روزنامه مدیریتی - اقتصادی

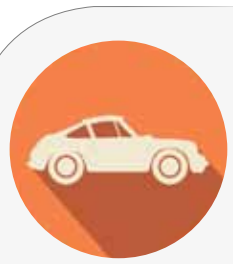
فرصت امروز

برای کسب و کار آفرینی

سه‌شنبه
۱۹ فروردین
۱۳۹۹

Tue.07 Apr 2020
۱۳ شعبان ۱۴۴۱ - سال ششم
شماره ۱۵۱۷-۸صفحه - ۵۰۰۰۰ریال
www.forsatnet.ir

کرونا فیتیله گرانی خودرو را پایین می‌کشد؟



سال ۹۸ سالی دشوار برای بسیاری از بخش‌های مختلف اقتصاد کشور از جمله خودروسازان بود. در کنار زیان انباشته صنعت خودرو ایران که طی نیم قرن اخیر بی‌سابقه بود، شیوع ویروس کرونا ضربه...

۵

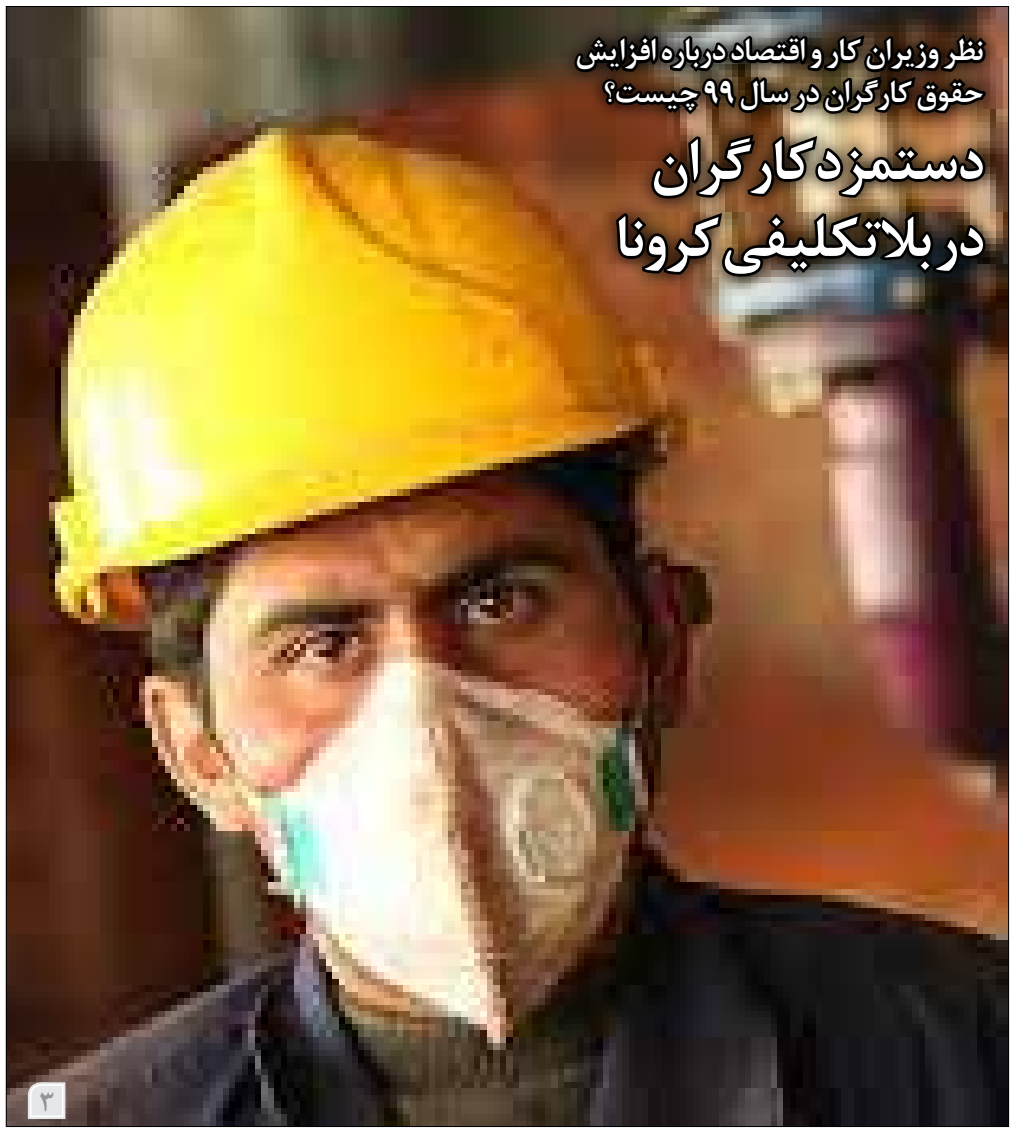
یادداشت

سیاست‌گذاری و تابوی رفاه موقت

علی سرزعیم
استاد اقتصاد دانشگاه علامه طباطبائی

«مدرسه موش‌ها» یکی از جذاب‌ترین برنامه‌های تلویزیون در کودکی نسل ما بود. در یکی از قسمت‌های آن، بحث گربه به میان می‌آمد ولی کسی جرأت نمی‌کرد اسمش را ببرد تا حتی به چگونگی مواجهه با آن فکر کند و اگر کسی می‌خواست کوچک‌ترین اشاره‌ای به آن بکند از تعبیر «اسمشو نبر» استفاده می‌کرد. حالا وضعیت اقتصاد ایران نیز چنین است. در برخی عرصه‌های اقتصادی پیوسته تصمیماتی گرفته می‌شود که مشکل دارد و وقتی به ریشه آن می‌رسیم کسی جرأت مواجهه با آن را ندارد. شاید خیلی «اسمشو نبرها» وجود دارد که نظام رسمی آنها را به تابو تبدیل کرده است، اما روشنفکران در رسانه‌های غیررسمی و گاه نشست‌ها اسم‌شان را می‌برند، اما برخی از «اسمشو نبرها» هست که حتی آنها نیز جرأت ندارند اسمش را ببرند و اتفاقا این جامعه...

۳



نظر وزیران کار و اقتصاد درباره افزایش حقوق کارگران در سال ۹۹ چیست؟

دستمزد کارگران در بلاتکلیفی کرونا

۳

بازار ارز در سال جدید چه مسیری را طی می‌کند؟

۲ سناریو برای دلار ۹۹

فرصت امروز: بازار ارز از اواخر سال گذشته و با بازگشت ایران به لیست سیاه گروه ویژه اقدام مالی با تنش روبه‌رو شد و در نتیجه قیمت دلار بالا رفت. در شرایطی که به نظر می‌رسد دوران تنش ارزی به پایان رسیده و فعلا ظرفیت چندانی برای افزایش بهای دلار وجود ندارد، تحولات بین‌المللی در حوزه FATF می‌تواند بر قیمت ارز تاثیرگذار باشد. در این میان، دو سناریو را می‌توان متصور شد؛ اگر نقل و انتقالات ارزی با چالش مضاعف مواجه شود و صادرکنندگان نتوانند ارز حاصل از صادرات خود را بازگردانند...

۴

در گذار از کرونای چینی تا آنفلوآنزای اسپانیایی

همه راه‌ها به قرنطینه ختم نمی‌شوند

۲

مدیریت و کسب‌وکار

- ۶ راز موفقیت وینستون چرچیل
- اپل برای نخستین‌بار فروش خود را محدود کرد
- پیوند برندسازی و جلب مشتریان تازه
- ضرورت کاهش نرخ ریزش مشتریان وفادار
- پس‌انداز بیشتر با ۲۰ راهکار ساده
- هنگامی که بحران به فرصتی طلایی تبدیل می‌شود

۸ تا ۱۶

روحانی در جلسه ستاد اقتصادی دولت:

بیش از ۲۳ میلیون خانوار اعتبار یک میلیون تومانی دریافت می‌کنند

فرصت امروز: رئیس‌جمهور در تشریح مصوبات جدید دولت اعلام کرد یک اعتبار یک میلیون تومانی در اختیار ۲۳ میلیون خانوار یارانه‌بگیر قرار می‌گیرد که اقساط آن نیز از یارانه خانوارها کم خواهد شد.

حسن روحانی روز دوشنبه در جلسه ستاد هماهنگی اقتصادی دولت با بیان اینکه ۲۳ میلیون خانوار یارانه ماهانه دریافت می‌کنند، افزود: یک میلیون اعتبار در اختیار همه خانوارها قرار می‌گیرد و در طول ۲۴ ماه این میزان به تدریج از یارانه‌شان کم می‌شود.

به گفته وی، از اردیبهشت ماه این میزان اعتباری که در اختیار خانوارهایی مشمول دریافت یارانه، قرار می‌گیرد در طول ۲۴ ماه به تدریج کم می‌شود.

روحانی با بیان اینکه در این زمینه حدود ۲۵ هزار میلیارد در نظر گرفتیم که مصوب شده است، گفت: همچنین ۵ هزار میلیارد تومان برای صندوق بیمه بیکاری قرار دادیم که این اعتبار هم تامین شده است تا به افرادی که طبق معیارها بیکار شده‌اند اختصاص دهیم و ۱۳ هزار میلیارد تومان هم برای کرونا اختصاص دادیم که بخشی به وزارت بهداشت بخشی به شرکت‌های دانش‌بنیان و بخشی هم به نیازهای خود وزارت بهداشت برای تأمین مایحتاج به ویژه در بخش دانشگاهی برای مقابله با کرونا اختصاص داده می‌شود.

رئیس‌جمهور ادامه داد: کمک‌هایی که ستاد اجرایی فرمان امام، سپاه و ارتش و نیروهای مسلح و خیرین برای مقابله با کرونا انجام می‌دهند نیازمند هماهنگی دارد که در همه بخش‌ها این کمک‌ها به درستی پخش شود که در این زمینه کار به معاون اول سپرده شده است تا با این بخش‌ها جلسه‌ای برگزار کند و هماهنگی‌ها را افزایش دهد.

روحانی با بیان اینکه خیرین هم باید به مردمی که تحت فشار قرار گرفته‌اند بیشتر از گذشته کمک کنند، گفت: دولت تصمیمات خوبی گرفته است برای مقابله با کرونا و در عین حال این را می‌دانیم که در همه کشورهایی که اوضاع اقتصادی خوبی هم دارند با مشکلاتی بعد از شیوع کرونا مواجه شده‌اند. از همه مردم خواهش می‌کنیم همانطور که تا امروز کنار وزارت بهداشت، دولت و مسئولان بودند و کمک کردند تا در مقابله با کرونا به شرایط قابل قبولی برسیم باز هم باید ما را یاری کنند و به ما کمک کنند تا ادامه مسیر را هم طی کنیم.

او در پایان ابراز امیدواری کرد که با تحمل سختی و همکاری مضاعف کار را به پیش ببریم و از مشکلات عبور کنیم تا به شرایط مناسب برسیم.

به گزارش پایگاه اطلاع‌رسانی دولت، متن کامل سخنان روحانی به این شرح است: «قبلا هم گفته شده بود که ۳ میلیون نفر محروم و تحت فشار هستند که برای آنها در چهار نوبت بسته حمایتی از ۲۰۰هزار تومان تا ۶۰۰ هزار تومان مدنظر قرار دادیم؛ که مرحله اول آن پرداخت شده و مرحله دوم آن هم تا پایان فروردین پرداخت خواهد شد و دو نوبت بعد هم به همان صورت در ماه‌های اردیبهشت و خرداد پرداخت خواهد شد.

یک رقمی مدنظر قرار دادیم به عنوان وام به اندازه یک میلیون تا دو میلیون تومان برای ۴ میلیون خانواده‌ای که آنها هم جزو اقشار کم‌درآمد هستند؛ نرخ این وام ۴درصد است و این هم به زودی برای خانواده‌ها اعلام می‌شود که بتوانند این وام را دریافت کنند.

امروز در جلسه ۷۵ هزار میلیارد تومان وام و تسهیلاتی که برای این ایام مدنظر قرار دادیم، مورد بحث قرار گرفت؛ ۱۰ رسته هستند که در این ایام تحت فشار شدید قرار گرفتند؛ بعضی‌ها تقریبا کسب و کارشان متوقف بوده و بعضی‌ها هم درآمدشان پایین بوده است؛ این رسته‌های مختلف کارگاه‌های کوچک و بعضی‌ها متوسط هستند و بعضی‌ها در واقع یک بنگاه کار یک نفره، بعضی‌ها چند نفره و بعضی‌ها ۵۰ نفر به بالا و ۵۰ نفر به پایین هستند؛ تقریبا ۳ میلیون و ۲۰۰ هزار نفر اشتغال‌شان وابسته به اینگونه موارد است و زندگی این افراد تحت فشار قرار گرفته است و ما در اینجا تصویب کردیم که برای همه اینها رقمی را مدنظر قرار دهیم.

در این جلسه برای هر بنگاهی تقریبا مشخص شده و به این بنگاه‌ها اعلام خواهد شد که چه مقدار به اینها پرداخت می‌شود؛ پولی که برای کمک به این عنوان است که اشتغال آنها فعال نبوده ولی کارگرها را نگه داشتند و مقداری پول برای سرمایه در گردش‌شان که بتوانند به تدریج بنگاه خودشان را فعال کنند.

البته این بنگاه‌ها همه یکسان نیستند و بنا شد دو دسته شوند؛ آن بنگاه‌هایی که به دستور ستاد ملی کرونا رسما تعطیل شدند و به آنها گفته شده فعالیت نکنند و هنوز هم تعطیل هستند و حتی در پایان ماه فروردین که کسب و کارها فعال می‌شود، چون آنها پرریسک هستند باز هم تا اطلاع ثانوی فعال نخواهند شد و برای ما هم روشن نیست؛ در ستاد ملی مقابله با کرونا و در گروه‌های کارشناسی دارد بحث می‌شود که آنها چه زمانی می‌توانند فعالیت خود را آغاز کنند.

دیروز هم این را در ستاد ملی کرونا توضیح دادم که این بازگشایی که داریم شروع می‌کنیم، پلکانی است و مردم باید توجه کنند بازگشایی یک مرتبه به خاطر شرایطی که داریم امکان‌پذیر نیست؛ به همان اندازه که شرایط بهداشتی مهیاتر می‌شود و وزارت بهداشت و درمان به ما می‌گوید شرایط بهتر شده، به همان نسبت می‌توانیم گشایش بیشتری را ایجاد کنیم.

در عین حال مردم عزیز باید توجه کنند، هر کجا گشایشی حاصل می‌شود، این بدان معنا نیست اصولی که بهداشت و درمان به عنوان فاصله‌گذاری هوشمند مدنظر قرار داده، به آن اصول توجه نشود؛ همه کسب و کارها و همه آنهایی که فعالیت می‌کنند اعم از تولیدی، توزیعی، خدماتی، باید آن اصولی که به عنوان پروتکل‌های بهداشتی اعلام شده و اعلام می‌شود و به آنها توافق می‌شود؛ همه باید مراعات کنند و همانطور که دیروز تاکید کردم در خانه ماندن به عنوان یک اصل همچنان باید مدنظر باشد.

البته در این شرایطی که هستیم، نمی‌توانیم بگوییم کسب و کارها برای بلندمدت اصلا فعالیت نکنند؛ به همین معنا هم کسب و کارها تعطیل بوده و در تهران باز این کسب و کارها تا پایان فروردین تعطیل خواهد بود؛ جز آن مواردی که مواد غذایی و بهداشتی را در اختیار مردم قرار می‌دهند.

در استان‌ها هم اگر از ۲۳ فروردین راه می‌افتد؛ همه اینها باید آن اصول را مدنظر قرار دهند؛ چون شرایط ما هنوز شرایطی نیست که بگوییم باید فاصله‌گذاری‌ها را کنار بگذاریم؛ فاصله‌گذاری‌ها هوشمندانه و همانطوری که مدنظر است باید مدنظر همه قرار بگیرد.

همانطور که برخی از متخصصین اظهار نگرانی می‌کنند، اگر بخواهد اصول بهداشتی مراعات نشود دومرتبه ممکن است در یک شرایطی قرار بگیریم که شرایط سخت شود؛ به هر حال امکانات بیمارستانی و امکانات پزشکی و پزشکان و پرستاران نباید نگران شوند؛ تا امروز الحمدالله با فداکاری آنها، امکانات و تجهیزات هم به اندازه کافی بوده و از امروز به بعد هم امکانات و تجهیزات بیشتر در اختیار مراکز درمانی قرار می‌گیرد.

دیروز یک بازدید کوتاهی داشتیم از بعضی بخش‌های تولیدی یا دانش‌بنیانی که تلاش می‌کنند نیازمندی‌ها را برطرف کنند؛ در بعضی از موارد هم اقدامات بسیار خوبی را انجام داده بودند؛ مثلا در تشخیص سی.تی کار خوب و بسیار ارزشمندی را انجام داده بودند.

دانشگاه‌ها و شرکت‌های دانش‌بنیان با مشارکت هم کار بزرگی انجام دادند؛ در زمینه سایر نیازمندی‌ها مثلا ونتیلاتور(دستگاه تنفس مصنوعی) آن بخشی که داشت تولید می‌کرد از او سوال کردم که چه مقدار تولید می‌کنید و چه مقدار می‌توانید اضافه کنید؟ آن مقداری که او اعلام می‌کرد با آن نیازی که وزارت بهداشت اعلام می‌کند تقریبا نیازمندی تامین خواهد شد؛ یا سی.تی.اسکن که دارد تولید می‌کند امکانات داشت برای اینکه این را توسعه دهد و ما هم ان‌شاءالله اعتبار آن را تامین می‌کنیم.

پس یک بخش ما این بود که امروز تصمیم گرفتیم برای کسب و کارهایی که به خاطر کرونا تحت فشار قرار گرفتند؛ حال یا تعطیل شدند یا کسب و کارشان کساد شده؛ برای همه آنها وامی را مدنظر قرار دادیم و به آنها اعلام می‌شود؛ نرخ این وام همانطور که اعلام شده ۱۲درصد و مدت زمان بازپرداخت آن دو سال است؛ چند ماه هم به عنوان تنفس داده می‌شود؛ یعنی این وامی که الان پرداخت می‌شود، از مهر ماه باید بازپرداخت کنند؛ بنابراین برای بازپرداخت هم تنفس و هم زمان دارد.

یک کمکی هست به همین کسب و کارها و همچنین به کارگران عزیز ما که تحت فشار قرار گرفتند که وقتی به این بنگاه‌ها کمک می‌کنیم مشروط به این است؛ در صورتی ما به اینها کمک می‌کنیم که کارگر را تعدیل نکنند، کارگر اخراج نشود، کارگر بماند، بنابراین هم کمک به بنگاه هست و هم کمک به اشتغال و کارگران عزیز ما هست.

مصوبه دیگری که امروز مدنظر قرار دادیم مربوط به یک اعتباری است که در اختیار تقریبا همه خانوارهایی که یارانه دریافت می‌کنند قرار می‌گیرد، حدود بیش از ۲۳ میلیون خانوار هستند که یارانه ماهانه دریافت می‌کنند که یک اعتبار یک میلیونی در اختیار همه این خانوارها قرار می‌گیرد که به تدریج در طول ۲۴ ماه از یارانه‌ای که در ماه‌های بعد پرداخت می‌شود کم می‌شود.

بنابراین در ماه اردیبهشت می‌توانیم این را سامان دهیم و به آنها اعلام کنیم که این یک میلیون اعتبار در اختیار آنها قرار می‌گیرد. اگر در فروردین شد، فروردین اعلام می‌کنیم اگر هماهنگی در فروردین انجام نشد در اردیبهشت این هماهنگی انجام می‌گیرد و تقریبا حدود ۲۵ هزار میلیارد تومان برای این امر مدنظر قرار دادیم که مصوب شد.

یک مقدار هم وجهی است که دیگر به صورت اعتبار نیست و به صورت پرداخت به اقشار مختلف است.

۵ هزار میلیارد تومان در صندوق بیمه بیکاری قرار دادیم و پول آن با بحث‌هایی که امروز انجام دادیم تامین شده است تا به افرادی که دچار بیکاری می‌شوند طبق معیارهایی که دارند پرداخت کنند.

حدود ۱۳ هزار میلیارد تومان هم برای بحث کرونا امروز مصوب کردیم که بخشی از آن به تولیداتی پرداخت می‌شود که وزارت بهداشت و درمان اعلام می‌کند و نیازهای آن را تامین می‌کنند. بخشی به شرکت‌های دانش‌بنیان پرداخت می‌شود و بخش اعظم آن نیز برای نیازمندی‌هایی که خودِ وزارت بهداشت، درمان برای دانشگاه‌های خود در سراسر کشور که الان نیازمند هستند و برخی از آنها برای اینکه نیازهای‌شان را رفع کنند وام گرفتند، ان‌شاءالله تامین می‌شود که به آنها پرداخت خواهد شد.

تصمیم دیگری که امروز در این جلسه گرفتیم اینکه، کمک‌هایی که امروز از طرف نهادهای دیگر اعلام می‌شود، حالا یک نهاد عمومی است مثل ستاد اجرایی، بنیاد مستضعفان یا نهادی مثل سپاه پاسداران، اینها یک کمک‌هایی به اقشار می‌کنند، خیرین هستند که کمک می‌کنند یا دولت هست که کمک می‌کند، یک هماهنگی برای این کار لازم هست. ممکن است کمک‌ها در یک جایی متمرکز شود یک جایی هم اصلا پرداخت نشود یا کم پرداخت شود، این هماهنگی ضروری است.

در این جلسه تصویب کردیم ان‌شاءالله معاون اول ظرف این هفته یا هفته آینده جلسه‌ای را برگزار می‌کند همه این نهادها را البته یک شورای عالی رفاه هم داریم، معاون اول می‌تواند همان جلسه شورای عالی رفاه را تشکیل دهد و از این نهادها هم دعوت کند از برخی خیرین هم دعوت شود. خیرین هم باید در این ایام نسبت به اقشاری که تحت فشار هستند، بیشتر کمک کنند.

مردم عزیز ما می‌دانند امروز همه دنیا در یک شرایط ویژه‌ای هستند، حتی کشورهایی که وضع اقتصادی آنها بسیار خوب هست آنها هم امروز هم از لحاظ بهداشتی، هم از لحاظ اقتصادی و هم از لحاظ تامین نیاز زندگی مردم مشکلاتی دارند بنابراین ما هم دچار مشکلات هستیم باید مشکلات را بتوانیم رفع کنیم.

البته شرایط ما شرایط سختی مضاعف است هم در تحریم هستیم و هم در کرونا، بنابراین شرایط ما سخت‌تر است ولی دولت تصمیمات خوبی در حد توان خود اتخاذ کرده، نهادها هم همه در فعالیت و تلاش هستند، خیرین هم تلاش می‌کنند، در اینجا یک هماهنگی نیاز داریم که این هماهنگی باید انجام بگیرد.

امروز همچنین به وزیر محترم کشور دستور دادم که جلسه‌ای را تشکیل بدهند و همه افرادی که در این زمینه موثر هستند برای هماهنگی لازم در زمینه حمل و نقل و در زمینه کسب و کار دعوت شوند، توأم با اجرای پروتکل‌های دقیق بهداشتی، چون به هر حال افرادی که از حمل و نقل عمومی استفاده می‌کنند چارچوب وجود دارد که باید آنها را مراعات کنند. خودِ وسیله نقلیه هم باید مراعات‌هایی را انجام دهد، خودِ مردمی که استفاده می‌کنند هم باید اصولی را مراعات کنند، کسب و کارها هم که می‌خواهد شروع شود همه آنها در چارچوب پروتکل‌هایی است که باید مراعات کنند.

