

به دنبال مطرح‌شدن خبرهایی در فضای مجازی در مورد تغییر نرخ سود سپرده‌های بانکی، بانک مرکزی رسماً اعلام کرد که برنامه‌ای برای تعیین نرخ سود سپرده ندارد. آن‌سوی ماجرا اما انتشار این‌گونه اخبار بیانگر تمایل بانکداران و همچنین بخش‌های مختلف مردم به تغییر فرآیند نرخ سود سپرده و همین‌طور نرخ سود تسهیلات بانکی است. چندان مهم نیست که در بستر این تغییرات، نرخ سود و تسهیلات بانکی کم یا زیاد شود، بلکه فراتر از آن، وضعیت اقتصادی ناشی از شیوع بیماری کرونا است که ایجاد تغییراتی در مکانیزم و فرآیند تعیین نرخ سود تسهیلات و سپرده‌های بانکی البته متناسب با متغیرهای اقتصادی را موضوعی اجتناب‌ناپذیر می‌سازد. در حال حاضر، فرآیند تعیین نرخ سود مستلزم تصویب شورای پول و اعتبار است که براساس وضعیت اقتصادی کشور، نرخ‌های پیشنهادی بانک مرکزی را با اعمال تغییراتی تصویب کرده و به بانک‌ها و موسسات اعتباری ابلاغ کند.

ادامه در همین صفحه

چگونه می‌توان آسیب‌های آزادسازی سهام عدالت را کاهش داد؟

مصادیق ناعدالتی در سهام عدالت

فرصت امروز: نهاد پژوهشی مجلس در گزارش تازه خود به آسیب‌شناسی آزادسازی سهام عدالت پرداخت و مصادیق ناعدالتی در سهام عدالت را برشمرد...

شرط موفقیت کاهش سود سپرده‌های بانکی چیست؟

پیامدهای کاهش سود بانکی

بانک‌ها در هفته‌ای که گذشت، توافق کردند که مصوبه شورای پول و اعتبار برای رعایت سقف ۱۵درصدی در پرداخت سود بانکی را رعایت کنند. سابقه تصویب این موضوع در شورای پول و اعتبار به تیرماه سال ۱۳۹۵ باز می‌گردد که تاکنون بالاترکلیف باقی مانده بود. هرچند شورای پول و اعتبار حدود چهار سال پیش، بانک‌ها را ملزم به اجرای این مصوبه کرده بود، اما برخی از بانک‌ها حاضر به اجرای آن نبودند. حالا اگرچه کاهش سقف سود سپرده‌های بانکی به ۱۵درصد با استقبال مواجه شده، اما هنوز ابهامات و سوالات زیادی درباره پیامدهای اجرای آن توسط بانک‌ها وجود دارد. همواره فاصله میان سود سپرده و سود تسهیلات، موضوعی قابل بحث در نظام بانکی ایران بوده و انتشار خبر کاهش نرخ سودهای سپرده بلندمدت، گمانه‌زنی‌هایی را درخصوص چرایی و پیامدهای آن...

به گفته مرکز پژوهش‌ها، وضعیت امنیت سرمایه‌گذاری در پاییز ۱۳۹۸ بدتر شده است

امنیت سرمایه‌گذاری در تنگنا

مدیریت و کسب‌وکار



فیس‌بوک ۷/۵ میلیارد دلار
در بزرگ‌ترین اپ‌راتور موبایل
هند سرمایه‌گذاری کرد

- بایسته‌های کسب و کارهای نوپای مرتبط با هنر
- ابزارهای اساسی برای دور کاری در دوران کرونا
- والدین نابغه‌ساز از نگاه محققان دانشگاه هاروارد
- بازار بایی بابر گزاری مسابقه در شبکه‌های اجتماعی
- نقش رنگ‌ها در هنر طراحی لوگو
- کرونا و سرمایه‌گذاری برند P&G در حوزه بازار بایی

امکان واریز وجه نقد از طریق دستگاه‌های «خودپرداز-خوددریافت» (CRS)

کدام شعبه‌های بانک پاسارگاد دارای دستگاه CRS است؟

بانک پاسارگاد، جهت رفاه حال مشتریان و پیشگیری از انتقال ویروس کرونا از طریق اسکناس، امکان واریز وجه نقد را با استفاده از دستگاه‌های CRS، در ۲۶ شعبه خود فراهم کرد. به گزارش روابط‌عمومی بانک پاسارگاد، دستگاه‌های «خودپرداز-خوددریافت» (CRS) علاوه بر ارائه خدمات دستگاه‌های خودپرداز (ATM)، امکان واریز وجه نقد به حساب مشتری را نیز فراهم می‌کنند. به این ترتیب که مشتری از طریق این دستگاه و با در اختیار داشتن کارت بانک پاسارگاد قادر خواهد بود وجوه نقد خود را بدون مراجعه به شعبه به حساب خود واریز کند. برداشت وجه، انتقال وجه، دریافت مانده حساب، دریافت گردش حساب، خرید شارژ، تغییر رمز، پرداخت قبض، پرداخت تسهیلات، کمک به خیریه و ... از دیگر خدمات دستگاه‌های CRS هستند.

امروزه با وجود توسعه بانکداری الکترونیک و گسترش فرهنگ استفاده از کارت‌های بانکی، موبایل و اینترنت هنوز هم اسکناس جایگاه ویژه‌ای داشته و مشتریان اعتماد خاصی به آن دارند، اما برای انتقال وجوه نقد، حضور در شعبه بانک و پر کردن انواع و اقسام فرم‌ها الزامی بوده و در نتیجه امری زمانبر است. در این میان دستگاه‌های خودپرداز با حذف محدودیت زمان و نیاز به شعبه، تحول زیادی در نحوه ارائه خدمت به مشتریان ایجاد کرده و نسل جدید خودپردازها نظیر(CRS) با قابلیت دریافت پول نقد و بازگرداندن آن به چرخه فعالیت، نقش بسزایی در تسهیل خدمات‌رسانی به مشتریان ایفا می‌کند.

حالا اما شیوع بیماری کرونا و قابلیت اسکناس‌ها برای انتقال ویروس باعث شده تا استفاده از این دستگاه بیش از پیش الزامی شود. این دستگاه با کاهش هزینه پول‌گذاری، راه حل خوب و سالمی جهت ارائه خدمات نوین به مشتریان بانکی است. از جمله مزایای دستگاه‌های خوددریافت و خودپرداز می‌توان به ارائه خدمات بهینه به مشتریان بانک‌ها، جذب سریع‌تر نقدینگی و ورود آتی پول به سیستم بانکی، کاهش نرخ تمام شده پول در سیستم بانکی، حذف هزینه‌های پول‌رسانی و افزایش ضرائب ایمنی، ایجاد انگیزه و علاقه‌مندی مشتریان برای استفاده از خدمات بانکی به صورت شبانه‌روزی، افزایش قابل توجه تراکنش دستگاه به دلیل حذف زمان پول‌گذاری در دستگاه، اشغال فضای کمتر علی‌رغم ارائه خدمات بیشتر و صرفه‌جویی در استفاده از نیروی انسانی اشاره کرد.

در حال حاضر، ۲۶ شعبه از شعبه‌های بانک پاسارگاد از دستگاه‌های CRS برخوردار هستند؛ شعبه‌های اشرافی اصفهانی، سردار جنگل، برج همت، سه‌راه تهران ویلا، میدان آزادی، خانی‌آباد نو، تهرانسر، میدان سعادت‌آباد، ارمغان، آجودانیه، بلوار کشاورز، خیابان فاطمی، سرو، یاسر، شهرک قائم، شیان لویزان، فرجام، شهرک امید، بلوار ابوذر، فردوس غربی، فرودگاه امام خمینی CRS، جنت‌آباد جنوبی، باجه پیامبر CRS، شهید مدنی، امام حسن و ملاصدرا. گفتنی است به زودی تعداد بیشتری از شعبه‌های بانک پاسارگاد مجهز به این دستگاه خواهند شد. بانک پاسارگاد همچنین طبق مصوبه ستاد ملی مبارزه با کرونا و با هدف حمایت از هم‌میهنان در شرایط اقتصادی ناشی از شیوع ویروس کرونا، برای بیش از ۹۹هزار نفر از مشتریان خود، وام یک میلیون تومانی واریز کرد. این بانک در اطلاعیه‌ای اعلام کرد: در پی اعلام لیست سرپرستان خانوار متقاضی دریافت وام یک میلیون تومانی از سوی وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی و ابلاغ بانک مرکزی، این تسهیلات به حساب مشتریانی که یارانه خود را از طریق بانک پاسارگاد دریافت می‌کنند، واریز شد.

بانک پاسارگاد همچنین از دریافت‌کنندگان این تسهیلات درخواست کرد تا به منظور جلوگیری از شیوع ویروس کرونا، جهت دریافت این وجه و یا انجام تراکنش، از ابزارهای بانکداری الکترونیک اعم از دستگاه‌های خودپرداز، اینترنت‌بانک، موبایل‌بانک و ... استفاده کرده و از مراجعه به شعبه‌های بانک پاسارگاد خودداری کنند. مرکز مشاوره و اطلاع‌رسانی بانک پاسارگاد به شماره ۸۲۸۹۰ و همچنین سامانه CRM در سایت این بانک به آدرس https://www.bpi.ir/crm به صورت شبانه‌روزی آماده پاسخگویی به سؤالات هم‌وطنان هستند.

سازمان آگهی ما

۸۶۰۷۳۳۱۲

سود مورد انتظار تسهیلات بانکی، توازن منطقی وجود داشته باشد، وگرنه برای بانک‌ها و موسسات اعتباری از نظر اقتصادی سودآور نخواهد بود که تسهیلات را با نرخِ کمتر از سود سپرده‌های بانکی در اختیار مشتری قرار دهند. برای حل این مشکل باید ابتدا بانک‌ها با اتخاذ سیاست‌های مناسب پولی و مالی تلاش کنند که نرخ متوسط قیمت تمام‌شده تجهیز منابع بانک کاهش یابد. در کنار آن نیز شورای پول و اعتبار باید نوعی توازن منطقی بین نرخ سپرده‌های بانکی با نرخ تسهیلات بانکی ایجاد کند. عدم توجه کافی به این موضوع مهم، بانک‌ها را ناچار خواهد ساخت که برای جبران حاشیه سود این دو نرخ متوسل به راهکارهای مختلف بانکی شوند.

دوم؛ نرخ سود مورد انتظار تسهیلات بانکی و همچنین نرخ سود علی‌الحساب سپرده‌های بانکی بایستی توامن و به‌گونه‌ای طراحی شود که امکان رقابت بین بانک‌ها و موسسات اعتباری برای جذب مشتری را سلب نکند. متأسفانه در حال حاضر، فرآیند تعیین نرخ‌های مورد اشاره به‌نحوی است که زمینه رقابت بین بانکی را مسدود کرده است. در فقدان رقابت، انگیزه‌ای برای افزایش خدمات بانکی باقی نخواهد ماند. لازمه رقابت صحیح و سازنده بین بانک‌ها و موسسات اعتباری، ایجاد توازن در حداقل و نیز حداکثر نرخ سود علی‌الحساب سپرده‌های بانکی و سود مورد انتظار تسهیلات بانکی است تا بانک‌ها بتوانند با سیاست‌های مناسب بانکی و برخورداری از نرخ سود حداقل و حداکثر به رقابت و ارائه خدمت بیشتر به مردم بپردازند.

سوم؛ اگر بین نرخ سپرده‌های بانکی در مقایسه با نرخ تسهیلات بانکی، توازن منطقی وجود نداشته باشد، این موضوع، عدم توازن میان درآمد‌ها و هزینه عملیاتی بانک‌ها را دربر خواهد داشت. در این صورت، برای جبران این حاشیه سود متوسل شدن به سایر راهکارها توسط بانک‌ها و موسسات اعتباری دور از انتظار نخواهد بود. علاوه بر این موضوع، مجری اصلی اعمال نرخ‌های سود سپرده و تسهیلات بانکی، بانک‌ها و موسسات اعتباری هستند. پس راه‌حل منطقی این مشکل، فراهم کردن امکان قانونی نظرخواهی از نمایندگان قانونی بانک‌های دولتی یعنی «شورای هماهنگی بانک‌های دولتی» و بانک‌های خصوصی یعنی «کانون بانک‌ها» است. به‌طور منطقی، فراهم آوردن این مهم، راه را برای اجرای مطلوب نرخ قانونی و مصوب سپرده‌ها و همین‌طور تسهیلات بانکی هموار می‌سازد.

چهارم؛ تا زمانی که سود سپرده‌های بانکی از پرداخت مالیات معاف باشند، مراجع مالیاتی نیز باید نرخ سودی را که با رعایت حداقل و حداکثر سود قانونی سپرده‌ها با توافقی بین بانک و تسهیلات‌گیرندگان تعیین می‌شود، به رسمیت بشناسند. عدم حل این موضوع بر مشکلات مالیاتی بانک‌ها و موسسات اعتباری می‌افزاید.

پنجم؛ واقعیت آن است که تقاضا در جامعه برای تسهیلات بانکی زیاد است و منابع فعلی بانک‌ها برای پاسخ‌مٔنبت به این تقاضاها کافی نیست. در نتیجه خواه ناخواه باید پذیرفت که در پرداخت تسهیلات بانکی باید بین بخش‌های مختلف تولیدی، خدماتی، کشاورزی و صنعتی اولویت قائل بود. این اولویت می‌تواند هم در نوبت پرداخت تسهیلات و هم در تفاوت نرخ سود تسهیلات بخش تولید اعمال شود. در سال «جهش تولید» و در شرایط کرونایی، بخش تولید به شدت نیازمند تسهیلات بانکی است. منتها مکانیزم تعیین نرخ تسهیلات اولویت‌دار چه از حیث نرخ سود تسهیلات و چه از حیث اولویت پرداخت بایستی به صورتی طراحی شود که سیاست‌های کلی آن در اختیار بانک مرکزی و عملیات اجرایی آن در اختیار بانک‌ها و موسسات اعتباری به طور رقابتی باشد. ضمناً اگر دولت و بانک مرکزی اعمال سیاست تفاوت نرخ سود بین تسهیلات تولیدی و تسهیلات غیرتولیدی را ضروری تشخیص دهند باید راهکاری برای تأمین جبران این تفاوت نرخ سود تسهیلات بانکی اندیشه کنند. روی آوردن به سیاست تسهیلات تکلیفی در این زمینه چندان موفق و تأثیرگذار نخواهد بود و تنها بر مشکلات اقتصادی کشور اضافه می‌کند.

به‌هر حال، خدمت بیشتر به مردم و ایجاد جهش تولیدی مستلزم طراحی سیاست‌های مناسب بانکی برای کاهش همزمان نرخ سود علی‌الحساب سپرده‌های بانکی (کاهش نرخ متوسط قیمت تمام‌شده منابع بانک‌ها) و سود مورد انتظار تسهیلات بانکی و تسریع در پرداخت تسهیلات به بخش‌های مختلف تولید است.

ادامه از همین صفحه

گفتنی است که در فرآیند تاریخی نرخ‌گذاری سود تسهیلات و سپرده‌های بانکی، نرخ سود تسهیلات در دوره‌ای برای بخش‌های مختلف تولیدی، کشاورزی، صنعتی و خدماتی متفاوت بود و به عبارت بهتر، نرخ سود تسهیلات هر بخش متناسب با موقعیت و نقش آنها در پیشرفت اقتصادی از نرخ سود متناسب تعیین می‌شد. در زمانی دیگر تسهیلات مشارکتی برخلاف تسهیلات مبادله‌ای از شمول نرخ‌گذاری مستثنی شدند و نرخ آنها تابع توافقی میان تسهیلات‌گیرنده و تسهیلات‌دهنده شد؛ سیاستی که زیاده‌روی در آن سبب شد که تعدادی از بانک‌ها و موسسات اعتباری حتی تسهیلات خرید اتومبیل را در قالب مشارکت مدنی پرداخت کنند. قراردادی که چندان مشخص نبود تسهیلات‌گیرنده با خرید یک دستگاه اتومبیل چه چیزی را با بانک تسهیلات‌دهنده شریک می‌شود. در طرح جدید «بانکداری جمهوری اسلامی» نیز تسهیلات بانکی به دو صورت تسهیلات با نرخ سود ثابت و تسهیلات با نرخ سود غیرثابت تعیین شده و سپرده‌ها نیز به سپرده‌های عام و خاص و سپرده‌های جاری و قرض‌الحسنه تقسیم شده است. در این طرح همچنین پیش‌بینی شده موسسات اعتباری می‌توانند در قالب قراردادهای مراحبه، اجازه به‌شروط تملیک، سلف، استصناع و خرید دین به اشخاص حقیقی و حقوقی تسهیلات با نرخ سود مصوب پرداخت کنند. طبعاً در مورد نرخ‌گذاری سود تسهیلات بانکی این سوال مطرح است که آیا از نظر موازین قانون عملیات بانکی بدون ربا، تعیین نرخ سود مورد انتظار تسهیلات بانکی موجه است یا خیر، چه آنکه از نظر موازین شرعی پول به‌تنهایی خلق پول نمی‌کند، بلکه درآمد بانک‌ها در پرداخت تسهیلات در واقع، سود حاصل از معاملات شرعی است و میزان سود معامله نیز بستگی به وضعیت اقتصادی جامعه دارد. پس با این دید نمی‌توان برای معاملات مبتنی بر تسهیلات بانکی سود مقطوع تعیین کرد، مگر آنکه این نوع معاملات از نظر عرف دارای بازدهی ثابت باشد.

مثوله تعیین نرخ سود تسهیلات بانکی را باید در کنار سود سپرده‌های بانکی بررسی کرد. در تعیین نرخ تسهیلات بانکی، قیمت تمام‌شده منابع بانکی (تجهیز منابع) بسیار تأثیرگذار است. در حال حاضر، تجهیز منابع بانک‌ها در گرو پرداخت سود مناسب به سپرده‌های بانکی است، وگرنه سپرده‌گذاری در بانک‌ها جاذبه اقتصادی چندانی برای مردم نخواهد داشت و پروژه تجهیز منابع بانک‌ها با مشکل اساسی روبه‌رو خواهد شد. پس سپرده‌پذیری ملایم با تعهدات قطعی بانک‌های سپرده‌پذیر به پرداخت حداقل سود علی‌الحساب به سپرده‌گذاران است که نرخ آن همه ساله توسط شورای پول و اعتبار تعیین می‌شود.

پرسش بعدی آن است که بانک‌ها باید سود علی‌الحساب و نیز سود قطعی سپرده‌ها را از چه محلی تأمین کنند؟ پاسخ روشن است: از محل پرداخت تسهیلات و سود حاصل از معاملات و عملیات بانکی. بدین جهت، اگر بین سود علی‌الحساب سپرده‌های بانکی و نرخ سود تسهیلات مختلف بانکی توازن منطقی وجود نداشته باشد، در نتیجه آن، توازن بین درآمد‌ها و هزینه‌های بانک‌ها به‌هم می‌خورد و مقدمه ورشکستگی تدریجی بانک‌ها و موسسات اعتباری را فراهم خواهد آورد، ضمن آنکه اگر سود بانک‌ها از پرداخت تسهیلات به روش تعهدی محاسبه شود، در این صورت، تعیین مالیات عملکرد بانک‌ها براساس سودهای تعهدشده تسهیلات پرداختی است، ولو آنکه هنوز وصول نشده باشد. این موضوع به این معناست که بانک‌ها بایستی مالیات سود محقق‌نشده تسهیلات پرداختی را پرداخت کنند و این امر هزینه عملیاتی بانک‌ها را افزایش خواهد داد. افزون بر آن، سود سپرده‌های بانکی معاف از مالیات است، اما مراجع مالیاتی معمولاً سود سپرده‌های بانکی بیشتر از نرخ مصوب شورای پول و اعتبار را به‌عنوان هزینه عملیاتی بانک‌ها نمی‌پذیرند و آن را معاف از مالیات تشخیص نمی‌دهند. در نتیجه آن، مالیات سنگینی از بانک‌ها مطالبه می‌کند که این موضوع در حال حاضر، مشکل بزرگی برای بانک‌ها شده است. همه این مسائل، اهمیت تجدیدنظر در فرایند تعیین نرخ سود علی‌الحساب سپرده‌های بانکی و نرخ سود مورد انتظار تسهیلات بانکی را ضروری می‌نماید. از نظر کارشناسی، فرایند تعیین نرخ‌های سود باید دربردارنده چند ویژگی باشند:

اول؛ در نظام بانکی ایران همواره باید بین نرخ سود علی‌الحساب سپرده‌های بانکی و نرخ



چرا دیگر نفت منفی ۱۰۰ دلار بعید نیست؟

هفته پر التهاب نفت

ماهورهای سسنتیل ۱ که دور مدار زمین می گردند، چشمانی در آسمان هستند که نشان می دهند چرا قیمت نفت آمریکا به زیر صفر سقوط کرد و ممکن است در اکثر کشورهای جهان نیز چنین اتفاقی تکرار شود. اطلاعات ماهواره‌ای نشان می دهد که ظرفیت مخازن نفت در آستانه پر شدن کامل است. چنین اتفاقی پیش از این هرگز روی نداده بود و بازار مشغول حدس و گمان پیرامون تبعات چنین رویدادی است. کارشناسان می گویند چند هفته دیگر فضای برای نگهداری نفت وجود نخواهند داشت و در نتیجه قیمت های نفت در بسیاری از نقاط جهان ممکن است صفر شده و در برخی از موارد منفی شود. به گفته فلوریان تالر در شرکت تحلیل آمار اوپل ایکس، «ما در مسیر پیک ظرفیت ذخایر جهانی نفت در اواخر مه یا اوایل ژوئن هستیم.»

به گزارش ایسنا، هرج و مرجی که روز دوشنبه در بازار نفت آمریکا اتفاق افتاد، می تواند به خوبی آنچه را که در سطح جهانی در صورت پر شدن مخازن نفت روی می دهد، ترسیم کند. همچنین نشان می دهد که بازار احتمالا چنین وضعیتی را پیش بینی می کند. برخی از تولید کنندگان نفت اکنون در حال تغییر قراردادهای شان برای متوقف کردن منفی شدن قیمت ها هستند.

نوسان قیمت های نفت ادامه دارد. نفت برنت برای تحویل در ژوئن روز سه شنبه ۱۵درصد سقوط کرده و به ۱۶ دلار در هر بشکه رسیده بود که پایین ترین رکورد در ۲۱ سال اخیر بود. گریدهای نفتی مهم اروپایی و آفریقایی که ارزان تر از نفت برنت معامله می شود، زیر ۱۰ دلار و در برخی موارد حتی زیر پنج دلار در هر بشکه فروخته خواهند شد.

جایی برای نگهداری نفت نیست

پل سانگی، تحلیلگر نفتی باسابقه بانک میزوهو که در مارس منفی شدن قیمت نفت را به درستی پیش بینی کرده بود، در این باره گفت: «ما به وضعیت بحران مدیریت بازار روبه روبرو رسیده ایم و احتمال اینکه قیمت هر بشکه نفت تا ماه آینده به منفی ۱۰۰ دلار برسد، بعید نیست.»

قیمت های منفی کف ندارند و پس از تحولات هفته جاری، هر اتفاقی ممکن است، اما در یک مورد یقین وجود دارد؛ آن هم اطلاعات ماهواره ای هستند که نشان می دهند اشباع عظیمی در ذخایر نفت وجود دارد. در حال حاضر هر هفته ۵۰ میلیون بشکه نفت ذخیره می شود که برای تامین نیاز مجموع کشورهای آلمان، فرانسه، ایتالیا، اسپانیا و انگلیس کافی است. به گفته مقامات سه پالایشگاه دولتی در هند، پالایشگاه های این کشور ۹۵درصد از ظرفیت ذخیره سازی سوخت را پر کرده اند. به گفته مله کیاری، رئیس شرکت ملی نفت نیجریه، این کشور تولیدش را کاهش خواهد داد زیرا دیگر جایی برای نگهداری نفت ندارد.

پالایشگاه های نفت دیگر نفت خریداری نمی کنند زیرا تقاضایی برای بنزین وجود ندارد. برخی تولید کنندگان تولیدشان را کاهش داده اند اما سایرین به تولید ادامه می دهند. حتی چند دلار هم برای شرکت های مقروض بهتر از هیچ است. نفت به جز مخازن جایی برای رفتن ندارد. آمار ماهواره ای حتی ممکن است فضای آزاد مخازن نفت را بیش از حد محاسبه کرده باشد زیرا فضای خالی زیادی پیش از این از سوی معامله گران اجاره شده است. اگر از بالا نگاه کنیم، بازار نفت یک سیستم جهانی کاملا غیرمتصل به نظر می رسد، اما واقعیت این است که این بازار مجموعه ایی از جزایر کوچک و بزرگ است که همگی از طریق لینک های باریکی به همدیگر متصل هستند. آنچه که مهم است این نیست که کل مخازن جهان چه زمانی پر می شوند بلکه مسئله این است که هر کدام از این جزایر با هاب های منطقه ای چه زمانی به ظرفیت کامل می رسند.

البته برای بازار آمریکا، همه چیز به کاشینگ اوکلاهاما مربوط می شود که هاب تحویل معاملات نفت وست تگزاس اینترمدیت است. این شهر که خود را شاهراه خط لوله جهان می نامد، میزبان چند ده پایگاه نگهداری نفت است که برای نگهداری حدود ۸۰ میلیون بشکه گنجایش دارند. هنگامی که قرارداد وست تگزاس اینترمدیت منقضی شود، معامله گرانی که در کاشینگ نفت دریافت کرده اند، باید جایی برای نگهداری نفت یا فروش آن پیدا کنند. فروشنده بودن یعنی باید نفت را تحویل داد. روز دوشنبه که مود قراردادهای تحویل مه به پایان رسید، معامله گرانی که قراردادهای فروش را در دست داشتند، به دلیل اینکه جایی برای نگهداری نفت پیدا نکردند، برای خلاص شدن از آنها به تکاپو افتادند و در بدترین لحظه، یک نفر ۴۰ دلار و ۳۲ سنت در هر بشکه پرداخت کرد تا مجبور نباشد نفت را تحویل بگیرد.

در بازار نفت فیزیکی اوضاع خوب نیست و قیمت ها به شدت منفی هستند. شرکت خط لوله Plains All American که یکی از اپراتورهای بزرگ خط لوله در آمریکا است، از تولید کنندگان خواسته است اگر می خواهند نفت شان را بفروشند باید ۵۵ دلار و پنج سنت در هر بشکه پرداخت کنند.

براساس گزارش بلومبرگ، مکان های ذخیره سازی دیگر نفت که ممکن است به زودی پر شوند شامل روتردام (هاب پالایش نفت اروپای غربی) و چندین جزیره در منطقه کارائیب و سنگاپور هستند. معامله گران هم نفتکش ها را به عنوان مخازن نفت شناور اجاره کرده اند و ظرفیت استفاده از این بخش محدود شده است.

نفت یک دلار بالا رفت

آخرین خبرها از بازار نفت نیز نشان می دهد قیمت نفت روز جمعه با تصمیم تولید کنندگانی نظیر کویت برای کاهش زودتر تولید و تصویب بسته تجارت اقتصادی دیگری از سوی آمریکا برای مقابله با تبعات پاندمی کرونا، افزایش یافت. بر این اساس، بهای معاملات نفت برنت یک دلار و هفت سنت معادل ۵۵درصد افزایش یافت و به ۲۲ دلار و ۴۰ سنت در هر بشکه رسید. نفت برنت روز پنجشنبه ۵۸درصد صعود داشت. نفت آمریکا نیز پس از افزایش ۲۰درصدی در روز پنجشنبه، در روز جمعه یک دلار و ۱۲ سنت معادل ۷درصد افزایش یافت و به ۱۷ دلار و ۶۲ سنت در هر بشکه رسید.

با این حال نفت که هفته پرتلاطمی را در تاریخ معاملاتش سپری کرده، در مسیر ثبت هشتمین کاهش هفتگی در ۹ هفته گذشته قرار دارد. نفت برنت در این هفته ۲۰درصد و وست تگزاس اینترمدیت آمریکا بیش از ۳درصد کاهش داشت. قیمت وست تگزاس اینترمدیت روز دوشنبه به منفی ۳۷ دلار و ۶۳ سنت رسید در حالی که برنت به پایین ترین رکورد خود در ۲۱ سال اخیر سقوط کرد.

به گفته مرکز پژوهش ها، وضعیت امنیت سرمایه گذاری در پاییز ۱۳۹۸ بدتر شده است

امنیت سرمایه گذاری در تنگنا



اما پس از تلفیق داده های آماری و یافته های پیمایشی در این پژوهش، استان های کهگیلویه و بویراحمد، تهران و اردبیل نامناسب ترین و استان های همدان، خراسان جنوبی و قم مناسب ترین وضعیت را از نظر شاخص امنیت سرمایه گذاری نسبت به سایر استان ها در پاییز ۱۳۹۸ کسب کرده اند. ارزیابی شاخص امنیت سرمایه گذاری در تابستان ۱۳۹۸ نشان داده بود به ترتیب سه استان قم، خراسان شمالی و خراسان جنوبی جزو مناسب ترین ها بودند و سه استان گیلان، تهران و کردستان به ترتیب جزو نامناسب ترین استان ها در آن پایش ارزیابی شده بودند. البته این احتمال وجود دارد که بخشی از نتایج، حاکی از فاصله میان ذهنیت فعالان اقتصادی (پیمایش) با داده های آماری اقتصاد ایران نیز باشد. انتظار می رود بخشی از این فاصله با افزایش تدریجی در حجم نمونه های قابل قبول پیمایش به حداقل قابل تعمیم (حدود ۱۱۴۷۰ مورد) کاهش یابد.

وضعیت امنیت سرمایه گذاری در ۹ حوزه اقتصادی

براساس نتایج این مطالعه در پاییز ۱۳۹۸، از بین ۹ حوزه فعالیت اقتصادی، فعالان اقتصادی در حوزه (دامداری، مرغداری و شیلات)، مناسب ترین ارزیابی و فعالان اقتصادی در حوزه های ارتباطات و توزیع (حمل و نقل، انبارداری، عمده فروشی و خرده فروشی)، نامناسب ترین ارزیابی را از وضعیت امنیت سرمایه گذاری ارائه کرده اند. در حالی که در تابستان ۹۸ فعالان اقتصادی از حوزه «معدن (به جز نفت و گاز)» که از سراسر کشور در این پیمایش مشارکت داشته اند بهترین و مناسب ترین ارزیابی را از مولفه های پیمایشی امنیت سرمایه گذاری ارائه داده بودند و در مقابل فعالان اقتصادی در حوزه «ارتباطات، توزیع و... (حمل و نقل، انبارداری، عمده فروشی و خرده فروشی)» که از سراسر کشور در این پیمایش مشارکت کرده اند، در تابستان ۹۸ بدترین و نامناسب ترین ارزیابی را از مولفه های پیمایشی امنیت سرمایه گذاری ارائه داده بودند.

با مقایسه این داده ها می توان دریافت که در مطالعه پاییز ۱۳۹۸ نسبت به پایش تابستان ۱۳۹۸ وضعیت حوزه معدن به شدت نامناسب و بدتر شده است، چراکه از منظر فعالان اقتصادی در حوزه های مربوطه، رتبه آنکه در پایش قبلی در بهترین وضعیت نسبت به سایرین قرار داشته به ناگهان در پایش پاییز ۹۸ به جایگاه هفتم تنزل یافته است. به عبارت دیگر، در حد فاصل سه پایش گذشته وضعیت پیمایش فعالان اقتصادی از حوزه های کاری به شدت در حال تغییر بوده که با ناشی از نوسانات وضعیت فعالیت در این حوزه است یا در مجموعه نمونه گیری های انجام شده در این پایش با تغییراتی از منظر تعداد فعالان مشارکت کننده در هر حوزه کاری مواجه شده اند یا عوامل دیگری بر این نوع ارزیابی فعالان این حوزه موثر بوده است.

ترتیب عبارت بوده اند از: وفای به عهد در اجرای قراردادها توسط دولت و شرکت های دولتی (۸،۷۱)، اعمال نفوذ و تبانی در معاملات ادارات حکومتی (۷،۵۵) و احقاق حقوق قانونی در ادارات دولتی (۷،۵۲). از طرف دیگر، مناسب ترین مولفه های امنیت سرمایه گذاری طی پاییز ۱۳۹۸ به این ترتیب بوده اند: سرقت مالی پول نقد، کالا، تجهیزات (۴،۱۶)، دسترسی آزاد و عمومی به اطلاعات و تصمیمات مسئولان (۴،۵۱) و رواج توزیع کالای قاچاق (۴،۹۳).

این در حالی است که در پایش گذشته براساس ارزیابی فعالان اقتصادی مشارکت کننده در تابستان ۱۳۹۸ سه مؤلفه زیر به عنوان نامناسب ترین مولفه های امنیت سرمایه گذاری ارزیابی شدند: عمل مسئولان ملی به وعده های داده شده (۸،۳۵)، اعمال نفوذ و تبانی در معاملات ادارات حکومتی (۸،۲۱) و عمل مسئولان استانی و محلی به وعده های اقتصادی داده شده (۸،۱۰). همچنین مناسب ترین مولفه های امنیت سرمایه گذاری (نسبت به سایر مؤلفه ها) طی تابستان ۱۳۹۸ نیز عبارت بودند از: ۱. سرقت مالی (پول نقد، کالا، تجهیزات (۴،۰۱)، ۲. رواج توزیع کالای قاچاق (۴،۵۹)، ۳. استفاده غیرمجاز از نام و علائم تجاری یا مالکیت معنوی (۴،۷۰).

جغرافیای استانی امنیت سرمایه گذاری در پاییز

نامناسب ترین مؤلفه برای امنیت سرمایه گذاری که فعالان اقتصادی را بیش از همه آزار می دهد در این مطالعه مؤلفه «وفای به عهد در اجرای قراردادها توسط دولت و شرکت های دولتی» شناسایی شده است و مؤلفه های عمل نکردن مسئولان «ملی» و «استانی» به وعده های مختلف خود از جمله وعده های اقتصادی که در پایش های گذشته معمولا نامناسب ترین ارزیابی ها را به خود اختصاص می دادند در پایش پاییز ۱۳۹۸ در جایگاه ششم و هشتم نامناسب ترین مؤلفه ها جای گرفته اند. علاوه بر این فعالان اقتصادی مشکل فساد به شکل اعمال نفوذ و تبانی در معاملات ادارات دولتی را در رتبه دوم از عوامل ایجادکننده فضای ناامن برای سرمایه گذاری شناسایی کردند. به عبارت دیگر بنگاه های اقتصادی طی فصول اخیر، نارضایتی و ابزاز شکایت خود نسبت به عوامل اصلی هزینه زا و مختل کننده سرمایه گذاری و تولید را بیان کردند و انتظار می رود مسئولان اجرایی ملی و استانی به این دو مورد بیشتر توجه کنند.

مرکز پژوهش ها، این گزارش را با استفاده از دو مجموعه داده های پیمایشی و آماری و شاخص کلی (ترکیب دو مجموعه داده پیمایشی و آماری)، تهیه کرده است. براساس یافته های داده های پیمایشی در پاییز ۱۳۹۸، فعالان اقتصادی مشارکت کننده در این پیمایش از زنجان، اسلام و کهگیلویه و بویراحمد، نامناسب ترین ارزیابی و از استان های کردستان، بوشهر و یزد مناسب ترین ارزیابی را از وضعیت امنیت سرمایه گذاری ارائه کرده اند.

فرصت امروز: تازه ترین گزارش ها از شاخص امنیت سرمایه گذاری در سال گذشته نشان می دهد که وضعیت امنیت سرمایه گذاری در پاییز ۱۳۹۸ نسبت به فصل قبل از آن بدتر شده است. با اینکه شاخص امنیت سرمایه گذاری در تابستان ۹۸ نسبت به فصل پیش از آن یعنی بهار تغییری نداشته، اما امنیت سرمایه گذاری در پاییز ۹۸ نسبت به فصل تابستان، نامناسب تر ارزیابی شده است.

