



نگاه

اصلی ترين طلبکاران دولت را بشناسيد

دولت همیشه بدهکار

فهرست طلبکاران بزرگ دولت به ۹ گروه تقسیم می‌شوند. پیمانکاران و مشاوران خصوصی؛ سایر اشخاص حقوقی خصوصی؛ اشخاص تعاونی؛ دارندگان اوراق بهادار؛ بخش خارجی؛ بخش عمومی غیردولتی؛ بانک‌ها و مؤسسات اعتباری خصوصی؛ بانک‌ها و مؤسسات اعتباری دولتی و بانک مرکزی؛ همه از طلبکاران دولت هستند که هر کدام سهمی از مجموع بدهی‌های دولت و شرکت‌های دولتی دارند.

بیشترین سهم از بدهی‌های دولت و شرکت‌های دولتی به بانک مرکزی و بخش عمومی غیردولتی با سهم ۲۴درصد اختصاص دارد. بانک‌ها و مؤسسات اعتباری دولتی نیز سومین طلبکار بزرگ با سهم ۱۲درصد به شمار می‌روند. بانک‌ها و مؤسسات اعتباری دولتی و دارندگان اوراق بهادار به ترتیب چهارمین و پنجمین گروه از بزرگ‌ترین طلبکاران دولت و شرکت‌های دولتی هستند.

عمده بدهی‌های دولت به بخش عمومی غیردولتی با سهم ۲۷درصد، بانک مرکزی با سهم ۱۹درصد، دارندگان اوراق بهادار با سهم ۱۵درصد، بانک‌ها و مؤسسات اعتباری دولتی با سهم ۱۴درصد و بانک‌ها و مؤسسات اعتباری خصوصی با سهم ۱۱درصد، تعلق دارد. این در حالی است که ساختار بدهی شرکت‌های دولتی با دولت متفاوت است. عمده بدهی شرکت‌های دولتی به بانک مرکزی با سهم ۳۱درصد، بانک‌ها و مؤسسات اعتباری خصوصی با سهم ۲۱درصد و بخش عمومی غیردولتی با سهم ۱۹درصد تعلق دارد.

بررسی ترکیب طلبکاران دولت و طلبکاران شرکت‌های دولتی نشان می‌دهد که سهم بدهی به دارندگان اوراق بهادار برای شرکت‌های دولتی صفر است. این درحالی است که ۲۳درصد از بدهی‌های دولت را اوراق بهادار تشکیل داده است. بنابراین سهم بیشتری از بدهی‌های دولت شفاف بوده و از مسیر صحیح ایجاد شده است.

استقراض از بانک‌های تجاری دولتی در بدهی‌های دولت سهم بیشتری دارد. این در حالی است که استقراض از بانک‌ها و مؤسسات اعتباری خصوصی سهم بیشتری از بدهی‌های شرکت‌های دولتی را تشکیل داده است. البته بخش اصلی استقراض از بانک‌های تجاری، مربوط به بانک‌های خصوصی شده است. سهم بدهی به بانک مرکزی در بدهی‌های دولت نسبت به این سهم در بدهی‌های شرکت‌های دولتی کوچکتر است. یکی از دلایل این تفاوت استفاده شرکت‌های دولتی از فرآیند گشایش اعتبار اسنادی توسط بانک مرکزی است. همچنین بخش قابل توجهی از بدهی دولت به سازمان تأمین اجتماعی است. در حالی که شرکت‌های دولتی از این محل بدهی قابل توجهی ندارند. تا انتهای سال ۹۶ سهم قابل توجهی از بدهی‌های دولت مربوط به تعهدات پرداخت‌نشده به اشخاص حقوقی خصوصی بود. با اجرای بند مربوط به تهاتر طلب اشخاص حقوقی خصوصی با بدهی‌های آنها به بانک‌ها در قانون بودجه سال ۹۷، سهم این بدهی‌ها به میزان قابل توجهی در سال ۹۷ کاهش یافت.

به گفته مرکز پژوهش‌ها، استقراض دولت از هفت محل عمده شامل بانک مرکزی، انتشار اوراق بهادار، افراد حقوقی خصوصی شامل پیمانکاران و شرکت‌ها، صندوق‌های بازنشتیگی، بانک‌های تجاری دولتی، صندوق توسعه ملی و نهادهای مالی خارجی انجام می‌شود. به هر حال بخشی از تأمین مالی دولت از کانال بانک‌های تجاری به دلیل کمبود منابع این بانک‌ها از منابع بانک مرکزی تأمین مالی می‌شود و درنتیجه از لحاظ تأثیرات اقتصادی تفاوتی با تأمین مالی مستقیم از بانک مرکزی ندارد. البته باید توجه داشت که نمی ا بدهی بانک‌ها به بانک مرکزی مربوط به بانک‌های خصوصی است که ارتباطی به دولت ندارد. با این تفاوت که در این کانال منابع مالی حلقه‌های واسط یعنی بانک‌های تجاری تحت فشار خواهد بود. همچنین تأمین مالی دولت از این کانال غیرشفاف است زیرا نتیجه آن در ترازنامه چند بانک منعکس خواهد شد درحالی‌که تأمین مالی مستقیم از بانک مرکزی در ترازنامه بانک مرکزی مشخص خواهد بود.