از همه مردم خواهش می‌کنیم همانطور که تا امروز کنار دولت، نظام، وزارت بهداشت و درمان بودند و کمک کردند تا ما توانستیم در یک شرایط نسبتا قابل قبولی قرار بگیریم باز هم نیازمند به کمک آنها هستیم. همه باید ما را کمک و یاری کنند همه بدانند که باید اصول بهداشتی را دقیقا مراعات کنیم و فاصله‌گذاری‌ها باید مدنظر ما باشد.

ممکن است بعضی از اموری که هنوز اعلام نکردیم مقداری تاخیر شود، امور آموزشی را به آینده واگذار کردیم، هر زمانی که مناسب شود بنابراین آموزش و پرورش، دانشگاه‌ها مربوط به زمان مناسبی است که بعدها اعلام می‌شود.

در بعضی از امور مثل حمل و نقل بین شهری هم که مردم بخواهند مسافرت کنند هنوز اینها را اعلام نکرده‌ایم، باید بررسی و بعد در زمان مناسب اعلام کنیم. بنابراین با تحمل سختی و با همکاری مضاعف باید این کار را پیش ببریم. ان شاءالله خدا ما را یاری می‌کند در ماه پرخیر و برکت شعبان و در آستانه ماه بسیار مبارک رمضان هستیم ان‌شاءالله از عنایات حق و ولی عصر (ارواحنا له الفدا) برخوردار خواهیم شد و از این مشکلات عبور خواهیم کرد. ان‌شاءالله.»

نگاه

آیا کرونا جهانی‌سازی را به عقب خواهد راند؟

تنگنای کاپیتالیسم

اگرچه ممکن است عجیب و شگفت‌انگیز به نظر برسد، اما هر مورخ اقتصادی می‌تواند به شما بگوید که مردم قرن‌ها و هزاره‌ها با سرزمین‌های دور تجارت می‌کردند. با این حال، جهانی‌سازی، میزان و سرعت تجارت بین‌المللی را در چند دهه گذشته به حد بی‌سابقه‌ای رسانده است. سفر آسان، پایان جنگ سرد و اقتصادهای نوظهور کشورهای در حال توسعه، همه در مجموع سیستمی را به وجود آورده‌اند که اکنون بیشتر از هر زمانی به آنچه که در سوی دیگر دنیا اتفاق می‌افتد، وابسته است. به همین دلیل است که ویروس کرونا چنین تاثیر سریع و عمیقی بر اقتصاد جهانی گذاشته است.

به گزارش بی‌بی‌سی، پروفسور بیاته جاورزیک، اقتصاددان و مسئول توسعه و بازسازی در بانک اروپا می‌گوید که روند تغییر در اقتصاد جهانی در طول ۱۷ سال گذشته عمیق بوده است. او می‌گوید: «اگر به سال ۲۰۰۳ میلادی نگاه کنیم یعنی زمانی که همه‌گیری سارس اتفاق افتاد چین ۴درصد تولید جهان را در دست داشت، اما حالا ۱۶درصد تولید جهان، یعنی چهار برابر بیشتر از سال ۲۰۰۳ را در دست دارد. این امر یعنی اینکه هر اتفاقی که در سرزمین اژدهای زرد بیفتد به همین میزان بر اقتصاد جهان تاثیر می‌گذارد.»

با کمک جهانی‌سازی می‌توانیم به این سوال پاسخ دهیم که چرا تقریبا همه تولیدکننده‌های عمده خودرو در بریتانیا تعطیل شده‌اند؛ این کارخانه‌ها وابسته به فروش و تولید قطعات در سراسر جهان هستند و وقتی اینها نباشند تولید خودرو متوقف می‌شود. بنابراین رفاه و سلامت چین در حال حاضر بیشتر از هر زمان دیگری مهم است. اما مسئله فقط وسعت این تاثیر نیست و در اینجا مشکل عمیق‌تری در ارتباط با مسئله جهانی‌سازی مطرح است.

ایان گلدین، پروفسور جهانی‌سازی و توسعه در دانشگاه آکسفورد و نویسنده کتاب «چطور جهانی‌سازی خطر سیستماتیک ایجاد می‌کند و چه کاری می‌توان برایش انجام داد» در این باره می‌گوید: «این خطرها نقاط آسیب‌پذیر جهانی‌سازی هستند.» به گفته او، «این مسئله را نه فقط در بحران جاری می‌توان دید بلکه آن را در بحران مالی سال ۲۰۰۸ میلادی هم دیده‌ایم و همچنین در آسیب‌پذیری اینترنت در مقابل حملات سایبری.»

با اینکه سیستم تازه اقتصاد جهانی، مزایای بسیاری به همراه دارد، اما در عین حال، خطرات و مخاطرات انبوهی هم آن را تهدید می‌کند. این سیستم با اینکه به بالا رفتن درآمدها کمک کرده، اقتصادها را به سرعت و سهولت توسعه داده و میلیون‌ها نفر را از فقر رهانده است، اما به خطر مسری شدن آسیب‌پذیری‌ها چه از لحاظ مالی و چه از لحاظ بهداشتی و پزشکی، شتاب فزاینده‌ای داده است.

در این زمینه، پروفسور ریچارد پورتس، استاد اقتصاد در مدرسه اقتصاد لندن نیز معتقد است که تغییر اجتناب‌ناپذیر است. او می‌گوید: «به داد و ستدها نگاه کنید، وقتی که به دلیل کرونا زنجیره تولید مختل شد، مردم به سراغ تولیدکننده‌های محلی رفتند حتی اگر محصول‌شان گران‌تر بود. اگر مردم منابع محلی را پیدا کنند به آنها روی می‌آورند چون از ریسک منابع دیگر مطلع هستند.»

پروفسور جاورزیک با این نظر موافق است. او معتقد است که به دلیل ترکیبی از عوامل مختلف و به دنبال بحران کرونا، صنایع غرب شروع به آوردن تولید به داخل کشورهای‌شان خواهند کرد. او می‌گوید که جنگ تجاری غرب و چین و همه‌گیری کرونا باعث خواهد شد کمپانی‌ها بازگرداندن صنایع به داخل مرزهای‌شان را جدی بگیرند. با این وجود، به طور کلی این اتفاق، خبر خوبی برای اقتصاد غرب نیست که حالا گفته می‌شود به شدت به جهانی‌سازی وابسته است.

بخش بزرگی از جهانی‌سازی مربوط به انتقال و جابه‌جایی محصولات تولیدی در اطراف دنیا نیست، بلکه مربوط به انتقال ایده‌ها و اطلاعات است. دیوید هنیگ مدیر پروژه سیاست تجاری بریتانیا در مرکز اروپایی اقتصاد سیاسی بین‌المللی در این باره می‌گوید: «الان نگرانی جدی در مورد تعداد دانشجویان خارجی جدید در دانشگاه‌های غرب در پاییز وجود دارد، بسیاری از دانشگاه‌ها وابسته به دانشجویان چینی هستند.»

البته ایده جهانی‌سازی فقط انتقال صنایع به کشورهای ارزان آسیایی نیست. این امر به عنوان مثال، باعث افزایش دانشجویان خارجی شده که مایل هستند برای تحصیل در دانشگاه‌های غرب هزینه کنند و گردشگرهای ثروتمندی که مایلند در این کشورها پول خرج کنند. کند شدن این روند یا پسروی روند جهانی‌سازی به شدت به این صنایع صدمه خواهد زد. هرچند پیش از همه‌گیری کرونا عوامل دیگری هم در این راستا وجود داشت، اما کرونا این روند را سرعت بخشیده است. با وجود این اما نگرانی اصلی این نیست که آیا این تغییرات اتفاق می‌افتند یا نه، بلکه این است که این تغییرات تا چه اندازه خواهند بود و چگونه مدیریت خواهند شد.

پروفسور گلدین گزینه‌های روشنی پیش رو می‌بیند و می‌گوید: «یا می‌توانیم مانند بعد از جنگ جهانی اول در سال ۱۹۱۸ شاهد ضعیف‌تر شدن نهادهای بین‌المللی و رشد ناسیونالیسم و رکود اقتصادی باشیم، یا مانند دوران بعد از جنگ جهانی دوم شاهد همکاری‌های بیشتر بین‌المللی باشیم مانند سازمان ملل و توافق جهانی تجارت و تعرفه‌ها.»

پروفسور گلدین نگران این است که چه کسی هدایت این کار را به عهده می‌گیرد: «می‌توانیم خوشبین باشیم اما قطعا شاهد رهبری کاخ سفید نبوده‌ایم و چین هم نمی‌تواند این کار را انجام دهد و بریتانیا هم نمی‌تواند رهبری را در اروپا به عهده بگیرد.» اما با این اوضاع آیا جهانی‌سازی عقبگرد خواهد کرد؟ احتمالا نه، چراکه برای توسعه اقتصادی، ادامه جهانی‌سازی بسیار مهم است، اما روند آن ممکن است به میزان قابل ملاحظه‌ای کند شود. آیا یاد خواهیم گرفت خطر را شناسایی و کنترل کنیم و چالش‌هایی را که به نظر می‌آیند بخش جدایی‌ناپذیر جهانی‌سازی هستند به قاعده درآوریم؟ به نظر می‌رسد در حال حاضر همکاری و رهبری لازم و کافی برای آن وجود ندارد.

در گذار از کرونای چینی تا آنفلوآنزای اسپانیایی

همه راه‌ها به قرنطینه ختم نمی‌شوند

ایمان ولی‌پور
ایمیل: IvanKaramazof@yahoo.com

«سالی/ نوروز/ بی‌چلچله بی‌بنفشه می‌آید/ بی‌جنبش سرد برگ نارنج بر آب/ بی‌گردش مُرغانه رنگین بر آینه/ بی‌گندم سبز و سفره می‌آید/ بی‌پیغام خموش ماهی از تُنگ بلور/ بی‌رقص عفیف شعله در مردنگی...»

شعر «نوروز در زمستان» را احمد شاملو در نوروز ۱۳۵۶ و در ویرایشی تازه در پاییز ۱۳۷۲ سرود، اما به نظر می‌رسد این شعر بی‌شباهت به حال و روز فعلی ما در شروع آخرین سال قرن حاضر نیست. گویی این شعر نسبتی با هستی ما دارد و در وانفسای روزگاری که تحریم و کرونا توامان بیداد می‌کنند، تداعی‌کننده همین سالی است که «نوروزش بی‌چلچله بی‌بنفشه آمده است». سالی که از قضا کبیسه است و یادآور «سال بد/ سال باد/ سال اشک/ سال شک/ سال اشک پوری / سال خون مرتضی/ سال کبیسه».

جامعه ایرانی این روزها در تنگنای تحریم زندگی می‌کند و شیوع ویروس کرونا، بار مضاعفی شده است که زخم این تحریم را جگرخراش کرده و آسیب تحریم‌ها به ساختار درمانی کشور را برملا کرده است. متاسفانه در کشاکش سیاست و انسانیت، دارو و کالاهای بهداشتی قربانی بی‌سابقه‌ترین نظام تحریم‌ها در طول تاریخ قرار گرفته و این تحریم، ساختار بهداشتی و درمانی کشور را آسیب‌پذیر کرده است. به همین علت است که با شیوع ویروس کرونا، هراس‌ها از بیم فاجعه‌ای مهیب و مسبوق به سابقه در جامعه ایران بیشتر شده است؛ نظیر یکصد سال پیش در بحبوحه جنگ جهانی اول و شیوع یک بیماری همه‌گیر دیگر به نام آنفلوآنزای اسپانیایی.

فاصله یکصد ساله میان شیوع ویروس کرونای چینی و ویروس آنفلوآنزای اسپانیایی، مخاطب ایرانی را به فکر وا می‌دارد که جامعه ایران از نظر بهداشتی و ساختار درمانی چقدر در این یک قرن تغییر کرده است؟ زیرساخت‌های پزشکی و بهداشت عمومی کشور چقدر بهتر شده است؟ آیا می‌توان با قطعیت گفت که وضعیت جامعه ایران در حال حاضر و در مصاف با ویروس کرونا بهتر از وضعیت آن روزهای ما در زمان شیوع آنفلوآنزای اسپانیایی است؟

مصاف ویروس و انسان در گذار تاریخ

گزارش‌ها از آن دوره و اسناد تاریخی به جا مانده نشان می‌دهد که مهم‌ترین پیامد بیماری‌های همه‌گیر در آن سال‌ها، کاهش چشمگیر جمعیت کشور بود، تا جایی که بنا به روایت‌های مختلف و بر اثر همه‌گیری وبا، طاعون و آنفلوآنزای اسپانیایی، جمعیت ایران به ۶میلیون نفر کاهش یافت. همچنین تدابیر دولت برای قرنطینه شهرها در آن سال‌ها چندان کارساز نبود و مردم همکاری چندانی با ماموران دولتی نداشتند. با اینکه طرح قرنطینه شهرها همانند بسیاری دیگر از کارها و حوادث در حافظه تاریخی مردم به شخص امیرکبیر نسبت داده می‌شود، اما روایت‌های تاریخی نشان می‌دهند که پیش از امیرکبیر نیز تجربیات مشابهی از قرنطینه شهرها توسط حکام محلی در ایران وجود داشت و به عنوان مثال در بحبوحه اپیدمی وبا در سال ۱۲۰۰ در شیراز و همچنین فراگیری طاعون در بوشهر و تبریز، نمونه‌هایی از اجرای قرنطینه رخ داد. با این حال، اولین تجربه ملی و جدی قرنطینه به امیرکبیر تعلق دارد که برخلاف تجربه‌های قبلی، حوزه گسترده‌تری برای قرنطینه‌سازی اعلام کرد و دستور داد تا مرز ایران و عراق از بیم سرایت بیماری وبا از غرب کشور قرنطینه شود.

اتفاقا آنچه در آثار تاریخی و زندگینامه برخی از مشاهیر با نام «قحطی بزرگ» یاد می‌شود، در همین دوران (۱۲۹۶ تا ۱۲۹۸ شمسی) اتفاق می‌افتد که بر اثر همه‌گیری وبا، طاعون و آنفلوآنزای اسپانیایی و همچنین حضور نیروهای متفقین در ایران و کمبود غلات و مواد غذایی، حدود ۲میلیون نفر بر اثر قحطی و بیماری کشته شدند؛ شبیه سناریوهای بدبینانه‌ای که این روزها درباره اپیدمی کرونا گفته می‌شود و اینکه تا یک سال آینده بین ۳۰ تا ۷۰درصد مردم جهان به ویروس «کووید-۱۹» مبتلا می‌شوند.

با اینکه ما حافظه تاریخی خوبی نداریم و به تعبیر شاملو «نزدیک‌ترین خاطره‌ام خاطره قرن‌هاست»، اما شنیده‌ها و یادها از قریب یکصد سال پیش و در هنگامه اپیدمی بیماری، از فقر و فاجعه حکایت دارند. محمدعلی جمال‌زاده درباره آن روزها می‌نویسد: «جنگ جهانی (اول) در آستانه اتمام بود (پاییز ۱۹۱۸) که در دل شبی تاریک و هولناک، سه سوار ترسناک که هر کدام شمشیر و شلاقی به بر داشتند، به آرامی از دیوارهای شهر عبور کردند و به آن وارد شدند. یک سوار نامش «قحطی»، دیگری «آنفلوآنزای اسپانیایی» و آخری «وبا» بود. طبقات فقیر، پیر و جوان همچون برگ پاییزی در برابر حمله این سواران بی‌رحم فرو می‌ریختند. هیچ غذایی پیدا نمی‌شد. مردم مجبور بودند هرچه را که می‌توانستند بجوند، بخورند. به‌زودی گربه و سگ و کلاغ را نمی‌شد یافت. حتی موش‌ها نسل‌شان برافتاده بود. برگ، علف و ریشه گیاه را مانند نان و گوشت معامله می‌کردند. در هر گوشه و کنار، اجساد مردگان بی‌کس‌وکار پراکنده بود. بعد از مدتی مردم به خوردن گوشت مردگان روی آوردند.»

این روایت جمال‌زاده را پرسی سایکس، افسر انگلیسی نیز تأیید می‌کند و درباره شیوع آنفلوآنزا در شیراز می‌گوید که تنها در یک ماه، یک پنجم جمعیت شیراز از بین رفت. او به دیدار عبدالحسین فرمانفرما در این شهر هم اشاره می‌کند و می‌نویسد: «فرمانفرما به تازگی از مرگ جان به در برده است. وقتی که پس از بهبودی به عیادتش رفتیم، با فرانسه ویژه خودش گفت که نصف شیراز مرده است.» سایکس در صفحات بعدی کتابش (History of Persia) از قزوین نیز به‌عنوان شهر دیگری که آنفلوآنزا در آن همه‌گیر شده بود، نام می‌برد.

از «کاران‌تن» فرانسوی تا «قرنطینه» فارسی

از جمله مسائلی که از همان ابتدای شیوع کرونا در ایران مطرح شده و همچنان با اما و اگر مواجه است، نوع مواجهه با طرح قرنطینه شهرهاست، تا جایی که بارها دولتمردان در پاسخ به افکار عمومی اعلام کرده‌اند که قرنطینه شهرها در دستور کار قرار ندارد. این در حالی است که چین با قرنطینه شهر ووهان به‌عنوان منشأ شیوع کروناویروس توانست اپیدمی را مهار کند؛ قرنطینه‌ای که نه تنها به واسطه آن، مسیرهای ورود و خروج شهر ووهان بسته شد، بلکه حتی تردد مردم در سطح شهر به حداقل ممکن رسید و برای خروج افراد از واحدهای مسکونی‌شان نیز ساعت‌های عبور و مرور تعیین شد. طولی نکشید که چین با عمل به این برنامه قرنطینه توانست جلوی شیوع بیشتر ویروس را بگیرد و این سیاست در دیگر کشورهای درگیر کرونا نظیر ایتالیا نیز با جدیت در حال پیاده شدن است. در ایران اما از همان ابتدا که مرگ دو نفر در شهر قم در آخرین روز بهمن‌ماه سال گذشته از سوی وزارت بهداشت تایید شد، نه شهر قم و نه هیچ شهر دیگری در کشور قرنطینه نشد.

واژه «قرنطینه» معرب کلمه فرانسوی «کاران‌تن» (quarantaine) و به معنای دوره ۴۰ روزه است. خاستگاه این کلمه به شهر ونیز برمی‌گردد که در میانه قرن چهاردهم میلادی، کشتی‌هایی که به شهر دوبرونیک (در جنوب کرواسی کنونی) می‌رسیدند از بیم گسترش طاعون و پیش از پهلو گرفتن در اسکله ناچار بودند به مدت ۴۰ روز توقف کنند. از نگاه منتقدان ادبی، بهترین معادل فارسی «قرنطینه»، «حصار بهداشتی» است که محدودیت جابه‌جایی انسان‌ها یا حیوانات در معرض بیماری‌های واگیردار را دربرمی‌گیرد.

تجربیات تاریخی نشان می‌دهد که «قرنطینه» یا همان «حصار بهداشتی» در شرایط اپیدمی، بهترین راهکار برای مهار بیماری‌های واگیردار است و تجربه موفق چین، اثرگذاری این روش تاریخی در جلوگیری از شیوع اپیدمی را بار دیگر ثابت کرده است. با این حال، تجربه تاریخی قرنطینه در ایران به دلایل ساختاری موفقیت‌آمیز نبوده و گزارش‌های متعدد از دوره قاجاریه و پهلوی اول نشان می‌دهد که از مهم‌ترین مشکلات قرنطینه شهرها، نگرش منفعت‌جویانه ماموران دولتی بود، به‌طوری که بسیاری از آنها با دریافت رشوه، تردد شهروندان را زیرسبیلی رد می‌کردند و در نتیجه ماموران دولتی که وظیفه نظارت بر اجرای قرنطینه را برعهده داشتند، خود به مانعی در مسیر آن تبدیل شدند. در سوی دیگر نیز عامه مردم درک چندانی از قواعد قرنطینه نداشتند و با هزار و یک ترفند می‌کوشیدند از محدوده قرنطینه فرار کنند که همین رفتار آنها به شیوع هرچه بیشتر بیماری می‌انجامید.

وقتی همه اپیدمی‌ها به قرنطینه ختم نمی‌شوند

البته ناکارآمدی قرنطینه در ایران، نشأت گرفته از ساختار تاریخی استبداد زده‌ای بود که استبداد را در سلسله‌مراتب اجتماعی بازتولید می‌کرد و این جریان از نوک هرم قدرت تا قاعده ساختار سیاسی، ساری و جاری بود. در واقع، مختصات فرهنگی جامعه و تنگنای درآمدی دولت‌ها موجب شده تا قرنطینه شهرها هیچ‌گاه در تاریخ معاصر ایران، کارآمد و به عنوان یک آلترناتیو مطرح نباشد. مثلا تصور کنید که دولت بخواهد حجم ترددها و میزان رفت‌وآمدهای سطح شهر را محدود کند. در نتیجه برای انجام این کار باید شرایط تک‌تک شهروندان را بررسی کرده و آن دسته از کسانی را که به دلایل معیشتی امکان قرنطینه خانگی ندارند، شناسایی کرده و مشمول طرح‌های حمایتی قرار دهد. پر واضح است که نه دولت قاجار با آن عقب‌ماندگی تاریخی و خزانه همیشه خالی و نه دولت حسن روحانی در سایه تحریم‌های همه‌جانبه و کسری بودجه و نه اصلا هیچ دولت دیگری نمی‌تواند با این مختصات تاریخی و تنگنای درآمدی شانسی برای اجرای موفق قرنطینه داشته باشد. شاید عجیب به نظر بیاید، اما ویژگی‌های تاریخی جامعه ایران بیشتر از آنچه تصور می‌شود، در کیفیت اجرای قرنطینه‌ها نقش بازی کرده‌اند. به عنوان مثال، مردم چین و به طور کلی، کشورهای خاور دور از نظر سیاسی و فرهنگی، بیشتر از مردم ایران روحیه قانون‌پذیری و همراهی با دولت دارند و وقتی برنامه‌ای برای شهروندان از سوی دولت اعلام می‌شود، می‌کوشند که با آن همراهی کنند، اما شکاف تاریخی دولت-ملت در ایران، مانع محکمی است که نه‌تنها قرنطینه بلکه اجرای هر برنامه جمعی دیگری را با تردید روبه‌رو می‌کند بنابراین با وجود سابقه طولانی قرنطینه در ایران، گسست‌های تاریخی باعث شده‌اند تا کمتر تجربه نسل‌های مختلف در این زمینه انباشت شده و در تار و پود فرهنگ ایرانی نهادینه شود.

چرا بحران کرونا نقطه عطفی تاریخی است؟

«خیابان‌های متروکه دوباره پر خواهد شد و ما چشم در چشم هم خواهیم دوخت، اما احتمالا جهان با آنچه تصور می‌کردیم و در شرایط عادی می‌شناختیم، متفاوت خواهد بود. این اتفاق نه یک بحران که نقطه عطفی در تاریخ خواهد بود.»

