ۱۳٫۹درصد رسیده است. از رقم نزدیک به ۴۷۲ هزار نفر افزایش اشتغال ایجادشده در پاییز ۱۳۹۸، حدود ۷۰ هزار نفر در بخش کشاورزی، ۲۴۸ هزار نفر در بخش خدمات و ۱۵۶ هزار نفر در بخش صنعت بوده است.

ترکیب منطقه‌ای اشتغال هم نشان می‌دهد که بررسی ترکیب شهری و روستایی افزایش اشتغال ۴۷۲ هزارنفری ایجاد شده در پاییز ۱۳۹۸ نشان می‌دهد این افزایش اشتغال متوازن رخ نداده است به‌گونه‌ای که ۴۳۹ هزار نفر به شاغلان مناطق شهری و ۳۳ هزار نفر به شاغلان مناطق روستایی اضافه شده است. علاوه بر این از ۳۳۹ هزار افزایش اشتغال رخ‌داده در مناطق شهری، ۳۳۱ هزار نفر آن مربوط به بخش خدمات، ۱۷۰ هزار نفر مربوط به بخش صنعت و ۴۰ هزار نفر مربوط به بخش کشاورزی است. همچنین در مناطق روستایی به ترتیب در بخش کشاورزی ۳۰ هزار نفر، در بخش خدمات ۱۷ هزار نفر افزایش اشتغال و در بخش صنعت ۱۴ هزار نفر، کاهش اشتغال وجود داشته است.

آخرین تحولات نرخ بیکاری در فصل پاییز

بخش سوم گزارش مرکز پژوهش‌ها به بررسی نرخ بیکاری اختصاص دارد. در این بخش آمده که در پاییز ۱۳۹۸ نسبت به پاییز ۱۳۹۷، جمعیت

فرصت امروز: از هر سه نفر بیکار در یک سال گذشته تنها یک نفر موفق به یافتن شغل شده است؛ این تازه‌ترین تصویر از وضعیت بازار کار ایران در یک سال اخیر است. براساس آنچه نهاد پژوهشی مجلس بررسی کرده است، همچنین بیشتر از یک چهارم کسانی که در پاییز پارسال بیکار بوده‌اند، در پاییز امسال به جمعیت غیرفعال اضافه شده‌اند. ساده‌ترین تعبیر از این گزاره، آن است که اگر این افراد در بازار کار باقی می‌ماندند و به جمعیت غیرفعال افزوده نمی‌شدند، تعداد جمعیت بیکار در حال حاضر بیشتر از هم‌اکنون بوده است.

بررسی‌هایی که مرکز پژوهش‌های مجلس برمبنای داده‌های مرکز آمار ایران انجام داده است، نشان می‌دهد که در پاییز ۹۸ نسبت به پاییز سال ۹۷، جمعیت فعال حدود ۱۴۸ هزار نفر افزایش داشته است. این در حالی است که به طور متوسط جمعیت فعال بالای ۱۵ سال در سه سال منتهی به پاییز ۹۷ حدود ۸۴۴ هزار نفر افزایش داشته و این رقم در فصل پاییز امسال نسبت به رقم متوسط گفته شده حدود ۸۳درصد کاهش داشته است.

همچنین در سه سال منتهی به پاییز ۹۷، به‌طور متوسط ۵۳درصد از افزایش جمعیت فعال را مردان و ۴۷درصد مابقی را زنان تشکیل می‌دهند. این در حالی است که در فصل پاییز امسال، افزایش در جمعیت فعال مردان حدود ۲۰۳ هزار نفر رخ داده است و جمعیت فعال زنان در این فصل نسبت به فصل مشابه سال قبل ۵۶ هزار نفر کاهش یافته است.

وضعیت شاخص‌های بازار کار در پاییز امسال

نهاد پژوهشی مجلس در گزارشی که با عنوان «تحلیل شاخص‌های بازار کار در فصل پاییز ۱۳۹۸» منتشر کرده تنها به نرخ بیکاری و یا بررسی نرخ اشتغال نپرداخته، بلکه متغیرهای دیگر بازار کار ایران را نیز سنجیده است. اولین شاخص، جمعیت در سن کار است و گزارش مرکز پژوهش‌ها از روند جمعیت در سن کار نشان می‌دهد این شاخص در پاییز ۱۳۹۸ نسبت به متوسط این رقم در سه سال (منتهی به پاییز ۱۳۹۷)، حدود ۶۶۸ هزار نفر افزایش داشته است. همچنین در سه سال منتهی به پاییز ۱۳۹۷، زنان به‌طور متوسط حدود ۴۳درصد از افزایش جمعیت در سن کار را تشکیل می‌دهند اما در این فصل این نسبت به ۵۳درصد رسیده است. در پاییز سال ۱۳۹۸، ۳۵۱ هزار نفر به جمعیت در سن کار زنان افزوده شد، اما در مقابل حدود ۴۰۷ هزار نفر از زنان به جمعیت غیرفعال اضافه شدند. به‌عبارت‌دیگر در این فصل، بخشی از زنان قبلاً شاغل، به دلایل ارادی یا غیرارادی شغل خود را از دست داده‌اند و به جمعیت غیرفعال اضافه شده‌اند. با توجه به اینکه تقریباً نصف جمعیت در سن کار را زنان تشکیل می‌دهند، بررسی دلایل و علل عدم ورود این قشر به بازار بسیار پراهمیت و حائز توجه ویژه است.

بازوی کارشناسی مجلس در بخش دیگری از گزارش خود به نرخ مشارکت پرداخته است. خوبی این گزارش، آن است که هر کدام از فاکتورهای شاخص نیروی کار به صورت جداگانه بررسی و با ماه قبل و مدت مشابه سال قبل مقایسه شده است. به گفته این نهاد پژوهشی، نرخ مشارکت در پاییز امسال، ۴۴٫۳درصد بوده که نسبت به پاییز پارسال

ثبت‌نام پیامکی ۹۹ هزار نفر در طرح مسکن ملی

امروز نوبت تهرانی‌هاست

همین اقدام به منزله ثبت‌نام اولیه آنها خواهد بود.

استان‌های گروه دوم مرحله دوم شامل ۱۷ استان ایلام، چهارمحال و بختیاری، خراسان جنوبی، خراسان شمالی، زنجان، قزوین، کرمان، کرمانشاه، کهگیلویه و بویراحمد، کردستان، یزد، لرستان، هرمزگان، همدان، مازندران، گیلان و گلستان بود که نام‌نویسی متقاضیان در طرح اقدام ملی این استان‌ها در ساعت ۲۴ روز چهارشنبه به پایان رسید.

از سوی دیگر بنا بر اعلام وزارت راه و شهرسازی، ثبت‌نام گروه سوم مرحله دوم طرح اقدام ملی مسکن که شامل استان‌های خراسان‌رضوی، فارس، خوزستان، اصفهان، البرز، مرکزی، سیستان و بلوچستان و بوشهر هستند از پنجشنبه ۲۲ اسفند ساعت ۱۰ صبح آغاز شد و تا ساعت ۲۴ روز جمعه ۲۳ اسفند ادامه داشت. ثبت‌نام گروه چهارم نیز از شنبه ۲۴ اسفند ساعت ۱۰ صبح شروع خواهد شد و تا ساعت ۲۴ یکشنبه ۲۵ اسفند ادامه خواهد یافت. استان‌های گروه چهارم شامل

با ایجاد سامانه پیامکی طرح اقدام ملی مسکن در روز چهارشنبه ۲۱ اسفندماه حدود ۹۹هزار متقاضی از طریق پیامک اقدام به نام‌نویسی کردند؛ ثبت‌نام در استان تهران نیز از امروز شنبه ۲۴ اسفند به مدت دو روز انجام می‌شود.
به گزارش وزارت راه و شهرسازی، با هدف جلوگیری از شیوع ویروس کرونا و ممانعت از مراجعه متقاضیان به کافی‌نت‌ها، این وزارتخانه روز چهارشنبه ۲۱ اسفندماه علاوه بر امکان ثبت‌نام از طریق سایت که از قبل فراهم بود، سامانه پیامکی ایجاد کرده و مهلت نام‌نویسی در ۱۷ استان را تا ساعت ۲۴ روز چهارشنبه تمدید کرد.

پس از معرفی سرشماره برای ارسال پیامک تا ساعت ۱۸ روز چهارشنبه بیش از ۳۴۸ هزار نفر ثبت‌نام کرده‌اند که از این تعداد ۹۸ هزار و ۸۰۹ نفر از طریق پیامک بوده است. متقاضیان با ارسال کد ملی خود از طریق پیامک به شماره ۳۰۰۷۳۲۹۰۸۶ درخواست خود را برای طرح اقدام ملی مسکن ثبت می‌کنند که

بانک نامه

بانک پاسارگاد امکان ویزیت مجازی برای تشخیص بیماری کرونا را فراهم کرد

بانک پاسارگاد با همکاری هلدینگ نسیم سلامت پاسارگاد از شرکت‌های گروه مالی پاسارگاد، امکان ویزیت بیماران مشکوک به کرونا را به صورت مجازی فراهم کرد.

به گزارش روابط عمومی بانک پاسارگاد، هلدینگ نسیم سلامت پاسارگاد، به‌منظور کمک به کادر پزشکی، برای تسریع در تشخیص بیماری کرونا و جلوگیری از شیوع این بیماری، امکان ویزیت مجازی بیماران را از طریق دستگاه تله مدیسین (Telemedicine) در پایگاه تشخیص سیار در شهرستان قم فراهم کرد. به این‌ترتیب هم‌وطنانی که با بروز برخی از علائم، مشکوک به ابتلا به بیماری کرونا هستند، به مراجعه به این پایگاه به‌صورت ویدئویی، علائم خود را برای پزشکان مستقر در تهران بیان کرده و با توجه به شرح حال و دستورات پزشک، اقدامات لازم توسط پرستار مستقر در پایگاه انجام خواهد شد.

بررسی‌ها نشان می‌دهد طی سه روز در هفته گذشته تعداد ۷۰۰ نفر از مراجعان از این طریق توسط پزشکان متخصص ویزیت شده‌اند و از خدمات تخصصی تله مدیسین استفاده کرده‌اند.

گفتنی است پیش از این نیز هلدینگ نسیم سلامت پاسارگاد در راستای تلاش برای افزایش توان مراکز درمانی برای مبارزه با ویروس کرونا، تعداد یک هزار دست لباس مخصوص کادر پزشکی cover all برای مقابله با ویروس کرونا و تعداد ۷۰ دستگاه ترمومتر به دانشگاه علوم پزشکی و مراکز درمانی قم ارسال کرده بود.

در عبدالمسال، کارت هدیه را جایگزین اسکناس نو کنید
بانک پاسارگاد اعلام کرد: طبق بخشنامه بانک مرکزی و با هدف جلوگیری از شیوع بیماری کرونا از طریق رد و بدل کردن اسکناس به‌عنوان عیدی، توزیع اسکناس نو در شعب بانک‌ها ممنوع است و از مشتریان درخواست می‌شود، بدین‌منظور به شعبه‌های این بانک مراجعه نکنند.
بانک پاسارگاد همچنین توصیه کرد تا هم‌وطنان در موارد ضروری، از دستگاه‌های کیوسک کارت هدیه بانک پاسارگاد، برای دریافت کارت به‌عنوان جایگزین اسکناس استفاده کنند. همچنین دریافت اسکناس نو تنها از طریق دستگاه‌های خودپرداز شعبه‌ها امکان‌پذیر است.

گفتنی است امکان دریافت اکثر خدمات بانکی از طریق بانکداری الکترونیک فراهم است و مرکز مشاوره و اطلاع‌رسانی بانک پاسارگاد به شماره ۸۲۸۹۰ و همچنین سامانه CRM در سایت این بانک به آدرس https://www.bpi.ir/crm به‌صورت شبانه‌روزی آماده پاسخگویی به سؤالات هم‌میهنان هستند.

در معاملات روز جمعه رخ داد زلزله در بازار ارزهای دیجیتالی

ارزهای دیجیتالی با ریزش شدید در معاملات روز جمعه مواجه شدند. به گزارش سی ان بی سی، پس از آنکه کشورهای بیشتری در خاورمیانه و اروپا از ثبت مبتلایان جدید به کرونا خبر دادند، ارزش بیت کوین و سایر ارزهای دیجیتالی به شدت کاهش یافت. تاکنون بیش از ۱۲۱ هزار و ۸۵۲ مورد ابتلا به کرونا گزارش شده است که در این بین ۴۹۴۸ نفر جان خود را از دست داده‌اند. در بین کشورهای مختلف، بالاترین تلفات مربوط به چین با ۳۱۷۶ نفر، ایتالیا با ۱۰۱۶ نفر، ایران با ۲۴۹ نفر و اسپانیا با ۸۴ نفر بوده است.

تاکنون در چین، ژاپن، کره جنوبی، سنگاپور، هنگ‌کنگ، تایلند، تایوان، مالزی، ایران، ایتالیا، استرالیا، آلمان، آمریکا، ویتنام، فرانسه، ماکائو، کانادا، امارات متحده، اتریش، الجزایر، کرواسی، سئویس، رومانی، انگلیس، فیلیپین، هند، روسیه، اسپانیا، بلژیک، کامبوج، مصر، فنلاند، اسرائیل، کویت، عمان، افغانستان، اسرائیل، لبنان، نپال، سریلانکا و سوئد گزارش شده است.

با افزایش جابجی روانی سنگین در بین معامله‌گران، دومینوی سقوط آزاد به بازار ارزهای دیجیتال رسید به گونه‌ای که تنها در ۲۴ ساعت اخیر (به وقت شرقی) ارزش کل بازار ارزهای دیجیتالی ۹۳۵ میلیارد دلار کاهش یافته است! بهای بیت کوین پس از آنکه در هفته‌های اخیر تا ۱۰ هزار دلار نیز افزایش یافته بود در معاملات روز جمعه با بیش از ۳۲درصد کاهش به ۵۱۷۴٫۵۸ هزار دلار رسید تا در یکی از کمترین سطوح ۱۶ ماه اخیر قرار گیرد. نوسانات شدید بیت کوین باعث شده است که بسیاری از افراد نسبت به ورود برای معامله این ارز احتیاط کنند؛ چراکه در بازه زمانی ژوئن تا دسامبر ۲۰۱۷ ارزش بیت کوین ۴۰۰درصد افزایش یافت اما در بازه زمانی اکتبر تا دسامبر سال گذشته ارزش آن ۳۰درصد کاهش یافت. علاوه بر بیت کوین، قیمت بسیاری از ارزهای دیجیتالی دیگر نیز نزولی بود؛ به گونه‌ای که اتریوم با ۲۹٫۷۷درصد کاهش به ۱۲۳٫۸۱ دلار، لایت کوین با ۲۶٫۷۳درصد ریزش به ۳۲٫۵۵ دلار، دش با ۳۱٫۵درصد کاهش به ۴۴٫۶۱ دلار، نتسوا با ۳۰٫۲۲درصد کاهش به ۵٫۸۹ دلار، تتا با ۳۳٫۵۳درصد کاهش به ۰٫۵۳ دلار، زد کش با ۳۰٫۶۸درصد ریزش به ۲۵٫۴۷ دلار، دکارد با ۳۳٫۰۴درصد کاهش به ۹٫۷۸ دلار، هابیر کش با ۳۴٫۶۹درصد کاهش به ۰٫۸۵۳ دلار و زدکوین با ۳۲٫۲۱درصد کاهش به ۲٫۲۳ دلار رسید.

کاهش چشمگیر معاملات مسکن در پایتخت
ارزان‌ترین و گران‌ترین منطقه تهران را بشناسید
اتاق بازرگانی تهران در گزارشی از کاهش چشمگیر معاملات مسکن در تهران خبر می‌دهد به گونه‌ای که در برخی از ماه‌های سال حجم معاملات مسکن نسبت به ماه قبیل نزدیک به ۳۰درصد کاهش داشته است.
به گفته اتاق اتاق بازرگانی تهران، تعداد معاملاتی که در ۱۱ ماه سال ۹۸ انجام شده است به ۷۲ هزار و ۲۵۹ واحد رسیده است و از این تعداد ۱۳ هزار و ۲۶۴ واحد مسکونی در بهمن ماه خرید و فروش شده‌اند و می‌توان گفت حجم معاملات نسبت به دی ماه ۲۴۰٫۱درصد افزایش یافته است و این اتفاق در حالی میفتد که حجم معاملات بهمن ۹۸ نسبت به بهمن ۹۷ نزدیک به ۴۲درصد افزایش یافته است.
اما مقایسه حجم معاملات ۱۱ ماه سال ۹۸ با ۱۱ ماه سال ۹۷ نشان‌دهنده کاهش ۳۵۶ درصدی حجم معاملات است و متوسط قیمت هر متر مربع واحد مسکونی در شهر تهران نیز در بهمن ماه برابر با ۱۴ میلیون و ۳۹۰ هزار تومان بوده است.
میانگین این رقم در ۱۱ ماهه امسال نیز به ۱۲ میلیون و ۱۰ هزار تومان رسیده است و میانگین قیمت هر متر واحد مسکونی در شهر تهران در بهمن ماه امسال نسبت به ماه قبل از آن ۴۰۴٫۳درصد و نسبت به بهمن ماه سال ۱۳۹۷ معادل ۴۴۰٫۴درصد افزایش داشته است.

ایران خواستار تسهیلات ۵ میلیارد دلاری از صندوق بین‌المللی پول برای مقابله با کرونا شد

اولین درخواست وام در نیم قرن گذشته



اجازه داد بیش از ۴۸۳۴ میلیارد تومان بابت حفظ ارزش ریال در برابر حق برداشت مخصوص به صندوق بین‌المللی پول پرداخت کند.

وضعیت ایران در صندوق بین‌المللی پول

اکنون سهمیه ایران کمی کمتر از ۵ میلیارد دلار یعنی حدود حدود ۴ میلیارد و ۸۶۰ میلیون دلار است. در حال حاضر، ایران وام یا توافق بلا تکلیف و همچنین توافق جدیدی برای دریافت وام از صندوق بین‌المللی پول ندارد. ایران تاکنون فقط یک بار در سال ۱۳۳۰ و بعد از مسائل اقتصادی و اجتماعی به‌وجود آمده پس از جنگ جهانی و کاهش درآمدهای نفتی، واجد دریافت وام تشخیص داده شد و تا سال ۱۳۵۰ در مجموع ۱۸۴٫۲میلیون دلار از صندوق بین‌المللی پول وام گرفت و تا سال ۱۳۵۲ بازپرداخت شد.

به این ترتیب، ایران در حدود پنج دهه اخیر هیچ وامی از صندوق بین‌المللی پول دریافت نکرده است، اما با توجه به شرایط اقتصادی حاکم بر کشور که با خروج آمریکا از برجام و بازگشت تحریم‌ها به وجود آمده، توان استفاده از این ظرفیت قطعاً یک اقدام بزرگ محسوب می‌شود. از این جهت، نامه رئیس کل بانک مرکزی به رئیس صندوق بین‌المللی پول برای استفاده از سهمیه وام ایران را باید یک اتفاق مهم در حوزه اقتصادی و استفاده بهینه از دیپلماسی عمومی در حوزه اقتصاد قلمداد کرد.

برای درک میزان اهمیت وام درخواستی ایران، بد نیست به رقم درآمد نفتی ایران در بودجه سال آینده اشاره کنیم؛ در بودجه سال ۹۹ درآمد نفتی ایران فقط ۴۸ هزار میلیارد تومان (حدود ۱۱۵ میلیارد دلار) پیش‌بینی شده است، زنی با این اعداد و ارقام، میزان وام درخواستی ایران از صندوق بین‌المللی پول، کمک زیادی به اقتصاد کشور خواهد کرد، آن هم در شرایطی که بحران کرونا هزینه‌های بسیاری به اقتصاد ایران تحمیل کرده و موجب رکود مضاعف شده است.

چگونگی کمک ۵۰ میلیارد دلاری به کشورها

اشاره همتی در این یادداشت به خبری در روز پانزدهم اسفندماه برمی‌گردد که براساس آن اعلام شد: صندوق بین‌المللی پول بودجه‌ای ۵۰ میلیارد دلاری را برای کمک‌رسانی به کشورهایی که از ویروس کرونا آسیب دیده‌اند، اختصاص داده است. در این خبر آمده بود که صندوق بین‌المللی پول ۵۰ میلیارد دلار در دسترس کشورهای کم‌درآمد یا درآمد متوسط با نظام‌های ضعیف بهداشتی قرار می‌دهد. حالا رئیس کل بانک مرکزی در نامه به رئیس صندوق بین‌المللی پول گفته که سهم ایران حدود ۵ میلیارد دلار بوده و خواستار استفاده از آن است.

به گزارش انتخاب، صندوق بین‌المللی پول در سال ۱۳۲۴ ایجاد شد و ایران نیز در همان سال به عضویت این صندوق درآمد. هم‌اکنون ۱۸۹ کشور، عضو صندوق بین‌المللی پول هستند. این صندوق سه وظیفه عمده دارد؛ تضمین ثبات نظام پولی بین‌المللی، ارائه توصیه‌هایی برای اصلاحات سیاستی موردنیاز کشورها در حوزه اقتصادی و اعطای وام به کشورهای کم‌درآمد یا دچار بحران با نرخ سود صفر درصد. البته حادکار وامی که صندوق بین‌المللی پول می‌تواند به کشورها بدهد، هزار میلیارد دلار است. وام‌های فعال صندوق بین‌المللی پول در حال حاضر در مجموع حدود ۲۰۰ میلیارد دلار است که به کشورهای آرژانتین، اکوادور، مصر، عراق، اردن، اوکراین، تانزانیا و ۱۶ کشور آفریقایی دیگر داده شده است.

منبع تامین وام‌های صندوق بین‌المللی پول، سهمیه عضویت اعضاست؛ کم‌ایتنکه آمریکا، ژاپن و چین بیشترین سهم را در این نهاد دارند. صندوق بین‌المللی پول در سال ۱۳۴۸ «حق برداشت مخصوص» را تعریف کرده تا مکمل ذخایر رسمی کشورهای عضو باشد. سهمیه ایران که چنانچه گفته شد در سال ۱۳۲۴ به عضویت صندوق درآمد در ابتدای عضویت، ۲۵ میلیون دلار بود. در سال‌های بعد، ایران بارها سهمیه خود را افزایش داده؛ از جمله در سال گذشته که دولت به بانک مرکزی

فرصت امروز: رئیس کل بانک مرکزی در یادداشتی از درخواست ۵میلیارد دلاری ایران از صندوق بین‌المللی پول برای مقابله با ویروس کرونا خبر داد و نوشت واکنش جامعه جهانی و صندوق بین‌المللی پول می‌تواند معیار خوبی برای ارزیابی ادعاهای آنها در کمک به کنترل این ویروس باشد.

عبدالنصر همتی روز پنجشنبه در این یادداشت اینستاگرامی نوشت: «رئیس صندوق بین‌المللی پول چند روز پیش در بیانیه رسمی و نیز مصاحبه‌ای که داشت صریحاً اعلام کرد که جامعه بین‌الملل از صندوق بین‌المللی پول خواسته تا با ابزارهای مالی خود به کمک کشورهای درگیر با شیوع ویروس کرونا شتابد و پشتیبانی‌ها را در قالب کمک‌های مالی اضطراری به میزان ۵۰ میلیارد دلار اعطا کنند. ایشان بیان کرد که هیچ کس نیایستی به دلیل کمبود منابع مالی برای تجهیزات پزشکی و مانند آن جانث را از دست دهد. پیرو این اعلام و برای بهره‌مندی از این حق ایران روز جمعه ۱۶ اسفندماه نامه‌ای به خاتم کریستالیناگئور رئیس صندوق بین‌المللی پول نوشته و اعلام کردم براساس اعلان رسمی شما برای پشتیبانی از اعضا از جمله ایران و با توجه به شیوع گسترده ویروس کرونا در کشورمان و ضرورت تداوم پر قدرت اقدامات پیشگیری، درمان و مقابله با آثار اقتصادی آن با توجه به میزان سهمیه جمهوری اسلامی ایران در صندوق خواستار بهره‌مندی از «تسهیلات تامین مالی سریع RFI» در حدود ۵ میلیارد دلار می‌باشیم. واکنش جامعه جهانی و صندوق بین‌المللی پول می‌تواند معیار خوبی برای ارزیابی ادعاهای آنها در کمک به کنترل این ویروس و کاهش آلام مردم آسیب‌دیده باشد.»

همتی در بند پایانی یادداشت خود نیز افزود: «میدوارم صندوق بین‌المللی پول به این مسئولیت خود در حوزه وظایفش به سر سرعت عمل کند. همزمان بانک مرکزی از همه ابزارهای ممکن خود به مانند قبل برای پشتیبانی از هموطنان عزیز و غلبه بر مشکلات استفاده خواهد کرد.»

بازار ارز در بهمن و اوایل اسفندماه دچار موج جدید تلاطم‌ها شد، اما با جدی شدن تهدید کرونا، روند صعود قیمت‌ها در بازار ارز متوقف شده و ضمن برقراری آرامش در بازار، قیمت دلار نیز به تدریج به سوی کالال ۱۴ هزار تومانی عقب‌نشینی کرد.
به گزارش ایرنا، شیوع کرونا تأثیری دوگانه بر بازار ارز کشور داشت. در آغاز شیوع کرونا، توجهات به بازار ارز به عنوان محلی مطمئن برای سرمایه‌گذاری در زمان بحران و حفظ ارزش پول، جلب شد؛ به طوری که تقاضا برای ارز افزایش یافته و برای مدتی به رشد قیمت‌ها در این بازار دامن زد، اما به تدریج با شتاب گرفتن روند شیوع کرونا و افزایش ریسک‌های مرتبط با آن، به یکباره روند تقاضا برای ارزهای عمده در این بازار کاهش یافت و قیمت‌ها نیز روندی نزولی به خود گرفت.
کامران سلطانی‌زاده، رئیس شورای عالی کانون صرافان درباره تأثیر شیوع کرونا بر تحولات بازار ارز گفت: کرونا تقاضا در بازار ارز را کاهش داد و باعث آرامش این بازار شد.
به گفته وی، همه فعالیت‌های اقتصادی به علت این بیماری کاهش یافته و به تبع

کرونا، چگونه بازار ارز را به آرامش رساند؟

تحولات بازار ارز در سایه کرونا

آن، تقاضا برای ارز افت کرده است. به عنوان مثال، روند واردات و خرید کالا از چین به علت رشد کرونا در این کشور، دچار ابهام شده که باعث شد درخواست برای ارز بابت واردات از چین کاهش یابد. همچنین شروع کرونا میزان سفرهای خارجی را به شدت کاهش داده که این موضوع نیز موجب شده تا تقاضا برای ارزهای مسافری افت زیادی کند. سلطانی‌زاده یادآور شد: در سال‌های گذشته معمولاً با نزدیک شدن به نوروز، حجم تقاضا برای ارزهای مسافری رشد زیادی می‌کرد اما امسال به دلیل شروع کرونا در ایران و سایر کشورها، شاهد تقاضای چندانی برای ارز مسافرتی نیستیم. همچنین بخشی از مردم با هدف سرمایه‌گذاری اقدام به خرید انواع ارز از صرافی‌ها می‌کردند که در هفته‌های اخیر به علت شیوع کرونا و نگرانی از این بیماری، میزان مراجعه مردم به بازار کاهش زیادی یافته است.
به اعتقاد او، مردم ترجیح می‌دهند که فعلاً از خانه خارج نشوند که این موضوع، افت حضور در بازار ارز و به تبع آن کاهش خرید را به دنبال داشته است.
رئیس شورای عالی کانون صرافان همچنین درباره وضعیت عرضه ارز در سامانه نیما گفت: روند عرضه ارز در سامانه نیما در حال انجام است و کمبودی وجود

درآمد پرحاشیه ۵۰ هزار میلیاردی رأی آورد

دولتی اقدام کند. همچنین نسبت به مولدسازی دارایی‌های دولت تا ۸۰۰۰ میلیارد تومان با استفاده از ابزار صکوک اجاره، اموال غیرمنقول مازاد بر نیاز دستگاه‌های اجرایی به استثنای انقال بدون رعایت تشریفات مربوط به تصویب هیات وزیران اقدام کند که در این رابطه دستگاه‌های اجرایی مکلف به همکاری با وزارتخانه شده‌اند. از سوی دیگر به وزارت اقتصاد اجازه داده شده تا سقف ۴۰ هزار میلیارد تومان از اموال و دارایی‌های منقول و غیرمنقول مازاد دولت به استثنای انقال را بدون رعایت تشریفات مربوط به تصویب هیات وزیران بفروشد و باید دستگاه‌های اجرایی با آن همکاری کنند.

این در حالی است که قبل از تأیید مجلس برای فروش اموال دولتی وزارت اقتصاد به عنوان مسئول تامین درآمد ۵۰ هزار میلیاردی این بخش بارها در مقابل نقدها ایستادگی و اعلام کرده بود که با ایجاد اختیارات لازم این درآمد را محقق خواهد کرد. اکنون با تأیید مجلس و وجود اختیار و شرایط برای وزارت اقتصاد باید در انتظار تحقق ۵۰ هزار میلیارد تومان از درآمد دولت بود که وزارت اقتصاد آن را تضمین کرده و قرار نیست دولت از این محل با کسری مواجه شود.

۴۵ هزار میلیارد تومان رشد داشت.
در این بین نظرات متفاوتی مطرح بوده؛ برخی تحقق این بخش درآمدی را دچار تردید دانسته و تأکید داشتند که در اوضاع موجود بازار ساختمان و تجربه قبلی واگذاری این قبیل دارایی‌ها امکان فروش و یا مولدسازی ۵۰ هزار میلیاردی در یک سال وجود نداشته و دولت از این محل با کسری بودجه مواجه می‌شود، از سوی دیگر مطرح بود که فروش اموال منقول و غیرمنقول به نوعی چوب حراج به دارایی‌های دولت است.