دولت‌ها تمایل بالایی برای عدم ایفای تعهدات خود به صندوق‌های بازنشتیگی و بنگاه‌های خصوصی دارند. این نوع بدهی در مقایسه با بدهی ایجادشده از محل انتشار اوراق بهادار بسیار غیرشفاف بوده است. زمانی که دولت به تعهدات خود در قبال صندوق‌ها و بنگاه‌ها عمل نمی‌کند این دو گروه با محدودیت مالی مواجه می‌شوند و به تعهدات خود به حلقه بعدی یعنی اشخاص حقیقی، سایر بنگاه‌ها و بانک‌ها عمل نمی‌کنند. درنتیجه بخش زیادی از بدهی دولت از طریق معوقات بانکی با عدم ایفای تعهدات بنگاه‌ها به صورت اجباری به بانک‌ها، اشخاص حقیقی یا حقوقی حلقه‌های بعدی منتقل می‌شود. به عبارت بهتر بدهی دولت عملاً حلقه‌های متعددی از فلالان اقتصادی را درجا مشکل می‌کند. این در حالی است که اگر این بدهی‌ها به صورت اوراق با قابلیت معامله منتشر می‌شد، دارندگان اوراق در صورت تمایل نیاز به نقدینگی اقدام به فروش اوراق کرده و از منتقل شدن بدهی خود به حلقه‌های بعدی جلوگیری می‌کنند بنابراین بدهی‌های نقدناپذیر دولت موجب تضعیف بخش خصوصی، افزایش طرح‌های سرمایه‌گذاری ناتمام، ناپایداری صندوق‌های بازنشتیگی و... خواهد بود. برخلاف دیگری از استقراض دولت نیز از محل منابع صندوق توسعه ملی است. این استقراض در قالب‌های مختلف در سند بودجه یا خارج از آن توسط خود دولت و با شرکت‌های دولتی انجام می‌شود. استقراض از نهادهای مالی خارج از کشور نیز یکی از منابع تأمین مالی کسری بودجه دولت و شرکت‌های دولتی بوده است. اگرچه این کانال به دلیل شرایط بین‌المللی ایران دارای ظرفیت و عملکرد محدودی است.

اما بعد از بانک مرکزی، اولین طلبکار بزرگ دولت است؛ ضمانت دولت برای گشایش اعتبار اسنادی برای دستگاه‌ها و شرکت‌های دولتی، اولین مسیر ایجاد بدهی به بانک مرکزی است. دومین محل ایجاد بدهی به این بانک به بدهی‌های ناشی از مصوبات دولت مربوط می‌شود. سومین مجرای بدهی به بانک مرکزی نیز از طریق تسهیلات پرداخت شده به شرکت‌های دولتی با تضمین دولت است. چهارمین منبع بدهی به بانک مرکزی هم ناشی از تهاتر انجام شده در قوانین بودجه است. همچنین پنجمین مجرای ایجاد بدهی ناشی از برداشت سود سهام و مالیات علی‌الحساب بانک مرکزی است و ششمین دلیل ایجاد این بدهی، استقراض مستقیم دولت از بانک مرکزی است. عدم بازپرداخت تنخواه دریافت‌نشده توسط دولت نیز گروه هفتم از مجاری ایجاد بدهی دولت به بانک مرکزی است.

اما بعد از بانک مرکزی، بانک‌ها و مؤسسات اعتباری دومین طلبکار بزرگ دولت هستند. در این بخش احکام بودجه‌ای و مصوبات هیأت وزیران به همراه سازوکار انتشار اوراق مشارکت شرکت‌های دولتی از مهم‌ترین مجاری بدهی دولت و شرکت‌های دولتی به بانک‌ها بوده است.

صندوق‌های بازنشتیگی هم سومین طلبکار دولت است و عمده بدهی دولت به صندوق‌های بازنشتیگی ناشی از تکالیفی است که در قوانین مختلف نظیر قوانین بودجه برعهده آن قرار می‌گیرد همچنین پیمانکاران و بخش خصوصی، چهارمین طلبکار بزرگ دولت به شمار می‌روند.

www.forsatnet.ir

تلفن مستقیم: ۰۲۳۳۹۰۸۶۰

دومینوی بدهی‌های دولت از حرکت باز می‌ایستد؟

کالبدشکافی بدهی دولت



مالی است. در یک نگاه کلان طلبکاران عمده دولت در این بخش دو دسته صندوق‌های بازنشتیگی و پیمانکاران خصوصی هستند. دولت با عدم پرداخت کامل و به‌موقع تعهدات خود به صندوق‌های بازنشتیگی و ایجاد بار مالی از طریق مصوبه‌های قانونی نظیر

بازنشتیگی زودتر از موعد و تخفیف‌های مختلف موجب فشار بر منابع مالی و ایجاد مشکلات بسیاری برای صندوق‌های بازنشتیگی شده است. صندوق‌های بازنشتیگی بخشی از دریافتی خود از محل حق بیمه را به مستمری بازنشستگان کنونی اختصاص داده و بخش مازاد آن را سرمایه‌گذاری می‌کنند. سرمایه‌گذاری عموماً در دوره‌هایی انجام می‌شود که جمعیت شاغل و عضو در صندوق بیش از جمعیت بازنشسته و مستمری‌بگیر از صندوق هستند و لذا منابع ورودی صندوق بیش از هزینه‌های آن است. از آنجایی که ساختار هرم جمعیتی در طول زمان به سمت بالا منتقل می‌شود بازده ناشی از سرمایه‌گذاری در دوره‌های آتی برای پوشش افزایش جمعیت مستمری‌بگیر در آینده و زیان‌های ناشی از دوره‌های رکود مورد استفاده قرار می‌گیرد. در دوره‌های گذشته بار مالی ایجادشده برای این صندوق‌ها توسط دولت از منابع مالی لازم برای سرمایه‌گذاری آنها به شدت کاسته است. به طوری که این صندوق‌ها غالب منابع ورودی را برای پرداخت مستمری بازنشستگان صرف کرده به همین دلیل برای پرداخت در دوره‌های آتی غالباً با کمبود منابع مواجه خواهند بود و بار مالی آن به دولت منتقل خواهد شد. البته موارد دیگری نظیر مسائل مدیریتی، پارامترهای مربوط به زمان بازنشستگی، مزایا و مستمری بازنشستگان در مشکلات ایجادشده برای صندوق‌های بازنشتیگی مؤثر بوده هستند و نباید تمامی تقصیر را متوجه بار مالی ایجادشده توسط دولت کرد.