در گزارشی که نهاد پژوهشی مجلس از هشتمین پایش امنیت سرمایه گذاری به تفکیک استان ها و حوزه های کاری در پاییز ۱۳۹۸ منتشر کرده، بی ثباتی بازار ارز، متوقف شدن روند کاهشی نرخ تورم، تغییر در ثبات نسبی قیمت مواد اولیه، افزایش قیمت بنزین و ناامنی چندروزه در برخی از شهرها، افزایش انتظارات تورمی مردم، قطع شدن ۱۰ روزه اینترنت و... ازجمله دلایلی بوده که باعث شده وضعیت شاخص امنیت سرمایه گذاری در پاییز پارسال رو به افول بگذارد.

به گفته مرکز پژوهش ها، شاخص کل امنیت سرمایه گذاری در ایران طی پاییز ۱۳۹۸ کمیت ۶،۱۲ از ۱۰ (بدترین حالت) ارزیابی شده است. مقدار عددی این شاخص در مطالعه فصل قبل از آن یعنی تابستان ۶،۰۷ محاسبه شده بود که نشان می دهد امنیت سرمایه گذاری در پاییز ۱۳۹۸ نسبت به فصل تابستان، بدتر شده است.

آنچه بر امنیت سرمایه گذاری در سال ۹۸ گذشت

شاخص امنیت سرمایه گذاری در پاییز ۱۳۹۷، کمیت ۶،۴۳ و در زمستان ۱۳۹۷ کمیت ۶،۱۸ در بهار ۱۳۹۸ کمیت ۶،۰۷ و در تابستان ۱۳۹۸ نیز کمیت ۶،۰۷ بوده است. توالی این اعداد به این معناست که روند بهبود امنیت سرمایه گذاری (کم شدن کمیت شاخص) که از پاییز ۱۳۹۷ شروع شده بود، در تابستان ۱۳۹۸ متوقف شده و در پاییز ۱۳۹۸ معکوس شده است. دلایل بدترشدن شاخص امنیت سرمایه گذاری در پاییز ۱۳۹۸ را احتمالاً بتوان به افزایش ناگهانی و سه برابرسی قیمت بنزین در آبان ۱۳۹۸ و ناامنی های چندروزه در برخی شهرها نسبت داد. همین طور بی ثباتی در بازار ارز، متوقف شدن روند کاهشی نرخ تورم، تغییر در ثبات نسبی قیمت مواد اولیه که در نیمه اول سال ۱۳۹۸ به وجود آمده بود، درعین حال به وجود آمدن بار روانی جدید برای مردم و افزایش انتظارات تورمی آنها در سطوح مختلف، قطع شدن حدوداً ۱۰ روزه اینترنت و آثار ثانویه آن بر کسب و کارهای گوناگون و سه عوامل دیگر که حتی باعث شده مشارکت کنندگان در پاسخ به پرسشنامه این مطالعه نیز در پاییز ۱۳۹۸ نسبت به فصول قبلی با کاهش شدیدی مواجه شوند.

براساس ارزیابی فعالان اقتصادی مشارکت کننده در این پیمایش، در پاییز ۱۳۹۸ نامناسب ترین مولفه های امنیت سرمایه گذاری ارزیابی شده به

سازمان توسعه صنعتی ملل متحد (یونیدو) در گزارش اخیر خود به بررسی اثرات کرونا بر اقتصاد جهانی پرداخت و هشدار داد که همه گیری کووید ۱۹ بر کاهش رشد تولید ناخالص داخلی جهان تأثیر فزاینده ای داشته و با افزایش نااطمینانی، خطرانی نظیر قرار سرمایه، کاهش سرمایه گذاری مستقیم خارجی و نکول بدهی ها در افق پیش روی اقتصاد جهان قرار گرفته است. اگرچه داده های یونیدو کاهش مستمر رشد تولید اقتصادی را حتی پیش از شروع بحران کووید-۱۹ نشان می دهد، اما این همه گیری بر کاهش رشد تولید ناخالص داخلی جهان تأثیر فزاینده ای داشته و در این میان صنایع تولیدی ضربه شدیدی خورده اند. بررسی های یونیدو نشان می دهد: شیوع کرونا و پیامدهای اقتصادی ناشی از آن، سه کانال اصلی اقتصاد جهان یعنی عرضه، تقاضا و تأمین مالی را مختل کرده است. بخش تولید در چین و بسیاری از اقتصادهای پیشرفته از جمله استرالیا، کانادا، آلمان، نیوزیلند و ایالات متحده متحمل خسارات سنگینی شده است. صنایع خودروسازی، رایانه و لوازم الکترونیک که کشورهای پیشرفته در آنها مزیت نسبی آشکار شده دارند هم از این قاعده مستثنا نیستند.

همچنین شوک سمت عرضه، در زنجیره تأمین جهان اختلال ایجاد کرده است. البته، این شوک از طرفی، شوک به تقاضای کل هم وارد کرده است؛ زیرا با تمایل خانوارها به اجتناب از خریدهای غیرضروری و صرفه جویی در هزینه ها از یک سو و با کاهش مصرف کالاهای واسطه ای توسط بنگاه ها از سوی دیگر، سمت تقاضا نیز آسیب دیده است. از این منظر، زنجیره های ارزش جهانی به شدت تحت تأثیر قرار گرفته اند و با افزایش نااطمینانی در فضای اقتصادی جهان، فرار سرمایه، کاهش سرمایه گذاری مستقیم خارجی و خطر نکول بدهی ها در افق پیش روی اقتصاد جهان قرار گرفته است.

سازمان توسعه صنعتی ملل متحد گزارش داد

اثر کرونا بر ۳ کانال تقاضا، عرضه و تأمین مالی

اگرچه برخی از این تأثیرات ممکن است با افزایش مخارج دولت جبران شود، اما اثر شوک ناشی از این ویروس بر خالص تقاضا در کوتاه مدت منفی خواهد بود. این اثر می تواند در کنار کاهش طرف عرضه که ناشی از توقف ناگهانی فعالیت های تولیدی و تنگناهای متعاقب در زنجیره های ارزش جهانی است بیشتر شود. چنین اختلالاتی می تواند به دنبال کاهش کالاهای واسطه ای موجب بسته شدن گسترده کارخانه ها حتی در مناطقی شود که کمتر تحت تأثیر این ویروس بوده اند. همچنین نااطمینانی حاصل از این ویروس در فضای اقتصادی منجر به افزایش ریسک گریزی و کاهش تمایل به نگهداری دارایی های غیر نقدی در بازارهای مالی شده است. علاوه بر این، پیش بینی می شود بازار ارز با نوسانات بیشتری روبه رو شود.

یونیدو، تبعات ناشی از شیوع کرونا را شامل افزایش قابل توجه بیکاری، فرار سرمایه، امکان ورشکستگی و خطر نکول، کاهش قابل ملاحظه سرمایه گذاری مستقیم خارجی و انحلال در زنجیره های ارزش و زنجیره های تأمین جهانی برشمرده و درباره صنایع تولیدی گفته است: ویروس کرونا به سرعت در سراسر جهان در حال گسترش است. شواهد تجربی حاکی از خسارات بخش تولید در چین و بسیاری از اقتصادهای پیشرفته ثروتمند دارد. در بسیاری از کشورها از جمله استرالیا، کانادا، آلمان، نیوزیلند و ایالات متحده این آثار را می توان مشاهده کرد. زبان های مکرر، به ویژه در صنایع غذایی به دلیل بسته شدن رستوران ها و سایر اماکن پذیرایی در بازار داخلی این کشورها گزارش شده است. علاوه بر این، زبان های سنگینی به صنعت خودروسازی در بازارهای بین المللی وارد شده است (کاهش چشمگیر ۸۲درصدی فروش خودرو در آلمان). همچنین، صنایع پیشرفته مانند رایانه و لوازم الکترونیک که کشورهای ثروتمند با مزیت نسبی آشکار شده قهرمانان سنتی این عرصه ها هستند متحمل خسارات سنگینی شده اند.



دریچه

اقتصاددانان چه نظری درباره رکود کنونی دارند؟

سریع ترین رکود در اقتصاد جهانی

نظرسنجی از بیش از ۵۰۰ اقتصاددان از سراسر دنیا طی چند هفته گذشته نشان داده است که اکثر اقتصادهای بزرگ در یک رکود شدید اقتصادی به سر می‌برند و بهبود آنها از این رکود زمان بسیار زیادی طول خواهد کشید.

به گزارش رویترز، اقتصاددانان سراسر جهان عقیده دارند رکودی که اقتصاد جهان به خاطر همه‌گیری ویروس کرونا وارد آن شده، عمیق‌ترین رکود در تاریخ است. بسیاری از کشورها به منظور مهار شیوع ویروس کرونا تعطیلی‌هایی اعمال کرده‌اند. این ویروس تا حالا ۲۶ میلیون نفر را در سراسر جهان مبتلا کرده و جان بیش از ۱۸۰ هزار نفر را گرفته است و به این ترتیب فعالیت‌های اقتصادی در سراسر جهان مخصوصاً در صنعت خدمات متوقف شده است.

نظرسنجی از بیش از ۵۰۰ اقتصاددان از سراسر دنیا طی چند هفته گذشته نشان داده اکثر اقتصادهای بزرگ در یک رکود شدید اقتصادی به سر می‌برند و بهبود آنها از این رکود زمان بسیار زیادی طول خواهد کشید. بیش از ۵۵درصد از این اقتصاددان‌ها یعنی ۸۷ نفر از ۱۵۵ اقتصاددانی که در این نظرسنجی شرکت کرده‌اند گفته‌اند که بهبود اقتصاد جهان به شکل U خواهد بود. ۳۱ تحلیلگر نیز گفته‌اند که بهبود اقتصادی به صورت V شکل است و در نهایت ۲۴ نفر هم این روند را شبیه علامت تیک توصیف کرده‌اند.

پیش‌بینی می‌شود اقتصاد جهان در سال جاری میلادی ۲درصد کوچک شود. این رقم سه هفته پیش ۱.۲درصد پیش‌بینی می‌شد و نظرسنجی بیستم مارس نیز رقم ۱۶ در نشان می‌داد. مایکل هنسون، اقتصاددان ارشد موسسه مالی جی پی مورگان می‌گوید: اقتصاد جهان با سرعتی کوچک می‌شود که پس از جنگ جهانی دوم بی‌سابقه است. به گفته وی، حمایت بی‌سابقه از اقتصاد باعث می‌شود بهبود اقتصادی زودتر از بحران‌های قبلی آغاز شود ولی تا پایان سال ۲۰۲۱ در حد پایین باقی می‌ماند.

پیش‌بینی می‌شود رشد اقتصاد جهان در سال آینده تا ۴.۵درصد افزایش یابد ولی بسیار ضعیف‌تر از پیش‌بینی ۵.۸درصدی صندوق بین‌المللی پول است. رکود اقتصادی آمریکا در حال حاضر بسیار شدیدتر از چند هفته گذشته است. اقتصاد منطقه یورو نیز عمیق‌ترین رکود را تجربه می‌کند و اقتصاد انگلیس در بدترین بحران در طول تاریخ است. پیش‌بینی می‌شود نرخ بیکاری در اکثر اقتصادها طی ماه‌های آینده افزایش یابد.

آینده اقتصاد در عصر پساکرونا چگونه است؟

پس از کرونا

اقتصاددانان چگونه به آینده اقتصاد جهانی در عصر عالم‌گیری کرونا نگاه می‌کنند؟ این سوالی است که «فانر پالیسی» آن را با اقتصاددانان در میان گذاشته و از آنها نظرخواهی کرده است.

در پاسخ به این سوال، کارمن ریנהارت، کرونا را «یخیخه تر تابوت جهانی‌شدن» دانسته و معتقد است که «چرخه جهانی‌سازی مدرن از زمان بحران مالی ۲۰۰۸-۲۰۰۹ با ضرباتی روبه‌رو بوده است همانند بحران بدهی اروپا، بر گزیت و جنگ تجاری ایالات متحده و چین. ظهور پوپولیسم در بسیاری از کشورها تعادل را به نفع کشور و سرزمین خود برقرار می‌کند. عالم‌گیری اولین بحران از ۱۹۳۰ است که اقتصادهای پیشرفته و در حال توسعه را درگیر خود کرده است. مانند دهه ۱۹۳۰ پیش‌فرض‌های حاکمیتی احتمالاً افزایش می‌یابند، فراخوان‌ها برای محدود کردن تجارت و گردش سرمایه خاک بارور و زمینه مساعد خود را در چنین شرایط بدی پیدا می‌کند.»

همچنین لورا داندره تاپسون با تیتز «شغل‌هایی که باز نمی‌گردند»، نوشته است که «عالم‌گیر و بهبودی پس از آن باعث تسریع روند دیجیتالی شدن و اتوماسیون مداوم کار می‌شود؛ روندهایی که ضمن افزایش مشاغل با مهارت بالا طی دو دهه گذشته باعث از بین رفتن شغل‌های کم‌مهارت و به رکود دست‌مزدسازی مشاغل متوسط و افزایش نابرابری درآمدی می‌انجامد. شغل‌های با درآمد پایین، کم‌مهارت، به‌خصوص مشاغل بنگاه‌های کوچک حتی با بهبودی اوضاع بر نخواهند گشت.»

به اعتقاد او، «تغییر در تقاضا که بسیاری از آنها با جابه‌جایی اقتصادی انجام شده به واسطه این بیماری تسریع یافته و ترکیب آینده تولید ناخالص داخلی را تغییر می‌دهند. سهم خدمات در اقتصاد همچنان رو به افزایش خواهد بود، اما سهم خدمات حضوری در خرده‌فروشی، مسافرت، آموزش، مراقبت‌های بهداشتی و دولتی کاهش می‌یابد، زیرا دیجیتالیسم در نحوه سازماندهی و ارائه این خدمات تغییراتی ایجاد می‌کند. رکود باعث تسریع در رشد اشتغال غیراستاندارد و کوتاه‌مدت، کارگران پاره‌وقت و کارگران با کارفرمایان متعدد شده که در نتیجه سیستم‌های جدید مزایا انتقال‌پذیر و دسترسی می‌شود که با کارگران حرکت می‌کند و تعریف کارفرما را گسترده‌تر می‌کند. برنامه‌های آموزشی کم‌هزینه دیجیتالی برای مهارت‌سازی مشاغل جدید لازم است، وابستگی ناگهانی افراد زیادی به توانایی کار از راه دور، ضرورت گسترش زیرساخت‌ها و پهنای باند برای تسریع در دیجیتالی شدن فعالیت‌های اقتصادی را یادآوری می‌کند.»

جوزف ای استیگلتز نیز اعتقاد دارد: «اقتصاددانان عادت داشتند که مرزبندی کشورها را برای پیگیری سیاست‌های امنیت غذایی یا انرژی به سخره و نادیده بگیرند. آنها معتقدند در دنیای جهانی شده که مرزها اهمیتی ندارند اگر اتفاقی افتاد همیشه می‌توانیم به کشورهای دیگر متوسل شویم. اکنون به طور ناگهانی مرزها از اهمیت برخوردارند، زیرا کشورها برای تهیه منابع خود تلاش می‌کنند. این بحران یادآور قدرتمندی است مبتنی بر اینکه واحد اساسی سیاسی و اقتصادی هنوز دولت- ملت است.

با این وجود، باید اعتراف کنیم برای ساختن زنجیره‌های تأمین به ظاهر کارآمد، دچار کوتاه‌بینی شده و سیستمی را ساختمیم که کاملاً انعطاف‌ناپذیر و به طور مخفی متنوع نبوده و در مقابل وقفه آسیب‌پذیر است. در نتیجه شاهد هستیم که این سیستم توسط اختلالی غیرمنتظره خرد شده است. سیستم اقتصادی که ما بعد از این عالم‌گیری ایجاد می‌کنیم باید نسبت به این واقعیت که جهانی‌سازی اقتصادی از جهانی‌سازی سیاسی بسیار فراتر رفته مقاوم‌تر و حساب‌تر باشد. تا زمانی که این امر رخ دهد کشورها باید برای به دست آوردن توازن بهتر بین بهره از جهانی‌سازی و خودکایی تلاش کنند.»

بیماری کرونا باعث شده ۱۲میلیون شغل در بخش خدمات به مخاطره بیفتد

خدمات زیر تیغ کرونا



فعلی، اشتغال در نتیجه قرنطینه‌ها و تعطیلی‌ها و سایر اقدامات، مستقیماً تحت

تأثیر قرار گرفته و میزان این تأثیر نیز بیشتر از آن است که در شروع همه‌گیری پیش‌بینی شده بود. به همین دلیل، دیدهبان سازمان جهانی کار در ویرایشی تازه، برآوردهای جدیدی از اثرات کرونا بر اشتغال ارائه کرده است.

برآوردهای جهانی از مدل مورد بررسی سازمان جهانی کار نشان می‌دهد که این بحران باعث یک کاهش بی‌سابقه در فعالیت اقتصادی و زمان کاری می‌شود. تا یک آوریل ۲۰۲۰، برآوردها حاکی است که ساعات کاری در فصل جاری (فصل دوم) تا ۶.۷درصد کاهش پیدا خواهد کرد که معادل ۱۹۵ میلیون کارگر تمام‌وقت است. این اتفاق یعنی بسیاری از این کارکنان با کاهش درآمد و فقر شدیدتر مواجه خواهند بود، حتی اگر فعالیت‌های جایگزین هم پیدا شود (به عنوان مثال، بازگشت به کشاورزی در مناطق روستایی). بیشترین کاهش در کشورهای با درآمد متوسط به بالا انتظار می‌رود، اما این اثر در کل گروه‌های درآمدی مشابه است.

توصیه‌های سیاستی برای مقابله با تبعات کرونا

سازمان جهانی کار معتقد است که افزایش نهایی در بیکاری جهانی در سال ۲۰۲۰ اساساً به این بستگی خواهد داشت که اقتصاد در نیمه دوم سال چقدر سریع می‌تواند خود را بازپایی کند و اینکه میزان اثربخشی اقدامات در تقویت تقاضای نیروی کار چقدر خواهد بود. با این شرایط، این ریسک بالا وجود دارد که افزایش در بیکاری جهانی در انتهای سال ۲۰۲۰ به طور چشمگیری بالاتر از پیش‌بینی‌های دیدهبان سازمان جهانی کار باشد.

سازمان جهانی کار همچنین در گزارش خود، مهم‌ترین بخش‌هایی را که در معرض ریسک ابتلا به ویروس کرونا قرار دارند، مورد توجه قرار داده و افزون بر آن، واکنش‌های مهمی که از سوی سیاست‌گذاران باید اجرا شود، بررسی کرده است، بر این اساس، واکنش‌های سیاستی باید بر دو هدف فوری متمرکز باشند: اقدامات حمایت‌بهداشتی و پشتیبانی اقتصادی از هر دو طرف عرضه و تقاضا.

توصیه سازمان جهانی کار پشتیبانی فوری از بخش‌ها و گروه‌های جمعیتی است که بیشترین تأثیرپذیری را دارند، به خصوص بنگاه‌ها و کارکنانی که در اقتصاد غیررسمی فعالیت می‌کنند. اقدامات خاص و هدفمند در کشورهای با سطح بالای فعالیت‌های اقتصادی غیررسمی باید انجام پذیرد که از آن جمله پرداخت‌های نقدی به منظور پشتیبانی از افراد متأثر از قرنطینه و تغییر کاربری تولید جهت فراهم کردن اشتغال جایگزین (مثلاً تغییر به سمت تولید تجهیزات محافظت شخصی) است. این نیازها باید با تلاش‌ها به منظور تضمین عرضه کافی مواد غذایی و سایر اقلام ضروری تکمیل شود. اقدامات محلی و مبتنی بر جامعه می‌توانند سریع‌ا عمل

فرصت امروز: بحران کرونا در ایران و جهان باعث شده تا زندگی شاغلان بیش از پیش به خطر بیفتد، چراکه کسب و کارها به دنبال شیوع بیماری کرونا تعطیل شده و در نتیجه بسیاری از شاغلان با خطر اخراج و تعدیل نیرو مواجه شده‌اند. سازمان جهانی کار در گزارش اخیر خود تخمین زده که ۸۱درصد شاغلان در سراسر جهان تاکنون تحت تأثیر پیامدهای شیوع کرونا قرار گرفته‌اند. این نسبت برای کشورهای با متوسط درآمد رو به بالا تا مرز ۸۷درصد نیز می‌رسد چراکه این کشورها معمولاً دارای اقتصاد مبتنی بر بخش خدمات هستند.

در گزارش سازمان جهانی کار البته نامی از ایران نیامده است، اما بررسی‌ها نشان می‌دهد بیشترین آسیب کرونا در بازار کار ایران در حوزه خدمات با ۱۲میلیون و ۳۴۷ هزار و ۹۰۰ نفر شاغل بوده است. براساس آنچه مرکز آمار ایران در زمستان سال گذشته اعلام کرده، جمعیت شاغلین ۱۵ ساله و بیشتر در این فصل ۲۳ میلیون و ۴۲۵ هزار نفر بوده که نسبت به فصل مشابه سال قبل ۵۲ هزار نفر افزایش داشته است. بررسی اشتغال در بخش‌های عمده اقتصادی نیز نشان می‌دهد که در زمستان ۱۳۹۸، بخش خدمات با ۵۲.۷درصد و حدود ۱۲میلیون و ۳۴۷هزار و ۹۰۰ شاغل، بیشترین سهم اشتغال را به خود اختصاص داده است. در مراتب بعدی بخش‌های صنعت با ۳۱.۷درصد و کشاورزی با ۱۵.۶درصد قرار دارند.

ویروس کرونا چند شغل را از دم تیغ می‌گذراند؟

اما حالا با شیوع کرونا، بخش خدمات بیشتر از سایر بخش‌های اقتصادی از گسترش این ویروس آسیب دیده و این آسیب در بازار کار به عینه قابل مشاهده است، چنانچه به گفته معاون وزیر کار، آمارها حکایت از این دارد که بیشترین آسیب در حوزه خدمات بوده است، یعنی حدود۱۲میلیون و ۳۴۷ هزار و ۹۰۰ نفر در معرض آسیب کرونا هستند.

در همین حال، بر اساس برآورد سازمان جهانی کار، بحران کرونا از طریق اختلال گسترده اقتصادی، ۳.۲ میلیارد نیروی کار جهانی را تحت تأثیر قرار می‌دهد. کاهش‌های شدید و پیش‌بینی نشده در فعالیت اقتصادی، کاهش شدید در میزان اشتغال هم از لحاظ تعداد شغل و هم کل ساعات کار را در پی دارد. سازمان جهانی کار معتقد است که واکنش‌های سیاستی باید چهار رکن را در نظر داشته باشند: تحریک اقتصاد و اشتغال، پشتیبانی از بنگاه‌ها، مشاغل و درآمد، حمایت از کارکنان در محیط کار و اتکا به گفت‌وگوی اجتماعی برای حل مسائل.

در گزارش سازمان جهانی کار، از ۳.۳ میلیارد شغل تحت‌الشعاع بحران کرونا نام برده شده و آمده است که اثرات کرونا در بازار کار، عمیق، فراگیر و بی‌سابقه بوده است. تعدیل اشتغال نوعاً با کمی تأخیر، رکود اقتصادی را در پی دارد. در بحران

کاهش نرخ سود بانکی چه تأثیری بر قیمت‌های اجاره و مسکن دارد؟

ردپای کاهش سود بانکی در بازار مسکن

در همین ارتباط، حسام عقیایی، نایب رئیس اتحادیه مشاوران املاک از احتمال ورود نقدینگی در پی کاهش سود سپرده بانکی به بازار مسکن و همچنین افزایش اجاره بها در ماه‌های آینده خبر داد و درباره اثراتی که کاهش سود سپرده‌های بانکی به ۱۵درصد می‌تواند بر دو بازار «خرید و فروش» و «رهن اجاره» مسکن داشته باشد، گفت: در نگاه کلان و کلی اقتصاد، هم فعالان واقعی و شناسنامه‌دار اقتصادی و هم اقتصاددانان همواره بر لزوم کاهش نرخ سود سپرده‌ها تأکید داشته‌اند.

او در گفت‌وگو با مهر، ادامه داد: کاهش نرخ سود سپرده‌ها از آنجایی که بر نرخ سود تسهیلات نیز اثر مثبت دارد، می‌تواند در کاهش نرخ سود تسهیلات خرید مسکن نیز مؤثر باشد که در این صورت، قدرت وام‌دهی مسکن بانک‌های تخصصی بخش مسکن را افزایش می‌دهد. البته با یک کاهش اجباری نرخ سود سپرده بانکی، نمی‌توان آن را ترمیم کرد و باید مشوق‌های اقتصادی دیگری هم در نظر گرفت تا مردم خصوصاً مستأجران در نابسامانی‌های بازار مسکن دچار آسیب نشوند.

نایب رئیس اتحادیه مشاوران املاک افزود: با کاهش سود سپرده‌های بانکی، این دغدغه وجود دارد که بخشی از نقدینگی سرگردان وارد بازار مسکن شود که بتوانند در آن نابسامانی ایجاد کنند و قیمت‌ها به یک باره دچار جهش شوند. همچنین این نگرانی نیز وجود دارد که با کاهش نرخ سود سپرده‌های بانکی، موجران و مالکانی که با درآمد حاصل از اجاره‌داری، گذران زندگی می‌کنند، اقدام به کاهش ودیعه مسکن (پول پیش) کرده و خواهان افزایش رقم اجاره ماهانه پرداختنی از سوی مستأجران شوند؛ به خصوص که این اقدام بانک مرکزی مبنی بر کاهش سود سپرده‌ها، با آغاز فصل جابه‌جایی مستأجران یا تمدید قراردادهای اجاره مسکن همزمان شده است.

به اعتقاد عقیایی، حتی ممکن است برخی موجران برای جبران مابه‌التفاوت نرخ سود سپرده‌های بانکی با تورم عمومی، رقم ودیعه مسکن

فرصت امروز: مدیران بانک‌ها از روز نخست اردیبهشت‌ماه امسال توافق کردند که سقف ۱۵درصدی نرخ سود سپرده‌های بانکی را رعایت کنند. فانز از چند و چون کاهش نرخ سود بانکی، اما مطمئناً این تصمیم اثراتی در دیگر بخش‌های اقتصادی خواهد گذاشت. یکی از این بخش‌ها، مسکن است که عمدتاً کاهش نرخ سپرده‌های بانکی به صورت به هم خوردن نسبت ودیعه با اجاره ماهیانه و رشد تعداد قراردادهای خرید و فروش بروز پیدا می‌کند.

در بخش اجاره معمولاً صاحب‌خانه‌ها نرخ تورم و سود سپرده‌های بانکی را در محاسبات رهن و اجاره ماهیانه لحاظ می‌کنند. بدین صورت که هرچه سود بانکی پایین‌تر برود، تمایل به دریافت پول پیش، کمتر می‌شود و مالکان ترجیح می‌دهند به جای مبلغ رهن، اجاره ماهیانه دریافت کنند. نسبت نرخ اجاره به ودیعه کسماکان از فرمول قدیمی تبعیت می‌کند. طبق عرف معمول، هر یک میلیون تومان رهن معادل ۳۰ هزار تومان اجاره در نظر گرفته می‌شود. در این شرایط مالکانی که مبلغ رهن را در بانک سپرده‌گذاری می‌کنند با کاهش نرخ سود بانکی، دیگر سپرده‌گذاری برای‌شان نفع اقتصادی ندارد. خروجی این وضعیت به تغییر وضعیت بازار اجاره از رهن کمتر و اجاره ماهیانه بیشتر منجر می‌شود.

از سوی دیگر با کاهش سود بانکی، سپرده‌گذاری که مبالغ درشت در بانک‌ها گذاشته‌اند پول خود را خارج می‌کنند و به خرید دارایی‌های ثابت اختصاص می‌دهند. بازار ملک در چنین شرایطی جزو اهداف سرمایه‌گذاری است.

با وجود آنکه مسکن است با پاییندی بانک‌ها به نرخ ۱۵درصد سپرده، سرمایه‌ها به سمت بخش‌های مولد حرکت کند، این نگرانی هم وجود دارد که هجوم سرمایه‌ها به بازار مسکن منجر به افزایش قیمت‌ها شود. از جمله راهکارها برای کنترل بازار مسکن، افزایش ساخت و ساز و اعمال سیاست‌های مالیاتی بر معاملات سفته‌بازانه است.

شرط موفقیت کاهش سود سپرده‌های بانکی چیست؟

پیامدهای کاهش سود بانکی



جدی نرخ ارز هزینه تأمین مالی مواد اولیه و کالاهای سرمایه چندین برابر شده است.
با توجه به اینکه بیش از ۹۰درصد تأمین مالی در ایران از طریق سیستم بانکی و تسهیلات است نیاز به تسهیلات خصوصا تسهیلات ارزان‌قیمت بیش از پیش احساس می‌شود.
عضو هیأت نمایندگان اتاق تهران ادامه داد: باید به بانک‌ها نیز به عنوان بخشی از صنعت نگاه کرد و تمام بار هزینه‌ای کشور را بر دوش سیستم بانکی نیندازیم.

لزوم توجه به دغدغه‌های نظام بانکی

او با بیان اینکه بانک‌ها خود با دو معضل جدی رو به رو هستند، افزود: با توجه به اینکه سهم درآمدی نظام کارمزد خدمات بانکداری بسیار پایین است و عملاً درآمدی وجود ندارد مابه‌التفاوت نرخ سپرده و تسهیلات در بسیاری مواقع هزینه عملیاتی بانک‌ها را نیز جبران نمی‌کند.

این کارشناس اقتصادی اضافه کرد: از طرفی نکول تسهیلات (عدم ایفای تعهدات) به دلیل رکود تورمی، ریسک اعطای تسهیلات را نیز افزایش داده است که خود سبب افزایش هزینه بانکی شده‌اند، بنابراین باید به بانک نیز به چشم بنگاه اقتصادی نگاه کرد و به دنبال رشد و درآمدزایی آنها بود.
به گفته جوانمردی، با پیاده‌سازی بانکداری دیجیتال نیز کاهش هزینه در بخش بانکی در کوتاه‌مدت قابل تصور نیست، زیرا بانکداری دیجیتال در گرو هزینه‌ها و سرمایه‌گذاری‌های کلان است پس بانک‌ها باید تراز درآمد و هزینه خود را مدیریت کنند.
به طور خلاصه، اصلاح نظام کارمزد خدمات بانکی، تعیین فاصله صحیح بین سود سپرده و تسهیلات و همچنین کارآمدتر کردن تأمین مالی صنایع توسط بازار سرمایه، راهکارهای مناسبی برای کاهش هزینه‌های سیستم بانکی خواهند بود.

می‌شویم، می‌افزاید: باید توجه داشت که آیا سود ۱۵درصد بلندمدت سپرده‌گذار را به نگره‌داشت منابع خود در بانک راضی می‌کند.
به گفته این کارشناس اقتصادی، اگر نگه‌داشت سپرده وجود نداشته باشد دادن تسهیلات درازمدت که وابسته به سپرده‌های بلندمدت است به خطر می‌افتد، همچنین اگر سپرده‌ها از بلندمدت به سپرده‌های کوتاه‌مدت جهت سفته‌بازی انتقال یابد می‌تواند بازارهای پرکشش ارز، سکه و طلا را ملتهب و تبعات منفی در آن بازارها ایجاد کرده و تاثیر منفی روی قیمت تمام شده خدمات و محصولات داشته باشد.

به اعتقاد جوانمردی، باید فاصله صحیح بین سود سپرده و تسهیلات یعنی قیمت تمام شده پول به همراه هزینه عملیاتی بانک‌ها و سود تسهیلات، مشخص شود.

تاثیر کاهش سود بانکی بر بازار سرمایه

عضو هیات نمایندگان اتاق تهران به تاثیر کاهش سود بانکی بر بازار سرمایه اشاره کرد و گفت: بازار سرمایه یکی از دیگر بازارهاست که می‌تواند جریان نقدینگی را دربر گیرد و در صورتی که با ورود منابع عرضه‌های اولیه بیشتری صورت گیرد، شاهد تاثیر مثبت کاهش سود سپرده‌ها و سرازیر شدن نقدینگی به بازار خواهیم بود، اما اگر عرضه‌های بیشتری صورت نگیرد با حباب بازار سرمایه مواجه می‌شویم بنابراین تعیین قیمت سپرده و تسهیلات نباید مستقل از عوامل مهم دیگری مثل قابلیت جذب منابع در بازارهای پرکشش، نرخ تورم، نرخ اوراق بانکی در بازار سرمایه و ... صورت گیرد.

این کارشناس اقتصادی با تاکید بر اینکه نیاز صنایع به تسهیلات حتی در شرایط فعلی کشور هم بسیار بالاست، گفت: در دو سال اخیر و با تغییر

بانک‌ها در هفته‌ای که گذشت، توافق کردند که مصوبه شورای پول و اعتبار برای رعایت سقف ۱۵درصدی در پرداخت سود بانکی را رعایت کنند، سابقه تصویب این موضوع در شورای پول و اعتبار به تیرماه سال ۱۳۹۵ باز می‌گردد که تاکنون بالاترکلیف باقی مانده بود.
هرچند شورای پول و اعتبار حدود چهار سال پیش، بانک‌ها را ملزم به اجرای این مصوبه کرده بود، اما برخی از بانک‌ها حاضر به اجرای آن نبودند.
حالا اگرچه کاهش سقف سود سپرده‌های بانکی به ۱۵درصد با استقبال مواجه شده، اما هنوز ابهامات و سوالات زیادی درباره پیامدهای اجرای آن توسط بانک‌ها وجود دارد، همواره فاصله میان سود سپرده و سود تسهیلات، موضوعی قابل بحث در نظام بانکی ایران بوده و انتشار خبر کاهش نرخ سودهای سپرده بلندمدت، گمانه‌زنی‌هایی را درخصوص چرایی و پیامدهای آن در بین کارشناسان بانکی ایجاد کرده است.

علت کاهش نرخ سود بانکی چیست؟

شهاب جوانمردی، کارشناس اقتصادی معتقد است که اگر نرخ تسهیلات نیز به دنبال این تغییر کاهش یابد، می‌توان این تغییر را مثبت ارزیابی کرد زیرا قیمت کالا و خدمات را کاهش خواهد داد.
جوانمردی در گفت‌وگو با ایرنا، با طرح این سوال که آیا به دنبال کاهش نرخ سود سپرده، بانک‌ها عملاً نرخ تسهیلات را کاهش می‌دهند و یا فقط برای جبران زبان سیستم بانکی و ایجاد سود این کاهش صورت می‌گیرد، گفت: اگر نرخ تسهیلات افسرد حقیقی و حقوقی نیز به دنبال این تغییر کاهش یابد، می‌توان این تغییر را مثبت ارزیابی کرد چراکه با توجه به هزینه تأمین مالی ارزان‌تر برای صنایع، قیمت کالا و خدمات برای مشتریان نهایی کاهش می‌یابد.
او بسا بیان اینکه تا زمانی که از منطق بازار تبعیت نکنیم دچار مشکل

بانک نامه

بانک مرکزی: وام یک میلیونی برای ۹۶,۵درصد یارانه‌بگیران پرداخت شد

بانک مرکزی اعلام کرد که بیش از ۹۶.۵درصد تسهیلات یک میلیون تومانی به یارانه‌بگیران پرداخت شده است.
به گزارش بانک مرکزی، بانک‌های عامل تا ساعت ۱۸روز پنجشنبه چهارم اردیبهشت ماه ۹۹، از تعداد ۱۷ میلیون و ۱۴۹ هزار و ۳۱۶ فقره تسهیلات قابل پرداخت به یارانه‌بگیران براساس فهرست اعلامی از سوی سازمان هدفمندسازی یارانه‌ها، تعداد ۱۶ میلیون و ۵۴۷ هزار و ۷۴۳ فقره از تسهیلات موصوف را پرداخت کرده است.
همچنین امکان واریز تعداد ۴۰ هزار و ۵۰۰ فقره از تسهیلات مذکور نیز به دلایلی از جمله مسدودی حساب، شماره حساب اشتباه، عدم سازگاری شماره حساب با کد ملی ارسالی، نامعتبر بودن اطلاعات معرفی‌شده و سایر خطاها میسر نشده است.
برخی از این موارد در هفته پیش رو با همکاری سازمان هدفمندسازی یارانه رفی می‌شود.