به هر صورت با بررسی لایحه بودجه در کمیسیون تلفیق و در حالی به نظر می‌رسید با مخالفت‌هایی که نمایندگان در این رابطه داشتند تغییراتی در آن ایجاد شود، گزارش نهایی کمیسیون تلفیق بیانگر تأیید نظر دولت برای کسب درآمد ۵۰ هزار میلیارد تومانی از محل فروش و واگذاری و همچنین مولدسازی دارایی‌های آن است.

طبق تبصره (۱۲) بودجه به وزارت اقتصاد اجازه داده شده با هماهنگی سازمان ثبت اسناد و املاک کشور نسبت به مکان‌محور کردن اطلاعات اموال غیرمنقول



در بچه

تحولات بورس در هفته‌ای که گذشت

پیش‌بینی اصلاح شاخص بورس در تیرماه ۹۹

یک کارشناس بازار سرمایه در پیش‌بینی آینده بازار سرمایه گفت بعد از برگزاری مجامع در تیرماه ۱۳۹۹ و با تقسیم سود بین سهامداران، شاخص بورس برای عمق بخشیدن به بازار در مسیر اصلاح قرار می‌گیرد و می‌توان در آن زمان در انتظار بازاری باثبات باشیم.

فرهاد رمضان در گفت و گو با خبرنگار ایرنا، به فراز و نشیب‌های موجود در بازار سرمایه در هفته‌ای که گذشت، اشاره کرد و گفت: ابلاغیه کاهش دامنه نوسان که به دنبال موضوع تغییر حجم مینا مطرح شد شوکی را به بازار وارد کرد که شاخص بورس را در طول معاملات هفته، منفی کرد. همچنین با توجه به نزدیک شدن پایان سال که پایان مالی بسیاری از شرکت‌ها محسوب می‌شود بسیاری از فعالان حقیقی و حقوقی تلاش می‌کنند تا از طریق فروش سهام، تغییراتی را در پرتفوی خود اعمال کنند.

رمضان خاطرنشان کرد: به دنبال تغییر پیش‌فرض‌ها، نگرش سهامداران درخصوص پرتفوی تغییر کرد و به دلیل در پیش‌گرفتن برخی از سیاست‌های نقدینگی، سهام خود را نقد کردند تا بعد از کاهش نوسان، دوباره نقدینگی‌ها را وارد بازار کنند و پرتفوی خود را براساس پیش‌فرض‌های جدید بچینند.

این کارشناس بازار سرمایه خاطرنشان کرد: ابلاغیه‌های منتشرشده از سوی سازمان بورس برای جلوگیری از ریزش‌های شدید مناسب بود، اما به دلیل نزدیک شدن به پایان سال تا حدودی کار را سخت و حاشیه‌هایی را در بازار ایجاد کرد.

او با بیان اینکه موضوع کرونا و تاثیر آن در دادو ستدهای موجود در کشور منجر به افزایش تعدد ریسک در بازار شد، افزود: سرمایه‌گذار نسبت به دارایی خود محافظه‌کار است، به همین دلیل سهامداران در ابتدای هفته در کنار ابلاغیه‌های جدید سازمان بورس به فکر فروش سهام خود افتادند تا زمانی که تکلیف کاهش دامنه نوسان در جلسه‌ای که از قبل اعلام شده بود، مشخص شود.

تغییر پرتفوی سهامداران

رمضان ادامه داد: تا روز سه‌شنبه هفته‌ای که گذشت روند بازار به شدت متفی بود اما بعد از تشکیل جلسه و بازگشت قطعی دامنه نوسان بورس به ۵ درصد، اثر ریسک‌پذیری که به بازار منتقل شده بود از بین رفت و شاهد بازگشت روند صعودی به بازار بودیم.

به اعتقاد این کارشناس بازار سرمایه، افزایش حجم فروش در بازار در چند روز اخیر ناشی از نزدیک شدن به پایان اسفندماه و پایان سال جاری است که سهامداران تصمیم گرفتند تغییر چیدمان پرتفوی خود را به بعد از ایام نوروز و برگزاری مجامع موکول کنند.

وی گفت: سهامداران حاضر در بازار سرمایه از این به بعد بیشتر به سمت سهام بنیادی یا شرکت‌هایی که به دنبال افزایش سرمایه در مجامع هستند، خواهند رفت.

رمضان اظهار داشت: اگر ریسکی خارج از بورس به بازار تحمیل نشود بازار سرمایه در بین دیگر بازارهای موازی مورد اقبال سرمایه‌گذاران قرار می‌گیرد، اما در صورت تحمیل ریسک مدیریتی احتمال اینکه آهنگ بازار با رشد همراه نباشد و وارد فاز نزولی شود بسیار زیاد است.

این کارشناس بازار سرمایه افزود: با توجه به اشباع شدن سایر بازارها و رکود موجود، هيجانی برای معامله در آن بازارها وجود ندارد و همچنان بازار سرمایه جذاب‌ترین بازار برای جذب سرمایه‌گذاری است.

وی خاطرنشان کرد: سرعت بخشیدن به افزایش سرمایه شرکت‌ها، ورود شرکت‌های جدید به بورس و واگذاری‌های دولتی در راستای اصل خصوصی‌سازی باعث عمق بخشیدن به بازار سرمایه و جلب سرمایه‌گذاران به این بازار خواهد شد.

رمضان خاطرنشان کرد: سازمان بورس باید برنامه‌ای تنظیم کند تا از سهامداران عمده‌ای که در رکود سهامداری به سر می‌برند بخواهد بیشتر در بازار حضور داشته باشند و بازارگردان سهام خود باشند این موضوع باعث می‌شود تا در چنین شرایطی شاهد جذب سرمایه و پس‌اندازها در این بازار باشیم.

این کارشناس بازار سرمایه افزود: طبق پیش‌بینی‌های صورت‌گرفته روند بازار در وضعیت کنونی مثبت است، اما دیگر با هیجان رشد چند وقت گذشته روبه‌رو نخواهیم بود و شرکت‌های بنیادی سهم زیادی از بازار سال آینده را به خود اختصاص می‌دهند.

رشد شرکت‌های بورسی براساس نرخ دلار

رمضان با بیان اینکه شاخص بورس دماسنج اقتصاد کشور است، گفت: در سال ۹۸ با وجود اقتصاد مقاومتی و تحریم‌هایی که برای ایران صورت گرفت، بنگاه‌هایی که در چند سال گذشته تولید و فروش نداشتند امسال رونق پیدا کردند و شاهد رونق تولید در بین کالاهای ایرانی بودیم که این موضوع ناشی افزایش قیمت دلار، محدودیت و گران شدن کالاهای وارداتی و تحریم جابه‌جایی پول بود.

رمضان با اشاره به اینکه وضعیت صنعت کشور در سال جاری نسبت به سال ۹۶ و ۹۷ از رونق بهتری برخوردار بود که این موضوع زمینه رشد بازار سرمایه را فراهم کرد، اظهار داشت: اکنون صنایع غذایی و دارویی از موقعیت خوبی در بازار برخوردارند که این موضوع ناشی از وجود محدودیت‌ها و رونق تولید بوده است.

این کارشناس بازار سرمایه با تاکید بر اینکه شرکت‌ها براساس نرخ دلار در مسیر رشد قرار می‌گیرند، افزود: در سال جاری بسیاری از شرکت‌های بورسی به دنبال افزایش قیمت مواد اولیه و دلار افزایش نرخ گرفتند.

وی گفت: شاخص بورس سال گذشته براساس دلار ۴هزار تومان تنظیم شد اما امسال براساس دلار ۱۲ هزار تومان حرکت کرد، بنابراین بازار باید روند صعودی را در پیش می‌گرفت. رمضان خاطرنشان کرد: شاخص بورس و ارزش شرکت‌ها براساس برخی از مسائل اقتصادی مانند تورم ناشی از نرخ دلار و رونق تولید در سال ۹۸ در مسیر رشد قرار گرفتند.

روز وحشتناک بورس‌های جهانی

سقوط تاریخی شاخص داو جونز پس از ۳۳ سال



را ۰.۵ درصد کاهش دهد. انتظار می‌رود که روند کاهش نرخ بهره در ماه‌های پیش رو نیز ادامه داشته باشد. در کالفرنیا، آریزونا و واشتگتن حالت فوق‌العاده اعلام شده و کنگره نیز بودجه اضطراری مقابله با کرونا تخصیص داده است. ترامپ در جلسه اضطراری با بانکداران آمریکایی راه‌های تامین نقدینگی لازم بازار را بررسی کرد و وزیر خزانه‌داری نیز از معافیت موقت مالیاتی برای اشخاص حقیقی و حقوقی خبر داد.

در شرق آسیا بانک‌های مرکزی چین، ژاپن، کره جنوبی، سنگاپور و استرالیا برای حمایت از بازارها دست به کار شده‌اند و احتمال منفی‌تر شدن نرخ بهره در ژاپن به دنبال رشد عجیب منفی ۷درصدی اخیر شدت پیدا کرده است.

بانک مرکزی اروپا، بانک مرکزی آلمان و وزیر دارایی فرانسه هم در اظهاراتی جداگانه اعلام کردند که در حال بررسی اقدامات ممکن برای حمایت از بازارهای مالی و کاستن از تبعات منفی کرونا هستند. جینگ یی پان، تحلیلگر بانک آی جی گفت: هرچند که دولت‌ها و بانک‌های مرکزی به دنبال حمایت بیشتر از اقتصاد خود هستند، اما ریسک ورود اقتصاد جهانی به رکود کاملاً واقعی و فراگیر است. در انگلیس نیز دولت خبر از رکوردشکنی مخارج خود در طول ۶۵ سال اخیر برای تقویت رشد اقتصادی را داده است.

رقابت‌های انتخاباتی درون حزبی آمریکا اکنون به ایستگاه ششم رسید و انتخابات درون حزبی دموکرات‌ها در شش ایالت این کشور، به طور همزمان در ایالت‌های آیداهو، میشیگان، می سی سی پی، واشگتن، میسوری و داکوتای شمالی برگزار شد.

جو بایدن، معاون اول دوره ریاست جمهوری اوباما در چهار ایالت و برنی سندرز در دو ایالت پیروز شدند. اکنون جو بایدن در صدر سه نامزد باقی‌مانده دموکرات از حیث آرای متعهد قرار دارد. جزایر ماریانای شمالی مقصد بعدی انتخابات درون حزبی خواهد بود.

انتخابات ریاست جمهوری آمریکا در ماه نوامبر امسال برگزار خواهد شد. نامزدی دونالد ترامپ از حزب جمهوری‌خواه قطعی شده است. گرگ مک بریج، کارشناس بازار سهام در موسسه ینک ریت گفت: ممکن است این وضعیت هفته‌ها یا شاهد ماه‌ها ادامه داشته باشد اما نباید فراموش کرد شاخص‌ها همانطور که می‌توانند خیلی سریع ریزش کنند می‌توانند خیلی سریع هم به روزهای اوج برگردند.

در وال استریت، همه شاخص‌ها ریزشی بودند تا جایی که سه شاخص مهم بورسی در سطح پایین‌تری از روز قبل خود بسته شدند. شاخص «داو جونز انداسترالیا اورپج» با ۹.۹۹ درصد ریزش نسبت به روز قبل و در سطح ۲۱ هزار و ۲۰۰.۶۲ واحد بسته شد. شاخص «اس اند پی ۵۰۰» با ۹.۵۱ درصد ریزش تا سطح ۲۴۸۰.۶۸ واحدی پایین رفت و

بازارهای بورس جهان تحت تاثیر شیوع ویروس کرونا با افت قابل ملاحظه‌ای مواجه شدند، به طوری که بدترین عملکرد بورس وال استریت در طول ۳۳ سال اخیر به ثبت رسید.

به گزارش آسوشیتدپرس، کرونا کماکان کانون اصلی توجه بازارهای مالی است. بسیاری از مقامات جهان از جمله رئیس جمهور برزیل، دو سناتور آمریکایی، یک وزیر فرانسوی و همسر نخست وزیر کانادا

مشکوک به ابتلا به کرونا هستند. اوضاع در اسپانیا به سرعت رو به وخامت می‌رود و ایتالیا به عنوان کانون اصلی کرونا در اروپا اعلام کرده است که قرنطینه را به تمام کشورش گسترش داده است. دولت ایتالیا از جریمه ۲۰۰ یورویی افرادی خبر داده که بدون دلیل موجه از خانه خود خارج شوند. با قرنطینه کامل هشتمین اقتصاد بزرگ جهان انتظار می‌رود رشد اقتصادی منطقه یورو بیش از پیش با کاهش مواجه شود. میشل مک کارتنی، کارشناس موسسه سی ام سی مارکنس گفت: ترس و اضطراب در بین معامله‌گران کاملاً مشهود است، به ویژه که حالا ایتالیا تصمیم گرفته است کل کشور را قرنطینه کند.

چین که مرحله اوج بیماری را پشت سر گذاشته و شمار تلفات کووید-۱۹ در آن تک رقمی شده، اعلام کرده است که از زمان همه‌گیری کرونا تاکنون صادراتش ۱۷درصد و وارداتش ۴درصد کاهش پیدا کرده است. با توجه به بزرگی بازار چین، بسیاری از شرکت‌های مطرح بین‌المللی انتظار زیان سنگینی را در نتیجه تعطیلی کسب و کارهای خود دارند.

تاکنون بیش از ۱۳۱ هزار و ۸۵۲ مورد ابتلا به کرونا گزارش شده است که در این بین ۴۹۴۸ نفر جان خود را از دست داده‌اند. در بین کشورهای مختلف، بالاترین تلفات مربوط به چین با ۳۱۷۶ نفر، ایتالیا با ۱۰۱۶ نفر، ایران با ۴۲۹ نفر و اسپانیا با ۸۴ نفر بوده است.

در بسیاری از کشورهای جهان از جمله چین، ژاپن، کره جنوبی، سنگاپور، هنگ‌کنگ، تایلند، ترکیه، تایوان، مالزی، ایران، ایتالیا، استرالیا، آلمان، آمریکا، ویتنام، فرانسه، ماکائو، کانادا، امارات متحده، جمهوری چک، اتریش، الجزایر، کرواسی، سوئیس، رومانی، انگلیس، فیلیپین، هند، روسیه، اسپانیا، بلژیک، کامبوج، مصر، فنلاند، فلسطین اشغالی، کویت، عمان، افغانستان، لبنان، نپال، سریلانکا و سوئد ابتلا به کرونا گزارش شده است.

بن امونز، تحلیلگر بازار در موسسه مدلی گلوبال ادوایزرز گفت: با این وضعیت نامطمئن سقوط آزاد بازارها ادامه خواهد داشت چراکه لنگرگاه ثباتی وجود ندارد که بخواهند به آن تکیه کنند.

شمار قربانیان ویروس کرونا در آمریکا به ۳۶ نفر افزایش یافته و بانک مرکزی تصمیم گرفت تا برای تقویت رشد اقتصادی، نرخ بهره

رد پای کرونا در بازار سرمایه

پازل صعود به‌هم ریخت

بزرگ که وابسته به بازارهای جهانی هستند پررنگ‌تر است. علاوه بر این قیمت جهانی نفت با توجه به اتفاقی که بین عربستان و روسیه افتاد، کاهش یافت. البته عربستان برای روسیه شروطی تعیین کرده است که اگر روسیه آنها را بپذیرد، بازار نفت کمی به تعادل خواهد رسید، اما باید توجه داشت که ریزش بازار بورس ایران در سال ۱۳۹۲ با نفت ۳۰ دلاری آغاز شد و بعد از آن سهام متانول، اوره، مس و امثال آنها افت کرد و باعث شد که به اصطلاح، بازار بریزد.

این تحلیلگر بازار سرمایه ادامه داد: بسیاری از سرمایه‌گذاران، تحلیلگران و شرکت‌ها حاضر بودند سهم‌هایی را هفته گذشته حتی با تغییر قوانین در سازمان که بعدا هم لغو شد خرید کنند اما با کاهش قیمت نفت و فراگیر شدن ویروس کرونا خریدها را متوقف کرده‌اند تا ببینند بازار جهانی به کدام سمت حرکت می‌کند. البته اخیرا چین خریدهای قوی انجام داده که این موضوع یک چشم‌انداز امیدوارکننده است که باعث می‌شود قیمت نفت کمی افزایش یابد، اما صبر کردن برای اینکه بازار جهانی به کدام سمت می‌رود می‌تواند تاثیر زیادی روی بازار سرمایه ایران داشته باشد.

شریعتی با تاکید بر اینکه کرونا باعث شده تقاضا برای برخی فرآورده‌های نفتی کاهش یابد، افزود: برای مثال با کاهش سفرهای هوایی تقاضا برای سوخت جت کاهش یافته است. کاهش تقاضا منجر به کاهش قیمت و در نتیجه کاهش

در حالی که پیش‌بینی‌ها حاکی از آن بود که بازار سرمایه ایران تا پایان سال روند صعودی خود را ادامه خواهد داد، برخی اتفاقات جهانی از جمله شیوع ویروس کرونا و کاهش قیمت نفت، پازل صعود بورس را به‌هم ریخت و تحلیلگران بر این باورند که برای تحلیل آینده بازار باید همچنان چشم به قیمت جهانی نفت و وضعیت شیوع کرونا در جهان و ایران داشت.

به گزارش ایسنا، در هفته گذشته برخلاف هفته‌های قبل شاهد ریزش شاخص کل بورس بودیم. در برخی از روزهای این هفته شاخص کل بیش از ۱۴ هزار واحد سقوط و همه چراغ‌های قرمز بازار را روشن کرد؛ ریزشی که قرار گرفتن چند اتفاق باعث آن شد و کارشناسان بر این باورند که با برطرف شدن برخی چالش‌های جهانی، بازار باز هم به روزهای اوج خود بازخواهد گشت.

در این راستا، روزه شریعتی، تحلیلگر بازار سرمایه با بیان اینکه در روز شنبه هفته گذشته شاهد ورود پول زیادی به بازار سرمایه بودیم، گفت: در نتیجه بازار پرجمع بود و خرید انجام می‌شد، اما بعد از کاهش قیمت جهانی نفت این اتفاق برعکس شد. البته برخی افراد ریزش بازار را به تصمیمات اخیر سازمان بورس و اوراق بهادار نسبت دادند اما به نظر من چند اتفاق کنار یکدیگر قرار گرفت و روی بازار سرمایه تاثیر گذاشت.

او با تاکید بر اینکه مهم‌ترین عامل وضعیت فعلی این است که خرید و تقاضا در بازار کاهش یافته است، گفت: این اتفاق مخصوصا در سهم‌های

برنامه‌های حمایتی برای پیامدهای سوء کرونا در حوزه فرش دستباف

رئیس مرکز ملی فرش ایران گفت مرکز ملی فرش دستباف ابعاد اقتصادی شیوع کرونا بر حوزه فرش دستباف و راهکارهای برون‌رفت از مشکل را بررسی کرد.

به گزارش باشگاه خبرنگاران جوان به نقل از مرکز ملی فرش ایران، فرح‌ناز رافع در مورد تاثیر شیوع ویروس کرونا بر اقتصاد فرش کشور گفت: شیوع ویروس کرونا باعث آسیب به کارگاه‌های متمرکز و غیرمتمرکز فرش بافی شده و فعالیت اقتصادی این بخش در معرض خطر جدی قرار دارد. با اشاره به اینکه شاغلان و بافندگان فرش، فاقد حقوق ماهیانه هستند و به ازای کارکردشان در آخر هر ماه حقوق دریافت می‌کنند، بیان داشت: بازار فرش به شدت در روزهای اخیر دچار رکود شده و به گفته کسبه و فروشندگان فرش، بازار هیچ‌گاه در ایام پایانی سال (شب عید) سابقه چنین رکود را نداشته است.

رافع با اشاره به تعهدات مالی فروشندگان و کسبه اظهار داشت: در این شرایط این افراد توان عمل به تعهدات مالی خود را ندارند و قطعا با مشکلات مالی زیادی روبه‌رو خواهند شد.

رئیس مرکز ملی فرش ایران با بیان اینکه بافندگان فرش دستباف با درآمد حاصل از کار خود در پایان هر ماه حق بیمه تامین اجتماعی را پرداخت می‌کنند، اظهار داشت: در این شرایط و عدم فعالیت کارگاه‌های فرش بافی این افراد حتی قادر به پرداخت حق بیمه خود هم نیستند. رافع گفت: اکثر شاغلان در حوزه فرش‌بافی زنان سرپرست خانوار هستند که در این شرایط دچار آسیب و لطمات مالی فراوانی می‌شوند. وی افزود: مرکز ملی فرش دستباف ایران، ابعاد تاثیرگذاری کرونا بر اقتصاد کشور و راهکارهای آن محور مذاقه قرار می‌دهد.

رافع تصریح کرد: با توجه به آسیب جدی به زنجیره ارزش و تامین فرش و آثار مخرب آن، راهکارهای برون‌رفت از این بحران در دستور کار مرکز قرار دارد و به همین منظور، استفاده از تمامی ظرفیت‌های موجود به خصوص بخش خصوصی، تشکل‌ها، انجمن‌ها و اتحادیه‌های فرش دستباف برای تبیین دقیق این مشکلات و راه‌های برون‌رفت از این وضعیت در دستور کار قرار دارد و تحلیل، بررسی، ارائه طریق و مطالبه به منظور کاهش آثار منفی اقتصادی بر فرش دستباف با همکاری وزارت صمت در حال پیگیری است.

دولت برای تامین اقلام بهداشتی مرتبط با کرونا چه کرد؟

حدود سه هفته از تایید اولین موارد ابتلا به ویروس کرونا گذشته و در این مدت تصمیمات جدیدی در زمینه واردات و صادرات ماسک، محصولات ضدعفونی و دیگر اقلام بهداشتی گرفته شده است. برای مثال تاکنون تعرفه واردات الکلی، ماسک و لباس گان صفر شده، حقوق ورودی برخی اقلام بهداشتی تغییر کرده و صادرات برخی از آنها نیز ممنوع اعلام شده است. به گزارش ایسنا، در همان روزهای اول اسفندماه کارگروه تنظیم بازار واردات ماسک را اولویت اول دریافت ارز نیمایی تعیین کرد. همچنین این کارگروه اعلام کرد که صادرات مواد اولیه این کالا تا اطلاع ثانوی ممنوع و تعرفه واردات آن نیز ۵۰ درصد کاهش یافته است. همچنین کارهای بهداشتی از جمله ماسک، الکلی، شوینده‌ها و ضدعفونی‌کننده‌ها در گروه نخست کارالاهای اساسی و ضروری قرار گرفتند و مشمول کنترل قیمت، مبارزه با احتکار، گران‌فروشی، اختفا، عدم عرضه و کم‌فروشی شدند.

چند روز بعد، یعنی ۱۲ اسفندماه هم حسین مدرس خیابانی، قائم مقام وزیر صنعت، معدن و تجارت اعلام کرد که صادرات ماسک، دستکش، لباس گان و محصولات بهداشتی از جمله آب زاول، صابون، کاغذ تیشو، منسوجات نبافته و الکلی ممنوع است؛ ضمن اینکه واردات الکلی، ماسک و لباس گان به منظور رفع نیاز کشور با تعرفه صفر امکان‌پذیر خواهد بود. همچنین در پی برخی مقاومت‌های استانی برای جابه‌جایی الکلی که به خاطر کمبود آن در برخی کارخانه‌های تولیدکننده ژل ضدعفونی وجود داشت، استاندانان مکلف به صدور مجوز جابه‌جایی محموله‌های الکلی و ژل ضدعفونی‌کننده به خارج از استان‌ها شدند. یک روز بعد یعنی ۱۳ اسفندماه هم صادرات الکلی ممنوع اعلام شد. ۱۴ اسفند نیز گمرک اعلام کرد که تا پایان اردیبهشت سال ۱۳۹۹ حقوق ورودی ماسک و الکلی صفر لحاظ می‌شود و چهار روز بعد مدرس خیابانی با ارسال نامه‌ای به رئیس کل گمرک حقوق ورودی ماسک و الکلی اتیلیک را ۵۰ درصد اعلام کرد. طبق اعلام گمرک، صادرات ماسک از ۲۱ بهمن ماه ممنوع شده بود، اما صادرات مواد اولیه این محصول از ۷ اسفندماه طی نامه‌ای از سوی دفتر صادرات گمرک ایران به گمرک‌های اجرایی ممنوع اعلام شد.

نرخ هر کیلو قزل آلا ۲۰درصد کاهش یافت

مدیرعامل اتحادیه تعاونی ماهیان سردآبی گفت بسا کاهش ۲۵ تا ۳۰درصدی تقاضای خرید قزل‌آلا، قیمت این محصول ۲۰درصد افت داشته است. آرش نبی‌زاده، مدیرعامل اتحادیه تعاونی ماهیان سردآبی در گفت و گو با باشگاه خبرنگاران جوان، درباره تاثیر شیوع کرونا بر بازار ماهی اظهار کرد: شیوع بیماری کرونا بسیار سریع‌تر آن چیزی که تصور می‌کردیم، تاثیر سوء خود را بر بازار گذاشت.

وی افزود: بسیاری از مراکز تفریحی و گردشگری که مصرف بالایی در ایام عید داشتند، هم‌اکنون از خرید محصولات پروتئینی انصراف دادند یا یک پنجم سال قبل خرید کردند که این امر به شدت تقاضا را در بازار کاهش داده است. نبی‌زاده قیمت فعلی هر کیلو قزل‌آلا سرمرزعه را ۲۱ هزار و ۵۰۰ تا ۲۲ هزار تومان اعلام کرد و گفت: قیمت‌های فعلی قزل‌آلا سرمرزعه برای تولیدکننده فاجعه است به طوری که با ادامه این روند بسیاری از تولیدکنندگان قادر به ادامه تولید برای بعد نخواهند بود. مدیرعامل اتحادیه تعاونی ماهیان سردآبی با اشاره به اینکه تا حدودی فروش اینترنتی محصول رونق گرفته است، بیان کرد: بنا بر تبلیغاتی که درخصوص مصرف ماهی به سبب دارا بودن ویتامین d صورت گرفته است، تا حدودی بازار فروش اینترنتی محصول درب منزل بهتر شده است. به گفته نبی‌زاده، با توجه به کاهش ۲۵ تا ۳۰درصدی تقاضا برای خرید قزل‌آلا نسبت به مدت مشابه سال قبل، قیمت این محصول حدود ۲۰درصد کاهش یافته است. مدیرعامل اتحادیه تعاونی ماهیان سردآبی در پایان تصریح کرد: اگر قیمت‌های فعلی قزل‌آلا در بازار ادامه یابد، تولیدکنندگان قادر به ادامه تولید نخواهند بود از این رو انتظار می‌رود که مشکل هرچه سریع‌تر مرتفع شود.

۴۵ تن الکلی برای تولید مواد ضدعفونی کننده تامین شده است



الکلی، ۵۱۸ عدد اسبیری ضدعفونی‌کننده و ۱۱۸ عدد اسبیری تقلبی در استان کشف و ضبط شد. رئیس اداره نظارت و بازرسی سازمان صنعت، معدن و تجارت کردستان، افزود: در این خصوص ۵۰ پرونده گران‌فروشی و کم‌فروشی کارالاهای بهداشتی به ارزش ۳۵۷ میلیون ریال تشکیل شد. سردارزاده عنوان کرد: شیوع این ویروس موجب افزایش تقاضای برخی از میوه‌ها و سبزیجات همچون سیر، زنجبیل شده که در این خصوص هم ۱۱ پرونده گرانفروشی تشکیل و به تعزیرات حکومتی ارسال شد. وی افزود: در بین اقلام بهداشتی ماسک، دستکش و الکلی با افزایش قیمت و کاهش عرضه آن در بازار مواجه شدیم.

رئیس اداره نظارت و بازرسی سازمان صنعت، معدن و تجارت کردستان خاطرنشان کرد: سه واحد تولیدی (۲ واحد در سنندج و یک واحد در سنقر) ۱۵ هزار و ۶۰۰ بطری تحویل شرکت توزیع دادند که در داروخانه‌های سنندج، کامیاران، قروه و مریوان توزیع می‌شود. سردارزاده یادآور شد: دو داروخانه از توزیع این مایع ضدعفونی امتناع کردند و دو داروخانه هم مواد ضدعفونی تقلبی عرضه می‌کردند که کشف و ضبط شد.

دروهمی در ادامه سخنان خود به تامین اقلام و کارالاهای اساسی موردنیاز مردم اشاره کرد و گفت: همه کارالاهای اساسی موردنیاز مردم به اندازه کافی در انبارها موجود است.

وی عنوان کرد: مواد شوینده نیز به وفور و بدون افزایش قیمت در سطح بازارهای استان وجود دارد و اگر کمبودی وجود داشته باشد با توجه به موجودی بسیار خوب کشور سریعاً تامین و توزیع می‌شود. رئیس سازمان صنعت، معدن و تجارت استان کردستان، در ادامه به تامین و ذخیره‌سازی میوه شب عید اشاره و ذکر کرد: هزار و ۱۲۰ تن پرتقال و ۶۰۰ تن سیب تامین و از ۲۴ اسفندماه با ۱۵درصد کمتر از قیمت بازار در ۹۶ غرفه در سطح استان توزیع می‌شود.

در ادامه فرزاد سردارزاده، رئیس اداره نظارت و بازرسی سازمان صنعت، معدن و تجارت کردستان، گفت: بعد از شیوع کرونا شاهد افزایش تقاضای برخی از کارالاهای در سطح بازار بوده و هستیم و همین منجر به تقویت نظارت و بازرسی از واحدهای صنعتی و غیرصنعتی شد. وی بیان کرد: در نتیجه بازرسی‌های انجام‌شده در این ایام ۱۸ هزار عدد ماسک، بیش از ۳۰ هزار دست دستکش یکبار مصرف، ۲۹ لیتر

رئیس سازمان صنعت، معدن و تجارت استان کردستان، از تامین ۴۵ تن الکلی برای تولید مواد ضدعفونی خبر داد و گفت این الکلی در هفته آینده در اختیار واحدهای تولیدی قرار می‌گیرد.

محمد دروهمی روز ۲۲ اسفند در آخرین جلسه ستاد تنظیم بازار استان کردستان با بیان اینکه در پی شیوع بیماری کرونا تقاضا برای اقلام ضدعفونی‌کننده زیاد است، اظهار کرد: در ۱۰ روز گذشته ۲۲ تن الکلی در اختیار چهار واحد تولیدکننده مواد ضدعفونی‌کننده قرار گرفت که توانستند ۸۰ هزار بطری مواد ضدعفونی‌کننده در اندازه‌های مختلف تولید کنند.