عدم ایفای تعهدات دولت به صندوق‌های بازنشتیگی محدود نمی‌شود. بخش قابل توجهی از کالاها و خدمات موردنیاز دولت از بخش خصوصی خریداری می‌شود. دولت با عدم پرداخت تعهدات خود به ازای کالا و خدمات دریافت‌شده به اشخاص حقوقی خصوصی بدهکار می‌شود. با عدم پرداخت تعهدات دولت به ازای کالاها و خدمات تولیدشده توسط این بنگاه‌ها برای دولت، منابع مالی این بنگاه‌ها با تنگنای جدی روبه‌رو می‌شود. این اقدام دولت موجب کمبود منابع مالیی بنگاه‌ها و درنتیجه از بین رفتن فرصت‌های سرمایه‌گذاری جدید از محل منابع داخلی خواهد شد. عدم ایفای تعهدات دولت به بنگاه‌ها، موجب ایجاد مشکل در بازپرداخت تسهیلات آنها و کاهش رتبه اعتباری بنگاه در نظام بانکی می‌شود. ازسوی دیگر تنگنای مالی ایجادشده در بسیاری از موارد منجر به اخلال در امور جاری بنگاه شده و پرداخت حقوق و دستمزد و هزینه‌های انرژی را نیز با مشکل مواجه می‌کند.

با این حساب شرکت‌های خصوصی و صندوق‌هایی که دولت تعهد خود به آنها را پرداخت نکرده است با مشکل مالی مواجه شده و به تعهدات خود عمل نمی‌کنند. عملاً تأمین مالی از این روش در مقایسه با انتشار اوراق بهادار موجب فشار به حلقه‌های واسط یعنی صندوق‌ها و شرکت‌ها می‌شود و نتیجه آن تضعیف بخش خصوصی، افزایش هزینه‌های دولت و کاهش سرمایه‌گذاری در اقتصاد خواهد بود. دولت در سال‌های اخیر با تصویب و اجرای سازوکار تهاتر طلب بخش خصوصی از دولت با بدهی‌های آنها به بانک‌ها و مؤسسات اعتباری در قانون بودجه سال ۱۳۹۷ و انعکاس دوباره آن در قانون بودجه سال ۱۳۹۸ موجب شد تا بخشی از بدهی‌های دولت به بخش خصوصی با سازوکار تهاتر صرفاً با تغییر ترکیب و بدون افزایش پایه پولی به بدهی‌های دولت به بانک مرکزی تبدیل شود و حلقه‌های واسطه درگیر در این فرآیند حذف شوند.

ریشه اصلی بدهی‌های دولت در کجاست؟

بررسی‌های مرکز پژوهش‌ها از دلایل ایجاد بدهی‌های دولت نشان می‌دهد ریشه اصلی تبدیل شدن دولت به بدهکار بزرگ از هفت عامل ناشی می‌شود؛ سند بودجه، قوانین عمومی، مصوبات هیأت وزیران، سازوکار انتشار اوراق مشارکت، وام‌های با تضمین دولت، فرایند گشایش اعتبار اسنادی ارزی و انتقال بدهی‌های شرکت‌های دولتی به دولت، هفت منبع اصلی این بدهی‌هاست.

در نگاه کلان کسری بودجه دولت در سال‌های مختلف به شکل بدهی‌های غیرسیال در ترازنامه بانک‌ها، بانک مرکزی، شرکت‌های پیمانکاری خصوصی و صندوق‌های بازنشتیگی ظاهر شده است. این نحوه ایجاد بدهی علاوه بر عدم شفافیت، موجب اخلال در کارکرد نهادهای طلبکار و درنتیجه فضای اقتصاد می‌شود. همچنین ایجاد بدهی دولت از این مجاری تحت نظارت و کنترل نبوده و لذا موجب ایجاد مخاطره در پایداری بدهی‌های دولت خواهد شد. روش صحیح تأمین مالی دولت از محل بدهی، انتشار اوراق بدهی در بازار و استفاده از منابع مالی حاصل‌شده برای بازپرداخت مخارج و هزینه‌هاست. تأمین مالی از طریق انتشار اوراق موجب ایجاد بدهی سیال برای خریداران اوراق شده و در فعالیت آنها اختلال ایجاد نمی‌کند. همچنین بدهی ایجادشده از این روش شفاف بوده و قابلیت کنترل و ارزیابی ریسک بیشتری دارد.

برقدرت بانک مرکزی؛ قرض کردن از خارج کشور؛ قرض کردن از داخل کشور شامل بانک‌های تجاری و بخش غیربانکی؛ استقراض از صندوق‌های ثروت ملی؛ استفاده از ذخایر ارزی، فروش دارایی و خصوصی‌سازی است.

روش‌های تأمین مالی کسری بودجه دولت به دو گروه کلی تقسیم می‌شود. گروه اول تأمین مالی مبتنی بر بدهی اعم از استقراض از شبکه بانکی، خارج کشور و یا عدم ایفای تعهدات. گروه دوم نیز به سایر روش‌ها نظیر استفاده از ذخایر ارزی، فروش دارایی، خصوصی‌سازی واگذاری بنگاه‌های دولتی اختصاص دارد که این روش دوم منجر به ایجاد بدهی نمی‌شود.

اگر تأمین مالی کسری بودجه از طریق استقراض انجام شود باعث ایجاد هزینه‌هایی در آینده خواهد شد، زیرا در این صورت دولت باید در سال‌های مالی بعد علاوه بر بازگرداندن اصل بدهی، مبلغی را نیز به عنوان نرخ بهره بابت قرض انجام‌شده بپردازد.