پرداخت سود به کدام سپرده‌های بانکی ممنوع شد؟

براساس قانون بودجه ۹۹ تمامی دستگاه‌های دولتی که از بودجه کل کشور استفاده می‌کنند، مجاز به دریافت سود از حساب‌های بانکی نیستند.
به گزارش «فرصت امروز»، براساس بند (ز) تبصره ۱۲ قانون بودجه ۹۹، دستگاه‌هایی که از بودجه کل کشور استفاده می‌کنند به میزان اعتبار دریافتی از بودجه کل کشور مجاز به دریافت سود از حساب‌های بانکی (حساب جاری، پشتیبان و سپرده‌گذاری کوتاه‌مدت و بلندمدت) مفتوح در بانک‌های دولتی و غیردولتی نیستند.
در اجرای این حکم بانک‌های دولتی و غیردولتی نیز مجاز به پرداخت سود به حساب دستگاه‌های اجرایی که فاقد قوانین و مقررات برای دریافت سود هستند، نیستند.
البته بانک‌ها، شرکت‌های بیمه دولتی، سازمان بورس و اوراق بهادار، صندوق‌ها، دانشگاه‌ها و مؤسسات پژوهشی و دستگاه‌های مآذون از رهبر معظم انقلاب و هر یک از دستگاه‌های اجرایی که در قوانین و مقررات و یا اساسنامه مجاز به دریافت سود هستند، از شمول این حکم مستثنی هستند.

بررسی بازار سکه و طلا در هفته‌ای که گذشت سکه و طلا زیر سایه اتفاقات نفتی

بازار سکه و طلا داخلی در حالی اولین هفته فعالیت رسمی خود در سال جدید را پشت سر گذاشت که تحت تاثیر اتفاقات نفتی ایجادشده در دنیا و تاثیری که بر طلای جهانی داشت، مسیر حرکتی خود را افزایش انتخاب کرده است.
محمد کشتی‌آرای، نایب رئیس اتحادیه طلا و جواهر تهران در گفت‌وگو با ایسنا، به بررسی وضعیت بازار سکه و طلا در بازار داخلی پرداخت و گفت: در هفته‌ای که گذشت، کاهش قیمت نفت در بازارهای جهانی به ویژه نفت آمریکا که به صفر رسید تاثیر عمده‌ای بر بازارهای بین‌المللی داشت و سبب کاهش ارزش دلار شد.
به دنبال کاهش ارزش دلار، بانک‌ها برای سرمایه‌گذاری در بازار طلا را به شدت افزایش داد؛ به گونه‌ای که قیمت هر انس طلا را تا ۱۷۴۰ دلار افزایش داد.

وی افزود: از سوی دیگر با آغاز فعالیت‌ها از هفته‌ای که گذشت و اکثرا واحدهای صنعتی همچون طلافروشی‌ها، سکه‌فروشی‌ها و صراف‌ها باز شدند، قیمت ارز هم نوسان پیدا کرد و این نوسان با توجه به دادوستدها و عرضه و تقاضایی که در بازار داخلی وجود داشت، باعث افزایش قیمت ارز شد بنابراین این دو عامل افزایش قیمت‌های جهانی و قیمت ارز در داخل، باعث بالا رفتن قیمت طلا و سکه در بازار داخلی در طول هفته گذشته شده و قیمت سکه را به بیش از ۵۰۰ عمیلیون و ۵۰۰ هزار تومان افزایش داد.

او با بیان اینکه سکه حباب ۳۰۰ هزار تومانی پیدا کرد، ادامه داد: این در حالی بود که تقاضا برای دادوستدهای کوچک در بازار وجود نداشت، اما تقاضا برای خرید سکه‌های تمام بهار طرح جدید زیاد بود بنابراین سکه دارای حباب ۳۰۰ هزار تومانی شده است.
در حقیقت به دلیل وجود همین تقاضا برای خرید سکه، حدود ۳۰۰ هزار تومان دارای حباب شد.
به گفته کشتی‌آرای، قیمت طلا نیز به همین ترتیب تحت تاثیر قیمت‌های جهانی و قیمت ارز بالا رفت.
در حالی که در ابتدای هفته قیمت هر گرم طلای ۱۸ عیار، ۶۰۸ هزار تومان بود تا ۶۴۵ هزار تومان افزایش پیدا کرد.
این مقام صنفی در رابطه با پیش‌بینی وضعیت بازار در هفته پیش رو، گفت: این روزها دنیا به لحاظ تحولات اقتصادی و سیاسی به شدت دچار تحولات می‌شود.
کاهش قیمت نفت طرف یکی دو روز اتفاق افتاد که به هیچ عنوان قابل پیش‌بینی نبود.
علاوه بر این ویروس کرونا هم که اقتصاد جهانی و فعالیت‌های اقتصادی را تحت تاثیر قرار داده است، بنابراین باتوجه به این تحولات و پارامترها، پیش‌بینی‌ها به صورت روزانه مورد تحلیل قرار می‌گیرند.

طلا دنده معکوس زد

قیمت طلا پس از اینکه تا پایان روز پنجشنبه ۱,۵درصد جهش یافت، در معاملات روز جمعه بازار جهانی با سودگیری معامله‌گران روبه‌رو شد و به کاهش تن داد.
به گزارش ایسنا، بهای هر اونس طلا برای تحویل فوری در معاملات روز جمعه بازار سنگاپور با ۰,۶ درصد کاهش به ۱۷۲۱ دلار و ۱۵ سنت رسید، با این حال از ابتدای هفته گذشته تاکنون تحت تاثیر آمار اقتصادی ضعیف آمریکا و اروپا حدود ۲,۲درصد رشد قیمت داشته است.
بهای معاملات این بازار روز پنجشنبه تحت تاثیر امیدواری به اقدامات محرک مالی بیشتر از سوی آمریکا و انتشار آمار افزایش جمعیت بیکاران این کشور، تا مرز ۱۷۳۸ دلار و ۵۸ سنت پیش رفته بود.
در بازار معاملات آتی آمریکا، هر اونس طلا تغییر چندانی نداشت و در ۱۷۴۴ دلار و ۷۰ سنت ایستاد.
کایل رودا، تحلیلگر شرکت آی جی مارکنس در این باره گفت: افزایش قیمتی که طلا پنجشنبه شب داشت به حدی بزرگ بود که این فلز ارزشمند در معاملات بازار آسیایی ناچار به عقب‌نشینی شد.
بازارهای سهام آسیا و آمریکا تحت تاثیر تردیدها نسبت به پیشرفت ساخت دارویی برای درمان بیماری کووید ۱۹ و شواهد جدید از آسیب‌های اقتصادی آمریکا از پاندمی کرونا، نزول کردند.
دلار نزدیک به بالاترین رکورد خود در دو هفته اخیر که روز پنجشنبه به آن صعود کرده بود، ماند و طلا را برای خریداران غیرآمریکایی گران‌تر ساخت.
براساس گزارش روتترز، مجلس نمایندگان آمریکا به اتفاق آرا بسته ۲۸۴ میلیارد دلاری کمک به کسب و کارهای کوچک و بیمارستان‌ها را تصویب کرد و با این بسته هزینه آمریکا برای مقابله با این بحران، به ۳تریلیون دلار رسید.
سران اتحادیه اروپا هم با یک اعتبار اضطراری یک تریلیون یورویی برای کمک به احیا از پاندمی کرونا موافقت کردند.
سند اسمعلات و استراتژی بازار در شرکت مدیریت دارایی SPI به یادداشتی نوشت: اگرچه سودگیری باعث کاهش قیمت طلا شده است، اما اقدامات محرک مالی بانک‌های مرکزی سراسر جهان و پایین ماندن نرخ‌های بهره، از قیمت طلا پشتیبانی خواهد کرد.

نماگر بازار سهام



در هفته‌ای که گذشت

رکورد رشد هفته‌ای بورس شکسته شد

شاخص بورس در جریان معاملات بورس اوراق بهادار در هفته‌ای که گذشت با ثبت رشد بیش از ۹۶ هزار واحدی، بیشترین رشد هفتگی تاریخ بورس را به ثبت رساند و ۱۵ درصد بازدهی را نیز نصیب سهامداران خود کرد. در جریان معاملات بورس اوراق بهادار در هفته‌ای که گذشت، تعداد ۳۷ میلیارد و ۲۳۶ میلیون انواع اوراق بهادار به ارزش ۳۹۸ هزار و ۱۸۵ میلیارد ریال در ۵ میلیون و ۶۹۶ هزار و ۹۸۹ دقیقه طی پنج روز معاملاتی مورد معامله قرار گرفت که به ترتیب ۲۴۱ درصد کاهش، ۱۴۵۵ درصد افزایش و ۲۳۵۹ درصد افت را نسبت به هفته قبل تر تجربه کردند.

این در حالی است که تعداد یک میلیارد و ۹ میلیون واحد از صندوق‌های سرمایه‌گذاری قابل معامله در بورس تهران هم در هفته گذشته به ارزش کل بیش از ۱۱ هزار و ۳۱۱ میلیارد ریال مورد معامله قرار گرفت که به ترتیب با ۹۰۰۱۸ و ۹۰۳۵ درصد افزایش همراه شدند. در بازار بدهی نیز که اوراق مشارکت، گواهی سپرده و صکوک معامله می‌شود، در این مدت تعداد یک میلیون و ۲۰۰ هزار برگه اوراق مشارکت به ارزش کل بیش از یک هزار و ۱۹۰ میلیارد ریال معامله شد. شاخص بورس در پایان معاملات هفته منتهی به ۵ اردیبهشت با ۹۶ هزار و ۱۶۰ واحد افزایش، معادل ۱۴۸۹ درصد رشد را به ثبت رساند و به رقم ۷۴۱ هزار و ۹۲۳ واحد رسید. شاخص کل هموزن نیز در این مدت با ۲۶ هزار و ۴۹۷ واحد افزایش معادل ۱۱۰۷۵ درصد رشد کرد و رقم ۲۵۲ هزار و ۵۶۰ واحد را به نمایش گذاشت.

همچنین شاخص بازار اول با ۷۱ هزار و ۹۰۳ واحد افزایش به رقم ۵۲۴ هزار و ۹۱۲ واحد و شاخص بازار دوم با ۱۸۷ هزار و ۹۸۴ واحد افزایش به عدد یک میلیون و ۵۷۴ هزار و ۳۱۹ واحد رسیدند که به این ترتیب شاخص بازار اول با ۱۵۸۷ درصد افزایش و شاخص بازار دوم با ۱۳۵۶ درصد افزایش همراه شدند.

ریسک‌های تهدیدکننده معاملات بورس کدامند؟

یک کارشناس بازار سرمایه با تاکید بر رشد پرشتاب این روزهای بورس، رفتار هیجانی موجود در بازار از سوی سرمایه‌گذاران را از جمله ریسک‌های تهدیدکننده بازار سرمایه عنوان کرد. نیما آگاهی در گفت و گو با ایرنا، به ریسک‌های تهدیدکننده معاملات بورس پرداخت و گفت: مشکلات سیستمی در هسته معاملاتی و مشکلات دسترسی کارگزارها از جمله موضوعاتی است که اخیراً ذهنیت فعالان بازار سرمایه را تحت تاثیر قرار داده و نیز سرمایه‌گذاران عام را با مشکل مواجه کرده است. به گفته وی، مسئولان حاضر در بازار سرمایه باید تا قبل از رسیدن به این مرحله و ورود گسترده نقدینگی به بازار سرمایه پیش‌بینی این حجم از ورود نقدینگی به بازار را می‌کردند و برخی از مشکلات احتمالی را برطرف می‌کردند. در چند ماه اخیر روند بازار متفاوت با انتظارات موجود بود و شاهد عکس‌العمل‌های متفاوتی نسبت به برخی از اتفاقات بودیم که این موضوع نشانگر وجود یک رفتار هیجانی در بازار است. این کارشناس بازار سرمایه به تغییر رویکرد بازار سرمایه متناسب با تصمیماتی که دولت برای بازار سرمایه اتخاذ کرده است، اشاره کرد و افزود: در یک ماه گذشته چندین بار رئیس جمهوری و وزیر اقتصاد در مورد عرضه دارایی‌های دولتی در بازار سرمایه سخن گفته‌اند؛ اکنون مهمترین وظیفه سکندر جدید بازار سرمایه هدایت عرضه دارایی‌ها و شرکت‌های دولتی به بازار سرمایه است تا این مسیر با موفقیت به پایان برسد. او به ریسک‌هایی که اکنون در این برهه از زمان معاملات بازار سرمایه را مورد تهدید قرار داده است، تاکید کرد و گفت: یکی از مهمترین ریسک‌هایی که اکنون در بازار با آن مواجه هستیم، تصمیم‌گیری‌های عجولانه برای تغییر برخی از قوانین بازار است که این موضوع می‌تواند بسیار بر دید سرمایه‌گذاران تاثیرگذار باشد.

این کارشناس بازار سرمایه با اشاره به وجود اشتیاق زیاد برای خرید در بازار سرمایه حتی در روزهایی که بازار جهانی به شدت منفی است، اظهار داشت: بخش قابل توجهی از بورس ایران کامودیتی محور است و در چند وقت اخیر به دلیل روند منفی بورس‌های جهانی انتظار می‌رفت که بازار ایران هم از این موضوع تاثیر بپذیرد و روند نزولی را در پیش بگیرد.

چگونه می‌توان آسیب‌های آزادسازی سهام عدالت را کاهش داد؟

مصادیق ناعدالتی در سهام عدالت



بر روی سایت سهام عدالت درخصوص مشمولان، به صورت مداوم در حال تغییر است. برای مثال، براساس اطلاعات مندرج در سامانه سهام عدالت در مردادماه ۱۳۹۸ تعداد مشمولان سهام عدالت بیش از ۶۰ هزار نفر کاهش داشته و از ۴۹۰۲۲۶۰۱۹۳ نفر به ۴۹۰۱۶۲۰۳۲۲ نفر رسیده است. همچنین مشخص است که سازمان خصوصی‌سازی تنها حدود ۶ میلیون نفر را به عنوان دهک‌های اول و دوم درآمدی مشمولانی که دارای تخفیف ۵۰ درصدی در قیمت سهام هستند لحاظ کرده و باقی افراد (حدود ۴۳ میلیون نفر) در دهک‌های دوم تا ششم قرار گرفته‌اند. نکته‌ای که در این خصوص باید مورد توجه قرار گیرد این است که براساس قانون، مقرر شد شش دهک پایین درآمدی در طرح سهام عدالت وارد شوند که با لحاظ جمعیت ۸۰ میلیون نفری حدود ۴۸ میلیون نفر باید مشمول سهام عدالت باشند و دو دهک پایین درآمدی نیز باید حدود ۱۶ میلیون نفر باشد که در فرآیند نهایی کردن مشمولان، تنها حدود ۶ میلیون نفر به عنوان دهک‌های اول و دوم درآمدی لحاظ شده‌اند. البته این موضوع الزاماً به این معنا نیست که به ۱۰ میلیون نفر از جمعیت دو دهک پایین درآمدی (تفاوت میان ۱۶ میلیون نفر جمعیت دهک پایین و ۶ میلیون نفر لحاظ شده در طرح سهام عدالت) این سهام تعلق نگرفته است، بلکه این امکان وجود دارد که گروه‌هایی از آنها جز ۴۳ میلیون نفر باقی مانده لحاظ شده باشند. به عبارت دیگر، گروه‌هایی از این افراد سهام عدالت را دریافت کرده، اما از تخفیف ۵۰ درصدی در نظر گرفته شده برای دو دهک پایین بهره‌مند نشده‌اند. بنابراین با توجه به عدم برنامه‌ریزی صحیح عملیاتی و عدم به کارگیری یک روش علمی برای شناسایی مشمولان و همچنین قصور احتمالی برخی مراجع ذی ربط در امر شناسایی و نهایی کردن ثبت نام افراد، این امکان وجود دارد که مشمولان شناسایی شده تاکنون، شش دهک درآمدی را به طور کامل پوشش ندهند و افرادی با دهک‌های بالاتر درآمدی، در توزیع سهام عدالت وارد شده باشند. بر این اساس، در صورت آزادسازی سهام عدالت، بروز برخی نارضایتی‌ها (به دلیل ارزش بالای حال حاضر سهام) محتمل خواهد بود.

متولدین جدید؛ چالش جدید سهام عدالت

همچنین دولت هیچ برنامه‌ای برای متولدین جدید که مشمول دریافت سهام عدالت هستند، ارائه نکرده است و متولدین جدید در هر طبقه‌ای که قرار گیرند، مشمول دریافت سهام عدالت نخواهند بود. این موضوع در لایحه پیشنهادی ساماندهی توزیع سهام عدالت نیز مسکوت است و در لایحه مزبور تنها عنوان شده است که روش و چگونگی شناسایی و ثبت نام افراد جدید و نحوه برخورداری آنها از سهام عدالت، به آیین‌نامه اجرایی موکول می‌شود. دولت باید قبل

فرصت امروز؛ نهاد پژوهشی مجلس در گزارش تازه خود به آسیب‌شناسی آزادسازی سهام عدالت پرداخت و مصادیق ناعدالتی در سهام عدالت را برشمرد. مرکز پژوهش‌ها همچنین درخصوص آزادسازی سهام عدالت براساس مدل ارائه شده در لایحه ساماندهی سهام عدالت، معتقد است که روش آزادسازی سهام عدالت از طریق صندوق‌های سرمایه‌گذاری قابل معامله (ETF) آسیب‌های زیادی را به همراه دارد. به اعتقاد بازوی کارشناسی مجلس، دولت باید قبل از آزادسازی سهام عدالت، تدبیری برای دهک‌های پایین درآمدی که مشمول سهام عدالت نیستند و فرزندان تازه متولدشده مشمولین بیندیشد. سهام عدالت، از اقداماتی است که در راستای عمل به اصل ۴۴ قانون اساسی و گسترش مالکیت عموم مردم در شرکت‌های دولتی در سال ۱۸۴۱ اجرای شد، اما نحوه شناسایی مشمولین و به روزرسانی آن، باعث انتقادهایی به این طرح شده است. توجه به دهک‌های جمعیتی به جای دهک‌های درآمدی و عدم پویایی مشمولین، از جمله نقدها و ایراداتی است که نوعی ناعدالتی را در طرح سهام عدالت قرار داده است.

افراد متمکن فراوانی در مشمولین سهم عدالت که جمعاً به حدود ۵۰ میلیون نفر می‌رسد حضور دارند و در طرف دیگر، مشمولین مستحق فراوانی هستند که به دلیل ناقص بودن سازوکار شناسایی و پویا نبودن آن از تصاحب سهام عدالت کنار گذاشته شدند. این موضوع باعث شده هر نوع تصمیم درباره آزادسازی این سهام به دلیل احساس تبعیض شدید در قشر جامانده با اما و اگر مواجه باشد.

چه افرادی مشمول سهام عدالت شدند؟

به گفته مرکز پژوهش‌ها، علی رغم صراحت قانون اجرای سیاست‌های کلی اصل چهل و چهارم در شناسایی علمی شش دهک پایین درآمدی به عنوان مشمولان توزیع سهام عدالت، آنچه که در اجرا اتفاق افتاد وارد کردن اقشار مختلف در طرح به جای دهک‌های درآمدی بود. در واقع به جای آنکه دهک‌های درآمدی مدنظر قرار گیرند، دهک‌های جمعیتی به عنوان مشمول شناسایی شده‌اند.

شناسایی مشمولان در قالب مصوبات ستاد مرکزی سهام عدالت، انجام پذیرفت. مشمولان مرحله اول را که حدود چهار و نیم میلیون نفر بودند، عمدتاً افراد نیازمند مشمول طرح شهید رجایی، مددجویان کمیته امداد امام خمینی و افراد تحت حمایت سازمان بهزیستی کل کشور تشکیل می‌دادند. حدود ۳ میلیون نفر نیز به عنوان تکمیلی مشمولان مرحله اول شناسایی شده که در مجموع هفت و نیم میلیون نفر به عنوان مشمولان مرحله اول نهایی شدند.

مشمولان مرحله دوم، روستاییان و عشایر فاقد شغل و درآمد ثابتی بودند که در ابتدا مقرر شد تنها ۳۰ درصد از روستاییان و عشایر مناطق کمتر توسعه یافته و ۲۵ درصد از خانوارهای روستایی و عشایر سایر مناطق مشمول توزیع سهام عدالت باشند، اما در تکمیل مشمولان این مرحله، در نهایت همه روستاییان و عشایر به عنوان مشمولان سهام عدالت معرفی شده و در مجموع حدود ۱۷ میلیون مشمول برای مرحله دوم شناسایی شده‌اند. به همین ترتیب و طی مصوبات مختلف ستاد مرکزی سهام عدالت، مشمولان سهام عدالت در ۱۸ مرحله شناسایی شده‌اند که در حال حاضر تعداد مشمولان در سامانه سهام عدالت ۴۹۰۲۲۶۰۱۹۳ نفر هستند.

تناقض‌ها در مورد مشمولین سهام عدالت

نکته قابل توجه این است که بین اطلاعات ارائه‌شده در سایت سازمان خصوصی‌سازی در رابطه با مشمولان در پایان سال ۱۳۹۳ و اطلاعات ارائه شده پس از راهاندازی سامانه و نهایی کردن مشمولین، تفاوت‌های عمده‌ای وجود دارد. تا پایان سال ۱۳۹۳ مبتنی بر اطلاعات سایت سازمان خصوصی‌سازی، تعداد ثبت نام شدگان نهایی حدود ۴۶ میلیون نفر است.

در اطلاعات مشمولان سهام عدالت پس از راهاندازی سامانه در آذرماه ۱۳۹۷ نکاتی وجود دارد. اولاً سال اقدام برای شناسایی مشمولان حذف شده و ثانیاً حدود ۴۹ میلیون نفر به عنوان مشمولان نهایی سهام عدالت در سامانه ثبت شده‌اند. شایان ذکر است که اطلاعات منتشر شده

از عزم برای آزادسازی سهام عدالت، با تعریف دقیق دایره مشمولان، نحوه ورود به این دایره و خروج از آن، فکری برای دهک‌های پایین درآمدی که مشمول سهام عدالت نیستند و متوفیان و متولدین آنها بکند. در غیر این صورت تبعیض، ناعدالتی و به دنبال آن نارضایتی‌های اجتماعی دامان این اقدام شایسته را خواهد گرفت و خطرات تلخی را مانند اصلاح قیمت بنزین در اذهان باقی خواهد گذاشت، بنابراین دولت باید طوری برنامه‌ریزی کند که ضمن تأمین مقدمات لازم برای آزادسازی سهام عدالت، پوشش این افراد را با واگذاری شرکت‌های بیشتری در بورس تأمین کند که فواید آن به صورت کامل به مردم برسد.

مرکز پژوهش‌ها همچنین درخصوص پرتفوی سهام عدالت تصریح می‌کند که تکلیف قانونگذار درخصوص واگذاری شرکت‌های گروه ۲ ماده (۲) قانون اجرای سیاست‌های کلی اصل چهل‌وپهارم (۴۴) قانون اساسی رعایت نشده است و سهام برخی از شرکت‌های گروه ۱ نیز در پرتفوی سهام عدالت وجود دارد. همچنین از ۴۹ شرکت موجود در پرتفوی سهام عدالت، ۱۴ شرکت غیربورسی هستند و در لایحه سهام عدالت، درخصوص شرکت‌های مذکور و جایگزینی آنها با سهام بورسی شرکت‌های در اختیار دولت، به‌طوری که امکان معامله سهام آنها در بازار بورس فراهم باشد، تصمیمی اتخاذ نشده است.

آگهی مناقصه خرید انواع کارت‌ن بسته بندی

(درب و بدنه) به تعداد ۲۳۳/۰۰۰ عدد

بشماره فراخوان: ۲۰۹۹۰۰۱۰۶۵۰۰۰۰۰۴

شرکت سهامی چاپخانه دولتی ایران در نظر دارد خرید انواع کارت‌ن بسته بندی (درب و بدنه) به تعداد

۲۳۳/۰۰۰ عدد را از طریق مناقصه عمومی خریداری نماید. لذا شرکت کنندگان در مناقصه باید ابتدا اسناد

مناقصه را از تاریخ ۹۹/۲/۶ تا ساعت ۱۲ مورخ ۹۹/۲/۱۱ از طریق سامانه دولت دریافت و پس از درج

پیشنهاد قیمت و مستندات در سامانه مذکور، پاکت «الف»، «ب» و «ج» را بصورت فیزیکی تا ساعت ۱۲ روز

سه‌شنبه مورخ ۹۹/۲/۲۳ به دبیرخانه شرکت سهامی چاپخانه دولتی ایران تحویل و رسید دریافت نمایند.

(بدیهی است دریافت اسناد مناقصه پس از مهلت قید شده مقدور نمی‌باشد) ضمناً مبلغ تضمین شرکت در

مناقصه ۰۰۰/۰۰۰/۶۲۵ ریال می‌باشد که می‌بایست با ارائه اصل ضمانتنامه بانکی در پاکت «الف» ارسال گردد.

کلیه مراحل برگزاری مناقصه شامل دریافت اسناد مناقصه تا ارائه پیشنهاد قیمت مناقصه گران و بازگشایی

پاکت از طریق درگاه سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) به آدرس www.setadiran.ir انجام

خواهد شد و لازم است مناقصه گران در صورت عدم عضویت قبلی، مراحل ثبت نام در سایت مذکور و

دریافت گواهی امضای الکترونیکی را جهت شرکت در مناقصه محقق سازند.

اطلاعات تماس سامانه ستاد جهت انجام مراحل عضویت در سامانه: مرکز تماس ۴۱۹۳۴ دقتر ثبت نام:

۸۵۱۹۳۷۶۸ و ۸۸۹۶۹۷۳۷

زمان باز گشایی پاکت ساعت ۹ روز چهارشنبه مورخ ۹۹/۲/۲۴ در اتاق کمیسیون معاملات شرکت سهامی

چاپخانه دولتی ایران می‌باشد.

ضمناً هزینه چاپ آگهی بعهده برنده مناقصه می‌باشد.

آدرس: تهران، میدان امام حسین (ع)، خیابان اقبال لاهوری، جنب پارک خیام، پلاک ۲۹

کدپستی: ۱۵۳۴۷۴۴۱۷۱ تلفن: ۰۷۹۳۳۳۴۹

م.الف: ۱۸۵

شرکت سهامی چاپخانه دولتی ایران

آگهی مناقصه خرید

انواع کارت‌ن بسته بندی

(درب و بدنه) به تعداد

۲۳۳/۰۰۰ عدد

بشماره فراخوان:

۲۰۹۹۰۰۱۰۶۵۰۰۰۰۰۴

شرکت سهامی چاپخانه دولتی ایران

رجوع به صفحه ۵

م.الف: ۱۸۵

اخبار

مشکل تامین مواد ضدعفونی کننده رفع شد

سرپرست معاونت صنایع وزارت صمت از رفع کامل مشکل تامین مواد ضدعفونی و قطع سهمیه الکل واحدهای گران‌فروش خبر داد.

مهدی صادقی نیارکی، سرپرست معاونت صنایع وزارت صمت در گفت‌وگو با باشگاه خبرنگاران جوان، درباره تامین اقلام ضروری ایام کرونا بیان کرد: ستاد ملی مقابله با کرونا مسئولیت دو بخش تامین و لجستیک را به عهده وزارت صمت گذاشت که در همان ابتدا باعث شد جلسات متعددی با ذی‌نفعان این موضوع برگزار کنیم.

او ادامه داد: در حوزه الکل و مواد ضدعفونی‌کننده بازطراحی در زنجیره تامین و توزیع اتفاق افتاد که نتیجه آن وفور محلول ضدعفونی‌کننده و انواع ژل‌ها شد، به طوری که برخی گزارش‌ها حاکی از آن است که داروخانه‌ها تمایلی به دریافت این اقلام نداشته و اعلام موجودی کافی می‌کنند؛ حتی تعدادی از واحدهای تولیدی درخواست صادرات محصولات خود را دارند. این مقام مسئول بیان کرد: از محل تولید روزانه الکل و دیویی که از ماه‌های گذشته وجود داشت حدود ۱۸ میلیون لیتر الکل توزیع شد و به طور متوسط تولید ضدعفونی‌کننده از روزی حدود ۵۰ هزار لیتر به حدود ۴۰۰ هزار لیتر رسید. بسیاری از خطوط موجود در کشور تغییر کاربری دادند و محصول ضدعفونی‌کننده و ژل را تولید کردند.

او گفت: به مرور تولید این اقلام در ۴۰ واحد تمرکز پیدا کرد که از این بین حدود ۱۰ واحد صرفاً وظیفه تامین این اقلام برای مراکز درمانی و بیمارستانی و بقیه شرکت‌ها محصولات لازم برای توزیع در بین مردم را تامین می‌کنند. در همان جلسات مقرر شد که صرفاً ژل‌های تولیدشده، علاوه بر داروخانه‌ها از طریق فروشگاه‌های زنجیره‌ای هم به فروش برسد. صادقی گفت: در هفته اول اسفند به طور چشمگیری با جمله «ماسک و الکل نداریم» مواجه می‌شدیم، اما امروز به راحتی می‌توان این اقلام را تهیه کرد؛ قیمت الکل از همان ابتدا میزان ۱۵ هزار تومان تعیین شد که نتیجه آن ورود سازمان حمایت از مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان و تعیین قیمت رسمی اقلام ضدعفونی‌کننده بود.

او افزود: برخورد با متخلفان از همان ابتدا آغاز شد و الکل موردنیاز تعدادی از واحدهای تولیدکننده که در قیمت‌گذاری مرتکب تخلف شده بودند قطع شد. نتیجه این اقدامات تامین مکفی این اقلام برای مردم بود. سرپرست معاونت صنایع وزارت صمت درباره تامین ماسک و دستکش بیان کرد: قبل از شیوع کرونا حدود ۲ میلیون دستکش در روز تولید می‌شد که این مقدار امروز به بیش از ۴ میلیون و ۵۰۰ هزار جفت در روز رسیده است؛ خود وزارت بهداشت هم در چند ماه گذشته دیوی زیادی از دستکش وارداتی دریافت کرد و بخش زیادی هم از کشتیات سازمان‌های بازرسی به دست آمد. وزارت بهداشت اگر میزان دقیق نیاز خود را اعلام کند می‌توان مابقی تولید را از طریق فروشگاه‌ها و داروخانه‌ها عرضه کرد.

نرخ رسمی انواع نان در ماه رمضان اعلام شد

رئیس اتحادیه نان سنتی نرخ رسمی انواع نان در ماه رمضان را اعلام کرد. بیژن نوروزمقدم، رئیس اتحادیه نان سنتنی در گفت‌وگو با باشگاه خبرنگاران جوان، درباره توزیع نان در ماه مبارک رمضان، گفت: در تهیه و توزیع انواع نان مشکلی وجود ندارد و آرد به موقع بین نانوایان توزیع می‌شود. ماه رمضان ماه برکت خداست و خود نانوایان راضی نیستند که در این ماه افزایش قیمت نداشته باشیم. او بیان کرد: در سال گذشته انواع نرخ نان بعد از پنج سال با توافق انجام شد که مقداری گران شود، امسال از آنجایی که دولت به فکر مردم است نرخ نان را افزایش نداده‌ایم، اما با توجه به برخی مسائل از جمله افزایش دستمزد، افزایش هزینه آب و برق، هزینه کروئایی مانند تهیه دستکش و ماسک که ماهی یک میلیون و ۵۰۰ هزار تومان برای نانوای تمام می‌شود، نانوایان درخواست افزایش هزینه نان دارند. رئیس اتحادیه نان سنتی تشریح کرد: بر این اساس بعد از ماه رمضان درصدی نان گران خواهد شد تا هزینه نانوایان جبران شود. اکنون به دلیل افزایش دستمزد کارگران، برخی از آنها را به زحمت نگه داشته‌ایم.

مقدم درخصوص قیمت انواع نان گفت: قیمت نان لواش و تافتون ۳۰۰ دولتی و ۴۵۰ آزادپز است، همچنین قیمت نان تنوری ۵۵۰ دولتی و ۸۵۰ آزادپز، بربری ساده دولتی هزار و آزادپز هزار و ۵۰۰ تومان، بربری کنججی دولتی هزار و ۵۰۰ و کنججی آزادپز ۲ هزار تومان، سنگک دولتی ساده هزار و ۲۰۰ و هر رو کنجج ۵۰۰ تومان اضافه می‌شود، سنگک آزادپز ساده هزار و ۸۰۰ و هر رو کنجج ۵۰۰ تومان اضافه می‌شود.

او گفت: اکنون کمبود در تهیه و توزیع انواع دستکش و مواد ضدعفونی‌کننده داریم، اما خوشبختانه به دلیل اینکه کرونا در دمای بالا از بین می‌رود نگرانی از وجود ویروس در نان وجود ندارد، اما به دلیل اینکه گفته‌اند استفاده از ماسک و دستکش الزامی است و مواد ضدعفونی‌کننده پیدا نمی‌شود و ممکن است تقلبی باشد، درخواست داریم در این خصوص با ما همکاری کنند تا بتوانیم این کالا را در اختیار نانوایان قرار دهیم.

خرید شیرخام از دامداران کاهش یافت

مدیرعامل اتحادیه دامداران گفت با توجه به گسترش ویروس کرونا تقاضای کارخانه‌های لبنی برای خرید شیرخام از دامداران کاهش یافته است. سعید سلطانی، مدیرعامل اتحادیه دامداران کشور در گفت و گو با باشگاه خبرنگاران جوان، با اشاره به اینکه بازار نهاده‌های دامی در نابسامانی به سر می‌برد، اظهار کرد: با توجه به کمبود شدید ذرت، جو و کنگاله سویا دامداران با مشکلات متعددی دست و پنجه نرم می‌کنند.

وی افزود: در حال حاضر دامداران به دلیل کمبود نهاده‌های دامی ناچارند با قیمت بالاتر از طریق دلالان اقدام به خرید کنند.

سلطانی با انتقاد از این مسئله که جو، سنبلوس، کنگاله سویا و ذرت با نرخ مصوب در اختیار دامداران قرار نمی‌گیرد، بیان کرد: با وجود آنکه کاه، یونجه و ذرت علوفه‌ای ۵۰درصد نهاده موردنیاز دامداران را تشکیل می‌دهد، قیمت آن به شدت در بازار افزایش یافته است به طوری که قیمت هر کیلو کاه از ۴۴۰ تا یک هزار و ۵۰۰ تومان، یونجه بیش از ۳ هزار تومان و ذرت علوفه‌ای ۷۰۰ تومان رسیده است. این مقام مسئول قیمت تمام‌شده هر کیلو شیرخام را ۲ هزار و ۷۰۰ تا ۲ هزار و ۸۰۰ تومان اعلام کرد و گفت: این در حالی است که هر کیلو شیرخام با نرخ ۲ هزار و ۴۰۰ تومان از دامداران خریداری می‌شود. وی ادامه داد: با گسترش ویروس کرونا، کارخانه‌های لبنی ضمن کاهش میزان خرید، پول دامداران را با مدت زمان ۲ تا ۳ ماه پرداخت می‌کنند و از طرفی به سبب کاهش میزان خرید مجبورند چربی شیر را بگیرند و آن را دور بریزند که این امر تاثیر منفی بر تولید دارد. مدیرعامل اتحادیه دامداران ادامه داد: سال گذشته ۱۱ میلیون تن شیرخام در کشور تولید شد که امسال برآورد می‌شود تا پایان سال تولید به ۱۱.۵ میلیون تن برسد.

مدرس خیابانی گفت ثبت سفارش هر کالایی که مشابه تولید داخلی دارد، ممنوع می‌شود.