وی افزود: با تلاش مجموعه مدیریت استان ۴۵ تن الکلی دیگر تامین و در هفته آینده وارد استان می‌شود تا بخشی از نیازهای فعلی استان در این بخش را پوشش دهد.

رئیس سازمان صنعت، معدن و تجارت استان کردستان، بیان کرد: مواد ضدعفونی‌کننده قیمت مشخص و مصوب دارند و داروخانه‌ها آن را در اختیار مردم قرار می‌دهند و از مردم درخواست دارم هر نوع گرانفروشی و عدم عرضه را سریعاً گزارش دهند.

چه کسانی و چقدر بسته حمایتی می‌گیرند؟

۱.۵ میلیون خانوار یا ارائه‌بگیر مشمول بسته حمایتی کرونا شدند اما گروه دیگری که برای آنها بسته حمایتی در نظر گرفته شده است، حدود ۱.۵ میلیون خانوار از جمعیت یارانه‌بگیران را شامل می‌شوند که هیچ شغلی ندارند؛ یعنی حتی شغل موقت هم نداشته‌اند. قرار نیست که برای این گروه تسهیلات اعتباری در نظر گرفته شود، بلکه به تناسب اعضای خانوار مبلغی پرداخت خواهد شد؛ به طوری که برای خانوار تک نفره ۲۰۰ هزار تومان، دو نفره ۳۰۰ هزار تومان، سه نفره ۴۰۰ هزار تومان، چهار نفره ۵۰۰ هزار و پنج نفره و بالاتر ۶۰۰ هزار تومان است. بسته حمایتی هفته آینده در کارت یارانه شارژ می‌شود با توجه به گروه‌هایی که تاکنون سازمان برنامه و بودجه برای مشمولیت بسته حمایتی کرونا معرفی کرده است، به نظر می‌رسد در مرحله اول برنامه‌ای برای پرداخت به کارکنان و به عبارتی افراد در دریافت ثابت نیست و اگر قرار بر حمایت از کارکنان نیز باشد احتمالا بسته‌ای جداگانه در نظر گرفته خواهد شد.

دریافت این بسته حمایتی شده‌اند. طبق برنامه تعیین‌شده، گروه اول کسانی هستند که شغل موقت داشته و آن را از دست داده‌اند؛ از جمله کارگران ساختمانی، کارگران روزمزد، کارگران رستوران‌ها، دستفروش‌ها یا حتی رانندگان تاکسی که قرار شده برای آنها طرح خرید اعتباری و به تناسب افراد خانوار در نظر گرفته شود؛ به نحوی که برای خانوار یک نفره یک میلیون و دو نفر به بالا تا دو میلیون تومان پرداخت خواهد شد. اما ظاهراً خرید اعتباری که برای این گروه پیش‌بینی شده در قالب تسهیلات ۴درصد خواهد بود. برای پرداخت این تسهیلات باید در ابتدا وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی با اصناف و اتحادیه‌ها افراد مشمول را شناسایی کند؛ از این رو از یکشنبه ۲۵ اسفند سامانه ثبت نام متقاضیان آغاز به کار خواهد کرد. با توجه به اینکه باید در ابتدا این افراد ثبت نام و شناسایی شوند، مسئولان سازمان برنامه و بودجه می‌گویند تا انتهای اسفند یا هفته ابتدایی فروردین بسته‌های حمایتی این گروه پرداخت خواهد شد.

بسته شدن پمپ‌های بنزین، نانوائی‌ها و فروشگاه‌ها تکذیب شد

خواهد داشت و قرار هم نیست که فروشگاه‌های بسته شود. همچنین برنامه‌ای برای ارائه خدمات در ایام نوروز پیش‌بینی شده است. وی گفت: بر همین اساس در ایام نوروز شاهد ارائه خدمات ویژه از سوی فروشگاه‌ها، نانوائی‌ها و پمپ‌های بنزین خواهیم بود و روند خدمت‌رسانی نه‌تنها متوقف بلکه تقویت هم خواهد شد. امامی امین در پایان تصریح کرد: البته انتظار ما این است که مردم توصیه‌های اعلام شده از سوی حوزه سلامت را رعایت کنند و حتی الامکان از ترددها در سطح شهر بکاهند تا در آینده بتوانیم این شرایط را کنترل و پیروز شویم.

نگرانی‌های آنها تشدید می‌شود اما این در حالی است که به هیچ عنوان این اخبار صحت ندارد و متأسفانه بعضاً این اخبار نادرست شرایط نامناسبی را در جامعه ایجاد می‌کند. معاون هماهنگی امور اقتصادی استانداری تهران گفت: این رسانه‌ها هزاران بیش از کیلومتر با کشور ما فاصله دارند و اخبار نادرست را تهیه و در شبکه‌های اجتماعی منتشر می‌کنند اما باید گفته شود که به هیچ عنوان برنامه‌ای برای بسته شدن پمپ‌های بنزین، فروشگاه‌ها و حتی نانوائی‌ها در این شرایط نداریم. وی با بیان اینکه طی بازدهی‌های انجام‌شده فروشگاه‌ها ملو از اقلام و تجهیزات موردنیاز شهروندان تهرانی است ادامه داد: این روند ادامه

معاون هماهنگی امور اقتصادی استانداری تهران بسته شدن پمپ‌های بنزین، نانوائی‌ها و فروشگاه‌ها را در استان تهران تکذیب کرد. محمد امامی امین در گفت و گو با خبرنگار اجتماعی خبرگزاری تسنیم، با اشاره به انتشار اخبار کذب و نادرست در شبکه‌های اجتماعی و فضای مجازی اظهار کرد: متأسفانه تعدادی از رسانه‌های خارج از کشور با انتشار اخبار نادرست اقدام به ایجاد نگرانی در جامعه می‌کنند که از آن جمله می‌توان به اخباری که اخیراً در ارتباط با بسته شدن پمپ‌های بنزین و همچنین تعطیلی فروشگاه‌ها و نانوائی‌ها اشاره کرد. وی تصریح کرد: مردم نیز تحت تاثیر این فضا قرار می‌گیرند و

اخبار

ورود حداکثر ۱۰۰۰۰ هزار خودرو به کشور با آزادسازی واردات در سال آینده

تا دو سال پیش، ۶۸۰ شرکت در زمینه واردات خودرو فعالیت می کردند که با ممنوعیت واردات، اکنون ۹ شرکت واردکننده خودرو باقی مانده‌اند که آن ها نیز با حداقل ظرفیت خود کار می کنند. در چنین شرایطی، شرکت‌هایی که اقدام به سفارش گذاری کنند، با سرمایه خود و مشتریان شان وارد یک ریسک تجاری خواهند شد. به گزارش پایگاه خبری پدال نیوز، لایحه بودجه سال آینده که هم‌اکنون به شورای نگهبان ارائه شده، در یکی از بندهای الحاقی خود، واردات خودرو را به‌صورت مشروط مجاز کرده است. بنا بر اعلام گمرک، مطابق بند الحاقی «۷» لایحه بودجه سال ۹۹، در سال آینده واردات خودروهای سبک و سنگین با اولویت خودروهای ترکیبی (هیبرید) و ماشین‌آلات معدنی و راهسازی با ارز منشأ خارجی طبق قوانین و مقررات مجاز است. در شرایطی که دولت در لایحه ابتدایی خود برای سال آینده، درآمدی از محل واردات خودرو ندیده بود، حالا کمیسیون تلفیق در متن لایحه بودجه سال آینده که به شورای نگهبان ارائه کرده، واردات مشروط خودرو را در نظر گرفته است. آزادسازی واردات خودرو در سال ۹۹ در حالی کلید خورد که توان اقتصادی بسیاری از شرکت‌های واردکننده و گری‌مارک‌ها به دلیل ممنوعیت دوساله واردات خودرو از بین رفته است، اما برخی دیگر از این شرکت‌ها با کوچک‌سازی سازمان اقتصادی و خدماتی خود هنوز برخی از مراکز خود را همچنان داتر نگه داشته‌اند و این آمادگی را دارند که با در نظر گرفتن نیاز بازارهای مصرف، خودروهای هیبرید در شأن مصرف‌کننده ایرانی را به بازار ارائه دهند.

با این حال مهدی دادفر، دبیر انجمن واردکنندگان خودرو ایران با ابراز نگرانی نسبت ابهامات موجود درخصوص اهداف آزادسازی واردات خودرو اذعان داشت: «با یک حساب سرانگشتی متوجه خواهید شد در صورت آزادسازی واردات خودرو به ازای هر هزار خودرو بیش از ۲هزار میلیارد عوارض و مالیات تصبب دولت خواهد شد. این در حالی است که دولت برای جلوگیری از خروج ارز، یک‌شبه تصمیم گرفت تمام ثبت سفارش ها را به مدت دوسال ونیم معلق نگه دارد بنابراین این تغییر سیاست نمی تواند برای سرمایه‌گذاران ریسک واردات خودرو را توجیه‌پذیر کند و فعالان این حوزه برای این کار به نوعی باید وارد یک ریسک تجاری شوند.»

دولت درخصوص واردات خودرو در بودجه سال ۹۹ ردیفی را در نظر نگرفته است، اما خبرها از تغییر سیاست با توجه به اصلاح بودجه توسط کمیسیون تلفیق حکایت می کند. نظر شما درخصوص آزادسازی واردات در سال آینده چیست؟

امیدواریم که توان عملیاتی‌شدن این تصمیم در قوه مجریه وجود داشته باشد. ممنوعیت واردات خودرو با بهانه بهرورزسانی سایت تیتلارش در سال ۹۶ کلید خورد و در سال ۹۷ با طرح موضوع محدودیت منابع ارزی به‌یکباره اعمال شد و این موضوع از حس اعتماد فعالان حوزه واردات خودرو کاسته است؛ شرکت‌های نمایندگی این تگرانی را دارند که همانند سال‌های ۹۷ و ۹۸ محصولات آنان در گمرکات کشور با بهانه‌جویی‌هایی که طی این سال‌ها تجربه شده است، بلاتکلیف محبوس شوند. ممکن است دولت برای به‌دست آوردن درآمد روبه آزادسازی واردات خودروهای هیبرید بیاورد، اما برای هدایت سرمایه‌های خارجی به بازار خودرو کشور باید تضمین بلندمدت به فعالان این حوزه بدهد. هرچند با سابقه تصمیمات لحظه‌ای در یکی دو سال اخیر بارها مصوبه‌های ضدتقیضی از سوی دولت منتشر شده است و نمی توان به همان تضمین‌ها امیدوار بود.

باتوجه به آنکه دولت در لایحه بودجه سال آینده ردیف درآمدی خود را از مسیر واردات خودرو صفر در نظر گرفته بود، چه تغییراتی موجب شد که این ردیف بودجه انتظار در آمدی برای دولت ایجاد کند؟

رئیس ستاد بیماری‌های واگیر و تنفسی، طی نامه رسمی به رئیس مجلس اعلام کرد امکان برگزاری جلسات علنی در مجلس وجود ندارد و با توجه به منع تشکیل جلسات رسمی یک چالش جدی درخصوص لایحه بودجه ایجاد شد چراکه بعد از عدم رأی آوردن کلیات و برگشت لایحه به کمیسیون باید مجددا در صحن علنی برای تصویب کلیات رأی‌گیری می‌شد. راهکارهای مختلفی در این فضا ایجاد شده بود که یکی از آنها بررسی لایحه بودجه در مجلس در سال ۹۹ بود، اما در این صورت دریافت‌ها و پرداخت‌های دولت در سال بعد با مشکل روبه‌رو می‌شد. راهکار بعد نیز تصویب سده‌وزاردهم لایحه بود که این موضوع نیز با نامه محدودکننده رئیس ستاد کرونا مبنی بر عدم برگزاری جلسه رسمی تناقض داشت. ظرفیت قانونی دیگری که وجود داشت طلب آنن از مقام معظم رهبری بود تا این مساله یک موضوع حکومتی قلمداد شود و از طریق این حکم، این چالش برطرف شود.

دولت در لایحه ابتدایی خود برای سال آینده، درآمدی از محل واردات خودرو ندیده بود و آزادسازی واردات خودرو توسط کمیسیون تلفیق در متن لایحه بودجه سال آینده که به شورای نگهبان ارسال شد، گنجانده شده است. البته در این الحاقیه واردات خودرو مشروط در نظر گرفته شده است.

در صورت آزادسازی واردات خودروهای هیبرید، آیا شرکت‌های نمایندگی می‌توانند مسیر دائمی و اقتصادی برای واردات خودرو با ارز منشأ خارجی ایجاد کنند؟ این امر به میزان اعتماد سرمایه‌های خارجی به وضعیت سیاست‌گذاری اقتصادی و تضمین دولتی در این خصوص بستگی دارد. شرکت‌هایی که اقدام به سفارش گذاری کنند و به مشتریان خود وعده خودرو هیبرید بدهند و بازهم در گیر هزارنوی مصوبه‌های خلق‌الساعه مدیران دولتی شوند، با سرمایه خود و مشتریان شان وارد یک ریسک تجاری خواهند شد.

تجهیز ۵۰۰۰ اتوبوس تهران به افشانه‌های ضدعفونی‌کننده

مدیرعامل شرکت واحد اتوبوسرانی تهران در راستای تدابیر و تمهیدات گسترده این شرکت که از اوایلین روز شیوع بیماری کرونا در کشور به اجرا درآمده است، از تجهیز ۵۰۰۰ دستگاه اتوبوس ناوگان اتوبوسرانی پایتخت به افشانه‌های دستی حاوی مواد ضدعفونی‌کننده خبر داد.

به گزارش پایگاه خبری «عصر خودرو» به نقل از ایستنا، محمود ترفع با بیان اینکه حفظ سلامت رانندگان اتوبوسرانی و شهروندان دو اولویت اصلی شرکت واحد است، گفت: اعتقاد داریم اگر همکاران ما که مسئولیت رانندگی اتوبوس در کلان‌شهر تهران را به عهده دارند، از سلامت کامل برخوردار باشند، در آن صورت می‌توانند به شکل شایسته به شهروندان خدمت کنند. وی با اشاره به اینکه به هر دستگاه اتوبوس اعم از خصوصی و عمومی، یک افشانه دستی حاوی مواد ضدعفونی‌کننده تحویل داده‌ایم تا رانندگان برای حفاظت فردی، آنها را مورد استفاده قرار دهند، اظهار کرد: اتوبوس‌هایی که تاکنون به این افشانه‌ها مجهز نشده‌اند، ظرف دو سه روز آینده به این امکان تجهیز خواهند شد.

براساس گزارش روابط عمومی شرکت واحد اتوبوسرانی تهران، ترفع تأکید کرد: این افشانه‌ها در صورت مصرف، بلافاصله مجددا شارژ می‌شوند تا رانندگان آنها را برای محافظت شخصی خود و در موارد ضروری مورد استفاده قرار دهند.

وی خاطرنشان کرد: البته اینن امکان، ارتباطی به برنامه منظم ضدعفونی کردن ناوگان اتوبوسرانی که براساس آن، ۵۰۰۰ دستگاه اتوبوس تهران هر روز حداقل چهار نوبت ضدعفونی می‌شوند، ندارد.



خودرو است؟ گفت: شرایط بازار در حال حاضر برای خرید خودرو به خصوص با شیوع کرونا اصلا مناسب نیست. در بازار خودرو برای خرید نیاز به آرامش وجود دارد که هم‌اکنون وضعیت خوبی نیست. اگر خودرویی خریداری شود نیاز به این وجود دارد که به تعویض پلاک و دفترخانه مراجعه شود. به دلیل کرونا و همچنین تردید در چنین فضاهایی کسی جرات خرید خودرو را ندارد بنابراین می توان گفت با وجود اینکه قیمت‌ها به دلیل شیوع ویروس کرونا در بازار پایین آمده اما همچنان کسی خرید خودرو انجام نمی‌دهد.

وی در پایان تصریح کرد: قیمت خودرو به صورت روزانه توسط اتحادیه در سایت اعلام می‌شود. پیش از این نیز که سایت نبود، قیمت‌ها را در روزنامه‌ها اعلام می‌کردیم. اکنون هر کسی قصد خرید خودرو را دارد باید چندین مرتبه در مورد قیمت‌ها جست‌وجو کند تا به یک قیمت مناسب برسد. البته به دلیل اینکه برخی از سایت‌ها علاقه به بالا بردن قیمت‌ها برای افزایش میزان بازدیدها داشتند یک رقابتی در اعلام قیمت‌ها به وجود آمده بود.

تسهیلات نقدی آن به ۵ هزار میلیارد تومان کاهش یافت، تشریح کرد: هم‌اکنون همان ۵ هزار میلیارد تومان هم با تأخیر پرداخت شده است که تنها ۲۰درصد این مبلغ محقق شده و مازاد آن محقق نشده است. او تصریح کرد: هم‌اکنون به دلیل عدم پرداخت مطالبات، تولید قطعه به شدت کاهش یافته و انبارها خالی شده‌اند. از طرفی به دلیل اینکه نتوانسته‌ایم مزایا و حقوق کارگران را پرداخت کنیم ممکن است در سال آینده نیز به دلیل نارضایتی که به همراه دارند تمایلی به همکاری نداشته باشند و تولید قطعه نیز در ۲ تا ۳ ماه اول سال آینده با کاهش جدی رو به رو باشد.

سخنگوی شرکت ملی پخش فرآورده‌های نفتی همچنین درخصوص پرداخت هزینه به اپراتورها بابت خدماتتی که به مشترکان ارائه می‌دهند، اظهار کرد: اگر فردی خودش تمایل نداشته باشد، می‌تواند به این افراد مبلغی بپردازد اما از نظر ما اپراتورها نباید هزینه‌ای بابت خدمات دریافت کنند.

چندی پیش نیز شرکت ملی پخش فرآورده‌های نفتی اعلام کرد: بارها توصیه شده که اگر مردم در هر جایگاهی تخلفی دیدند، به شرکت ملی پخش فرآورده‌های نفتی اطلاع دهند و منتظر بمانند. این شرکت تیم نظارتی خود را با تجهیزات کنترل کمی به جایگاه مذکور اعزام می‌کند و چنانچه تخلف جایگاه اثبات شود، به شدیدترین شکل ممکن جریمه خواهد شد.

وی در ادامه افزود: بازار خودرو تقریباً از خردادماه و پس از افزایش قیمت خودرو در اردیبهشت ماه، وارد رکود شد. البته همیشه قیمت خودرو افزایشی نبوده و در این میان کاهش‌هایی نیز صورت گرفت، اما در دی ماه با توجه به فضاسازی‌هایی که در فضای مجازی اتفاق افتاد، برخی از سودجویان قیمت‌ها را بالا بردند، اما در بازار خبری نبود. حتی شرایط به گونه‌ای شد که برخی از نمایشگاه‌داران هنوز نتوانسته‌اند خودروهای خود را به فروش برسانند.

رئیس اتحادیه نمایشگاه‌داران خودرو در ادامه گفت: وقتی که محدودیت عرضه توسط خودروسازان صورت می‌گیرد کسی سر از افراد از این فرصت استفاده و فضا را ملتهب می‌کنند. آنها تعدادی خودرو می‌خرند و بعد از گذشت مدت زمانی خودروهای دیوشده را در حالی که بازار آشفته است به فروش می‌رسانند. لازم به ذکر است که این شرایط تقریباً در تمام طول سال ۹۸ وجود داشت البته اخیراً جلوی اعلام قیمت در سایت‌های آگهی گرفته شده و تا حدودی فضای بازار آرام‌تر شده است.

مومنی در پاسخ به این سوال که آیا الان فرصت مناسبی برای خرید

این روزها شیوع ویروس کرونا بسیاری از کسب و کارها را تحت‌الشعاع قرار داده و به این مشاغل زیان وارد کرده است. بازار خودرو هم که تا یک ماه پیش شاهد اوج‌گیری قیمت‌ها بود، این روزها با کاهش نسبی قیمت‌ها مواجه بود، اما همچنان بسیاری از افراد برای خرید خودرو تردید دارند. البته این تردید تا حدودی نیز به شیوع ویروس کرونا مربوط می‌شود. رئیس اتحادیه نمایشگاه‌داران خودرو معتقد است که کرونا قیمت خودرو را پایین آورده، اما کسی جرات خرید خودرو ندارد.

به گزارش خودروبانک و به نقل از گسترش نیوز، سعید مومتمنی رئیس اتحادیه نمایشگاه‌داران خودرو درخصوص وضعیت بازار خودرو اظهار داشت: شیوع ویروس کرونا بر بازار خودرو تاثیرگذار بوده و از ابتدای اسفندماه روند قیمتی خودرو کاهش‌ی بوده، اما می‌توان گفت تقریباً هیچ تقاضایی برای خرید خودرو در بازار وجود ندارد. این نکته را نیز باید گفت که در بازار فعلی خریدار است که قیمت را تعیین می‌کند نه فروشنده، بنابراین می‌توان گفت که بازار خودرو با شیوع ویروس کرونا در رکود سنگینی به سر می‌برد.

بدهی ۱۰ هزار میلیاردی خودروسازها به قطعه‌سازان

با مشکلات جدی مواجه شده است. در کنار شیوع این بیماری، مسائل مربوط به نقدینگی و سرمایه‌های سرگردان به شدت به این حوزه فشار وارد کرده است. ادامه داد: خودروسازان ۱۰ هزار میلیارد تومان به قطعه‌سازان مطالبات دارند که چندی پیش هیأت دولت تسهیلاتی را برای خودروسازان در نظر گرفت تا آنها نیز مطالبات قطعه‌سازان را بپردازند، این تسهیلات در کمیسیون صنایع و معادن مجلس مصوب و صورتجلسه شد، اما بانک مرکزی اعلام کرد که باید این صورتجلسه در شورای پول و اعتبار نیز تصویب شود.

رغیانی با بیان اینکه ۱۰ هزار میلیارد تومان به شورای پول و اعتبار رفت و

کم‌فروشی در پمپ بنزین‌ها را گزارش دهید

بعضا دیده شده که در برخی از جایگاه‌ها، اپراتورها اقدام به گرفتن پول اضافه بابت سوخت یا ارائه خدمات کرده‌اند که یا پاسخ مثبت گرفته‌اند یا با واکنش منفی مردم مواجه شده‌اند که همین موضوع موجب درگیری‌هایی بین اپراتورها و شهروندان شده است.

در این باره فاطمه کاهی، سخنگوی شرکت ملی پخش فرآورده‌های نفتی به ایسنا، گفت: اگر کسی به اپراتور جایگاه اعتماد ندارد، خواهش ما این است که خودش با رعایت نکات بهداشتی سوخت‌گیری کند. وی افزود: اگر فردی مسئولیت این کار را به جایگاه‌ها سپرد و تخلفی مشاهده کرد، می‌تواند این مساله را به شماره ۰۹۶۲۷ گزارش دهد. مردم بدانند که این موضوع قطعا پیگیری خواهد شد و جای هیچ‌گونه نگرانی نیست.

پس از شیوع ویروس کرونا در کشور و تبدیل شدن پمپ بنزین‌ها به یکی از مراکز انتشار این ویروس، تدبیر شدت تا سوخت‌رسانی فقط توسط اپراتورها انجام شود اما بعضاً شاهد هستیم که برخی از جایگاه‌ها اقدام به کم‌فروشی می‌کنند که این موضوع موجب نارضایتی شهروندان شده است.

به گزارش پایگاه خبری «عصرخودرو» به نقل از ایسنا، کم‌فروشی در برخی از جایگاه‌های سوخت موضوعی است که سال‌هاست آفت این حوزه شده و صدای اعتراض بسیاری از مردم را بلند کرده، اما موضوعی که به تازگی شاهد آن هستیم، تخلفاتی است که برخی از اپراتور جایگاه‌ها هنگام سوخت‌گیری و ارائه خدمات به مردم انجام می‌دهند و به عبارت بهتر از اعتماد مردم و شرایط پیش آمده سوءاستفاده می‌کنند.

تهیه مواد اولیه رادیوداروهای پتیدی بومی شد

محققان دانشگاه خواجه نصرالدین طوسی به دانش فنی مربوط به تهیه ماده اولیه رادیوداروهای پتیدی دست یافتند و از این طریق کشور را از واردات این مواد بی‌نیاز کردند. این محققان تاکنون ۹ ماده اولیه را تولید کردند که برای درمان و تشخیص انواع سرطان‌ها کاربرد دارد و با انجام گرنت پژوهشی با پشتیبانی صندوق حمایت از پژوهشگران و فناوریان معاونت علمی انجام شد. سعید بالایی مجری گرنت پژوهشی که براساس آن به این موفقیت دست پیدا کردند، ارزش یک میلی گرم از این مواد را بین ۳۰۰ تا ۸۰۰ یورو بسته به نوع ماده دانست و گفت: این مواد پیش از این با هزینه‌های بالا به کشور وارد می‌شد. یک بخش از اهمیت این اقدام از نظر کاربرد آن برای تشخیص سرطان و کمک به این بیماران است و همچنین از سویی با این اقدام این دانش در کشور بومی شده است که نشان از سطح بالای علمی آن در کشور دارد.



دریچه

شرکت‌های خلاق به سینما و تلویزیون می‌روند

حتی صادرات آنها وجود دارد، وارد می‌شوند.

جایگاه رفیع معماری ایرانی در جهان

گذشته از صنایع دستی، معماری ایرانی نیز جایگاه بلندمرتبه‌ای در سطح جهان دارد که می‌تواند مورد توجه قرار گرفته و متناسب با استانداردهای روز در سطحی نوین کاربردی‌سازی گردد. بعد از این دو حوزه، تبلیغات را نیز می‌توان با فعالیت‌های نسبتاً قابل توجهی که توسط شرکت‌های خصوصی تبلیغاتی انجام گرفته، جزو صنایع خلاق ایرانی به حساب آورد. درآمدهای حاصل از شرکت‌های تبلیغاتی در مجموع سالانه حدود ۳هزار میلیارد تومان است که این رقم اگرچه در مقایسه با کشورهای خارجی چندان چشمگیر نیست، اما حاکی از ظرفیت‌هایی است که در این حوزه وجود دارد.

ظرفیت‌های بالقوه فعالیت در صنایع خلاق ایرانی

صنعت خلاق ایرانی در حوزه‌هایی مانند مجله، سینما، اینترنت و تلویزیون، ظرفیت‌های بالقوه فراوانی برای فعالیت دارد. این در حالی است که میزان درآمد کشورهای پیشرفته دنیا از این حوزه حدود ۹۰ میلیارد دلار است. در این زمینه می‌توان یکی از علل اصلی کم‌رنگ بودن این حوزه‌ها را فقدان زیرساخت‌های آموزشی مرتبط دانست. با توجه به بازار رو به گسترش سمعی و بصری در کشور و توسعه vod ها، اقبال شرکت‌های خلاق و صنایع فرهنگی به این حوزه افزایش یافته است. از این رو معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری امکانات متنوعی را از جمله، شتابنده‌ها، فضاهای کار اشتراکی و... در اختیار شرکت‌ها و تیم‌های خلاق فعال در این حوزه قرار داده است تا با ارزش‌آفرینی، به توسعه زیست بوم کمک کنند.

در چند سال اخیر با توجه به ورود شرکت‌های دانش‌بنیان به حوزه تولید، فعالیت‌های متنوعی در این زمینه‌ها انجام گرفته که پیش‌بینی می‌شود در بلندمدت بتواند منجر به ایجاد بسترهای لازم برای توسعه صنعت خلاق در ایران شود. به موازات شرکت‌های دانش‌بنیان، شرکت‌های خلاق در همین بازه زمانی کوتاه توانسته‌اند، فعالیت‌های درخشانی انجام دهند. همچنین رشد تصاعدی کسب‌وکارهای استارت‌آپی زمینه را برای توسعه صنایع خلاق ایرانی هموار کرده است. ایجاد استارت‌آپ‌هایی در زمینه تولید و عرضه صنایع دستی و محصولات هنری یکی از دستاوردهایی است که در این حوزه انجام گرفته است.

با توجه به نکات گفته شده می‌توان دریافت که کشور ما علی‌رغم دستاوردهای خیره‌کننده هنور راهکارهای زیادی تا رسیدن به ظرفیت‌های کامل در حوزه صنایع خلاق ایرانی در پیش رو دارد، با این حال این جهش از چند سال پیش آغاز شده و به تدریج راه خود را ادامه می‌دهد. اخیراً با فعالیت بیشتر معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، عرصه جدیدی به روی صنعت خلاق در ایران باز شده که در صورت تشدید این حرکت، پس از مدتی شاهد دستاوردهای مطلوبی در این زمینه خواهیم بود.

صنعت خلاق کشور در یک بازه زمانی کوتاه توانسته است، دستاوردهای قابل توجهی کسب کند، سینما و تلویزیون، از جمله حوزه‌هایی است که دارای ظرفیت بالقوه فراوانی برای فعالیت شرکت‌های خلاق است. به گزارش پایگاه اطلاع‌رسانی بنیاد ملی نخبگان، خلاقیت یکی از ارکان پیشرفت است و مادامی که این رکن در هر زمینه‌ای مدنظر قرار گیرد، سبب پویایی آن خواهد بود. مقوله صنعت نیز از این قاعده مستثنی نیست و اصولاً صنعت فاقد خلاقیت را نمی‌توان صنعتی پایدار دانست. اکثر کشورهای دنیا با توجه به ظرفیت‌های فرهنگی و سطح دانش خود سرفصل‌های ویژه‌ای را برای تحقق صنعت خلاق در نظر گرفته‌اند. در کشور ما نیز اگرچه ظرفیت‌های بسیار زیادی برای رشد صنایع خلاق ایرانی وجود دارد، اما تاکنون به این مهم، آنچنان که باید و شاید، پرداخته نشده است.