دولت‌ها در ایران همواره علاقه به استفاده از قدرت حاکمیتی برای تأمین مالی اسان کسری بودجه خود داشته‌اند. افزایش پایه پولی از محل افزایش بدهی‌های دولت به بانک مرکزی از اصلی‌ترین مظاهر این قدرت حاکمیتی به شمار می‌رود. در این رابطه استقلال بانک مرکزی از دولت به عنوان یک راه‌حل برای جلوگیری از افزایش نقدینگی و ایجاد تورم در ادبیات سیاست‌گذاری اقتصادی مطرح و مورد توجه قرار گرفت. در نتیجه دولت‌هایی که پایه پولی در زمان تصدی آنها افزایش کمتری دارد منظم‌تر ارزیابی می‌شوند.

با کنترل دست‌اندازی دولت به بانک مرکزی سایر راه‌های تأمین مالی مورد توجه دولت‌ها قرار گرفت. در کشورهای توسعه‌یافته استقراض از خارج و استقراض از داخل و بخش غیربانکی از محل انتشار اوراق بهادار تا حد زیادی جانشین روش‌های سنتی برای تأمین مالی کسری بوده شد.

در سال‌های ۱۳۵۳ تا ۱۳۵۷ و در دو دهه پس از انقلاب تا سال ۱۳۷۸ خالص مطالبات بانک مرکزی از بخش دولتی بیشترین سهم را در رشد پایه پولی داشته است. در برنامه سوم توسعه به منظور کنترل تورم و استقلال بانک مرکزی، استقراض مستقیم دولت از بانک مرکزی ممنوع شد. این ممنوعیت در برنامه‌های توسعه بعد از آن نیز تکرار شد. درنتیجه این ممنوعیت استفاده از اهرم انتشار پول در میان دولت‌ها کاهش یافت، اما به جهت آنکه هزینه‌های دولت کاهش نیافته بود و راه‌های تأمین مالی صحیح نظیر انواع مالیات به مقدار نیاز گسترش داده نشده بود کسری بودجه دولت همچنان پابرجا بود. استفاده از درآمد ارزی حاصل از صادرات نفت کانال دومی بود که دولت‌ها برای تأمین مالی کسری بودجه خود به آن متوسل شدند. در ترازنامه بانک مرکزی در سال‌های ۱۳۷۹ تا ۱۳۸۸ خالص دارایی‌های خارجی بیشترین سهم را در ایجاد پایه پولی داشت.

بعد از سال ۱۳۸۸ به ویژه از ابتدای دهه ۹۰ تحریم‌های نفتی موجب کاهش درآمدهای نفتی شد. با کاهش ذخایر ارزی و درآمدهای حاصل از نفت در اواخر این دوره، دولت‌ها برای تأمین مالی کسری بودجه خود به کانال سوم یعنی استقراض از بانک‌های تجاری دولتی روی آوردند. در این سال‌ها یعنی از سال ۱۳۸۹ تا ۱۳۹۵ بدهی بانک‌ها به بانک مرکزی بیشترین سهم را در افزایش پایه پولی داشته است. در این دوره همچنین دولت بخشی از کسری بودجه خود را از طریق خصوصی‌سازی یعنی واگذاری شرکت‌های دولتی تأمین کرده است. از سال ۱۳۹۴ نقش اوراق مالی اسلامی در تأمین کسری بودجه دولت پررنگ شده است بنابراین طی سال‌های اخیر دو کانال اصلی تأمین مالی کسری بودجه یعنی استقراض از بانک‌های دولتی و ایجاد بدهی به بخش داخلی غیربانکی مهم‌ترین منبع تأمین کسری بودجه و ایجاد بدهی آتی برای دولت بوده است.

از استقراض بانک‌های دولتی تا فشار به بخش خصوصی
منابع مالی بانک‌های عامل دولتی در موارد بسیاری برای تأمین هزینه‌ها و یا تسهیلات موردنیاز توسط دولت مورد استفاده قرار گرفته‌اند. در بسیاری از موارد بانک‌های دولتی توان مالی لازم برای اجرای دستورهای دولت را نداشته و در عمل متوسل به استفاده از منابع بانک مرکزی شده‌اند. گرفتن خط اعتباری و اضافه برداشت از نمونه‌های قابل توجه این اتفاق است. برآیند این اتفاقات با اندکی تفاوت همان روش سنتی تأمین مالیی دولت از منابع بانک مرکزی است. بنابراین مشکلات ناشی از تأمین مالی کسری بودجه دولت کارکرد بانک مرکزی در این حالت نیز اتفاق بیفتد علاوه بر آن ترازنامه بانک‌های دولتی تضعیف شده و قدرت وام‌دهی و کسب سود آنها کاهش می‌یابد، همچنین از منابع در دسترس برای سرمایه‌گذاری بخش خصوصی کاسته می‌شود.

همچنین دولت‌ها در سال‌های گذشته بخشی از تعهدات خود به نهادهای عمومی غیردولتی و اشخاص حقوقی را پرداخت نکرده‌اند و از این محل معوقات بسیاری برای آنها ایجاد شده است. این بدهی از آن جهت که بدون سررسید بوده و در بخشی از آن سود و جریمه دیرکرد تعلق نمی‌گیرد روش بسیار جذاب‌تری برای تأمین