به گزارش باشگاه خبرنگاران جوان، حسین مدرس خیابانی قائم مقام وزیر صنعت، معدن و تجارت روز چهارشنبه در جلسه کارگروه توسعه صادرات با بیان اینکه صادرات راه نجات کشور است، گفت: اگر قرار بود که امروز با شرایطی که پیش روی قیمت نفت به دلیل شیوع ویروس کرونا و کاهش تقاضا برای خرید نفت در بازارهای جهانی قرار گرفته است، حتی اجازه داشته باشیم که ۲ میلیون و ۷۰۰ هزار بشکه نفت را بفروشیم که برای آن در بودجه به ازای هر بشکه ۵۰ دلار در نظر گرفته شده است، آنگاه با نرخ یک دلاری کنونی قیمت نفت در داخل کشور، به طور قطع، توانایی اداره نیازهای ارزی کشور را نداشتیم.

وی افزود: اقتصاد ایران به سمت جداشدن از درآمدهای نفتی پیش رفته است؛ ضمن اینکه از سال ۹۷ که خروج آمریکا از برجام صورت گرفت، تمرین‌های زیادی انجام شد تا اتکای تامین نیازهای کشور به درآمدهای صادراتی بیشتر شود. موضوع صادرات غیرنفتی، امروز دیگر یک انتخاب و یک کار تشریفاتی نیست، بلکه یک اجبار به شمار می‌رود.

قائم مقام وزیر صنعت، معدن و تجارت افزود: امروز پاسه‌نامه اشیل کشور، تامین نیازهای ارزی است و حتی جهش تولیدی که رهبر معظم انقلاب به عنوان راهبرد اقتصاد ایران در امسال اعلام کرده‌اند نیز به صادرات گره خورده؛ این در حالی است که صادرات آنقدر اهمیت دارد که دولت بدون صادرات غیرنفتی، نمی‌تواند تولید

و تجارت کشور را مدیریت کند. وی تصریح کرد: در جلسه اخیری که با معاون اول رئیس جمهوری در حوزه صادرات برگزار شده، تاکید زیادی بر این امر صورت گرفته که سازمان توسعه تجارت ایران، متولی صادرات کشور است و در عین حال اعلام کرده‌اند که جلسات کارشناسی کارگروه توسعه صادرات به منظور پشتیبانی از جلسات شورای عالی صادرات برگزار شود. معاون اول رئیس جمهوری قول داد که در اردیبهشت ماه، یک جلسه شورای عالی صادرات برگزار شود.

مدرس خیابانی با اشاره به تنوع موجود در کالاها و بازارهای صادراتی ایران گفت: هر ماه باید گزارش داد که میزان صادرات هر یک از گروه‌های کالایی در کنار میانگین ارزش صادراتی آنها، تعداد کالاها و بنگاه‌هایی که این صادرات را به ثمر رسانده‌اند، چقدر بوده است.

وی ادامه داد: منابع مالی در شرکت‌های پتروشیمی، فولاد و مس به اندازه‌ای است که آنها بتوانند خود را بگردانند و طرح‌های توسعه‌ای خود را به ثمر برسانند، اما باید از محل وام‌های صادراتی در نظر گرفته شده، بنگاه‌های کوچک و متوسط را حمایت کرد.

مدرس خیابانی گفت: یکی از مراکز تامین نهاده‌های دامی ایران مثل ذرت و جو و یا حتی گندم، کشورهای اوراسیا مثل روسیه و قزاقستان است که ربطی به تفاهم‌نامه اوراسیا ندارد، بلکه صادرات ما به کشورهای اوراسیا بسیار بیشتر شده است.

قائم مقام وزیر صنعت، معدن و تجارت ادامه داد: باید تلاش کرد که فراهم آوردن

برنج‌های وارداتی معطل تخصیص ارز در گمرک

نیمی از آن در بازار توزیع و نیمی دیگر در بنادر موجود است که دولت باید کمک تا ارز موردنیاز تامین شود و مشکلی در بازار پیش نیاید. کشاورز ادامه داد: علی‌رغم آنکه دولت موافق تخصیص ارز به واردات برنج است، اما بانک مرکزی زیربار تخصیص ارز نمی‌رود. دبیر انجمن تولیدکنندگان برنج با تاکید بر ترخیص هرچه سریع برنج‌های وارداتی بیان کرد: با گسترش ویروس کرونا را به کالاهای صادرات کالا به دلیل تعطیلی کارخانه‌ها و ذخیره‌سازی برنج موردنیاز کشور پیش می‌آید که تعلل در واردات عرضه، برنج با قیمت‌های بالا در

بازار داغ خرید لوازم ورزشی خانگی در سایه کرونا

دمبل و وزنه گران شد

ندارند، اما افراد حرفه‌ای‌تر نیاز به تجهیزات دارند، از این رو بازار وسایل ورزشی مانند دمبل رونق گرفت. در واقع افزایش تقاضا باعث افزایش قیمت دمبل و وزنه شد البته مواد اولیه هم مقداری افزایش یافت اما مقداری هم فروشندگان بی‌انصافی کردند و قیمت را بیش از حد افزایش دادند!

رئیس اتحادیه فروشندگان لوازم ورزشی تشریح کرد: تقاضای لوازم ورزشی در وزنه، دمبل و دستگاه‌های کششی افزایش یافت و تنها این وسایل ورزشی گران شده است. اکنون برخی از فروشندگان وسایل ورزشی و کشش‌های ورزشی از وضعیت فروششان راضی نیستند و هیچ درآمدی ندارند. حق پرست ادامه داد: از اول اردیبهشت که پاساژها و مغازه‌ها فعالیت خود را آغاز کردند، مقداری خرید و فروش وجود دارد، اما این خرید و فروش تنها در بازار لوازمی چون دمبل و دستگاه‌های کششی است. به دلیل اینکه وسایل دیگر جزو الزامات در ورزش نیست تقاضا ندارند.

رئیس اتحادیه فروشندگان ورزشی تصریح کرد: مواد اولیه دمبل مانند چدن، میهگرد و پلاستیک در کشور وجود دارد و مشکلی در تهیه این مواد نیست اما چون چدن از فولاد است و فولاد مقداری گران شده است، به این دلیل

مراکز لجستیک تجاری را به عنوان یک کار زیربنایی و اصولی برای صادرات کشور پیش برده؛ این در حالی است که زیرساخت‌های تجاری در بندر چابهار و سایر بنادر کشور بی‌نظیر است.

مدرس خیابانی با اشاره به برنامه‌ای که وزارت امور خارجه در حوزه افزایش صادرات و اقتصاد ارائه داده است، گفت: در حوزه رایزنان بازرگانی نیز وزارت امور خارجه دستورالعمل مشخصی صادر کرده که باید دید میزان موفقیت سفارتخانه‌ها در این رابطه چقدر بوده و چه اقداماتی انجام شده است.

وی خواستار تدوین برنامه‌ای مشخص از سوی اتاق بازرگانی ایران برای توسعه و رونق صادرات شد و گفت: الزامات نباید به اهداف گره زده شود، پس اتاق بازرگانی باید مشارکت جدی در حوزه تدوین برنامه داشته باشد نه اینکه صرفا مطالبه‌گر باشد.

مدرس خیابانی افزود: استقرار نمایندگان تام‌الاختیار تجاری همچنان مغفول مانده است؛ این در حالی است که اتاق بازرگانی نیز قول داده بود که در حوزه معرفی نمایندگان تام‌الاختیار تجاری وارد عمل شود؛ در حالی که این اتفاق رخ نداده است و در عین حال، ایمیدرو و ایدرو نیز هنوز اقدامی در این حوزه انجام نداده‌اند.

مدرس خیابانی گفت: اتاق بازرگانی مشترک ایران و روسیه و سایر کشورهای اوراسیا باید وارد عمل شده تا بتوان در این کشورهای عضو اوراسیا، دفاتر تجاری داشته باشیم.

برنج‌های وارداتی معطل تخصیص ارز در گمرک

بازار را به همراه خواهد داشت.

به گفته این مقام مسئول، اگر تمهیداتی برای ترخیص برنج‌های وارداتی اندیشیده شود، مشکلی در تامین برنج‌های وارداتی نخواهیم داشت.

دبیر انجمن واردکنندگان برنج در پایان حداقل مصرف برنج در ماه رمضان را ۲۰۰ هزار تن اعلام کرد و گفت: با توجه به کمبود عرضه، فروشندگان با نرخ‌های متفاوت اقدام به عرضه برنج در بازار می‌کنند به طوری که قیمت با مصوبه ستاد تنظیم بازار ۵۰درصد اختلاف دارد.

بازار را به همراه هستیم اما این افزایش نباید غیرمعتول باشد و قطعا با فروشندگان متخلف برخورد خواهیم کرد.

او گفت: هم‌اکنون وزنه یک کیلویی ۷ هزار تومانی، ۱۴ تومان شده است که این افزایش غیرمعتول است. بحث فولاد در تهیه وزنه مطرح است که اگر این محصول را به تولیدکنندگان بدهند شاهد کاهش قیمت این کالا خواهیم بود. حق‌پرست با تاکید بر اینکه برندهای خارجی در بازار، مشتری‌های خود را دارد، تصریح کرد: زمانی که این برندها در بازار نباشد این مشتریان مجبورند جنس‌های خود را از طرق دیگر خریداری کنند. رئیس اتحادیه فروشندگان ورزشی با تاکید بر اینکه برخی از واحدهای داخلی در زمینه تولید پوشاک در کشور فعال هستند، اما باید کیفیت محصول را افزایش دهند، گفت: ورزشکاران به دلیل اینکه حین ورزش، عرق می‌کنند باید از وسایل کاملاًنخ پنبه استفاده کنند. این پوشاک باید دارای کیفیت قابل توجهی باشد که برای تحقق این مهم، نیاز به واردات پارچه است که متأسفانه تأمین مواد اولیه در کشور به سختی انجام می‌شود.



آغاز به کار فعالیت مراکز شماره‌گذاری خودرو از امروز

مراکز شماره‌گذاری خودرو و آموزشگاه‌های رانندگی از امروز (شنبه ۶ اردیبهشت در مازندران) فعالیت خود را از سر می‌گیرند. به گزارش باشگاه خبرنگاران جوان از ساری، سرهنگ مهدی باقری رئیس پلیس راهور مازندران گفت: مراکز شماره‌گذاری و آموزشگاه‌های رانندگی از شنبه ۶ اردیبهشت ماه کار خود را با رعایت پروتکل‌های بهداشتی مصوب ستاد مقابله با کرونا دوباره آغاز می‌کنند. او افزود: برای رعایت فاصله‌گذاری اجتماعی مالکان خودروهای با رقم پلاک زوج ۲، ۴، ۶ و ۸ در روزهای زوج و مالکان خودروهای دارای عدد فرد در روزهای فرد به مراکز شماره‌گذاری مراجعه کنند. رئیس پلیس راهور مازندران از مالکان و خریداران خودرو خواست هنگام مراجعه به این مراکز علاوه بر همراه داشتن مدارک شخصی، اقلام بهداشتی همانند ماسک، دستکش و نوشت‌افزارهای شخصی نیز همراه داشته باشند. سرهنگ باقری ادامه داد: نحوه رعایت پروتکل‌های بهداشتی در آموزشگاه‌های رانندگی هم توسط گروه‌های نظارتی پلیس راهنمایی و رانندگی به طور مستمر رصد خواهد شد.

کرونا، هیوندای موتورز را از پا انداخت

شرکت خودروسازی هیوندای موتورز با انتشار گزارش مالی سه ماهه نخست در سال جاری میلادی اعلام کرد که سود خالص آن تحت تاثیر شیوع گسترده ویروس کرونا و افت شدید تقاضا در بازارهای جهانی ۴۴درصد کاهش یافته است. به گزارش پایگاه خبری «عصر خودرو» به نقل از ایسنا، هیوندای موتورز که بدون شک یکی از بزرگ‌ترین خودروسازان کره جنوبی و جهان به شمار می‌رود، روز پنجشنبه گزارش مالی سه ماهه نخست سال ۲۰۲۰ میلادی را منتشر کرد که نشان می‌دهد سود خالص این شرکت تحت تاثیر شروع گسترده ویروس کرونا و افت شدید تقاضا در بازارهای جهانی ۴۴درصد کاهش به پایین‌ترین میزان در یک دهه گذشته رسیده است. طبق گزارشی که در رویترز آمده است، سود خالص هیوندای موتورز در سه ماهه منتهی به مارس ۲۰۲۰ میلادی، ۴۶۳ میلیارد وون معادل ۳۷۶ میلیون دلار بوده که از متوسط پیش‌بینی‌های تحلیلگران فعال در بازار خودرو نیز ۶۰۷ میلیارد وون بسیار کمتر گزارش شده است. سود عملیاتی این شرکت نیز با ۵درصد کاهش نسبت به مدت مشابه سال گذشته به ۸۶۴ میلیارد وون رسیده و درآمذایی آن نیز ۶درصد کاهش یافته است. هیوندای موتورز با انتشار بیانیه‌ای برآورد و اعلام کرده است که روند نزولی سودآوری این خودروساز در سه ماهه دوم سال جاری میلادی نیز همچنان تحت تاثیر همه‌گیری و شیوع گسترده ویروس کرونا تداوم پیدا خواهد کرد.

تویوتا به دنبال ازسرگیری تولید خودرو در آمریکا از ماه مه

شرکت خودروسازی تویوتای ژاپن اعلام کرد انتظار دارد بتوانند از روز ۴ مه به صورت تدریجی تولید خود در آمریکا را از سر گیرد. به گزارش خبرنگار اقتصاد بین‌الملل خبرگزاری فارس، شرکت خودروسازی تویوتای ژاپن اعلام کرد: انتظار می‌رود بتواند از روز ۴ مه یعنی حدود ۱۰ روز دیگر به صورت تدریجی تولید خود در آمریکا را از سر گیرد. این شرکت همچنین اعلام کرد: به خاطر شیوع ویروس کرونا قصد دارد اقدامات بهداشتی جدیدی را در خطوط تولید خود اعمال کند. شرکت خودروسازی تویوتا ژاپن از ماه مارس تولید خود در آمریکا را به خاطر شیوع شدید کرونا در آمریکا متوقف کرده بود. تویوتا اعلام کرده است که برای ماه آینده تولیدی نسبتاً پایینی خواهد داشت یا از طرف دیگر هنوز مشخص نیست که صنعت خودروسازی چه زمان اجازه خواهد یافت که تولید خود در مکزیک را از سر گیرد. شرکت تویوتا قصد دارد با آغاز تولید از تمام کارگران و کارمندان خود تست سنجش دمای بدن گرفته، تجهیزات بهداشتی در اختیار آنها قرار داده، استفاده غیرضرور از آسانسور را متوقف کرده و برای ثبت ورود و خروج کارمندان نیز از تجهیزات غیرلمسی استفاده کند. کریس رینولز، مدیر بخش آمریکای شمالی تویوتاموتورز می‌گوید: در آینده نزدیک هیچ چشم‌اندازی برای بازگشت اوضاع به شرایط عادی وجود ندارد. وی گفت: انتظار می‌رود تولید خودرو برای تأمین تقاضای مشتریان در ماه مه افزایش یابد.

کرونا تا چه زمانی بازار خودرو را در رکود نگه می‌دارد؟

با وجود شروع فعالیت نمایشگاه‌های خودرو، اما همچنان بازار خودرو در رکود عمیق به‌سر می‌برد و بنا به گفته فعالان بازار، هیچ تقاضایی برای خرید خودرو وجود ندارد و تا زمانی که کرونا ریشه‌کن نشود، این شرایط ادامه خواهد داشت. به گزارش پایگاه خبری «عصر خودرو» به نقل از خبرنگارآنلاین، با وجود اینکه چند روزی از اجازه فعالیت نمایشگاه‌های خودرو از سوی ستاد ملی مقابله با کرونا می‌گذرد، اما همچنان بازار خودرو خلوت به‌نظر می‌رسد. اطوری که فعالان بازار پیش‌بینی می‌کنند، این شرایط احتمالاً تا یک ماه آینده به دلیل ایام ماه مبارک رمضان ادامه خواهد داشت. آنها عنوان می‌کنند با توجه به اینکه همچنان مراکز شماره‌گذاری خودرو امکان فعالیت پیدا نکرده‌اند، بازار خودرو به‌طور رسمی کار خود را آغاز نکرده و زمان آغاز به کار رسمی و کامل، منوط به بازگشایی مراکز شماره‌گذاری و تکمیل حلقه روند قانونی معاملات خواهد بود. اما رکود در بازار خودرو در شرایطی است که در ابتدای آغاز به کار بازار خودرو، قیمت‌ها در مسیر صعودی حرکت می‌کرد، اما بلافاصله روند صعودی قیمت‌ها متوقف و کاهشی شد. بررسی قیمت خودروهای داخلی، حاکی از افت دو تا سه درصدی قیمت‌ها نسبت به روز آغازین هفته جاری است. برخی فعالان بازار خودروی پایتخت معتقدند افزایش قیمت‌هایی که در بازار شاهد بودیم، به دلیل فروش تعدادی خودرو به صورت کارت‌تکسی از سوی برخی نمایندگان‌های ایران خودرو به افرادی بود که در ۱۸ ماه اخیر در سامانه این شرکت ثبت‌نام نکرده بودند. بررسی قیمت‌ها در بازار خودرو نشان می‌دهد که قیمت پراید ۱۱۱ به ۶۷ میلیون تومان، پراید ۱۳۱ به ۶۴۵ میلیون تومان، پراید ۱۵۱ (وات پراید) ۷۰ میلیون تومان، تیبیا ۲ به ۸۵ میلیون تومان، تیبیا صندوقدار به ۷۵ میلیون تومان و ساینا ۸۲ میلیون تومان رسیده است. همچنین در دستگاه سمند ال ایکس ۱۰۷۵ میلیون تومان، سمند ای۷ف دوگانه‌سوز ۱۳۵ میلیون تومان، پژو ۴۰۵ جی‌ال ایکس ۱۰۵۵ میلیون تومان، پژو ۴۰۵ دوگانه‌سوز ۱۸۱ میلیون تومان، پژو پارس ۱۳۴ میلیون تومان، پژو ۲۰۶ تیپ ۲ حدود ۱۱۵ میلیون تومان، پژو۲۰۶ تیپ ۵ حدود ۱۲۷ میلیون تومان، پژو ۲۰۶ وی۸ حدود ۱۴۴ میلیون تومان و رانا ۱۰۵ میلیون تومان قیمت‌گذاری شد.



ظرفیت داخلی‌سازی و ظرفیت‌سازی برای تأمین قطعات بحرانی ادامه خواهد داشت. گروه صنعتی ایران خودرو در صدد است تا مواد اولیه، قطعات و مجموعه‌ها را از منابع داخلی و با خارجی با رعایت الزامات کیفی و با قیمت عادلانه تأمین کند. در بخشی از قطعات که از منابع خارجی تأمین می‌شود با به کار بردن شیوه‌ها و راهکارهایی به دنبال حذف واسطه‌ها، تسهیل و تسریع فرآیند تأمین است. تأمین نیازمندی‌های حوزه خدمات پس از فروش و تزریق کالا و خدمات برای ارائه خدمات مناسب و درخور مشتریان از جمله برنامه‌ها و رویکردهای مهم ایران خودرو در سال جاری است.

خدمات پس از فروش در سال جهش تولید متناسب با میزان تولید و با استفاده و بهره‌مندی از ابزارهای نوین در این حوزه دنبال خواهد شد.

جهش در حوزه خدمات نیز در گروه صنعتی ایران خودرو هدف‌گذاری شده و بر همین مبنا تأمین قطعات مناسب و باکیفیت با قیمت اقتصادی برای توسعه بازار این بخش حائز اهمیت است.

جهش در تولید

گروه صنعتی ایران خودرو تولید و عرضه دست کم ۵۰۰ هزار دستگاه خودرو را در سال جدید هدف‌گذاری کرده است. در این میان اضافه شدن خودروهای جدید به سبد محصولات ایران خودرو سبب افزایش تنوع محصولات و به دنبال آن رضایت مشتریان خواهد شد. در طراحی و توسعه محصولات جدید ایران خودرو از ظرفیت‌های دانشگاه و شرکت‌های دانش‌بنیان نیز استفاده خواهد شد. پیشبرد پروژه‌های توسعه محصولات در چارچوب برنامه‌های مصوب و همچنین تجمیع فعالیت‌های تحقیق و توسعه در گروه صنعتی ایران خودرو با هدف افزایش بهره‌وری نیز در دستور کار این خودروساز قرار دارد.

یکنواخت و مستمر در سه ماهه نخست امسال تعهدات معوق را به روز کرده و خودروها را تحویل مشتریان دهد.

دستیابی به تولید روزانه بیش از ۲هزار دستگاه در روزهای ابتدای سال کاری ۹۹، نوبدبخش بهبود تولید در این خودروسازی و تسریع در فرآیند تحویل محصولات است.

جهش در صادرات، تحریک تقاضای داخلی و صادراتی، کاهش ماندگاری خودروها و تسریع در فرآیند لجستیک بخشی از رویکردهای ایران خودرو در شتاب بخشیدن به تحویل است.

جهاد خودکفایی

نهضت داخلی‌سازی تولید از سال گذشته در ایران خودرو قوت گرفت، کاهش ارزیابی را تعمیق و توسعه ساخت داخل و اجرای پروژه‌های بهبود در مجموع ۱۳۲ میلیون یورو بوده است.

جهاد آغاز شده در سال گذشته، با جدیت بیشتری در سال جاری ادامه خواهد داشت. تسریع در برنامه‌های نهضت داخلی‌سازی با رعایت الزامات کیفی در بخش تأمین از جمله رویکردهای ایران خودرو در راستای تحقق شعار جهش تولید است. این خودروساز از سال گذشته توانسته ضمن تعامل موثر با شرکت‌های دانش‌بنیان و عقد تفاهم‌نامه برای داخلی‌سازی قطعات با تکنولوژی بالا، موفقیت‌هایی را نیز در این زمینه کسب کند. همچنین از ظرفیت‌های تمامی دستگاه‌ها و نهادهای توانمندی برای تأمین قطعات بحرانی بهره جسته و توانسته از مرحله پرچالش و بحرانی تولید عبور کند. مسیری که از سسال گذشته آغاز شده در رابطه با همکاری با دانش‌بنیان‌ها و نهادهای و سازمان‌های توانمند کشور، در سال جاری نیز با افزایش

گروه صنعتی ایران خودرو راهبردهای خود برای تحقق شعار جهش تولید را در سه بخش، جهاد در تأمین، همت در تولید و شتاب در تحویل تدوین کرده و در صدد است تا با ایجاد جهش در همه ابعاد توسعه‌ای، شعار سال به طور کامل عملیاتی و اجرایی شود.

به گزارش پایگاه خبری تحلیلی «میهن صنعت»، همانطور که گروه صنعتی ایران خودرو در سال گذشته در میان انبوه چالش‌ها در زنجیره تأمین و تولید خودرو در کشور توانست رونق را به ویژه در نیمه دوم این سال به خطوط تولید بازگردانده و کسری تولید نیمه نخست آن را جبران کند، در سال جاری نیز با برنامه‌ریزی دقیق به دنبال تحقق «جهش» در تولید است.

این خودروساز بزرگ کشور با تأمین نقدینگی و ارز موردنیاز، تأمین مواد اولیه، قطعات و مجموعه‌ها با کیفیت مناسب در زمانبندی مشخص و تولید بدون کسری و با قیمت عادلانه و همچنین تأمین خدمات پس از فروش متناسب با نیاز مشتری، جهادی را در بخش تأمین خود ایجاد خواهد کرد.

همچنین، گروه صنعتی ایران خودرو در سال جاری با ارتقای بهره‌وری در تمامی زمینه‌ها شامل منابع انسانی، سرمایه، انرژی و... برنامه‌های جهشی تولید را محقق خواهد کرد.

تحقق برنامه‌های طراحی و توسعه محصولات و همچنین ارتقای کیفیت محصولات تولیدشده بخشی از همت صنعتگران ایران خودرو در بخش تولید سال جاری است.

یکی از دغدغه‌های اصلی این خودروساز انجام تعهدات معوق و تحویل خودروها به مالکان و مشتریان است. بخشی از تعهدات سسال گذشته به مشتریان به سال جاری منتقل شده است. ایران خودرو به دنبال این است که با دستیابی به تولید

تعطیلی ۹۰درصدی کامیون‌های حمل کالای درون‌شهری به دلیل کرونا

کامیون و هشت کارگر و راننده است و مجموعاً حدود ۷ هزار کامیون در سطح استان تهران زیر نظر این اتحادیه در حال فعالیت هستند.

وی درخصوص فعالیت اعضای این اتحادیه گفت: فعالیت کامیون‌های این بخش مربوط به جابه‌جایی اثاثیه منزل و کالاهای تجاری از جمله انتقال میلمان از مراکز تولیدی مبل در تهران به سایر استان‌ها و کشورهای حوزه خلیج فارس و انتقال کالا از گمرکات است. همچنین حمل مرغ از استان تهران به کشورهای مرزی از جمله آذربایجان، ارمنستان و نخجوان نیز از جمله فعالیت‌های تعریف‌شده این اتحادیه است. البته فعالیت این اتحادیه محدود به استان تهران است و تنها در موارد خاصی که گفته شد، می‌توانند فعالیت برون‌شهری داشته باشند.

مالیات نخستین دغدغه همه صنوف است

رئیس این اتحادیه درخصوص درخواست‌های این اتحادیه به دلیل شیوع ویروس کرونا گفت: نخستین موضوع همه اصناف مالیات است زیرا هیچ کار و درآمدی نبوده که بخواهند اظهارنامه مالیاتی تنظیم کنند بنابراین مشکل صنوف به تعویق افتادن اظهارنامه‌های مالیاتی نیست.

وی ادامه داد: یکی دیگر از موضوعات وام‌هایی است برای کمک صنوف در

رئیس اتحادیه حمل و نقل کالای درون‌شهری با اشاره به تعطیلی ۹۰درصدی این صنف به دلیل کرونا، گفت مالیات مهم‌ترین و نخستین دغدغه صنوف آسیب‌دیده است. به گزارش پایگاه خبری «عصر خودرو» به نقل از ایسنا، حسین زندی در خصوص فعالیت کامیونداران در زمان کرونا و مشکلات این صنف، اظهار داشت: همانطور که بیشتر صنوف در این مدت تعطیل بودند و شب عید که فصل کار آنها بود نتوانستند فعالیتی داشته باشند، ما نیز از این امر مستثنی نبودیم. وی گفت: بیشترین فعالیت حمل و نقل درون‌شهری مربوط به ایام قبل از عید و سه ماه تابستان است که امسال در شب عید نتوانستیم فعالیتی داشته باشیم و بالای ۹۰درصد شاغلین این بخش تعطیل بودند و تنها ۱۰درصد، آن هم برای کارهایی که اجباری بود فعالیت داشتند.

رئیس اتحادیه حمل و نقل کالای درون‌شهری گفت جلسات متعددی برای حل مشکلات صنوف مختلف به دلیل شیوع ویروس کرونا برگزار شد، اما اراقمی که برای کمک به آنها در نظر گرفته شده اراقمی است که شاید بخش اندکی از مشکلات و آسیب‌هایی که متوجه صنوف تعطیل شده را پوشش دهد.

فعالیت حدود ۷هزار کامیون در استان تهران

به گفته زندی، هر دفتر زیرمجموعه اتحادیه حداقل دارای چهار دستگاه

عضو کمیسیون عمران مجلس شورای اسلامی بر اختصاص تسهیلات ارزان‌قیمت به رانندگان ناوگان حمل‌ونقل در شرایط شیوع بیماری کرونا تأکید کرد.

محمدمهدی افتخاری در گفت‌وگو با خبرنگار خبر خودرو، درخصوص وضعیت ناوگان حمل‌ونقل برون‌شهری اظهار داشت: شرایط حمل‌ونقل برون‌شهری در حال حاضر با توجه به شرایط شیوع بیماری کرونا، چندان مناسب نیست و رسیدگی به وضعیت افراد شاغل در این ناوگان، نیازمند نگاه ویژه‌ای است.

وی افزود: منبع درآمد بسیاری از رانندگان برون‌شهری، به حمل‌ونقل محدود می‌شود و با توجه به کاهش تردها نسبت به گذشته، دولت می‌بایست برای جبران ضرر و زیان این قشر تدبیر و اقدامات ویژه‌ای به عمل آورد.

نماینده مردم فومن و شفت در مجلس شورای اسلامی یادآور شد: ما در سال‌های گذشته نیز شاهد وقوع چنین حوادثی در فصل‌های مختلف سال بوده‌ایم که با وجود تفاوت در نوع چالش‌ها، با استفاده از تجربیات قبلی از شرایط دشوار عبور کرده‌ایم.

افتخاری درخصوص راهکارهای مناسب برای کمک به رانندگان ناوگان حمل‌ونقلی گفت: در چنین شرایطی ارائه تسهیلات ارزان‌قیمت، با سود کم، بازپرداخت‌هایی با مدت بسیار طولانی، افزایش دستمزدها یا اعطای تسهیلات بلاعوض راهکارهای مناسبی است که می‌تواند در دستور کار قرار بگیرد که در گذشته نیز انجام شده و به نتایج مثبتی منتهی شده است.

وی با تأکید بر لزوم تسریع در ارائه تسهیلات و صرف بیشتر منابع در حوزه

لزوم اختصاص تسهیلات ارزان‌قیمت یا بلاعوض به رانندگان ناوگان حمل‌ونقل

انسانی بیان کرد: مقدمات اجرای این راهکارها را هرچه سریع‌تر فراهم کند زیرا وضعیت بسیاری از این افراد که با مستأجر هستند یا فاقد هرگونه منبع درآمدی، همانند بیماری است که در حال حاضر نیازمند طبیب است؛ لذا راهکارها می‌بایست به موقع و در زمان خودش تسریع یابد.

عضو کمیسیون عمران مجلس شورای اسلامی در پایان درخصوص اختصاص یارانه به رانندگان ناوگان حمل‌ونقل خاطرنشان کرد: در شرایط فعلی، منابع اختصاص یافته برای اعطای یارانه با تأمین نمی‌شود و با تأمین آن با دشواری همراه است بنابراین دولت با کاهش مصرف سوخت، به عنوان یکی از منابع تأمین یارانه، می‌بایست در حال حاضر، فصلی را برای کمک به این افراد اختصاص دهد.



مالکیت فکری با ۹ رویداد گسترش می‌یابد

بحث آموزش در حوزه مالکیت فکری و ثبت اختراع موضوع مهمی برای پژوهشگران، مخترعان و شرکت‌های دانش‌بنیان توسعه فناوری است. در همین راستا نیز کانون پتنت معاونت علمی برنامه‌های آموزشی را برای گسترش این حوزه اجرایی می‌کند. در سه ماه نخست سال جاری ۹ رویداد در برنامه‌های آموزشی کانون قرار گرفته است. در این برنامه‌ها با توجه به شیوع کرونا تمرکز بر روی آموزش از راه دور است و تنها یک دوره به صورت حضوری برگزار می‌شود.در این دوره حضوری با عنوان «هنر مطالعه پتنت» فرصتی برای آشنایی عملی برای مطالعه هرچه بهتر یک پتنت فراهم می‌شود. آشنایی با مالکیت فکری، پتنت‌ابزاری برای حفاظت از فناوری‌های نوآورانه، معرفی کانون پتنت و خدمات آن، جست‌وجوی پتنت، آموزش نحوه ثبت درخواست پتنت در پرتال کانون و آشنایی با معاهده همکاری ثبت اختراع و مزایای آن عناوین برخی از این دوره‌های آموزشی است که به صورت وبینار برگزار می‌شود.

دریچه

کسب‌وکارهای دانش‌بنیان در مجلس یازدهم رونق می‌گیرند

نام‌گذاری سال ۹۹ به نام جهش تولید، تعدادی از منتخبان مجلس یازدهم را بر آن داشته تا گام‌های بزرگ‌تر و مطمئن‌تری در زمینه تحقق اقتصاد دانش‌بنیان بردارند و به رونق و توسعه این اقتصاد کارا شتاب دهند.

به گزارش مرکز ارتباطات و اطلاع‌رسانی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، محسن دهنوی، منتخب مردم تهران در مجلس شورای اسلامی با اشاره به تذکرات مقام معظم رهبری برای شتاب دادن به شکل‌گیری دانش‌بنیان‌ها در کشور، گفت: ظرفیت دانش‌بنیان‌ها در ایران زیاد است و یکی از نمودهای خوب آن در دوران شیوع کرونا بود که همه نیازهای کشور را تولید کردند و هیچ نیازی به واردات نداشتیم. حتی در این دوره سخت توانستیم صادرکننده برخی تولیدات مانند ماسک و ونتیلاتور و کیت‌های تشخیصی به برخی کشورها شویم.

وی افزود: همین توانمندی‌ها تعدادی از منتخبان مجلس یازدهم را مجاب کرد که اقدامات موثرتری در این زمینه داشته باشند و با تشکیل فراکسیون دانش‌بنیان در تلاش هستند تا حرکت رو به جلوی زیست بوم فناوری و نوآوری در کشور را تسریع کنند.

به گفته دهنوی، یکی از سرمایه‌های ایران اسلامی وجود جمعیت عظیم جوانان فارغ‌التحصیل دانشگاهی است که در صورت به‌کارگیری صحیح آنها می‌توان اتفاقات بزرگی را برای کشور رقم زد.

وی همچنین تأکید کرد: اقتصاد کشور به شدت وابسته به نفت بوده و امروز به دلیل شرایط تحریم، فروش نفت دچار نوسانات شدیدی شده است، اثرات مخرب آن نمود پیدا کرده و ضرورت جدایی اقتصاد از نفت را دوچندان کرده است. همان دغدغه‌ای که بارها رهبری بر آن تأکید کرده و راه‌حل آن را در اقتصاد دانش‌بنیان دانسته‌اند.

دهنوی در ادامه بیان کرد: اقتصاد دانش‌بنیان، اقتصادی است که مبتنی بر دانش و خلاقیت بومی جوانان دانش‌جو و فارغ‌التحصیل است و رشد بسیار بالایی آن طی ۱۰ سال اخیر که از تصویب قانون جامع دانش‌بنیان می‌گذرد، اثبات کرده است که می‌تواند نقش جدی در معادلات اقتصادی کشور داشته باشد.

این فعال دانش‌بنیانی در بخش دیگری از سخنان خود، بیان کرد: به اعتقاد بسیاری از کارشناسان سال ۹۹ را که سال جهش تولید است را می‌توان به یکی از سال‌های مهم در جهش اقتصادی کشور تبدیل کرد.

وی افزود: در حال حاضر ۳۰ نفر از منتخبان مجلس در کنار هم جمع شدند و در راستای تحقق گام دوم انقلاب اسلامی اقدام به ایجاد فراکسیون دانش‌بنیان کردند. البته این تعداد با آغاز به کار مجلس قطعاً بیشتر هم خواهد شد.

دهنوی ادامه داد: این فراکسیون به دنبال کاهش واردات اقلام اساسی موردنیاز و جلوگیری از خروج میلیارد‌ها دلار ارز که توان تولید آن در شرکت‌های دانش‌بنیان وجود دارد، است.