این بند نخست یادداشتی است که جان گری، فیلسوف انگلیسی در «نیو استیس من» نوشته و ادامه داده است: «اکنون به نظر می‌رسد، دوران اوج جهانی شدن به پایان رسیده است. آینده‌ای که بعد از این بحران شاهد آن خواهیم بود احتمالا به گذشته شباهت‌های بسیاری خواهد داشت. البته شاید بسیاری تمایلی برای بازگشت به جوامع کوچک و گذشته دوردست نداشته باشند، اما آنچه مسلم است ما دیگر به بیش از حد جهانی شدن چند دهه گذشته بر نمی‌گردیم. این ویروس ضعف‌های مهلکی در سیستم سرمایه‌داری لیبرال آشکار کرده است. لیبرالیسم با تمام تاکیداتی که نسبت به آزادی و انتخاب فردی داشته و همواره به دنبال جایگزین کردن بازار آزاد با مفاهیم سوسیالیستی می‌گشته حالا باید شاهد اتفاقات متفاوتی از قدرت گرفتن دوباره دولت باشد. سرکوب ویروس مستلزم تعطیلی هرچند موقت اقتصاد است، اما وقتی شرایط از بحران عبور کند دیگر شاهد شرایط پیشین نخواهیم بود.

سوال اینجاست که چه چیزی جایگزین افزایش سطح زندگی مادی به عنوان پایه و اساس جامعه خواهد شد؟ پاسخی که اندیشمندان سبز به این سوال داده‌اند، همان چیزی است که جان استوارت میل در «اصول اقتصاد سیاسی» آن را اقتصاد ثابت دولت می‌خواند. گسترش تولید و مصرف دیگر یک هدف مهم نخواهد بود و افزایش تعداد انسان‌ها محدود می‌شود. برخلاف بیشتر لیبرال‌های امروز، استوارت میل خیلی زود خطر جمعیت زیاد را تشخیص داد. او در این باره نوشت: «دنیایی مملو از انسان، بدون گیاهان و حیوانات وحشی خواهد بود.» او همچنین خطرات برنامه‌ریزی مرکزی را همواره درک و گوشزد می‌کرد.

این دیدگاه شاید از بسیاری جهات جذاب باشد، اما در عین حال غیرواقعی است. هیچ اقتدار جهانی برای پایان دادن به رشد وجود ندارد، همانگونه که هیچ کس برای مبارزه با ویروس وجود نداشت. مشکلات جهانی همیشه هم راه حل‌های جهانی ندارد. تقسیمات ژئوپلیتیکی مانع هر چیزی مانند دولت جهانی است. اگر یک دولت وجود داشته باشد، کشورهای موجود قطعا برای کنترل آن رقابت می‌کنند. اعتقاد به اینکه با وقوع بی‌سابقه همکاری‌های بین‌المللی می‌توان این بحران را حل کرد، تفکری جادویی در خالص‌ترین شکل ممکن است. در دنیای جدید بر شدت رقابت‌ها افزوده می‌شود چراکه دولت‌ها چه دموکراتیک و چه اقتدارگرا حمایت از شهروندان خود را مهم‌ترین هدف می‌دانند. دولت‌هایی که این تفکر هابزی را برآورده نکنند، شکست خواهند خورد. همه‌گیری کرونا ویروس تغییرات ناگهانی ژئوپلیتیک را سرعت بخشیده است. با افت درآمد نفتی، عربستان در معرض خطر خواهد بود. در مقابل، پیشرفت آسیای شرقی مطمئناً ادامه خواهد یافت. موفق‌ترین پاسخ به این بیماری همه‌گیر تاکنون در تایوان، کره جنوبی و سنگاپور بوده است. دشوار است باور کنید که سنت‌های فرهنگی آنها، که بیش از خودمختاری شخصی به بهزیستی جمعی توجه می‌کنند، نقشی در موفقیت آنها نداشته‌اند. آنها همچنین در برابر ایده دولت حداقلی مقاومت کرده‌اند. تعجب‌آور نخواهد بود اگر آنها بهتر از بسیاری از کشورهای غربی به جهانی‌سازی بپردازند. موضع چین پیچیده‌تر از همه کشورها است. مطمئناً این الگویی نیست که دموکراسی بتواند یا باید از آن تقلید کند. به نظر می‌رسد رژیم شی جین پینگ از این بیماری بهره کافی را برده است. ویروس کرونا امکان گسترش نظارت و ایجاد کنترل سیاسی حتی قوی‌تر از گذشته، را فراهم کرده است. هنوز مشخص نیست بعد از پایان این همه‌گیری جهانی، چقدر از مردم خواهان بازگشت آزادی‌ها خواهند بود. این تنها با شناخت کمبودهای جوامع لیبرال است که می‌توان اساسی‌ترین ارزش‌های آنها را حفظ کرد. در کنار عدالت، آزادی فردی را نیز شامل می‌شود و نحوه حفظ آنها یک بررسی ضروری برای دولت است. مزیت قرنطینه این است که می‌توان از آن برای فکر کردن استفاده کرد. پاکسازی ذهن درهم و برهم و فکر کردن چگونگی زندگی در یک دنیای تغییریافته، عملی است. برای آن دسته از ما که در خط مقدم خدمت نمی‌کنیم این باید فرصت خوبی باشد.»

نظر وزیران کار و اقتصاد درباره افزایش حقوق کارگران در سال ۹۹ چیست؟

دستمزد کارگران در بلاتکلیفی کرونا

فرصت امروز: سایه ویروس کرونا چنان بر اقتصاد ایران سنگینی می‌کند که امسال برای اولین بار از زمان تصویب قانون کار، تکلیف مزد کارگران با وجود گذشت نیمی از روزهای ماه اول سال مشخص نشده است. میلیون‌ها کارگر ایرانی در این روزها همچنان بلاتکلیف و منتظر هستند که حقوق و دستمزد فروردین چگونه محاسبه خواهد شد. تعیین دستمزد کارگران در سال‌های گذشته همیشه با چانه‌زنی همراه بوده و سالی نبوده که توافقی به راحتی شکل گرفته باشد. غالبا ماجرای مزد کارگران همیشه به روزهای پایانی سال کشیده و تعیین تکلیف می‌شود که البته با شیوع کرونا از اواخر سال ۹۸ همه چیز نقش بر آب شد. با اینکه آخرین جلسه کمیته تعیین مزد سال ۹۹ در روز ۲۸ اسفندماه سال گذشته برگزار شد ولی پس از چندین و چند ساعت رایزنی و گفت و گو بین نمایندگان کارگران، کارفرمایان و دولت، نتیجه‌ای حاصل نشد و همه چیز به بعد موکول شد.

در همین زمینه، سید جعفر توفیقی درباره آخرین بحث‌ها و صحبت‌ها درباره دستمزد کارگران و پیشنهاد فریز مزدی سه ماهه نخست امسال که از سوی کارفرمایان مطرح شده، گفت: نه‌تنها کارگران با این پیشنهاد کارفرمایان اعتراض کردند، بلکه وزرای اقتصاد و کار نیز از این موضوع ناراضی بودند و آن را رد کردند.

این نماینده کارگران در کمیته مزد شورای عالی کار در گفت‌وگو با خبرآنلاین و در ارتباط با بحث فریز مزدی ادامه داد: بحث فریز مزدی برای اولین بار امسال مطرح نشده بلکه کارفرمایان چندین سال گذشته هر بار به بهانه‌هایی چون یارانه نقدی، مشکلات تسهیلات بانکی و... این پیشنهاد را مطرح می‌کردند که البته همیشه هم رد می‌شد، با این همه امسال از یکسو شیوع ویروس کرونا در کنار حضور دو وزیر در جلسات این پیشنهاد را به جامعه کشاند. فراموش نکنیم امسال وزارت تعاون نیز به دلیل اهمیت مسئله سبد معیشت حضوری گسترده در شورا داشت و این امر مایه خوشحالی ماست.

به گفته وی، در جلسه‌ای که در میانه اسفندماه مطرح شد پیشنهاد خارج از دستور کارفرمایان مطرح شد. طبیعی بود که نمایندگان کارگری به شدت به این تصمیم اعتراض کردند ولی این بار دو وزیر حاضر در جلسه، یعنی وزیر اقتصاد و کار نیز به کارفرمایان اعتراض کردند و خواهان رد کردن این تصمیم شدند.

توفیقی با اشاره به فضای روانی که کارفرمایان در رسانه‌ها برپا کرده‌اند، گفت: اگرچه این تصمیم خیلی زود از طرف دولت و کارگران با قاطعیت رد شد اما کارفرمایان در رسانه‌های مختلف فضای روانی ساختند که گویا تولید کشور لنگ همین افزایش ناچیز حقوق کارگران است. تو گویی تنها کارفرمایان هستند که از این مسئله زیان می‌بینند و خانوار کارگران ایران که پیش از کرونا هم شرایط دشواری داشتند گزندی از این بیماری نمی‌بینند. انگار نه انگار که طبق مصوبه کارفرمایان در جلسات پیشین کمیته دستمزد حقوق فعلی کمتر از یک سوم هزینه‌های زندگی است.

او در رابطه با دلایل اتخاذ این تصمیم کارفرمایان نیز گفت: مزد، سهم بسیار ناچیزی در هزینه تمام شده کالا دارد، اما کارفرمایان محترم همواره آن را به عنوان مسئله خود معرفی کردند. چون دیواری کوتاه‌تر از کارگران وجود ندارد. وگرنه کیست که نداند افزایش بهره‌وری سرمایه در ایران یا بهبود فضای کسب و کار به مراتب می‌تواند سودآوری بیشتری برای یک بنگاه نسبت به مزد داشته باشد. کارفرمایان سراغ بهبود فضای کسب و کار نمی‌روند چون لازمه آن شفاف‌سازی است و به همین بهانه کارگرانی که به زحمت هزینه خانواده را تامین می‌کنند را باز هم فقیرتر کنند.

این فعال کارگری ادامه داد: پس از اینکه شیوع کرونا در کشور آغاز شد و پیش از جلسه کمیته دستمزد نمایندگان کارفرمایان، اتاق بازرگانی و دولت جلسه‌ای با هم داشتند. در آنجا یک کار کارشناسی از سوی بخش خصوصی صورت گرفته بود که میزان آسیب‌پذیری بنگاه‌ها از این ویروس را نشان می‌داد. بنا شد دولت از مشاغل آسیب‌پذیر حمایت لازمه را انجام دهد. دولت در پایان آن جلسه وعده داد تا سریعا مصوبه‌ای جهت حمایت از مشاغل براساس طرح فعالان بخش خصوصی آماده کند. همین چند روز پیش نیز آقای روحانی از بسته ۱۰۰هزار میلیارد تومانی خبر داد. درنتیجه اگر بنگاهی هم آسیبی از کرونا ببیند حمایت‌های دولت را خواهد داشت.

توفیقی به جلسه میانه اسفندماه اشاره کرد و افزود: در این جلسه علاوه بر تیم کارگری و کارفرمایی دو وزیر دولت، یعنی دژپسند و شریعتمداری هم حضور داشتند. کارفرمایان با طرح سه ماهه فریز مزدی وارد بحث شدند که اعتراض شدید ما را در پی داشت. با این حال دولت به شدت نسبت به اقدام آنها معترض شد و وزرا به آنها گفتند شما طرح خود را به دولت ارائه کردید و بناست دولت از شما حمایت‌های لازم را انجام دهد. پس چرا دوباره این بحث را به جلسات شورای عالی کار می‌آورید؟ این به اصطلاح راه‌حل کارفرمایان پاسخ نسبتا شدیدی از سوی دو وزیر دولت گرفت و آنها نیز ترجیح دادند بحث خود را رها کنند. گرچه گویا در جلسات مزدی این بحث رها شد اما در رسانه‌های همیشه حامی کارفرما و بخش خصوصی رها نشده است!

این فعال کارگری با اشاره به قانون کار و تصمیمات نهادهای بین‌المللی چون سازمان جهانی کار و سازمان بهداشت جهانی تاکید کرد: در هیچ جای قوانین کشور نیامده که می‌توان به دلیل فشار کارفرمایان از طریق افزایش ندادن مزد کارگر از مشاغل حمایت کرد. حتی پس از بحران کرونا موضع رسمی سازمان جهانی کار و بهداشت جهانی این بود که باید مشاغل را حمایت کرد، باید معیشت خانواده‌های کارگری را بهبود بخشید و از وارد آوردن استرس بیشتر جلوگیری کرد چون استرس شیوع کرونا را بالا می‌برد.

توفیقی در پایان سخنانش گفت: پیشنهاد کارفرمایان هم قوانین ملی و هم دستورالعمل‌های بین‌المللی را به طور کلی رد می‌کند. من کتمان نمی‌کنم آسیب‌های احتمالی مشاغل را که البته باید کارفرمایان این تسهیلات را از دولت بخواهند نه از سه پنجم خانوارهای کشور که پیش از کرونا هم زندگی سختی را می‌گذراندند. به این ترتیب نمایندگان کارگری به شدت علیه این طرح هستند و دولت هم نشان داده به این ادعای کارفرمایان وقعی نمی‌نهد.

شرکت ملی گاز
شرکت گاز استان لرستان
(سهامی خاص)

آکهی فراخوان پیمانکار موضوع: مناقصه شماره: ۹۹/۰۲

نوبت اول

شماره مجوز: ۱۳۹۹۵۱

شماره سند: CA000F012I00

شرکت گاز استان لرستان (مناقصه گزار) در نظر دارد تامین خدمات نگهداری،تعمیرات،امدادرسانی،گازبانی،کنتور خوانی و... نواحی:
۱- دورود ،چالانچولان و روستاهای تابعه ۲- کوهدشت،درب گنبد،کوهنانی، گراب و روستاهای تابعه
۳- الشتر، فیروز آباد و روستاهای تابعه ۴- رومشکان و روستاهای تابعه
۵- ازنا ،مومن آباد و روستاهای تابعه ۶- الیگودرز و شهرهای چمن سلطان،شاپور آباد و روستاهای تابعه
۷- اداره گاز منطقه دو شهرستان خرم آباد ،سپیددشت و روستاهای تابعه
را از طریق مناقصه عمومی (یک مرحله ای) به پیمانکار واجد صلاحیت واگذار نماید . لذا از کلیه پیمانکاران واجد صلاحیتی که تمایل به شرکت در این مناقصه را دارند ، دعوت می گردد از تاریخ ۱۳۹۹/۰۱/۱۹لغایت۱۳۹۹/۰۱/۳۰جهت شرکت در مناقصه فوق از طریق سامانه ستاد اقدام نمایند.لازم به ذکر است کلیه مناقصه گران می بایست کلیه مدارک خواسته شده که در سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) www.setadiran.ir ، پایگاه ملی اطلاع رسانی مناقصات کشور به آدرس http://iets.mporg.ir درج گردیده را تکمیل و حداکثر تا تاریخ ۱۳۹۹/۰۲/۰۹ از طریق سامانه ستاد ارسال نمایند.(ضمنا لازم است نسخه فیزیکی اسناد ارزیابی و پاکت الف(ضمانتنامه) نیز ارسال گردد). زمان بازگشائی پیشنهادات ساعت ۹:۰۰ صبح مورخ ۱۳۹۹/۰۲/۱۳ می باشد.
۱- عنوان و مشخصات کلی پروژه :

ردیف	عنوان پروژه	مدت پیمان	مبلغ برآورد کار حدود	حداقل مبلغ تضمین شرکت در فرآیند ارجاع کار
۱	خدمات نگهداری،تعمیرات،امدادرسانی،گازبانی،کنتور خوانی و... نواحی دورود ،چالانچولان و روستاهای تابعه	۳۶۵ روز	۵۶,۲۱۱,۲۱۸,۳۰۹	۳,۰۰۰,۰۰۰,۰۰۰
۲	خدمات نگهداری،تعمیرات،امدادرسانی،گازبانی،کنتور خوانی و... کوهدشت،درب گنبد،کوهنانی،گراب و روستاهای تابعه	۳۶۵ روز	۴۱,۰۰۹,۷۸۵,۲۱۰	۲,۳۰۰,۰۰۰,۰۰۰
۳	خدمات نگهداری،تعمیرات،امدادرسانی،گازبانی،کنتور خوانی و... نواحی الشتر، فیروز آباد و روستاهای تابعه	۳۶۵ روز	۳۹,۷۱۱,۷۷۰,۴۵۲	۲,۳۰۰,۰۰۰,۰۰۰
۴	خدمات نگهداری،تعمیرات،امدادرسانی،گازبانی،کنتور خوانی و... ناحیه رومشکان و روستاهای تابعه	۳۶۵ روز	۲۳,۱۴۵,۶۸۵,۷۲۵	۱,۵۰۰,۰۰۰,۰۰۰
۵	خدمات نگهداری،تعمیرات،امدادرسانی،گازبانی،کنتور خوانی و... نواحی ازنا ،مومن آباد و روستاهای تابعه	۳۶۵ روز	۳۷,۷۵۵,۳۱۵,۳۱	۲,۱۰۰,۰۰۰,۰۰۰
۶	خدمات نگهداری،تعمیرات،امدادرسانی،گازبانی،کنتور خوانی و... نواحی الیگودرز و شهرهای چمن سلطان،شاپور آباد و روستاهای تابعه	۳۶۵ روز	۴۵,۲۵۴,۰۸۱,۱۰۷	۲,۵۰۰,۰۰۰,۰۰۰
۷	خدمات نگهداری،تعمیرات،امدادرسانی،گازبانی،کنتور خوانی و... اداره گاز منطقه دو شهرستان خرم آباد ،سپیددشت و روستاهای تابعه	۳۶۵ روز	۷۴,۳۸۴,۳۸۶,۰۶۵	۴,۰۰۰,۰۰۰,۰۰۰

۲- به این پروژه پیش پرداخت تعلق میگیرد.
۳- نوع و مبلغ تضمین شرکت در فرآیند ارجاع کار بصورت یکی از تضمین های زیر:
الف- ضمانت نامه بانکی ب- واریزی وجه نقد به حساب ۴۰۰۱۱۳۱۴۰۶۳۷۹۳۰۹ بنام تمرکز وجوه سپرده شرکت گاز استان لرستان
۴- محل تحویل و گشایش پیشنهادات : خرم آباد- میدان ۲۲ بهمن- بلوار مدیریت- شرکت گاز استان لرستان- امور قراردادها ،
تلفکس : ۳۳۲۰۰۶۸۳-۰۶۶
۵- پایه و رشته مورد نیاز : گواهینامه صلاحیت اداره کار و امور اجتماعی و گواهی ایمنی اداره کار
۶- محل تامین اعتبار : منابع داخلی
۷- مدت اعتبار پیشنهادها: سه ماه می باشد و این مدت حداکثر برای یک بار قابل تمدید می باشد.
۸- شرایط شرکت کننده در فراخوان: داشتن شخصیت حقوقی، تجربه کافی مرتبط، توانائی تهیه و تسلیم ضمانت نامه،توانائی رعایت استانداردهای شرکت ملی گاز،داشتن امکانات و نیروی متخصص به اندازه کافی،رتبه بندی مرتبط با رعایت ظرفیت مجاز کاری،داشتن کد شناسه ملی اشخاص حقوقی و ایران کد و صورتهای مالی حسابرسی شده و در ضمن بازگشایی پاکات منوط به کسب حداقل امتیاز از کمیته فنی / بازرگانی طبق اسناد ارزیابی می باشد.

روابط عمومی شرکت گاز استان لرستان

۲

یادداشت

سیاست‌گذاری و تابوی رفاه موقت

علی سرزعیم
استاد اقتصاد دانشگاه علامه طباطبائی

«مدرسه موش‌ها» یکی از جذاب‌ترین برنامه‌های تلویزیون در کودکیِ نسل ما بود. در یکی از قسمت‌های آن، بحث گربه به میان می‌آمد ولی کسی جرأت نمی‌کرد اسمش را ببرد تا حتی به چگونگی مواجهه با آن فکر کند و اگر کسی می‌خواست کوچک‌ترین اشاره‌ای به آن بکند از تعبیر «اسمشو نبر» استفاده می‌کرد. حالا وضعیت اقتصاد ایران نیز چنین است. در برخی عرصه‌های اقتصادی پیوسته تصمیماتی گرفته می‌شود که مشکل دارد و وقتی به ریشه آن می‌رسیم کسی جرأت مواجهه با آن را ندارد. شاید خیلی «اسمشو نبرها» وجود دارد که نظام رسمی آنها را به تابو تبدیل کرده است، اما روشنفکران در رسانه‌های غیررسمی و گاه نشست‌ها اسم‌شان را می‌برند، اما برخی از «اسمشو نبرها» هست که حتی آنها نیز جرأت ندارند اسمش را ببرند و اتفاقا این جامعه است که از تابو شدن آن حمایت می‌کنند. بگذارید یک بار هم که شده اسمش را ببریم: رفاه مصرف‌کننده و خانوار!

برای سیاست‌گذاران ایران هرچه که به رفاه موقت و کوتاه‌مدت مصرف‌کننده و خانوار آسیب رساند، تابوست و جامعه ما متحد در برابرش ایستادگی می‌کند (ماجرای بنزین را که فراموش نکرده‌ایم) چون چنین تابویی برای ما تعریف شده چیزهای دیگر را به راحتی فدای آن می‌کنیم. به این دو مثال دقت کنید:

در زمستان هوا سرد می‌شود. واکنش طبیعی انسان‌ها پوشیدن لباس گرم است، اما جامعه ما عادت کرده که سیستم‌های گرمایش را روشن کند و در درجه بالا قرار دهد. نتیجه این وضع آن می‌شود که مصرف گاز به شدت بالا می‌رود و پیامدش این است که عرضه گاز کفاف مصرف خانوار و مصرف بنگاه‌های صنعتی و نیروگاه‌ها را نمی‌دهد. خوب چه باید کرد؟ در یک نظام بسامان روشن است که بنگاه‌های صنعتی و بخش تولید اولویت دارد، اما در یک جامعه کوتاه‌مدت است که رفاه خانوار اولویت می‌شود و بخش تولید قربانی می‌شود. نهایتا نتیجه این می‌شود که گاز بخش صنعت و تولید و نیروگاه قطع می‌شود. فراموش نکنیم همه آسیب‌هایی که به صنعت خورده و می‌خورد از تحریم نیست، بلکه ذره‌ذره کارهایی از این دست است که در کنار تحریم، صنعت ما را در رقابت جهانی تضعیف کرده است. وقتی گاز صنعت قطع می‌شود تولید متوقف می‌شود و بنگاه‌ها در ایفای تعهد، کسب درآمد و پرداخت حقوق و یا کسب سود دلخواه و سهولت کسب و کار دچار مشکل می‌شوند. حتی اگر روابط خارجی بهبود یابد، آیا انتظار داریم که سرمایه‌گذار خارجی به سرمایه‌گذاری در چنین وضعیت سرمایه‌گذاری اقبال نشان دهد؟ بسیار بعید می‌دانم. در سال‌های اخیر ظاهرا صنایع و نیروگاه‌ها راه حلی برای این مشکل یافته‌اند و آن استفاده از گازوئیل به جای گاز است، زیرا قیمت گازوئیل نیز به خاطر یک تابوی دیگر سال‌هاست تثبیت شده است. از قضا گفته می‌شود بخشی از مشکل آلودگی هوای کشور ناشی از همین مسئله است. در جامعه‌ای که نخواهیم با مشکل روبه‌رو شویم و به خانواده‌ها فشار بیاوریم تا رفتار مصرفی‌شان را خدای‌نکرده تغییر دهند، آنگاه به گزینه‌های عجیب دیگر فکر می‌کنیم مثلاً می‌گوییم چرا عرضه گاز را زیاد نکنیم که نه به خانواده برای اصلاح رفتار فشار آید و نه بنگاه‌های تولیدی! بله، میلیاردها دلار صرف افزایش استحصال گاز و انتقال آن می‌شود تا آن اصلاح رفتار خدای‌نکرده صورت نگیرد و آن «اسمشو نبر» در معرض فشار واقع نشود. اشکال این راه حل بدیع چیست؟ اشکال آن این است که این گاز باید یا صادر شود و برای کشور درآمد شود یا به مخازن نفت تزریق شود تا میزان استحصال نفت از چاه‌های با عمر بالا بهبود یابد و از محل صادرات بیشتر درآمد ارزی بیشتری کسب کنیم. به خاطر تابوی «اسمشو نبر» خود را از درآمدهای نفت و گاز بیشتر محروم می‌کنیم و کشور پیوسته با درآمد ناکافی برای به‌روزرسانی صنعت، امکانات، تکنولوژی و اموری از این دست مواجه است.