ذخایر فرهنگی قابل توجه در کشور

تنوع اقوام ایرانی و پیشینه فرهنگی و هنری ایرانیان دو موردی هستند که قبل از هر موضوع دیگری می‌توانند به رشد صنایع خلاق در ایران کمک کنند. از یک سو اقوام ایرانی نظیر ترکمن، کرد، لر، بلوچ و ... هر کدام دارای فرهنگ خاص خود هستند که این فرهنگ می‌تواند به عنوان خاستگاه تولید محصولات صنعتی خلاق مورد مطالعه و تجاری‌سازی قرار گیرد. از سوی دیگر ایرانیان همواره طی قرون متمادی نزد مردم جهان به عنوان مردمانی اهل فرهنگ و هنر شناخته شده‌اند، نمونه‌هایی از این گزاره را می‌توان در آثار تاریخی به جامانده از دوره‌های پیشین در قالب‌های معماری، صنایع دستی، لوازم زینتی و ... به وضوح مشاهده کرد.

صنایع دستی یکی از ظرفیت‌های بسیار خوب صنعت خلاق در ایران است که متأسفانه سیاست‌گذاری کلان قابل توجهی درباره آن صورت نگرفته است، به جد می‌توان گفت آن دسته از صنایع دستی که می‌توان آنها را در زمره صنایع خلاق ایرانی به حساب آورد، عمدتاً توسط کارگاه‌های سنتی و خانگی ساخته می‌شوند. این مسئله اگرچه باعث حفظ کیفیت صنعت خلاق ایرانی شده است، اما پایین بودن سطح تولیدات سبب شده تا عمده محصولات تولیدی در داخل کشور به مصرف برسد و فرصتی برای عرضه آنها در بازارهای بین‌المللی وجود نداشته باشد.

نقش دولت در توسعه صنایع فرهنگی

به نظر می‌رسد نقش دولت در توسعه صنایع خلاق ایرانی را می‌توان به طور کلی در دو بخش مورد توجه قرار داد. بخش اول آن دسته از رسالت‌ها است که به صورت ایجابی سبب توسعه صنعت خلاق در ایران می‌شود که تحقق این رسالت‌ها منجر به تقویت صنایع خلاق در ایران و شکوفایی استعدادهای مرتبط خواهد شد. بخش دوم نیز ناظر به رسالت‌هایی است که به صورت سلبی بوده و از ورود صنایع خلاق کاذب به داخل جلوگیری می‌کند؛ منظور از صنایع خلاق کاذب آن دسته از صنایع خلاق است که توسط کشورهای دیگر تولید می‌شود و با وجود اینکه در داخل کشور توانمندی‌های لازم برای تولید و

حمایت از رشد و ارتقای کسب و کارهای تحلیل داده‌های زیستی

کسب‌وکارهای داده‌های زیستی در دنیا با سرعت در حال گسترش هستند.

مرکز فناوری‌های همگرا معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری برای پیشرفت این حوزه در کشور دست به کار شده است و اقدامات حمایتی برای

رشد و ارتقای کسب و کارهای این حوزه انجام می‌دهد. به گزارش پایگاه اطلاع‌رسانی بنیاد ملی نخبگان، نسل جدید توالی‌یابی (NGS)، به مجموعه فناوری‌هایی گفته می‌شود که می‌توانند حجم زیادی از DNA را در مدت زمانی کوتاه و با هزینه کم توالی‌یابی کنند. زنجیره ارزش نسل جدید توالی‌یابی (NGS) شامل سه بخش کلیدی تولید داده شامل دستگاه‌ها، کیت‌ها و مواد مصرفی، پایگاه داده و تحلیل داده است. این کسب و کارها در دنیا با سرعت در حال توسعه هستند. پس با توجه به اهمیت این حوزه برای کشور مرکز راهبردی فناوری‌های همگرا معاونت علمی و فناوری در این حوزه اقداماتی را انجام داده است

تا حرکت در مسیر پیشرفت آن با سرعت بیشتری انجام شود. انتشار فراخوان حمایت از کسب‌وکارهای داده‌های زیستی نخستین اقدام این مرکز در این حوزه است. در این فراخوان که با همکاری ستاد توسعه زیست‌فناوری معاونت علمی و

مرکز همکاری‌های تحول و پیشرفت منتشر شد، ۲۰ طرح شرکت کردند، از این تعداد هشت طرح (گروه ثبت‌نام‌کننده) به جلسه داوری حضوری دعوت شدند و مورد ارزیابی قرار گرفتند و در نهایت پنج طرح دارای شرایط لازم برای حمایت

اعلام شد. همچنین بر اساس این ارزیابی پیشنهادهایی برای نوع حمایت از آنها ارائه شد. هم‌اکنون سه گروه حاصل از این فراخوان، با حمایت‌ها و پیگیری مرکز راهبردی فناوری‌های همگرا معاونت علمی فعالیت‌های خود را دنبال می‌کنند و در حال توسعه محصول و کسب‌وکار خود هستند. همچنین کمک به تولید و تجاری‌سازی کیت cell free DNA برای نخستین بار در کشور اقدام دیگری از مرکز همگرا است که با تلاش‌های صورت‌گرفته در شرکت روزه تکنولوژی و با حمایت‌های مرکز، این کیت تولید شده و آزمون‌های تأیید کیفیت آن در یکی از آزمایشگاه‌های ژنتیک پزشکی

انجام شده است. این شرکت در حال حاضر تعدادی از این کیت را وارد بازار کرده است و بنا دارد در سال آینده و با حمایت‌های بیشتر مرکز راهبردی فناوری همگرا حجم تولید و فروش خود را افزایش دهد.



راه حل‌های فناورانه به یاری بنگاه‌های صنعتی آمد

مقاومت برشی لایه پلیمری کف دستکش و حرارتی با استفاده از فناوری نانو است. علاقه‌مندان می‌توانند به طور رایگان در این چالش شرکت کنند و از تسهیلات حمایتی و اعتبار شبکه آزمایشگاهی در مرحله اول و جایزه نقدی بهره‌مند شوند.

همچنین برگزیدگان نهایی این چالش برای توسعه فناوری و تجاری‌سازی طرح و نمونه‌های اولیه خود تا مرحله تولید انبوه فرصت همکاری با شرکت بوفالو دارند. مهلت ارسال طرح تا ۲۵ اسفندماه سال جاری است و اردیبهشت ماه ۹۹ داوری نخست طرح‌ها انجام و در تیرماه نیز طرح برتر اعلام می‌شود. همچنین مسابقه طراحی و ساخت اسباب‌بازی‌های خلاقانه نانو، فرآورده‌های دارویی، مکمل، آرایشی و بهداشتی نوین؛ به ویژه مبتنی بر نانوفناوری، فراخوان حمایت از طرح: در حوزه توسعه کاربردهای فناوری الکترونیک چاپی در منسوجات هوشمند، کاهش میزان گوگرد در سوخت مورد استفاده صنعت دریایی و شناورها،

ساخت برچسب ایمنی و محافظ چندمنظوره برای شیشه و پنجره و ایجاد خواص خودتمیزشوندگی و ضدالکتریسته ساکن در سطح پنل‌های خورشیدی برخی از چالش‌های در جریان هستند.

برگزاری چالش‌های فناوری و نوآوری (آی چلنج) اقدامی است که با حمایت ستاد توسعه فناوری نانو معاونت علمی انجام می‌شود و در آن راه حل‌های فناورانه برای حل مشکلات بنگاه‌های صنعتی یا توسعه خدمات و محصولات نوآورانه ارائه می‌شود. پس غلبه بر مشکلات فناورانه با استفاده

از توانمندی نیروی متخصص در این مسابقه و رقابت رخ می‌دهد. در حال حاضر در ادامه برگزاری چالش‌های نوآوری دو چالش باز مطرح است که پژوهشگران می‌توانند برای رفع آن با اقدامات فناورانه اقدام کنند. فراخوان‌های مرتبط به چالش‌ها منتشر شده است تا پلتفرمی برای توسعه نوآوری باز در بنگاه‌های صنعتی باشد. پژوهشگران و فناوران ایرانی برای رفع مشکلات فنی این بنگاه‌ها می‌توانند طرح‌ها و ایده‌های خود را ارائه دهند. چالش‌های نوآوری «بالا بردن مقاومت لایه پلیمری در مقابل حرارت در دستکش‌های ایمنی و محافظ» و «افزایش مقاومت برشی لایه‌های

پلیمری در دستکش ایمنی» این دو چالش باز هستند. در این چالش‌ها چالش شرکت بوفالو به عنوان تولیدکننده تخصصی پوشاک و محصولات ایمنی کار با همکاری ستاد توسعه فناوری نانو معاونت علمی به دنبال توسعه راهکارها و روش‌هایی برای بالا بردن





توانمندی های تخصصی اقتصاد دیجیتال افزایش می یابد

اقتصادی که روزهای اوج خود را در دنیا سپری می کند نیازمند ایجاد زیرساخت هایی است که بتواند ادامه حیات دهد و جانشین خوبی برای اقتصاد سنتی دنیا شود. ایران هم از کشورهایی است که به سمت بازار اقتصاد دیجیتال حرکت کرده است و برای توسعه یافتگی خود به ایجاد زیرساخت های ملی و بین المللی نیاز دارد. روزی که اقتصاد دیجیتال در دنیا پا گرفت، خیلی از کشورها الفبای آن را هم نمی دانستند؛ اما این اقتصاد پرشتاب بدون توجه به سنت ها و محاسبات کهن قدیمی، راه خود را با شتابی دو چندان پیش گرفت و همه گیر شد. همه گیری که به ایران هم سرایت کرد و چند سالی است میهمان ناخوانده اقتصاد نفتی کشورمان شده است. آمدن هر مفهوم جدید و نوینی در دنیای امروز را به فال نیک می گیریم، اما برای ماندگاری این مفاهیم جدید نیاز داریم که زیرساخت ها و ظرفیت های توسعه آن را هم فراهم کنیم.

یادداشت



با تولید محصولات مورد نیاز مقابله با ویروس

فناوران «پردیس» به کمپین #کرونا_را_شکست می دهیم پیوستند

۱۷ شرکت عضو پارک فناوری پردیس معاونت علمی محصولاتی برای مقابله با شیوع ویروس کرونا و کمک به درمان بیماران مبتلا به این ویروس تولید می کنند. از این میان دو شرکت «حنان طب پارس» و «بیوژن فارمد» امکان تولید کیت تشخیص ویروس کرونا را دارند. به گزارش پایگاه اطلاع رسانی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، بعد از شیوع ویروس کرونا در سطح جهان و تأیید رسمی آن در ایران و ابتدای روزافزون مردم به این بیماری، شرکت های دانش بنیان و فناور حوزه سلامت و فناوری اطلاعات شروع به تولید یا افزایش ظرفیت تولید محصولاتی برای مقابله با شیوع ویروس کرونا و کمک به درمان بیماران مبتلا به این ویروس تولید می کنند. از این میان دو شرکت «حنان طب پارس» و «بیوژن فارمد» امکان تولید کیت تشخیص ویروس کرونا را دارند. به گزارش مرکز ارتباطات و اطلاع رسانی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، بعد از شیوع ویروس کرونا در سطح جهان و تأیید رسمی آن در ایران و ابتدای روزافزون مردم به این بیماری، شرکت های دانش بنیان و فناور حوزه سلامت و فناوری اطلاعات شروع به تولید یا افزایش ظرفیت تولید محصولاتی برای مقابله با شیوع این ویروس کردند. براساس سنجش های اولیه انجام شده، ۱۷ شرکت عضو پارک فناوری پردیس معاونت علمی و فناوری امکان تولید محصولات با چهار عملکرد «پیشگیری»، «تشخیص»، «درمان» و «مطالعات پژوهشی» دارند. در حوزه تشخیص، شرکت «حنان طب پارس»، فاز پژوهشی تولید «کیت تشخیص ویروس کرونا Corona Virus Rapid Test» را طی کرده و به زودی این محصول وارد بازار خواهد شد. شرکت «بیوژن فارمد» نیز در حال تولید «کیت تشخیص ویروس کرونا PCR» است که در آیندهای نزدیک وارد بازار خواهد شد.

شرکت «بنیان سلامت کسری» در حال تولید «ژل»، «سپری» و «محلول ضدعفونی کننده دست» بر پایه بنزآلکونیوم کلراید و پروپیلن گلیکول (گروپت) است. همچنین «سانش خوراکی»، «ویال خوراکی» و «کپسول های تقویت کننده سیستم ایمنی بدن» تولید شرکت زیست تخمیر شامل: لاکتوسر، فمی لاکت، فمی لاکت توپلاس، کیسیدی لاکت، روژویت در حال حاضر در

در قالب یک پژوهش و با تأکید بر طرح های کمیته امداد بررسی شد

کم و کاست طرح های مشاغل خانگی

خاص خود هستند. از این رو باید راهبردهایی را برگزید که به دنبال چیره شدن بر نقاط ضعف طرح ها و یافتن فرصت های جدید باشند. آنگونه که محمدرضا محبوبی، محقق و دانشیار گروه ترویج و آموزش کشاورزی دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی گرگان و همکارانش در این تحقیق می گویند: «مهم ترین نقطه قوت چنین طرح هایی، استفاده از نیروی کار سایر اعضای خانواده و ایجاد زمینه کار خانوادگی است. در مقابل، مهم ترین نقطه ضعف آنها، ناکافی بودن اطلاعات و مهارت های فنی و تخصصی مددجویان جهت راه اندازی کسب و کار است.» به گفته این متخصصان، «مهم ترین فرصت درخصوص چنین طرح های کسب و کاری شامل فراهم بودن زمینه برخورداری از آموزش های رایگان فنی و حرفه ای است و مهم ترین تهدید نیز به واردات بی رویه محصولات مشابه با قیمت کمتر مربوط می شود.»

در این تحقیق، به منظور بهبود وضعیت طرح های کسب و کار کمیته امداد، پیشنهاداتی نیز به شرح زیر ارائه شده اند:

- تأمین و تدارک حمایت های مالی و اعتباری کمیته امداد از طریق وام های کم بهره در مراحل اولیه ایجاد کسب و کار و حل مشکل کمبود نقدینگی برای توسعه کسب و کار
- ساماندهی بازارهای محلی توسط کمیته امداد و حمایت از تولیدات کسب و کارهای خانگی و حذف دلالتان در چرخه بازاریابی محصول
- برنامه ریزی برای شناسایی ظرفیت ها و قابلیت های هر یک از مناطق استان درباره ساماندهی کسب و کارهای خانگی
- پیش بینی و اجرای برنامه های ترویجی و آموزشی با هدف ارتقای دانش، بینش و مهارت اعضای خانواده های روستایی و افزایش روحیه کارآفرینی در بین مددجویان
- برنامه ریزی محصولات تولیدی مددجویان و فراهم کردن زمینه مؤثر برای حضور کارآفرینان مشاغل خانگی در نمایشگاه ها برای عرضه محصولات تولیدی خود
- توسعه انواع پوشش های بیمه ای برای مددجویان فعال در واحدهای اقتصادی با هدف حمایت و بقای آنها در زمان رکود بازار
- توسعه حمایت های دولتی در زمینه بازاریابی و بازاریابی برای عرضه محصولات مشاغل خانگی

طرح های کسب و کار خانگی، باوجود فرصت مفتعی که برای کاهش درصد بیکاری در جامعه به وجود می آورند، اغلب با کاستی هایی مواجه هستند. محققان کشور با تمرکز بر طرح های ارائه شده در کمیته امداد، به بررسی این کاستی ها پرداخته اند. به گزارش ایستنا، ایران با وجود داشتن جمعیتی هوشمند و مستعد در کنار منابع طبیعی فراوان، تولید ناخالص پائینی دارد و نسبت قابل توجهی از نیروهای جوان و تحصیل کرده اش از نعمت اشتغال محرومند. یکی از راه های مقابله با بیکاری و کاهش آن، خوداشتغالی است. خوداشتغالی فعالیت بخش خصوصی و غیررسمی اقتصاد است که می تواند تأثیر زیادی در کاهش بیکاری داشته باشد.

بهنظر، تحقق این امر، دستگاه های حمایتی سعی دارند تا با فراهم آوردن زمینه اشتغال برای افراد تحت پوشش، امکان خودکفایی آنها را فراهم کنند که در این میان کمیته امداد به عنوان گسترده ترین دستگاه حمایتی در چارچوب طرح اشتغال و خودکفایی این هدف را دنبال می کند. ازجمله فعالیت های این نهاد، تشویق به ایجاد کسب و کارهای خرد و خانگی است که مجموعه فعالیت های تولیدی، خدماتی و با اقتصادی را دربرمی گیرد و با شرایط و ضوابط مشخص به صورت انفرادی، خانوادگی و جمعی برای ایجاد یا توسعه اشتغال و خودکفایی مددجویان از طریق پرداخت تسهیلات مالی اجرا می شود. در ایران با رغم تمام مزیت ها و قابلیت های متنوعی که برای طرح های اشتغال زای کمیته امداد در نظر گرفته شده اما این طرح ها در رسیدن به اهداف تعیین شده با مشکلاتی از قبیل دگرگونی سیاست های دولت و به کارگیری سیاست های سلیقه ای، ناسالم بودن محیط کسب و کار، بی ثباتی مدیران و کارفرمایان دولتی و وجود قوانین نامناسب غیرحمایتی، مواجه هستند که بایستی به دقت مورد توجه قرار گیرند. برای بررسی بیشتر این موضوع، گروهی از محققان کشور از دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی گرگان یک مطالعه علمی پژوهشی را انجام داده اند که در آن به آسیب شناسی طرح کسب و کارهای خرد و خانگی کمیته امداد پرداخته شده است. در این پژوهش کاربردی، ۲۲۱ نفر از مددجویان کمیته امداد در طرح های اشتغال زای کشاورزی، دامپروری و صنایع دستی استان گلستان مشارکت داشته و با استفاده از پرسشنامه، داده های مورد نیاز پژوهشگران را فراهم آورده اند. بررسی های این پژوهش نشان می دهند که طرح های اشتغال زای کمیته امداد، دارای نقاط ضعف، نقاط قوت و فرصت های



تولید بنیاد خیریه بیل و ملیندا گیتس

نگار / مترجم: امیر آل علی

می شود که این کیت ها تا چند روز آینده در اختیار عموم قرار گیرد. نکته جالب دیگر این است که بیل گیتس در سال ۲۰۱۷ به اهمیت فعالیت در زمینه بیماری های واگیردار و آماده بودن برای آن اشاره کرده بود. تحت این شرایط باید دید که اقدامات آتی برای کنترل و درمان سریع این ویروس چه خواهد بود.

منبع: businessinsider.com

بیمارستان مراجعه کرده اند، در این مکان مبتلا سوب می شود. همچنین تلاش برای کاهش نیازهای این موضوع محسوب می شود. در رابطه با ی ۱۳۶ و مرگ ۱۸ نفر اشاره کرد که باعث شده طراری کند. با توجه به تأمین بودجه، پیش بینی

تولیدات یک شرکت دانش بنیان به چندین کشور دنیا صادر شد

فناوری بالا نام برد و افزود: کشورهای آمریکا، چین و تایوان نیز در رده میانی تولیدکنندگان اصلی این گونه ماشین آلات هستند.

این فعال فناور به موضوع صادرات اشاره و بیان کرد: تولیدات این شرکت به

کشورهای ارمنستان، رومانی، لهستان، روسیه و بسیاری از کشورهای عربی منطقه صادر شده است.

مدیرعامل شرکت دانش بنیان «فراز گامان سامانه های هوشمند» گفت: مقام معظم رهبری همواره بر کمک و حمایت از تولیدکنندگان داخل تأکید دارند ولی متأسفانه برخی از مدیران ترجیح می دهند که این قبیل محصولات را از دیگر کشورهای تولیدکننده با قیمت بسیار بالا خریداری کنند.

هوسپیان همچنین از مدیران و مسئولین کشور درخواست کرد جلوی ورود غیرقانونی این قبیل تجهیزات به کشور را بگیرد و نیز

خواستار حضور بیشتر شرکت های تولیدکننده داخلی در مناقصات کشور شد. به گفته وی تا پیش از این حدود ۲۰۰ نفر در این شرکت مشغول به کار بودند ولی اکنون این میزان به ۱۰۰ نفر کاهش پیدا کرده است.

«ماشین های ابزار» ماشین ها و یا دستگاه هایی هستند که به طور مکانیکی و یا هوشمند و متصل به کامپیوتر کار شکل دهی بر روی قطعات فلزی را انجام می دهند.

یک شرکت دانش بنیان در کشور توانسته است با تولید چندین مدل از ماشین های ابزار علاوه بر اشتغال زایی برای ۱۰۰ نفر به بیش از ۱۰ کشور دنیا صادرات داشته باشد.

آرتور هوسپیان، مدیرعامل شرکت دانش بنیان «فراز گامان سامانه های هوشمند» درباره نوع فعالیت و تولیدات این شرکت گفت: این شرکت در زمینه طراحی و تولید چندین مدل ماشین ابزار، ماشین مخصوص، اجزا ماشین، اتوماسیون و قطعه و قالب مشغول به فعالیت است.

این فعال فناور ادامه داد: متأسفانه نمونه مشابه این محصولات به صورت غیرقانونی و قاچاق وارد کشور می شود ضمن اینکه این محصولات به صورت کار کرده و یا دست دوم با عمر بالای ۲۰ سال هستند که به کشور وارد می شود.

وی از کشورهای آلمان و ژاپن به عنوان کشورهای سازنده اصلی با سطح



تحریم رشد فناوری را رونق بخشد

معاونت علمی این گونه توضیح داد: بین تصمیم گرفتن برای تأسیس شرکت و ثبت کردن آن، حدود ۹ ماه طول کشید. تقریباً همزمان با ثبت شرکت، درخواست عضویت در پارک فناوری پردیس معاونت علمی را دادیم و بعد از طی مراحل، در مرداد سال ۱۳۹۳ در پارک مستقر شدیم.

به گفته این فعال فناور، امکاناتی مانند معافیت مالیاتی و حمایت هایی که معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری فراهم آورده است، باعث شد ما تصمیم به استقرار در پارک فناوری پردیس بگیریم. در ابتدا موانعی بود که باعث سخت شدن ورود ما به پارک می شد، مانند دور بودن مسیر، ولی با توجه به مزایای حضور در پارک، تصمیم به حضور در آن گرفتیم و در حال حاضر حدود پنج سال است که در پارک مستقریم.

مدیرعامل شرکت سنا برق توان در مورد میزان اشتغال زایی این شرکت، اظهار داشت: شرکت ما برای حدود ۳۵ نفر، اشتغال مستقیم و برای نفرتا بسیار دیگری هم اشتغال غیرمستقیم ایجاد کرده است.

شرکت سنا برق توان یکی از شرکت ها و استارت آپ هایی است که با حمایت معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، در پارک فناوری پردیس معاونت علمی مستقر شده است، مدیرعامل این شرکت می گوید، به خاطر تحریم ها

رشد این شرکت ۱۰ برابر شده است. شرکت فنی و مهندسی سنا برق توان با هدف طراحی، ساخت و تولید کلیه ادوات مرتبط به کنترل قدرت، با گرد آمدن جمعی از مهندسان و فارغ التحصیلان دانشگاه های شریف، تهران و امیرکبیر، چند سال پیش آغاز به کار کرد.

محمد شمالی، مدیرعامل شرکت در این باره گفت: شرکت سنا برق توان نیازهای اولیه اتوماسیون صنعتی را تولید می کند، مانند درایو و منبع تغذیه سوئیچینگ، در صورتی که توانایی اش را داشته باشیم به حوزه های دیگر این صنعت نیز ورود می کنیم. سال ۱۳۹۱ تحقیقاتی برای آغاز به کار شرکت انجام داده و یک سال

بعد آن را تأسیس کردیم. اولین محصول تولیدی ما درایو الکتریکی بود. به خاطر مزایای پارک عضو آن شدیم شمالی درباره نحوه ورود شرکت سنابرق توان به پارک فناوری پردیس



کارگاه برندینگ

بی ام و نخستین شاسی بلند الکتریکی اش را به آمریکا نخواهد برد

به قلم: سبین آکین کارشناس کب و کار ترجمه: علی آل علی

برند بی ام و در طول سال‌های اخیر سرمایه‌گذاری گسترده‌ای بر روی تولید خودروهای الکتریکی انجام داده است. نخستین خودروی شاسی‌بلند این غول آلمانی به نام IX۳ پس از رونمایی برای تولید انبوه و فروش در نقاط مختلف جهان آماده شده بود. نکته مهم در این میان اعلام رسمی برند بی ام و مبنی بر عدم تمایل به فروش این محصول در بازار ایالات متحده است، با این حساب IX۳ فقط در بازار اروپا و چین به فروش خواهد رسید. این اعلام نظر رسمی پس از مدت‌ها مذاکره برای فروش رسمی این محصول در بازار ایالات متحده روی داده است. تا پیش از این‌برند آلمانی امکان عرضه محصول موردنظر در بازار آمریکا را رد نکرده بود.

مدل خودروی IX۳ در سال ۲۰۱۸ رونمایی شد. این خودرو نخستین مدل از شاسی‌بلندهای برقی بی ام و است بنابراین تلاش شرکت آلمانی برای فروش سراسری محصولش طبیعی به نظر می‌رسد. نکته مهم در این میان عدم آمادگی شرایط لازم برای استفاده از خودروهای تمام برقی در بسیاری از کشورهای جهان است، با این حساب بی ام و تصمیم به عرضه اختصاصی محصولش در بازار اروپا و چین کرد. شاسی‌بلند برقی بی ام و براساس مدل موفق X۳ طراحی شده است. موتور اصلی IX۳ دارای ظرفیت ۷۴ کیلو وات است. به این ترتیب با یک بار شارژ امکان پیمایش مسیر ۲۷۲ مایلی وجود خواهد داشت. نکته جالب ماجرا محبوبیت بسیار زیاد خودروهای X۳ در بازار ایالات متحده است، با این حساب عدم عرضه نمونه الکتریکی برای بسیاری از مشتریان این کشور عجیب خواهد بود.

هدف اصلی بی ام و از اختصاص عرضه خودروی IX۳ طراحی یک خودروی دیگر به طور اختصاصی برای بازار ایالات متحده

است. بازار آمریکا دومین بازار مهم برای بی ام و محسوب می‌شود.

این نکته در کنار افزایش فعالیت دیگر برندها برای کسب سود بیشتر در بازار آمریکا موجب احساس نگرانی مسئولان بی ام و شده

است. شرکت مرسدس بنز اخیرا از طرح یک خودروی شاسی‌بلند اختصاصی برای بازار ایالات متحده رونمایی کرده است. به این

ترتیب جایگاه سایر خودروسازهای آلمانی در این بازار به شدت تهدید شده است. اقدام بی ام و در کنار سایر غول‌های خودروسازی

آلمان مبنی بر طراحی نسخه‌های ویژه برای بازار آمریکای شمالی در پاسخ به اقدام برند بنز صورت گرفته است.

منبع: theverge.com

عکاسی در فضا اقدام جدید شیانومی

به قلم: ریکی مان نویسنده حوزه تکنولوژی و بازاریابی مترجم: امیر آل علی

برند چینی شیانومی در جدیدترین اقدام تبلیغاتی خود برای گوشی ۱۰ Mi pro اقدامی بی‌سابقه را انجام داده است. آنها این دستگاه ۱۰۸ مگاپیکسلی را با یک ماهواره به فضا فرستادند تا قدرت فیلمبرداری و تصویربرداری آن را به رخ همگان بکشند. این کلیپ در چند روز اخیر در صفحه رسمی توئیتر این شرکت و کانال یوتیوب منتشر شده است که با واکنش‌های مثبت بسیاری همراه بوده و جزییات بالای تصاویر همه افراد را متعجب کرده است. اگرچه این گوشی در کشور چین عرضه شده است، با این حال به خاطر شیوع رکونا برای عرضه جهانی آن باید دو هفته صبر کنیم. با توجه به این اقدام بی‌سابقه و بسیار جذاب، پیش‌بینی‌ها حاکی از آن است که میزان استقبال از این محصول بسیار زیاد خواهد بود، با این حال هنوز هم یکسری نگرانی‌ها نسبت به این سری گوشی‌ها- با لنز چندگانه و قدرت زوم بسیار بالا وجود دارد و برخی از افراد بر این باور هستند که این مسئله می‌تواند تهدیدی برای حریم شخصی افراد باشد. واقعیت این است که پیشرفت دوربین‌های تلفن همراه در مسیری قرار دارد که حتی می‌توان طی دو سال آینده، آنها را رقیبی جدی برای دوربین‌های عکاسی تخصصی و حرفه‌ای نظیر DSLR دانست. نکته دیگری که وجود دارد، نظر جالب برخی از افراد بوده است. درواقع به عقیده برخی از افراد و متخصصین این حوزه، امکان فیلمبرداری از سطح زمین با دوربین گوشی فراهم نبوده و نتیجه کار به این کیفیتی که به نمایش گذاشته شده است، نخواهد بود. به همین خاطر احتمال دارد که در این تبلیغ اغراق نیز شده باشد. درواقع تا زمان عرضه جهانی این محصول و تست نشدن کیفیت دوربین آن، نمی‌توان به اطمینان دست پیدا کرد.

منبع: gsmarena.com



بررسی ۴ بخش اساسی در بازاریابی دیجیتال

مهم‌ترین بخش‌های بازاریابی دیجیتال کدامند؟



موجود در تمام صفحات سایتمان است. بسیاری از برندها اطلاعات سایت‌شان شامل آدرس و تلفن تماس با برندها را به‌روز رسانی نمی‌کنند. نتیجه این امر کاهش علاقه مخاطب هدف برای بازدید از سایت موردنظر است. وقتی کاربران تمایل کمتری به مشاهده محتوای یک سایت داشته باشند، الگوریتم گوگل به سرعت رتبه آن را کاهش خواهد داد. همین امر موجب اعتراض برخی از برندها مبنی بر بی‌برنامگی گوگل در رتبه‌بندی به سایت‌هاست. نکته مهم در این میان عدم برنامه‌ریزی گوگل برای اعطای رتبه‌های برتر به صورت طولانی مدت به برندهاست بنابراین ما باید به طور مداوم در تلاش برای کسب رتبه‌های برتر باشیم. در غیر این صورت به زودی با مشکلات زیادی در زمینه تعامل با مخاطب هدف مواجه خواهیم شد.