به گفته وی، تقویت توان صادراتی کشور از طریق تولید محصولات فناورانه، رفع موانع تولید و تسهیل فعالیت‌های شرکت‌های دانش‌بنیان و ایجاد هماهنگی بین کمیسیون‌های مرتبط با اقتصاد دانش‌بنیان در مجلس از جمله صنایع و معادن، انرژی، بهداشت و درمان، اقتصاد، کشاورزی و محیط زیست، عمران و حقوقی جهت پیگیری ایجاد



وزارت علوم، تحقیقات و فناوری

معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری

کانون پتنت

مرکز ارتباطات و اطلاع‌رسانی

مرکز نوآوری

مرکز رشد

مرکز فناوری

مرکز نوآوری

مرکز نوآوری

مرکز نوآوری

مرکز نوآوری

مرکز نوآوری

مرکز نوآوری

مرکز نوآوری

مرکز نوآوری

مرکز نوآوری

مرکز نوآوری

مرکز نوآوری

مرکز نوآوری

مرکز نوآوری

مرکز نوآوری

مرکز نوآوری

مرکز نوآوری

مرکز نوآوری

مرکز نوآوری

مرکز نوآوری

مرکز نوآوری

مرکز نوآوری

مرکز نوآوری

مرکز نوآوری

مرکز نوآوری

مرکز نوآوری

مرکز نوآوری

مرکز نوآوری

مرکز نوآوری

مرکز نوآوری

مرکز نوآوری

مرکز نوآوری

مرکز نوآوری

مرکز نوآوری

مرکز نوآوری

مرکز نوآوری

مرکز نوآوری

مرکز نوآوری

مرکز نوآوری

مرکز نوآوری

مرکز نوآوری

مرکز نوآوری

مرکز نوآوری

مرکز نوآوری

مرکز نوآوری

مرکز نوآوری

مرکز نوآوری

مرکز نوآوری

مرکز نوآوری

مرکز نوآوری

مرکز نوآوری

مرکز نوآوری

مرکز نوآوری

مرکز نوآوری

مرکز نوآوری

مرکز نوآوری

مرکز نوآوری

مرکز نوآوری

مرکز نوآوری

مرکز نوآوری

مرکز نوآوری

مرکز نوآوری

مرکز نوآوری

مرکز نوآوری

مرکز نوآوری

مرکز نوآوری

مرکز نوآوری

مرکز نوآوری

مرکز نوآوری

مرکز نوآوری

مرکز نوآوری

مرکز نوآوری

مرکز نوآوری

مرکز نوآوری

مرکز نوآوری

مرکز نوآوری

مرکز نوآوری



فیس‌بوک ۷/۵ میلیارد دلار در بزرگ‌ترین

فیس‌بوک با سرمایه‌گذاری ۷/۵ میلیارد دلار در Jio، توانسته است ۹/۹درصد از سهام بزرگ‌ترین اپراتور موبایل هند را از آن خود کند. ظاهراً فیس‌بوک و Jio برنامه‌های بزرگی در سر دارند.

به گزارش زومیت، فیس‌بوک روز گذشته در بیانیه‌ای، از سرمایه‌گذاری عظیم روی بازار هند خبر داد. این شرکت اعلام کرد بیش از ۷/۵ میلیارد دلار در Jio Platforms سرمایه‌گذاری کرده است. Jio Platforms زیرمجموعه فناوری‌محور شرکت کنگلومری و چندملیتی بزرگی با نام Reliance Industries است. اطلاعات رسمی نشان می‌دهند Jio Platforms در حوزه‌های مختلفی نظیر ارائه سرویس پهن‌بند و سرویس‌های موبایلی و فراهم‌سازی بسترهای تجاری برای شرکت‌های دیگر فعالیت می‌کند.

سرمایه‌گذاری ۷/۵ میلیارد دلاری در Jio Platforms، در حدود ۱۰درصد از سهام این شرکت را از آن فیس‌بوک می‌کند. این یعنی از این به‌بعد، فیس‌بوک بزرگ‌ترین سهامدار Jio Platforms در بین سهامدارانی است که کمتر از ۵۰درصد از سهام شرکت را در اختیار دارند و از آنها اصطلاحاً با نام سهامداران Minority یاد می‌شود.

مهم‌ترین فعالیت فیس‌بوک در هند به پیام‌رسان واتساپ مربوط می‌شود. آمار نشان می‌دهد واتساپ میلیون‌ها کاربر در هند دارد و بخش درخور توجهی از کل کاربران این پیام‌رسان را کاربران ساکن در هند تشکیل می‌دهند و برخی مؤسسه‌های پژوهشی مدعی شده‌اند شمار کاربران واتساپ در هند به ۴۰۰ میلیون نفر می‌رسد. در هیچ نقطه دیگری از دنیا، کشوری پیدا نمی‌شود که شمار کاربران واتساپ آن به ۴۰۰ میلیون نفر برسد.

دیوید فیشر، مدیر ارشد بخش درآمد در فیس‌بوک، به همراه آجیت موهان، قائم‌مقام شعبه هند فیس‌بوک، در بیانیه‌ای جدید، می‌گویند یکی از اهداف فیس‌بوک از سرمایه‌گذاری عظیم ۷/۵ میلیارد

خرید تجهیزات آزمایشگاهی با یارانه حمایتی تسهیل شد

دولتی عضو شبکه که در رتبه بالاتر از صد قرار گرفته‌اند، برای خرید همه تجهیزات سطح یک و دو عرضه‌شده، از ۱۰درصد یارانه بیشتر بهره‌مند می‌شوند و مراکز خصوصی عضو شبکه هم که در ۱۰۰رتبه اول شبکه



آزمایشگاهی در سال جاری قرار دارند، بدین ترتیب، مردم خواهند توان بهره‌رحتی و به‌طور یکپارچه محصولات بخرند.

در پی همکاری نزدیک و استفاده از سرویس‌ها، نوعی سرویس شبیه به وی‌چت برای هند خلق «سُپر_اپلیکیشن» (Super-App) یاد می‌کند. اپلیکیشن وی‌چت شرکت تنسنت نفوذ بسبب رسانه‌ها گفته‌اند شمار کاربران چینی وی‌چت به بیش از ۲۰درصد یارانه بیشتر تا سقف ۳۰۰ میلیون ریال می‌شوند.

به گفته وی این طرح حمایتی منجر به توسعه بازار می‌شود و می‌تواند در بازار محصولات دانش‌بنیان بدون ایجاد بار مالی جدید روی دوش بودجه عمومی کشور، تحولات قابل توجهی ایجاد کند.

شبکه آزمایشگاهی فناوری‌های راهبردی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری سال گذشته فراخوانی درباره ارائه یارانه حمایتی خرید تجهیزات آزمایشگاهی منتشر کرد. مدیر شبکه آزمایشگاهی فناوری‌های راهبردی معاونت علمی و فناوری با اعلام ادامه طرح در سال جاری، گفت: این طرح ادامه دارد و متقاضیان می‌توانند از این مزایا بهره‌مند شوند.

به گزارش پایگاه اطلاع‌رسانی بنیاد ملی خبگان، شبکه آزمایشگاهی فناوری‌های راهبردی معاونت علمی و فناوری از سال گذشته با توجه به استقبال مراکز عضو شبکه آزمایشگاهی فناوری‌های راهبردی و با هدف بهره‌مندی بیشتر آنها از حمایت‌های این سازمان، یارانه خرید تجهیزات آزمایشگاهی از نمایشگاه را بیشتر کرد.

در این طرح مقرر شده است که یارانه مراکز دولتی عضو شبکه که جزو رتبه‌های یک تا صد در سال جاری بوده‌اند، برای خرید همه تجهیزات سطح یک یا دو در نمایشگاه، مشمول افزایش ۱۵درصدی یارانه می‌شوند. همچنین براساس این طرح، مراکز



استارت آپ‌های تهرانی به صورت آنلاین رقابت کردند

استارت‌آپ‌های استان تهران در راستای رعایت مقررات بهداشتی مرتبط با بیماری کرونا در فضای آنلاین ایده‌ها، محصولات و خدمات خود را در موضوعات مختلف از جمله در مسئله مقابله با ویروس کووید ۱۹ در معرض داوری هیأت داوران قرار دادند. رقابت‌های رویداد اینوتکس پنج تهران روز چهارشنبه ۳ اردیبهشت برگزار شد. رویداد اینوتکس پنج که به صورت استانی برگزار می‌شود، یکی از رویدادهای جانبی نمایشگاه بینالمللی نوآوری و فناوری (INOTEX ۲۰۲۰) محسوب می‌شود. قطار این رقابت‌ها پس از برگزاری در استان‌های سیستان و بلوچستان، آذربایجان غربی، اصفهان و مازندران، چهارشنبه ۳ اردیبهشت ماه به تهران رسید. به دلیل شیوع ویروس کرونا و اهمیت حفظ سلامتی شرکت‌کنندگان و مزایای برگزاری آنلاین رویدادهای استارت‌آپی، تصمیم گرفته شد تا این رویداد به صورت آنلاین برگزار شود.

یادداشت



زمینه‌سازی برای جهش

نادرقلی ابراهیمی – دبیر ستاد توسعه فناوری‌های آب، خشکسالی، فرسایش و محیط زیست معاونت علمی

ولسی با چند اقدام و تغییر اصلی، ظرفیت این مرکز تولیدی به چند برابر قابل‌افزایش است. رونق تولید نوعی حرکت برای شناسایی نقاط ضعف و قوت و بررسی‌های لازم برای شناخت بهتر مسیر است، اما جهش تولید، هم‌افزایی و مشارکت جدی‌تر بر مبنای تلاش‌های انجام‌گرفته برای رونق اقتصادی است.

در رونق تولید، بیشتر فعالیتهای در سطح برنامه‌ای و عملیاتی است، اما در جهش تولید، علاوه بر سطح برنامه‌ای و عملیاتی، باید سهم سیاست‌گذاری درست، برنامه‌ریزی راهبردی و آینده‌نگرانه بر چرخه قبل افزوده شود. در رونق تولید، بیشتر نگاه معطوف به تولید کالاهای مصرفی و زودبازده است. اما در جهش تولید، در عین توجه به مقوله تولید کالاهای مصرفی، تمرکز بیشتر بر تولید و فعالیت در عرصه کالاهای سرمایه‌ای و خارج کردن کشور از دایره وابستگی به واردات کالاها و فناوری‌ها از سایر کشورها است.

ارتقای مهارت‌های شناختی به مقابله با کرونا کمک می‌کند

به گفته‌وی، یکی از ویژگی‌های سیستم عصبی این است که تا نشانه بیرونی دیده نشود خطر به صورت جدی احساس نمی‌شود. پس این موضوع مهم باید به افراد آموزش داده شود تا با ایجاد سازو کارهایی تا زمانی که خطر جدی نشده است، اقدام کنیم و نشانه‌های آن را ببینیم. راهکاری که دولت و رسانه‌ها می‌توانند انجام دهند، اضطراب واکنشی هیجانی به بحران

دقت به این نکته مهم است که عوارض شناختی بحران‌ها متفاوت است. وقتی بحران فراگیر می‌شود، دیگر توانایی‌های فردی برای مقابله به تنهایی مهم نیست بلکه توانایی نهادهای مقابله‌کننده و دولت دارای اهمیت است. در اینجا مفهومی به نام سرمایه اجتماعی مطرح می‌شود. حال اگر این سرمایه اجتماعی ضعیف باشد، در بحران‌ها خط‌ناک است.

اما اضطراب شایع‌ترین واکنش هیجانی به بحران است. واکنش‌ها در مراحل گوناگون مختلف تفاوت دارد. ممکن است در شروع یا قبل از اتفاق اضطراب بیشتر باشد. در زمان رخ دادن، ناهمبندی، درماندگی یا افسردگی ممکن است شیوع بیشتری پیدا کند. واکنش‌های هیجانی می‌تواند پس از رخ دادن حادثه نیز اتفاق بیفتد. عضو هیات علمی دانشگاه تهران همچنین بیان کرد: نتایج مطالعات مختلف در حوزه شناختی روی بحران‌ها نشان می‌دهد افرادی که خودکارآمدی بیشتری دارند مهارت‌های شناختی بالاتری دارند. در نتیجه توان مواجهه بهتری دارند. ویژگی دیگر ارتباطات جمعی است. در یک مطالعه نشان داده شد که شناس از بین رفتن افرادی که تنها زندگی می‌کنند در بحران دو برابر دیگران است. فرهنگ حمایتگری و احساس هویت یکپارچه هم از دیگر مسائل کمک‌کننده است.

وی از نقش رسانه‌ها در برخورد با بحران گفت و افزود: در مواجهه با بحران پیدا کردن و دسترسی به منابع اطلاعاتی درست بسیار کمک‌کننده است. از زمانی که شبکه‌های اجتماعی فعال شده‌اند، مشکل وفور اطلاعات و اخبار نادرست وجود دارد. مهارت در شناخت اخبار درست موضوعی مهم است.

در هر صورت بحران کرونا ذهن و قوای شناختی افراد را به دلیل اضطراب و تهدید ایجادشده تحت تأثیر قرار می‌دهد. مدیریت ذهن یکی از راهکارها در این حوزه است. در همین راستا ستاد توسعه علوم و فناوری‌های شناختی معاونت علمی از همان روزهای آغاز شیوع بیماری با انتشار کلیپ‌هایی در فضای مجازی در مسیر انتشار اطلاعات درست از بیماری قرار گرفت. در این صورت بسیاری از ابهامات ایجادشده برای افراد رفع می‌شود و از تنش‌ها می‌کاهد.

اضطراب، شایع‌ترین واکنش هیجانی به بحران است. واکنش افراد در مراحل گوناگون بحران تفاوت دارد. ممکن است در شروع یا قبل از اتفاق اضطراب بیشتر باشد، اما افرادی با خودکارآمدی بیشتر، مهارت‌های شناختی بالاتری دارند. در نتیجه توان آنها در مواجهه با بحران بهتر است.

۳۱ دسامبر ۲۰۱۹ آغاز شد. مسئولان بهداشت چین ایتلای ۴۴ نفر به یک نوع بیماری تنفسی رموز را گزارش دادند. تمامی این بیماران به نوعی به یک رستوران غذاهای دریایی در شهر ووهان مربوط می‌شدند. تنها یک روز طول کشید تا این رستوران بسته و تحقیقات آغاز شود.

یک هفته زمان برد تا از ماهیت عفونی عامل ایجادکننده بیماری اطلاعاتی به دست آمد. چینی‌ها نوعی ویروس کرونای جدید را در بدن بیمارانش شناسایی کردند. چند ماه گذشت این ویروس با سرعت در سایر کشورها نیز شیوع پیدا کرد. تا به ایران رسید. کرونا تمام فعالیت‌ها را تحت تأثیر قرار داده است و هر کجای این جهان باشیم این موضوع را لمس کرده‌ایم، اما این بحران بر فرآیندهای شناختی نیز تأثیرگذار است.

اما برای درک درست نخست باید بدانیم بحران چیست. همه افراد در زندگی روزمره با موضوعات زیادی روبه‌رو هستند و زمانی را صرف حل کردن مسائل گوناگون می‌کنند. شدت این مسائل نیز در حدی است که با کمی تلاش از پس آنها برمی‌آییم. گاهی موضوعاتی پیش می‌آید که پیش‌بینی نشده‌اند و شدت و گستردگی زیادی دارند. این تولید بحران می‌کند و افراد را در فشار روانی قرار می‌دهد.

ادراک خطر در وقوع بحران

حال باید دید ارتباط بحران و علوم شناختی چیست. جواد حاتمی عضو هیات علمی دانشگاه تهران گفت: ورود مسائل شناختی و روانشناختی به حوزه بحران جدید است. نخستین موضوع نیز در این حوزه ادراک خطر است. یعنی درک خطری که در این بحران قرار است ما و خانواده‌مان را تهدید کند. در ادراک خطر دو ویژگی مهم است و آن اینکه خطر به موقع و به اندازه درک شود.

حاتمی ادامه داد: وقتی ما با خطری مواجه می‌شویم، سیستم عصبی پاسخ‌هایی را فعال می‌کند؛ پاسخ‌هایی مانند فرار یا مواجهه. پس مهم است مقدار خطری درک شده متناسب پاسخ داده شود. البته زمان ادراک خطر نیز موضوعی مهم است. در بحران کرونا بسیاری از کشورها زیر خطر را احساس کردند.



ن اپراتور موبایل هند سرمایه‌گذاری کرد

ارتباط اعضا با یکدیگر استفاده می‌کنند.

میزان استفاده از اپلیکیشن واتس‌آپ در هند با میزان استفاده از سرویس‌های Jio تقریباً برابری می‌کند. ظاهراً Jio قبل از رقابیش در بازار توانست سرویس اینترنت ۴G را با تخفیف بسیار عالی ارائه دهد و بخش مهمی از بازار را از آن خود کند. فیس‌بوک در اطلاعاتیه خود می‌نویسد امروزه در هند، بیش از ۳۸۸ میلیون نفر از طریق سرویس‌های Jio به اینترنت متصل می‌شوند. فیس‌بوک پیش‌تر اقداماتی در زمینه ارائه دسترسی مردم به اینترنت در هند انجام داده است.

از پروژه ویژه فیس‌بوک برای ارائه اینترنت در هند با نام Free Basics یاد می‌شد. Free Basics بخشی از پروژه بزرگ Internet.org است که قصد دارد تمامی افراد کره زمین را با آن آشنا کند که تاکنون به اینترنت متصل نشده‌اند. فیس‌بوک برای ارائه این سرویس در هند با یکی از اپراتورهای مخابراتی این کشور همکاری می‌کرد تا از این طریق امکان استفاده از اینترنت با قیمت بسیار ارزان را در اختیار تمام کاربران قرار دهد، باین‌حال از همان ابتدای آغاز کار، از پروژه Free Basics فیس‌بوک انتقادات بسیاری شد، تا اینکه دولت هند استفاده از Free Basics را ممنوع اعلام کرد و این پروژه به پایان راه رسید.

دیوید فیشر و آجیت موهان در بخشی دیگر از بیانیه مطبوعاتی فیس‌بوک می‌نویسند: از اینکه توانسته‌ایم سرمایه‌گذاری‌مان را روی اقتصاد دیجیتالی پرچنب‌وجوش هند بیشتر کنیم، هیجان‌زده هستیم. تلاش‌های ما در همکاری با شرکت Jio روی بازکردن درهای جدید به‌روی مردم و کسب‌وکارها و تحریک رشد اقتصاد هند و درنهایت، موفقیت ساکنان این کشور متمرکز خواهد بود. برای همکاری با Jio و همکاری‌های آینده‌مان با اقتصاد هند به‌منظور عملی‌کردن چشم‌انداز یادشده بسیار مشتاقی هستیم.

ب‌وکارهای کوچک ارائه می‌دهند، ارتباط مؤثرتری می‌توانند برقرار کنند. در هند روزمره ساکنان هند تبدیل شده و میزان نفوذ که استفاده از نام آن در بین لهجه‌ها و گویش‌های مختلف هند بسیار زیاد است.

است که راه‌های بیشتری پیش روی مردم و رشد هند بگذاریم تا با اتکا بر آنها، عملکردی بهم‌آوردن یکی از کسب‌وکارهای کوچک Jio با نام به مردم امکان دهیم با کسب‌وکارها و فروشگاه‌ها بست از طریق گوشی موبایل و اپلیکیشن واتس‌آپ،

در گزارشی مدعی شد فیس‌بوک و Reliance ی واتس‌آپ و Jio هستند تا بتوانند از طریق آنها، کنند؛ سرویسی که این خبرگزاری از آن با عنوان بار زیادی در بین کاربران ساکن چین دارد و برخی بیش از یک میلیارد نفر می‌رسد. در ضمن، بسیاری ز وی چت به عنوان درگاه پرداخت و بستری برای

خانه‌ها با محصول «ایران ساخت» کارخانه تولید برق شدند

است و توسعه فناوری‌های مرتبط با احداث نیروگاه‌های خورشیدی اهمیت زیادی دارد. با توجه به این نکته محصولی با عنوان «اینورتر خورشیدی ۵ کیلووات متصل به شبکه» را بومی‌سازی کردیم. این محصول برای نیروگاه‌های خانگی کاربرد دارد. با توجه به اینکه وزارت

نیرو برق تولیدشده در نیروگاه‌های خانگی را خریداری می‌کند این محصول بسیار کاربردی است. سیاه‌کalah با بیان اینکه در حال حاضر ظرفیت تولید هر تعداد از این محصول با توجه به نیاز بازار وجود دارد، گفت: این محصول تأییدیه انطباق با استانداردهای فنی (شش استاندارد فنی) را دریافت کرده است و نخستین اینورتری است که امتیاز فناوری بومی از وزارت نیرو دریافت کرده است. وی همچنین بیان کرد: این محصول برای نیروگاه‌های خانگی کاربرد دارد و طراحی آن به گونه‌ای است که حداکثر انرژی را به شبکه تزریق می‌کند. همچنین در شرایطی که شبکه برق با افت فشار مواجه شود، این محصول همچنان توانایی تزریق توان ۵ کیلووات را دارد. در حالی که در محصولات خارجی توان با افت فشار کاهش می‌یابد.



اینورترهای خورشیدی ۵ کیلووات متصل به شبکه با فناوری بومی را نخستین‌بار شرکت دانش‌بنیان مهندسی توان پژوهان فناور پاسارگاد در کشور تولید کرد. اکنون نیروگاه‌های خورشیدی خانگی با این محصول ایران ساخت می‌توانند تولید برق انجام دهند. اینورترها از اجزای اصلی نیروگاه‌های خورشیدی هستند. آنها انرژی خورشید را از پنل‌ها دریافت و به شبکه برق تزریق می‌کنند. نیروگاه‌های فتوولتائیک متشکل از آرایه‌های خورشیدی و اینورتر متصل به شبکه است که آرایه‌های خورشیدی تولید برق را انجام می‌دهد، اما این انرژی الکتریکی قابل استفاده در شبکه نیست. پس اینورتر متصل به شبکه مبدل پر قدرتی است که برق تولید آرایه را مطابق الزامات شبکه به شبکه تزریق می‌کند. بهزاد سیاه‌کلاه، مدیرعامل این شرکت دانش‌بنیان گفت: چند سالی است که در کشور توسعه نیروگاه‌های خورشیدی مورد توجه قرار گرفته است. با توجه به پاک بودن این انرژی سرمایه‌گذاری روی آن افزایش یافته است که خود عاملی برای توسعه فناوری‌های مرتبط با این حوزه است. وی ادامه داد: در کشور ما نیز انرژی خورشیدی در دسترس‌ترین انرژی پاک

خلاقان زیست‌فناوری دریا حمایت می‌شوند

بخش اعظمی از اقتصاد این کشورها را تأمین کند. این کشورها به عنوان پیشنهادکننده حوزه آبی‌پروری شناخته می‌شوند. تقویت زیست‌فناوری دریا در کشورهایی در حال توسعه، تنها از راه افزایش سرمایه‌گذاری، ایجاد زیرساخت‌های لازم و تأمین منابع انسانی متخصص میسر است.

ابزارهایی که در ایران به سهولت یافت می‌شود و در دسترس است، اما هنوز ضرورت ورود به این عرصه ارزش‌آفرین در کشور ما چندان به اثبات نرسیده است. البته در معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری تلاش‌هایی در این زمینه صورت گرفته و با تشکیل کارگروه زیست فناوری دریا، این اقدامات هدفمندتر و به شکل منطقی‌تری پیش می‌روند. حمایت و شناسایی دانش‌بنیان‌های خلاق که بتوانند این حوزه را متحول کنند هم در اولویت این کارگروه قرار گرفته است. اما برای موفقیت در



این حوزه باید بسته‌های حمایتی و تشویقی برای راهاندازی کسب‌وکارهای جدید در حوزه زیست فناوری دریا تعریف شود؛ کاری که در ستاد توسعه زیست فناوری معاونت علمی و فناوری پیگیری شده است.

کارگاه برندینگ

کرونا و سرمایه‌گذاری برند P&G در حوزه بازاریابی

به قلم: رابرت ویلیامز کارشناس تبلیغات
ترجمه: علی آل علی

شرکت Procter & Gamble در اوج بحران کرونا با تصمیم برای افزایش بودجه بازاریابی‌اش خبرساز شده است. این تصمیم پس از صرف هزینه‌های بالا از سوی مشتریان برای خرید محصولات بهداشتی صورت گرفته است. بر این اساس شرکت P&G با توجه به مدیریت طیف گسترده‌ای از برندهای فعال در زمینه تولید مواد شوینده اقدام به افزایش سطح سرمایه‌گذاری بازاریابی برای فروش کرده است. براساس اعلام رسمی تیم بازاریابی شرکت در ماه گذشته میزان فروش آنها ۱۰ درصد در مقایسه با بازه زمانی مشابه در سال گذشته افزایش پیدا کرده است. بدون تردید این خبر خوشی برای اعضای تیم بازاریابی و فروش شرکت P&G محسوب می‌شود. همچنین امکان ارائه خدمت به افراد نیازمند به محصولات بهداشتی نیز افزایش چشمگیری پیدا کرده است. اکنون بسیاری از برندها در تلاش برای بقا هستند. در این میان Procter & Gamble با سرمایه‌گذاری مناسب در حوزه بازاریابی امکان کسب سود را فراهم کرده است.

جان مولر، از مدیران ارشد شرکت P&G، در زمینه تصمیم برای افزایش سرمایه‌گذاری در حوزه بازاریابی بر روی ارائه خدمات به مشتریان در طول بحران کرونا تاکید دارد. بر این اساس در زمانی که اغلب شرکت‌ها در حال تعطیلی فعالیت‌شان هستند، افزایش سطح تولید P&G قابل ملاحظه است. براساس پیش‌بینی‌ها این شرکت رقمی معادل ۳۲۰ میلیون دلار بر روی حوزه بازاریابی سرمایه‌گذاری کرده است. بدون تردید این رقم تاثیر بسیار زیادی بر روی سرنوشت P&G و برندهای زیرشاخه‌اش خواهد داشت.

نکته جالب درباره افزایش بودجه بخش بازاریابی از سوی مدیران ارشد P&G تداخل‌اش با برنامه کاهش هزینه‌های جاری است. براساس برنامه‌ریزی صورت گرفته در ابتدای سال میلادی هزینه بازاریابی برندهای زیرشاخه Procter & Gamble معادل ۱۲۰ میلیون دلار (۰٫۷ درصد درآمد شرکت) تعیین شده بود. با این حال بروز شرایط بحرانی موجب تغییر برنامه شرکت شد.

منبع: marketingdive.com

تیک تاک با ۲۵۰ میلیون دلار به جنگ با کرونا می‌رود

به قلم: پیگ لسکین روزنامه‌نگار
مترجم: امیر آل علی

تیک تاک به عنوان موفق‌ترین شبکه اجتماعی سه سال اخیر، اعلام کرده است که ۲۵۰ میلیون دلار برای کمک به کاهش شیوع کرونا اختصاص می‌دهد. مدیر این برند چینی در جدیدترین مصاحبه خود به شرح این اقدام پرداخته است. از این مبلغ ۱۵۰ میلیون دلار به سازمان‌های محلی برای کمک به درمان بیمارها و افزایش کیفیت خدمات بهداشتی واریز خواهد شد. ۵۰ میلیون دلار نیز صرف ایجاد محتوای آموزشی و کمک به معلمان، ۱۰ میلیون به سازمان بهداشت جهانی و ۱۴ میلیون نیز به افرادی اختصاص پیدا می‌کند که شرایط بحرانی حال حاضر باعث شده است تا روند زندگی عادی آنها با مخاطره‌ای جدی مواجه شود. با این حال تا زمان به اجرا در آمدن این طرح، ممکن است شاهد تغییراتی باشیم. درواقع بنا بر شایعات منتشرشده، این شرکت به دنبال راهکارهایی برای کمک غیرمادی نیز است. همچنین ممکن است این رقم، تنها اقدام اولیه باشد. به هر ترتیب، با توجه به هزینه‌ای که اختصاص داده شده است، تیک تاک را باید در صدر تمامی شبکه‌های اجتماعی قرار داد که بدون شک وجهه بسیار خوبی را برای آن به وجود می‌آورد. درواقع کمک‌های سایر شبکه‌های مطرح دیگر، تا به این اندازه سخاوتمندانه نبوده است. این مسئله نوعی قدرت‌نمایی اقتصادی نیز محسوب شده و نشان می‌دهد که در شرایط حال حاضر که اکثر کسب‌وکارها با بحران مواجه شده‌اند، قدرت مالی تیک تاک تا چه اندازه زیاد است.

منبع: businessinsider.com

رسوایی هوآوی در حساس‌ترین سال فعالیت این شرکت

به قلم: جرد پیترز خبرنگار
مترجم: امیر آل علی

طی چند سال اخیر هوآوی برترین برند تازه‌وارد بازار بوده است که به موفقیت‌های چشمگیری دست پیدا کرده و این امر حیرت بسیاری را به همراه داشت. با این حال اسمال با تحریم‌های آمریکا، این شرکت دیگر قادر به استفاده از خدمات گوگل نبوده و این مسئله آنها را تحت فشار قرار داده است. در این شرایط سخت هیچ چیز بدتر از یک رسوایی نخواهد بود. اتهام شرکت این بوده است که از تصاویر دوربین‌های DSLR به عنوان تبلیغ کیفیت لنزهای گوشی نوا ۳ استفاده کرده است که با واکنش رسمی و عذرخواهی مدیران هوآوی همراه شد. نحوه برمل شدن این فریبکاری، توسط یک عکاس چینی صورت گرفته است. وی پس از مشاهده تصاویر اعلام کرد که آنها را قبلا در یک مسابقه عکاسی دیده است که با دوربین Nikon D۸۵۰ ثبت شده بود و ثبت‌کننده این تصاویر نیز فردی به نام سو تای است، با این حال مدیران هوآوی علت این اتفاق را در سهل‌انگاری در ذکر نام عکاس دانسته و استفاده از آن را تنها برای تشویق افراد به عکاسی در شرایط مختلف، عنوان کرده است. با این حال این بهانه ادا قابل قبول نیست. درواقع سوالتی که برای بسیاری از کاربران ایجاد شده است این است که این برند ممکن است دروغ‌های دیگری را نیز مطرح کرده باشد که تا به امروز فاش نشده است. این مسئله بدون شک بر روی میزان اعتمادها نسبت به این برند چینی، تاثیر مستقیمی را خواهد داشت. حال باید دید که این اتفاق، چه تاثیری را بر روی میزان فروش هوآوی به همراه دارد. ذکر این نکته ضروری است که در چند وقت اخیر، برند رقیب، شیائومی از تحریم‌های هوآوی نهایت استفاده را کرده و حتی آنها را به مزیت رقابتی خود تبدیل کرده است. درواقع از آخرین تمسخر وضعیت هوآوی توسط این شرکت، زمانی نگذشته است و حالا باید منتظر یک واکنش جدید از سوی آنها باشیم.

منبع: talkandroid.com

چگونه بهترین رنگ‌ها را برای لوگوی برندمان انتخاب کنیم؟

نقش رنگ‌ها در هنر طراحی لوگو



اسنان نیز متفاوت است.

برخی از طیف‌های رنگی در طول دهه‌های متمادی بیشتر موردپسند برندها قرار گرفته است بنابراین در ادامه به جای بررسی تمام طیف‌های رنگی به صورت جزئی به بررسی چهار طیف رنگی اصلی در قالبی موشکافانه خواهیم پرداخت:

- آبی: رنگ آبی یکی از متداول‌ترین گزینه‌ها برای استفاده در لوگو است. دلیل این امر بازنمایی احساس دانایی، وفاداری و اعتماد است. درست به همین خاطر در محیط‌های خدماتی بیشتر از رنگ آبی استفاده می‌شود.
- قرمز: قرمز رنگ مسود علاقه برندهای فعال در صنعت غذا و اوتومبیل‌سازی است. پیشفرض اغلب افراد از خودروهای اسپرت و مسابقه‌ای با رنگ قرمز همراه است. احساساتی نظر قدرت، علاقه و آرزو از طریق طیف‌های مختلف رنگ قرمز منتقل می‌شود.

• مشکی: استفاده از رنگ مشکی از سوی برندها قدرت بسیار زیادی دارد. شاید در نگاه نخست طیف رنگ مشکی و سفید گزینه‌های دم‌دستی محسوب شود، اما دلیل استفاده از چنین رنگی در دوره کنونی مربوط به مقتضیات صنعت چاپ نیست. این طیف رنگی معانی نظیر تشریفات، خاص بودگی و قدرت را منتقل می‌کند بنابراین مشاهده استفاده از چنین رنگی از سوی بسیاری از برندهای لوکس مانند بنز امری طبیعی است.

• سبز: آخرین رنگ مورد بررسی و یکی از پرتعدادترین گزینه‌ها طیف رنگ سبز است. رنگ سبز اغلب در میان شرکت‌های فعال در زمینه حفاظت از محیط زیست و صنایع تجدیدپذیر طرفدار دارد. دلیل این امر انتقال حالت نظم، توسعه و سازگاری با طبیعت در نزد مخاطب هدف است.

استفاده از هر رنگ بیانگر معنای خاصی است بنابراین ما باید در زمینه انتخاب رنگ با دقت خاصی عمل کنیم، در غیر این صورت باید به طور مداوم رنگ‌های اصلی لوگوی برندمان را تغییر دهیم. وقتی رنگ‌های لوگوی یک برند به طور مداوم تغییر می‌کند، پیام روشنی برای مخاطب هدف ارسال خواهد شد: عدم ثبات در فعالیت. تمام تلاش کسب و کارها در ابتدای مسیرشان باید جلب اعتماد مشتریان باشد. بنابراین پیش از تایید نهایی رنگ‌های لوگو یک بسار فرآیند انتخاب آنها و اهداف پشت سرشان را مرور کنید. این امر نقش مهمی در بهبود کیفیت تصمیم نهایی شما خواهد داشت.

استفاده از بازخوردها نسبت به طرح اولیه

اگر شما به دنبال فعالیت مناسب و اصولی در حوزه طراحی لوگو هستید، باید ابتدا چند طرح آزمایشی را مدنظر قرار دهید. مزیت اصلی این فرآیند امکان بهره‌مندی از نظرات مختلف برای بهبود کیفیت لوگوی نهایی برندمان است. امروزه هیچ قاعده کلی برای طراحی لوگو وجود ندارد. هر برندی امکان استفاده از ساز و کارهای خاص

خود به منظور طراحی لوگو را دارد. نکته مهم در این میان استفاده از نظرات مختلف و ایرادیابی لوگوهای اولیه است. نتیجه نهایی این امر کاهش نیاز برندها به تغییر یا طراحی مجدد لوگوهای‌شان در کوتاه‌مدت خواهد بود.

بهترین راهکار برای اطلاع از نظرات مختلف در مورد تاثیر رنگ‌های گوناگون بر روی لوگوی اصلی برندمان طراحی نسخه خام در قالب سیاه و سفید و سپس افزودن رنگ‌های مختلف به آن است. همچنین امکان نظرخواهی از برخی کارمندان یا کارشناس‌ها برای تکمیل طرح اولیه لوگو نیز وجود دارد. اگر کسب و کار شما به عنوان زیرمجموعه یک شرکت بزرگ در حال فعالیت است، استفاده از نظرات مشتریان وفادار برند اصلی برای انتخاب رنگ یا رنگ‌های مناسب منطقی خواهد بود.

رنگ‌ها چگونه بر روی برندها به مثابه کل تاثیرگذارند؟

پس از بررسی جوانب کار و انتخاب یک طیف رنگی مشخص، نوبت به نهایی‌سازی امور می‌رسد. تغییرات جزئی در این مرحله اجرا می‌شود. در نهایت لوگوی اصلی برند ما برای شروع به کار کسب و کارمان آماده خواهد بود. مزیت اصلی استفاده از طیف رنگی مشخص و تداوم آن در فعالیت‌های مختلف بازاریابی و برندسازی امکان آشناساختن مخاطب هدف با ساختار فعالیت برندمان است. امروزه برخی از برندها مانند نایک یا اپل به محض مشاهده لوگوی‌شان از سوی مخاطب هدف مورد شناسایی قرار می‌گیرد. نکته جالب اینکه اغلب کاربران پس از مشاهده چند ثانیه نخست یک تبلیغ توانایی بیان برند طراح آن را دارند. این امر تاثیر رنگ‌های لوگو و ساختار کلی آن بر روی ذهن مشتریان را نشان می‌دهد. هدف اصلی ما باید طراحی لوگوهای هرچه بهتر برای جلب نظر مخاطب هدف باشد. به این ترتیب ما توانایی تاثیرگذاری هرچه بهتر بر روی مشتریان را خواهیم داشت.