از سوی دیگر، در تابستان هوا گرم است و باز «اسمشو نبر» کولر را در درجه بالا قرار می‌دهد تا ذره‌ای سختی نبیند. پیامدش این است که مصرف برق چنان بالا می‌رود که عرضه نیروگاه‌ها کفاف نمی‌دهد. راه حل چیست؟ خانوار درجه کولر را کمتر قرار دهد! اما چون رفاه خانوار در ایران تابوست، به جای آن تصمیم می‌گیریم که برق صنعت را قطع کنیم و واقعا این کار را می‌کنیم، اما در عمل مشاهده می‌شود که مصرف خانوار پیوسته رو به افزایش است و قطع برق صنعت کفاف نمی‌دهد. بعد تدبیر می‌کنیم که نیروگاه‌های جدید درست کنیم و بابت آن میلیاردها دلار هزینه می‌کنیم تا عرضه برق در کشور بیشتر شود اما «کفاف کی دهد این باده‌ها به مستی ما». چون حاضر نیستیم قیمت برق را اصلاح کنیم تا خانوار رفتارش را اصلاح کند، مصرف خانواده از آن بالا می‌زند. تدبیر بعدی ما این است که صادرات برق را متوقف می‌کنیم و کشور را از درآمد اقتصادی و منافع سیاسی حاصل از آن محروم می‌کنیم. مشکل بعدی این است که وقتی ظرفیت تولید به اندازه مصرف اوج تابستان ایجاد شود، در زمستان که مصرف کم می‌شود این ظرفیت بلااستفاده می‌ماند و نیروگاه‌ها هزینه این بلااستفاده ماندن و اقتصادی‌نبودن را از دولت می‌گیرند.

توصیه راهبردی: ظاهرا به طور جمعی حواس‌مان نیست که همه ما صبح‌ها تولیدکننده و عصرها مصرف‌کننده‌ایم. اگر به تولید اولویت دهیم رفاه بلندمدت خانوار نیز تأمین می‌شود، ولی اگر به مصرف امروز خانوار اولویت دهیم، تولید قربانی می‌شود و در بلندمدت رفاه خانوار نیز قربانی خواهد شد. بیاییم یک بار هم که شده در مورد تابوهای خودساخته بازنگری کنیم. شاید از «اسمشو نبرها» ی اقتصادمان چیزهایی کم شود.

بانک نامه

بانک مرکزی دوباره تذکر داد

بانک‌ها اقساط تسهیلات را بازگردانند

بانک مرکزی اعلام کرد بانک‌ها و موسسه‌های غیربانکی که مبالغ اقساط قرض‌الحسنه سررسید شده در بازه زمانی مصوبه شورای پول و اعتبار را از حساب تسهیلات‌گیرندگان یا ضامنین برداشت کرده‌اند، مسترد کنند.

برخی بانک‌ها در مقابل تعویق سه ماهه پرداخت اقساط تسهیلات قرض‌الحسنه مقاومت کرده و به بهانه‌های مختلف اقدام به برداشت پول آن از حساب مشتریان یا ضامنان آنها کرده‌اند. بر این اساس، بانک مرکزی در هفته گذشته از راه‌اندازی سامانه ثبت شکایات احتمالی مشتریان بانکی دارای تسهیلات قرض‌الحسنه خبر داد.

بانک مرکزی همچنین در بخشنامه‌ای خطاب به بانک‌ها تاکید کرده است: بخشنامه ۱۵ اسفند ۹۸ درباره مصوبه شورای پول و اعتبار که جهت تعویق سه ماهه اقساط تسهیلات به دلیل شیوع ویروس کرونا صادر شده است، باید اجرا شود.

در پی برخی گزارش‌ها مبنی بر برداشت‌های متفاوت و ناصحیح از مصوبه به ویژه در خصوص دریافت‌کنندگان تسهیلات قرض‌الحسنه و نیز طرح بعضی شکایات، سوالات و ابهامات در این رابطه، تاکید شده است تمامی دریافت‌کنندگان قرض‌الحسنه فارغ از اینکه امکان پرداخت و یا وصول اقساط از آنها وجود داشته باشد و نیز قطع نظر از نوع کسب و کار و فعالیت دریافت‌کننده قرض‌الحسنه، مشمول استفاده از مزایای این بخشنامه هستند. بانک‌ها و مؤسسات اعتباری غیربانکی موظفند چنانچه مبالغ اقساط قرض‌الحسنه سررسید شده در بازه زمانی موضوع این مصوبه از حساب تسهیلات‌گیرندگان یا ضامنین آنها برداشت شده است را مسترد کنند.

بانک مرکزی اعلام کرد

معافیت ۳ماهه برای دارندگان چک‌های برگشتی

صاحبان چک‌های دارای سررسید ابتدای اسفند ۹۸ تا پایان اردیبهشت ۹۹ در صورت برگشت چک، مشمول محرومیت قانون صدور چک نمی‌شوند.

به گزارش فرصت امروز، در حالی طبق آخرین آمارها، حدود ۷۱۹ هزار فقره چک به ارزش ۱۱۶ هزار میلیارد ریال در بهمن‌ماه ۹۸ برگشت خورده که بانک مرکزی به تازگی با صدور بخشنامه‌ای تسهیلاتی موقتی برای دارندگان چک‌های برگشتی در نظر گرفته است.

براساس اصلاح قانون چک، قوانین سخت‌گیرانه‌ای برای دارندگان چک‌های برگشتی در نظر گرفته شده بود که باعث می‌شد ادامه فعالیت برای آنها دشوار شود. این قوانین سخت‌گیرانه اگرچه در حالت عادی باعث افزایش شفافیت عملکرد صادرکنندگان چک شده و امنیت معاملات را بالا برده بود، اما در زمان شیوع کرونا، این قوانین سخت‌گیرانه، مشکل‌ساز شده است. بر این اساس، بانک مرکزی با صدور بخشنامه‌ای تسهیلاتی موقتی را برای دارندگان چک‌های برگشتی در نظر گرفت.

بانک مرکزی در راستای حمایت از صاحبان کسب و کارها اعم از حقیقی و حقوقی و به ویژه کسب و کارهای کوچک آسیب دیده ناشی از شیوع ویروس کرونا در راستای بخشنامه رئیس جمهوری و تصمیمات ستاد ملی مبارزه با کرونا، جزییات اجرای حمایت از صاحبان چک‌های برگشتی از تاریخ اول اسفندماه ۹۸ تا پایان اردیبهشت ماه ۱۳۹۹را اعلام و برای اجرا به مدیران شبکه بانکی کشور ابلاغ کرد که به شرح زیر است:

با هدف مساعدت و حمایت از صاحبان کسب و کارها (اعم از حقیقی و حقوقی) به ویژه کسب و کارهای کوچک که به دلیل شرایط به وجود آمده ناشی از شیوع ویروس کرونا قادر به ایفای تعهدات خود ناشی از صدور چک‌های صادره نبوده‌اند و سررسید چک‌های صادره آنها در بازه زمانی اول اسفند ۹۸ تا ۳۱ اردیبهشت ۹۹ بوده و برگشت خورده و منجر به صدور گواهینامه عدم پرداخت شده است، این تسهیلات فراهم شده است.

در صورت تسلیم درخواست دارندگان این چک‌ها به بانک یا موسسه اعتباری غیربانکی، ذی‌ربط حداکثر تا سه ماه پس از تاریخ برگشت چک‌های مذکور، مشمول محرومیت‌ها و ممنوعیت‌های ناظر بر چک برگشتی مقرر در ماده ۵ مکرر الحاقی قانون صدور چک نمی‌شود.

گفتنی است طبق آمارها، در بهمن‌ماه سال گذشته ۷۱۹ هزار فقره چک به ارزش ۱۱۶ هزار میلیارد ریال برگشت خورد که نسبت به دی ماه از نظر تعداد ۳۶درصد و از نظر مبلغ ۴.۱درصد افزایش داشته است.

تحولات بازار طلا و سکه در سومین روز هفته

خرید و فروش دلار به کف رسید

به دنبال افزایش قیمت طلا در بازار جهانی، قیمت طلا و سکه در بازار ایران صعودی شد.

به گزارش خبرآنلاین، قیمت جهانی نفت در پی اعلام تاخیر در برگزاری نشست فوری اوپک پلاس بار دیگر با کاهش شدید روبه‌رو شد، این در حالی است که قیمت طلا در بازار جهانی با افزایش حدود ۱۳.۸ دلاری روبه‌رو بود و هر اونس طلا در بازار جهانی یک‌هزار و ۶۳۲ تومان قیمت خورد.

همراه با افزایش قیمت طلا در بازار جهانی، قیمت طلا و سکه در بازار ایران نیز افزایش پیدا کرد، به طوری که هر قطعه سکه تمام بهار آزادی طرح جدید با افزایش ۱۲ هزار تومانی قیمت همراه شد و با قیمت ۶ میلیون و ۵۰۵ هزار تومان به فروش رفت، اما قیمت نیم‌سکه ۸ هزار تومان، ربع‌سکه ۵ هزار تومان و سکه گرمی ۴ هزار تومان کاهش یافت. بر این اساس، نیم‌سکه ۳ میلیون و ۹۰ تومان، ربع‌سکه یک‌میلیون و ۷۹۰ هزار تومان و سکه گرمی ۹۸۰ هزار تومان قیمت خورد. از سوی دیگر، هر گرم طلای ۱۸عیار افزایش ۴ هزار و ۱۰۰ تومان را در بازار تجربه کرد و با نرخ ۶۵۸ هزار و ۲۰۰ تومان به فروش رفت. هر مثقال طلا نیز ۲ میلیون و ۸۵۳ هزار تومان بود.

همچنین قیمت دلار برای سومین روز متوالی بدون تغییر در صرافی‌های بانکی اعلام شد. بر این اساس، هر دلار آمریکا به قیمت ۱۵ هزار و ۸۰۰ تومان در صرافی‌های بانکی فروخته شد که در قیاس با روزهای گذشته تغییری را نشان نمی‌دهد. نرخ خرید دلار در این صرافی‌ها نیز بدون تغییر برابر با ۱۵ هزار و ۷۰۰ تومان است.

فعالان بازار از کاهش شدید حجم خرید و فروش در روزهای اخیر خبر می‌دهند. تقاضای اسکناس ارزی با کاهشی قابل توجه به پایین‌ترین حد ممکن رسیده است. از سوی دیگر بررسی ها نشان می‌دهد برخی از صرافی‌ها با هدف پیشگیری از شیوع کرونا فعالیت خود را محدود کرده و از خریداری اسکناس ارزی خودداری می‌کنند.

نرخ یورو در صرافی‌های بانکی برابر با ۱۷ هزار و ۲۰۰ تومان است. قیمت خرید نیز در این دوره زمانی ۱۷ هزار و ۱۰۰ تومان گزارش شد.

بازار ارز در سال جدید چه مسیری را طی می‌کند؟

۲ سناریو برای دلار ۹۹

فرصت امروز: بازار ارز از اواخر سال گذشته و با بازگشت ایران به لیست سیاه گروه ویژه اقدام مالی با تنش روبه‌رو شد و در نتیجه قیمت دلار بالا رفت. در شرایطی که به نظر می‌رسد دوران تنش ارزی به پایان رسیده و فعلا ظرفیت چندانی برای افزایش بهای دلار وجود ندارد، تحولات بین‌المللی در حوزه FATF می‌تواند بر قیمت ارز تاثیرگذار باشد. در این میان، دو سناریو را می‌توان متصور شد؛ اگر نقل و انتقالات ارزی با چالش مضاعف مواجه شود و صادرکنندگان نتوانند ارز حاصل از صادرات خود را بازگردانند، عرضه ارز کاهش خواهد یافت و این موضوع قیمت دلار را افزایش خواهد داد. سناریوی دوم این است که ورود به لیست سیاه FATF، وضعیت نقل و انتقالات ارزی را از وضعیت حاضر بدتر نمی‌کند که در این صورت نمی‌توان انتظار تغییرات ویژه‌ای در بازار ارز داشت.

برای آنکه چشم‌اندازی کلی از بازار ارز به دست آوریم باید چند سال به عقب بازگردیم. از اواخر سال ۱۳۹۶ بود که با برهم خوردن تعادل بازار ارز، اقتصاد ایران از آرامش چهار ساله خود فاصله گرفت. در سال ۹۷ التهاب در بازار ارز به اوج خود رسید و قیمت دلار در این سال تا ۱۶ هزار تومان هم پیش رفت و این موضوع اقتصاد ایران را با بی‌ثباتی قابل توجهی مواجه کرد، اما در سال ۹۸ با عبور از تنش‌های ارزی، شرایط اندکی تغییر کرد و آرامش نسبی در بازار ارز ایجاد شد. هرچند که نرخ دلار بالای ۱۱ هزار تومان قرار داشت و تا ۱۵ هزار تومان هم پیش رفت، اما نوسانات محدود بود و فعالان اقتصادی با تنش‌های کمتری نسبت به سال ۹۷ مواجه بودند.

پرواضح است که پیش‌بینی‌پذیر بودن پارامترهای اقتصادی و به ویژه تحولات بازار ارز، نقشی تعیین‌کننده برای فعالان اقتصادی دارد. در همین زمینه، مرتضی ایمانی‌راد، اقتصاددان و کارشناس بازارهای مالی می‌گوید: قیمت ارز و بازار ارز همچنان پیشرو در اقتصاد ایران خواهد بود بنابراین تغییرات قیمتی بخش بورس، مستغلات، خودرو گروه‌های کالایی، اوراق بدهی و طلا را می‌توان با کمک قیمت ارز و پیش‌بینی قیمت ارز در داخل کشور برآورد کرد.

ایمانی‌راد در گفت‌وگو با «تجارت فردا» به پیش‌بینی اقتصاد ۹۹ پرداخته و نقش بازار ارز را در اقتصاد ایران کلیدی و پیشرو خوانده است. گزیده‌ای از صحبت‌های او را در ادامه می‌خوانیم:

* پیش‌بینی می‌شود در سال ۹۹ اقتصاد ایران همراه با تورم و رکود باشد، نرخ رشد اقتصادی حوالی صفر قرار بگیرد، حجم صادرات و واردات افزایش نداشته و ما با یک نوع انقباض تجارت خارجی مواجه شویم، نرخ تورم در سال جاری دو رقمی و بالای ۲۰درصد خواهد بود.

* ناکافی بودن درآمدهای حاصل از صادرات نفت و مشکلات مرتبط با قرار گرفتن ایران در لیست سیاه و سخت‌تر شدن انتقال درآمدهای حاصل از صادرات غیرنفتی فشار بر بازار ارز ایران را بالا می‌برد. همچنین فشارهای قابل توجهی نیز از ناحیه اقتصاد جهان بر اقتصاد ایران وارد خواهد شد.

* مهم‌ترین فاکتور در سال ۹۹ که نرخ ارز را به شدت تحت تاثیر قرار خواهد داد ارتباط ایران با آمریکا و در نتیجه با منطقه خاورمیانه است. ما مشکل صادرات نفت خام را به بازارهای جهانی داریم، با توجه به قرار گرفتن در لیست سیاه FATF دریافتی حاصل از صادرات نفت و صادرات غیرنفتی مشکل‌تر خواهد شد.

* با بهره‌گیری از توانمندی‌های گذشته و با دیدن تحولات فاندامنتال محتمل در سال ۹۹، برآورد کردیم که نرخ برابری دلار در مقابل ریال بین ۱۵ تا ۱۸ هزار تومان متغیر خواهد بود.

* به نظر می‌رسد دریافتی‌های ارزی کشور در سال جاری کاهش پیدا کند و فشار واردات کماکان بر منابع ارزی وجود داشته باشد بنابراین نوسانات نرخ ارز در این سال دور از انتظار نیست. برای مقایسه می‌توان گفت که نوسانات نرخ ارز در سال ۹۹ از سال ۹۸ بیشتر خواهد بود.

* موتورهای محرک افزایش نرخ ارز در سال ۹۹، اول افزایش نقدینگی و کسری بودجه دولت به میزان بسیار زیاد، دوم کاهش صادرات و فشار واردات منابع ارزی کشور و سوم افزایش تقاضا برای خروج سرمایه از کشور است، ولی از طرف دیگر بالا رفتن نرخ ارز به دلیل ملاحظات، کشش‌پذیری قیمتی تقاضای واقعی را پایین خواهد آورد و اجازه نمی‌دهد که قیمت دلار در رقم بسیار بالایی قرار بگیرد.

* به دلیل کنترل‌های شدید دولت و بانک مرکزی در سال آینده پیش‌بینی می‌شود که تقاضای سفته‌بازی در بازار ارز محدود باشد. براساس روندهای چند ساله و برازش این روندها برای سال ۹۹، پایین‌ترین قیمتی که نرخ ارز در ایران می‌تواند داشته باشد ۸۲۰۰ تومان است.

* نرخ ارز در بازار ایران در سال ۹۹ در حال افزایش خواهد بود و چنین افزایش فرصت قابل توجهی را بر اقتصادی را فراهم خواهد کرد. مدیران و صاحبان کسب‌وکارها از نرخ‌های بالای روند ارز در سال آینده می‌توانند استفاده کنند تا فعالیت بین‌المللی خود را گسترش دهند. فعالیت بین‌المللی همراه با مشکلات جدی است ولی سودهای قابل‌توجهی در این‌گونه فعالیت‌ها وجود دارد.

* قیمت ارز و بازار ارز همچنان پیشرو در اقتصاد ایران خواهد بود بنابراین تغییرات قیمتی بخش بورس، مستغلات، خودرو گروه‌های کالایی، اوراق بدهی و طلا را می‌توان با کمک قیمت ارز و پیش‌بینی قیمت ارز در داخل کشور برآورد کرد. اگر قیمت دلار بالاتر از ۱۵هزار تومان قرار بگیرد، قیمت ارز نقش راهبر را در اقتصاد ایران بازی می‌کند، در این شرایط سایر قیمت‌ها به میزان قابل‌توجهی از تغییرات نرخ ارز تبعیت می‌کنند.

مراقب باشید و گول دیگران را نخورید

پولشویی به شیوه نوین

اگر پولی از مبدأ نامشخص به حساب شما واریز شد و سپس برای بازگشت پول با شما تماس گرفته شد، حتما مبلغ موردنظر را پس از ۴۸ ساعت و دقیقا و فقط به همان شماره کارتی که از آن به حساب شما واریز شده است؛ انتقال دهید. به گزارش ایسنا، کلاهبرداری و سودجویی در نظام بانکی نه به وجود می‌آید و نه از بین می‌رود، بلکه از شیوه‌ای به شیوه‌ای دیگر تغییر شکل می‌دهد و در این میان افرادی که اطلاعات کمتری از روش‌های نوین این سودجویان دارند، دردسرهای بزرگی پیدا می‌کنند.

براساس قوانین مبارزه با پولشویی هرگونه منابع مالی که وارد حسابی می‌شود، باید منبع مشخصی داشته باشد، در غیر این صورت مصداق پولشویی است و نظام بانکی دنیا نیز بر همین اساس با ردگیری مبالغ جابه‌جاشده، سعی در مبارزه با پولشویی و جلوگیری از گم شدن رد پول‌های نامشروع دارد.

جابه‌جایی منابع مالی بین حساب‌های مختلف بانکی، یکی از راه‌هایی است که قاچاقچیان مواد مخدر و اسلحه و سایر مجرم‌های این‌چنینی برای از بین بردن رد پول‌شان از آن استفاده می‌کنند تا بتوانند پول‌های نامشروع به دست آمده را به منابع قابل استفاده تبدیل کنند.

در همه جای دنیا بانک‌های مرکزی کشورها برای مبارزه با پولشویی قوانینی دارند که همه افراد ملزم به رعایت آن هستند و عدم رعایت این موضوع، می‌تواند سبب دردسر برای صاحب حساب شود.

بانک مرکزی ایران نیز برای مقابله با تخلفات و جرم‌های مرتبط با نظام بانکی قوانین مشخصی را وضع کرده و در همین راستا بود که پس از افزایش تعداد پرونده‌های فیشینگ در پلیس فتا، تصمیم به راه‌اندازی رمز دوم پویا گرفت که با این روش، فیشینگ در کشور کاهش قابل توجهی یافته است.

اما مجرمان نظام بانکی هیچ‌گاه دست از تلاش برای دور زدن قوانین، کلاهبرداری و سوءاستفاده‌های مالی برنمی‌دارند و تلاش می‌کنند تا با سوءاستفاده از اطلاعات کم افراد ناآگاه، کار خود را پیش ببرند.

یکی از راه‌هایی که اخیرا برای پولشویی و دور زدن قوانین مرتبط با آن توسط مجرمان استفاده می‌شود، انتقال پول به حساب فردی نامشخص و تماس با وی برای بازگرداندن این مبلغ است که اغلب در این موارد، با استفاده از احساسات افراد ناآگاه، شماره کارتی متفاوت از کارتی که پول از آن به حساب فرد انتقال یافته را برای بازگشت پول، در اختیار قربانی قرار می‌دهند. به این ترتیب پولی که مشخص نیست منبع آن کجاست، وارد حساب آن فرد شده و از فرد تقاضا می‌شود که پول را به شماره کارتی واریز کند و به این ترتیب در این چرخه، افراد بی‌گناهی وارد دردسر و این ماجرای پولشویی می‌شوند. در این موارد لازم است که مشتریان نظام بانکی همواره اطلاعات خود را در زمینه قوانین و شیوه‌های نوین کلاهبرداری و سودجویی به‌روز نگه دارند و در این مورد به خصوص نیز اگر پولی از مبدأ نامشخص به حساب شما واریز و در پی آن تماس از سوی شخصی با شما گرفته شد، حتما مبلغ موردنظر را پس از ۴۸ ساعت و دقیقا به همان شماره کارتی که پول از آن به حساب شما واریز شده؛ انتقال دهید. در صورت انجام این کار، مشکلی برای صاحب حساب ایجاد نخواهد شد و فرد می‌تواند ادعای خود را مبنی بر واریز اشتباه پول به حساب وی، ثابت کند.

وقتی ابزارهای پرداخت موبایلی محبوب می‌شوند

رقابت بر سر سهم بازار

بررسی‌ها نشان می‌دهد خرید کالا از طریق تلفن همراه و ابزارهای پرداخت موبایلی روندی صعودی دارد که بیشترین رشد در میان ابزارهای پرداخت فعال با افزایش ۱.۲۶درصدی به ابزارهای پرداخت موبایلی تعلق گرفته است.