فرصت امروز؛ پیش از شیوع کرونا و قبل از آنکه بحران کرونا بر تنگنای درآمدی دولت بیفزاید، برآوردها نشان می‌داد که دولت دوازدهم در سال ۹۹ با کسری بودجه مواجه می‌شود. با اینکه در سال‌های گذشته راهکارهای مختلفی برای جبران کسری بودجه اتخاذ شد، اما کسری بودجه هر سال بر بدهی‌های دولت افزود و به‌ویژه در سال‌هایی که به دلیل تحریم‌ها درآمدهای نفتی کاهش یافت، پدیده کسری بودجه بیشتر از گذشته بر سرجمع بدهی‌های دولت اضافه کرد. دولت مجبور بود که بخش بزرگی از کسری بودجه‌اش را با روش‌های مختلفی نظیر فروش اوراق مالی تأمین کند و همین امر سرعت رشد بدهی‌های دولت را دوچندان کرد. حالا دولت در هنگامه کرونا و سقوط بی‌سابقه قیمت نفت به سراغ واگذاری شرکت‌های دولتی در بازار سرمایه رفته و قصد دارد با فروش سهام شرکت‌های دولتی، کسری بودجه خود را جبران کند. اما فارغ از برنامه دولت برای درآمدزایی در سال ۹۹، کالبدشکافی بدهی‌های دولت نشان می‌دهد که دولت به طیف وسیعی از اشخاص حقیقی و حقوقی خصوصی، دولتی و عمومی غیردولتی بدهکار است، به‌طوری‌که سازمان تأمین اجتماعی، بانک مرکزی، بانک‌های دولتی و خصوصی‌شده، دارندگان اوراق بهادار دولتی و پیمانکاران بخش خصوصی از مهم‌ترین طلبکاران دولت به شمار می‌روند.

۷ مجاری بدهی دولت از نگاه مرکز پژوهش‌ها

نهاد پژوهشی مجلس پیشتر در گزارشی به بررسی معضل بدهی دولت پرداخته و از هفت مجرای ایجاد بدهی گزارش داده است. به گفته مرکز پژوهش‌ها، دولت در سال‌های اخیر از منابع بانک مرکزی استقراض مستقیم نکرده، اما شرکت‌های دولتی به روش‌های مختلف از منابع بانک مرکزی استفاده کرده‌اند و بدهی قابل توجهی به بانک مرکزی دارند. بخش قابل توجهی از بدهی‌های دولت و شرکت‌های دولتی به بانک مرکزی از محل صدور ضمانت دولت برای گشایش اعتبار اسنادی برای شرکت‌ها و سازمان‌های دولتی ایجاد می‌شود. شرکت‌ها و سازمان‌های دولتی معمولاً اعتبار دریافت‌شده را بازپرداخت نمی‌کنند و سازمان برنامه و بودجه نیز اعتباری برای تسویه این بدهی‌ها در قوانین بودجه پیش‌بینی نمی‌کند. در نتیجه از این محل بدهی قابل توجهی برای آنها ایجاد می‌شود.

منابع مالی بانک‌های عامل دولتی در موارد بسیاری برای تأمین هزینه‌ها و یا تسهیلات موردنیاز توسط دولت مورد استفاده قرار گرفته‌اند. در بسیاری از موارد بانک‌های دولتی توان مالی لازم برای اجرای دستورهای دولت را نداشته و در عمل متوسل به استفاده از منابع بانک مرکزی شده‌اند. گرفتن خط اعتباری و اضافه برداشت از نمونه‌های قابل توجه این اتفاق است. برآیند این اتفاقات با اندکی تفاوت همان روش سنتی تأمین مالیی دولت از منابع بانک مرکزی است. درنتیجه می‌توان انتظار داشت مشکلات ناشی از تأمین مالی کسری بودجه دولت از بانک مرکزی در این حالت نیز اتفاق بیفتد؛ علاوه بر آن ترازنامه بانک‌های دولتی تضعیف شده و قدرت وام‌دهی و کسب سود آنها کاهش یابد و از منابع در دسترس برای سرمایه‌گذاری بخش خصوصی کاسته شود.

دولت با عدم پرداخت کامل و به موقع تعهدات خود به صندوق‌های بازنشتیگی و ایجاد بار مالی از طریق مصوبه‌های قانونی نظیر بازنشتیگی زودتر از موعد و تخفیف‌های مختلف، موجب فشار بر منابع مالی و ایجاد مشکلات بسیاری برای صندوق‌های بازنشتیگی شده است. عدم ایفای تعهدات دولت به بنگاه‌ها نکول تسهیلات آنها و کاهش رتبه اعتباری بنگاه در نظام بانکی را نیز به دنبال خواهد داشت. ازسوی دیگر تنگنای مالی ایجادشده در بسیاری از موارد منجر به اخلال در امور جاری بنگاه شده و پرداخت حقوق و دستمزد و هزینه‌های انرژی را نیز با مشکل مواجه می‌کند. در یک نگاه کلان می‌توان دریافت که کسری بودجه دولت در سال‌های مختلف به شکل بدهی‌های غیرسیال در ترازنامه بانک‌ها، بانک مرکزی، شرکت‌های پیمانکاری خصوصی و صندوق‌های بازنشتیگی ظاهر شده است. این نحوه ایجاد بدهی علاوه بر عدم شفافیت، موجب اخلال در کارکرد نهادهای طلبکار و درنتیجه فضای اقتصاد کشور می‌شود. همچنین ایجاد بدهی دولت از این مجاری تحت نظارت و کنترل نبوده و لذا موجب ایجاد مخاطره در پایداری بدهی‌های دولت خواهد شد. روش صحیح تأمین مالی دولت از محل بدهی انتشار اوراق بدهی در بازار و استفاده از منابع مالی حاصل‌شده برای بازپرداخت مخارج و هزینه‌هاست. تأمین مالی از طریق انتشار اوراق موجب ایجاد بدهی سیال برای خریداران اوراق شده و در فعالیت آنها اختلال ایجاد نمی‌کند. همچنین بدهی ایجادشده از این روش شفاف بوده و قابلیت کنترل و ارزیابی ریسک بیشتری دارد.