برندها پس از توسعه در مراحل مختلف نیاز به بازآفرینی یا تجدیدنظر در امور مختلف را خواهند داشت. یکی از بخش‌های مهم در این میان رفع نقض‌های جزئی و به‌روز رسانی لوگو است. توصیه اصلی من وفاداری به طرح اصلی حتی در صورت تمایل به بازآفرینی لوگو است. این امر به صورت پایدار هویت برندمان در نگاه مخاطب را حفظ خواهد کرد.

جمع‌بندی

کارآفرینان به طور معمول رنگ یا رنگ‌های اصلی لوگوی برندشان را با تأملی بسیار اندک انتخاب می‌کنند. این امر اغلب در فرآیند توسعه برند مشکلات متعددی را ایجاد خواهد کرد. توصیه اصلی مقاله کنونی تأمل بیشتر بر روی تاثیر رنگ لوگو بر روی آینده کسب و کار و ارزیابی مشتریان است. به این ترتیب ما توانایی تاثیرگذاری هرچه بهتر بر روی مخاطب هدف را پیدا خواهیم کرد.

منبع: smallbusinessbonfire.com

کرونا و تغییرات فعالیت خرده‌فروشی کروگر

تمام سطوح دارای اهمیت است.

برند کروگر به منظور رسیدگی بهتر به سفارشات آنلاین مشتریان اقدام به استخدام هزاران کارمند تازه کرده است. بدون تردید این امر در بحران کنونی موجب افزایش سطح شغل در دسترس برای مردم می‌شود بنابراین تا حدی از بحران اقتصادی ناشی از کرونا خواهد کاست.

خرده‌فروشی کروگر علاوه بر راه‌اندازی بخش سفارشات آنلاین تلاش عمده‌ای در راستای بهبود کیفیت خدمات حضوری‌اش کرده است. این امر شامل رعایت فاصله‌گذاری اجتماعی میان مشتریان در شعبه‌های مختلف است. همچنین ساعات‌های مشخصی برای مراجعه طیف‌های مختلف مردم در شعبه‌های خرده‌فروشی تعیین شده است. نتیجه نهایی این امر کاهش میزان ازدحام در شعبه‌های کرو گر است. تازه‌ترین فناوری این خرده‌فروشی نیز استفاده از سیستم‌های هوشمند برای همگام‌سازی با حساب مشتریان به منظور حذف صف‌های طولانی صندوق پرداخت است. به این ترتیب مشتریان پس از خرید بلافاصله از فروشگاه خارج می‌شوند. سیستم هوشمند گیت‌های ورود و خروج نیز با اتصال به حساب بانکی مشتریان صورت حساب خرید را محاسبه و دریافت خواهد کرد.

منبع: grocerydive.com

ایستگاه بازاریابی

فاکتورهای اصلی در موفقیت استراتژی‌های بازاریابی صنایع غذایی

کسب و کارها معمولاً استراتژی‌هایی را برای بازاریابی و موفقیت خود طراحی کرده و سعی می‌کنند با پیروی از این استراتژی‌ها به موفقیت‌های موردنظر خود برسند.

شاید هر کسب و کاری استراتژی‌های مختص و مناسب خود را طراحی کند ولی مهم است که این استراتژی‌ها بتواند آنها را به موفقیت‌های موردنظرشان برساند. به طور مثال، ممکن است دو شرکت که فعالیت مشابهی دارند حتی از یک استراتژی مشابه نیز برای موفقیت و روند فعالیت‌های خود استفاده کنند، ولی نتایج متفاوتی را به دست آورند و یکی از آنها موفق‌تر از دیگری باشد.

در این مواقع است که سوالات و ابهاماتی برای ما مطرح می‌شود که چه چیزی می‌تواند این موفقیت یا عدم موفقیت را به وجود آورده باشد. باید بگوییم که در هر استراتژی عوامل و فاکتورهایی وجود دارد که برای موفقیت هر استراتژی باید استفاده شود تا نتایج موردنظر به دست آید. از جمله این فاکتورهای اصلی می‌توانیم به موارد زیر اشاره کنیم.

۱- توجه به سلامت مشتریان در رأس امور

هر نوع محصول یا خدماتی که ارائه می‌دهید به احتمال زیاد با سلامت مشتریان شما در ارتباط است. معمولاً شرکت‌ها و برندهایی که توانسته‌اند در استراتژی‌های بازاریابی خود موفق باشند یکی از فاکتورهای اساسی که مدنظر قرار داده‌اند اهمیت به سلامت مشتریان بوده است. این فاکتور در برندهای محصولات غذایی بیشتر از سایر برندهاست. به عنوان مثال در برند ساب وی که به تولید فست فودها و سالادها اشتغال دارد. مشتریان آنها ادعا می‌کنند که پس از مصرف ساندویچ‌ها و سالادهای این برند نهنتها افزایش وزن نداشته‌اند بلکه مقداری نیز کاهش وزن داشته‌اند و غذاهای مربوط به این برند را یک غذای رژیمی و سالم می‌دانند. همین ادعا و باور مشتریان می‌تواند مانند یک سکوی پرتاب برای این برند باشد و او را به یک رقیب اصلی و جدی برای سایر برندهای مواد غذایی و فست فودها تبدیل کند. پس اهمیت به برخی از فاکتورهای اساسی در استراتژی‌های بازاریابی می‌تواند به یکباره مانند یک سکو برای اوج گرفتن یک برند یا محصولات و خدمات یک شرکت تبدیل شود.

۲- توجه به شرایط و نیازهای مشتریان

از نظر مشاوره بازاریابی، یکی دیگر از فاکتورهای موفقیتی که در برخی از برندها از آن استفاده شده و نتایج بسیار خوبی گرفته‌اند، توجه به شرایط مشتریان است. شما با مشتریانی مواجه هستید که شرایط متفاوتی به لحاظ سلامتی و سایر فاکتورها دارند. در نظر گرفتن این تفاوت‌ها و اهمیت به آن در تولید یا عرضه محصول می‌تواند به عنوان یکی از عوامل مهم در موفقیت استراتژی‌های بازاریابی شما باشد. به عنوان مثال، در برخی از برندها مانند برندهای مواد غذایی به مشتریانی که ممکن است از بیماری‌های مختلف مانند دیابت، بیماری قلبی، یوکی استخوان یا سایر بیماری‌ها رنج ببرند توجه دارند و سعی می‌کنند محصولات مناسب برای هر کدام از این گروه‌های مشتریان خود تولید کنند.

۳- هماهنگی استراتژی‌ها

قطعاً شما از استراتژی‌ها و راهکارهای مختلفی در بازاریابی خود استفاده می‌کنید. لازم است هگی استراتژی‌های شما هماهنگی و یکپارچگی با یکدیگر داشته باشند تا یکدستی و هدفمندبودن شما در این استراتژی‌ها را نشان دهند. اگر استراتژی‌های مختلف شما با یکدیگر بسیار متفاوت باشند مشتریان خود را گیج می‌کنید و خودتان نیز نمی‌توانید به اهداف خود برسید.

۴- افراد مشهور

همه ما تصورمان از سلبریتی‌ها این است که سبک زندگی سالمی به لحاظ تغذیه و ورزش و رسیدگی به ظاهر خود دارند. به همین دلیل بسیاری از افراد هستند که به دنبال کشف سبک زندگی این افراد و تقلید از آنها هستند. دانستن این مسئله به بسیاری از برندها کمک کرده تا در برنامه‌های تبلیغاتی خود از این سلبریتی‌ها استفاده کنند و انگیزه خرید در مشتریان را بالا ببرند.

منبع: qmpmarketing



بازاریابی با برگزاری مسابقه در شبکه‌های اجتماعی

مبتنی بر شبکه‌های اجتماعی می‌کنند. چنین رویکردی هیچ‌گاه توانایی جلب نظر مخاطب هدف را نخواهد داشت.

بازخورد کاربران نسبت به فعالیت ما در زمینه طراحی مسابقه مهم‌ترین معیار برای سنجش وضعیت برندهمان خواهد بود. برخی از مسابقات همیشه بازخورد‌های مثبتی از سوی مشتریان دریافت می‌کنند. چنین مسابقاتی باید به طور مداوم براساس نظرات مشتریان ارتقا پیدا کنند. اگر مسابقه ما بازخورد‌های اندکی دریافت کرد، این امر نشانه عدم توجه مخاطب هدف به کمپین‌مان خواهد بود بنابراین ما باید نسبت به تغییر الگوی طراحی مسابقات برندهمان اقدام کنیم.

۷.استفاده از ابزارهای مناسب

امروزه ابزارهای بسیار زیادی برای طراحی یا مدیریت مسابقات مبتنی بر شبکه‌های اجتماعی وجود دارد. بدون تردید هنوز هم امکان استفاده از اپ‌های رسمی پلتفرم‌های اجتماعی برای طراحی و مدیریت مسابقات وجود دارد. نکته مهم در این میان نیاز ما برای دسترسی به اطلاعات بهتر است بنابراین ادامه استفاده از اپ‌های رسمی شبکه‌های اجتماعی چندان منطقی به نظر نمی‌رسد. البته منظور من در اینجا توقف استفاده از اپ‌های رسمی نیست. نکته مهم تلاش برای استفاده از ابزارهای مناسب در راستای کمک به بهبود کیفیت مسابقات برندهمان است. انتخاب ابزار‌های مناسب پیرو یک قاعده کلی نیست. برندها باید براساس نیاز و نوع مسابقه‌ای که انتخاب می‌کنند، اقدام به گزینش یک یا چند ابزار جانی کنند. تقلید صرف از سایر برندها در چنین حوزه‌ای هرگز ایده مناسبی نخواهد بود. همانطور که پیشتر نیز بیان شد، هر کسب و کار دارای شرایط خاصی است. با این حساب تلاش برای استفاده از الگوی فعالیت دیگر برندها بدون تمرکز بر روی ویژگی‌های برندهمان نتیجه مناسبی نخواهد داشت.

۸.انتخاب زمان مناسب

بازاریابی بدون توجه به زمان‌بندی امکان‌ناپذیر است. هر برند باید توانایی شناخت زمان مناسب برای تعامل با مخاطب هدفش را داشته باشد. در غیر این صورت امکان دستیابی به اهداف موردنظر برندهمان در فرآیند برگزاری مسابقه از بین خواهد رفت. بسیاری از برندها در هر زمانی اقدام به انتشار محتوای مربوط به مسابقه می‌کنند. این امر یک نقطه ضعف اساسی دارد؛ شاید محتوای موردنظر هرگز به دست مخاطب هدف نرسد. امروزه فضای شبکه‌های اجتماعی شامل حضور صفحات تجاری پر تعدادی است. همچنین کاربران هم در زمینه تولید محتوا و به اشتراک‌گذاری آنها با یکدیگر توانایی بسیار زیادی دارند. نتیجه نهایی این بحث ضرورت توجه به زمان‌بندی مناسب برای تولید محتواست. در غیر این صورت ما توانایی جلب نظر مخاطب هدف را نخواهیم داشت.

گاهی اوقات کمپین ما کیفیت بالایی در زمینه جلب نظر مخاطب هدف دارد، اما به دلیل زمان‌بندی نامناسب امکان جلب نظر مخاطب از بین می‌رود. ما در چنین شرایطی باید نسبت به شناسایی زمان‌های مناسب به منظور بازگاری درست محتوا اقدام کنیم. بهترین راهکار در این میان ارزیابی وضعیت استفاده از شبکه‌های اجتماعی است. به راستی مخاطب هدف برند ما در کدام ساعت‌ها بیشترین استفاده از شبکه‌های اجتماعی را دارد؟ پاسخگویی به چنین پرسشی نقش مهمی در پیشبرد اهداف ما خواهد داشت.

اگر شما در زمینه عرضه گوشت فعالیت دارید، انتخاب مناسب‌های پرطرفدار برای برگزاری مسابقه‌ای با ماهیت کسب و کارتان مناسب خواهد بود. انتخاب جایزه برای مسابقات در چنین شرایطی بسیار ساده است. بر این اساس ما باید اقدام به استفاده از محصولات برندهمان به عنوان جایزه برای مشتریان کنیم. بدون تردید تمام افراد علاقه‌مند به پخت‌آزمایی در زمینه استفاده از مقداری گوشت رایگان در مناسب‌های مهم خواهند بود.

بخش قابل توجهی از موفقیت مسابقات در شبکه‌های اجتماعی بستگی به زمان‌بندی درست دارد. این امر در دو سطح باید مورد توجه قرار گیرد. سطح نخست شامل توجه به تاریخ مناسب برگزاری مسابقه مانند مناسب‌های مهم است. سطح دوم نیز شامل انتخاب بهترین ساعت‌ها در نظر فعالیت مخاطب هدف در شبکه‌های اجتماعی است. فقط در این صورت امکان تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف فراهم خواهد شد.

۹.بازاریابی برای مسابقه برندهمان

امروزه بازاریابی کاربردهای بسیار زیادی دارد. تمام برندها برای جلب نظر مخاطب هدف اقدام به استفاده از تکنیک‌های مختلف بازاریابی می‌کنند. در این میان ما باید توجه ویژه‌ای به نحوه فعالیت برندهمان در حوزه برگزاری مسابقه داشته باشیم. شاید مسابقه ما جذابیت بسیار بالایی داشته باشد، اما اگر مخاطب هدف از برگزاری آن اطلاع نداشته باشد، امکان کسب موفقیت فراهم نخواهد شد. این مشکل به طور ویژه‌ای از سوی برندهای تازه‌کار در زمینه بازاریابی و برگزاری مسابقات آنلاین مشاهده می‌شود.

ما باید در تمام فعالیت‌های برندهمان توجه به بازاریابی را مدنظر قرار دهیم. در غیر این صورت امکان فعالیت مناسب از کسب و کار ما سلب خواهد شد. خوشبختانه امروزه شبکه‌های اجتماعی گزینه‌های بازاریابی بسیار زیادی برای برندها دارد. این امر به طور متوسط در تمام شبکه‌های اجتماعی مدنظر قرار گرفته است بنابراین در فرآیند برگزاری مسابقه به طور هم‌زمان نسبت به استفاده از گزینه‌های تبلیغاتی شبکه‌های اجتماعی به منظور جلب توجه دامنه هرچه وسیع‌تری از کاربران اقدام کنید. این امر شانس قابل توجهی برای کسب و کار شما به منظور افزایش هیجان مسابقه نیز می‌دهد. به هر حال هرچه تعداد شرکت‌کنندگان کسب مسابقه بیشتر باشد، انگیزه دیگران برای پیوستن به آن افزایش خواهد یافت.

۱۰.اهمیت میانه‌روی

میانه‌روی در تمام بخش‌های کسب و کار اهمیت دارد. برخی از برندها در زمینه برگزاری مسابقه در شبکه‌های اجتماعی زیاده‌روی می‌کنند. نتیجه این امر ناتوانی آنها برای تاثیرگذاری مناسب بر روی مخاطب هدف است. برند ما باید همیشه به دنبال راهکارهای ساده و کاربردی برای جلب نظر مخاطب هدف باشد. برگزاری مسابقه بدون تردید راهکار مناسبی برای جلب نظر مخاطب هدف است. با این حال اگر تعداد مسابقات برندهمان در طول ماه به طور فراینده‌ای زیاد باشد، توجه مخاطب از بین می‌رود.

بازاریابی برای برگزاری مسابقات بدون توجه به طراحی ساده و جذاب‌شان هیچ‌گاه به موفقیت ختم نخواهد شد. بسیاری از برندها به طور مداوم در حال سرمایه‌گذاری در حوزه بازاریابی و برگزاری مسابقات آنلاین هستند، با این حال کمترین موفقیتی در این زمینه کسب نمی‌کنند. دلیل این امر عدم توجه به میانه‌روی در ساختار بازاریابی است.

انتخاب جایزه برای مسابقه آنلاین برند نیز امر مهمی محسوب می‌شود. برخی از برندها پیش از برگزاری مسابقه تعهدات مختلفی در زمینه پرداخت جایزه‌های سنگین اعلام می‌کنند، با این حال پس از تعهد بردگان در پرداخت کلافی برای پرداخت ندارند. این امر تاثیر منفی قابل توجهی بر روی مخاطب هدف برند دارد بنابراین در صورت ناتوانی برای تحقق جوایز از همان ابتدا نسبت به اصلاح‌شان اقدام کنید. در غیر این صورت در آینده با بحران بی‌اعتمادی مشتریان مواجه خواهید شد

منبع: smallbusinessbonfire.com

بررسی نکات کلیدی برگزاری مسابقه در فضای آنلاین

کرد. این امر در زمینه برندسازی با تاکید بر رابطه نزدیک با مشتریان مدنظر قرار می‌گیرد. البته در بسیاری از شرایط عادی نیز رابطه نزدیک با مشتریان کاری مطلوب تلقی می‌شود.

تعیین مقدار مشخصی پول به عنوان جایزه رایج‌ترین الگو در میان برندهای مختلف است. نکته مهم در این میان امکان انتخاب موارد دیگر برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف است. ما همیشه نیازمند پرداخت پول به مخاطب هدف نیستیم. گاهی اوقات امکان تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف به شیوه‌های دیگر نیز وجود دارد. به‌ عنوان مثال، اگر ما در زمینه تولید لوازم ورزشی فعالیت داریم، انتخاب یک یا چند محصول ارزشمند برندهمان به عنوان جایزه جذابیت بیشتری خواهد داشت. مزیت این شیوه امکان جلب نظر کاربران علاقه‌مند به حوزه فعالیت برندهمان است. بسیاری از برندها پس از برگزاری مسابقه هیچ دستاورد مشخصی ندارند. این امر نشانی از عدم توجه به جلب نظر کاربران علاقه‌مند به حوزه فعالیت‌شان است بنابراین استفاده از جوازی به جز پول نیز باید مدنظر قرار گیرد.

۴.ضرورت برگزاری مسابقات تعاملی

تمام برندها در زمینه برگزاری مسابقات در تلاش برای افزایش تعامل شرکت‌کنندگان هستند. هدف نهایی ما از برگزاری مسابقه در شبکه‌های اجتماعی توسعه جایگاه برند و جلب توجه بیشتر است. اگر ما در این زمینه توانایی مطلوبی نداشته باشیم، هرگز موفق به دستیابی به اهدافمان نخواهیم شد.

فعالیت برندها در زمینه ترغیب مخاطب هدف به تعامل بیشتر در مسابقات اهمیت زیادی دارد. همه ما تجربه شرکت در مسابقات آنلاین پرهیجان را داریم. چنین مهارتی نزد تمام برندها وجود ندارد، بنابراین ما با تقویت توانایی‌مان در این حوزه امکان ایجاد تفاوت معنادار میان برندهمان با دیگر رقبای خواهیم داشت.

راهکار اصلی برای تقویت انگیزه شرکت‌کنندگان برای تعامل با برندهمان استفاده از ارزش‌های مرکزی کسب و کارمان است. این امر اهمیت فوق‌العاده زیادی دارد. تمام کسب و کارها دارای ارزش‌های مرکزی نیستند. به عبارت بهتر، برخی از صاحبان کسب و کار هرگز به اهمیت ارزش‌های مرکزی در کسب و کار فکر نمی‌کنند بنابراین اگر برند شما فاقد ارزش‌های مرکزی است، باید در گام نخست نسبت به ایجاد آنها اقدام کنید. ارزش‌های مرکزی هویت هر برند را مشخص می‌سازد. به عنوان مثال، تعهدات برند شما در زمینه کسب و کار چگونه است؟ اهداف اصلی برنداتن در زمینه خدمت‌رسانی به مشتریان از چه الگویی پیروی می‌کند؟ پاسخگویی دقیق به پرسش‌های فوق امکان بازاریابی بهتر برای جلب نظر مخاطب هدف و برگزاری مسابقات جذاب را فراهم خواهد ساخت.



۵.پایه‌ریزی مسابقات پیرامون برندهمان

بدون تردید هیچ برندی مایل به آزار مخاطب هدف نیست، با این حال بسیاری از برندها در عمل چنین کاری را انجام می‌دهند. اگر فرآیند بازاریابی و برگزاری مسابقات ما از نظم و الگویی جذاب پیروی نکند، امکان اذیت کردن مخاطب افزایش خواهد یافت.

امروزه ما تجربه مشاهده پیام‌های دعوت برای شرکت در مسابقات گوناگون را داریم. بسیاری از چنین پیام‌هایی هرگز مورد توجه ما قرار نمی‌گیرد. دلیل این امر کامل واضح است: مسابقات موردنظر جذابیت کافی ندارد. نکته مهم در این میان معنای جذابیت است. ما چه نوع مسابقات آنلاین و مبتنی بر شبکه‌های اجتماعی را جذاب تلقی می‌کنیم؟

پاسخگویی به پرسش فوق بدون پرداختن به برخی از موضوعات کلیدی کسب و کار امکان‌ناپذیر است. مسابقات جذاب در دنیای شبکه‌های اجتماعی همیشه بر روی المان‌های مشخص و مهمی برای مشتریان تاکید دارد. به عبارت بهتر، هنر طراحی مسابقات در شبکه‌های اجتماعی شامل یافتن نقاط اشتراک میان کسب و کارمان و نیازهای مشتریان است. در غیر این صورت مسابقات ما جذابیت چندانی برای مخاطب هدف نخواهد داشت. بسیاری از برندها در زمینه طراحی مسابقه در شبکه‌های اجتماعی هزینه‌های سنگینی به منظور جلب همکاری آژانس‌های بازاریابی انجام می‌دهند. اگر ما از اصول ساده و پایهای طراحی مسابقه در شبکه‌های اجتماعی آگاهی داشته باشیم، دیگر نیازی به مراجعه به چنین شیوه‌هایی نخواهد بود.

۶. مسابقات پرسش‌محور

مسابقات پرسش‌محور در میان انواع مختلف مسابقات آنلاین و مبتنی بر شبکه‌های اجتماعی طرفدارهای خاص خود را دارد. بدون شک این نوع مسابقات نیازمند اختصاص زمان بیشتری از سوی برندهاست. در شیوه‌های دیگر ما با طراحی مسابقات در عمل دیگری کاری برای ساماندهی ندانشتیم، با این حال در اینجا باید برخی پرسش‌های جذاب نیز طراحی کنیم.

کاربران با مشاهده پرسش‌های یک برند در مسابقه‌اش به میزان تخصص آن در حوزه کسب و کارش پی می‌برند. این نکته اهمیت بسیار زیادی دارد. ما در صورت آگاهی از چنین نکته‌ای هرگز اقدام به طراحی پرسش‌های سطحی نخواهیم کرد. همچنین باید نسبت به پرهیز از طراحی پرسش‌های بیش از اندازه دشوار نیز توجه داشته باشیم. اگر پرسش‌ش‌های ما برای مخاطب هدف بیش از اندازه دشوار باشد، در عمل فرآیند جلب نظر آنها متوقف خواهد شد. مسابقه‌ای که هیچ‌کس توانایی پیروزی در آن را نداشته باشد، در عمل فقط برای برند طرح جذابیت خواهد داشت. ایجاد پیوند میان پرسش‌های برند با سلیقه یا نیازهای مشتریان اهمیت بسیار زیادی دارد. شاید انگیزه کاربران برای شرکت در مسابقات برند ما اندکی سرگرمی باشد، اما ما به دنبال جلب نظر مشتری و فروش محصولاتمان هستیم بنابراین باید به خوبی پیرامون کیفیت پرسش‌های مسابقه تأمل کنیم. برخی از برندها بدون تردید و اندکی تأمل بیشتر بر روی پرسش‌های‌شان اقدام به راهاندازی مسابقات

به قلم: آنجلا وایت کارشناس بازاریابی دیجیتال
ترجمه:علی آل‌علی

امروزه شبکه‌های اجتماعی توجه تمام افراد را به خود جلب کرده است. اغلب مردم در سراسر دنیا دست‌کم یک حساب کاربری در شبکه‌های اجتماعی دارند. با این حساب حضور برندها در چنین فضایی برای جلب نظر مخاطب هدف ارتقای کسب و کار کاملاً طبیعی به نظر می‌رسد. بدون تردید وقتی صحبت از شبکه‌های اجتماعی می‌شود، بسیاری از افراد به یاد فیس‌بوک خواهند افتاد. اکنون فیس‌بوک همچنان برترین پلتفرم اجتماعی از نظر تعداد کاربران فعال محسوب می‌شود، با این حال تغییرات بسیار زیادی در ساختار شبکه‌های اجتماعی به وجود آمده است. شبکه‌هایی نظیر اینستاگرام، فیس‌بوک، لینکدین و اخیراً تیک تاک به شدت مورد توجه کاربران سراسر جهان قرار دارد بنابراین نگاه ما به دنیای شبکه‌های اجتماعی باید دقیق و چندبعدی باشد.

بی‌تردید استفاده از شبکه‌های اجتماعی برای بازاریابی و ارتقای کسب و کار یکی از استراتژی‌های ضروری برای هر برند محسوب می‌شود. نکته مهم در این میان آگاهی از شیوه استفاده درست شبکه‌های اجتماعی به منظور دستیابی به اهداف مدنظرمان است و در غیر این صورت ما نه تنها به اهدافمان نخواهیم رسید، بلکه در عمل موجب رنجش خاطر مخاطب نیز می‌شویم. امروزه بسیاری از برندها در حال بازاریابی در شبکه‌های اجتماعی هستند، با این حال تعداد کمی از آنها در عمل توانایی تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را دارند بنابراین ما باید به دنبال راهکارهایی برای ایجاد تمایز میان فعالیت برندهمان با دیگران باشیم.

فضای شبکه‌های اجتماعی برای برندها به شدت رقابتی است. تولید محتوای جذاب برای مخاطب هدف به هیچ وجه کار ساده‌ای محسوب نمی‌شود بنابراین ما باید تمام تلاش‌مان برای ارائه محتوای مناسب با سلیقه کاربران را به کار گیریم. برخی از برندها به فرآیند تولید محتوا در شبکه‌های اجتماعی به چشم نوعی بازی ساده نگاه می‌کنند. نتیجه این نوع نگاه ناکامی مداوم برندها در توسعه کسب و کار از طریق پلتفرم‌های اجتماعی خواهد بود. نکته منفی ماجرا صرف هزینه‌های گزاف از سوی برخی از برندهاست. بدون تردید اختصاص بودجه به طور مداوم و عدم دریافت نتیجه دلخواه برای هر برندی دشوار خواهد بود.

خوشبختانه امروزه راهکارهای بسیار زیادی برای بهبود وضعیت استفاده از شبکه‌های اجتماعی وجود دارد. به این ترتیب شما در رقابت بر سر تولید محتوای جذاب و جلب نظر مخاطب هدف استراتژی‌های مختلفی در دسترس خواهید داشت. یکی از راهکارهای جذاب برای جلب نظر مخاطب هدف شامل راهاندازی مسابقات جذاب در شبکه‌های اجتماعی است. همه افراد شرکت در مسابقات را دوست دارند. این امر شانس مطلوبی به ما در راستای بر کردن اوقات فراغت و همراهی با دوستان را می‌دهد. اگر خوش شانس باشیم، شاید مبلغ قابل توجهی نیز به عنوان جایزه برنده بشویم. ما در ادامه نگاهی به برخی از مهم‌ترین نکات در زمینه بازاریابی در شبکه‌های اجتماعی با استفاده از استراتژی برگزاری مسابقه خواهیم انداخت.

۱. شناخت مخاطب هدف

نخستین گام در راستای بازاریابی در شبکه‌های اجتماعی شناخت دقیق مخاطب هدف است. ما باید اطلاع دقیقی از سلیقه مخاطب هدف برندهمان داشته باشیم. در غیر این صورت فرآیند طراحی مسابقه برای آنها دشوار خواهد شد. اصول بازاریابی دیجیتال شامل تلاش برای مطالعه ویژگی‌های مختلف هدف است. برخی از برندها دارای تیم‌های توسعه و تحقیقات بسیار حرفه‌ای هستند بنابراین چنین تیم‌هایی در عمل مشکلی برای بررسی امور و بازاریابی مناسب نخواهند داشت. اگر شما دارای تیم مناسبی برای مطالعه پیرامون مشتریان نیستید، باید استفاده از اطلاعات طبقه‌بندی شده آژانس‌های بازاریابی را در دستور کار قرار دهید. بی‌تردید این شیوه نیازمند پرداخت هزینه بیشتری است، اما مزیت استفاده از اطلاعات دقیق از سوی کارشناس‌های حرفه‌ای را دارد.

نکته مهم بعدی طراحی مسابقه به صورت همه فهم است. اگر مسابقه ما دارای پیچیدگی‌های زیادی باشد، امکان فهم ساده شرایط آن از سوی کاربران وجود نخواهد داشت بنابراین خیری از مشارکت بالا در مسابقه نیز نخواهد بود. وظیفه اصلی ما در این میان تلاش برای ساده‌سازی شرایط حضور در مسابقه و بیان نکات کلیدی است. فقط در این صورت امکان جلب نظر شمار بالایی از کاربران فراهم خواهد شد.

۲. انتخاب الگوی مسابقه مناسب

امروزه شیوه‌های مختلفی برای برگزاری مسابقه در شبکه‌های اجتماعی وجود دارد. شاید در نگاه نخست این امر برای شما عجیب به نظر برسد. بسیاری از برندهای موفق در زمینه برگزاری مسابقات آنلاین نیز نسبت به شیوه‌های مختلف ساماندهی آن آگاهی ندارند. این امر موجب بروز خطرات زیادی در دستیابی به نتایج بازاریابی دلخواه‌مان می‌شود. درست به همین خاطر برخی از برندها در عمل توانایی تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف به صورت پایدار را ندارند.

هر برند براساس شرایط موجود و نیازهای خود باید نسبت به استفاده از یک الگوی مسابقه واحد در شبکه‌های اجتماعی اقدام کند. برخی از الگوهای رایج در این زمینه عبارتند از:

- مسابقات عکاسی
- مسابقات ویدیویی
- مسابقات قرعه‌کشی براساس لایک یا درج کامنت در ذیل یک مطلب
- مسابقات نگارش کپشن
- مسابقات شامل پرسش‌های کوتاه و محدود

انتخاب هر کدام از گزینه‌های فوق برای ساماندهی شرایط بازاریابی برند بستگی به شرایط برند شما دارد. برخی از برندها بدون توجه به شرایط کسب و کارشان و فقط براساس نیازهای برند به وضعیت کمپین دیگر برندها اقدام به انتخاب یک الگو می‌کنند. نتیجه این امر ناتوانی برندها در زمینه تاثیرگذاری مطلوب بر روی مخاطب هدف خواهد بود. ما باید شرایط متفاوت هر کسب و کار را مدنظر داشته باشیم. این امر شامل نوعی شخصی‌سازی شرایط بازاریابی برای برندهمان است. در غیر این صورت همیشه با مشکل بازاریابی مواجه خواهیم بود.

۳. جوایز شما کدامند؟

براساس نوع مسابقه برندهمان باید نکات مختلفی را مدنظر قرار دهیم. یکی از نکات مهم تعیین جوایز جذاب برای مشتریان است. بسیاری از برندها تعیین جایزه برای مسابقات را مدنظر قرار نمی‌دهند. بدون تردید فرآیند مسابقه جذابیت‌های بسیار زیادی دارد، اما این امر بدون ترکیب با جایزه‌های ارزشمند تاثیر چندانی بر روی کاربران نخواهد داشت.

امروزه تعداد مسابقات بسیار زیادی در حوزه بازاریابی در جریان است. نکته مهم در این میان عدم توجه کاربران به شمار بالایی از آنهاست. بنابراین ما باید به دنبال راهکارهایی برای افزایش جذابیت فرآیند مسابقات برندهمان باشیم. انتخاب جایزه‌های جذاب برای کاربران محرک مهمی در زمینه جلب نظرشان خواهد بود. برندهای بزرگ همیشه جایزه‌های جذابی برای مسابقات‌شان در نظر می‌گیرند. بهترین استراتژی برای تعیین جایزه‌های مناسب برای برند قرار دادن خودمان در جایگاه مشتریان است. چشم‌انداز مشتریان کمک بسیار زیادی به برندها خواهد

والدین نابغه‌ساز
از نگاه محققان دانشگاه هاروارد
به قلم: اسکات مآتز خبرنگار مترجم: امیر آل علی

بدون شک والدین در میزان موفقیت فرزندان، نقشی کلیدی دارند. درواقع آنها می‌توانند هسته اولیه رشد و یا عدم شکوفایی را به همراه داشته باشند. در این رابطه محققان دانشگاه هاروارد، در جدیدترین تحقیقات خود به بررسی رفتارهای والدین با فرزندان خود پرداخته‌اند که از بین تمامی آنها، هشت مورد می‌تواند زمینه رشد آنها را افزایش دهد. این امر باعث خواهد شد تا در آینده شانس حضور فردی موفق به مانند ایلان ماسک را در خانواده خود داشته باشید. در این راستا به بررسی یافته‌های آنها خواهیم پرداخت.

۱-آموزش سریع را در دستور کار خود قرار دهید

برای بسیاری از خانواده‌ها نقطه شروع یادگیری فرزندان، مقطع اول دبستان است. این امر در حالی است که تحقیقات نشان می‌دهد که اگر از قبل در این رابطه اقداماتی را انجام داده باشید، فرایند شکلگیری ذهن کودک شما، مسیر بهتری را طی کرده و ظرفیت رشد افزایشی چشمگیر را پیدا خواهد کرد. این نکته را فراموش نکنید که نمی‌توانید نظارت لازم را بر روی شیوه رفتاری معلم، و نظام آموزشی داشته باشید. به همین خاطر بهتر است که مراحل اولیه، نزد خودتان طی شده باشد.

۲-اجازه صحبت کردن بدهید

ضروری است که به فرزندان خود اجازه دهید تا هر آنچه که در ذهن آنها می‌گذرد را عنوان کنند. این مسئله کمک خواهد کرد تا آنها هیچ‌گاه از پرداختن به مسائل جدید و حتی در ظاهر غیرممکن، واهمه نداشته باشند. در این رابطه ضمن صبر برای اتمام صحبت‌ها، حتما نظر خود را اعلام کنید تا فرزند شما خود را در شرایط یک مکالمه دو طرفه حس کند. این امر کمک خواهد کرد تا به مرور، اشتباهات فکری آنها نیز از بین برود و نظم فکری بهتری شکل گیرد.

۳-پشتیبان باشید

اجازه دهید تا کودکان شما اشتباه کنند. در این شرایط به جای تنبیه و دعوا کردن آنها، کمک کنید تا اوضاع را به شرایط عادی برگردانند. این مسئله کمک خواهد کرد تا آنها به خوبی بدانند که اشتباه کردن، یک فاجعه محسوب نشده و همه چیز با همکاری قابل حل خواهد بود. در نهایت کودکان شما در حین مرتب کردن و جبران خطاهای خود، چیزهایی را یاد می‌گیرند.

۴-همه چیز را تا حد امکان ساده کنید

یکی از سئوالاتی که تقریبا تمامی والدین را به مرز کلافگی می‌کشاند، نحوه به وجود آمدن و فعالیت ابزار مختلف است. در این رابطه توصیه می‌شود که به جای خسته کردن خود برای توضیح دادن که معمولا با سردرگمی بیشتر کودکان همراه است، در یوتیوب جست‌وجو کرده و یک انیمیشن مرتبط با این موضوع را برای آنها به نمایش در آورید. فراموش نکنید که آنچه که افراد مشاهده می‌کنند، بیشتر در ذهن آنها خواهد ماند. در نهایت این اقدام شما کمک خواهد کرد که آنها متوجه شوند که می‌توانند شخصا جواب پرسش‌های خود را پیدا کنند. این امر بدون شک از حجم کارهای شما می‌کاهد.

۵-سوال بپرسید

همواره باید کودکان از شما سوال کنند، شما نیز می‌توانید این اقدام را انجام دهید. درواقع این امر که شما برای عقاید آنها احترام قائل شده و نسبت به نظرات‌شان مشتاق هستید، حسی فوق‌العاده را در آنها به وجود می‌آورد. همچنین به آنها زمانی را برای فکر کردن بدهید. این امر باعث خواهد شد تا کودکان شما با اولین تجربیات تفکر عمیق و تمرکز بر روی یک موضوع آشنا شوند.