به گزارش ایرنا، توسعه بانکداری الکترونیک، رشد فناوری و تسهیل مبادلات مالی، گرایش مردم به استفاده از روش‌های جدید پرداخت به جای پرداخت پول نقد را افزایش داده، در این میان جذابیت پرداخت به وسیله تلفن همراه بیش از سایر روش‌ها رو به گسترش بوده است.

ابزار کارتخوان فروشگاهی (کارتخوان) به عنوان رایج‌ترین ابزار پذیرش در کشور محسوب می‌شود که به دلیل راحتی و در دسترس بودن همچنان بیشترین سهم بازار را در اختیار دارد، اما به تدریج سهم ابزارهای جدید در حال افزایش است.

شبکه الکترونیکی پرداخت کارتی شامل سه نوع ابزار «ابزار پذیرش اینترنتی»، «ابزار پذیرش تلفن همراه» و «ابزار پذیرش کارتخوان فروشگاهی» است که فعالیت‌های مربوط به «خرید کالا و خدمات»، «پرداخت قبض و خرید شارژ» و «مانده‌گیری» از طریق آنها انجام می‌شود.

براساس تازه‌ترین آمار، در اسفند ۹۸ تعداد یک میلیون و ۳۲۰ هزار و ۲۹۳ ابزار پرداخت فعال موبایلی (تلفن همراه) در کشور وجود داشت که نسبت به بهمن ۹۸ رشد ۱.۲۶درصدی را نشان می‌دهد.

کارتخوان‌های فروشگاهی به عنوان بزرگ‌ترین گروه ابزار پرداخت الکترونیکی در اسفندماه شامل ۸ میلیون و ۳۳۹ هزار و ۲۹۴ دستگاه بود که در این مدت کمتر از یک درصد (۰.۹۶ درصد) رشد کرد. ابزارهای پرداخت اینترنتی در اسفندماه روند منفی داشت و تعداد آنها از یک میلیون و ۱۴۳ دستگاه در بهمن ماه به یک میلیون و ۱۳۹ دستگاه کاهش یافت.

البته از نظر سهم بازار، کارتخوان‌ها همچنان بیشترین تعداد را در اختیار دارند به طوری که در اسفندماه ۷۷.۲درصد از مجموع کل بازار پرداخت الکترونیکی در اختیار آنها بوده است. تعداد کارتخوان‌ها از ۸ میلیون و ۲۶۲ هزار و ۹۹۶ هزار دستگاه در بهمن ۹۸ به ۸ میلیون و ۳۳۹ هزار و ۲۹۴ دستگاه در اسفندماه رسید. رتبه بعدی در اختیار ابزارهای پرداخت موبایلی با سهم ۱۲.۲۳درصدی بود که یک میلیون و ۳۲۰ هزار و ۲۹۳ ابزار را در اختیار داشتند.

کمترین سهم نیز با که ۱۰.۵درصد به ابزار پذیرش اینترنتی تعلق داشت که شامل یک میلیون و ۱۳۹ هزار و ۶۴۲ ابزار فعال می‌شد. از نظر ارزش تراکنش نیز کارتخوان فروشگاهی با سهم ۹۰.۹۷درصدی بیشترین تعداد تراکنش را در بین سایر ابزارهای پذیرش داشته است.

بررسی‌ها نشان می‌دهد عواملی مانند وجود محدودیت انجام تراکنش بر روی ابزار پذیرش موبایلی، تعداد بالای ابزار کارتخوان فروشگاهی، فراگیر بودن این ابزار، عدم نیاز این ابزار به تجهیزات مکمل دیگر نظیر کامپیوتر یا گوشی موبایل را می‌توان از جمله عوامل تاثیرگذار بر تعداد تراکنش‌های ابزار پذیرش کارتخوان فروشگاهی دانست.

این در حالی است که به منظور استفاده از ابزار پذیرش اینترنتی، به بستر اینترنتی امن و در استفاده از ابزار پذیرش موبایل به وجود دستگاه گوشی تلفن همراه نیاز است که امکان دارد هنگام خرید در دسترس همگان قرار نداشته باشد.

شرکت گاز استان خراسان رضوی (سهامی خاص)

نوبت اول

آگهی مناقصه (عمومی)
شماره: ۱۳۹۹/۲۴

۱- مناقصه گزار: شرکت گاز استان خراسان رضوی
۲- موضوع مناقصه: تعمیر ۲۵۰۰۰ کنتور معیوب
۳- شرایط اولیه متقاضیان:
الف- دارا بودن گواهینامه صلاحیت تعمیر کنتور از شرکت ملی گاز ایران ثبت شده در سامانه مربوطه
ب- دارا بودن ظرفیت خالی ارجاع کار
ج- دارا بودن گواهینامه تایید صلاحیت ایمنی از اداره کار و امور اجتماعی
۴- مدت اعتبار پیشنهادها: از تاریخی که برای تسلیم آن در فراخوان ذکر شده تا مدت سه ماه می بایست معتبر باشد.
۵- مبلغ تضمین شرکت در فرآیند ارجاع کار: -/۸۵۴،۲۵۰،۰۰۰ ریال (هشتصد و پنجاه و چهار میلیون و دویست و پنجاه هزار ریال) می‌باشد که می بایست بر اساس یکی از تضامین قابل قبول وفق آیین نامه تضمین معاملات دولتی به شماره ۱۲۳۴۰۲/ت ۵۰۶۵۹ ه مورخ ۹۴/۰۹/۲۲ تهیه گردد.
۶- متقاضیان می توانند از تاریخ ۹۹/۰۱/۱۹ الی ۹۹/۰۱/۲۷ ضمن واریز مبلغ -/۳۵۰،۰۰۰ ریال به شماره حساب ۷۰۰۱۰۰۰۰۴۰۰۱۰۲۶۰۰۴۰۲۷۴۲۷ به نام شرکت گاز استان خراسان رضوی نزد بانک مرکزی ج.ا.ا با شناسه واریز ۳۴۵۰۲۶۰۶۰۲۹۲۸۲۰۸۲۱۰۲۶۰۰۴۰۲۷۴۲۷ جهت خرید و دریافت اسناد مناقصه به نشانی مشهد، بلوار خیام، نبش تقاطع ارشاد، شرکت گاز استان خراسان رضوی، طبقه دوم، اتاق ۲۱۲ مراجعه و اسناد مناقصه را دریافت نمایند.
۷- آخرین مهلت بازگرداندن اسناد مناقصه: ساعت ۰۹:۰۰ صبح مورخ ۹۹/۰۲/۰۷
۸- پیشنهادهای واصله در ساعت ۱۰:۳۰ مورخ ۹۹/۰۲/۰۷ در کمیسیون مربوطه باز و خوانده می شود و حضور پیشنهاد دهندگان و یا یک نفر نماینده مجاز آنها با همراه داشتن معرفینامه ممهور به مهر شرکت در جلسه افتتاح پاکات آزاد است.

شایان ذکر است دسترسی به متن این آگهی، در سایت www.nigc-khrz.ir امکان پذیر بوده و در صورت نیاز به کسب اطلاعات بیشتر با تلفن: ۳۷۰۷۲۲۱۲-۰۵۱ تماس بگیرید.

تاریخ انتشار نوبت اول: ۹۸/۱/۱۹ تاریخ انتشار نوبت دوم: ۹۹/۱/۲۰

روابط عمومی شرکت گاز استان خراسان رضوی

کرونا فیتیله گرانی خودرو را پایین می‌کشد؟

سال ۹۸ سالی دشوار برای بسیاری از بخش‌های مختلف اقتصاد کشور از جمله خودروسازان بود. در کنار زیان انباشته صنعت خودرو ایران که طی نیم قرن اخیر بی‌سابقه بود، شیوع ویروس کرونا ضربه سهمگین‌تری بر بدنه این صنعت وارد کرد. حال این سوال مطرح است که بازار خودرو در عصر کرونا به چه سمت‌وسویی پیش خواهد رفت؟ آیا بحران کرونا در کاهش بهای خودرو در ایران تاثیرگذار بوده و این تاثیرات آیا تداوم خواهد داشت؟ «ایرنا زندگی» در گفت‌وگو با حسن کریمی سنجری، کارشناس و صاحب‌نظر صنعت خودرو به این سوالات پاسخ داده شده است.

ضربه اقتصادی کرونا به صنعت خودروسازی

سنجری با اشاره به اینکه کرونا ویروسی است که می‌توان از آن به‌عنوان مهم‌ترین پدیده سال چه در حوزه اقتصاد و چه در حوزه مبانی اجتماعی یاد کرد، گفت: «بسیاری از شاخص‌های اقتصادی در اثر شیوع این ویروس کشنده جابه‌جا شده‌اند و بسیاری از ساختارهای اجتماعی به دلیل آن شکسته شده است تا جایی که به نظر می‌رسد اقتصادهای کوچک و بزرگ دنیا در اثر این پدیده کوچک‌تر و برعکس بسیاری از تشکل‌های اجتماعی به دلیل بروز این پدیده بالغ‌تر شده‌اند.» این کارشناس صنعت خودرو در ادامه گفت: «در صنعت خودروسازی اما به جرأت می‌توان گفت، تاکنون کمتر پدیده‌ای در طول تاریخ رخ داده که روی عملکرد این صنعت و کمپانی‌های بزرگ خودروساز به اندازه این ویروس تاثیرگذار بوده باشد؛ به طوری که بسیاری از شرکت‌های بزرگ خودروسازی دنیا در اثر شیوع این ویروس دست از تولید کشیده و تعطیل شدند. قطعا در سال ۲۰۲۰ میلادی افت قابل‌توجهی در تعداد تولید خودرو در جهان را شاهد خواهیم بود، چراکه ظرفیت از دست رفته خطوط تولید این شرکت‌ها به دلیل تعطیلی در روزهای پس از کرونا تقریبا غیر قابل جبران است.» از سوی دیگر خریداران خودرو نیز ترجیح داده‌اند تقاضای خرید خود را به تاخیر اندازند. ظاهرا در یک سازش ناخواسته بین تولیدکنندگان و خریداران خودرو قرار است برای مدت زمانی نامعلوم تجارت خودرو دوران رکود را تجربه کند.

وضعیت بازار تقاضا

سنجری درخصوص وضعیت تقاضا در بازار خودرو ایران اظهار کرد: «وضعیت بازار خودرو در کشور به لحاظ تقاضا در حال حاضر در همان وضعیتی است که در ابتدای شیوع این ویروس قرار داشت و تنها تفاوت آن در این است که متقاضیان خودرو، خرید خود را به تاخیر انداخته‌اند. در واقع شرایط اقتصادی کشور به گونه‌ای است که کمتر امیدی به کاهش قیمت در کالاها به ویژه کالاهایی از جنس دارایی ثابت می‌رود، بنابراین به‌رغم آنکه اندکی کاهش در قیمت خودرو آن هم به دلیل نبود خریدار احساس می‌شود، اما هر آن بیم آن می‌رود که قیمت خودرو با نرخ تورم عمومی کشور همراهی کرده و افزایشی شود.» این کارشناس خودرو در ادامه تصریح کرد: به علاوه فراموش نکنیم بیش از یک میلیون تقاضای خودرو طی سال‌های ۹۷ و ۹۸ به دلیل کمبود عرضه از یک سو و کاهش قدرت خرید مردم از سوی دیگر بی‌پاسخ مانده است، در واقع بخشی از جامعه متقاضیان خودرو به‌دلیل ناتوانی در خرید خودرو به قیمت مطلوب که همان قیمت درب کارخانه است فعلا از خرید خود صرف نظر کرده‌اند، در حالی که اگر شرکت‌های خودروساز داخلی در دو سال گذشته توانایی تولید خودرو به تعداد این متقاضیان را داشتند حتی اگر اجازه داشتند به نرخ رقابتی و نه نرخ دستوری خودرو را به بازار عرضه کنند، حتما قیمت خودرو در بازار بسیار کمتر از آنی بود که در حال حاضر شاهد آن هستیم.

به گفته سنجری در سال جاری شیوع ویروس کرونا مزید بر علت شده و یقینا توان تولید شرکت‌های خودروساز را کاهش خواهد داد و با ادامه این روند و در صورتی که شرکت‌های خودروساز نتوانند میزان تولید خودرو در کشور را دست‌کم به میزان تولید سال ۹۶ یعنی بالغ بر یک میلیون و ۲۰۰هزار دستگاه برسانند، نه‌تنها به کاهش قیمت امیدی نیست که افزایش انفجاری قیمت‌ها نیز چندان دور از انتظار نخواهد بود. به‌ویژه آنکه ظاهرا دولت تصمیم ندارد در قیمت‌گذاری دستوری خودرو تجدیدنظر کند و همین امر باعث کاهش قدرت نقدینگی و توان مالی شرکت‌های خودروساز خواهد بود که نهایتا افت تولید و عرضه خودرو به بازار را به دنبال خواهد داشت.

نماگر بازار سهام

تدوین دستورالعمل اجرایی نحوه توزیع طرح ترافیک رسانه‌ها در سال ۹۹

دستورالعمل اصلاحی نحوه توزیع طرح ترافیک خبرنگاران، روزنامه‌نگاران و عکاسان خبری و سایر موارد خاص در کمیسیون‌های تخصصی شورای اسلامی شهر تهران مصوب شد.

به گزارش عصر خودرو، جلسه مشترک کمیسیون عمران و حمل و نقل و کمیسیون فرهنگی و اجتماعی در روز ۱۷ فروردین ماه، درخصوص موضوع نحوه توزیع طرح ترافیک خبرنگاران، روزنامه‌نگاران و عکاسان خبری و سایر موارد خاص به صورت مجازی برگزار شد.

در این جلسه دستورالعمل اصلاحی نحوه توزیع طرح ترافیک خبرنگاران، روزنامه‌نگاران و عکاسان خبری و سایر موارد خاص مصوب شد.

این دستورالعمل به موجب مصوبه شماره ۲۶۲۳ شورای اسلامی شهر تهران با عنوان «تعیین عوارض تردد جهت مدیریت ترافیک و کاهش تقاضای سفر و کنترل آلودگی هوا در سال ۱۳۹۹» تهیه شده که در ماده سوم آن به شهرداری تهران (سازمان حمل و نقل و ترافیک) اجازه داده شده است عوارض طرح ترافیک را برای خبرنگاران، روزنامه‌نگاران و عکاسان خبری در سقف تعیین شده با تخفیف (ضریب یک دهم) مصوب شورای اسلامی شهر تهران محاسبه کند.

در ماده یکم این دستورالعمل آمده است: دو سوم از مجموع ۳درصد کل مجوزهای طرح ترافیک که به «موارد خاص» اختصاص یافته است، به جامعه خبری شامل خبرنگاران، روزنامه‌نگاران، عکاسان خبری و مدیران مسئول رسانه‌ها اختصاص می‌یابد.

تبصره یکم آن نیز تاکید شده است: بقیه موارد خاص (یک سوم) با تأیید مدیرعامل سازمان حمل و نقل و ترافیک شهرداری به موارد ویژه‌ای اختصاص می‌یابد که به جهات اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی نیاز اضطراری به تردد با تخفیف در محدوده طرح ترافیک دارند.

در ماده دوم این آیین‌نامه آمده است: منظور از خبرنگار و روزنامه‌نگار در این آیین‌نامه کسی است که مسئولیت و یا شغل اصلی و مستمر او، فعالیت در زمینه رسانه‌ها و تهیه، تنظیم و انتشار خبر و گزارش از وقایع جاری و نگارش تحلیل و تفسیر آنها در رسانه‌های جمعی است.

در تبصره ماده دوم اشاره شده، انتشار رسانه‌های جمعی پیش گفته شده می‌تواند به هر یک از صورت‌های مکتوب روزانه یا دوره‌ای، تصویری و اینترنتی باشد، اما باید از مراجع ذی‌ربط مجوز قانونی داشته باشد.

براساس این آیین‌نامه، اولویت در تخصیص طرح ترافیک با خبرنگاران، روزنامه‌نگاران و عکاسان خبری است که به موجب قرارداد کار معین (دائمی یا موقت) در یک نشریه، خبرگزاری یا پایگاه خبری اشتغال داشته باشند و مدرکی دال بر اشتغال مستمر به مشاغل مذکور در این آیین‌نامه ارائه دهند.

خبرنگاران و عکاسانی که قرارداد مستقیم با رسانه‌ای ندارند اما فعالیت مستمر رسانه‌ای دارند، تنها به شرط ارائه تصویر آثار منتشرشده به نام خود (و یا بدون نام که انتساب آن به تأیید کتبی مدیر رسانه برسد) در رسانه‌ها (حداقل ۱۰ اثر در شش ماه قبل از زمان ثبت نام) که نشانگر همکاری مستمر آنها با رسانه‌های مکتوب یا اینترنتی باشد، مشمول این آیین‌نامه می‌شوند. معرفی‌نامه این متقاضیان باید از سوی یکی از تشکل‌های صنفی صادر شود.

همچنین افرادی که شغل تمام وقت دیگری غیر از روزنامه‌نگاری یا مدیر مسئولی دارند، اگر به صورت پاره‌وقت، حق‌التحریری یا حق‌الزحمه‌ای با رسانه‌ها همکاری داشته باشند، مشمول این آیین‌نامه نمی‌شوند.

وزارت راه و شهرسازی
شرکت راه‌آهن جمهوری اسلامی ایران (سهامی خاص)
اداره کل راه‌آهن اصفهان

آگهی دعوت به تجدید ارزیابی کیفی فراخوان عمومی نخست و مناقصه شماره ۴۳/۹۸/۳
نوبت اول

اداره کل راه‌آهن اصفهان در نظر دارد بنا بر آیین نامه اجرایی بند ج ماده ۱۲ قانون برگزاری مناقصات نسبت به ارزیابی کیفی مناقصه گران واجد شرایط و شرکت در مناقصه به شرح زیر اقدام نماید.
۱- شرح مختصر موضوع مناقصه: عملیات نگهداری و تعمیر ساختمان و تاسیسات اداره کل راه‌آهن اصفهان
۲- مبلغ کل برآورد: ۴۱/۴۶۷/۳۸۳/۲۵۰ ریال بر اساس فهارس بها واحد نگهداری و تعمیر ساختمان و تاسیسات راه‌آهن در رشته‌های ابنیه، تاسیسات برقی و تاسیسات مکانیکی سال ۱۳۹۷
۳- مدت و محل اجرا: مدت اجرا ۱۲ ماه بوده و محل اجراء طبق اسناد مناقصه می‌باشد.
۴- داشتن گواهی صلاحیت معتبر رتبه ۷ در رشته امور تاسیساتی و رتبه یک رشته تعمیر و نگهداری از وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی یا حداقل رتبه ۵ در رشته‌های ابنیه، تاسیسات برقی یا مکانیکی یا نیرو و همچنین گواهی صلاحیت ایمنی پیمانکاری از وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی و مرتبط بودن موضوع فعالیت شرکت (مندرج در اساسنامه) با موضوع مناقصه فوق الزامی است.
۵- مهلت و نحوه دریافت اسناد ارزیابی کیفی و مناقصه: متقاضیان می‌توانند حداکثر تا ساعت ۱۳ روز شنبه مورخ ۹۹/۱/۲۳ با مراجعه به سامانه تدارکات الکترونیکی دولت به نشانی www.setadiran.ir اسناد ارزیابی کیفی و اسناد مناقصه را دریافت نمایند.
کلیه فرآیند برگزاری مناقصه به جز تحویل پاکات الف مربوط به تضامین شرکت در فرآیند ارجاع کار در سامانه مذکور انجام می‌پذیرد لذا لازم است مناقصه‌گران در صورت عدم عضویت قبلی در سامانه فوق و دریافت گواهی امضای الکترونیکی نسبت به اخذ آنها اقدام نمایند.
۶- مهلت و نحوه ارسال اسناد تکمیل شده: حداکثر تا ساعت ۱۳ روز یکشنبه مورخ ۹۹/۲/۷ از طریق سامانه فوق
۷- قیمت‌ها متناسب با کالای ساخت داخل با لحاظ کیفیت ارائه گردد.
۸- مدت اعتبار ضمانت‌نامه های شرکت در فرآیند ارجاع کار سه ماه و به درخواست کارفرما به مدت سه ماه دیگر قابل تمدید می‌باشد.
شایان ذکر است مناقصه عمومی به صورت یک مرحله‌ای و با ارزیابی کیفی فشرده انجام می‌پذیرد و پاکتهای مناقصه گرانی بازگشایی می گردد که حداقل امتیاز لازم را کسب نموده باشند.
تاریخ انتشار نوبت اول: ۹۹/۱/۱۹ تاریخ انتشار نوبت دوم: ۹۹/۱/۲۰
شناسه آگهی: ۸۰۹۳۹۲
اداره کل راه آهن اصفهان
٤

وزارت راه و شهرسازی
شرکت راه‌آهن جمهوری اسلامی ایران (سهامی خاص)
اداره کل راه‌آهن اصفهان

آگهی دعوت به تجدید ارزیابی کیفی فراخوان عمومی نخست و مناقصه شماره ۴۳/۹۸/۴
نوبت اول

اداره کل راه‌آهن اصفهان در نظر دارد بنا بر آیین نامه اجرایی بند ج ماده ۱۲ قانون برگزاری مناقصات نسبت به ارزیابی کیفی مناقصه‌گران واجد شرایط و شرکت در مناقصه به شرح زیر اقدام نماید.
۱- شرح مختصر موضوع مناقصه: عملیات نگهداری و ترمیم فضای سبز ایستگاه‌های اداره کل راه‌آهن اصفهان
۲- مبلغ کل برآورد: ۱۳/۷۶۱/۷۸۸/۲۵۶ ریال
۳- مدت و محل اجرا: مدت اجرا ۱۲ ماه بوده و محل اجراء طبق اسناد مناقصه می‌باشد.
۴- شرکت‌کنندگان در فراخوان می‌بایست دارای حداقل رتبه ۷ خدمات فضای سبز از وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی بوده و با توجه به گواهی صلاحیت در رشته و پایه موردنیاز دارای ظرفیت آزاد لازم با توجه به مبلغ برآورد مناقصه باشند. همچنین گواهی‌نامه تایید صلاحیت ایمنی پیمانکاری صادر شد توسط وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی.
۵- مهلت و نحوه دریافت اسناد ارزیابی کیفی و مناقصه: متقاضیان می‌توانند حداکثر تا ساعت ۱۳ روز شنبه مورخ ۹۹/۱/۲۳ با مراجعه به سامانه تدارکات الکترونیکی دولت به نشانی www.setadiran.ir اسناد ارزیابی کیفی و اسناد مناقصه را دریافت نمایند.
کلیه فرآیند برگزاری مناقصه به جز تحویل پاکات الف مربوط به تضامین شرکت در فرآیند ارجاع کار در سامانه مذکور انجام می‌پذیرد لذا لازم است مناقصه‌گران در صورت عدم عضویت قبلی در سامانه فوق و دریافت گواهی امضای الکترونیکی نسبت به اخذ آنها اقدام نمایند.
۶- مهلت و نحوه ارسال اسناد تکمیل شده: حداکثر تا ساعت ۱۳ روز یکشنبه مورخ ۹۹/۲/۷ از طریق سامانه فوق
۷- مدت اعتبار ضمانت‌نامه های شرکت در فرآیند ارجاع کار سه ماه و به درخواست کارفرما به مدت سه ماه دیگر قابل تمدید می‌باشد.
شایان ذکر است مناقصه عمومی به صورت یک مرحله‌ای و با ارزیابی کیفی فشرده انجام می‌پذیرد و پاکتهای مناقصه‌گرانی بازگشایی می گردد که حداقل امتیاز لازم را کسب نموده باشند.
تاریخ انتشار نوبت اول: ۹۹/۱/۱۹ تاریخ انتشار نوبت دوم: ۹۹/۱/۲۰
شناسه آگهی: ۸۰۹۳۸۷
اداره کل راه آهن اصفهان
٥

خودرو

ساده‌ترین راهکارهای جذب مشتریان تازه

پیوند برندسازی و جلب مشتریان تازه

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

ترجمه: علی آل‌علی

مشـتریان عامل تداوم هر کسب و کاری هستند. تصور حوزه کسب و کار بدون حضور مشتریان هیچ معنایی ندارد بنابراین ما باید برنامه و استراتژی مناسـبی به منظور تعامل با مشتریان داشـته باشیم. یکی از نکات مهم در این میان نحوه برنامه‌ریزی ما برای جلب نظر مشـتریان تازه اسـت. اگر ما بهترین محصولات دنیا را نیز تولید کنیم، در صورت عدم آگاهی مشـتریان از وجود برندمـان و تولید چنین محصولاتی راه به هیچ جای نخواهیم برد. همین امر اهمیت برندسـازی جذاب برای مشـتریان و تعامل بهینه با آنها را مطرح می‌کند.