نقش کسری بودجه و افزایش بیشتر بدهی دولت

جبران کسری بودجه یکی از مهم‌ترین عوامل ایجاد بدهی برای دولت است. تأمین مالی کسری بودجه از روش‌ها مختلف قابل انجام است و بسته به روش مورد استفاده می‌تواند آثار متفاوتی بر اقتصاد داشته باشد. راه‌های مختلفی برای تأمین مالی کسری بودجه وجود دارد که از مهم‌ترین آنها، افزایش پایه پولی یا استفاده از پول

یادداشت

چند گام برای بهبود سلامت روان در هنگامه کرونا

 رایان اسمیت
 هاروارد بیزینس ریویو

بحران امروز توجه همه مدیران کسب و کارها و رهبران و موسسان را به خود جلب کرده است، اما در مرحله بعدی این بحران به دلیل قرنطینه مردم در سراسر جهان و دورکاری کارکنان با یک بحران روحی و روانی رو به رو خواهیم شد. یک مطالعه جهانی نشان می‌دهد از زمان همه‌گیری کرونا، ۷۵درصد مردم از نظر اجتماعی احساس انزوا می‌کنند، ۶۷درصد گفته‌اند که سطح استرس آنها بالاست، ۵۷درصد اضطراب زیادی را تجربه می‌کنند و ۵۳درصد هم گفته‌اند از نظر احساسی و روحی خسته شده‌اند. این مطالعه با نظرسنجی از بیش از ۲ هزار و ۷۰۰ نیروی کار در سراسر جهان که در ۱۰ صنعت کار می‌کنند، در دوره زمانی ماه مارس تا آوریل ۲۰۲۰ انجام شده است.

ما به عنوان انسان‌ها می‌توانیم خودمان را با تغییرات سازگار کنیم، اما رابطه ما با ابهام و عدم اطمینان خوب نیست. این در حالی است که جهان به دلیل همه‌گیری کرونا نسبت به آینده خود بیش از همیشه نامطمئن است. این مسئله نگرانی‌هایی را از نظر بهداشت روان ایجاد کرده است. در «هاروارد بیزینس ریویو» به پنج گامی پرداخته‌ایم که مدیران کسب وکارها می‌توانند با برداشتن آن به سلامت روان کارکنان خود کمک کنند:

احوال‌پرسی

۴۰درصد از افراد در مطالعه هاروارد بیزینس ریویو گفته‌اند که شرکت‌های‌شان از زمان همه‌گیری کرونا حتی از آنها درباره اینکه در این اوضاع چه می‌کنند، هیچ سوالی نپرسیده‌اند. در نتیجه بهداشت روانی این افراد بیش از دیگران در معرض خطر است. چطور می‌توان از مردم انتظار کمک داشت درحالی که از آنها درباره وضع و حال خودشان سوالی پرسیده نشده است بنابراین گام اول این است که خیلی ساده بپرسید: «حال شما چطور است؟»

شاید تلاش برای احترام به حریم خصوصی مانع مدیران شده تا این سوال را زودتر از کارکنان خود بپرسند، اما از هر پنج نفر سه نفر اعلام کرده‌اند که اگر مدیران از سلامت روان آنها بپرسند احساس بهتری پیدا می‌کنند. ۴۰درصد هم گفته‌اند که می‌خواهند مدیران‌شان در این باره با آنها صحبت کنند بنابراین هرچه زودتر با کارکنان خودتان یک مکالمه صمیمانه را آغاز کنید. براساس مطالعات، ۴۰درصد از کارکنان نیز علاقه‌ای به احوال‌پرسی شما ندارند و در رابطه با آنها مشکلی نیست.

گوش شنوا بودن

با کارکنانی که تمایل به صحبت با شما دارند، به گوش شنوا تبدیل شوید. لزومی ندارد همه مسائل را یکباره حل کنید. در عوض فقط گوش دهید و از اینکه خودتان هم درد دل را بگویید، تنرسید. شما هم ممکن است دچار کاهشی سلامت روان شوید و هرچه زودتر دو طرف مشکلات همدیگر را درک کنند، بهتر می‌توانند از یکدیگر حمایت کنند. هر کس به دلیل موقعیت خود مشکلاتی دارد اما ما باید یاد بگیریم که از یکدیگر حمایت کنیم.

ثبات قدم

صحبت در مورد سلامت روان تنها گفت وگویی نیست که باید آن را انجام دهید. یکی از راه‌های کمک به مردم در شرایطی مثل امروز که فضای نامطمئنی برقرار است، ثبات نظر داشتن است. از زمان همه‌گیری بیماری به بعد، ۹۰درصد از مردم اعلام کرده‌اند که علاقه دارند دست کم هفته‌ای یک بار با شرکت خود ارتباط برقرار کنند. ۲۹درصد هم ارتباط روزانه را انتخاب کرده‌اند. آنها حتی یک تماس تلفنی را موثر می‌دانند، تماسی که مدیر شخصا آن را برقرار کند. کارمندانی که می‌گویند مدیران‌شان در این طور ارتباط‌ها خوب نیستند، بیشتر در معرض خطر مشکلات سلامت روان قرار دارند. ارتباط منظم و مداوم از سوی مدیران برای ایجاد حمایت از کارکنان ضروری است.

حفظ ارتباط

مسئله فقط کمک به مدیران برای محافظت از گروه نیست، بلکه باید از خود مدیران هم محافظت کرد. برای رسیدن به این دو هدف، حفظ ارتباط با کارکنان ضروری است اما چطور؟ برای انجام بهتر کارها، شرکت‌ها باید وضعیت کارکنان را به طور منظم بررسی کنند. با درک فرآیندها و روندها و احساسات کارکنان خود می‌توانید بهتر به مسائل واکنش نشان دهید. بخشی از کارکنان از دریافت تماس‌های غیررسمی استقبال می‌کنند. واقعیت این است که قرنطینه باعث شده مردم فرصت مکالمه درباره مسائل پیش پا افتاده و شنیدن بداهه‌های یکدیگر را که به آنها انرژی می‌داد، از دست بدهند. شبیه‌سازی آن محیط ممکن نیست، اما راه حل‌هایی برای بهتر شدن حال افراد وجود دارد. پایان دادن به یک هفته کاری با یک ناهار مجازی و ایجاد لحظاتی که افراد بتوانند فقط در آن درباره ماجراهای‌شان حرف بزنند، یکی از این کارهاست.