آگاهی از نحوه فعالیت کاربران محلی در زمینه جست‌وجوی محتوای موردنیازشان اهمیت بسیار زیادی برای بازاریابی تاثیرگذار دارد. اگر ما در این زمینه توانایی مناسبی نداشته باشیم، وضعیت کسب و کارمان بحرانی خواهد شد. مشتریان پیش از خرید همیشه مایل به مشاهده برندهای برتر در زمینه تولید محصول موردنظرشان هستند. اغلب ما وقتی یک موضوع را در گوگل جست‌وجو می‌کنیم، حوصله مراجعه به صفحه دوم را نداریم. به همین خاطر حضور در صفحه اول جست‌وجوهای کاربران ضروری خواهد بود.

وقتی ما در زمینه کسب و کار محلی فعالیت داریم، باید ماهیت محلی فعالیت‌مان به خوبی برای مخاطب هدف قابل مشاهده باشد. برخی از برندها در این زمینه از پسوند شهر موردنظر برای نام‌شان استفاده می‌کنند. به این ترتیب کاربران امکان آگاهی از ماهیت فعالیت محلی کسب و کار موردنظر را خواهند داشت. توصیه من در این بخش استفاده از یک آلمان محلی خاص برای شناسایی سریع کسب و کارمان از سوی افراد محلی است. به این ترتیب ما شانس بیشتری برای جلب‌نظر مخاطب هدف محلی در مقایسه با سایر برندها خواهیم داشت.

۴. توجه به بازاریابی ایمیلی

بازاریابی ایمیلی در طول دهه‌های متمادی از سوی برندها برای تبدیل توجه مخاطب هدف به فروش و سود بیشتر مورد استفاده قرار گرفته است. بسیاری از برندها در این زمینه تجربه موفق دارند. همین امر اعتبار بازاریابی ایمیلی را حفظ کرده است. شاید هیچ الگوی بازاریابی تا به این اندازه ثبات نداشته باشد. بنا بر آنچه بیان شد، بازاریابی ایمیلی، برخلاف اظهارنظر برخی از کارشناس‌ها، هنوز هم شیوه‌ای معتبر برای جلب نظر مخاطب هدف محسوب می‌شود.

نکته مهم در زمینه بازاریابی ایمیلی توجه به سطح متفاوت مشتریان در زمینه خرید از برندگان است. برخی از مشتریان آشنایی قبلی با برند و محصولات ما دارند. تمایل بیشتر این دسته از مشتریان برای خرید محصولات ما بیشتر خواهد بود. اگر ما قصد موفقیت در حوزه بازاریابی ایمیلی را داریم، باید نسبت به شخصی‌سازی محتوای تولیدی برای مخاطب اقدام کنیم. این امر شامل دسته‌بندی مخاطب هدف در گروه‌های مختلف براساس سطح آمادگی‌شان برای خرید از ماست. نتیجه این امر امکان تعامل بهتر با مخاطب هدف خواهد بود.

امروزه بهترین راهکار برای جلب نظر مخاطب هدف از طریق بازاریابی تاثیرگذار توجه به سامانه‌های بازاریابی خودکار است. چنین نرم‌افزارهایی امکان مدیریت کمپین‌ها در کمترین زمان ممکن را فراهم می‌کند. بی‌شک استفاده از نرم‌افزارهای مدیریت خودکار کمپین‌های بازاریابی نیازمند صرف مقدار هزینه مشخص است. اگر شما در زمینه پرداخت هزینه موردنظر تردید دارید، باید به مزیت‌های چنین نرم‌افزارهایی توجه کنید. مهم‌ترین مزیت چنین نرم‌افزارهایی استفاده از هوش مصنوعی است. این امر امکان مدیریت بهینه کمپین‌های بازاریابی را فراهم خواهد کرد. امروزه بسیاری از برندها توانایی تحلیل حجم وسیعی از اطلاعات را ندارند. به همین خاطر همیشه در خطر جا ماندن از ترندهای برتر و واگذاری عرصه رقابت با دیگر برندها هستند.

یکی از نکات جالب درباره نسل جدید هوش مصنوعی در نرم‌افزارهای مدیریت کمپین‌های بازاریابی، امکان شخصی‌سازی محتوا براساس سلیقه هر کدام از مخاطب‌هاست. به این ترتیب نرم‌افزارهای موردنظر به طور خودکار سلیقه هر کاربر را مورد ارزیابی قرار می‌دهند. نتیجه این امر در قالب گزارش‌های کاربردی در اختیار برندها قرار می‌گیرد.

ایمیل‌های بازاریابی ما برای جلب نظر مخاطب هدف باید دارای هدف مشخصی باشد. بسیاری از برندها نسبت به انتقال یک پیام یا انگیزه کافی برای عملی خاص به مخاطب هدف مشکل دارند. اگر کمپین بازاریابی ما فاقد قدرت تحریک مخاطب هدف باشد، تمام هزینه‌های ما بی‌جهت خواهد ماند.

براساس گزارش موسسه فارستر در زمینه بازاریابی ایمیلی، برندهای فعال در زمینه پاسخگویی به ایمیل‌های مخاطب هدف به طور میانگین ۳۵درصد فروش بیشتر را تجربه می‌کنند. نکته مهم در زمینه پاسخگویی به مخاطب هدف از طریق سرویس‌های ایمیل برای تعامل بیشتر با وی افزایش خواهد یافت. در غیر این صورت شاید ما هرگز زمان کافی برای تعامل با مخاطب هدف را به دست نیاوریم. امروزه ابزارهای بسیار زیادی برای یادگیری نکات تازه در زمینه بازاریابی دیجیتال وجود دارد. بسیاری از برندها سرمایه‌گذاری هنگفتی در این زمینه انجام می‌دهند. اگر برند شما نیز علاقه‌مند به بازاریابی دیجیتال به گونه‌ای تاثیرگذار است، باید نسبت به اجرای نکات مورد بحث در این مقاله اقدام کنید. نکته مهم استفاده از تمام بخش‌های فرآیند بازاریابی مورد بحث در این مقاله به طور همزمان است. فقط در این صورت امکان مشاهده نتیجه مثبت امور فراهم می‌شود.

منبع: smallbusinessbonfire.com

مخاطب هدف به منظور تعامل بیشتر با ماست. برخی از برندها فقط به فروش بیشتر فکر می‌کنند. این امر مشکلات بسیار زیادی برای آنها ایجاد خواهد کرد. اگر ما مشتریان وفادار یا علاقه‌مند به برندگان نداشته باشیم، باید به طور مداوم در تلاش برای جلب نظر مخاطب هدف تازه باشیم. این امر بخش قابل توجهی از بودجه ما را صرف خواهد کرد.

تولید محتوای کاربردی در زمینه بازاریابی نیازمند آشنایی با تکنیک‌های مدیریت سئو است. ما هرچه شناخت بهتری از حوزه کسب و کارمان داشته باشیم، مهارت‌مان در زمینه مدیریت سئو افزایش خواهد یافت. این موضوع اهمیت بسیار زیادی در حوزه بازاریابی دارد. به همین خاطر در بخشی مجزا به بررسی آن خواهیم پرداخت.

۲. تبلیغات پولی در شبکه‌های اجتماعی

شبکه‌های اجتماعی کار برندها در زمینه بازاریابی تاثیرگذار را ساده کرده‌اند. هیچ وقت در طول تاریخ کسب و کار دسترسی به حجم وسیعی از مخاطب هدف در سراسر دنیا تا این حد ساده نبوده است. مزیت اصلی شبکه‌های اجتماعی نیز همین نکته است. امروزه بسیاری از برندها در شبکه‌های اجتماعی دارای حساب کاربری رسمی هستند. این امر موجب رقابت شدیدی در حوزه‌های مختلف کسب و کار شده است بنابراین برندها شرایط دشواری برای جلب نظر مخاطب هدف دارند. وقتی رقابت در حوزه تبلیغات و بازاریابی در شبکه‌های اجتماعی بالا بگیرد، تلاش تیم‌های فنی پلتفرم‌ها برای کسب سود طبیعی خواهد بود. اغلب شبکه‌های اجتماعی نیز هدف تبلیغ‌تان نسبت به شخصی‌سازی هزینه اجازه توسعه تبلیغات به برندها می‌دهند. این امر شامل نمایش تبلیغات به صورت انبوه به مخاطب هدف است.

هر برندی در زمینه بازاریابی دیجیتال باید استفاده از آپشن‌های تبلیغاتی شبکه‌های اجتماعی را مدنظر داشته باشد. نکته مهم در این میان انتخاب شبکه‌های اجتماعی مناسب برای فعالیت برندگان است. برخی از شرکت‌ها به اشتباه در تمام پلتفرم‌های اجتماعی موجود فعالیت می‌کنند. این امر موجب افزایش دغدغه‌های آنها و بودجه موردنیاز برای تبلیغات می‌شود. توصیه من در این بخش تلاش برای تعیین یک یا دو پلتفرم مناسب به منظور بازاریابی و تبلیغات تاثیرگذار است. این امر علاوه بر نتیجه‌بخشی بهتر موجب کاهش اتلاف بودجه‌مان نیز خواهد شد.

بزرگ‌ترین شبکه اجتماعی در دنیای کنونی فیس‌بوک است. تبلیغات پولی در این پلتفرم باید با دو هدف اصلی دنبال شود. هدف نخست افزایش ترافیک سایت رسمی برند و هدف دوم تعامل بهتر با مخاطب هدف خواهد بود. این امر به طور خودکار سایر بخش‌های کسب و کارمان را نیز تقویت خواهد کرد. اطمینان از تمایل مخاطب هدف برای مراجعه به سایت رسمی برند اهمیت بسیار زیادی دارد. برخی از برندها نسبت به این مسئله توجه کافی ندارند. بدون تردید ما امکان بیان تمام نکات در تبلیغ فیس‌بوکی‌مان را نداریم. بنابراین باید مخاطب را نسبت به حضور در سایت رسمی‌مان آماده کنیم. این امر موجب تعامل بیشتر مخاطب هدف با برند ما و تمایلش برای خرید بیشتر خواهد شد. امروزه اغلب برندهای بزرگ با استفاده از همین شیوه موفق به جذب مشتریان ثابت می‌شوند.

ما برای دستیابی به هدف نخست‌مان در زمینه افزایش ترافیک سایت رسمی باید از وجود لینک صحیح در تبلیغ‌مان مطمئن شویم. گاهی اوقات برندها لینک ناقص یا خرابی برای تبلیغات‌شان در نظر می‌گیرند. این امر مخاطب را به شدت دلسرد خواهد کرد بنابراین همیشه پیش از بارگذاری رسمی تبلیغ‌تان نسبت به ارزیابی‌اش اقدام کنید. این امر وقوع اشتباهات احتمالی را کاهش خواهد داد.

یکی دیگر از راهکارهای افزایش توجه کاربران به برندگان در شبکه‌های اجتماعی همکاری با اینفلوئنسر‌هاست. این امر هزینه نسبتاً بیشتری در مقایسه با تبلیغات پولی در شبکه‌های اجتماعی دارد. مزیت اصلی همکاری با اینفلوئنسر‌ها امکان بهره‌مندی از اعتماد کاربران به آنها برای افزایش توجه به برندگان است. امروزه بسیاری از برندها برای تولید محصولات مناسب مورد بی‌توجهی مخاطب هدف قرار می‌گیرند. اگر ما به دنبال جلب نظر مخاطب هدف هستیم، باید فعالیت در عرصه تبلیغات و بازاریابی را مدنظر داشته باشیم. در غیر این صورت به هیچ‌وجه امکان توسعه کسب و کار و کسب موفقیت بیشتر در نخواهیم داشت.

۳. بهره‌مندی از مدیریت سئو محلی

هیچ راهکار مشخصی برای ارتقای وضعیت سایتمان در موتورهای جست‌وجو وجود ندارد. هر برند براساس ماهیت و ویژگی‌های خود باید اقدام به استفاده از تکنیک‌های مدیریت سئو متفاوتی کند. حوزه مدیریت سئو همیشه به خاطر نوسان‌های مداومش مورد انتقاد قرار داشته است. این امر ناشی از تغییر ترندهای مورد علاقه کاربران به طور مداوم است. بنابراین شاید فعالیت در حوزه مدیریت سئو نسبت به سایر بخش‌های کسب و کار دشواری بیشتر داشته باشد. تنها راهکار مناسب در این میان جهت‌گیری به سوی مدیریت سئو محلی است. وقتی از مدیریت سئو محلی صحبت می‌کنیم، پرسش‌های بسیار زیادی درباره ماهیت آن پیش می‌آید. به راستی معنای مدیریت سئو محلی چیست؟ امروزه بسیاری از کسب و کارها در مقیاس‌های محلی فعالیت دارند. این امر آنها را نسبت به فعالیت بازاریابی و تبلیغات جهانی بی‌نیاز می‌سازد. مسئله مشابهی در حوزه مدیریت سئو وجود دارد. یک کسب و کار محلی نیازی به حضور در جمع ۱۰۰ سایت نخست کسب و کارش در جهان ندارد. نکته مهم برای چنین برندهایی کسب رتبه‌های برتر در جست‌وجوی کاربران محلی است. به این ترتیب ما تعریف نسبتاً مشخصی از مدیریت سئو در مقیاس محلی خواهیم داشت. نخستین گام در راستای مدیریت سئو محلی اطمینان از به‌روز بودن اطلاعات

به قلم: آلبرت بادآلیان کارشناس بازاریابی دیجیتال ترجمه: علی آل علی

امروزه اغلب بازاریاب‌ها برای استفاده از الگوی بازاریابی دیجیتال سرمایه‌گذاری بسیار زیادی انجام می‌دهند. هر ساله آمارهای بسیار زیادی از هزینه برندها در زمینه بازاریابی و تبلیغات منتشر می‌شود. این آمارها به خوبی بیانگر اهمیت بازاریابی و به ویژه الگوی دیجیتال در دنیای کنونی است. بدون تردید الگوهای بازاریابی بسیار زیادی در اختیار برندها قرار دارد. دلیل انتخاب الگوی دیجیتال تاثیرگذاری بالای آن بر روی موفقیت برندها برای جلب نظر مخاطب هدف است. توانایی هر برند برای جلب نظر مخاطب هدف رابطه نزدیکی با موفقیت آن در زمینه تعامل سازنده با مخاطب و فروش بیشتر دارد. نکته مهم در این میان شیوه اجرای بازاریابی دیجیتال به صورت کاربردی و همچنین راهکارهای ادامه فعالیت در بازار پر از رقابت کنونی است.

وقتی از بازاریابی دیجیتال صحبت می‌کنیم، فرآیند چند مرحله‌ای را مدنظر داریم. بنابراین تصور بازاریابی دیجیتال به عنوان یک فرآیند تک مرحله‌ای اشتباهه بزرگی خواهد بود. برخی از اجزای مهم در زمینه پیشبرد موفقیت‌آمیز بازاریابی دیجیتال شامل فعالیت در شبکه‌های اجتماعی، مدیریت سئو در مقیاس محلی و بین‌المللی و همینطور توجه به بازاریابی از طریق ایمیل است. اشتباه اصلی برخی از برندها تلاش برای پیشبرد برخی از اهداف بدون توجه به دیگر موضوعات است. به این ترتیب در عمل فرآیند بازاریابی دیجیتال چنین برندهایی ناقص خواهد ماند. ارزیابی وضعیت بازاریابی دیجیتال در نهایت کار دارای اهمیت بسیار زیادی خواهد بود. این امر باید پس از پایان هر کمپین مدنظر بازاریاب‌ها قرار گیرد. در غیر این صورت امکان بهبود تاثیرگذاری کمپین‌های قبلی فراهم نمی‌شود. بهترین راهکار برای موفقیت در بازاریابی دیجیتال تصور آن به عنوان یک سفر همراه با مشتریان است. ما باید تمام تلاش‌مان برای انتقال احساسات مثبت به مخاطب هدف را انجام دهیم. فقط در این صورت امکان تعامل سازنده با آنها و فروش مناسب فراهم خواهد شد.

امروزه بازاریابی پیوند انکارناپذیری با اینترنت دارد. اگر ما در زمینه استفاده از ابزارهای آنلاین مهارت نداشته باشیم، به سرعت از حوزه بازاریابی حذف خواهیم شد، با این حساب مشاهده ماهیت آنلاین اغلب توصیه‌های مندرج در این مقاله جای تعجب نخواهد داشت. در ادامه اجزای مهم فرآیند بازاریابی دیجیتال را مورد بررسی قرار خواهیم داد.

۱. بازاریابی محتوایی

تولید محتوای جذاب برای جلب‌نظر مخاطب هدف اهمیت بسیار زیادی دارد. وقتی ما در تلاش برای تعامل با مخاطب هدف هستیم، باید محتوایی برای بحث داشته باشیم. بسیاری از برندها همیشه به وضعیت تعامل‌شان با مخاطب هدف اعتراض دارند. نکته مهم در اینجا عدم تلاش با برنامه‌ریزی چنین برندهایی برای تولید محتوا به منظور ارتباط با مخاطب است. امروزه هیچ فردی بی‌دلیل نسبت به یک برند علاقه نشان نمی‌دهد. ما باید دلیل مناسبی در اختیار برندها برای توجه به کسب و کارمان قرار دهیم. بازاریابی محتوایی امکان ایجاد میانی مناسبی به منظور تعامل سازنده با مخاطب هدف را فراهم می‌سازد.

براساس مطالعه موسسه Hootsiute در ۹۰درصد از اوقات مشتریان پیش از تصمیم‌گیری درباره خرید یک محصول علاقه‌مند به مطالعه دست‌کم یک محتوا پیرامون آن هستند. این امر نوعی اعتماد به نفس و رضایت از خرید در آنها ایجاد می‌کند. همچنین تولید محتوای کاربردی و موردنیاز مخاطب هدف نقش همی در راهنمایی آنها به سایت رسمی برندگان خواهد داشت. امروزه سایت رسمی اغلب برندها بیش از اندازه خلوت است. این امر به معنای عدم بارگذاری محتوای جذاب یا ارائه اطلاعات کامل درباره برند و همچنین بی‌علاقگی کاربران برای بازدید از آن است.

مشتریان آنلاین در دنیای بازاریابی وضعیت خاصی دارند. اگر مشتریان ساده به مطالعه یک مقاله پیرامون محصولات کفایت می‌کنند، مشتریان آنلاین بین ۳ تا ۵ مقاله پیش از هر خرید مطالعه خواهند کرد. این امر به معنای اطلاعات بسیار بیشتر مشتریان آنلاین در مقایسه با خریدارهای معمولی است بنابراین برندهای آنلاین باید برنامه بسیار پیشرفته‌تری برای تعامل با مخاطب هدف داشته باشند. این امر به خوبی در نحوه فعالیت برندهایی نظیر آمازون قابل مشاهده است. این برندها به خوبی از ماهیت رقابتی عرصه خرده‌فروشی آنلاین- و ضرورت تولید محتوای کاربردی برای جلب و حفظ مخاطب هدف آگاهی دارند بنابراین تمام تلاش‌شان برای استفاده از فرصت‌های پیش رو را انجام می‌دهند.

اغلب مشتریان به دلیل مواجهه با یک یا چند مشکل مشخص به سراغ شما خواهند آمد. بنابراین ما باید به جای تولید محتوای صرفاً جذاب به دنبال ترکیب آن با راهکارهای حل مشکلات مشتریان نیز باشیم. این امر میزان موفقیت برندگان در تعامل با مخاطب هدف را به شدت افزایش خواهد داد. امروزه برندهای مشهور به دلیل موفقیت مداوم در رفع مشکلات مشتریان به جایگاه فعلی‌شان رسیده‌اند بنابراین ما باید از الگوی برندهای موفق تقلید کنیم. این امر مستلزم تلاش برای شناخت نیازهای مشتریان به سریع‌ترین شکل ممکن است. در غیر این صورت رقبا جایی ما را خواهند گرفت. طبیعت عرصه بازاریابی نیازمند شناخت نیاز مخاطب هدف به سریع‌ترین شکل ممکن و تلاش برای تولید محتوا براساس آن است. همین امر برندهای بزرگ را به سوی توسعه هرچه بیشتر بخش توسعه و تحقیقات سوق داده است. به این ترتیب آنها همیشه یک گام از سایر برندها جلوتر هستند. مهم‌ترین نکته در زمینه تولید محتوا بازاریابی شامل تلاش برای جلب نظر

ایستگاه بازاریابی

چگونه مدیریت کمپین‌های بازاریابی را ساده کنیم؟
راهکارهای ساده‌سازی بازاریابی دیجیتال

ترجمه: علی آل علی

بازاریابی دیجیتال برای موفقیت برندها در بازار اهمیت بسیار زیادی دارد. امروزه مردم بیش از هر زمان دیگری به فعالیت در دنیای دیجیتال مشغول هستند. اغلب ما روزمان با دستگاه‌های دیجیتال شروع و به پایان می‌رسد. برندهای مختلف در این میان برای افزایش تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف اقدام به استفاده از شیوه‌های مختلف برای بازاریابی دیجیتال می‌کنند. این امر در نگاه نخست مزیت‌های بسیار زیادی به همراه دارد. وقتی برندها الگوهای مختلفی برای بازاریابی دیجیتال داشته باشند، امکان تعامل بهینه با مخاطب هدف افزایش خواهد یافت. نکته مهم در اینجا ناکامی برخی از برندها در دستیابی به اهداف‌شان است. دلیل اصلی این امر پیچیده‌سازی بیش از حد و بی‌مورد فرآیند بازاریابی دیجیتال است. امروزه ساده‌سازی کمپین‌های بازاریابی دیجیتال اهمیت بسیار زیادی دارد. مخاطب هدف اغلب اصطلاح‌های تخصصی کسب و کارها را نمی‌شناسد. این امر در کنار تلاش برخی از برندها برای استفاده هرچه بیشتر از اصطلاح‌های تخصصی موجب کاهش تاثیرگذاری کمپین‌ها می‌شود. بدون تردید پیچیدگی کمپین‌های بازاریابی محدود به کاربرد اصطلاح‌های خاص نیست. هدف اصلی در این مقاله بررسی راهکارهای ساده‌سازی کمپین‌های بازاریابی دیجیتال است. در فرآیند بحث پیرامون این موضوع برخی از موارد پیچیده‌ساز کمپین‌ها نیز مورد بررسی قرار می‌گیرد.

۱. استفاده از ابزارهای مدیریت بازاریابی

استفاده از ابزارهای مدیریت هوشمند بازاریابی برای افزایش کیفیت محتوای برندهمان اهمیت دارد. بسیاری از برندها در زمینه مدیریت محتوای بازاریابی پس از تولید دشواری بسیار زیادی دارند. این امر حتی موجب بروز برخی نگرانی‌ها در میان برندهای بزرگ شده است. راهکار مشکل موردنظر استفاده از نرم‌افزارهای مدیریت کمپین است. مزیت اصلی چنین نرم‌افزارهایی استفاده از نسل جدید هوش مصنوعی است. به این ترتیب برندها فرصت کافی برای ساماندهی خودکار فعالیت‌های مهم بازاریابی را خواهند داشت. یکی از چالش‌های اصلی هر برند در حوزه بازاریابی مربوط به رسیدگی به جزئیات بازاریابی است. این امر شامل پاسخگویی به کامنت‌های کاربران و ارزیابی میزان تاثیرگذاری کمپین موردنظر است. با استفاده از نرم‌افزارهای مدیریت بازاریابی ما به ساده‌ترین شکل ممکن کمپین‌هایمان را مدیریت خواهیم کرد. همچنین زمان کافی برای رسیدگی به امور مهم‌تر کسب و کارمان را پیدا می‌کنیم.

۲. ارزیابی مداوم وضعیت کمپین

وقتی ما تلاشی برای ارزیابی کمپین‌هایمان انجام ندهیم، شانس‌مان برای بهبود تدریجی کیفیت محتوای بازاریابی‌مان کاهش خواهد یافت. بسیاری از برندها در عمل هزینه بسیار زیادی برای بازاریابی انجام می‌دهند، اما همیشه نتایج ضعیفی به دست می‌آورند. اگر شما نیز چنین تجربه‌ای دارید، شاید زمان تلاش برای ارزیابی کمپین‌های قبلی و استفاده از نتیجه آنها در کمپین‌های بعدی فرا رسیده باشد. امروزه بسیاری از برندها از انگوی بازاریابی مبتنی بر پلتفرم‌های مختلف استفاده می‌کنند. این شیوه در نگاه نخست مزیت‌های بسیار زیادی برای برندها دارد. دسترسی به دامنه وسیعی از مخاطب هدف همیشه گزینه جذابی محسوب می‌شود. واقعیت ماجرا اما تفاوت بسیار زیادی با ذهنیت برندها دارد. محصولات برند ما در عمل فقط برای بخشی از مشتریان حاضر در یک بازار مهم دارد بنابراین تلاش برای حضور در شبکه‌های اجتماعی مختلف فقط هزینه‌های بازاریابی‌مان را افزایش خواهد داد. راهکار بهتر مبتنی بر تمرکز بر روی یک پلتفرم مشخص خواهد بود. به این ترتیب ما رابطه بهتری با مخاطب هدفمان خواهیم داشت.

۳. اتکای کمپین بر سایت رسمی برند

اگر شما توانایی کنترل تمام بخش‌های کمپین‌تان را نداشته باشید، فرآیند بازاریابی‌تان به شدت دشوار خواهد شد. برخی از برندها برای توسعه هرچه بیشتر محتوای بازاریابی‌شان اقدام به همکاری با طرف‌های ثالث می‌کنند. این امر شامل همکاری تبلیغاتی با سلبی‌ریتی‌ها یا اینفلوئنسرهاست. نکته مهم در این زمینه دشواری ارزیابی وضعیت کمپین در صورت همکاری با طرف‌های ثالث است. توصیه اساسی من در این بخش استفاده از سایت یا وبلاگ رسمی برندهمان برای انتشار محتوای بازاریابی است. سپس در صورت نیاز امکان همکاری با طرف‌های ثالث را نیز خواهیم داشت. ارزیابی کمپین‌ها بدون دسترسی به اطلاعات معتبر امکان‌پذیر نیست. توصیه بعدی من درباره استفاده از اطلاعات سایت رسمی برندهمان برای بهبود وضعیت بازاریابی است. این امر اهمیت بسیار زیادی دارد. ما در نهایت باید از اطلاعات یک منبع مشخص برای ارزیابی مداوم وضعیت کمپین‌مان استفاده کنیم. بدون تردید دسترسی مداوم به طرف‌های ثالث امکان‌پذیر نیست بنابراین راهکار نهایی استفاده از اطلاعات سایت‌مان برای ارزیابی وضعیت خواهد بود. مزیت اصلی این شیوه ساده‌سازی حداکثری فرآیند ارزیابی کمپین‌های بازاریابی دیجیتال است.

۴. زمان‌بندی بازرگانی پست

مدیریت مداوم کسب و کار برای بسیاری از بازاریاب‌ها بدل به دغدغه‌ای مهم شده است. اغلب برندها در مسیر رقابت سنگین با دیگر کسب و کارها وقت چندانی برای توجه به بازرگانی مداوم پست در شبکه‌های اجتماعی ندارند. نتیجه این امر کاهش انگیزه مخاطب هدف برای تعامل با آنهاست. راهکار مدنظر من در این بخش شامل زمان‌بندی دقیق برای بازرگانی است. متخوات ما امکان تنظیم من برای متن یک پست از مدت‌ها قبل و سپس بازرگانی در بازه زمانی مناسب را داریم. به این ترتیب امکان استفاده از زمان‌های مرده روز فراهم می‌شود. اگر شما در زمینه ایجاد زمان مناسب برای بازرگانی محتوای بازاریابی با مشکل مواجه هستید، استفاده از نرم‌افزارهای بازاریابی ایده مناسبی خواهد بود. چنین نرم‌افزارهایی پس از پیش بازرگانی پست در زمان مقرر آن را به طور عمومی بازرگانی می‌کنند. مزیت این شیوه عدم نیاز به نگرانی پیرامون وضعیت کمپین‌هاست. این تکنیک یکی از گزینه‌های مورد علاقه برندها برای ساده‌سازی مدیریت کمپین‌های بازاریابی محسوب می‌شود.

۵. شخصی‌سازی مخاطب هدف

گروهبندی مخاطب هدف به دسته‌های مختلف نقش مهمی در ساده‌سازی فرآیند بازاریابی دارد. وقتی ما یک نوع محتوای مشخص برای تمام مخاطب‌های برندهمان تولید کنیم، میزان تعامل به حد مطلوب نخواهد رسید. برندها باید تفاوت سلیقه‌های مشتریان‌شان را به رسمیت بشناسند. فقط در این صورت امکان جلب نظر آنها فراهم می‌شود. چالش اصلی در زمینه دسته‌بندی مشتریان مربوط به شناسایی سلیقه‌های مختلف است. بهترین راهکار در این زمینه نظرخواهی مستقیم از مشتریان خواهد بود. امروزه شبکه‌های اجتماعی نظیر اینستاگرام ابزارهای نظرسنجی مناسبی دارند بنابراین ما محدودیتی برای آگاهی از سلیقه‌های متفاوت مشتریان نخواهیم داشت.

۶. استفاده دوباره از محتوای برندهمان

اغلب محتوای بازاریابی قدیمی در صورت به‌روز رسانی مناسب با اطلاعات جدید امکان استفاده دوباره خواهد داشت. این امر هزینه بازاریابی دیجیتال را به شدت کاهش می‌دهد. نکته مهم در این شیوه استفاده از اطلاعات مناسب برای به‌روز رسانی محتوای‌مان است. ما در حقیقت باید به دنبال شناسایی نقاط ضعف محتوای‌مان پس از گذشت زمان باشیم. به این ترتیب به‌روز رسانی کمپین‌های قدیمی هیچ دشواری نخواهد داشت.

منبع: azbigmedia.com



تجربه آنها برای بهبود وضعیت کسب و کارمان را خواهیم داشت.