۶-بازی کنید

بازی کردن باعث می‌شود که خلاقیت کودکان به پرواز درآید. در این رابطه اجازه دهید که آنها نویسندگان سناریو باشند. همچنین از قوانین بازی آنها پیروی کنید. این امر کمک خواهد کرد تا آنها اولین تجربه مدیریتی خود را کسب کنند. در نهایت فراموش نکنید که تا ۱۰ سالگی، کودکان مقلد بسیاری از رفتارهای شما خواهند بود. به همین خاطر اطمینان داشته باشید که عادت‌های مثبت و سازنده‌ای را دارید.

۷-مذاکره کنید

یکی از بدترین اشتباهات این است که والدین تمامی امکانات را در اختیار فرزندان خود قرار داده و سریعا تسلیم خواسته‌های آنها می‌شوند. این مسئله باعث خواهد شد تا کودکان شما به افرادی زودرنج و خودخواه تبدیل شوند. این امر در حالی است که اگر در رابطه با موضوعات مختلف مذاکره کنید، بهترین نتایج را به دست خواهید آورد. این موضوع کمک خواهد کرد تا آنها به این باور دست پیدا کنند که هر چیزی بهای خاص خود را خواهد داشت. در نهایت کودکانی که سریعا با فنون مذاکره آشنا شده باشند، در روابط اجتماعی خود نیز کاملا موفق خواهند بود.

۸-تجربیات جدید را مهیا سازید

ایین امر کمک خواهد کرد تا امکان سنجش علایق و استعدادها وجود داشته باشد. درواقع اشتباه بسیار بزرگ این است که کودکان از همان سنین ابتدایی، استعدادها و علایق آنها سنجیده نشده و این موضوع باعث می‌شود تا استعدادسوزی شکل گیرد. در این رابطه فراموش نکنید که باید به کودک خود توجه داشته باشید و از تحمیل خواسته‌ها و عقاید، خودداری کنید. برای مثال ممکن است شما یک رشته خاص را بهترین گزینه تلقی کنید، این امر در حالی است که استعداد و علاقه فرزند شما در مسیری کاملا متفاوت است. این نکته را همواره به خاطر داشته باشید که علاقه، رمز اصلی موفقیت محسوب می‌شود.

منبع: businessinsider.com

بررسی ۸ ابزار کاربردی در زمینه دور کاری

ابزارهای اساسی برای دور کاری در دوران کرونا



فعالیت دورکاری همیشه همراه با برداشتی منفی است. این امر کاهش شدید کیفیت کاری را در ذهن القا می‌کند. نکته مهم در این میان امکان بازدهی بالای کاری حتی در شرایط قرنطینه و دور کاری است. اغلب برندها در تجربه اخیرشان از دور کاری افت بهره‌وری را مشاهده کرده‌اند. شاید بخشی از این امر ناشی از کاهش انگیزه کارمندان و ناآشنایی با سیستم‌های دور کاری باشد، اما بخش اصلی مربوط به عملکرد برندهاست. بسیاری از برندها در شرایط دور کاری اهداف و انتظارات مشخصی ندارند. به این ترتیب کارمندان نیز برنامه مشخصی برای فعالیت نخواهند داشت. بدون تردید در چنین شرایطی انتشار برای بهبود وضعیت فعالیت برند بیش از اندازه خوش‌بینانه خواهد بود. ما باید همیشه انتظاراتمان از وضعیت برندمان واقعی باشد. اگر در مدت زمان دورکاری اهداف و انتظارات دقیقی ترسیم نکرده باشیم، در نهایت امکان حفظ یا افزایش سطح عملکرد اعضای شرکت وجود نخواهد داشت.

برخی از برندها به اشتباه در شرایط دورکاری فقط به دنبال پرهیز از ضررهایی هنگفت هستند. نتیجه این امر عدم واکنش آنها در صورت مواجهه با ضررهایی کوچک است. بدون تردید در بحران کنونی توانایی برندها برای رشد و توسعه محدود شده است، با این حال چنین امری به معنای استقبال از ضرر نیست. هدف اصلی در شرایط فعلی حفظ وضعیت کسب و کارمان است. اگر بنا بر تحمل ضرر باشد، تعطیلی کسب و کار منطقی‌ترین گزینه خواهد بود. اگر ما همچنان در حال فعالیت در بازار هستیم، تعیین اهداف و انتظارات برای فعالیت منظم ضروری خواهد بود.

۸.ارائه فهرستی از توصیه‌ها

شاید در ابتدا ارائه فهرستی از توصیه‌ها برای کارمندان امری پیش پا افتاده باشد. بسیاری از برندها اعتماد بالایی به توانایی کارمندان‌شان برای انتخاب شیوه‌های فعالیت مناسب دارند. نکته مهم در این میان ضرورت هماهنگ‌سازی کارمندان با یکدیگر است. اگر ما چنین توانایی را نداشته باشیم، به سرعت در شرایط دور کاری نظم سازمانی از دست خواهد رفت.

برندهای بزرگ برای شرایط بحرانی دارای دفترچه راهنما هستند. بدون تردید دفترچه‌های موردنظر برای بحرانی به اندازه کرونا نوشته نشده‌اند بنابراین تمام برندها باید نسبت به تهیه فهرستی از توصیه‌ها برای کارمندان‌شان اقدام کنند. مزیت این امر امکان ساماندهی منظم تمام کارمندان و انتقال تجربه‌های مختلف خواهد بود.

برخی از مهارت‌های دورکاری مانند شیوه استفاده از سرویس‌های ویدئوکنفرانس با توضیحی ساده از سوی ما به سرعت از سوی کارمندان آموخته خواهد شد. ما در چنین شرایطی باید ارائه مطلب به ساده‌ترین شکل ممکن را در دستور کارمان قرار دهیم.

بدون تردید همه ما امکان دسترسی به رایانه و نگارش متن‌های توصیه‌ای را داریم. اگر در زمینه‌ای خاص دارای دانش لازم برای نگارش چنین متن‌هایی نیستید، استفاده از کمک کارشناس‌های حرفه‌ای بهترین راهکار خواهد بود. اگر ما توصیه نادرست به کارمندان ارائه کنیم، علاوه بر ایجاد اختلال در عملکرد برند، اعتبارمان نزد آنها نیز خدشه‌دار خواهد شد.

جمع‌بندی

ما اکنون در میانه تجربه‌ای دلهره‌آور هستیم. وضعیت دنیا با ویروس کرونا تغییر اساسی کرده است. حوزه کسب و کار نیز در برابر چنین تغییری آسیب‌پذیر نشان می‌دهد بنابراین ما باید به سرعت نسبت به شیوه‌های فعالیت در دنیای کرونا آمادگی کسب کنیم. در غیر این صورت سرنوشتی بهتر از ورشکستگی در انتظارمان نخواهد بود.

نکته منفی ماجرا در مورد دور کاری تحمیل ناگهانی این امر به برندهاست. اگر شرایط کنونی در مراحل مختلف اوج می‌گرفت، امکان آماده‌سازی بهینه برای برندها فراهم می‌شد. اکنون سرعت عمل برندها در واکنش به شرایط جاری سرنوشت آنها را تعیین خواهد کرد. استفاده از ابزارهای مورد بحث در مقاله کنونی کمک شایانی به برندها در راستای مدیریت شرایط می‌کند بنابراین با استفاده از ابزارهای مذکور در سریع‌ترین زمان ممکن نسبت به مدیریت کسب و کار در شرایط دورکاری اقدام کنید.

منبع: noobpreneur.com

۳.ذخیره‌سازی ابری

تبادل اطلاعات در شرایط دورکاری به طور کامل متکی بر سیستم‌های آنلاین است. این امر علاوه بر مسئله امنیت اطلاعات، بحث ذخیره‌سازی‌شان را نیز مطرح می‌سازد. بسیاری از برندها در طول سال‌های اخیر به سوی ذخیره‌سازی ابری اطلاعات گام برداشته‌اند. مزیت اصلی این شیوه به ترتیب شامل دسترسی ساده به اطلاعات موردنظر و کاهش فضای موردنیاز برای آرشیو منابع است. هرچه سطح دسترسی اعضای تیم شرکت به اطلاعات موردنیازشان ساده‌تر باشد، کارایی‌شان افزایش پیدا می‌کند.

یکی از نکات مهم در زمینه مدیریت کسب و کار استفاده از فناوری‌های نوین است. امروزه ذخیره‌سازی ابری امکان صرفه‌جویی فراوان برای برندها را ممکن ساخته است بنابراین باید تا جای ممکن با فناوری موردنظر سازگار شویم.

۴.اندازه‌گیری زمان

هنگام دورکاری تعهد نسبت به ساعت‌های کاری اهمیت بالایی دارد. دورکاری به معنای کاهش ساعت‌های کاری نیست. البته برخی از برندها به دلیل شرایط استثنایی بحران کرونا اقدام به کاهش ساعت‌های کاری‌شان نیز کرده‌اند، با این حال بحث ما شامل چنین استثناهایی نیست. برندها به هر حال باید توانایی ارزیابی وضعیت براساس میزان ساعت‌های فعالیت کارمندان را داشته باشند.

فناوری‌های نوین در اینجا نیز به کمک برندها آمده است. بر این اساس با استفاده از برخی نرم‌افزارهای ساده زمان‌سنجی امکان رفع چالش موردنظر وجود دارد. فناوری ذخیره‌سازی ابری در اینجا نیز نفوذ پیدا کرده است. اغلب نرم‌افزارهای اندازه‌گیری زمان به صورت آنلاین عمل می‌کنند. معنای این امر انتقال سریع اطلاعات مربوط به ساعت‌های کاری هر فرد به سرورهای سیستم اصلی خواهد بود. محاسبه میزان فعالیت و عملکرد هر فرد در انتهای ماه یا استفاده از چنین سیستم‌هایی بسیار ساده خواهد بود.

۵.گزارش‌نویسی

اگر شما در حوزه کسب و کارتان به‌طور کامل بر تعامل رو در رو تاکید داشته‌اید، اکنون با شرایط دورکاری و استفاده از سیستم‌های آنلاین اندکی مشکل خواهید داشت. بخش اصلی مشکل موجود مربوط به نگارش یا دریافت گزارش‌های کاری است. برندهای حرفه‌ای همیشه گزارش‌های دقیقی درباره اتفاقات مختلف در طول روز طبقه‌بندی می‌کنند. این امر مستلزم تعهد کارمندان و مدیران به تهیه گزارش‌ها و ارائه‌شان به مدیر سازمانی ارشد است.

شرایط دورکاری تهیه و بارگذاری گزارش‌ها را اندکی دشوار کرده است. استفاده از سرویس‌های ایمیلی گزینه مطلوبی برای ارائه گزارش خواهد بود. نکته مهم در این میان نیاز به سیستمی یکپارچه برای بهبود وضعیت تهیه و بارگذاری آنلاین گزارش‌هاست. اغلب نرم‌افزارهای مدیریت کسب و کار دارای بخش ارائه گزارش هستند، به این ترتیب ما فرصت کافی برای نگارش سریع گزارش و ارائه‌اش به مسئول بخش را خواهیم داشت. همچنین تمام گزارش‌ها به صورت در لحظه در دسترس کارمندان قرار خواهد داشت. این امر مزیت سرورهای آنلاین و فناوری ذخیره‌سازی ابری در حوزه کسب و کار است.

۶.برنامه‌ریزی برای زمان استراحت

فعالیت کاری همیشه همراه با لذت و شادکامی نیست. تصویر جذاب و هیجان‌انگیز از فعالیت کاری در طول روز بیش از اندازه ساده‌انگارانه است. تمام افراد در طول مدت فعالیت کاری احساس خستگی خواهند داشت. تاکید بیش از اندازه برخی از مدیران برای فعالیت مداوم کارمندان در طول روز همیشه نتیجه معکوس دارد بنابراین ما در عین توجه به شرایط کاری کارمندان و تلاش برای افزایش کیفیت عملکردشان باید زمان‌های استراحت مناسب را نیز پیش‌بینی کنیم. در غیر این صورت با پدیده خستگی مفرط در محیط کاری مواجه خواهیم شد.

شاید در نگاه نخست کار از خانه بسیار ساده به نظر برسد، اما دشواری‌های اساسی کار همچنان ثابت خواهد بود. بر این اساس ما نیازمند طراحی زمان‌های مناسب برای استراحت اعضای شرکت در طول روز خواهیم بود. زمان‌هایی نظیر فرصت صرف ناهار یا میان وعده ایده‌هایی ابتدایی مناسبی برای تقویت روحیه و تغییر فضای کاری در شرایط دورکاری خواهد بود.

۷.تعیین اهداف و انتظارات

رئیس روابط عمومی این شرکت اعلام کرد:

خدمات غیر حضوری شرکت گاز آذربایجان شرقی افزایش می یابد

آذربایجان شرقی اضافه کرد: راهنما و نحوه ارائه خدمات حضوری و الکترونیکی شرکت گاز در شرایط کنونی به صورت جامع از طریق سایت این شرکت به آدرس: **www.nigc-eazar.ir** بخش خدمات الکترونیکی قابل دسترسی می باشد.
قنبری در توضیح سایر خدمات و سامانه های الکترونیکی شرکت گاز استان آذربایجان شرقی توضیح داد: سامانه ۱۹۴ شرکت گاز استان بصورت شبانه روزی برای خدمات امدادی در زمان وقوع حوادث و اتفاقات گاز و همچنین سامانه تلفن گویای ۳۱۹۴ راه ارتباطی برای دریافت و رسیدگی به درخواست ها و شکایات مردمی می باشد.
قنبری افزود: علاوه بر سامانه های اعلامی، مسؤولین میز خدمت در امور مشترکین هر یک از ادارات گاز تبریز و شهرستان ها و نیز دفاتر پیشخوان دولت، آماده پاسخگویی به سؤالات مشترکین محترم و ارائه راهنمایی های لازم خواهند بود.



ثبت نموده و برای دریافت خدمات الکترونیکی اشتراک گاز خود، می توانند از طریق تلفن گویای ۲۱۹۴ و ارسال عدد ۱ به سامانه پیامکی ۱۰۰۰۲۱۹۴ و دریافت راهنمای خدمات، اقدام کنند.
رئیس روابط عمومی شرکت گاز استان

به همت شرکت بهره برداری نفت و گاز مسجدسلیمان انجام شد

اجرای عملیات روکش آسفالت منطقه نفتون

به شرایط موجود از پیشرفت و سرعت مطلوبی برخوردار است.
مهندس مهرداد آقابلیگی در تکمیل این خبر اظهار داشت: این پروژه که یکی از پروژه های عام المنفعه شرکت بهره برداری نفت و گاز مسجدسلیمان بمنظور تعریض و ایمن سازی باقیمانده جاده ورودی شهر از سمت اهواز حداقل سه راهی لای تا سه راهی بی بتولی می باشد، تابستان ۱۳۹۸ عملیات اجرایی آن آغاز گردیده و از پیشرفت فیزیکی خوبی برخوردار است .
وی افزود: این پروژه هم اکنون از ۴۳ درصد پیشرفت فیزیکی برخوردار است و با تلاش مجموعه ی این مدیریت و جدیت پیمانکار امیدواریم که روند و شتاب اجرای کار به همین صورت باقی بماند و در موعد مقرر و پیش بینی شده به اتمام برسد.
مهندس آقابلیگی در توضیحات تکمیلی اظهار داشت: این پروژه که با مبلغ ۱۲۷ میلیارد ریال با نظارت مدیریت مهندسی و ساختمان شرکت بهره برداری نفت و گاز مسجدسلیمان در حال اجرا می باشد شامل احداث ۲ دستگاه به ۹۷ و ۵۶ متری در انتهای قسمت چهارپایانه جاده مسجدسلیمان به اهواز و قبل از دوراهی لای تال که عملیات اجرایی بل ۹۷ متری در حال انجام است و عملیات اجرایی بل دیگر نیز بزودی شروع می شود.



مدیر مهندسی و ساختمان شرکت نفت و گاز مسجدسلیمان:
پروژه احداث پلهای جاده ورودی شهر مسجدسلیمان از پیشرفت مناسبی برخوردار است

مدیرمهندسی و ساختمان شرکت بهره برداری نفت و گاز مسجدسلیمان گفت: عملیات احداث بل های جاده ورودی شهر مسجدسلیمان با توجه

تبریز – ماهان فلاح: با توجه به اهمیت حفظ سلامتی شهروندان و پیشگیری از شیوع ویروس کرونا و در راستای سیاست های فاصله گذاری اجتماعی هوشمند، خدمات غیرحضوری شرکت گاز افزایش می یابد.
سختگوی شرکت گاز استان آذربایجان شرقی با اعلام این خبر گفت: با توجه به عدم مراجعه کنتورخوانان به درب منازل، در راستای ارائه خدمات غیرحضوری و به منظور پیشگیری از شیوع بیشتر ویروس کرونا، تا اطلاع ثانوی قرائت کنتورهای گاز توسط مشترکین انجام خواهد شد.
غلامرضا قنبری افزود: با توجه به زیرساخت های طرّاحی شده در این شرکت و در راستای کاهش مراجعات حضوری، مشترکین محترم به منظور دریافت قبوض گاز هر دوره ۴۵ روزه می بایست ارقام سیاه رنگ شمارشگر کنتور خود را از طریق تلفن گویای ۲۱۹۴ و یا با ارسال کد دستتوری شماره اشتراک:۸ارقام سیاه رنگ شمارشگر کنتور به سامانه پیامکی ۱۰۰۰۲۱۹۴

اهواز – شبنم قجوانند:مدیرعامل شرکت بهره برداری نفت و گاز مسجدسلیمان از اجرای عملیات روکش آسفالت گرم منطقه نفتون به همت این شرکت خبر داد.

مهندس قباد ناصری در تکمیل این خبر اظهار داشت: این اقدام در راستای عمل به مسئولیت های اجتماعی صنعت نفت و ارایه خدمات عام المنفعه به شهروندان توسط همکاران زحمت کش مدیریت خدمات انجام شد.
به گفته ی این مقام مسئول، این عملیات در ادامه نهضت خدمت رسانی صنعت نفت به شهروندان و بمنظور بهره مندی شهروندان و ساکنین این منطقه ی پرجمعیت شهری از روکش آسفالت سالم به طول ۲۰۰۰ متر و سطح ۲۰۰۰۰ متر مربع اجرا گردید.
لازم به ذکر است سطح آسفالت خیابان اصلی منطقه نفتون که یکی از مناطق پرجمعیت شهری مسجدسلیمان است طی سالیان اخیر بدلیل حفاری های متعدد دوار متفرقه دچار تخریب و آسیب دیدگی شدید شده و تکرخطر و انتقال شهروندان را موجب گردیده بود که با پیگیری های مهندس قباد ناصری این پروژه عام المنفعه پس از کسب بودجه توسط شرکت بهره برداری نفت و گاز مسجدسلیمان عملیاتی شد و بدین ترتیب یکی از دغدغه های چندساله شهروندان این منطقه مرتفع گردید.

اخبار

با تحقق شعار «جهش تولید»؛ ادامهدهندهٔ راه رزمندگان دفاع مقدس خواهیم بود

اصفهان – قاسم اسد: مهندس عظیمیان، مدیرعامل فولاد مبارکه، در آیین گرامیداشت سالروز خاکسپاری دو شهید گمنام در این شرکت، ضمن ادای احترام به مقام شامخ شهدا گفت: مسئولیتی که شهدا با نثار خون خود و مجاهدت در راه خدا بر عهده ما گذاشتند ما را بر آن میدارد تا همچنانکه در سال «رونق تولید»، علیرغم همهٔ محدودیتها و مشکلات صنعت فولاد و اقتصاد کشور، به اهداف سالانه دست یافتیم، در سال «جهش تولید» نیز با همت و همدلی روزافزون همهٔ همکاران تلاش کنیم تا این هدف متعالی در بزرگترین گروه فولادسازی کشور نیز تحقق یابد.
وی «مجاهدت» را یکی از والاترین درسهای به یادگار مانده از شهدا دانست و افزود: امروز موفقیت در جنگ اقتصادی است که مایهٔ عزت و سربلندی کشور است؛ بنابراین در این مسیر از هیچ کوششی فروگذار نخواهیم کرد.

مهندس عظیمیان اظهار داشت: کارکنان فولاد مبارکه با درک صحیح از شرایط اقتصادی کشور حتی در شرایط شیوع ویروس کرونا نیز از ابتدای سال، با رعایت کامل دستورالعملها و نکات ایمنی و بهداشتی، کماکان اجازه ندادند چرخ تولید از حرکت باز بماند و به رکوردهای جدیدی نیز دست یافتند.
وی در خاتمهٔ سخنان خود خاطرنشان کرد: امروز به نمایندگی از همهٔ همکاران شرکت بر مزار مطهر و عطراگین این شهدای ناماشنا حاضر شدیم تا ضمن تجدید میثاق با آرمانهای شهدا و امام راحل، عزم خود را برای تحقق شعار رهبر فرزانهٔ انقلاب جزمتر نماییم.

توسط دانشگاه علوم پزشکی مازندران انجام شد:

توزیع ۱۳۸ بسته بهداشتی و غذایی بین نیازمندان توسط دانشجویان عضو کانون خیریه نهال

ساری – دهقان: توزیع ۱۳۸ بسته‌ی بهداشتی و غذایی بین نیازمندان حاشیه‌ی ساری و شهریارکنده اسلام آباد توسط دانشجویان عضو کانون خیریه‌ی نهال دانشگاه علوم پزشکی مازندران انجام شد.
کانون خیریه‌ی دانشجویی نهال دانشگاه علوم پزشکی مازندران با همکاری مددکاران بهزستی و دهیاری روستای اسلام آباد، تعداد ۱۰۳ بسته‌ی غذایی و بهداشتی برای خانواده‌های نیازمند ساکن شهریارکنده اسلام آباد که یک یا چند نفر از اعضای خانواده ناتوان ذهنی یا جسمی هستند و تعداد ۳۵ بسته‌ی غذایی و بهداشتی برای زنان و دختران حاشیه شهر ساری، اهدا کرد.
هزینه این طرح ۱۰۳۰۰۰۰۰ تومان با مشارکت ۲۰۱۵۰۰۰ تومان از عواید بازارچه های خیریه نهال علوم پزشکی مازندران و مابقی کمک خیرین عزیز و اساتید محترم گروه روانشناسی و مشاوره تامین شد.



همراهی شرکت گاز با مردم در شرایط کرونا با تداوم دوره سرد همه اقلیم‌ها تا ۱۵ اردیبهشت

گرگان – خبرنگار فرصت امروز: مهندس محمد رحیم رحیمی در مصاحبه با پایگاه خبری شرکت گاز استان گلستان از همراهی شرکت ملی گاز با مردم عزیز در شرایط کرونا خبر داده که در این رابطه دوره سرد همه اقلیم‌ها تا ۱۵ اردیبهشت سال ۱۳۹۹ تداوم می یابد.وی افزود: بر اساس مصوبه سال ۸۵ هیات محترم دولت، محاسبه قبوض گاز مصرفی مشترکین خانگی ما در کل، به دو فصل ۵ ماهه سرد و ۷ ماهه گرم تقسیم شده؛ یعنی از شانزدهم فروردین تا پانزدهم آبان هر سال، فصل گرم و از شانزدهم آبان تا پانزدهم فروردین سال بعد، فصل سرد محسوب شده و محاسبه قبوض گاز بر این اساس انجام گردید.
مدیرعامل شرکت گاز استان گلستان تصریح کرد: با عنایت به شیوع بیماری کرونا به، منظور مساعدت به مشترکین خانگی گاز و برابر درخواست ها وپیشنهاد شرکت ملی گاز ابران و وزارت نفت از هیأت محترم دولت مبنی بر موافقت با تمدید دوره سرد در بخش خانگی وهمچنین با تصویب این موضوع در هیأت دولت، خوشبختانه دوره سرد همه اقلیم‌ها به مدت یکماه افزایش یافته و تا ۱۵ اردیبهشت سال جاری تمدید شد که در این راستا گازبهای مصرفی مشترکین خانگی یک ماه دیگر با شرایط فصل سرد محاسبه می‌شود.شایان ذکر است مصارف دوره سرد سال با گاز بهای کمتری نسبت به فصل گرم محاسبه می شود

آغاز طرح ضربتی شناسایی محرومان فاقد مسکن در گلستان؛ ۳۰۰۰ واحدمسکونی تا دهه فجر ساخته می‌شود

گرگان – خبرنگار فرصت امروز: سرپرست بنیاد مسکن گلستان از آغاز طرح ضربتی شناسایی محرومان فاقد مسکن در استان خبر داد و گفت: این طرح در راستای برنامه ساخت ۳ هزار واحد مسکونی ویژه محرومان اجرا شده است.سیدمحمد حسینی اظهار داشت: طرح ضربتی شناسایی افراد محروم و نیازمند فاقد مسکن یا دارای مسکن غیرمقاوم و ناایمن در استان آغاز شده است.وی با اشاره به حضور تیم‌های ارزیاب در شهرستان‌های مختلف برای راستی‌آزمایی اطلاعات،خوارهای محروم فاقد مسکن افزود: این طرح در راستای برنامه ساخت ۳ هزار واحد مسکونی ویژه محرومان در استان اجرا شده و به مدت ۳ روز ادامه خواهدداشت.سرپرست بنیادمسکن استان گلستان یادآور شد: براساس تفاهم نامه سازمان برنامه و بودجه، کمیته امداد و بنیادمسکن قرار است ۳ هزار واحد مسکونی ویژه محرومان در استان ساخته شود که دهه فجر سال گذشته این طرح با حضور مسئولان کلنگ‌زنی شد.

مستند گردشگری استان مرکزی تولید و پخش می‌شود

اراک – خبرنگار فرصت امروز: مدیرکل میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری استان مرکزی گفت: در راستای معرفی هرچه بیشتر جاذبه‌های گردشگری استان مرکزی قرارداد تولید و پخش ۱۴۰ دقیقه فیلم مستند متعقد شده است.

علیرضا ایزدی، مدیرکل میراث فرهنگی، صنایع‌دستی و گردشگری استان مرکزی در این باره گفت: در راستای معرفی هرچه بیشتر جاذبه‌های گردشگری استان مرکزی قرارداد تولید و پخش ۱۴۰ دقیقه فیلم مستند با همکاری صدا و سیمای مرکز استان منعقد شده است. وی افزود: این برنامه شامل معرفی بخش‌های مختلف گردشگری، میراث فرهنگی و صنایع‌دستی به‌منظور معرفی توانمندی‌ها و پتانسیل‌های مختلف استان تهیه و طی سال ۹۹ از صدا و سیمای مرکز استان پخش می‌شود. مدیرکل میراث فرهنگی، صنایع‌دستی و گردشگری استان مرکزی تصریح کرد: معرفی محوطه‌های تاریخی استان، اثر جهانی قنات ابراهیم‌آباد، معرفی کارگاه‌های تولیدی صنایع دستی و آثار فاخر و مهم و شاخص استان، آگاه‌سازی به عموم مردم در خصوص تورهای غیرمجاز و آگاه‌سازی در نگهداری و حفظ زیست‌محیطی تالاب میقان و معرفی مسیرهای گردشگری و جاذبه‌های کمتر شناخته شده استان از جمله محتواهای این برنامه تولیدی است. ایزدی بیان کرد: تولید این مجموعه مستندها برای ۱۲ شهرستان استان با اضافه شدن به این برنامه‌ها معرفی آداب و سنن استان، بازی‌های بومی محلی و رویکردهایی نظیر گردشگری ورزشی، نیز در برنامه‌ها گنجانده می‌شود.

آبفای رودسر از هدر رفت ۲۰لیتر در ثانیه آب سالم جلوگیری کرد

رشت – مهناز نوبری: مدیرآبفای رودسر از رفع شکستگی لوله ۶۰۰خط انتقال سفیدآب این شهر خبرداد .
حسن امیدوار مدیرآلفای رودسر با اعلام این خبر گفت: پیرو گزارشات مردمی در خصوص شکستگی لوله ۶۰۰ میلیمتر چندن داکتیل در مسیر خط انتقال سفید آب، منطقه دیمابن، این امور بلافاصله پس از بازدید از محل نسبت به خرید تجهیزات لازم اقدام کرد.امیدواردر ادامه افزود: این شکستگی با استفاده از کولار ساکت ۰۰میلیمتر همراه با واشر آبندی پس از ۲ روز کار بی وقفه پایان یافت،وی هزینه ی انجام این عملیات را بالغ بر ۸۰میلیون ریال اعلام کرد و افزود : همکاری اسنادکاران واحد اتفاقات آبفای رودسر و امزش منجر به جلوگیری از هدر رفت ۲۰ لیتر آب شرب شد.



و خبرگزاری های وزین استان، برگزاری مسابقه قرآنی ویژه کارگران و فرزندان و همسران به صورت مجازی، اهدای نمادین شاخه گل به کارگران از سوی مدیریت واحدهای تولیدی صنعتی به نمایندگی از طرف ستاد بزرگداشت هفته کارگر همچنین گلباران و عطر افشانی مزار مطهر شهداء توسط مدیریت

تبریز – ماهان فلاح: معاون امور اجتماعی و فرهنگی اداره کل تعاون و رفاه اجتماعی آذربایجان شرقی در اولین جلسه ستاد بزرگداشت هفته کارگر این استان گفت: هفته کار و کارگر فرصت بسیار مناسبی برای بازگویی ارزش کار و نقش کارگران در عرصه کار و تلاش است. پرویز پناهی با اعلام برنامه های پیشنهادی اعضای ستاد بزرگداشت هفته کار و کارگر استان با قadrانی از همراهی و همکاری تشکل‌های کارگری و کارفرمایی و سازمان سیج کارگری سیاه عاشورا و انجمن‌های اسلامی کارگران استان اظهار کرد: اسال به لحاظ شرایط پیش آمده ناشی از شیوع بیماری کرونا و دستورالعمل های ابلاغی از سوی معاونت اجتماعی و فرهنگی وزارت برابر پروتکل های بهداشتی برنامه‌های این ایام از شرایط و حال وخامی برخوردار خواهند بود.

وی با اشاره به آمادگی و اعلام نمایندگان و اعضای ستاد بزرگداشت هفته کارگر استان تصریح کرد: برگزاری ویژه برنامه های این ایام با همکاری صدا و سیمای مرکز آذربایجان شرقی اجرای برنامه‌ها و مسابقات بصورت مجازی و تلویزیونی، برگزاری نشست مطبوعاتی بصورت مجازی با خبرنگاران روزنامه ها

گزارش‌های تبریز، برگزاری نشست‌های تخصصی با حضور مسئولین بخش کارگری استان و انجام مصاحبه اختصاصی با کارگران نمونه و ورزشکاران قهرمان کارگر که در قالب برنامه‌های ویژه در هفته کارگر و ایام .امام مبارک رمضان از مهم ترین تصمیمات این نشست بود. پناهی ادامه داد: در راستای عمل به دستور مقام معظم رهبری رزمایش کمک های مومنانه و رزمایش دفاع بیولوژیک همزمان با این ایام توسط سازمان سیج کارگری سیاه عاشورا استان برگزار خواهد شد.

پناهی افزود: همچنین در راستای تحقق منویات مقام معظم رهبری با مشارکت و همراهی بسیجیان مستقر در کارخانجات صنایع مادر شیفت ایثار در جهت تولید مایحتاج ضروری از جمله امکانات بهداشتی و درمانی و دارویی در واحدهای تولیدی و صنعتی استان اجرا می گردد.

وی از همراهی کارفرمایان در اجرای هرچه بهتر این برنامه‌ها قدر دانی و ابراز امیدواری کرد با گرامیداشت و نکوداشت این ایام بتوانیم ارزش و و جایگاه کار و کارگر را در جامعه بازگو کنیم.

حتی کرونا ویروس، مانع حرکت درمدار توسعه و تحول مدیریت شهری قم نشد

قطار شهری، توسعه و بهسازی ناوگان حمل و نقل عمومی شهر، نوسازی ناوگان تاکسیرانی با تعویض ۱۴۰۰ خودرو در سال گذشته نیز بخشی از این تحولات در شرایط نامساعد اقتصادی بود، از طرفی قم در مسیر هوشمندسازی و شهر الکترونیک گام‌های موثری برداشت، خدماتی که فایده و اهمیت آن را در رعایت پروتکل‌های بهداشتی و ضرورت خدمات غیرحضوری به خوبی درک کرده‌ایم.
در سال‌های اخیر براساس سیاست‌های مدیریت شهری و ارائه طرح‌های تشویقی، سرمایه‌گذاران زیادی از طرح‌های بزرگ و کوچک در قم استقبال کردند و مجموعه‌های خدماتی، تفریحی و رفاهی زیادی در جهت خدمت رسانی به شهروندان شکل گرفت. شهر قم با همه مشکلاتی که پست سر گذاشته است،در حال تبدیل شدن به یک شهر مطلوب است و با تلاش مدیریت شهری، زیرساخت‌های توسعه‌یافتگی در این شهر فراهم شده است، قم با بیش از ۹۶ درصد جمعیت شهری و به عنوان یک تک شهر، در سطح استان، دارای نیازهای پیچیده ای است که در این مدیریت شهری، بسیاری از این نیازها احصاء شده و برای آن برنامه‌ریزی راهبردی صورت گرفته است. استفاده از تجربیات سازنده و بهره‌گیری از تخصص و دانش و استفاده از ظرفیت‌های داخلی و استقلال از طرح‌ها و ایده‌های بکر، جهت مناسبتی به تحولات شهری در قم داده است، اگر چه باید کاستی‌ها و مشکلات را نیز همپای رشد و توسعه‌یافتگی مورد توجه قرار داد و با پذیرش کوتاهی‌ها و مشکلات، مدیریت شهری را به رشد و توسعه رساند.
بی شک در مدیریت یکپارچه شهری، همراهی دستگاه‌ها و نهادهای صاحب منابع نویدبخش تحولات توسعه‌یافتگی است، همان طور که طبق سیاست گذاری های انجام شده ۲۰ درصد بودجه در مدیریت شهری قم،هزینه‌های جاری و ۸۰ درصد آن بودجه عمرانی است و مدیریت شهری با رویکرد کاهش هزینه‌ها این مدیریت منابع را به خوبی ثابت کرده است.

شهری‌داری قم در سال ۹۶ و در بدترین شرایط ۱۵۵۰۰میلیارد ریال از بدهی های گذشته را پرداخت کرد و امروز با توجه به مشکلات انبوهی که در بحران کرونا، گریبانگیر مدیریت شهری شده است، انتظاری می‌رود بر این مشکلات، فائق شویم و مسیر توسعه و آبادانی را به خوبی در پیش گیریم.



حמידه زند - در طول چهارسال گذشته، به مروری بر کارنامه مدیریت شهری و با آمدن سید مرتضی سقائیان نژاد اگر چه به زعم بسیاری از کارشناسان مدیریت شهری، انبوهی از مشکلات و بدهی‌های قم، مجالی برای توسعه شهری برجای نمی گذاشت، اما همگرایی شورای اسلامی شهر و استفاده از بسیاری از ظرفیت‌ها و توجه به مدیریت منابع، فرصت‌های خوبی را فراهم آورد، تا جایی که قم با همه فراز و نشیب‌هایی که پیش رو داشت، حرکت در مدار توسعه و تحولات شهری را به خوبی تجربه کرد.