در دسترس قرار دادن منابع برای همه

مطمئن شوید که امکانات شرکت برای حفظ سلامت روان کارکنان و بهبود زیست آنان در این شرایط در اختیار همه قرار دارد. به‌طور تقریبی نیمی از کارکنان در مطالعه هاروارد بیزینس ریویو اعلام کرده‌اند که سهمی در این منابع ندارند. بعضی از افراد می‌خواهند که از این منابع بهره‌مند شوند، اما بخشی دیگر تنها از دانستن اینکه منابع در اختیار آنان هست، احساس بهتری پیدا می‌کنند.

بحران سلامت روان ناشی از همه‌گیری بیماری کرونا جدی است و برای مدت‌ها با ماست. پس با صداقت، صراحت و مهربانی با یکدیگر برخورد کنیم. رهبران بهتر، کارکنان و شرکت‌های بهتری پس از بحران کرونا ایجاد می‌کنند.

کاهش ضریب نفوذ تلفن همراه در زمستان سال گذشته لزوم آزادسازی فرکانس‌های ۷۰۰ و ۸۰۰ را گوشزد می‌کند

مجادله فرکانسی



ارتباطات از آزادسازی آنها خودداری شده است. با اینکه وزیر ارتباطات در لایحه بودجه ۹۸ خواستار آزادسازی این فرکانس‌ها شد، اما این مهم با مخالفت نمایندگان مجلس و به دلیل آنچه دخالت در حوزه اختیارات صدا و سیما خوانده شد، از لایحه بودجه حذف گردید، بنابراین فرکانس‌های ۷۰۰ و ۸۰۰ همچنان در انحصار صداوسیما ماند تا اینکه شیوع بیماری کرونا و سرعت پایین اینترنت برای انجام مجازی و آنلاین کارها باعث شد تا وزارت ارتباطات بار دیگر لزوم آزادسازی این فرکانس‌ها را یادآور شود. مسئله اینجاست که سازمان صدا و سیما تنها از ۱۵درصد این فرکانس استفاده می‌کند و مابقی آن بلااستفاده است.

سابقه پیش از یک دهه‌ای یک مجادله قدیمی

آمار منتشرشده از سوی سازمان تنظیم مقررات و ارتباطات رادیویی نشان می‌دهد که تا پایان سال گذشته حدود ۷۲ میلیون و ۴۳۱ هزار نفر در ایران به اینترنت متصل شدند. این آمارها حاکی از ضریب نفوذ ۸۷،۱۹درصدی اینترنت در کشور است. با این وجود ضریب نفوذ اینترنت در سال ۹۸ نسبت به سال ۹۷ کاهش بیش از ۳درصدی داشته است، زیرا دو سال پیش ضریب نفوذ اینترنت ۹۰،۸۷درصد بود. با وجود بالاودن ضریب نفوذ اینترنت در کشور اما سرعت آن متناسب با جمعیت استفاده‌کنندگانش نیست. آمارهای جدید اسپیدنت نشان می‌دهد که ضریب نفوذ اینترنت در ایران از میانگین جهانی نیز بالاتر است به گونه‌ای که استفاده‌کنندگان از اینترنت در کشور بالاتر از ترکیه، روسیه و هند قرار دارند، اما سرعتش از میان ۱۷۶ کشور، ۷۹ است. این در حالی است که سرعت اینترنت همراه در کشورهای لاتوس و بالاموس بالاتر از کشور است به گونه‌ای که این کشورها در رتبه‌های ۷۷ و ۷۸ قرار گرفتند. کشورهای آسیایی امارات، کره جنوبی و قطر در مکان‌های اول تا سوم پرسرعت‌ترین اینترنت همراه قرار دارند.

حالا تازه‌ترین آماری که سازمان تنظیم مقررات و ارتباطات رادیویی درباره وضعیت توسعه تلفن همراه اعلام کرده، نشان‌دهنده کاهش ضریب نفوذ تلفن همراه در سال گذشته است، به طوری که ضریب نفوذ تلفن همراه در اپراتورهای مختلف در سه ماهه چهارم سال ۱۳۹۸ در مقایسه با سه ماهه سوم این سال، ۰۰۴ درصد کاهش یافته است. این آمار نشان می‌دهد در حال حاضر تعداد خطوط فعال تلفن همراه تا پایان سه ماهه چهارم سال ۱۳۹۸، ۱۱۸ میلیون و ۲۵ هزار و ۴۵۲ عدد رسیده که ضریب نفوذ را به ۱۴۲،۰۰۷درصد می‌رساند که در مقایسه با سه ماهه سوم، با کاهش ۰،۰۴درصدی مواجه است. مطابق آمار منتشرشده توسط سازمان تنظیم مقررات و ارتباطات رادیویی درباره وضعیت توسعه تلفن همراه در سه ماهه چهارم سال ۱۳۹۸، خطوط واگذارشده دائمی ۲۴ میلیون و ۶۵۶ هزار و ۹۰ عدد و خطوط واگذارشده اعتباری ۱۶۲ میلیون و ۴۱۷ هزار و ۵۱۹ عدد است که مجموع خطوط واگذارشده دائمی و اعتباری را به ۱۸۷میلیون و ۷۳ هزار و ۶۰۹ می‌رساند.