ایجاد اصلاحات کاربردی در سایت رسمی سایت به منظور تعامل بهتر با مخاطب هدف حیاتی است. بسیاری از برندها دارای سایت‌های نامناسب هستند. این امر شامل سرعت پایین بارگذاری صفحات، محتوای غیرمرتبط و در نهایت عدم به‌روز رسانی محتوای سایت است. اگر ما در تلاش برای رقابت موثر در بازار کسب و کار هستیم، باید نگاهی متفاوت به سایت رسمی برندهمان داشته باشیم. امروزه فضای آنلاین نقش مهمی در سرنوشت برندها ایفا می‌کند بنابراین اگر یک برند توانایی لازم برای استفاده از امکانات آنلاین در دست‌ش را نداشته باشد، در رقابت با دیگر برندها جا خواهد ماند.

بهبود وضعیت سایت بخشی از فرآیند به‌روز رسانی سیستم ارتباطی شرکت محسوب می‌شود. امروزه ما باید ارتباط نزدیک و باکیفیتی با مشتریان داشته باشیم. انتظارات مشتریان در طول یک دهه گذشته به طور مداوم افزایش پیدا کرده است. هرچه توانایی ما در زمینه ارائه خدمات باکیفیت به مشتریان بیشتر باشد، شانس‌مان برای افزایش فروش بیشتر خواهد شد.

اگر شما در زمینه خرده‌فروشی فعالیت دارید، سایت رسمی شما باید اطلاعات مناسبی در اختیار مشتریان برای مقایسه محصولات و خرید ساده داشته باشد. بهترین نمونه در این زمینه سایت آمازون است. برخی از کاربران فقط برای اطلاع از مشخصات و کیفیت محصولات اقدام به بازدید از سایت آمازون می‌کنند. این امر نقش مهمی در توسعه کسب و کار این برند در طول دهه‌های گذشته داشته است.

۳. استفاده از نظرات مشتریان پیشین

استفاده از نظرات مشتریان برندهمان برای ترغیب خریدارهای تازه ضروری است. ما همیشه امکان استفاده از نقطه نظرات مشتریان قدیمی برای بهبود خدمات‌مان را داریم. بدون تردید هیچ برندی در زمینه فروش کامل نیست. به همین خاطر ما نیاز مداوم برای به‌روز رسانی خدمات‌مان خواهیم داشت. راه‌اندازی بخشی در سایت رسمی برند برای رفع مشکلات مشتریان اهمیت دارد. بی‌تردید بسیاری از مشتریان دارای مشکلات یکسانی در زمینه محصولات ما هستند. این امر راه‌اندازی بخشی در سایت برای پاسخگویی به مشکلات مشتریان را منطقی‌تر جلوه می‌دهد. به این ترتیب ما به جای پاسخگویی چند باره به مشکلات یکسان مشتریان، یک بار برای همیشه مشکل موردنظر را مورد بررسی قرار خواهیم داد، با این کار دیگر زمان ما و مشتریان هدر نخواهد رفت.

تلاش برای بهبود خدمات برند از طریق تجربه قبلی تعامل با مشتریان اهمیت بسیار زیادی دارد. متأسفانه برخی از برندها هرگز به مشکلات‌شان در زمینه فروش محصولات توجه ندارند. به همین خاطر همیشه در یک سطح مشخصی از فروش قرار دارند. شاید اوضاع از این هم بدتر شود. مشتریان با تجربه خدمات نامناسب از سوی برخی برندها به سرعت اقدام به اظهارنظر منفی درباره آنها در فضای آنلاین خواهند کرد. این امر شهرت منفی برای شرکت‌های موردنظر ایجاد می‌کند. امروزه در دنیای کسب و کار هیچ کاری سخت‌تر از تلاش برای تغییر شهرت نامناسب برندها وجود ندارد.

۴. بهبود وضعیت بصری و توضیحات جانبی محصولات

مشتریان وقتی توانایی خیال‌پردازی درباره استفاده از محصولات را داشته باشند، انگیزه بیشتری برای خرید پیدا خواهند کرد. وظیفه برند ما در این میان فراهم ساختن شرایط مناسب برای مشتریان به منظور تصور استفاده از محصولات‌مان است. این امر از طریق فراهم‌سازی محتوای بصری باکیفیت درباره محصولات‌مان فراهم خواهد شد.

امروزه اغلب مشتریان برای مشاهده محصولات برندها اقدام به جست‌وجو در اینترنت می‌کنند بنابراین ما باید فعالیت مناسبی در فضای آنلاین برای نمایش محصولات‌مان داشته باشیم. اغلب مشتریان پس از خرید آنلاین نسبت به شکل و اندازه محصولات شکایت ندارند. این امر امروزه بروز مشکلاتی در زمینه ارتباط برند با مشتریان می‌شود. راهکار این امر بسیار ساده است: درج مشخصات ظاهری محصول در سایت رسمی برند. نکته مهم در اینجا درج مشخصات محصولات از سوی برندها در اغلب موارد است بنابراین چرا هنوز هم مشتریان از تفاوت میان ایده‌شان از محصول موردنظر و جلوه واقعی آن شکایت دارند؟ این نکته مربوط به فعالیت نامناسب برندها در زمینه نمایش تصاویر محصولات است. ما باید تصاویر محصولات را بدون ویرایش سنگین و در وضعیت طبیعی بازرگانی کنیم. این امر مشکلات بعدی مشتریان پیرامون جلوه محصولات و نارضایتی از آن را کاهش می‌دهد.

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

هرچه توانایی برندها برای تقویت انگیزه مشتریان به منظور خرید کالا و خدمات

بیشتر باشد، شانس‌شان برای موفقیت در حوزه کسب و کار و افزایش فروش افزایش خواهد یافت. تمام برندها در حوزه‌های مختلف کسب و کار به طور مداوم در تلاش برای یافتن راهکارهای تازه به منظور افزایش فروش‌شان هستند. این امر در بازار رقابتی کنونی ارتباط تنگاتنگی با ادامه فعالیت کسب و کارها دارد. بسیاری از شرکت‌ها به دلیل ناکامی در زمینه ترغیب مخاطب هدف به خرید با شکست و حتی ورشکستگی مواجه می‌شوند. ما در بازار کسب و کار همیشه با رقبای متعدد مواجه هستیم بنابراین اگر به موقع شیوه‌های فروش‌مان را به‌روز رسانی نکنیم، شاید هرگز موفق به ادامه فعالیت در بازار نشویم.

خوشبختانه فناوری‌های دیجیتال که رقابت بیشتر در عرصه کسب و کار ایجاد کرده، توانایی افزایش مهارت فروش برندها را نیز دارد. به این ترتیب با استفاده درست از فناوری‌های نوین امکان افزایش سطح فروش برندهمان تا حد زیادی فراهم خواهد شد. بدون تردید اغلب کارآفرینان زمان و فرصت کافی برای توسعه کسب و کار را ندارند. این امر نیاز به استفاده از توصیه‌های کارشناسی را افزایش می‌دهد. بدون تردید باید راهکارهایی برای توسعه سطح فروش برندها وجود داشته باشد، با این حال اغلب شرکت‌ها وقت و فرصت کافی برای یافتن چنین راهکارهایی را ندارند. ما در این مقاله اقدام به بررسی شش راهکار مناسب برای فروش هرچه بیشتر برندها خواهیم کرد. نکته مهم در این میان کاربست همزمان تمام توصیه‌های مورد بحث در این مقاله است. به این ترتیب ما فرصت مناسب برای تاثیرگذاری بر روی مشتریان را خواهیم داشت. در ادامه به بررسی توصیه‌های کاربردی در این عرصه خواهیم پرداخت.

۱. استفاده از اطلاعات معتبر برای ارزیابی عملکرد مشتریان

پیش از اقدام برای اصلاح شیوه‌های فعالیت برندهمان به منظور دستیابی به موفقیت بیشتر باید نسبت به جمع‌آوری اطلاعات کاربردی اقدام کنیم. این امر اهمیت بسیار زیادی در حوزه کسب و کار دارد. اغلب برندها بدون توجه به سلیقه مشتریان در تلاش برای ترغیب‌شان به سوی خرید هرچه بیشتر هستند. این امر به تنهایی هرگز موجب موفقیت کسب‌وکار ما نخواهد شد. بهترین راهکار برای ارزیابی میزان موفقیت برندها در زمینه گردآوری اطلاعات کاربردی پیرامون مشتریان همکاری با آژانس‌های کسب و کار است. به این ترتیب ما بدون نیاز به راه‌اندازی بخش‌های تخصصی توجه امکان دسترسی به اطلاعات طبقه‌بندی‌شده را خواهیم داشت.

اگر برند شما در تلاش برای راه‌اندازی بخشی ویژه برای ارزیابی مداوم رفتار مشتریان است، باید از یک کارشناس رفتار مشتریان برای ساماندهی مناسب این بخش استفاده کنید. در غیر این صورت احتمال راه‌اندازی بخشی با اهداف متفاوت وجود دارد. بسیاری از اوقات برندها سرمایه‌گذاری مناسبی بر روی شناسایی سلیقه مشتریان انجام می‌دهند، اما در عمل توانایی شناخت درست مشتریان را از دست می‌دهند. این امر به دلیل ناتوانی آنها در زمینه ساماندهی درست بخش ارزیابی رفتار مشتریان صورت می‌گیرد.

اغلب برندها برای دسترسی ساده به اطلاعات بخش ارزیابی رفتار مشتریان به نرم‌افزارهای تحلیلی نیاز دارند. این امر اطلاعات خرید مشتریان و تصحیح کارشناس‌ها بر آن را به طور آنلاین در اختیار مدیران و سایر کارمندان شرکت قرار می‌دهد. این امر در زمینه بازاریابی و طراحی کمپین‌های تبلیغاتی برای ترغیب مشتریان اهمیت دارد. ما باید سلیقه مشتریان و تغییرات مداوم آن را مدنظر داشته باشیم. ایراد برخی از برندها ارزیابی سلیقه مشتریان یک بار برای همیشه است. به این ترتیب آنها توانایی درک تغییرات در سلیقه مشتریان را نخواهند داشت.

۲. ایجاد تحول در سایت برند

برندهای موفق در زمینه کسب سودهای فراوان همیشه راهکارهای ساده‌ای برای مشتریان به منظور خرید ایجاد می‌کنند. این امر نقش مهمی در موفقیت آنها دارد. هرچه مشتریان توانایی خرید ساده‌تری داشته باشند، انگیزه‌شان برای صرف هزینه بالاتر افزایش خواهد یافت. اگر شما در زمینه فروش آنلاین محصولات‌تان فعالیت دارید، باید به دنبال راهکارهایی برای سهولت هرچه بیشتر مشتریان در فرآیند خرید باشید. استفاده از راهکارهای خرده‌فروش‌های بزرگ آنلاین نکته مهمی در این میان محسوب می‌شود. استفاده از فناوری‌های تازه برای سهولت خرید آنلاین مشتریان ابتدا از سوی خرده‌فروشی‌های بزرگ مورد استفاده قرار می‌گیرد. این امر به دلیل ماهیت کسب و کار حرفه‌ای آنان است بنابراین ما توانایی الگوبرداری از

رهبری

تجربیات یک فروشنده بیمه عمر (۴)

فروش بیمه عمر در مهمانی

محمدرضا محمدی

یکی از فرصت‌های عالی برای بیمه کردن افراد مهمانی‌های رسمی و غیررسمی است. اصولا هر جایی که افراد در شرایط آرام قرار بگیرند و نگرانی و اضطراب کمتری داشته باشند امکان بیشتری برای موفقیت شما وجود دارد. یک فروشنده بیمه عمر در هر زمان و هر مکانی می‌تواند به تناسب آن زمان و مکان بیمه عمر بفروشد.

مهمانی‌ها فرصت طلایی هستند. در مهمانی اولاد دوستان و اقوام حضور دارند. یعنی شما به جایی می‌روید که اغلب افراد شما را می‌شناسند. ثانيا گاهی در مهمانی با افراد جدیدی آشنا می‌شوید و کسی شما را به آنها معرفی می‌کند و همین مقدمه‌ای برای اعتمادسازی است. ثالثا افراد در مهمانی‌ها اغلب خوشحال و شاد هستند بنابراین شما باید از این فرصت استفاده و آنها را به بیمه عمر شدن ترغیب کنید.

تجربه من در بیمه عمر کردن افراد در مهمانی‌ها بسیار زیاد است. شما در کار خود چند تا فاکتور را فراموش نکنید:

الف: در جایی حضور پیدا کنید که افراد زیادی هستند
ب: در جایی باشید که افراد شما را تا حدودی می‌شناسند
ج: همیشه در همه جا آرام و صبور باشید
د: هیچ‌گاه در مجالس و مهمانی‌ها رسمی برخورد نکنید
ه: با ادبیت آن محفل و مجلس همراهی داشته باشید
و: به بحث و گفت و گوی مجلس ورود کنید

در یک مهمانی دوستانه که حدود ۳۰ نفر از دوستان قدیم و جدید بودند من توانستم در یک شب ۱۷ نفر را بیمه عمر کنم. شاید باورش کمی سخت باشد که بتوانید به صورت خصوصی و تک به تک در یک مجلس سه ساعته ۱۷ نفر بیمه عمر شوند، اما آن شب اتفاق خوبی افتاد. در میان همه‌همه و شلوغی ناگهان برق‌ها رفت. همه جا تاریک تاریک شد. میزبان بلافاصله اسباب روشنایی را فراهم و از جمله چند تا شمع را روشن کرد. یکی از مهمانان گفت: حالا فرصت خوبی است تا شعر گوش کنیم. دیدم همه سرها به طرف من برگشت. تقریبا دوستان با کتاب‌خوانی و مشاعرهای من آشنا بودند. گفتم یعنی؟ گفتند یعنی بی‌معنی ما مثل بچه آدم اینجا می‌شینیم و شما برای ما مثل یه آقا معلم شعر می‌خوانید. دیدم دیگه بهتر از این نمی‌شه. تربیون مهمانی به دست من افتاد و لاجرم اونها به خواسته خودشون باید ساکت و اروم به حرف‌های من گوش می‌کردند.

به اقتضای مجلس شروع کردم به شعر خوندن. تا اینکه غزلی از حضرت حافظ خوندم. وقتی به این بیت رسیدم:

هنگام تنگدستی در عیش کوش و مستی

کاین کیمیای هستی قارون کند گدا را

یکی از مهمانان که من تازه اون شب با اون آشنا شده بودم رو کرد به من و گفت: امکان دارد درباره این بیت کمی توضیح بدهید برای من همیشه سوال است که چطور می‌شود هنگام تنگدستی به فکر عیش و مستی بود؟ چرا حافظ از این راز به عنوان کیمیای هستی یاد می‌کنه؟ شاید دیگه بهتر از این نمی‌شد. همه چیز آماده بود تا من سخنرانی کنم. کمی درباره اصل مهم رهایی در روانشناسی حرف زدم و اینکه شما هر چقدر رهاتر و آزادتر باشید به خواسته‌تون بهتر می‌رسید و آرام آرام بحث را به مساله بیمه عمر کشاندم و اینکه آدمی می‌تواند در زمان تنگدستی به فکر عیش و مستی هم باشد مشروط به اینکه یا حال درونش خوب باشد یا اینکه کسی حافظ امنیت مالی و جانی او باشد مثل بیمه عمر. منیژه خانم همسر آقای پرسنتویی گفت: ما که از شما بابت بیمه عمر خیلی ممنونیم هر وقت به بیمه عمر خود و آقای جوادخان پرسنتویی و بچه‌ها فکر می‌کنم آرام می‌شم. هیچ چیز مادی مثل بیمه نمی‌تونه آرامش رو وارد زندگی ما آدم‌ها بکنه. اون شب انگار خدا می‌خواست که همه چیز به شکل خوبی پیش بره.

پس از این بحث کوتاه دوباره چند تا شعر از فریدون مشیری و لذت‌های زندگی و امید و خوشبختی خوندم زمانی که از هم خداحافظی می‌کردیم من رضایت ۱۷ نفر را برای بیمه عمر گرفته بودم و طی هفته بعد به همه اونا بیمه عمر فروختم.

این اصل را فراموش نکنید کسانی از شما بیمه عمر می‌خرند که به شما اعتماد داشته باشند. آیا مهمانی‌ها فرصت خوبی برای فروش بیمه عمر نیست؟



نکاتی که کارمندان در دفتر کاری خود باید رعایت کنند



باشید. این امر برای شما بالاترین میزان نتایج را به همراه خواهد داشت. همچنین شما باید به وضعیت نور دفتر کاری خود توجه داشته باشید. برای مثال اگر امکان استفاده بهتر از نور طبیعی وجود دارد، بهتر است تا برای آن برنامه‌ای داشته باشید. بدون شک نور کم، تاثیر بسیار بدی را در بر روی سلامت چشم به همراه خواهد داشت. همچنین توصیه می‌شود که حتی در صورتی که چشمان شما ضعیف نیست، از عینک در هنگام کار با لپ تاپ و گوشی هوشمند خود استفاده کنید. این امر باعث می‌شود تا سلامت چشم شما تا حد زیادی تضمین شود.

۵-آیا به وضعیت تغذیه خود توجهی دارید؟

بدون شک بزرگ‌ترین دارایی هر فرد، سلامت او است. به همین خاطر بسیار مهم است که از آن حفاظت کنید. در این رابطه حتی می‌توان گفت که وضعیت تغذیه، مهم‌ترین بخش محسوب می‌شود. به همین خاطر شما ایدا نباید صرفا خود را به وعده ناهار، محدود کنید. به همین خاطر لازم است تا به دنبال مواد غذایی سالم و مغذی باشید و آن را در دسترس خود قرار دهید. درواقع فعالیت ذهنی باعث می‌شود تا نیاز افراد به انواع مواد غذایی افزایش یابد. در این رابطه بهتر است تا قبل از هرگونه خریدی، با یک مشاور تغذیه صحبت کنید. همچنین وجود یک قهقه، به شما کمک خواهد کرد تا بدون نیاز به ترک مداوم دفتر کار خود، نیاز به آب خود را تامین کنید. این موضوع از نظر مسائل زیست محیطی نیز تاثیرگذار خواهد بود. درواقع اگر بخواهید هر روز از یک بطری یا لیوان یک بار مصرف استفاده کنید، بدون شک حجم استفاده از پلاستیک بسیار زیاد خواهد شد. در نهایت این امر که بیمه شدن، جزو اولویت‌های کاری شما باشد، باعث خواهد شد تا در صورت بروز مشکل، با هزینه‌های درمانی سنگینی مواجه نشوید.

۶-آیا تخته‌ای در دفتر کار شما وجود دارد؟

با توجه به این امر که برنامه روزانه شما، برای فردا کاربردی ندارد، به همین خاطر توصیه می‌شود تا از یک تخته برای نوشتن برنامه خود استفاده کنید. این امر باعث می‌شود تا امکان تغییر سریع آن نیز وجود داشته باشد و دیگر چندین کاغذ مصرف نشود. در نهایت ابعاد بزرگ آنها کمک می‌کند که همواره برنامه روزانه شما یادآوری شود. به همین خاطر ضروری است تا در دفتر کار خود آن را داشته باشید.

۷-آیا از تکنولوژی استفاده می‌کنید؟

با استفاده از تکنولوژی انجام بسیاری از کارها بسیار ساده خواهد بود. برای مثال نرم‌افزار اکسل امکان درج، برنامه‌ریزی و تهیه نمودار را فراهم می‌آورد که باعث می‌شود تا شما بتوانید عملکرد روزانه، هفتگی، ماهانه و حتی سالانه خود را مورد ارزیابی قرار دهید. به همین خاطر ضروری است تا از تمامی تکنولوژی‌های سودمند استفاده کنید. همچنین لازم است تا صدای تلفن همراه خود را غیرفعال کنید تا در هنگام انجام کارها، با موردی مزاحم مواجه نیاشید.

منبع: timedoctor.com.biz

را صرف این اقدامات کنید، بدون شک بسیار خوب خواهد بود و در نهایت این موضوع باعث می‌شود تا دفتر کار شما همواره تمیز باقی بماند. نکته‌ای که باید به آن توجه داشته باشید این است که اگرچه بسیاری از شرکت‌ها فردی را مسئول این اقدام می‌کنند، با این حال هنگامی که حجم کار زیاد باشد، کیفیت آن کاهش پیدا خواهد کرد. به همین خاطر نباید در این رابطه خود را به این اقدام رایج دلخوش کنید. همچنین وجود یک سطل اشغال سرپوشیده، کاملا الزامی خواهد بود.

۳-آیا شرایط برای حفظ سلامتی شما مهیا است؟

نکته‌ای که بسیاری از کارمندان نسبت به آن غافل هستند این است که سلامت آنها باید به صورت کامل تامین شود. این امر در حالی است که مواردی نظیر گردن درد و کمر درد در بین آنها کاملا رایج است. برای این موضوع ضروری است تا در ابتدا به تناسب صفحه مانیتور نسبت به سر خودتان اطمینان حاصل کرده و یک صندلی کاملا راحت و طبی را داشته باشید. در این رابطه حتی اگر شرکت همکاری‌های لازم را انجام نداده است، توصیه می‌شود تا خود در این رابطه اقدام کنید. درواقع یک صندلی باکیفیت، عملا تا زمان بازنشستگی شما کافی خواهد بود. همچنین در صورتی که حتی دیگر فعالیت کاری نداشته باشید، در سنین بالای خود می‌توانید از آن در خانه استفاده کنید. مهم‌ترین ضروری است تا از یک محافظ کمر استفاده کنید. این امر کمک می‌کند تا وضعیت نشستن شما کاملا مناسب باشد و فشار کمی بر ستون فقرات شما وارد شود. در نهایت فراموش نکنید که شما باید از نشستن‌های طولانی فاصله بگیرید. به همین خاطر یک زنگ هشدار در کنار خود داشته باشید. این امر باعث می‌شود تا هر ۴۵ دقیقه، صندلی را رها کرده و چند دقیقه را به تمرین‌های کششی و قدم زدن اختصاص دهید. همچنین فراموش نکنید که شما باید قبل از احساس خستگی، استراحت کنید. این امر باعث می‌شود تا نیاز شما به استراحت به مراتب کمتر باشد. این امر در حالی است که اگر بیش از حد خسته شوید، بدون شک به زمان به مراتب بیشتری برای بازگشت به وضعیت اولیه خود نیاز خواهید داشت. در نهایت با پیگیری سایت‌ها و صفحات مختلف در شبکه‌های اجتماعی که ایده‌های خلاقانه را به اشتراک می‌گذارند، شما می‌توانید با کمترین هزینه، اقدامات به مراتب بهتری را برای حفظ سلامتی خود انجام دهید.

۴-آیا در دفتر کاری شما گل و گیاه وجود دارد؟

شما از رایحه چه گلی لذت می‌برید؟ توصیه می‌شود تا آن را در دفتر کاری خود داشته باشید. درواقع نتایج آخرین تحقیقات حاکی از آن است که گل و گیاهان در روحیه افراد تاثیری معجزه‌آسایی را دارد. خوشبختانه برای این موضوع شما به یک گلدان، کمی آب و فضای مناسب با نیاز به نور گیاه مدنظر خود احتیاج خواهید داشت که کاملا در دسترس خواهد بود، با این حال نکته‌ای که باید به آن توجه داشته باشید این است که توصیه می‌شود تا در این رابطه تنوع نیز داشته

به قلم: آمارا پاپ روزنامه‌نگار

مترجم: امیر آل علی

همواره برخی از نکات کوچک وجود دارد که به علت نادیده گرفته شدن، فضای کاری را به مکانی نامناسب تبدیل می‌کند و همین امر باعث می‌شود تا اشتیاق به کار افراد با کاهشی شدیدی مواجه شود. تحت این شرایط تصور افراد این است که در صورت تغییر شغل خود، همه چیز متفاوت خواهد شد، با این حال واقعیت این است که حتی در صورت انجام این اتفاق، داستانی تکراری را تجربه خواهید کرد. به همین خاطر در این مقاله قصد بیان مواردی را داریم که کارمندان با رعایت آنها در دفتر کار خود، می‌توانند اشتیاق از دست رفته به کار را بازگردانده و سلامتی خود را حفظ کنند. در این راستا به بررسی هفت مورد منتخب خواهیم پرداخت.

۱-آیا دفتر کار شما بیش از حد شلوغ و یا خلوت است؟

نخستین اقدامی که باید انجام دهید این است که نگاهی به دفتر کار خود بیندازید، شما باید به یکی از این دو پاسخ دست پیدا کنید. یا دفتر کار شما بیش از حد شلوغ است و یا کاملا خالی است. در هر دو شرایط شما اشتباه کرده‌اید. درواقع شما باید به نحوی چیدمان را انجام داده باشید که در کوتاه‌ترین زمان ممکن به وسایل مورد نیاز خود دست پیدا کنید. در این رابطه فراموش نکنید که هر فردی باید دفتر کار خود را شخصی‌سازی کند. درواقع تفاوتی ندارد که طرح اولیه چگونه است، شما باید آن را مطابق نیاز خود تغییر دهید. در این رابطه جست‌وجو در اینترنت و مشاهده تصاویر مختلف از دفاتر کاری، می‌تواند شما را به انتخاب بهترین نوع چیدمان، باری کند. همچنین در صورتی که حتی اندکی صدا در دفتر کار شما وجود دارد، لازم است تا از هدفون‌های عایق صدا استفاده کنید. درواقع در کنار تلاش برای کاهش آلودگی‌های تصویری که می‌تواند توجه شما را به سمت خود جلب کند، ضروری است تا نسبت به صداها نیز حساس باشید. خوشبختانه این هدفون‌ها قیمت زیادی نداشته و کاملا کارساز هستند. همچنین توصیه می‌شود تا تنها وسایلی را نگه دارید که الزامی برای حضور آنها وجود دارد.

۲-آیا تجهیزات کافی برای رعایت نکات بهداشتی را در اختیار دارید؟

یکی از آمارهای عجیبی که اعلام شده است این است که صفحه‌های کیبورد و تلفن همراه از دستشویی‌ها نیز کثیف‌تر هستند. همین یک دلیل کافی است تا رعایت نکات بهداشتی کاملا ضروری باشد. در این رابطه شما باید حتما یک پاک‌کننده و ضدعفونی کننده، دستمال و مواد شوینده دست را در کنار خود داشته باشید. فراموش نکنید که در صورت بروز مرضی، شما نه‌تنها برای چند روز از کارها عقب خواهید افتاد، بلکه ممکن است به سادگی و قبل از آنکه علائم بیماری در شما نشان داده شود، آن را به سایر همکاران خود نیز منتقل کنید، به همین خاطر ضروری است تا پیشگیری‌های لازم را انجام دهید. در این رابطه اگر هر روز صبح ۱۰ دقیقه

اخبار

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

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 دستورالعمل‌های زیست محیطی یکی از مهم‌ترین دستورالعملهای هر بنگاه اقتصادی و کارخانه تولیدی است و در واقع دیگر یک اقدام نمایشی نیست، بلکه یک الزام بسیار مهم است. این امر از ابتدا تاکنون در فولاد مبارکه نه‌فقط 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 قطره‌های 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 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 به‌روزرسانی زیرساختها و تجهیزات کنترלקنندهٔ 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 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 سرباره به‌عنوان 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 سرباره را نیز به موازات فعالیتهای علمی و تحقیقاتی خود در این زمینه دنبال کرده است.

به منظور پیشگیری و مبارزه با ویروس کرونا؛

۲ میلیارد تومان وسایل بهداشتی و مواد ضد عفونی میان مددجویان بوشهری توزیع می شود

بوشهر – خبرنگار فرصت امروز: مدیر کل کمیته امداد استان بوشهر از اختصاص ۲ میلیارد تومان جهت تهیه و توزیع وسایل بهداشتی و مواد ضدعفونی در جهت پیشگیری و مبارزه با ویروس کرونا برای مددجویان تحت حمایت این نهاد طی روزه های آینده خبر داد. به گزارش سایت خبری کمیته امداد، احمد لطفی، مدیر کل کمیته امداد استان بوشهر در جمع خبرنگاران به تدابیر اتخاذ شده در این نهاد برای مقابله با شیوع ویروس کرونا اشاره کرد و گفت: برای موفقیت در این کار همه ما تابع سیاست ها و برنامه های ابلاغی از سوی وزارت بهداشت و ستاد ملی مبارزه با کرونا هستیم. مدیر کل کمیته امداد استان بوشهر در ادامه از اختصاص ۲ میلیارد تومان برای تهیه و توزیع پک های بهداشتی و مواد ضدعفونی کنند میان مددجویان سراسر استان خبر داد و افزود: این پک‌های بهداشتی شامل مواد ضد عفونی کننده، ماسک، دستکش، ژل شستشو و سایر مواد ضد عفونی کننده بهداشتی است که با هدف پیشگیری از شیوع کرونا ویروس توزیع می شود. لطفی هدف از این اقدام را رعایت هر چه بیشتر بهداشت فردی و موارد پیشگیرانه عنوان کرد و افزود: این اقلام بهداشتی از روزهای آینده به دو شکل کالا و نقد میان مددجویان توزیع می شود.

وی با تأکید بر لزوم تأمین سلامت مددجویان در کنار تأمین نیازهای معیشتی آنها گفت: آموزش‌های پیشگیری از کرونا برای جامعه هدف کمیته امداد ارائه می شود. مدیر کل کمیته امداد استان بوشهر خاطر نشان کرد: کمک‌های خیرین را برای افزایش کیفیت سلامت و زندگی و نیز تهیه اقلام بهداشتی نظیر ماسک، دستکش، ژل شستشو و مواد ضد عفونی کننده ضروری است.

لطفی یاد آور شد: همچنین تمامی ادارات این استان نسبت به گندزدایی ساختمان های اداری اقدام نمودند و آموزش های لازم به کارکنان جهت پیشگیری از ابتلا به این ویروس داده شده است.

وی گفت: مددجویان می‌توانند با ورود به سایت الکترونیکی e.emdad.ir نسبت به ثبت درخواست خود در موضوعات مطرح‌شده به صورت غیرحضورى اقدام کنند، ضمناً ۲۶ خدمت از طریق این سامانه قابل دریافت است.