ما در این مقاله برخی از سـاده‌ترین راهکارها برای جلب نظر مشـتریان تازه را مورد بررسی قرار خواهیم داد. چنین راهکارهایی برای اغلب کسب و کارها قابل استفاده خواهد بود بنابراین مشکلات کارآفرینان و صاحبان برند در زمینه جلب نظر مشتریان تازه تا حدود زیادی رفع خواهد شد.

۱. ضرورت استفاده از یوتیوب

بازاریاب‌ها و طراح‌های تبلیغات باید نسـبت بـه تولید ویدئوهای جذاب از محصولات مختلف توجه داشـته باشـند. این امر به دلیل افزایش تمایل مشـتریان به مشاهده محتوای ویدئویی در طول چند سال اخیر مورد بحث قرار گرفته اسـت. امروزه محتوای بازاریابی و کمپین‌های تبلیغاتی همراه با فرمت ویدئو تاثیرگذاری بسیار بیشتری بر روی مخاطب هدف دارد.

یکـی از نکات مهم در زمینه تولیـد محتوای بازاریابی ویدئویی مربوط به انتخاب پلتفرم مناسـب برای بارگذاری اسـت. برخـی از برندها ویدئوهای موردنظر را در سـایت یا وبلاگ رسمی‌شـان بارگذاری می‌کنند. توصیه من در ایـن بخش اسـتفاده از یوتیوب بـه عنوان بزرگ‌ترین شـبکه اجتماعی ویدئومحور اسـت. به این ترتیب ما توانایی تاثیرگذاری قابل توجهی بر روی مخاطب هدف خواهیم داشت.

نکته مهم در زمینه فعالیت در یوتیوب ضرورت شناسـایی مخاطب هدف برندمان اسـت. ما با ایجاد کانال رسمی در یوتیوب و استفاده از فرصت‌های تبلیغاتی شـانس بیشتری برای جلب نظر مخاطب هدف خواهیم داشت. به این ترتیب فرآیند تعامل با مشتریان تازه نیز ساده‌تر خواهد شد.

۲. اهمیت فعالیت خیریه

حضـور در فعالیت‌های خیریـه عامل مهمی در راسـتای بهبود شهرت برندها محسوب می‌شود. امروزه اغلب برندها در تلاش برای حضور در مراسـم‌های خیریه یا فعالیت‌های بشردوسـتانه هستند. بـدون تردید این امر مزیت‌های بسـیار زیادی برای موسسـه‌های خیریه دارد. از سـوی دیگر وضعیـت برندها نیز با حضور در چنین طرح‌هایی بهبود پیدا می‌کند. اغلب رسانه‌ها پوشش وسیعی نسبت به مراسـم‌های خیریـه دارند بنابراین نام برند ما به بهترین شـکل ممکن پیش روی مشتریان هدف‌مان قرار خواهد گرفت.

امروزه بسـیاری از برندها فقط به دنبال سود بیشتر هستند. این امر بـا توجه به تفاوت انتظارات مشـتریان در طول یک دهه اخیر بایـد مورد بازبینی قرار گیرد. گاهی اوقات برندها در زمینه انتخاب یک حوزه خاص برای فعالیت خیریه بیش از حد دچار سـردرگمی می‌شـوند. نکته مهم در این میان انتخاب گزینه‌های سـاده است. منظور من در اینجا شـرکت در مراسـم‌های خیریه محلی یا حتی ایجـاد صندوق کمک به افراد بی‌خانمان یا آسـیب‌دیده از حوادث طبیعی است.

۳. اعطای هدیه به مشتریان

برندسـازی مهم‌ترین نکتـه در زمینه جلب نظر مشـتریان تازه محسـوب می‌شود. ما باید همیشـه در زمینه تعامل با مشتریان از اسـتراتژی‌های کاربردی استفاده کنیم. وقتی برندها در زمینه ارائه جلـوه‌ای جذاب از خود ناتوان باشـند، میزان نارضایتی مشـتریان بیشـتر خواهد شد. بدون تردید در چنین شرایطی صحبت از جلب نظر مشتریان تازه نیز در حد شوخی ساده‌ای خواهد بود.

اغلـب اوقات اعطای هدیه‌های کوچک اما کاربردی به مشـتریان اهمیت بسـیار زیـادی دارد. این نکتـه موجب ایجاد نـوع نگاهی متفاوت نسـبت به کسـب و کار ما از سوی مشـتریان خواهد شد. اغلب اوقات برندهای تازه تاسـیس مشکلات بسیار زیادی در زمینه معرفـی خود به مشـتریان دارند. با اسـتفاده از تکنیک مورد بحث در اینجا معرفی کسـب و کارمان به مشـتریان هدف ساده خواهد شـد. اگر هدیه‌های برندمان به مشـتریان دارای ارتباط مفهومی با کسـب و کارمان داشته باشد، تاثیرگذاری بر روی آنها کامل خواهد شد. این امر شامل اسـتفاده از برخی محصولات برندمان به عنوان هدیه است.

۴. درج آنلاین نظر

حضـور در شـبکه‌های اجتماعی عاملـی مهم بـرای جلب نظر مشتریان اسـت. امروزه تقریبا تمام برندها در فضای آنلاین حضور دارنـد. این امر موجب تعامل هرچه بهتر میان برندها و مشـتریان می‌شـود. اگر شما نیز در ابتدای مسیر جلب نظر مشتریان هستید، باید حضور در شـبکه‌های اجتماعی را مدنظر داشته باشید. در غیر این صورت امکان تاثیرگذاری بر روی مشتریان فراهم نخواهد شد.

برخی از برندها در شبکه‌های اجتماعی هیچ فعالیت قابل توجهی ندارند. این امر شامل انتشار پست در بازه‌های زمانی مشخص بدون توجه به نظرات کاربران اسـت. توصیه من در این بخش پاسـخ به نظـرات کاربران و حتی درج نظر در پسـت‌های آنهاسـت. این امر فضای بسـیار بهتری میان ما و مشتریان ایجاد خواهد کرد. امروزه مشـکل اصلی بسـیاری از برندها ناتوانی در زمینه تعامل سازنده و مناسب با مشتریان‌شان است. آنها با این نقطه ضعف به طور مداوم در رقابت با برندهای دیگر شکست خواهند خورد.

راهـکار مناسـب برای موفقیـت در حوزه بازاریابـی و جلب نظر مشـتریان نگاه متفاوت به فعالیت در شـبکه‌های اجتماعی اسـت. فقط در این صورت امکان تعامل بهتر و جلب نظر گسترده مخاطب هدف فراهم می‌شود.

۵.همکاری با سازمان‌های دیگر

گاهی اوقات برندها در صورت همکاری یکدیگر موفقیت بیشتری در زمینه برندسـازی و جلب نظر مخاطب هدف به دست می‌آورند. چنین نکته‌ای اغلـب مورد بی‌توجهی مدیران قرار می‌گیرد. راهکار مناسـب در این میان تلاش برای یافتن برند یا سازمان‌های مناسب به منظور همکاری دوجانبه است. نتیجه چنین همکاری‌هایی اغلب باعث بهره‌مندی مناسب هر دو برند از فرصت‌های تازه خواهد شد.

منبع: noobpreneur.com

ضرورت کاهش نرخ ریزش مشتریان وفادار

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

ترجمه: علی آل‌علی

اسـتفاده درست از مشتریان در دنیای کسب و کار اهمیت بسیار زیادی دارد. اغلب برندها در تلاش برای کسـب مشـتریان تازه از طریق فرآیندهای بازاریابی و تبلیغات هسـتند. هدف نهایی چنین فعالیت‌هایی به دسـت آوردن مشتریان وفادار اسـت. این دسته از مشـتریان تمایل به خرید مداوم از یک برند دارند. به ایـن ترتیب هزینه‌های بازاریابی و تبلیغات برندها در طول زمان کاهش می‌یابد. شـاید در نگاه نخست دستیابی به مشتریان وفادار بسیار ساده باشد، با این حال نکته مهم در اینجا نحوه حفظ مشتریان وفادار است. امروزه بسیاری از برندها به طور مداوم در حال جذب مشتری وفادار و از سوی دیگر از دست دادن مشتریان قدیمی‌شـان هسـتند. نتیجه این امر تلاش مداوم برندها بـرای گردآوری تعداد مشخصی از مشتریان وفادار و ناکامی در این زمینه است.

نرخ ریزش مشتریان وفادار یکی از معیارهای مهم برای ارزیابی وضعیت برندها محسوب می‌شود. شاید شما نیز مانند بسیاری از کارآفرینان دیگر با این اصطلاح آشنایی چندان زیادی نداشته باشید. در این مقاله هدف اصلی ما بررسی معنای این مفهوم و راهکارهای جلوگیری از ریزش مخاطب اسـت. در ادامه به بررسـی هرچه بیشتر این مسئله خواهیم پرداخت.

تعریف ساده نرخ ریزش مشتریان وفادار

تعریف‌های بسـیار زیادی از اصطلاح‌های مربوط به حوزه کسـب و کار وجود دارد. عبارت نرخ ریزش مشـتریان وفادار نیز دچار همین مسـئله اسـت. به این ترتیب در نگاه نخسـت ما با تعریف‌های بسـیار زیادی بـرای این مفهوم مواجه هسـتیم. نکته مهـم در این میان تلاش بـرای ساده‌سـازی عبارت‌ها به منظور اسـتفاده مناسب است. ساده‌ترین تعریف از مفهوم مورد نظر نقطه تصمیم‌گیری مشتریان وفادار سابق ما برای ترک عادت در زمینه خرید از ماست. به این ترتیب مـا دیگر توانایی لازم برای جلب نظر مشـتریان سـابق‌مان را نخواهیم داشـت. بسـیاری از برندها به طور مداوم سـرگرم جلب نظر مخاطب هدف تازه هستند. این امر موجب بی‌توجهی ناخواسته با نرخ ریزش مخاطب هدف می‌شود. به این ترتیـب ما توانایی ارزیابی صحیح وضعیت برنـد در بازه‌های زمانی مختلف را از دست می‌دهیم.

نرخ ریزش مشتریان وفادار نکات بسیار زیادی درباره وضعیت کسب و کار بیان می‌کند. برخی از این نکات به شرح ذیل هستند:

- محصولاتی که مشتریان علاقه بیشتری به آنها دارند.
- شناسایی ساده‌تر محصولاتی که دیگر مورد پسند مشتریان نیستند.
- نحوه ارزش‌آفرینی رقبا در فرآیند تلاش برای جلب نظر مشتریان ما.
- بهبود توانایی تیم‌های بازاریابی و فروش به منظور جلوگیری از کاهش فروش برند.
- افزایش تاثیرگذاری عملکرد تیم طراحی محصولات.

بدون تردید نرخ ریزش مشـتریان وفادار نکات بسیار دیگری نیز درباره برندها مطرح می‌کند. بسـیاری از برندها به دلیل بی‌توجهی به چنین نکاتی در عمل با شکست‌های عجیب و غریب مواجه می‌شوند، بنابراین اگر شما قصد جلوگیری از بروز چنین مشـکلاتی را دارید، باید به دنبال راهکارهای مناسب برای شناسایی میزان ریزش مشتریان و از همه مهم‌تر تکنیک‌های جلوگیری از آن باشید.

شـاید بسیاری از کارآفرینان نسبت به اهمیت توجه به میزان ریزش مشتریان وفادار بی‌توجه باشند. این امر شامل عدم توجه به گزارش‌های کاربردی و مقالات متعدد درباره این مفهوم نیز می‌شـود. یکی از راهکارهای مناسـب برای آگاهی هرچه بهتر از اهمیت این موضوع توجه به نحوه عملکرد برندهای بزرگ اسـت. شـرکت‌های موفق در زمینه فناوری‌های نوین، مانند اینترنت، همیشه در تلاش بـرای کاهش میزان نارضایتی مشـتریان هسـتند. این امر تا حدودی ناشـی از فضای به شدت رقابتی این عرصه می‌شود. به این ترتیب در صورت بروز هرگونه نارضایتی از سوی مشتریان تیم پشتیبانی و مدیریت ارشد چنین برندهایی وارد عمل می‌شوند.

اگر ما نسـبت به ترک برندمان از سـوی مشـتریان وفادار توجه کافی نداشته باشـیم، به سرعت از فهرست علاقه‌مندی آنها خارج خواهیم شد. نتیجه این امر پدید آمدن نوعی بی‌تفاوتی در بدنه شـرکت ما خواهد بود. به این ترتیب قدرت خلاقیت و جلب نظر مشتریان‌مان از دست می‌رود.

بی‌تردید آگاهی از اهمیت نرخ ریزش مشـتریان وفادار فقط یک روی سـکه است. ما باید توانایی استفاده عملی از این مفهوم در زمینه کسب و کار را داشته باشـیم. در غیـر این صورت اطلاعات به دسـت آمده کمتریـن تاثیری بر روی وضعیت برندمان نخواهد داشـت. مهم‌ترین نتیجه حاصل از مشـاهده و ارزیابی نرخ ریزش مشتریان مربوط به طراحی اقداماتی برای کاهش نارضایتی مشتریان اسـت. هدف نهایی در این بخش کاهش هرچه بیشتر میزان نارضایتی مشتریان به منظور ادامه خرید و تعامل‌شـان با ماست. در غیر این صورت ما هیچ شانسی برای ادامه رقابت با برندهای مطرح در بازار کسب و کار نخواهیم داشت.

میزان طبیعی ریزش مشتری وفادار

تمـام برندهای موفق در سراسـر دنیا برنامه‌های دقیقی بـرای کاهش میزان ریزش مشـتریان دارنـد. این امر شـامل طراحی برنامه‌های مختلـف تعاملی با مشـتریان به منظور شناسـایی نقاط ضعف کسـب و کار برند می‌شـود. یکی از مهم‌ترین دلایل ناتوانی برندها در زمینه بهبود عملکردشـان در زمینه جلب نظر مخاطب هدف ناآگاهی از نقاط ضعف‌شـان است. این امر فقط در صورت تعامل مستقیم با مشتریان قابل رفع خواهد بود.

امروزه برخی از برندها فاصله زیادی میان خود و مخاطب هدف ایجاد می‌کنند. به این ترتیب فرآیند تعامل آنها با یکدیگر در عمل بسیار دشوار می‌شود. اگر شما علاقه‌مند به بهبود وضعیت برندتان و حفظ مشتریان وفادار هستید، باید نسبت به ایجاد رابطه‌ای نزدیک با آنها اقدام کنید. در غیر این صورت سـایر برندها این امر را پوشش خواهند داد.

بدون تردید میزانی از ریزش مشتری در تمام کسب و کارها طبیعی محسوب می‌شـود. هیچ برندی توانایی حفظ تمام مشـتریان وفادارش را ندارد. این امر از هر کسـب و کار به کسـب وکاری دیگر متفاوت است. در این بخش به برخی از نرخ‌های طبیعی اشاره خواهیم کرد:

- شـاید حوزه بانکداری بیشـترین میزان ریزش مخاطب را داشـته باشد. این حوزه با میانگین ۲۰ تا ۴۰درصد ریزش مشـتری وفادار در سال اوضاع به شدت پرتلاطمی دارد.
- مطبوعاتـی نظیر روزنامه و خبرگزاری‌هـای آنلاین نیز با میانگین ۵۰درصد وضعیت به شـدت بی‌ثباتی را تجربه می‌کنند. نکته مهم در این میان جلب نظر مداوم خوانندگان تازه به چنین مطبوعاتی است.
- شرکت‌های فعال در زمینه مشاوره کسب و کار نیز با میانگین ۷ الی ۸درصد ریزش مشـتریان ثابت با برخی مشـکلات اساسی مواجه می‌شوند. دلیل این امر ضررهای مالی فراوان ناشی از ریزش همین تعداد اندک مشتریان است.

پرداختن به میزان طبیعی ریزش مشـتریان هرگـز دلیلی برای بی‌توجهی به استراتژی‌های موثر به منظور کاهش عملکرد منفی برندها نیست. ما باید همیشه برنامه‌های دقیقی برای مقابله با رقبا داشته باشیم. بخش قابل توجی از تلاش ما برای رقابت موثر در بازار کسـب و کار تلاش برای حفظ مشتریان قدیمی است. به این ترتیب ما مقدار مشخصی فروش ثابت را تجربه خواهیم کرد. این امر نقش مهمی در توسـعه هرچه سریع‌تر برند ما خواهد داشت. اغلب برندها با مشکلات عمـده‌ای در زمینـه درآمد ثابت مواجه هسـتند. اگر ما در این شـرایط درآمد مشخصی داشته باشیم، برنامه‌ریزی طولانی‌مدت ساده‌تر خواهد شد.

توصیه‌های کاربردی برای کاهش میزان ریزش مشتریان وفادار

بهتریـن راهکار برای کاهش میزان ریزش مشـتریان وفادار فعالیت دوچندان اسـت. این امـر در زمینه‌هـای مختلفی کاربـرد دارد. حـوزه بازاریابی یکی از مهم‌تریـن کانال‌های تعامل با مشـتریان را فراهم می‌سـازد. اغلب برندهایی که وضعیت نامناسـبی در زمینه حفظ مشـتریان وفادارشـان دارنـد، کمپین‌های بازاریابـی بی‌کیفیت یا بسـیار اندکی تولید می‌کنند. این امر موجب فراموشـی برند موردنظر از سـوی مخاطب هدف می‌شود. اگر ما توانایی یادآوری برندمان و محصولاتش به مشتریان را نداشته باشیم، به سرعت آنها را از دست خواهیم داد.

امروزه میزان رقابت در حوزه‌های مختلف کسـب و کار به شدت افزایش یافته اسـت. این امر تا حدودی ناشی از رقابت شـدید در حوزه تولید محصولات تازه اسـت. به این ترتیب وقتی برندها در تلاش برای حفظ مشتریان‌شـان هستند، باید نسـبت به فعالیت‌های رقبا نیز توجه داشـته باشند. گاهی اوقات برند ما به دلیل کمپین‌های جذاب‌تر رقبا مشتریانش را از دست می‌دهد. این امر مربوط به ضعف عملکرد ما نیسـت. نکته مهم در این میان ناتوانی ما برای عملکرد مشـابه رقبای‌مان اسـت. این امر شـناخت درسـت ترندهای برتر در حـوزه بازاریابی و طراحی محصولات را مهم‌تر از هر زمانی می‌سازد.

وقتی ما مشـتریان‌مان را از دسـت می‌دهیم، باید به دنبال بازیابی آنها باشیم. بسیاری از برندها این امر را ساده تلقی می‌کنند. نکته مهم در این میان دشواری بازیابی مشـتریان وفادار برای بار دوم اسـت. این امر اغلب از سوی برندها مورد بی‌توجهی واقع می‌شود. نتیجه نهایی این بخش اولویت پرهیز از ریزش مشتریان بر تلاش برای بازیابی‌شان است. در غیر این صورت ما هزینه‌های بسیار سنگینی برای فرآیندهای بازاریابی‌مان متحمل خواهیم شد.

همانطور که اشـاره شـد، فعالیت مضاعف بهترین راهکار بـرای جلوگیری از ریزش مشـتریان وفادار است. نکته مهم در این میان ساماندهی ریزش مشتریان اسـت. در بخش پایانی مقاله کنونی ما به بررسی سه راهکار مناسب و کاربردی برای کاهش میزان ریزش مشتریان وفادار در برندهای مختلف خواهیم پرداخت.

۱.اهمیت تاثیرگذاری اولیه

برخورد نخسـت میان افراد همیشـه نقش مهمی را ایفا می‌کند. بسـیاری از دوسـتان صمیمی از همان برخورد نخست نسـبت به یکدیگر احساس مناسبی پیـدا می‌کنند. این امر ناشـی از نحوه تعامـل تاثیرگذار آنهـا از همان برخورد ابتدایی اسـت. این امر در زمینه کسـب و کار نیز صحـت دارد. اگر ما به دنبال جلب نظر مشـتریان وفادار برای کسـب و کارمان هسـتیم، باید به دنبال ایجاد تاثیرگذاری اولیه بر روی مشـتریان باشیم. شاید این امر برای بسیاری از برندها دشـوار یا پیچیده به نظر برسـد، اما در صورت شـناخت دقیق مشتریان هدف ساده خواهد بود.

یکـی از ایرادات اصلی برندها در زمینه تعامل با مشـتریان مواجهه ناگهانی با این امر اسـت. به این ترتیب آنها هرگز برنامه مشخصی برای شناسایی مشتریان موردنظر و طراحی اسـتراتژی براسـاس داده‌های مربوط بـه آنها ندارند. چنین اقداماتی اغلب حالت شانسی در زمینه تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف خواهد داشت.

بسیاری از برندهای بزرگ از همان لحظه نخست تعامل با مشتریان هدف‌شان برنامه دقیقی دارند. این امر موجب وفاداری بالای مشتریان به برندهای موردنظر می‌شـود. راهکار اصلی در زمینه کاهش میزان ریزش مشتریان وفادار مربوط به بهبـود عملکردمان در زمینه تاثیرگذاری اولیه اسـت. به ایـن ترتیب ما توانایی بهتری برای تعامل با مخاطب هدف خواهیم داشت.

۲.ضرورت توجه به انتظارات مشتریان

هر برندی در زمینه کسـب و کار نوع خاصی از انتظارات را ایجاد می‌کند. این امر هویت برند موردنظر در نگاه مشـتریان و همینطور رقبا را شـکل خواهد داد. اغلب موارد اصلی در ریزش مشـتریان ناشـی از ناتوانی برندها برای پاسخگویی مناسب به انتظارات مشـتریان است بنابراین فرآیند مدیریت و کنترل انتظارات مشتریان نیز اهمیت بسیار زیادی دارد.