اگر چه هنوز قم از نظر زیرساختی از برخی از کمبودها و مشکلات رنج می‌برد، اما نمی‌توان منکر پیشرفت و تعالی شهر در سالهای اخیر شد، به ویژه برخی از پروژه‌های راکد و نیمه جان قم، مراحل نهایی را پیمود و در خدمات شهری نیز تحولات خوبی در پاسخگوی به مطالبات شهروندان و پیگیری مشکلات به وجود آمد. استفاده از خرد جمعی و توجه به اولویت‌ها و پرهیز از قرار دادن شهرداری در حیط خلوت و تغییر نگرش نسبت به کارآمدی نیروها و پرهیز از به کار گیری پیمانکارانی که کارنامه خوبی در فعالیت‌های گذشته نداشتند، همچنین بهره‌گیری از نیروهای متخصص، مانع از فرصت‌سوزها و از دست دادن منابع شد و تحولی چشمگیر در مدیریت شهری قم، رقم خورد. شاید با توجه به تلاش‌های انجام شده امروز می‌توان امیدوار بود که قم به شهری توسعه یافته و کلان‌شهری متحول، تبدیل خواهد شد، البته باید پذیرفت که بسیاری از برنامه‌ها به واسطه شیوع کروناویروس فرصت اتمام در شرایط عادی را پیدا نکرد و برخی از بودجه‌ها نیز برای مقابله با کرونا، تغییر جهت داد، اما نشاط اجتماعی شهر و توسعه فضای سبز و آغاز عملیات اجرایی برخی از پروژه‌ها در شرایط فعلی، نویدبخش توسعه یافتگی در چشم‌انداز شهری قم است.

قم امروز به عنوان یکی از شهرهای پیشرو در توسعه، عمران و آبادانی تلقی می‌شود و تیم مدیریتی شهرداری، ظرفیت‌ها را برای رسیدن به پیشرفت مدیریت شهری شناسایی کرده است و با ترسیم و تدوین سند چشم‌انداز شهری قم در افق پنج‌ساله ۱۴۰۰ و همچنین بیست ساله قم ۱۴۱۴، بر آن است تا حرکتی هدفمند در پیش بگیرد، یکی از شاخص‌های مهم در توسعه‌یافته‌گی شهری، اجرای پروژه‌های عمرانی است که در چهار سال اخیر در این زمینه تحولات مهمی شکل گرفته است که طراحی و به سرانجام رسیدن

میزبان ریزگردها نباشیم



دوباره فصل گرما در راه است و ریزگردها خود را برای هوای ایران آماده کرده‌اند؛ ریزگردهایی که چند سالی است با شروع فصل گرما آسمان ایران را خاکستری و نفس مردم را تنگ می‌کنند. جنوب و غرب کشور هم در کانون این ریزگردهای میهمان قرار دارند؛ پدیده‌ای تقریباً نوظهور که مردم را به همزیستی با خود ناچار کرده است.

از ماست که برماست

اما این ذرات معلق چرا آمدند؟ محققان می‌گویند فعالیت‌های انسانی و تغییرات اقلیمی مهم‌ترین دلیل بروز این پدیده طبیعی هستند. جمله این عوامل می‌توان به استفاده بی‌رویه از منابع طبیعی، فرسایش خاک، خشک شدن تالاب‌ها و ساخت سدها اشاره کرد؛ فعالیت‌هایی که بشر برای تامین نیاز انجام می‌دهد، اما سلامتی خود را نشانه رفته است. پدیده گرد و غبار آثار سوئی در سلامت افراد دارد. افزایش مرگ و میر، بیماری‌هایی مانند برونشیت مزمن، آسم و عفونت‌های تنفسی خفیف در کودکان از جمله نتایج وجود ذرات معلق در هوا است که در این چند سال موارد متعددی از بروز آنها در استان‌های درگیر گزارش شده است. از دیگر عوارض این پدیده، تحمیل خسارات مالی جبران‌ناپذیر به اقتصاد و کشاورزی استان‌های درگیر است، مثلاً براساس اعلام رئیس جهاد کشاورزی استان خوزستان، ریزگردها بیش از ۹۰۰ میلیارد تومان خسارت به کشاورزی این استان وارد کرده‌اند.

۲۱ استان درگیر ریزگرد

بنا به گفته رئیس سازمان حفاظت محیط زیست، ۲۱ استان کشور ما درگیر ریزگردها است و در بعضی نقاط مانند خوزستان غلظت گرد و خاک به حدی است که گاهی دید تا ۵۰ متر کاهش می‌یابد. البته ایران تنها کشور میزبان این پدیده نیست بلکه به اذعان مسئولان، ۱۷ کشور از پدیده ریزگرد رنج می‌برند. کشورهای عراق، سوریه، کویت، بحرین، عربستان، ترکیه و امارات هم تاکنون میزبان خوبی برای این ریزگردها بوده‌اند.

برخی بروز ریزگردها را از کانون‌های داخلی می‌دانند و عده‌ای می‌گویند بیش از ۹۰ درصد مشکلی که ما اکنون در کشور با آن روبه‌رو هستیم منشأ بیرونی دارد و ۵۵ درصد تولید ریزگردها مربوط به عراق است، اما این حکایت‌ها دلیلی موجه برای عدم تالش مسئولان و مدیران متولی نیست که کاری نکنند و این پدیده را به حال خود رها کنند.

روش‌های زیستی می‌توانند؟

به گفته برخی محققان و فعالان زیست محیطی، برخی روش‌ها می‌تواند عوارض این بایلابی را که حاصل دسترنج خودمان است را کاهش دهد. روش‌هایی زیستی و طبیعی که می‌توانند حال خراب طبیعت را خوب کنند؛ طبیعتی که همه به آن نیاز داریم و تخریب آن حیات را از کره زمین می‌گیرد.

ارتقای امنیت ملی با علوم و فناوری‌های شناختی

محمدحسین مقامی - عضو هیات علمی دانشگاه شهید رجایی

فناوری‌های خواندن و نوشتن در مغز، پایه و اساس روش‌های درمانی نوین برای مشکلات شناختی و ابزار اصلی واسطه‌های مغز-ماشین هستند. این ابزارها عموماً متکی بر ابزارهای الکترونیکی، مغناطیسی، نوری و فراصوت است. به علاوه، به همراه توسعه فهم کارکرد مغز، نیاز به ابزارهای نوین برای مطالعه مغز گسترش می‌یابد. از سال ۱۳۹۵ تاکنون، ستاد علوم شناختی معاونت علمی به صورت مستمر به توسعه مجموعه‌ای از ابزارهای مطالعه مغز پرداخته و از یک سال اخیر مرحله گسترش کاربرد آنها را در مراکز علمی هدف قرار گرفته است. در این راستا، ستاد از ابتدای سال ۱۳۹۸ نسبت به ایجاد کارگروه توسعه فناوری‌ها و ابزارهای نوین برای ارتباط دو سویه با مغز با هدف درمانی اقدام کرده است. این کارگروه متشکل از متخصصانی از دانشگاه، صنعت، کارآفرینان و بازیگران و قانونگذاران ملی است.

به طور کلی، مجموعه ستاد همواره تلاش می‌کند تا با تمرکز بر توسعه فناوری‌های خواندن و نوشتن در مغز، تجهیز آزمایشگاه‌ها و آماده‌سازی ابزارها و زیرساخت‌های موردنیاز حوزه علوم شناختی در مراکز علمی و تخصصی را در دستور کار خود قرار دهد. در این خصوص، حمایت از تولید تجهیزات داخلی و محصولات شرکت‌های دانش‌بنیان در حوزه علوم شناختی در اولویت ستاد است و با توجه به سیاست‌های کلی ستاد، بازدیدها، تعاملات و جلسات متعددی با شرکت‌های مختلف برگزار می‌شود تا بدین وسیله علاوه بر شناسایی پتانسیل شرکت‌های موجود، نیاز محققان داخل کشور به برخی از تجهیزات حوزه علوم شناختی مرتفع شود. در واقع ستاد توسعه علوم شناختی در این رهگذر تلاش می‌کند از یک سو سیاست تشویق و ترغیب محققان و متخصصان برای دستیابی به خودکفایی و بومی‌سازی تجهیزات در حوزه علوم شناختی را مورد حمایت و پشتیبانی قرار دهد و از طرف دیگر دانش علوم شناختی در مراکز علمی و دانشگاهی توسعه و گسترش یابد.

در این راستا، با حمایت‌های ستاد در سال‌های گذشته و با تعاملی که با بیش از ۲۰ شرکت فعال در حوزه علوم شناختی انجام شده است، تاکنون حدود ۱۰ مرکز درمانی و دانشگاهی به دستگاه‌ها و تجهیزات پیشرفته ساخت داخل از جمله سیستم ثبت فعالیت‌های الکتریکی مغز (الکتروانسفالوگرام) ۶۴ کاناله، سیستم رهگیر چشمی،

فناوری‌های زیستی از جمله روش‌هایی است که در کنار کاهش اقدامات تخریبی بشر علیه محیط زیست، می‌تواند این صدمات را کم کند. البته اگر این روش‌ها همه‌گیر شود و کشورها خود را موظف به رعایت آن بدانند. ستاد توسعه زیست فناوری معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری هم با تلاش‌های گروه محیط زیست خود در تلاش است تا با توسعه روش‌های زیستی، مرهمی باشد بر زخم مردمان جنوب کشور. استفاده از مالچ‌های زیستی، پلیمرهای زیستی، احیای تالاب‌ها،

توسعه فناوری‌های شورورزی، تولید فرآورده‌های زیستی مناسب برای جلوگیری از تشکیل گرد و غبارهای میکروبی در انبارهای روباز صنایع فولاد، مس، سرب، روی و آلومینیوم و ... از جمله این روش‌ها است. برخی از این روش‌های زیستی در چند سال اخیر توانسته تا حدودی این معضل را رفع کند، اما تاکنون روشی قطعی و اثرگذار به صورت گسترده برای کنترل و کاهش ریزگردها در کشور مورد استفاده قرار نگرفته و باز هم تابستان و ریزگردها در راهند

آگهی تغییرات موسسه صندوق سرمایه گذاری مشترک اندیشه فردا به شماره ثبت ۳۳۲۷۵ و شناسه ملی ۱۰۳۲۰۸۹۶۵۳۰

به استناد صورتجلسه مجمع عمومی فوق العاده مورخ ۱۳۹۸،۱۱،۲۳ و به موجب مجوز شماره ۱۲۲،۶۱۲۷۹ مورخ ۱۳۹۸،۱۲،۴ سازمان بورس و اوراق بهادار تصمیمات ذیل اتخاذ شد: مدت فعالیت صندوق سرمایه گذاری مشترک اندیشه فردا تا تاریخ ۱۳۹۹،۵،۲۱ تمدید گردید.

سازمان ثبت اسناد و املاک کشور اداره ثبت شرکت‌ها و موسسات غیر تجاری تهران (۸۲۷۲۰۰)

تاسیس شرکت سهامی خاص کاریز برج آرسام در تاریخ ۱۳۹۹،۰۱،۲۵ به شماره ثبت ۱۰۰۲۴ و شناسه ملی ۱۴۰۰۹۰۷۴۱۶۲ به شماره ثبت و امضا ذیل دفاتر تکمیل گردیده که خلاصه آن به شرح زیر جهت اطلاع عموم آگهی می‌گردد.

موضوع فعالیت: کلیه ی امور پیمانکاری مربوط به راه‌ساختمان‌برقی،تاسیسات،آب و کشاورزی،ارتباطات وسعت و نفت و گاز(به جز اکتشافات و بهره برداری و استخراج)پس از اخذ مجوز،مراجعه ذیصلاح در صورت لزوم پس از اخذ مجوزهای لازم از مراجع ذیربط مدت فعالیت: از تاریخ ثبت به مدت نامحدود مرکز اصلی: استان کهگیلویه و بویراحمد، شهرستان بویراحمد، بخش مرکزی، شهر یسوج، محله سالم آباد، بلوار ایت اله کاشانی، خیابان کاشانی ۱۳،شهید حمید نظری ۱، پلاک ۲۰، طبقه همکف کدپستی ۷۵۹۱۹۳۸۳۱۴ سرمایه شخصیت حقوقی عبارت است از مبلغ ۱۰۰۰۰۰۰۰ ریال نقدی منقسم به ۱۰۰ سهم ۱۰۰۰۰۰۰ ریالی نام عادی مبلغ ۳۵۰۰۰۰۰۰ ریال توسط موسسین ملی گواهی بانکی شماره ۳۰۰۲۱۶۴۴ مورخ ۱۳۹۸،۱۲،۱۰ نزد بانک توسعه تعاون شعبه دهشدت با کد ۳۰۰۲ پرداخت گردیده است والباقی در تعهد صاحبان سهام می باشد اعضا هیئت مدیره آقای محمد دوستی اصل به شماره ملی ۱۶۵۱۵۹۰۴۲۵۰ و به سمت نایب رئیس هیئت مدیره به مدت ۲ سال آقای خسرو پارسانی به شماره ملی ۳۳۵۰۹۲۰۳۲۵ و به سمت عضو هیئت مدیره به مدت ۲ سال و به سمت مدیرعامل به مدت ۲ سال آقای مصطفی پارسانی به شماره ملی ۴۲۵۰۱۱۴۱۱۵ و به سمت رئیس هیئت مدیره به مدت ۲ سال دارندگان حق امضا: کلیه اوراق و اسناد بهادار و تعهد آور شرکت از قبیل چک، سفته، بروات، قراردادهای عقود اسلامی و همچنین کلیه نامه های عادی و اداری باامضاء معبر پارسانی (مدیر عامل و عضو هیئت مدیره) همراه با مهر شرکت معتبر می باشد.

اختیارات مدیر عامل: طبق اساسنامه بازرسان خاتم فاطمه بهرامیان بور به شماره ملی ۱۸۶۱۷۹۱۷۸۱ به سمت بازرس اصلی به مدت یک سال مالی آقای غلامعلی پاسبان بور به شماره ملی ۱۶۴۱۳۶۰۴۲۵۰ به سمت بازرس علی البدل به مدت یک سال مالی روزنامه کثیرالانتشار فرصت امروز جهت درج آگهی های شرکت تعیین گردید.

ثبت موضوع فعالیت مذکور به منزله اخذ و صدور پروانه فعالیت نمی باشد. اداره کل ثبت اسناد و املاک استان کهگیلویه و بویراحمد اداره ثبت شرکت‌ها و موسسات غیر تجاری یاسوج (۸۲۳۲۰۰)

تاسیس شرکت سهامی خاص آزاد تحکیم یاقوت در تاریخ ۱۳۹۸،۰۱،۰۷ به شماره ثبت ۹۸۷۳ و شناسه ملی ۱۴۰۰۸۸۷۳۴۲۰ ثبت و امضا ذیل دفاتر تکمیل گردیده که خلاصه آن به شرح زیر جهت اطلاع عموم آگهی می‌گردد.

موضوع فعالیت: امور پیمانکاری در زمینه ا ب - نفت و گاز(به جزء، اکتشاف وبهره برداری) -ساختمان -راه -تاسیسات و تجهیزات -برقی- ارتباطات - کشاورزی با رعایت قوانین و مقررات جاری کشور و اخذ مجوز از مراجع ذیصلاح در صورت لزوم پس از اخذ مجوزهای لازم از مراجع ذیربط مدت فعالیت: از تاریخ ثبت به مدت نامحدود مرکز اصلی: استان کهگیلویه و بویراحمد، شهرستان بویراحمد، بخش مرکزی، شهر یسوج، محله مصلی، خیابان (۱۶ متری مصلی)، خیابان شهید علیرضا طایب، پلاک ۷، طبقه همکف کدپستی ۷۵۹۱۷۷۴۸۱۷

سرمایه شخصیت حقوقی عبارت است از مبلغ ۱۰۰۰۰۰۰۰ ریال نقدی منقسم به ۱۰۰ سهم ۱۰۰۰۰۰۰ ریالی تعداد ۱۰۰ سهم آن با نام عادی مبلغ ۳۵۰۰۰۰۰ ریال توسط موسسین ملی گواهی بانکی شماره ۳۰۰۵۱۰۵۳ مورخ ۱۳۹۸،۰۱،۰۳ نزد بانک توسعه تعاون شعبه چمران با کد ۳۰۰۵ پرداخت گردیده است والباقی در تعهد صاحبان سهام می باشد اعضا هیئت مدیره خاتم زیور جوزاریان به شماره ملی ۱۸۲۵۵۰۴۳۳۰۰ به سمت نایب رئیس هیئت مدیره به مدت ۲ سال خاتم رضوان التهامی به شماره ملی ۴۳۳۱۶۹۰۳۶۷ و به سمت عضو هیئت مدیره به مدت ۲ سال و به سمت مدیرعامل به مدت ۲ سال خاتم مهناز انصاری راد به شماره ملی ۸۲۷۲۴۰۸۲۷۲ و به سمت رئیس هیئت مدیره به مدت ۲ سال دارندگان حق امضا: حق امضا کلیه اسناد و اوراق بهادار و تعهدآور بانکی از قبیل چک، سفته، برات و اوراق عادی و اداری با امضاء مهناز انصاری راد (رئیس هیات مدیره) و مهر شرکت معتبر است.

اختیارات مدیر عامل: طبق اساسنامه بازرسان آقای سیلوش قاسمی به شماره ملی ۲۲۷۲۷۱۱۰۶۷ به سمت بازرس اصلی به مدت یک سال مالی خاتم سیمین تاج آذرگنبد به شماره ملی ۴۳۳۱۸۸۶۷۲۵ به سمت بازرس علی البدل به مدت یک سال مالی روزنامه کثیرالانتشار فرصت امروز جهت درج آگهی های شرکت تعیین گردید.

ثبت موضوع فعالیت مذکور به منزله اخذ و صدور پروانه فعالیت نمی باشد. اداره کل ثبت اسناد و املاک استان کهگیلویه و بویراحمد اداره ثبت شرکت‌ها و موسسات غیر تجاری یاسوج (۸۲۳۲۰۰)

آگهی ابلاغ اجرائیه به آقای حسن بیتاب

آقای حسن بیتاب فرزند علی متولد ۱۳۴۲/۲/۴ با کد ملی ۰۵۱۲۱۰۲۳۳۱۸۰ صادره از دنا فعلاً مجبورال امکان به شمالا می شود: که بانک مسکن شعبه یسوج طبق قرارداد بانکی به شماره ۴۶۸۸/۳۳۴۹۲ مورخ ۱۳۹۴/۴/۲۵ جهت وصول مبلغ ۴۴۳/۹۹۷/۹۲۱ ریال اصل به انضمام حقوق دولتی وصول طلب خودطبق مقررات علیه شما اجرائیه صادر نموده و پرونده اجرائی به کلاس ۹۸۰۰۰۹۸۸ در این اداره تشکیل شده و طبق گزارش مورخ ۱۳۹۸/۱۰/۱۱ بستانکار طبق ماده ۱۸ این نامه اجرا مفاد اجرائیه فقط یک مرتبه در یکی از روزنامه های کثیرالانتشار محلی آگهی می شود و چنانچه ظرف مدت ده روز از تاریخ این آگهی که روز ابلاغ محسوب می گردد، نسبت به پرداخت بدهی خود اقدام ننمایید. عملیات اجرائی علیه شما پیکیری می شود.

حشمت زهرا زاده رئیس اداره اجرای اسناد رسمی یاسوج



کرونا و چالش حفظ روحیه کارمندان

به قلم: هار گاریت وارد
متخصص حوزه مدیریت نیروی انسانی
مترجم:امیر آل علی

از ویروس کرونا به عنوان تهدید قرن نام برده می‌شود و این امر بدون شک فشار روانی بسیاری را برای افراد به همراه دارد. در این رابطه تنها تهیه لوازم بهداشتی نظیر ماسک و موارد ضدعفونی‌کننده، بدون شک کافی نبوده و این نکته را فراموش نکنید که در شرایط روحی بد، سیستم ایمنی بدن بسیار ضعیف خواهد شد. به همین خاطر برنامه‌ریزی برای ارتقای روحیه کارمندان، امری کاملاً ضروری خواهد بود. فراموش نکنید که سیستم ایمنی ضعیف، باعث می‌شود تا احتمال ابتلا به این ویروس، چند برابر شود. اگرچه در حال حاضر بسیاری از برندها تلاش کرده‌اند تا از طریق دور کاری، از کارمندان خود محافظت کنند. با این حال توجه داشته باشید که این مسئله، برای برخی از کسب-وکارها و در رابطه با تمامی بخش‌ها امکان‌پذیر نخواهد بود. در این رابطه برخی از برندها، اقدامات بسیار جالبی را انجام داده‌اند که در ادامه به بررسی آنها خواهیم پرداخت.

Starbucks-۱

مدیران این شرکت به تمامی کارمندان خود امکان ۲۰ جلسه مشاوره رایگان نزد بهترین روانشناس‌ها را داده است. این قابلیت برای اعضای خانواده کارمندان نیز وجود داشته و به عقیده مدیران این شرکت، هیچ فردی به اندازه یک روانشناس مجرب، نمی‌توانند به ارتقای روحیه افراد کمک کنند.

Target-۲

طرح این برند اینگونه است که کارمندان امکان ثبت نام در سمینارهای برترین مشاوران موفقیت و روانشناس‌ها را دارند. این موضوع کمک خواهد کرد تا نیاز به خارج شدن از خانه نیز کاهش پیدا کند. همچنین برخی از کتاب‌ها نیز رایگان شده است تا افراد ذهن خود را به فکر کردن در رابطه با شرایط حال حاضر، مشغول نکرده و بهترین استفاده را از زمان خود داشته باشند. در نهایت برخی از برنامه‌ها رایگان شده است. برای مثال Sleepio نرم‌افزاری است که با تمرین و راهکارهای خود به کاهش استرس و تجربه خواب بهتر، کمک می‌کند.

PwC-۳

این شرکت یک برنامه مشخص را برای کارمندان خود تعیین کرده است که همگان باید آن را رعایت کنند. برای مثال عضویت در انجمن‌های آنلاین مرتبط با سلامت روان، یکی از این موارد محسوب می‌شود. همچنین شماره روانشناس مجرب در اختیار کارمندان قرار گرفته شده است تا در صورت احساس استرس و مشکل، سریعاً با آن صحبت کنند. در نهایت تمرین‌های تنفس، موسیقی درمانی، مدیتیشن و تضمین درمان رایگان به علاوه مرخصی با حقوق در زمان نقاحت از دیگر اقداماتی است که این شرکت جهت امنیت فکری و ارتقای روحیه کارمندان خود انجام داده است.

SoFi-۴

شش جلسه درمانی رایگان در کنار آموزش رایگان مراقبه، اقدامات اصلی این شرکت بوده و مدیران آن عقیده دارند آرامش درونی، بالاترین مرتبه محسوب می‌شود که در ایجاد آن خود افراد بیشترین نقش را دارند. در نهایت اشتراک رایگان نت‌فلیکس، کمکی است تا افراد اوقات فراغت بهتری را داشته و فشار موجود را کمتر احساس کنند. همچنین صندوقی جهت کمک مالی به کارمندان ایجاد شده است که مبلغ دریافتی، به مرور از درآمد کارمندان کسر خواهد شد.

Kickstand-۵

استراتژی این شرکت کاهش حجم کاری کارمندان است. این مسئله باعث می‌شود تا امکان استراحت بیشتری وجود داشته باشد. همچنین کمک هزینه‌ای تعیین شده است تا افراد بدون نگرانی مالی، این روزهای سخت را سپری کنند.

TransferWise-۶

این شرکت بهترین کلاس‌ها و دوره‌های آموزشی را برای کارمندان خود رایگان کرده است تا در خانه ماندن و شرایط قرنطینه، برای افراد قابل تحمل‌تر باشد. در نهایت امکان دسترسی رایگان به انواع کتاب‌های الکترونیکی، از دیگر اقدامات این شرکت محسوب می‌شود. در نهایت فواصل استراحت بین کار، افزایش پیدا کرده است تا افراد با خستگی کمتری مواجه شوند.

منبع: [businessinsider.com](https://www.businessinsider.com)

چرا سحر خیزی برای کار آفرینان الزامی است

به قلم: چانسسی مداکس نویسنده حوزه کارآفرینی و موفقیت
مترجم:امیر آل علی

اگرچه در رابطه با مزیت‌های سحر خیزی که با زودتر خوابیدن همراه است، شکی وجود ندارد، با این حال در این مقاله قصد بررسی دلایل الزامی‌بودن این اقدام را برای کارآفرین‌ها داریم. درواقع اشتباه بزرگ بسیاری از کارآفرین‌ها این است که به علت عدم نیاز به حضور به موقع در شرکت، آنها می‌توانند تا نیمه شب به کارهای خود بپردازند، با این حال این تفکر کاملاً اشتباه بوده و در ادامه به بررسی آن خواهیم پرداخت.

۱-امکان به اجرا درآوردن یک برنامه مشخص وجود خواهد داشت

ساعت خواب مشخص، کمک خواهد کرد تا زندگی کارآفرینان به نظم حیاتی دست پیدا کند. این امر در حالی است که اگر در این رابطه نظمی مشخص وجود نداشته باشد، شما محکوم به دوباره نوشتن برنامه‌ها خواهید بود. همچنین این موضوع می‌تواند بر روی وعده‌های شما نیز تاثیر منفی را به همراه داشته باشد. برای مثال قرار ملاقات در روز یک و ساعت مشخص، با ساعت خواب نامعلوم یک ریسک بسیار بزرگ بوده و می‌تواند وجهه شما را تخریب کند.

۲-زمان بیشتری را در طول روز خواهید داشت

اگر قبل از ساعت ۱۲ به خواب بروید، عملاً به زمان کمتری برای استراحت نیاز خواهید داشت. حتماً برای شما نیز این اتفاق رخ داده و می‌توانید درستی آن را تصدیق کنید. همچنین در هنگام بیدار شدن، شما با سطح انرژی به مراتب بیشتری مواجه خواهید بود. این امر به معنای آن است که شما سریعاً می‌توانید اقدامات خود را شروع کنید. همچنین سحرخیزها در طول روز نیز انرژی به مراتب بیشتری دارند. بالابودن سطح انرژی برای مدیران که قلب تپنده شرکت محسوب می‌-شوند، کاملاً ضروری خواهد بود. بالابودن سطح انرژی به این معنا است که آستانه تحمل شما بیشتر شده و امکان افزایش حجم کارها نیز وجود خواهد داشت.

۳-امکان ورزش به وجود می‌آید

یکی از مشکلات همیشگی کارآفرین‌ها این است که به علت مشغله کاری، زمانی را برای ورزش نداشته و این امر سلامت آنها را با تهدیدی جدی مواجه می‌سازد. این امر در حالی است که اگر زودتر بیدار شوید، فرصت کافی برای ورزشی مداوم به وجود خواهد آمد. نکته‌ای که باید به آن توجه داشته باشید این است که به نظر متخصصان، تداوم داشتن تمرین‌ها، به مراتب مهم‌تر از حجم آن خواهد بود. به همین خاطر در اینس رابطه حتماً از یک فرد باتجربه و حرفه‌ای مشاورت بگیرید.

۴-بیشتر در کنار خانواده خود خواهید بود

اگر زود از خواب بیدار شوید، یک فرصت ایده‌آل برای صرف صبحانه در کنار خانواده و رساندن فرزندان به مدرسه را خواهید داست. این امر می‌تواند تا حد زیادی به معضل عدم تعادل کار و زندگی شخصی مدیران کمک کند. در نهایت فراموش نکنید که ایجاد یک برنامه خواب منظم، امری یک شبه نبوده و لازم است تا به صورت مرحله‌ای اقدام کنید.
منبع: [business2community.com](https://www.business2community.com)

فرصت امروز

روزنامه‌مدیریتی -اقتصادی

| شنبه | ۶ اردیبهشت ۱۳۹۹ | شماره ۱۵۲۹ | صفحه ۱۶ |

صاحب امتیاز:موسسه مطبوعاتی فرصت سازان امروز

مدیر مسئول و سردبیر: محمدرضا قدیمی

چاپ: هنر سرزمین سبز

دفتر مرکزی:میدان هفت تیر، خیابان لطفی، پلاک۴۹

دفتر مرکزی:۸۶۰۷۳۳۸۱

روابط عمومی: ۸۶۰۷۳۱۴۳ **فکس تحریریه:** ۸۸۸۲۷۱۱۲

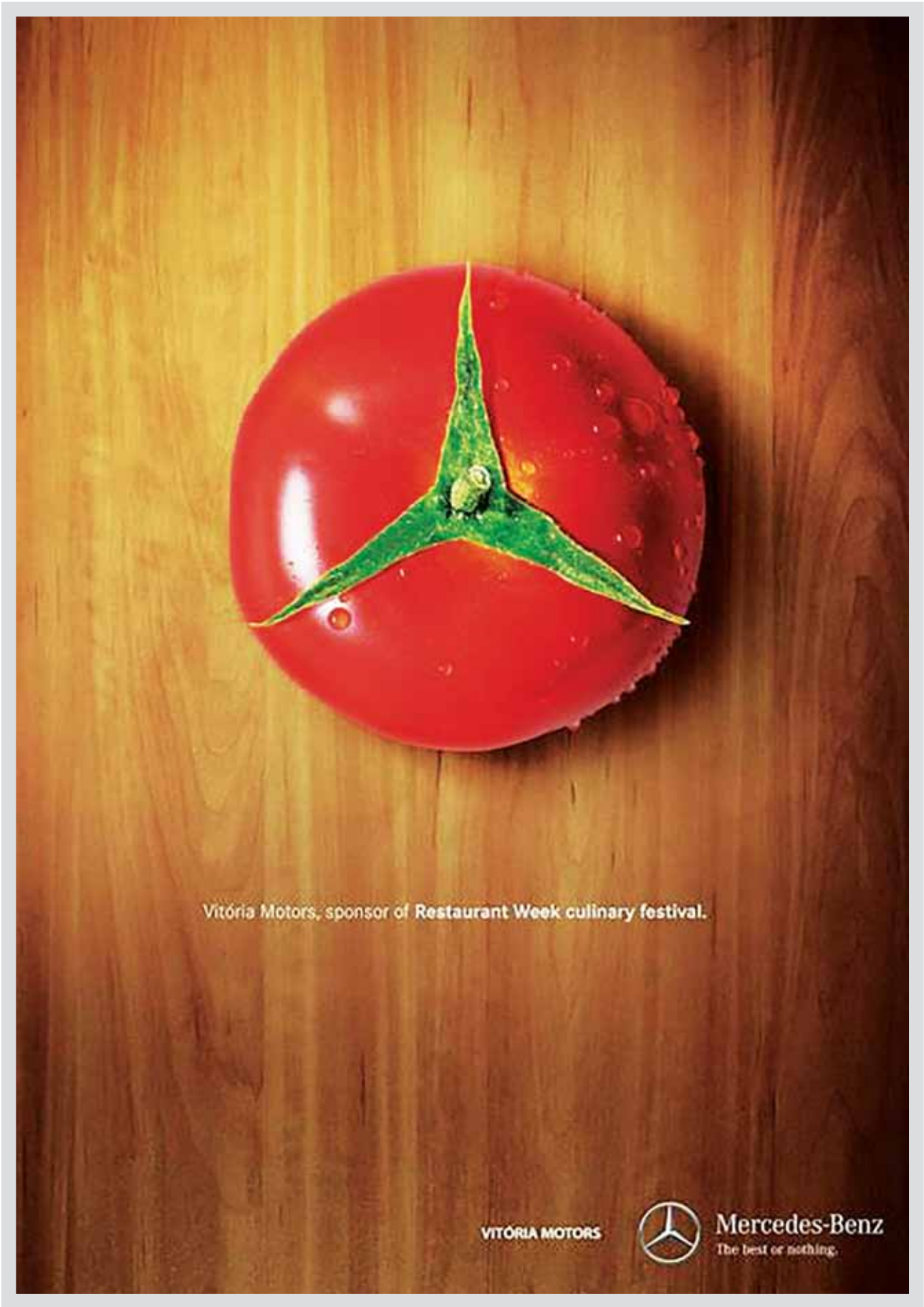
سازان آگهی‌ها: ۸۶۰۷۳۳۱۲ **امور مشترکین:** ۸۶۰۷۳۱۴۳

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

WWW.FORSATONLINE.COM

INFO@FORSATONLINE.COM

تبلیغات خلاق



مسیر موفقیت

روش‌های موثر برای پولدار شدن سریع متفاوت از چیزهایی هستند که تصور می‌کنید

کنید؛ شما تنها کسی هستید که سر راه قرار گرفته است. اگر دوست دارید که دارایی‌های خود را به پول تبدیل کرده و با یک کوله پشتی، دنیا را سیاحت کنید، پس این کار را انجام دهید. زندگی، تجربه کردن و گذران روزها با چشم‌های کاملاً باز است.

۸. افراد منفی‌باف با طرز فکر سمی را از زندگی خود حذف کنید

افسرادی که طرز فکر منفی دارند می‌توانند اثرات مخربی را در سلامت جسم و روح شما داشته باشند. فرقی نمی‌کند که تا چه اندازه انعطاف‌پذیر هستید، اینگونه از افراد در نهایت می‌توانند برای شما زیانبار باشند بنابراین اهمیت حذف کردن اینگونه از افراد را نادیده نگیرید.

۹.اهداف خود را تعیین کنید

برای چیزهایی که در زندگی به آن نیاز دارید، هدف تعیین کرده و برای آن تلاش کنید. اهداف در واقع نقشه راهی را به سمت دستیابی به رویاها در اختیار شما قرار می‌دهند. دستیابی به اهداف نیز بسیار خوشایند است و باعث می‌شود که به این روند ادامه دهید.

سریع پولدار شدن یکی از حالت‌های وجودی انسان‌هاست. لـوازم لوکس، دارایی‌های مادی و تعریفی که جامعه از موفقیت دارد، تنها وابستگی‌هایی هستند که معنای عمیقی ندارند. موارد ناملموس زندگی چیزهایی ارزشمند واقعی هستند؛ به زندگی خود معنا ببخشید و ارزش‌های آن را غنی کنید.

علاوه بر این، اگر کاری که به آن عشق می‌ورزید را انجام می‌دهید، خوشبختی را در چیزهایی که دارید پیدا می‌کنید و فعالیت‌ها و روابط مثبتی دارید، باعث می‌شود که مولفه‌های مادی را نیز در زندگی خود در اختیار داشته باشید. این یکی از روش‌های هستی برای پاداش دادن به اولویت‌های شمامست که در واقع یک فرمول قدرتمند است.

منبع: Entrepreneur/ucan

۴. زمان بیشتری را برای خانواده و دوستان اختصاص دهید

خانواده و دوستان شما در واقع منبع شادی و خوشبختی فراوان هستند؛ به ویژه دوستان شما؛ چراکه به نوعی خانواده‌ای هستند که انتخاب کرده‌اید. آنها همچنین در شرایط استرس و بحران نیز همراه شما خواهند بود. سپری کردن اوقات با خانواده می‌تواند شما را به تمام چیزهای بااهمیت دنیا مرتبط کند.

۵. روی قدرت بالاتر متمرکز شوید

ایمان از قدرت باورنکردنی برخوردار است و در زندگی‌های پرهرج و مرج می‌تواند پناهگاهی آرام باشد. حتماً نباید به معجزه و یا قدرت‌های جادویی درمانی باور داشته باشید که بتوانید اینگونه از ایمان را در خود تقویت کنید. ایمان یک موضوع شخصی است، زیباست و بسیار آرام‌بخش. ایمان درواقع باور به یک چیز بزرگ‌تر است و به شما اجازه می‌دهد که روی چیزهای بزرگ‌تر تمرکز کنید.

۶. به دیگران کمک کنید

نوع متفاوتی از خوشبختی و رضایت در «پس دادن» نهفته است. انرژی خوشبختی و خوش‌اقبالیی خود را با دیگران به اشتراک بگذارید و با پس دادن این انرژی، دیگران را نیز از این امتیاز برخوردار کنید. فرقی نمی‌کند که در چه سطحی زندگی می‌کنید، به یاد داشته باشید که همیشه کسانی هستند که به کمک نیاز دارند. برای کمک به افراد تنگدست و کسانی که به کمک نیاز دارند، وقت صرف کنید.

۷. رویاهای خود را دنبال کنید

همه انسان‌ها مجموعه‌ای از رویاها را در قلب خود پرورش داده‌اند. دنبال کردن این رویاها، ارزش ذاتی بی‌پایتهی را ایجاد می‌کند. برای مثال، اگر می‌خواهید که زبان جدیدی را بیاموزید، حتماً این کار را انجام دهید؛ لازم نیست که حتماً در شرایط خاصی به شما کمک کند. کسب و کار جدید خود را راه‌اندازی