آمادگی امور حمل و نقل برای استمرار مقابله با کرونا در برق منطقه ای خوزستان

اهواز – شب‌نیم قجوانند: مدیر امور حمل و نقل شرکت برق منطقه ای خوزستان از آمادگی ماشین آلات ایسن امور برای ضد عفونی کردن مستمر مراکز و ساختمان های اداری شرکت خبر داد. امیر مهمان پذیر گفت: این‌امور در پی شیوع ویروس کرونا‌خود را برای مقابله با آن آماده کرده و همه ماشین آلات و تجهیزات که در اختیار دارد را برای ضد عفونی کردن نقاط مختلف شرکت در حالت آماده باش قرار داده است. وی با بیان اینکه کلیه خودروهای استیجاری و واحدهای اداری امور حمل و

نقل ضد عفونی شده است؛ افزود: تاکنون ساختمان شهدای برق، ساختمان های پنج طبقه و چهار طبقه واحد برق، ساختمان معاونت بهره برداری و انبارهای گلستان ضد عفونی شده است. مدیر امور حمل و نقل شرکت برق منطقه ای خوزستان تصریح کرد: برنامه ریزی جهت ضد عفونی کردن مراکز اداری و اتاق های فرمان نواحی شرق و غرب اهواز انجام شده و به زودی عملیاتی می شود.

مهمان پذیر اضافه کرد: در کنار اقدامات ضد عفونی کردن بخش های مختلف شرکت، تأمین و ارسال دستگاه ها و ماشین آلات مورد نیاز واحدهای شرکت نیز در حال انجام است و وقفه ای در خدمات رسانی صورت نگرفته است.

تأمین اقلام مورد نیاز مقابله با کرونا ویروس توسط اعضای اتاق بازرگانی اصفهان

اصفهان – خبرنگار فرصت امروز: بر اساس تفاهم نامه اتاق بازرگانی و دانشگاه علوم پزشکی اصفهان فعالان اقتصادی عضو اتاق اقدام به تولید اقلام بهداشتی موردنیاز برای جلوگیری از شیوع و مقابله با ویروس کرونا نموده اند. به گزارش روابط عمومی اتاق بازرگانی اصفهان رییس اتاق بازرگانی اصفهان در بازدید ازشرکت دانش بنیان بهپار صنعت سپاهان گفت:واحدهای تولیدی در شرایط کنونی با تمام توان آماده تأمین نیاز جامعه به ماسک و مواد ضد عفونی هستند.

مسعود گلشن‌ریز با اشاره به فعالیت کمیته پیشگیری از شیوع ویروس کرونا در اتاق بازرگانی اصفهان تصریح کرد:بر اساس تفاهم نامه امضا شده با دانشگاه علوم پزشکی، اقلام مورد نیاز مراکز درمانی به همت فعالان اقتصادی تولید و در اختیار این مراکز قرار می گیرد.

مجتبی کاروان، نایب رئیس کمیسیون مسئولیت های اجتماعی و تشکل های اتاق بازرگانی اصفهان نیز گفت:اتاق بازرگانی با هدف متمرکز شدن فعالیت های مسوولیت اجتماعی بنگاه های اقتصادی، کمپین خشت به خشت تا بهشت را سازمان دهی نمود که این کمپین در گام نخست کمک به سیل زدگان سیستان و بلوچستان و در گام دوم کمیته مقابله با شیوع ویروس کرونا را تشکیل داده است.

وی افزود:کمیته مشترک مقابله با شیوع ویروس کرونا در اتاق بازرگانی با همکاری دانشگاه علوم پزشکی اصفهان و تشکلی و یکی از محورهای همکاری تأمین نیازهای درمانی دانشگاه برای مقابله با ویروس کرونا است. نوید نجابتبخش، مدیرعامل شرکت بهپار صنعت سپاهان نیز گفت:این واحد در راستای عمل به مسوولیت اجتماعی ماشین آلات مورد نیاز تولید ماسک را طی یک هفته طراحی و به بهره برداری رسانده است. وی تصریح کرد: این خط تولیدی قادر به تولید روزانه بیش از ۶۰ هزار ماسک بوده در حالیکه امکان در اختیار قرار دادن این فناوری به واحدهای تولیدی نیز وجود دارد.

مدیرعامل شرکت ملی حفاری ایران تصریح کرد:

چرخش مته حفاری در سایه سلامت وایمنی کارکنان



این شرکت با توجه جدی به رعایت مسائل و دستورالعمل های بهداشتی در سلامت و صلابت کامل، انجام وظایف ذاتی خود را با جدیت و پشتکار مثال زدنی دنبال می کنند.

مدیرعامل شرکت ملی حفاری ایران اظهار کرد: دستگاه های حفاری و اردوگاه های پشتیبانی در مناطق عملیاتی سسال ها است که به درمانگاه، پزشک، تکنیسین و تجهیزات پزشکی مجهز می باشند که با شیوع ویروس کرونا نسبت به تقویت و تأمین نیازهای مناطق عملیاتی از نظر امکانات بهداشتی و

اهواز – شب‌نیم قجوانند: مدیرعامل شرکت ملی حفاری ایران تصریح کرد: سلامت و ایمنی کارکنان در اولویت کار است و توجه ویژه به این امر چرخش مته حفاری در مناطق عملیاتی این شرکت را شتاب می بخشد. مهندس سید عبدالله موسوی در هیجدهمین جلسه کمیته مدیریت شرایط اضطراری با محوریت کرونا ویروس افزود: تلاش مدیران و مسئولان این شرکت در نگاه اول رعایت دستورالعمل های سازمان بهداشت و درمان صنعت نفت معطوف به حفظ سلامت کارکنان و افزایش سطح خدمات بهداشتی به منظور پیشگیری از شیوع این بیماری و مقابله با آن است. وی ادامه داد: ضمن تأکید مجدد بر لزوم بکارگیری نکات بهداشت فردی و عمومی در محیط کار، تلاش مضاعف برای پاسخگویی به نیازهای صنعت نفت در انجام به موقع عملیات حفاری چاه های نفت و گاز و ارایه خدمات جانبی صنعت حفاری در راستای حفظ و نگهداشت تولید می باشد.

موسوی با اشاره به نقش این شرکت در فرآیند تولید نفت و گاز، گفت: کار بر روی دکل های حفاری بی وقفه استمرار دارد کما اینکه در دوران هشت سال دفاع مقدس لحظه ای تولید نفت متوقف نشد و در شرایط امروز هم کارکنان سختکوش



مقابله با کرونا گفت: ۱۰ کمیته این ستاد در حوزه‌های مختلف فعال شدند تا خدشهای به روند خدمت‌رسانی به مردم ایجاد نشود. شهردار قم حفظ شادابی و نظافت شهر را مورد توجه قرار داد و افزود: مدیریت پسماند در این شرایط شیوع ویروس بسیار مهم است در عین اینکه در ایام پایانی سال شاهد افزایش چشمگیر تولید پسماند هستیم مدیریت پسماندهای عفونی و انتقال به موقع پسماند شهر به درستی در حال انجام است و مدیریت پسماند در شهر قم دقیقاً مطابق دستورالعمل ابلاغی انجام می‌شود. وی با بیان اینکه شهرداری فراموش نکرده که در نزدیکی سالال جدید قرار داریم و باید شور و نشاط و تازگی به شهر تزریق شود افزود: ما فراموش نکردیم که ماه اسفند است و نزدیک بهار هستیم به همین خاطر شاهد رنگ‌آمیزی گسترده جداول، توسعه فضای سبز، گل آرایی و درختکاری در سطح شهر هستیم.

دکتر سقائیان‌نژاد با اذعان به اینکه برای دانش‌آموزان و خانواده‌ها نیز برنامه‌هایی پیش‌بینی شده تا در منازل اوقات

سرپرست اداره کل منابع طبیعی و آبخیزداری آذربایجان شرقی:

مرکز تحقیقات بازوی علمی جهاد کشاورزی است



طبیعی استان باشیم که امیدواریم اثرات مثبتی داشته باشد و همه همکاران ما علاقمند به همکاری هستند و در سالهای گذشته نیز طرح های مشترکی در بخش منابع طبیعی

شهردار ساری تأکید کرد:

توجه ویژه به حفظ سلامت شهروندان اولویت فعالیت های شهرداری

برنامه ریزی کرده و اقدام نمایند که با تلاش و تدبیر فعالیت های موثری نیز تاکنون داشته اند.

نگاه متفاوت به نوروز ۹۹؛افزایش بهداشت روان جامعه

شهردار ساری با بیان اینکه فضاسازی‌های لازم در حوزه شهری برای استقبال از بهار در حال انجام است، گفت زیباسازی و پیرایش شهری انجام می شود، اما امسال با توجه به شیوع ویروس کرونا در کشور نگاهی متفاوت به برنامه‌های نوروز داریم. وی افزود: مدیریت شهری مصمم است حس امید به زندگی را در مردم تقویت کند تا شرایط مقابله با شیوع ویروس با نشاط اجتماعی و بهداشت روانی بیشتر از پیش فراهم شود.

شهردار مرکز مازندران گفت: تلاش می‌کنیم ضمن انجام مراقبت‌های ویژه، افزایش نظافت شهر، ضدعفونی کردن و اعلام هشدارهای مورد نیاز، از استرس شهروندان بکاهیم و با امید آفرینی ، به مقابله با شیوع این ویروس بپردازیم.

رجبی رسالت شهرداری را ارائه خدمت به شهروندان عنوان کرد و اظهار داشت: به یاری خادوندن تالعه و با همکاری کارکنان مجموعه شهرداری و سازمان های متابع و ایثار جامعه پزشکی ، پرستاران و کادر درمان از این دوران گذار به سلامت عبور خواهیم کرد اما در عین حال اطلاع‌رسانی دقیق و آگاهی بخشی درست از یک‌سو و ترویج روحیه امید و همیاری و برهیز از نگرانی‌های بی‌دلیل، کمک چشمگیری به همه ما در حل مساله است.

فراغت پر شود گفت: سازمان میادین میوه و تره‌بار نیز با توجه به لزوم تأمین اقلام مورد نیاز مردم فعال بوده و خدمات کافی ارائه می‌کند. وی با اشاره به ضدعفونی مستمر ناوگان تاکسیرانی و اتوبوسرانی بیان کرد: نقاط مختلف شهر، ایستگاه‌های اتوبوس، بوستان‌ها، سرویس‌های بهداشتی و امکانات عمومی مستمر ضدعفونی می‌شود.

شهردار قم با تأکید بر افزایش تردد شهروندان به آرامستان بهشت معصومه(س) بیان کرد: در عین رعایت نکات بهداشتی، رعایت مسائل شرعی در دستور کار سازمان آرامستان‌ها است و شرایط کافی فراهم شده تا خدمات لازم ارائه شود.

وی گسترش خدمات الکترونیک شهرداری را مورد توجه قرار داد و افزود: تلاش کردیم این خدمات به گونه‌ای توسعه یابد که مردم شهرداری خود را بدون مراجعه به شهرداری انجام دهند. شهردار قم با اذتکار به اینکه با امید و همکاری می‌توان این بحران را ریشه کن کرد گفت: قم ایستاده است همچنان که هویت قم در ایستادگی و تاب‌آوری بوده امید است این هویت به دیگر شهرها نیز منتقل شده و این مشکل از سر کشور دور شود. وی با تأکید بر اینکه کارگران شهرداری سربازان گمنام مقابله با کرونا هستند افزود: این سربازان گمنام شبی نیست که شهر را نظافت کنند و از فضای سبز نگهداری نکنند تا صبح که مردم بیدار می‌شوند شهر پاکیزه و شاداب باشد و تلاش شده در حد امکان امکانات حفاظتی برای آنها تأمین شود. دکتر سقائیان‌نژاد تصریح کرد: برای غسال‌ها نیز با وجود اینکه لباس‌های حفاظتی ویژه تنیده سنگینی داشت دستورات لازم داده شده تا تهیه شود تا هیچ خطری آنها را در روند خدمت‌رسانی به مردم تهدید نکند.



آینده مشاغل در گذر زمان



بنابر تحقیقات به عمل آمده در کشور، هم‌اکنون در میان لیست‌های مشاغل پردرآمد کشور بیشترین تعداد را مشاغل خدماتی به خود اختصاص داده‌اند؛ این در حالی است که هم‌اکنون مشاغل تولیدی نسبت به دو دهه قبل با روندی نزولی روبه‌روست.

به گزارش گروه تحقیق، تفسیر و پژوهش‌های خبری ایرنا، مشاغل کم و بیش عمری مشخص دارند که در جریان تحولات کار و شغل، دچار تغییر و تحول بسیاری می‌شوند. در دورانی که همه چیز در حال تغییر سریع و روزافزون است؛ برخی از مشاغل به دلیل عدم کارکرد و به عبارتی نبود تقاضا برای آن یا به طور کل از بین می‌روند یا اینکه تغییر شکل داده و کیفی‌تر می‌شوند. از طرف دیگر با ظهور روبات‌ها و کامپیوترهایی با قدرت پردازش بالا، بسیاری از مشاغل یدی و خدماتی به آنها سپرده می‌شود. کارگران کارخانه‌ها با روبات‌های صنعتی، نیروهای خدماتی با روبات‌های نظافتچی، منشی‌های پاسخگوی تلفن با سامانه‌های پاسخگوی هوشمند آنلاین، فروشنده‌گان بلیت با کیوسک‌ها یا سامانه‌های صدور بلیت، معلمان با سامانه‌های چندرسانه‌ای آموزش الکترونیکی و یا جراحان با روبات‌های هوشمند جراح جایگزین می‌شوند.

مشاغل در گذشته، حال و آینده

مشاغل در گذشته بیشتر به صورت موروثی و خانوادگی بود به گونه‌ای که شغل و هویت اجتماعی در هم تنیده شده بودند و نام خانوادگی افراد غالباً براساس پیشه خانوادگی آنها مشخص می‌شد که این موضوع بعد از شکل‌گیری نظام ثبت احوال کشور اتفاق افتاد. از این رو این هویت چندان سیال نبود که به سادگی دستخوش تغییر شود و اغلب چند نسل هم عهده‌دار پیشه و شغل سلف خود بودند، با این رویکرد پایداری و ثبات یکی از مهم‌ترین خصوصیات مشاغل گذشته بود و افراد شاغل در این نوع مشاغل، به نوعی ضمانت شغلی داشتند که به دلیل این پایداری مسئله تغییر شغل هم کمتر مطرح بود. اما به گواه کارشناسان بسیاری از مشاغل امروز و حتی آینده ناپایدار هستند، چراکه پیشرفت‌ها و تحولات سریع اجتماعی و تکنولوژیکی باعث حذف یا تغییر سریع ماهیت مشاغل آینده شده و میزان وابستگی مشاغل

در آینده به کامپیوترها و روبات‌ها افزایش زیادی پیدا خواهد کرد که این ابزارهای نوین در تمامی مشاغل آینده به طور گسترده و فراگیر استفاده خواهند شد.

از آنجا که مشاغل آینده، دانش‌بنیان و عقلانیت‌محور هستند، زنجیره این مشاغل را هم دانشگاه‌ها، سازمان‌های کوچک و متوسط تشکیل می‌دهند، به طوری که جامعه در آینده تولیدکننده و مصرف‌کننده مشاغل سازمان‌های کوچک و متوسط بوده و دانشگاه‌ها تامین‌کننده دانش موردنیاز آن خواهند بود و بدین ترتیب مشاغلی که در این زنجیره قرار نگیرند در سال‌های پیش رو حذف خواهند شد.

جامعه اطلاعاتی و مشاغل در آینده

جهان بعد از دهه ۸۰ میلادی وارد الگوی تکنواقتصادی متکی بر جامعه اطلاعاتی شد. این جامعه اطلاعاتی شامل جریان‌ها، روابط و فناوری‌هایی است که مبتنی بر دانش اطلاعاتی هستند. در جامعه اطلاعاتی دو اتفاق عمده در اقتصاد توجه دانشمندان این حوزه را به خود جلب کرد؛ اول پیدایی کسب و کار تازه که عمدتاً بر دانش و اطلاعات متکی بودند و به طور انفعاری با کمترین سرمایه‌گذاری و با پایین‌ترین هزینه، بالاترین درآمد و بیشترین فایده را عاید خود کردند و در نتیجه، به یکباره جایگاه والایی در میان دو بخش اصلی اقتصاد یعنی کشاورزی و صنعت دست یافتند. دومین اتفاق اقتصادی در حوزه بازارکار رخ داد و حاکی از این بود که به طور روزافزون بر مشاغل حرفه‌ای تخصصی افزوده شد؛ مشاغلی که در مقایسه با مشاغل متعارف و معمول به سطوح بالاتری از دانش و توانایی کار با اطلاعات نیاز دارند. به جز دو اتفاق مذکور، باید به مجموعه تحولاتی اشاره کرد که در حوزه فناوری به طور کلی و فناوری اطلاعاتی و ارتباطی روی داده؛ تحولاتی که نه‌تنها به خودی خود منشأ تحولات اجتماعی گسترده کوتاه‌مدت و بلندمدت شد، بلکه زمینه را برای وقوع دو اتفاق مذکور نیز فراهم آورد.

خدمات، بااهمیت‌تر از سایر بخش‌ها

توجه بیشتر به برخی فعالیت‌های خدماتی با توجه به توان آفرینی آنها امروزه اهمیتی بیش از پیش یافته است. یکی از چالش‌های عمده

موثر بر آینده کار، تغییر در روند اقتصاد از تولید به خدمات و یا اقتصاد دانش‌محور است. این نگرش جدید اقتصادی باعث کاهش در راندمان تولید و گسترده‌گی بخش خدمات شده است، چراکه دانش به عنوان زیربنای اقتصاد قرار می‌گیرد.

در دوران پس از جنگ دوم جهانی رشد بخش‌های خدماتی در سراسر جهان به عنوان بستر توزیع درآمد و ایجاد اشتغال مورد توجه جدی قرار گرفته است. در جهان کنونی اهمیت بخش خدمات و بازار جهانی آن به‌حدی است که کشورهای توسعه‌یافته حجم فزاینده‌ای از فعالیت‌های تجاری خود را به آن اختصاص داده‌اند؛ به‌طوری‌که در این کشورها طی دو دهه اخیر بیشترین تحول نه در بخش صنعت، بلکه در بخش خدمات رخ داده و این در حالی است که در کشور ما رشد این بخش‌ها محدود مانده است. به عنوان مثال می‌توان گفت به جز بخش حمل و نقل، فناوری اطلاعات و توزیع در دیگر فعالیت‌های این بخش مانند صنعت گردشگری و... دیگر بخش‌ها با بن‌بست رشد مواجه بوده است. از آنجا که فناوری به‌کار گرفته شده در این فعالیت‌ها عمدتاً متکی به کاربر است و در نتیجه کمتر در معرض رقابت و منسوخ شدن هستند، گسترش آنها یکی از مهمترین راه‌های ایجاد اشتغال است.

طبق پیش‌بینی‌ها، مشاغل خدماتی بر پایه فناوری و مشاوره‌ای بیشترین سهم را از بازار کار خواهند داشت و تقاضا برای دانش خدمات ویژه و مهارت‌هایی مثل مشاوره برای مالکیت معنوی یا مشاوره مدیریت استراتژیک افزایش می‌یابند. این عوامل همراه با افزایش تقاضا برای خدمات مالی به دلیل تعداد بالای کارکنان مستقل و به دلیل طولانی شدن سن بازنشستگی نیز باعث پراهمیت‌تر شدن بخش خدمات خواهد شد.

زنانه‌شدن کار در آینده

روند دیگری که آینده مشاغل را شکل خواهد داد، مشارکت زنان در نیروی کار است، به طوری که به گواه بسیاری از کارشناسان این عرصه مشارکت زنان در نیروی کار به عنوان یکی از بزرگترین تغییرات اجتماعی در ۵۰ سال گذشته به شمار می‌آید. ورود میلیون‌ها زن در

سراسر دنیا به نیروی کار در بالابردن رشد اقتصادی تأثیراتی به همراه داشته است. مشارکت زنان همچنین باعث گسترده شدن پیشرفت‌های اقتصادی شده است. طبق نظر کانجی و سن مقررات‌زدایی از بازارهای کار، متلاشی‌شدن روند تولید، صنعت‌زدایی و افزایش بخش خدمات از اصلی‌ترین عواملی است که در پی زنانه‌شدن نیرو و بازار کار وجود دارند. اگرچه زنان- درحالی که زنان کمی بیش از نیمی از جهان را شکل می‌دهند- هنوز با مشارکت در نیروی کار از نابرابری‌ها در مسائل جنسی رنج می‌برند، اما مشارکت اقتصادی آنها بسیار کمتر از پتانسیل آنهاست. زنان به عهده -گرفتن کارهای بدون مزد را ادامه می‌دهند و با بررسی پرداختی‌ها به زنان مشخص می‌شود که آنها بخش اعظم بخش‌های غیررسمی و فقیر هستند.

حاصل اصلاحات اجتماعی و سیاسی در سراسر جهان، برابرسازی فرصت بین زنان و مردان است؛ برابرکردن فرصت‌ها برای زنان باعث افزایش مشارکت زنان در بازارکار به اندازه مردان خواهد شد. به طوری که تولید خالص داخلی را ۱۲درصد در ایتالیا، ۱۹درصد در اسپانیا، ۱۶درصد در ژاپن، ۹درصد در آمریکا، ۸درصد فرانسه و آلمان افزایش خواهد داد. همچنین طبق محاسبات البورگ-ویتک افزایش تعداد کارکنان زن به اندازه کارکنان مرد باعث رشد ۳۴درصدی تولید خالص داخلی در یونان می‌شود. این ارقام نشاندهنده درآمد بالقوه از دست‌رفته است که در بازارهای جدید مهار خواهند شد. به علاوه در جوامعی که سالخورده‌گی به سرعت در حال افزایش است، زیاد شدن مشارکت زنان در نیروی کار می‌تواند تأثیر کمبود نیروی کار را کاهش دهد.

میزان مشارکت بالای زنان در نیروی کار با در نظر گرفتن سطوح بالاتر تحصیلی آنها، در ایجاد نیروی کار با مهارت‌های عالی تأثیر بسزایی می‌گذارد. تا زمانی که زنان پیوستن به صفوف نیروهای کار را ادامه دهند، مقررات بازار کار و قوانین بخش‌های خصوصی نیازمند اصلاحند تا از این طرق زنان بیشتری وارد بازار کار شوند؛ زیرا کارکنان زن به عنوان بخش بنیادی در رشد و ثبات برابری در اقتصاد کشورهای توسعه‌یافته و در حال توسعه محسوب می‌شوند.

چگونه به بهترین کارمند شرکت خود تبدیل شویم



انجام‌شده از سوی آنها آگاهی کافی را داشته باشید. این امر در تصمیم‌گیری‌های آتی شما تاثیرگذار خواهد بود. درواقع نباید تصور کنید که بهترین بودن تنها خواسته شما محسوب می‌شود. همچنین در صورتی که داوطلبانه به کارمندان جدید کمک نمایید تا به هماهنگی لازم دست پیدا کنند، بدون شک مدیر شرکت را تحت تاثیر قرار خواهد داد. درواقع این اقدام شما را به ارتباط بیشتر با مدیر شرکت سوق می‌دهد که بدون شک مهم خواهد بود.

منبع: whirepeople.com

آگهی ابلاغ اجرائیه به مالک احمدی و قاسم ناصری ، طبق ماده ۱۸ آئین نامه اجرای اسناد رسمی اهواز

متعهد له(مرتبه): بانک ملت به نشانی: اهواز بلوار آیت اله بهبهانی
متعهد(راهن): مالک احمدی نام پدر:ملا شماره شناسنامه ۵۱۶ به نشانی
ماهشهر خیابان آیت اله سعیدی خیابان فرعی غزالی نیش تقاطع طبقه اول
قسم ناصری نام پدر:عاسی شماره ملی ۱۸۱۶۳۹۶۹۱۵ شماره شناسنامه ۱۹۸۶ به نشانی:ماهشهر خیابان آیت اله سعیدی خیابان فرعی غزالی نیش تقاطع طبقه اول
-متعهد(وام گیرنده): شرکت تعاونی حمل و نقل دریایی ال ناصر به مدیریت شهید مطهری به نشانی :ماهشهر خیابان آیت اله سعیدی خیابان غزالی مستندات صدور اجرائیه:سند رهتی و شرطی ؛ شماره سند:۳۰۷۹۱۲-تاریخ سند:۱۳۸۷/۱۱/۰۴؛بلاگ ملت دفتر:خانه اسناد رسمی ۵۳ اهواز موضوعات لازم الاجرا:۱۷۱۲/۸۲۴/۲۱۰ ریال دو میلیارد و دویست و ده میلیون و هشتصد و بیست و چهار هزار و هفتصد و دوازده ریال)
- اصل طلب:۱۹۲۹۰۰۰۰/۰۰۰ ریال - خسارت تاخیر:تاخیر:۲۷۶۸۲۴/۷۱۲
ریال - خسارت تاخیر روزانه:۱۵۱/۲۸۷ ریال و تاریخ مبنای محاسبه خسارت:۱۳۹۱/۰۵/۱۴
حق الوکاله:۵۰۰۰/۰۰۰ ریال
متخصص ابلاغ شونده:۱- ابلاغ شونده:مالک احمدی آدرس متن سند:ماهشهر خیابان آیت اله سعیدی خیابان فرعی غزالی نیش تقاطع طبقه اول
۲- قاسم ناصری نام پدر:عاسی شماره ملی ۱۸۱۶۳۹۶۹۱۵ شماره شناسنامه ۱۹۸۶ به نشانی :ماهشهر خیابان آیت اله سعیدی خیابان فرعی غزالی نیش تقاطع طبقه اول
که بعنوان بدهکار پرونده اجرائیه به بانک ملت بعلاوه حقوق دولتی به صندوق دولت بدهکار است که طبق مقررات علیه شما اجرائیه صادر و پرونده اجرائیه به کلاس باباگلی ۹۱۰۰۱۷۷ اجرای اهواز و پرونده اجرائیه ۹۴۰۰۰۸۵ اجرای آبادان تشکیل و طبق گزارش مامور، محل اقامت شما به شرح متن سند شناخته نشده لذا بنا به تقاضای بستکار طبق ماده ۱۸ آئین نامه اجرا مفاد اجرائیه فقط یک مرتبه در یکی از روزنامه های کثیرالانتشار محلی آگهی می‌شود و چنانچه ظرف مدت ۱۰ روز از تاریخ این آگهی که روز ابلاغ محسوب می گردد نسبت به پرداخت بدهی خود اقدام ننمایید مورد وثیقه مندرج در سند رهتی فوق با تقاضای بستکار پس از ارزیابی از طریق مزایده فروخته و از حاصل فروش آن طلب بستکار و حقوق دولتی استیفای خواهد شد. شماره م الف:۵۳۰۶۵

ریس اداره اجرای اسناد رسمی اهواز- حسین برون

مفقودی

برگ کمپانی و برگ سبز وسیله نقلیه نوع: وانت سایپا ۱۵۱
برنگ ؛ سفید مدل ۱۳۹۵ به شماره موتور ۵۷۶۳۰۸۹/MI۳ به شماره شاسی۵۱۱۰۰GF۴۹۶۰۹۳۵ NAS۲۵۱۱۰۰ به شماره پلاک ۷۹-۸۲۸ د ۴۳ بنام امید حریری پور مفقود واز درجه اعتبار ساقط می باشد.

شهرستان قزوین

کارمندان ارتباط خوبی را ایجاد نمایید، با این حال دوستان شما را تنها افرادی باید تشکیل دهند که به رشد و بهتر شدن شما کمک کرده و روحیه‌بخش هستند. درواقع در رابطه با اهمیت دوست و تاثیر آنها می‌توان ساعات‌ها صحبت کرد و توصیه می‌شود تا مقالات، سخنرانی‌ها و کتاب‌های مرتبط با این موضوع را مورد مطالعه قرار دهید.

۱۰-از فرصت‌های خود برای یادگیری مهارت‌های جدید استفاده نمایید

این امر که شما از زمان خود چگونه استفاده می‌کنید، نشان می‌دهد که در زندگی خود چه فردی هستید. این امر یک جمله بسیار مهم محسوب می‌شود و مرز میان افراد موفق و شکست‌خورده را تعیین می‌کند. همانطور که در بخش‌های قبل نیز عنوان شد، شما باید به دنبال تکمیل و بهبود مهارت‌های مرتبط با حوزه کاری خود باشید، با این حال این امر به عنوان پایان کار نبوده و شما می‌توانید مهارت‌های جدیدی را نیز فرا گیرید که مستقیما با حرفه شما سروکار ندارد. برای مثال ممکن است شما یک بخش خاص باشید. تحت این شرایط شما با یادگیری مهارت‌های بخش‌های دیگر که امنیت به مراتب بالاتری را دارند، می‌توانید ارتقای شغلی مناسبی را داشته باشید. فراموش نکنید که در نگاه مدیران، تمامی کارمندان از یک درجه اهمیت برخوردار نبوده و قرار گرفتن در رده‌های بالاتر، شانس موفقیت شما را نیز افزایش خواهد داد.

۱۱-کمک‌رسان باشید

اقداماتی که در شرایط سخت انجام شده باشد، نه‌تنها در نظر کارمندان، بلکه از ذهن مدیر شرکت نیز پاک نخواهد شد. در این رابطه ضروری است تا روحیه کمک کردن به دیگران را در خود تقویت کنید. این امر باعث خواهد شد تا شانس موفقیت شما افزایشی چشمگیر را پیدا کند. برای این موضوع با نگاهی به وضعیت حال حاضر شرکت خود، می‌توانید که شما باید کاملا نسبت به این اتفاقات بی‌تفاوت بوده و در حتی یک مورد آنها، پیشرفتی فراتر از حد تصور را پیدا خواهید کرد.