یک مثال جالب در زمینه مدیریت انتظارات و خواسته‌های مشتریان مربوط به تیم‌های فروش است. چنین تیم‌هایی به طور معمول پس از طراحی یک کمپین یا تعامل سـازنده بـا مخاطب هدف در زمینه حفظ کیفیت استراتژی‌های‌شـان نـاکام هسـتند. این امر ناشـی از تلاش بـرای تاکید بیش از حـد بر روی یک اسـتراتژی موفق اسـت. اگر ما در تلاش برای پاسـخگویی مـداوم به انتظارات فزاینده مشـتریان هستیم، باید برنامه‌ها و اسـتراتژی‌های‌مان نیز به طور مداوم تغییر یابد. در غیر این صورت مشتریان به سرعت از برند ما ناامید خواهند شد.

بـدون تردید حفـظ روند بازاریابی و فروش در حالت ایده‌آل بسـیار دشـوار خواهـد بود. به همین خاطر اغلب برندهای بزرگ برنامه‌های دقیقی برای تعامل بـا مشـتریان پس از افت‌های مقطعـی در زمینه بازاریابی یا فـروش دارند. این امر شـامل گفت‌وگو یا تعامل عمیق با مشـتریان به منظور حفظ علاقه‌شـان به برند است.

گاهی اوقات انتظارات مشـتریان از سوی برند ما ایجاد نمی‌شود. نوآوری‌های عرصه فنـاوری یکی از مهم‌ترین عوامل افزایش انتظارات در مشـتریان اسـت. وظیفه برند ما در چنین شرایطی توجه مداوم به فناوری‌های تازه و تاثیر آنها بر روی حوزه کسب و کارش است. فقط در این صورت امکان بهبود مداوم وضعیت کسب و کار برند فراهم خواهد شد.

۳. خدمات مشتریان پایدار، راهی به سوی حفظ دائمی مشتریان

امروزه مشتریان انتظارات بسیار زیادی در زمینه دریافت خدمات پس از فروش و جانبی دارند. اشـتباه برخی از برندها تلقی این حوزه به عنوان خدمت‌رسـانی کوتاه‌مدت به مشـتریان پس از خرید محصولات است. نکته مهم در اینجا تحول معنای خدمات پس از فروش در طول دهه‌های اخیر است. به این ترتیب ما باید توجه کافی به مشـتریان‌مان، حتی سال‌ها پس از خریدشان، داشته باشیم. این امر میزان ریزش مشتریان برندمان را به شدت کاهش خواهد داد.

بی‌تردیـد هر برندی در مدت زمـان فعالیتش برخی اشـتباهات تاثیرگذار را مرتکب می‌شـود. تفاوت میان برندهای موفق و شکست‌خورده در نحوه مدیریت اشتباهات‌شـان است. برندهای موفق همیشـه توانایی بالایی در زمینه پوشش و جبران اشتباهات‌شـان از طریق خدمات جانبی دارند. گاهی اوقات محصولات ما دارای نقص‌های قابل توجهی هستند. در این صورت ما باید به سرعت نسبت به جمـع‌آوری محصولات‌مان از بازار اقدام کنیم. گام بعدی ما در چنین شـرایطی کلیدی خواهد بود. بسیاری از شکست‌های بزرگ در همین نقطه اتفاق می‌افتد. اگر دارای تیم خدمات مشـتریان حرفه‌ای باشیم، امکان برقراری ارتباط سریع و نزدیک با مشـتریان به منظور بیان دلایل وقوع چنین مشکلاتی فراهم می‌شود. در غیر این صورت ما نیاز به صرف هزینه‌های کلان برای همکاری با رسانه‌ها به منظور پوشش دلخواه اخبارمان را خواهیم داشت.

مهم‌تریـن نکته در زمینه خدمات مشـتریان توجه به گزارش‌های آنهاسـت. بسـیاری از برندهـا در عمـل توجه چندانی به پیام مشـتریان ندارنـد. این امر احساس فقدان ارزشمندی مشـتریان در نگاه برند موردنظر را منعکس می‌کند. هیـچ نکته‌ای به اندازه احسـاس بی‌ارزشـی در زمینه تعامل با مشـتریان تاثیر مخرب ندارد. راه‌اندازی بخش حرفه‌ای خدمات مشـتریان اهمیت بسـیار زیادی برای جلوگیری از بروز مشـکلات خواهد داشـت. تلاش اصلی ما باید راهنمایی و کمـک حداکثری به مشـتریان باشـد. در غیر این صورت بـه زودی آنها را از دست می‌دهیم.

جمع‌بندی

هیچ‌گاه فرضیه «مشـتریان هرگز برند ما را تـرک نمی‌کنند» را قبول نکنید. مشـتریان نیز در صورت مواجهه با خدماتی بهتر یا مشـاهده ضعف‌های آشکار برندمان اقدام به انتخاب گزینه دیگری خواهند کرد. این امری طبیعی در دنیای کسـب و کار است. تلاش اصلی ما باید در راستای جلب نظر مشتریان به منظور تعامل پایدار با برندمان باشـد. در غیر این صورت مشـکلات عمده‌ای برای ما به وجود می‌آید. گام نخسـت در زمینه حفظ مشـتریان باور بـه امکان ترک برند از سـوی آنهاسـت. با قبول این پیشـفرض تمام فعالیت‌های برند ما رنگ و بوی متفاوتی خواهد گرفت.

منبع: noobpreneur.com

پس‌انداز بیشتر با ۲۰ راهکار ساده

به قلم: ترنت هام کارآفرین
مترجم: امیر آل‌علی

بسیاری از افراد از کمبود پول در زندگی خود گله دارند و همین امر باعث می‌شود تا مجبور به انجام چند فعالیت باشند تا هزینه‌های خود را پوشش دهند. تحت این شرایط پیگیری برنامه‌ها برای ساخت آینده‌ای بهتر و قدم گذاشتن در مسیر اهداف، عملا غیرممکن خواهد بود. فراموش نکنید که موقعیت فعلی شما ابدا قرار نیست تا آخر عمر ادامه داشته باشد، با این حال اگر شما خود را بیش از حد درگیر اقدامات کوچک کنید، بدون شک فرصت کافی جهت افزایش مهارت‌ها و قدم گذاشتن در مسیر زندگی رویایی و هدف اصلی خود را پیدا نخواهید کرد. برای مثال من قبل از کارآفرین شدن در سن ۳۰ سالگی، کارهای زیادی را انجام دادم، با این حال هر بار تنها یک شغل را داشتم تا فرصت کافی برای کسب مهارت در زمینه کارآفرینی وجود داشته باشد. تحت این شرایط ممکن است تصور کنید که با یک شغل معمولی و درآمد پایین، چگونه می‌توان به زندگی ادامه داد؟ درواقع شما قبل از آنکه به میزان درآمد خود توجه داشته باشید، لازم است تا نگاهی به هزینه‌های خود انداخته و مطمئن شوید که از پول خود به خوبی استفاده می‌کنید. در همین راستا قصد معرفی ۲۰ روشی را دارم که به من کمک کرد علی رغم درآمد پایین خود، حتی پس‌انداز نیز داشته باشم.

۱-بهترین بانک را انتخاب کنید

تا چه حد قبل از افتتاح یک حساب در رابطه با بانک‌های مختلف تحقیق می‌کنید؟ درواقع شما باید به هزینه فرصت خود توجه داشته باشید. برای مثال ممکن است یک بانک تازه تاسیس، سود و تسهیلات به مراتب بهتری را داشته باشد و حتی ممکن است برای آنهایی که برای اولین بار اقدام به افتتاح حساب می‌کنند، هدایایی را نیز در نظر داشته باشند. با این حال اقدامات شما تنها به این مرحله محدود نشده و لازم است تا اخبار را به صورت مداوم پیگیری کنید تا از جدیدترین اتفاقات باخبر شوید. برای مثال ممکن است بانکی دیگر، وام و یا هر امکان کاملا مناسبی را برای مدتی محدود ارائه دهد، بدون شک شما می‌توانید سریعا حسابی دیگر را افتتاح کرده و از فرصت‌های موجود نهایت استفاده را ببرید. در نهایت این امر که از بانک خود بخواهید که مستقیما قبض‌ها را پرداخت کند، باعث خواهد شد تا این اقدام هیچ‌گاه به تاخیر نیفتاده و با جریمه مواجه نشوید.

۲-تلویزیون را کنار بگذارید

چه اتفاقی می‌افتد اگر تلویزیون را کنار بگذارید؟ در حال حاضر بسیاری از افراد زمان زیادی را صرف آن می‌کنند که این امر با توجه به نیاز به خرید اشتراک و حق مشاهده، می‌تواند در ماه هزینه قابل توجهی را برای شما به همراه داشته باشد. همچنین اگر به آن اعتیاد داشته باشید، قبض برق شما نیز افزایش پیدا خواهد کرد، با این حال مهم‌ترین مسئله در این رابطه، عدم ارزشمندبودن استفاده از آن است. درواقع تنها کافی است تا برای یک روز، مشاهده برنامه-های تلویزیونی را کنار بگذارید، بدون شک شاهد زمان به مراتب بیشتری در زندگی خود خواهید بود که می‌تواند صرف اقدامات به مراتب ارزشمندتری شود.

۳-اجناسی که نیاز ندارید را به فروش برسانید

بسیاری از افراد عادت به نگه داشتن همه چیز دارند، این امر نه تنها حجم زیادی از فضای خانه شما را اشغال خواهد کرد، بلکه باعث می‌شود تا با گذشت زمان، ارزش اجناس موجود نیز کاهشی شدید را پیدا کند. برای مثال اگر دوچرخه‌ای که دیگر از آن استفاده نمی‌کنید را همین امسال به فروش نرسانید، با گذشت زمان و عرضه مدل‌های جدیدتر، بدون شک هزینه آن نیز کاهش پیدا خواهد کرد. در نهایت با این اقدام شما به افزایش درآمد خود کمک خواهید کرد. به همین خاطر ضروری است تا تمامی وسایلی را که مورد استفاده شما قرار نمی‌گیرد را شناسایی کرده و با کمک سایت-هایی نظیر Craigslist به فروش برسانید.

۴-در مسابقات شرکت کنید

در مسابقات حتی اگر جزو نفرات برتر نیز نباشید، جوایزی به شما اهدا خواهد شد که به معنای کمک به درآمد شما است. این امر در نهایت زندگی شما را نیز از درگیر شدن با روزمرگی نجات خواهد داد. همچنین در این رابطه پیدا کردن فروشگاه‌هایی که تخفیف‌های ویژه و قرعه‌کشی دارند، کاملا سودمند خواهد بود.

۵-از کارت اعتباری به صورت هوشمندانه استفاده کنید

براساس نظر روانشناس‌ها، وجود پول نقد باعث خواهد شد تا افراد تمایل به خرید بیشتری داشته باشند، با این حال این مسئله برای کارت‌های اعتباری کاملا متفاوت است. یکی از دلایل آن می-تواند به علت مشاهده دائم میزان کم شدن پول از حساب باشد. برای مثال شما تنها با یک خرید نیز از طریق پیامکی که به گوشی شما ارسال می‌شود، شاهد میزان کاهش پول خواهید بود، با این حال در رابطه با پول نقد، چنین امکانی وجود ندارد. با این حال توجه داشته باشید که شما باید سه حساب بانکی برای خود ایجاد کنید. یکی برای پرداخت هزینه‌های دائمی نظیر اجاره خانه، قبض‌ها و...، دیگری برای پس‌انداز و آخری نیز جهت انجام خرج‌های روزانه و کوچک که مقدار پول موجود در آن باید کاملا محدود و حساب شده باشد. این امر باعث می‌شود تا خلاقیت شما نیز افزایش پیدا کند. برای مثال هنگامی که بدانید که پول در دسترس شما برای یک روز بسیار کم است، دیگر استفاده از تاکسی به جای وسایل نقلیه عمومی ارزان‌قیمت‌تر نظیر مترو، در دستور کار شما قرار نخواهد گرفت.

۶-قانون ۳۰ روز را مورد استفاده قرار دهید

طبق این قانون شما باید ۳۰ روز فاصله میان تصمیم و اقدام برای خرید خود قرار دهید. این امر برای خریدهای گران‌قیمت کاملا کارساز خواهد بود. در واقع طی این زمان شما فرصت کافی برای کسب اطمینان را به دست خواهید آورد. بدون شک برای موارد کوچک‌تر نیز اجرای این سیاست کاملا کارساز خواهد بود، با این حال فراموش نکنید که مدت زمان آن نیز باید کاهش پیدا کند. به صورت کلی اگر در زمانی که به یک باره اشتیاق در شما ایجاد شده است، خرید نکنید بدون شک هیچ‌گاه یک خرید غیرضروری و بد را تجربه نخواهید کرد.

۷-قبل از خرید لیستی را برای خود تهیه کنید

بدون در اختیار داشتن یک لیست، شما خریدی پرریسک را خواهید داشت. درواقع این احتمال وجود دارد که شما بیش از حد نیاز را بردارید، با این حال برنامه‌ریزی از قبل، شما را از این اتفاقات در امان نگه خواهد داشت. همچنین فراموش نکنید که شما برخی از خریدهای خود را می‌توانید ماه بعد انجام دهید. به همین خاطر تا حد امکان از به هم زدن نظم مالی، خودداری کنید.

۸-مهمانی‌های خانگی برگزار کنید

بسیاری از افراد تصور می‌کنند که یک سبک زندگی ارزان قیمت و تلاش برای پس‌انداز بیشتر به معنای ریاضت کشیدن خواهد بود، با این حال این تصور کاملا غلط بوده و شما با کمی خلاقیت، می‌توانید زندگی کاملا خوب و باکیفیتی را نیز داشته باشید. برای مثال برای وقت گذراندن در کنار دوستان خود بهتر است تا به جای رفتن به رستوران، از آنها در خانه خود پذیرایی کنید. این امر بدون شک مقرون به صرفه‌تر خواهد بود. همچنین سرگرمی‌های خانگی نیز به مراتب ارزان قیمت‌تر خواهد بود. برای مثال به جای رفتن به سینما، می‌توانید در لپ تاپ خود یکی از فیلم‌های شاهکار سینما را همراه با دوستان خود تماشا کنید.

۹-مدگرایی را کنار بگذارید

اگر عقیده من را بخواهید، مدها تنها برای افزایش فروش برندهای پوشاک ایجاد می‌شود. همچنین این باور را در خود ایجاد کنید که برندهای گران‌قیمت، بخشی از پول را به خاطر شهرت خود می‌گیرند و این امر ابدا ارتباطی به کیفیت کار آنها ندارد. به همین خاطر ضروری است تا شما به عنوان فردی که قصد دارد تا از پول خود به بهترین شکل استفاده کند، درگیر این بازی نشوید. همچنین ضروری است تا کمی خیاطی را یاد بگیرید تا به هنگام نخستین نشانه‌های پارگی، لباس‌ها را دور نیندازید. همچنین آشنایی با اصول شست‌وشو و نگهداری هر یک از لباس‌ها نیز به افزایش عمر آنها کمک خواهد کرد. خوشبختانه در این رابطه تنها کافی است تا چند ویدئو در یوتیوب را مشاهده کنید.

۱۰-برای سرگرم شدن خلاقیت داشته باشید

تفاوتی ندارد که شما صاحب فرزند باشید و یا به تنهایی زندگی می‌کنید، شما می‌توانید با کمی خلاقیت، لحظات بسیار خوبی را رقم بزنید. برای مثال فوتبال بازی کردن با فرزند خود در حیاط خانه می‌تواند جذابیتی هم ردیف با بردن آنها به باشگاه‌های گران‌قیمت داشته باشد. همچنین این امر که سبک زندگی خاص خود را داشته باشید و با دیگران مقایسه‌های بیهوده را انجام ندهید، بدون شک آرامش لازم و خوشبختی درونی را به همراه خواهد داشت.

۱۱-به سلامت خود توجه داشته باشید

با اقداماتی بسیار ساده نظیر مصرف بیشتر آب، پرهیز از فست فودها و ورزش مداوم، شما می-توانید سلامت خود را تا حد زیادی تضمین کنید. این امر به معنای آن خواهد بود که هزینه‌های درمانی شما کاهشی چشمگیر را پیدا خواهد کرد. در رابطه با ورزش نیز صرفا به دنبال موارد گران قیمت نباشید. درواقع با اپلیکیشن‌های موجود، حتی در خانه نیز می‌توانید به تناسب اندام خوبی دست پیدا کنید. نکته دیگری که به آن باید توجه داشته باشید این است که شما با کنار گذاشتن برخی از عادت‌های خود نیز می‌توانید هزینه‌ها را کاهش دهید. برای مثال ترک عادت سیگار کشیدن و استفاده از قمقمه به جای خرید مداوم آب‌های معدنی از جمله ساده‌ترین این موارد محسوب می‌شود.

۱۲-تا حد امکان از نور طبیعی استفاده کنید

تنها برخی از کشورها هستند که هزینه برق آنها کم است. درواقع شما باید به این مسئه توجه داشته باشید و از استفاده بیهوده آن خودداری کنید. برای مثال تا قبل از تاریک شدن هوا، با کنار زدن پرده و تغییر در جایگاه نشستن خود، می‌توانید به خوبی از نور موجود استفاده کنید. همچنین توجه داشته باشید که لازم است تا از لامپ-های جدید که کم‌مصرف‌تر هستند، استفاده کنید. برای درک تاثیر این اقدام، تنها کافی است تا قبض برق خود را با ماه قبل مقایسه کنید.

۱۳-قرض بگیرید

همواره نیازی به خرید وجود ندارد. درواقع شما می‌توانید بسیاری از وسایل را از افراد قرض گرفته و آنها را مورد استفاده قرار دهید. برای مثال اگر به ماشین چمن‌زنی احتیاج دارید، می-توانید ماهی یکبار آن را از همسایه خود قرض بگیرید. برای جبران این محبت نیز می‌توانید چمن-های منزل آنها را نیز کوتاه کنید. این امر در رابطه با هر چیزی حتی کتاب نیز می‌تواند مورد استفاده قرار گیرد، با این حال توجه داشته باشید که لازم است تا این وضعیت حالت متقابل را داشته باشد. در غیر این صورت با نارضایتی اطرافیان خود مواجه خواهید شد. همچنین شما می-توانید دارایی‌های خود را اجاره دهید. برای مثال اگر بسیار کم از وسیله نقلیه خود استفاده می‌کنید، می‌توانید آن را برای ساعت‌های مشخص، اجاره دهید. در این رابطه نیز سایت‌های مختلفی وجود دارد.

۱۴-از جمعه سیاه غافل نشوید

با نزدیک شدن به سال نو، تقریبا تمامی برندها تخفیف‌های فوق‌العاده‌ای را بر روی محصولات خود قرار می‌دهند. این امر اگرچه در ابتدا ممکن است یک اقدام خیرخواهانه تلقی شود، با این حال با توجه به افزایش چشمگیر مشتری، کاملا سودآور نیز است. شما می‌توانید بسیاری از خریدهای پرهزینه خود را در این زمان انجام دهید. این امر یک تصمیم کاملا اقتصادی و درست خواهد بود.

۱۵-به وضعیت ماشین خود توجه داشته باشید

کمی دانش فنی به شما کمک خواهد کرد تا از بسیاری از هزینه‌ها در امان نگه داشته باشید. برای مثال کمی اطلاعات در مورد ماشین کمک می‌کند تا نیاز به تعمیرکار کاهش پیدا کند. در این رابطه مهم‌ترین مهارت به نظر من، رسیدگی به وضعیت خودرو است. این امر که بدانید فیلتر هوا چه زمانی باید عوض شود، باعث خواهد شد تا از هزینه خرابی وسیله خود نجات پیدا کنید. به همین خاطر بهتر است تا این موارد را در تقویم گوشی خود ثبت کنید تا در زمان تعیین شده به شما یادآوری شود.

۱۶-قانون ۱۰ ثانیه را اجرا کنید

طبق این قانون شما قبل از خرید خود باید این سوال را مطرح کنید که آیا به آن نیاز دارید، اگر حداقل دو دلیل قانع‌کننده را پیدا کردید، می‌توانید خرید خود را نهایی کنید. همچنین این نکته را فراموش نکنید که با توجه به موقتی بودن شرایط، شما حتی می‌توانید مکانی ارزان قیمت را برای زندگی خود انتخاب کنید تا درگیر هزینه زیاد و نیاز به وام گرفتن نشوید. در نهایت کاشت برخی از میوه‌ها و سبزی‌ها با توجه به این امر که در بسیاری از موسسات بذر آنها رایگان اهدا می‌شود، می‌تواند یک سرگرمی کاملا اقتصادی باشد. درواقع امروزه اثبات شده است که رسیدگی به گیاهان برای سلامت روح نیز کاملا مهم خواهد بود و می‌تواند به فضای خانه شما نیز تنوع جذابی را بدهد.

۱۷-مدل مویی ساده داشته باشید

به هر میزان که مدل موی شما پیچیده‌تر باشد، هزینه بالاتری را نیز به همراه خواهد داشت. به همین خاطر توصیه می‌شود که ساده‌ترین‌ها را مورد توجه قرار دهید. همچنین بسیاری از اقدامات را شما شخصا می‌توانید انجام دهید. برای مثال مرتب کردن ریش، یکی از این موارد محسوب می‌شود.

۱۸-به صورت عمده خرید کنید

این مسئله باعث خواهد شد تا قیمت نهایی هر یک از محصولات، با کاهشی چشمگیر مواجه شود. برای مثال در رابطه با صابون، اگر به صورت عمده آنها را خرید کنید، بدون شک هزینه هر یک از آنها بسیار کم می‌شود. این امر در رابطه با هر چیزی کاربرد خواهد داشت. در نهایت با توجه به گران شدن مداوم بسیاری از مواد، شما از این اتفاق در امان نگه داشته خواهید شد.

۱۹-تغذیه خود را اصلاح کنید

بسیاری از موادی که در طول روز مصرف می‌کنیم، نه تنها ضرورتی ندارند، بلکه بدترین آسیب‌ها را نیز به همراه خواهند داشت. نمونه آن انواع تنقلات کارخانه‌ای است. همچنین نیاز بدنی افراد به مواد خوراکی مختلف متفاوت بوده و توصیه می-شود تا در این رابطه از یک مشاور تغذیه کمک بگیرید. با این اقدام شما دیگر از خرید نادرست فاصله خواهید گرفت. همچنین توجه داشته باشید که شما باید مصرف گوشت خود را کاهش دهید. درواقع بدن انسان ابدا به این حجم رایج مصرف گوشت نیاز ندارد و با توجه به هزینه بالای آن، این اقدام تنها به ضرر شما خواهد بود.

۲۰-هرگز ناامید نشوید

در نهایت توجه داشته باشید که شما باید روحیه خود را حفظ کنید در غیر این صورت امکان اجرای این طرح برای چند سال عملا غیرممکن خواهد بود. همچنین فراموش نکنید که موارد مذکور، تنها فهرستی از رایج‌ترین‌ها محسوب می‌شود. به همین خاطر همواره می‌توانید به آنها بیفزایید.