۱۲-از شایعات دوری کنید

این امر که به شایعات پیرامون یکی از همکاران خود دامن بزنید، باعث خواهد شد تا جوی سنگین و سمی در شرکت ایجاد شود. فراموش نکنید که با این اقدام شما، همواره فضا برای تلافی مهیا خواهد بود. همچنین مدیران شرکت‌ها نیز همواره اقدامات و روابط کارمندان را زیر نظر دارند و حتی ممکن است برخی از کارمندان شرکت، خبررسان آنها باشند. تحت این شرایط اعلام نام شما به عنوان یکی از عوامل جو ایجادشده، بدون شک از ذهن‌ها پاک نخواهد شد. درواقع ایجاد یک اعتبار برای خود بسیار سخت خواهد بود. با این حال خراب کردن آن کاملا ساده است. در این رابطه فراموش نکنید که شما باید کاملا نسبت به این اتفاقات بی‌تفاوت بوده و در صورت امکان برای رفع آنها تلاش نمایید.

۱۳-داوطلب پروژه‌های جدید باشید

در شرکت انواع پروژه‌ها وجود دارد که به علت صرفه‌جویی در هزینه‌ها اولویت این است که با هزینه‌ای کم انجام شوند. به همین خاطر بسیاری از کارمندان تمایلی به حضور در این طرح‌ها ندارند، با این حال شما باید داوطلب این اقدامات باشید. این مسئله نه‌تنها باعث کسب تجربیاتی جدید خواهد شد، بلکه باعث می‌شود تا در نظر مدیر شرکت کارمندی نمونه باشید. در نهایت این امر بستری برای آشنایی شما با مدیران و افراد جدید را فراهم خواهد کرد که خود می‌تواند فرصت‌های شغلی به مراتب بهتری را به همراه داشته باشد. به همین خاطر ضروری است تا آینده‌نگری داشته باشید.

۱۴-عملکرد سایر کارمندان را مورد بررسی قرار داده و مربی تان‌وارد‌ها باشید

در نهایت ضروری است تا از عملکرد سایر کارمندان و اقدامات

نمایید، بلکه جوی مناسب را در شرکت نیز به وجود خواهد آورد که بدون شک در نظر مدیر شرکت پنهان نخواهد ماند. نکته‌ای که باید به آن توجه داشته باشید این است که تمامی مدیران نسبت به افرادی که در تلاش برای بهتر شدن هستند، توجه ویژه‌ای را پیدا خواهند کرد. به همین خاطر نباید تصور کنید که در این مسیر تنها خواهید بود.

۵-خلاقیّت داشته باشید

در بسیاری از شرایط اگر بخواهید بر طبق قوانین رفتار کنید، محدودیت رشد بسیار پایین را خواهید داشت. به همین خاطر بسیار مهم است که در کار خود خلاقیّت بالایی را داشته باشید. در این رابطه توجه به اقدامات و خلاقیّت‌های انجام‌شده از سوی سایر افراد و تلاش برای دید همه جانبه، در این رابطه به شما کمک خواهد کرد. این امر باعث خواهد شد تا به یک باره پیشرفتی را تجربه کنید که به مراتب بیشتر از حد تصورات خواهد بود، با این حال این امر بسیار طبیعی است که خلاقیّت‌های اولیه شما چندان موفقیت‌آمیز و تاثیرگذار نباشد. علت این امر به این خاطر است که شما در تلاش برای ایجاد تفکر خلاق در خود هستید که این امر زمان‌بر خواهد بود. به همین خاطر لازم است تا در این رابطه صبر کافی را داشته باشید.

۶-کار تیمی را اولویت اول خود بدانید

تصور غلط بسیاری از افراد این است که کار تیمی به معنای آن خواهد بود که شما باید همه چیز را تنها برای خود بخواهید. درواقع رسیدن به موفقیت ابتدا به این معنا نبوده و شما باید در زمینه کار تیمی فوق‌العاده باشید. درواقع رسیدن به جایگاه نخست، بدون در اختیار داشتن همکارانی خوب و در قالب یک کار تیمی به دست نخواهد آمد. به همین خاطر ضروری است تا نگرش خود را نسبت به این مسئله تغییر داده و موفقیت را برای تمامی افراد تیم خود بخواهید. این امر باعث خواهد شد تا سرعت رشد شما نیز افزایش پیدا کند. در نهایت فراموش نکنید که شما باید به اهداف خود، در کنار اهداف شرکت دست پیدا کنید.

۷-مدیر خود را بشناسید

بسیاری از مدیران رفتارهای خاصی را دارند که در صورت آگاهی نسبت به آنها می-توانید رفتار خود را به نحوی تغییر دهید که رضایت کافی را به همراه داشته باشد. در این رابطه فراموش نکنید که حتی در بهترین حالت ممکن نیز نمی‌توان با رئیس شرکت به مانند یک دوست رفتار کرد. این امر اشتباهی است که بسیاری از افراد آن را توصیه می‌کنند. با این حال آگاهی شما کاملا سودمند خواهد بود. در این رابطه سوال کردن از کارمندان باسابقه شرکت و یادداشت کردن تمامی رفتارهای مدیر و تحلیل درست آنها باعث می‌شود تا به این خواسته خود دست پیدا کنید.

۸-انتقاد سازنده انجام دهید

تعریف‌ها تنها باعث خواهد شد تا شما به فردی چاپلوس تبدیل شوید. این سیاست در جهان امروز نیز دیگر نتیجه‌ای را به همراه نخواهد داشت. به همین خاطر ضروری است تا درست عکس این قضیه رفتار کنید، با این حال توجه داشته باشید که انتقاد شما باید کاملا سازنده، همراه با توصیه و با لحنی درست باشد. در غیر این صورت ممکن است حتی زمینه اخراج شما را فراهم آورد. در این رابطه بهتر است تا از مدیر خود شرایط یک انتقاد سازنده را سوال نمایید.

۹-ارتباطات خود را بهبود بخشید

آیا شما فردی هستید که در صورت نظرسنجی، به عنوان محبوب‌ترین و بهترین کارمند شرکت انتخاب خواهد شد؟ در صورتی که چنین تصویری ندارید ضروری است تا به دنبال بهبود روابط خود با سایر کارمندان باشید. همچنین فراموش نکنید که شما باید دایره روابط مشخصی را داشته باشید. برای مثال اگر چه مهم است که با همه

به قلم: رندال هنسن کارآفرین
مترجم:امیر آل‌علی

این امر بسیار طبیعی است که هر فردی بخواهد بهترین کارمند شرکت خود باشد، با این حال عدم آگاهی در این زمینه باعث می‌شود تا افراد اقداماتی را انجام دهند که با بالاترین نتایج همراه نخواهد بود. نکته‌ای که باید به آن توجه داشته باشید این است که به دست آوردن عنوان بهترین کارمند، حتی زمینه کار در شرکت‌های به مراتب بزرگ‌تر را نیز فراهم خواهد کرد. به همین خاطر حتی اگر موقعیت فعلی را دوست ندارید، انجام این اقدام کاملا ضروری خواهد بود. همچنین فراموش نکنید که شما تنها با رعایت یک یا چند نکته، قادر نخواهید بود تا به این عنوان دست پیدا کنید. به همین خاطر در این مقاله قصد معرفی اقداماتی را دارم که قرار گرفتن شما در عنوان نخست در بین تمامی کارمندان شرکت را تضمین خواهد کرد. در همین راستا به بررسی ۱۴ مورد منتخب خواهم پرداخت.

۱-مهارت‌های شغلی خود را یاد بگیرید

این امر که زمانی را صرف فرا گرفتن درست مهارت‌های شغلی خود نمایید، باعث می‌شود تا در مقایسه با سایر کارمندان در جایگاه بالاتری قرار گرفته و امکان پیشرفت بالاتری را داشته باشید. این امر حتی در زمینه انجام بهتر و سریع‌تر اقدامات شما نیز تاثیرگذار خواهد بود. درواقع افرادی که مهارت کافی را دارند، فشار کمتری را نیز متحمل می‌شوند. برای مثال یک راننده حرفه‌ای حتی در بدترین شرایط جاده، با آسودگی و راحتی کافی به کار خود ادامه می‌دهد. این امر در حالی است که برای یک فرد غیر حرفه‌ای این امر بسیار سخت و خسته‌کننده خواهد بود. خوشبختانه امروزه روش‌های یادگیری بسیار متنوع شده و هر فردی می‌تواند در این رابطه با هزینه‌ای مناسب اقدام نماید.

۲-سخت‌کوش باشید

برای قرار گرفتن در جایگاهی بالاتر از همکاران خود، لازم است تا بیشتر از آنها تلاش نمایید، با این حال فراموش نکنید که این امر باید در بهترین شرایط ممکن انجام شود. در غیر این صورت با مشکلی جدی مواجه خواهید شد. برای این هدف ضروری است تا از زمان خود بهترین استفاده را داشته باشید. به همین خاطر لازم است تا زمان‌های بیکاری و استراحت خود را به حداقل برسانید. در نهایت فراموش نکنید که شما باید داوطلب هرگونه اقدام بیشتر باشید. این امر بدون شک در ذهن مدیر شرکت ماندگار خواهد شد. درواقع شما در دفتر کاری خود، در معرض دید مدیر شرکت قرار نخواهید داشت، با این حال زمان حضور و خروج از شرکت بدون شک کنترل خواهد شد. به همین خاطر ضروری است تا اولین نفر در هنگام ورود و آخرین نفر در هنگام خروج باشید.

۳-رفتاری حرفه‌ای داشته باشید

ایین بخش به نحوه رفتار شما و واکنش به شرایط مختلف اشاره دارد. به همین خاطر ضروری است تا در تلاش برای ارائه یک الگوی شخصیتی مناسب باشید. در واقع هیچ دلیلی وجود ندارد که شما در محل کار، خود حقیقی‌تان را به نمایش بگذارید. درواقع حتی مدیران در محل کار با زمانی که در کنار دوستان و خانواده خود هستند تفاوت-هایی را دارند. به همین خاطر در تلاش برای ایجاد شخصیت کاری مناسبی برای خود باشید. در این رابطه توجه به مدیر و نحوه رفتار سایر کارمندان نمونه شرکت‌های دیگر در کنار مطالعه مداوم شما را به همه آنچه که باید انجام شود، می‌رساند.

۴-نگرش مثبت داشته باشید

این امر بسیار مهم است که شما از نگرشی مثبت حتی نسبت به اتفاقات سخت برخوردار باشید. این امر نه‌تنها در روحیه شما تاثیرخواهد داشت، باعث می‌شود تا روند رو به رشد خود را حفظ



بازاریابی همراه با کارت پستال های جذاب

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

ترجمه: علی آل علی

استفاده از کارت پستال در حوزه بازاریابی اندکی عجیب به نظر می‌رسد. اغلب ما عادت به استفاده از این محصولات در زمینه زندگی شخصی داریم بنابراین مشاهده کارت پستال‌هایی زیبا از سوی برندها تعجب‌برانگیز خواهد بود. امروزه اغلب برندها در زمینه تعامل با مشتریان در تلاش برای استفاده از آخرین دستاوردهای موجود هستند. در این میان استفاده از کارت پستال فناوری تازه‌ای محسوب نمی‌شود. همین امر موجب تاثیرگذاری بیشتر آن شده است. وقتی مشتریان انتظار اقدامی مشخص از سوی برندها را ندارند، استفاده از آن به عنوان فرصتی طلایی وسوسه‌کننده خواهد بود. امروزه تمام برندها در تلاش برای ایجاد رابطه‌ای عمیق با مشتریان هستند. به این ترتیب استفاده از کارت پستال‌های شخصی‌سازی‌شده اهمیت بسیار زیادی خواهد داشت. بدون تردید استفاده از کارت پستال در زمینه بازاریابی نیازمند مهارت و اطلاع از نکات اساسی آن، مانند هر الگوی بازاریابی، است. در ادامه ما برخی از نکات مهم در این حوزه را مورد بررسی قرار خواهیم داد.

۱.انتخاب قالب مناسب

انتخاب قالب مناسب برای کارت پستال نقش مهمی در موفقیت برندها دارد. ما در اینجا با رابطه میان برندها و مشتریان مواجه هستیم، بنابراین قالب کارت پستال باید کاملا حرفه‌ای باشد. بدون تردید ما کارت پستال‌های متفاوتی برای مشتریان و دوستان‌مان انتخاب می‌کنیم. اشتباه برخی از برندها انتخاب قالب‌های بسیار دوستانه در زمینه ایجاد صمیمیت بیش از حد با مشتریان است. ما در ابتدای راه باید کاملا با احتیاط اقدام به تعامل با مخاطب هدف کنیم. در غیر این صورت رابطه مناسبی با مشتریان نخواهیم داشت. استفاده از کارت پستال برای توسعه کسب و کار به طور معمول جزو وظایف تیم‌های بازاریابی است بنابراین باید در تمام مراحل تهیه قالب از توصیه‌های تیم بازاریابی استفاده کنیم. مشتریان با مشاهده کارت پستال ما اطلاعات بسیار زیادی دریافت خواهند کرد. اگر کارت پستال ما دارای قالبی بیش از اندازه شلوغ باشد، به احتمال زیاد نظر مخاطب هدف را جلب نخواهد کرد. همچنین استفاده از لوگو و نام شرکت در گوشه کارت پستال ایده مناسبی خواهد بود. برخی از برندها در این زمینه عملکرد مناسبی ندارند. به این ترتیب لوگوی آنها در عمل تمام بخش کارت پستال را اشغال می‌کند. یکی از نکات مهم در زمینه انتخاب قالب برای کارت پستال توجه به هدف‌مان از ارسال است. به این ترتیب شاید استفاده از قالب‌های رنگی در تمام موارد مناسب نباشد. به عنوان مثال، اگر شما در حوزه مطبوعات فعالیت دارید، شاید ارسال کارت پستالی با قالب سیاه و سفید برای نمایش گذشته روزنامه‌ها ایده مناسبی به نظر برسد، با این حساب ما هیچ قالب از پیش تعیین شده‌ای نخواهیم داشت.

۲.شخصی‌سازی تعامل با مخاطب هدف

گاهی اوقات برندها به جای استفاده از کارت پستال‌های واقعی به سراغ طراحی نمونه‌هایی برای بازاریابی ایمیلی می‌روند. این امر شامل طراحی کارت پستال و ارسال آن در قالب ایمیل برای مخاطب هدف است. مزیت این شیوه کاهش هزینه بازاریابی شرکت (به طور مشخص هزینه چاپ کارت‌ها) خواهد بود. شخصی‌سازی قالب‌های کارت پستال برای جلب نظر مخاطب هدف اهمیت بسیار زیادی دارد. برخی از برندها هنوز هم از قالب‌های رایگان و رایج برای کارت پستال‌های‌شان استفاده می‌کنند. به این ترتیب مخاطب هدف در نگاه نخست علاقه‌ای به مشاهده جزئیات بیشتر کارت پستال موردنظر نشان نخواهد داد. شخصی‌سازی کارت پستال فقط شامل درج نام مخاطب هدف بر روی بخش‌هایی از کارت نیست. برند ما در صورت آگاهی از جزئیات خرید مشتریان باید اشاره‌ای به آن در متن کارت پستال نیز داشته باشد. برخی از ایده‌های جالب برای ارسال کارت پستال شامل تبریک روز تولد یا حتی سایر مناسبت‌هایی که از آن اطلاع داریم، مانند سالگرد ازدواج یا تولد فرزندان، است. برخی از برندها در زمینه طراحی کارت پستال برای کمپین‌های بازاریابی دارای مهارت بالایی هستند. به این ترتیب آنها در طول زمان بدل به مشاورهای ماهر این حوزه بازاریابی می‌شوند. اگر برند شما در زمینه شخصی‌سازی کارت پستال‌ها با مشکل مواجه است، استفاده از توصیه‌های چنین برندهای منطقی خواهد بود.

۳.ارائه کوین و برگه‌های تخفیف

کارت پستال‌ها همیشه نقش هدیه‌هایی جذاب و موقتی برای مشتریان را ندارد. گاهی اوقات برندها از کارت پستال به عنوان بلیت یا کوین مشتریان استفاده می‌کنند. این امر کارت پستال موردنظر را بدل به هدیه‌ای ویژه برای مشتریان خواهد کرد. وقتی پای بهره‌مندی از تخفیف در میان باشد، مشتریان انگیزه بیشتری برای مطالعه متن مندرج بر روی کارت پستال خواهند داشت. این امر فرصت مناسبی در اختیار برندها برای بیان نکات مهم به مخاطب هدف می‌دهد. بهترین کمپین‌های بازاریابی در زمینه استفاده از کارت پستال‌ها شامل ایده‌ای برای ترغیب مخاطب هدف به سوی عملی خاص است. به عنوان مثال، دعوت مشتریان به خرید از برند و ارائه تخفیف در صورت خرید کارت پستال مناسب خواهد بود. برخی از برندها در صورت عضویت خریدارها در باشگاه مشتریان اقدام به ارسال کارت پستال برای آنها می‌کنند. این کارت پستال‌ها همراه با کد تخفیف برای چند خرید بعدی مشتریان است. به این ترتیب نخستین کارت پستال یک برند برای مخاطب هدف منحصر به فرد خواهد شد. چنین تجربه‌هایی همیشه در ذهن مخاطب هدف باقی می‌ماند.

۴.استفاده از محتوای مهم

هنگامی که شما از کارت پستال در قالب ایمیل استفاده می‌کنید، استفاده از محتوای مهم در هر بار ارسال ایمیل برای مخاطب هدف ضروری خواهد بود. این امر همیشه شامل افزودن محتوای متنی به کارت پستال نیست. گاهی اوقات یک تصویر جذاب نیز تاثیرگذاری بسیار بالایی بر روی مخاطب هدف دارد. نکته مهم در این میان استفاده از تصاویر مختلف برای هر گروه از مشتریان با سلیقه متفاوت است. به این ترتیب شانس ما برای تاثیرگذاری بیشتر بر روی مشتریان افزایش خواهد یافت. نکته مهم در اینجا استفاده از محتوای جذاب و چشم‌نواز برای جلب نظر مخاطب هدف خواهد بود. گاهی اوقات برخی از برندها در زمینه استفاده محتوایی مشخص برای جلب نظر مخاطب درست مانند رقبای‌شان عمل می‌کنند. چنین امری انگیزه مشتریان برای مشاهده محتوای موردنظر را به شدت کاهش می‌دهد. ما باید به گونه‌ای متفاوت از رقبای‌مان عمل کنیم. در غیر این صورت به سرقت ایده‌های آنها متهم خواهیم شد. تولید محتوای مهم برای استفاده در کارت پستال‌ها همیشه ترکیبی از سلیقه مشتریان و ایده‌های خلاقانه برند است بنابراین اندکی بلندپروازی در این زمینه هیچ مشکلی برای برندها ایجاد نخواهد کرد. اگر به برخی از کمپین‌های موفق در زمینه استفاده از کارت پستال نگاهی بیندازید، تمام آنها در زمینه تعامل با مخاطب هدف از ایده‌های تازه و منحصر به فرد استفاده کرده‌اند بنابراین ما نیز باید همین الگو را به کار بگیریم.

۵.ارزایی نتایج

همگام با افزایش تلاش برای استفاده از کارت پستال‌ها در زمینه بازاریابی بحث ارزیابی نتایج نیز اهمیت پیدا می‌کند. تمام برندها در زمینه بازاریابی باید به طور مداوم نتیجه تلاش‌های‌شان را مورد ارزیابی قرار دهند. در غیر این صورت نتیجه‌ای بهتر از شکست در انتظار آنها نخواهد بود. وقتی ما نتیجه تلاش‌های بازاریابی‌مان را مورد بررسی قرار می‌دهیم، امکان بهبود عملکرد از طریق رفع نقاط ضعف فراهم می‌شود. برندهای بزرگ همیشه کمپین‌های گذشته‌شان را مورد ارزیابی قرار می‌دهند. به همین دلیل نیز کیفیت کمپین‌های آنها به طور مداوم ارتقا پیدا می‌کند. بدون تردید حوزه بازاریابی در طول سال‌های اخیر شاهد ظهور تکنیک‌های تازه‌ای بوده است. استفاده از کارت پستال نیز یکی از همین نوآوری‌ها در زمینه بازاریابی است. موفقیت در این حوزه به دلیل توجه اندک برندها محتمل به نظر می‌رسد. توجه به نکات مورد بحث در این مقاله شانس برندها برای موفقیت هرچه بیشتر را افزایش خواهد داد.

منبع: noobpreneur.com

فرصت امروز

روزنامه‌مدیریتی -اقتصادی

| شنبه | ۲۴ اسفند ۱۳۹۸ | شماره ۱۵۱۱ | صفحه ۱۶ |

صاحب امتیاز: موسسه مطبوعاتی فرصت سازان امروز

مدیر مسئول و سردبیر: محمدرضا قدیمی

چاپ: هنر سرزمین سبز

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

دفتر مرکزی: ۸۶۰۷۳۳۸۱

روابط عمومی: ۸۶۰۷۳۱۴۳ فکس تحریریه: ۸۸۸۲۷۱۱۲

سازمان آگهی‌ها: ۸۶۰۷۳۳۱۲ امور مشترکین: ۸۶۰۷۳۱۴۳

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

WWW.FORSATONLINE.COM

INFO@FORSATONLINE.COM



مسیر موفقیت

۵ توصیه بیل گیتس برای موفق بودن

خود در زندگی را پیدا کرده و مادیات هدف اصلی آنها نباشد. همچنین سنت نیکوکاری، به حدی برای آقای گیتس مهم است که اعلام کرده فرزندان باید بخشی از ماهیانه خود را صرف این اقدام کنند. در نهایت انتخاب یک شیوه متفاوت آموزشی در کنار توجه به یاددهی اصول اخلاقی و مهارت‌های زندگی، از دیگر اقدامات مهم بیل گیتس محسوب می‌شود. درواقع به عقیده او اگر نخواهید زمان کافی را برای فرزندان خود بگذارید، ابتدا نباید به فکر فرزندآوری باشید.

۴-بی‌حیابا ریسک نکنید

اگرچه همواره گفته می‌شود که لازمه موفقیت، ریسک کردن است، با این حال نکته‌ای که باید به آن توجه داشته باشید این است که این اقدام باید برطبق دلایل درستی باشد. درواقع موقعیت‌ها برای این اقدام بی‌پایان بوده و لازم است تا نسبت به درست بودن اقدام خود به خوبی فکر کرده باشید. در این رابطه تحلیل آمارها، مشورت با سایرین و... باید شما را در نهایت به چند دلیل قانع کننده برساند. این امر باعث خواهد شد تا ریسک شما با خطر بسیار پایینی همراه باشد. برای مثال قبل از ترک دانشگاه، آقای گیتس تمامی جنبه‌های مسیر خود را مورد ارزیابی قرار داد تا نسبت به درستی اقدام خود اطمینان حاصل کرده و موقعیت فعلی خود را به خاطر یک تصور اولیه از دست ندهد. نتیجه این اقدام سنجیده او، رسیدن به موقعیتی است که فراتر از حد تصور محسوب می‌شود.

۵-سخت‌کوش باشید چراکه هیچ جادویی وجود ندارد

این امر بسیار عجیب است که افرادی می‌خواهند یک شبه به موقعیتی دست پیدا کنند که سایرین سال‌ها برای آن زحمت کشیده‌اند. اگرچه انسان تمایل به راحتی دارد، با این حال شما برای تبدیل شدن به یک فرد موفق باید آن را کنار بگذارید. این امر باعث خواهد شد تا موقعیتی درست و برای طولانی مدت را داشته باشید. برای مثال در ابتدای تأسیس شرکت، آقای گیتس به خاطر صرفه‌جویی در هزینه‌ها مجبور بود تا به جای ۱۰ نفر کار کند که این امر به معنای فعالیتی شبانه‌روزی و کنار گذاشتن بسیاری از تفریحات بود. درواقع اگر تحمل اعمال فشار بر روی خود را ندارید، بهتر است تا تبدیل شدن به فردی موفق و ثروتمند را فراموش کنید. درواقع هیچ فرمولی به جز تلاش کردن درست برای رسیدن به خواسته‌ها وجود ندارد. در این رابطه فراموش تکنیک که شما باید همواره اطمینان داشته باشید که زحمات شما در مسیری درست در حال انجام است. در غیر این صورت تنها با خستگی مواجه خواهید شد.

منبع: entrepreneur.com

مداوم خواهید بود. در این رابطه بسیار طبیعی است که عمر انسان برای مطالعه تمامی کتاب‌های نوشته شده کافی نخواهد بود. به همین خاطر آقای گیتس تلاش کرده است تا به صورت مداوم کتاب‌هایی را که مورد توجه جدی او قرار گرفته است، به دیگران معرفی کرده و در این رابطه به افراد مختلف از سراسر جهان کمکی را کرده باشد. به عقیده او برای خرید کتاب، ابتدا نباید به صرفه‌جویی فکر کنید. علت این امر به خاطر این است که دستاورد شما از این اقدام، به مراتب بالاتر از هزینه‌ای خواهد بود که صرف آن خواهید کرد. جالب است بدانید که وی تاکنون دو کتاب را نیز به رشته تحریر درآورده است. در نهایت اگر عادت مطالعه مداوم را در خود ایجاد کنید، هیچ‌گاه در این رابطه با کمبود زمان مواجه نخواهید شد. درواقع برای فردی که بخواهد، همواره راهکاری وجود خواهد داشت. برای مثال گوش دادن به کتاب صوتی، یکی از این راهکارها محسوب می‌شود، با این حال به صورت کلی با انتخاب یک سبک زندگی درست و عدم اعتیاد پیدا کردن به شبکه‌های اجتماعی، بعید است که به قدری با کمبود زمان مواجه شوید که فضا برای کتاب خواندن وجود نداشته باشد.

۲-ازدواج را مهم‌ترین تصمیم زندگی خود بدانید

آقای گیتس همواره از نقش همسر خود در موفقیت-های به دست آمده صحبت کرده و حضور او را یک امتیاز ویژه و بهترین تصمیم زندگی خود می‌داند. درواقع به عقیده او اگر افراد ازدواج نادرستی داشته باشند، رسیدن به موفقیت بسیار سخت خواهد شد. این امر در حالی است که اگر همسر شما فردی قدرتمند با جهان‌بینی مشترک باشد، بدون شک بخش بزرگی از مسیر موفقیت را پیموده‌اید. درواقع آرامش داشتن در زندگی شخصی، باعث می‌شود تا امکان تمرکز بر روی هر کاری وجود داشته باشد. در این رابطه ذکر این نکته ضروری است که خانم گیتس، مدیر اجرایی سابق مایکروسافت بوده است. وی از جمله مشوقین اصلی بیل گیتس در زمینه پروژه‌های بشردوستانه نیز محسوب می‌شود. در نهایت توصیه آقای گیتس این است که بالاترین میزان دقت عمل را نسبت به ازدواج داشته باشید. این امر حتی اگر به اقدامی زمان‌بر نیز تبدیل شود، بدون شک ارزش خواهد داشت.

۳-از تربیت فرزندان خود غافل نشوید

بنا بر گفته اطرافیان آقای گیتس، وی توجه ویژه‌ای را به آموزش سه فرزند خود داشته و اعلام کرده است که آنها باید هدف خود در زندگی را پیدا کنند. درواقع اگرچه پس از مرگ آقای گیتس تنها بخشی از ثروت افسانه‌ای او نصیب فرزندان خواهد شد، با این حال وی تلاش کرده است تا فرزندان مسیر

به قلم: کارولین سان نویسنده حوزه بازاریابی و کسب‌وکار

مترجم: امیر آل علی

اگر بخواهید از الگوی خود در زندگی برای کسب موفقیت نام ببرید چه فردی را انتخاب خواهید کرد؟ اگرچه تعداد افراد موفق جهان زیاد است، با این حال بهترین گزینه فردی است که در کنار موفقیت عظیم شغلی در زمینه زندگی شخصی خود نیز کاملا موفق ظاهر شده باشد. در این رابطه بیل گیتس گزینه کاملا مناسبی محسوب می‌شود. وی ر کورددار قرار گرفتن در جایگاه ثروتمندترین فرد جهان بوده و زندگی شخصی کاملا موفقیتی نیز دارد. همچنین وی یکی از بزرگ‌ترین نیکوکاران جهان محسوب می‌شود و اعلام کرده است که پس از مرگ تمامی ثروت او به خیریه اهدا خواهد شد. این موضوع به خوبی اخلاق مداری این مرد را نشان می‌دهد. به همین خاطر توصیه‌های او می‌تواند کاملا تاثیرگذار بوده و هر فردی را متحول سازد. قبل از پرداختن به توصیه‌های او، بد نیست تا نگاهی به زندگینامه این فرد تکرارنشدهی بیندازیم.

بیل گیتس ۶۴ ساله متولد ۲۸ اکتبر ۱۹۵۵ شهر سیاتل آمریکا است. وی از دانشگاه هاروارد در رشته حقوق انصراف داد تا شرکت خود را با پل آلن تأسیس کند. وی دو سال پس از عرضه نخستین سری ویندوز در سن ۳۱ سالگی به جوان‌ترین میلیاردر جهان تبدیل شد. همچنین در سال ۱۹۵۵ با مرورگر Internet Explorer تبدیل به ثروتمندترین فرد جهان شد. در نهایت وی در سال ۱۹۹۴ با یکی از کارمندان خود به نام ملیندا فرنچ ازدواج کرد. وی بنیاد خیریه خود را در سال ۲۰۰۰ به همراه همسر خود تأسیس کرد. از سال ۲۰۱۱ انجمنی را به همراهی دوست قدیمی خود وارن بافت تأسیس کرد که در آن افراد ثروتمند را ترغیب می‌کنند که بیشتر دارایی خود را قبل یا بعد از مرگ به امور خیریه اختصاص دهند. اختصاص مبالغ سنگین برای تحقیقات توسعه‌ای و مبارزه با بیماری‌ها از دیگر اقدامات بشردوستانه آقای گیتس محسوب می‌شود. با توجه به توضیحات ارائه‌شده، در ادامه به بررسی پنج توصیه منتخب خواهیم پرداخت.

۱-مطالعه داشته باشید

در رابطه با اهمیت مطالعه می‌توان ساعات‌ها، روزها و حتی ماه‌ها صحبت کرد. درواقع تنها منبع هر فردی برای پیشرفت، مطالعه کردن محسوب می‌شود. با این حال این امر را تنها برای موفقیت کاری نباید تصور کرد. علت این امر به این خاطر است که حتی برای تبدیل شدن به یک انسان واقعی، شما ناگزیر به مطالعه