منبع: thesimpledollar.com

نماگر بازار سهام

هنگامی که بحران به فرصتی طلایی تبدیل می‌شود

به قلم: اناگرینی نویسنده حوزه کارآفرینی و کسب‌وکار
مترجم: امیر آل‌علی

این روزها کرونا به بحرانی برای کسب‌وکارهای مختلف تبدیل شده است و این شرایط بسیاری از برندها را به نابودی کشانده است، با این حال جالب است بدانید که برخی از بهترین برندهای حال حاضر جهان، از دل سخت‌ترین شرایط رشد کردند. درواقع شرایط سخت موجود، برای مدیران این شرکت‌ها، فرصتی طلایی جهت رشد بوده است. بدون شک آگاهی از داستان آنها می‌تواند امیدبخش افراد در این روزهای سخت باشد. به عقیده مشاور باراک اوباما آقای رام امانوئل، بحران برخلاف تصور عموم، فرصتی ایده‌آل برای بازنگری و انجام اقداماتی است که در شرایط عادی هرگز به ذهن افراد نیز خطور نمی‌کند. درواقع در شرایطی که یک بحران جهانی شکل گرفته است و همه کسب‌وکارها با آن دست به گریبان هستند، شما می‌توانید از متوقف شدن رشد موجود، موقعیتی طلایی را ایجاد کنید. در این راستا به بررسی پنج مورد منتخب خواهیم پرداخت.

۱-مایکروسافت ۱۹۷۵

در اوایل ۱۹۷۰، آمریکا وارد یک رکود اقتصادی ۱۶ساله شد. در این شرایط سخت بیل گیتس و پل آلن پس از ترک تحصیل امکان محاسبات آسان را برای دفاتر و شرکت‌ها ایجاد کردند. با توجه به شرایط سخت آن زمان، این اقدام که تا قبل ابدا مورد توجه قرار نمی‌گرفت، اهمیت حیاتی پیدا کرد و باعث شد تا مقدمات ایجاد مایکروسافت شکل گیرد.

۲-اپل ۲۰۰۱

حادثه ۱۱ سپتامبر و بحران حباب دات‌کام آمریکا را در شرایط بدی قرار داده بود، با این حال استیو جابز به تازگی به شرکت خود بازگشته بود، تمامی توصیه‌ها برای عملکرد محتاطانه را کنار گذاشت و اعلام کرد که در شرایط سخت فعلی، باید جسورانه رفتار کنیم. اقدامات وی باعث شد تا اپل بتواند در سال‌های آینده به جایگاهی فراتر از حد تصورات دست پیدا کند. این امر در حالی بود که سایر برندهای رقیب، تنها بر روی حفظ جایگاه خود تمرکز داشتند.

۳-نت‌فلیکس ۱۹۹۷

در سال‌های پایانی بحران حباب دات‌کام نت‌فلیکس کار خود را شروع کرد. آنها در صنعت ویدئو، تحولی ایجاد کردند. ایده موسس آن آقای هستینگز این بود که افراد با خرید اشتراک بتوانند به هر میزان که می‌خواهند از خدمات استفاده کنند، با این حال ایده نوآورانه آنها به دلیل عدم آمادگی جامعه جهت قبول این تغییر، با توجه لازم همراه نشد. با این حال رد هستینگز آینده‌نگری خوبی داشت و حتی پیشنهاد قابل توجه بلاک باستر را نیز رد کرد. نتیجه این اقدام شجاعانه، تبدیل شدن نت‌فلیکس به یکی از بهترین برندهای حال حاضر جهان است. درواقع اگر بتوانید آینده خوبی را برای خود متصور شوید و راه‌حلی جدید داشته باشید، حتی سخت‌ترین شرایط نیز نباید باعث ناامیدی شما شود.

۴-ایربی‌ان‌بی ۲۰۰۸

بزرگ‌ترین تهدید حال حاضر صنعت هتلداری جهان، ایده اولیه بسیار ساده‌ای داشت. دو نوجوان به نام‌های برایان چسکی و جو جیبیا برای کسب درآمد تصمیم گرفتند که اتاق زیر شیروانی خانه خود را اجازه دهند و آن را تبدیل به یک مسافرخانه کوچک کنند. همچنین آنها برای افزایش درآمد خود، غذای خانگی را نیز در برنامه‌های خود جای داده و یک سایت ساده را ایجاد کردند. استقبال از این طرح باعث شد تا آنها ایده خود را گسترش دهند. درواقع در آن سال‌ها هزینه هتل‌ها افزایش چشمگیری را پیدا کرده بود. به همین خاطر این دو جوان به خوبی با تشخیص نیاز حال حاضر، موفق شدند تا یکی از سودآورترین برندهای حال حاضر جهان را ایجاد کنند. فراموش نکنید که در سال ۲۰۰۷، یک بحران مالی عظیم شکل گرفت که باعث شد تا توجه بسیاری از افراد به اقامتگاه‌های بسیار ارزان، افزایشی چشمگیر پیدا کند.

۵-میل چیمپ ۲۰۰۱

میل چیمپ، نرم‌افزاری است که به شما امکان دسترسی به افراد از طریق ایمیل را می‌دهد. این برنامه یک بستر اتوماسیون بازاریابی و یک سرویس ایمیل مارکتینگ است، با این حال آنها در ابتدای کار خود ابدا موفق ظاهر نشدند. به همین خاطر با تغییراتی در مدل کسب‌وکار خود، به یک باره رشدی فوق‌العاده را تجربه کردند. درواقع در شرایط بحرانی، تغییر رویکرد می‌تواند نتایج را متحول سازد.

منبع: inc.com

بررسی استراتژی بازاریابی جدید برند چیپولت

تورنومنت آنلاین چیپولت

به قلم: دیانا کریستی کارشناس تبلیغات
ترجمه: علی آل‌علی

برند چیپولت یکی از محبوب‌ترین فست فودهای گریلی فعال در سراسر جهان است. انواع ساندویچ و غذاهای مکزیکی این برند به دلیل طعم تند و منحصر به فرد در سراسر دنیا دارای شهرت است. یکی از اقدامات تازه این برند در شرایط افزایش مقررات مربوط به کاهش تردد در محیط‌های عمومی برگزاری مجموعه مسابقات واقعی به صورت آنلاین است. بدون تردید در شرایط کنونی یکی از بدترین نکات تعطیلی تمام مسابقات در سراسر جهان است. به این ترتیب دیگر فرصتی برای سرگرمی افراد در خانه فراهم نیست. تیم بازاریابی چیپولت در چنین فضایی اقدام به حمایت مالی از برگزاری مجموعه مسابقات آنلاین کرده است. این مسابقات نمونه‌های واقعی و در حال حاضر تعطیل شده مسابقات مشهور را نمایندگی خواهند کرد.

نکته مهم در زمینه برگزاری مسابقات برند چیپولت انتخاب بازی‌های مشهور برای القای تجربه هرچه واقعی‌تر به بازیکنان است. در نهایت نیز مبلغ ۲۵ هزار دلار به برندگان هر سری از مسابقات اعطا خواهد شد. نکته جالب ماجرا اختصاص ۲۵ هزار دلار برای کمک به مدیریت ویروس کروناست. به این ترتیب چیپولت علاوه بر سرگرم ساختن مخاطب هدف کمکی هرچند اندک نیز به کادرهای درمانی در زمینه مدیریت و درمان ویروس کرونا خواهد کرد.

مسابقات نهایی تورنومنت چیپولت ۲۵ آپریل به صورت زنده از یوتیوب پخش خواهد شد. به این ترتیب دست‌کم تا آن زمان مجموعه مسابقات جذابی برای سرگرم ساختن مخاطب هدف در دسترس خواهد بود.

منبع: marketingdive.com

اپل برای نخستین‌بار فروش خود را محدود کرد

به قلم: کیم کاگیل خبرنگار
مترجم: امیر آل‌علی

ویروس کرونا باعث شـده اسـت تا اپل نیز به مانند سایر برندها در حوزه‌های صنعتی مختلف، با مشکل مواجه شود. درواقع مشـکلات موجود در زمینه زنجیره تامین در کنار الزام برای دورکاری، زمینه را ایجاد کرده اسـت تا اپل قادر به فعالیت درسـت مشـابه گذشته نباشـد. به همین خاطر اپل در اقدامی بی‌سابقه، محدودیت خرید را برای مشتریان خود اعمال کرده است تا توانایی پاسخ‌دهی به حجم تقاضاها را داشته باشد. طبق این قانون افراد برای هر بار سفارش خود تنها دو دسـتگاه را می‌توانند خریداری کنند. اگرچه این سیاسـت در آمریکا و اروپا به صورت کامل انجام خواهد شـد، با این حال در آسـیا تنها بازارهای اصلی نظیر چین و سنگاپور مشمول آن خواهند شد. با توجه به کمبود قطعه که به معضلی برای اپل تبدیل شـده اسـت، اگر شـرایط فعلی بیش از حد طولانی شود، بدون شک نیاز به تصمیمات سـختگیرانه‌تری نیز وجود خواهد داشت. همچنین تیم کوک به سـهامداران اعلام کرده است که به احتمال زیاد اپل امسـال قـادر نخواهد بود تا طبق پیش‌بینی‌ها و برنامه مالی از پیش تعیین شـده، رفتار کنـد. به همین خاطر از آنها خواسته است تا در این شرایط سخت، صبور باشند، با این حال خبر خوشحال‌کننده این است که با کاهش شدید تعداد ابتلا به کرونا در کشور چین، به زودی شاهد بازگشایی کارخانه‌های تعطیل شده خواهیم بود. درواقع در این کشور به علت نیروی کار ارزان قیمتی که دارد، مورد توجه تقریبا تمامی برندهای بزرگ جهان است.

منبع: reuters.com

راهکار جالب برند خودروسازی چینی برای کاهش خطر ابتلا به کرونا

به قلم: تیم لوین خبرنگار
مترجم: امیر آل‌علی

کرونا اگرچه تمامی کسـب‌وکارها را وارد بحران کرده اسـت، با این حال برخی از شرکت‌ها با مدیریت درسـت موفق شده‌اند تا شـرایط را تا حدی بهبود بخشند. بدون شـک جیلی به عنوان بزرگ‌ترین برند خودروسـازی کشـور چین، یکی از این موارد محسوب می‌شـود. این شرکت موفق شده است تا ۱۰ هزار فروش اینترنتی داشـته باشـد، بـا این حال یکی از چالش‌های مهم این اسـت که چگونـه قانون فاصله اجتماعی در هنگام تحویل کلید خودرو، رعایت شود. در این رابطه این شرکت از پهباد برای تحویل کلید خودروها اسـتفاده می‌کند که مورد توجه بسـیاری از رسانه‌ها قرار گرفته و مسئولان چینی را به تحسین وا داشـته اسـت. این اقدام منحصر به فرد باعث شده است تا افراد با اعتماد بیشتری اقدام به خرید کنند. درواقع مدیران این شـرکت به خوبی خود را با شـرایط جدید هماهنگ ساخته و این امر باعث شده است تا همچنان امکان ادامه فعالیت‌های آنها وجود داشـته باشـد. با توجه به کاهش شدید سرعت ابتلای این ویروس در کشور چین، پیش‌بینی می‌شود که تا یک ماه آینده، اوضاع به شرایط عادی بازگردد. تحت این شرایط احتمالا سایر برندهای خودروسازی نیز به تقلید از جیلی، این سیاست را در دستور کار خود قرار می‌دهند. درواقع حتی احتمال دارد که این اقدام، به شیوه‌ای همیشگی تبدیل شود.

منبع: businessinsider.com

حمایت از کمپین در خانه بمانیم به سبک اپل

به قلم: ایگور بوینافیک نویسنده حوزه تکنولوژی و کسب‌وکار
مترجم: امیر آل‌علی

برای جلوگیری از شـیوع ویروس کرونا، دولت‌های تمامی کشـورها قرنطینه و تشـویق مردم به خانه ماندن را در دسـتور کار خود قرار داده‌اند، با این حال در خانه ماندن برای مدت طولانی، بدون شـک برای هر فردی سخت خواهد بـود. به همین خاطر اپل اعلام کرده اسـت که در این مدت، کاربـران می-توانند به کتاب‌های الکترونیکی و صوتی به صورت رایگان در اپ بوک دسترسـی داشـته باشند. این امر باعث خواهد شـد تا اجبار فعلی، به فرصتی برای مطالعه بیشـتر تبدیل شـود. درواقع به عقیده روان‌شناس‌ها اگرچه در خانه ماندن در شرایط فعلی کاملا ضروری است، با این حال اگر برای آن برنامه‌ریزی نداشـته باشـیم و خود را درگیر نگه نداریم، بدون شـک حتی ممکن است با افسردگی مواجه شـویم. این اقدام اپل شـدیدا مورد توجه و استقبال قرار گرفته و باید دید که سایر برندها چه برنامه‌ای را برای کمک‌رسانی در این زمینه انجام خواهند داد. نکته دیگری که باید به آن توجه داشته باشید این است که امکان فوق، تنها برای مدتی محدود و تا بهبود اوضاع ادامه خواهد داشـت. به همین خاطر برای مطالعه موارد موردنظر خود باید از همین امروز دست به کار شوید.

منبع: macrumors.com

پیام محوشونده؛ قابلیت جدید اینستاگرام

به قلم: جاش کانسیته نویسنده حوزه تکنولوژی
مترجم: امیر آل‌علی

یکی از ایرادات همیشگی که به بخش پیام‌رسان اینستاگرام وارد بوده است، امکانات کم موجود برای کاربران است، با این حال اینستاگرام در راستای کاهش ضعف‌های خود قابلیت پیام محوشونده را در دستور کار خود قرار داده است. طبق این ویژگی که شـاهد آن در برنامه‌هایی نظیر اسـنپ‌چت هستیم، کاربر قادر خواهد بود تا زمان ارسال و یا محو شـدن پیام خود را تعیین کند. یکی از ویژگی‌های این طرح این اسـت که با از میان رفتن گفت‌وگوهای غیرضروری افـراد قـادر خواهند بود تا تنها پیام‌هایی را نگه دارند که برای آنها ضرورتی را دارد. تحت این شـرایط پیدا کردن آنها نیز سـاده‌تر خواهد بود. همچنین امکان زمان‌بندی ارسـال راحتی کار لازم را برای مخاطب به همراه خواهد داشت، با این حال این نخستین باری نیست که اینستاگرام دست به چنین طرحی می‌زند. درواقع از سال ۲۰۱۸ کاربران امکان ارسـال تصاویری که تنها یکبار قابل مشـاهده است را داشته‌اند که مورد اسـتقبال بسیار خوبی قرار گرفت. به همین خاطر پیش‌بینی می‌شـود که این طرح نیز بتواند محبوبیت این شـبکه را افزایش دهد، با این حال هنوز زمان دقیقی برای عرضه این ویژگی اعلام نشـده اسـت و احتمال دارد که به مانند حذف لایک، زمان انتظار برای این ویژگی نیز بیش از حد طولانی باشد.

منبع: techcrunch.com

فرصت امروز
روزنامه مدیریتی - اقتصادی
سه‌شنبه | ۱۹ فروردین ۱۳۹۹ | شماره ۱۵۱۷ | صفحه ۸
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: ۸۸۸۹۵۳۴۱ - ۸۸۸۹۵۳۴۲
روابط عمومی: ۸۸۸۹۵۶۷۲ فکس تحریریه: ۸۸۸۵۳۹۱۹
سازمان آگهی‌ها: ۸۸۹۳۶۶۵۱ امور مشترکین: ۸۸۹۳۵۳۴۹
آیین نامه اخلاق حرفه ای روزنامه: WWW.FORSATNET.IR/REGULATIONS
WWW.FORSATONLINE.COM
INFO@FORSATONLINE.COM

۶ راز موفقیت وینستون چرچیل

به قلم: دن سیلوستره نویسنده و سخنران حوزه مدیریت
مترجم: امیر آل‌علی

اگرچه بسیاری از افراد وینستون چرچیل را صرفا به عنوان یک سیاستمدار قهار می‌شناسند که یکی از چهره‌های اصلی در جنگ جهانی دوم بود، با این حال جالب است بدانید که وی برنده جایزه نوبل ادبیات نیز بوده و یک نویسنده توانا نیز محسوب می‌شد. وی از سـوی مجله تایم در سال ۱۹۴۰ نیز به عنوان مرد سال انتخاب شـد. بدون شک این حجم از موفقیت، حاوی درس‌هایی است که در ادامه به بررسی آنها خواهیم پرداخت.

۱-انرژی خود را به بهترین شکل استفاده کنید

هر فـردی در طول روز انرژی محـدودی را در اختیار دارد که اگر به نحوه صرف آن توجه نداشـته باشد، بدون شک شانس خود را برای کسـب موفقیت به شدت کاهش خواهد داد. در این راستا توصیه می‌شـود که اهدافی ارزشمند را که از علاقه اصلی شما به دست آمده است در جایی یادداشت کرده و برای کسب هر یک از آنها برنامه‌ریزی کنید. این امر کمک خواهد کرد تا در نهایت شما وقت و انرژی برای کارهای بیهوده نداشته باشید. آقای چرچیل در مصاحبه‌ای در سال ۱۹۴۶ نسبت به راز موفقیت خود این نکته را نیز اضافه کرده اسـت که در هنـگام انجام یک فعالیت باید انرژی و تمام تمرکز خود را معطوف آن کنید. این امر باعث خواهد شـد تا ضمن کسـب بهترین خروجی، با اشتباه و ضرورت تکرار مجدد، مواجه نشـوید. در این رابطه توجه داشـته باشید که هر زمانی که با خسـتگی مواجه شدید، هیچ چیز بهتر از یک خواب کوتاه‌مدت نخواهد بود. این امر در حالی اسـت که بسیاری از افراد به معنای واقعی تلاش نمی‌کنند تا انرژی کافی تا پایان روز داشته باشند که بدون شک این سیاسـت بهترین‌ها را برای شما به همراه نخواهد داشت. همچنین برای کار کردن خود را به شرایط و مکان خاصی محدود نکنید. بـرای مثال آقای چرچیل بارها کارهای خود را در تخت‌خـواب انجام می‌داد تا زمانی از دسـت نرود و امکان فعالیت بیشـتر مهیا باشـد. در نهایت فراموش نکنید که شما تنها باید به اولویت‌های زندگی خود توجه داشـته باشید. در واقع علت اصلی این امر که افراد با معضل کمبود وقت مواجه هستند این است که اقدامـات متنوعی را در برنامه خود قرار می‌دهند. برای مثال برای یک سیاستمدار اولویت مطالعه اخبار سیاسی است. بدون شک اگر فردی بخواهد تمامی اخبار حتی یک کشور را روزانه مطالعه کند، تنها زمان خود را تلف کرده اسـت. به همین خاطر ضروری است تا طبق اولویت‌ها و درجه اهمیت هر یک از اقدامات رفتار کرده و اقدامات غیرضروری را حذف و یا برعهده افرادی دیگر قرار دهید.

۲-عادت‌های درست و ثابتی داشته باشید

از زمـان نوجوانی وینسـتون چرچیل عادت‌های مشـخصی را داشـته اسـت که تقریبا تمامـی آنها را تا پایـان عمر خود حفظ کرد. به عقیده او بـرای موفقیت هر فردی به مجموعه عادت‌های تاثیرگذار نیاز خواهد داشـت که برای سـاخت آنها استمرار امری الزامی محسوب می‌شود. نکته‌ای که باید به آن توجه داشته باشید این اسـت که جهان‌بینی و نیازهای شـما با گذشت زمان ممکن اسـت تغییراتی را پیدا کنـد، به همین خاطر نبایـد تصور کنید کـه تحت هیچ شـرایطی نبایـد تغییر را در آنها ایجـاد کرد. این مسئله در نهایت کمک خواهد کرد تا هر روز شما طبق یک برنامه مشخص که بدن شما به آن عادت کرده است، رفتار کنید. در واقع ویژگی اصلی عادت‌ها این اسـت که فشاری را بر روی فرد نخواهد داشـت. نکته دیگری که باید به آن توجه داشـته باشید ضرورت وقت‌شناسی اسـت. درواقع اگر خواهان کسـب موفقیت هستید، بدون مدیریت زمان و سـروقت بودن ایـن امر امکان‌پذیر نخواهد بود. برای این مسـئله نیز تمرین تنها راهکار بوده و لازم اسـت تا آسـتانه تحمل تغییر عادت‌های بد و سـاخت عادت‌های موردنیاز را داشـته باشـید. همچنین این نکته را فراموش نکنید که تقلید از عادت‌های یک نفر، ابدا برای شـما کاربردی را نخواهد داشت به همین خاطر در این رابطه به صورت گزینشی کار کرده و به دنبال موردی شخصی‌سازی شده باشید.

۳-محیط مناسبی را برای خود ایجاد کنید

شما باید شرایط خوبی را برای خود مهیا سازید تا امکان پیگیری اقدامات وجود داشته باشـد. برای مثال اگر اطرافیان شما قادر به درک و پشتیبانی از شما نباشند، بدون شک سخت‌ترین شرایط را تجربه خواهید کرد. در این راسـتا توصیه می‌شود که تا حد امکان محیط را برای خود مناسـب و آرامش‌بخش کنید. فراموش نکنید که در بسـیاری از مواقع، تغییرات هرچند کوچک نتایج بزرگی را رقم می‌زند. اگرچه راحتی و شرایط مطلوب برای هر فردی معنای خاصی را خواهد داشت، با این حال عدم فشار به بدن، سکوت، نور کافی و امکان دسترسی سریع به موارد موردنیاز از جمله اصل‌های اولیه محسوب می‌شود. در این رابطه برای سنجش بهترین محیط، لازم است تا موارد مختلف را مورد آزمایش قرار دهید.

۴-همه چیز را تا حد امکان ساده کنید

هنگامی که ذهن تصور کند که انجام یک چیز سـخت اسـت، انجـام آن کاملا دشـوار خواهد شـد. این امر در حالی اسـت که موضـوع ابدا دشـوار نبوده و تنها به خاطر عدم پرداخت مناسـب نسـبت به آن مسـئله، ظاهری سـخت را به خود گرفته است. در واقع اگر خواهان این امر هستید که تمامی اقدامات مهم در زمینه کاری خـود را انجـام دهید، ضروری اسـت تا همـه چیز را برای خود سـاده کنید. پس از طی شدن این مرحله از سرعت کار خود تعجب خواهید کرد.

۵-اشتیاق خود را از دست ندهید

بدون داشـتن انگیزه و اشـتیاق، هیچ نتیجـه‌ای را از اقدامات خود به دسـت نخواهیـد آورد. به همین خاطر ضروری اسـت تا راهکارهایی را برای حفظ روحیه خود داشته باشید. این امر کمک خواهد کرد تا حتی سـخت‌ترین شرایط نیز قادر به متوقف کردن شـما نباشـد. همچنین هرگز نباید به خاطر حـرف دیگران خود را متوقـف کنید. وی در این رابطه جملـه‌ای طلایی دارد که اگر بخواهید برای پارس هر سـگ متوقف شـوید و به آن توجه کنید، هرگز قادر به پایان رساندن مسیر خود نخواهید بود. در واقع هیچ چیز بالاتر از باور قلبی نبوده و لازم است تا شجاعت متفاوت بودن و شـنیدن حتی بدترین انتقادها را داشته باشید. در نهایت توجه کنید که باید پشتکار داشته باشید. بدون شک شرایط سخت برای فردی که به تلاش خود ادامه می‌دهد، ابدی نخواهد بود.

۶-یادگیری مداوم داشته باشید

بـرای یادگیری در هیچ حـوزه‌ای، نقطه پایانی وجود نداشـته و لازم اسـت تا مطالعه مداوم، عضو ثابت برنامه‌های شـما باشـد. ایـن امر کمک خواهد کـرد تا بتوانید عملکرد درخشـان خود را حفـظ کنید. نکته دیگری که نباید فراموش شـود این اسـت که عمر انسان برای مطالعه تمامی کتاب‌ها کافی نبوده و لازم است تا انتخاب‌های کاملا درستی را داشته باشید.

منبع: dansilvestre.com