از میان خطوط واگذارشده، ۲۱ میلیون و ۹۶۹ هزار و ۷۰۶ خط دائمی فعال و ۹۶ میلیون و ۵۵ هزار و ۷۴۶ خط اعتباری فعال وجود

فرصت امروز: ماجرای اختلاف وزارت ارتباطات و سازمان صداوسیما درباره فرکانس‌های ۷۰۰ و ۸۰۰ به پیشتر از یک دهه قبل برمی‌گردد. با اینکه پیش از این وزارت ارتباطات بارها خواستار آزادسازی این فرکانس‌ها شده، اما سازمان صداوسیما هر بار این درخواست را رد کرده است. حالا با شیوع کرونا و لزوم انجام دورکاری و همینطور برگزاری کلاس‌های آموزش مجازی در مدارس و دانشگاه‌ها، بار دیگر این مجادله فرکانسی میان طرفین تازه شده است.

این در حالی است که از سال‌ها پیش، بخش قابل توجهی از فرکانس‌های پایین در دامنه ۶۰۰، ۷۰۰ و ۸۰۰ در اختیار صدا و سیما بوده است. سازمان صداوسیما پیش‌تر از این دامنه فرکانسی برای پخش تلویزیونی استفاده می‌کرد که البته در حال حاضر بخش زیادی از آن بدون استفاده مانده است. سال‌ها قبل تلویزیون از این فرکانس برای پخش آنالوگ استفاده می‌کرد اما حالا با تبدیل سیستم آنالوگ به دیجیتال برای پخش تلویزیون، این فرکانس‌ها می‌تواند در اختیار اپراتورها قرار گیرد که در سایر کشورهای جهان نیز معمول است و باعث توسعه زیرساخت شبکه تلفن همراه و همچنین درآمد چند هزار میلیاردی می‌شود.

ماجرای فرکانس‌های ۷۰۰ و ۸۰۰ چیست؟

با تعطیلی کسب و کارها و انجام کارها به صورت دورکاری و همچنین الزام دانشجویان و دانش‌آموزان به شرکت در کلاس‌های آنلاین به دنبال شیوع کرونا، میزان مصرف اینترنت در ایران افزایش یافته و پرواضح است که با استفاده هرچه بیشتر از اینترنت، از سرعت آن کاسته می‌شود بنابراین نگاه بسیاری در این روزها به آزادسازی فرکانس‌های ۷۰۰ و ۸۰۰ دوخته شده است.

در چند سال گذشته با افزایش ضریب نفوذ تلفن همراه و همچنین استفاده از اینترنت، ضرورت به‌روزرسانی سیستم‌های مخابراتی برای افزایش سرعت اینترنت، بیش از پیش مورد توجه قرار گرفت. با وجود اهمیت اینترنت برای توسعه دولت الکترونیک و بسترسازی اقتصاد دیجیتال، اما همچنان سرعت اینترنت در ایران نسبت به کشورهای جهان در وضعیت مطلوبی قرار ندارد. براساس آمارهای سایت اسپیدنت، سرعت اینترنت همراه ایران در بین ۱۷۶ کشور در رتبه ۷۹ و سرعت اینترنت خانگی نیز در رتبه ۱۵۹ قرار دارد. در نتیجه برای بهبود این وضعیت لزوم بهره‌مندی از فرکانس‌های ۷۰۰ و ۸۰۰ هرگز بیش از پیش احساس می‌شود، چراکه هرچه فرکانس‌ها پایین‌تر باشد، ضریب پوشش‌دهی و مقاومت در برابر خطا بالا می‌رود. براساس قوانین فیزیک، هرچه فرکانسی پایین‌تر باشد طول موج بالاتری دارند. در این صورت برای بهره‌بردن از آنها می‌توان از هزینه‌های پایین‌تر و در نتیجه دکل‌های کمتری نیز استفاده کرد. فرکانس‌های پایین‌تر، قابلیت ارتقای شبکه اینترنتی را افزایش می‌دهند و از آن در نسل‌های جدید ارتباطاتی مانند 5G نیز استفاده می‌شود.

این در حالی است که این فرکانس‌ها از سال‌ها پیش در اختیار سازمان صدا و سیما بوده و با وجود درخواست‌های مکرر وزارت

تا پایان سال ۲۰۲۰ منتظر بهبود بازار نفت نباشید

زمانی برای احیای قیمت نفت

همچنین کریس میگیل، مدیر بخش تحلیل «اس اند پی پلاس» در این باره گفت: با وجود کاهش تولید اوپک پلاس، کاهش تولید بیشتری به خصوص در آمریکا و کانادا ضروری است و قیمت‌های اندک در یک تا دو ماه آینده ضروری هستند تا عرضه شکاف ۱۵ تا ۲۰ میلیون بشکه در روز خود را تقاضا را پر کند.

با این وجود امید به بهبود تقاضا قیمت نفت را افزایش داده است. جهانبخش امینی – کارشناس حوزه انرژی – درباره وضعیت بازار نفت و عوامل موثر در بهبود شرایط به ایسنا گفت: قطعاً تصمیم اوپک برای کاهش تولید نفت یک تصمیم درست بوده، اما این تصمیم دچار اتفاقات گوناگونی شد که اگر شرایط عادی بود، این مسئله می‌توانست بازار نفت را دچار تحرک کند، در شرایط فعلی که ویروس کرونا در دنیا شیوع پیدا کرده و شاهد کاهش حمل و نقل و حتی تولید هستیم، مصرف انرژی به شدت کاهش پیدا کرده است.

او با بیان اینکه این مسئله موجب پر شدن مخازن و انباشت عرضه انرژی در دنیا شد، اظهار کرد: این موضوع کاهش قیمت‌ها را به دنبال داشت، حتی در برخی کشورها همچون آمریکا این مسئله تا جایی پیش رفت که

با اجرای توافق کاهش تولید گروه اوپک پلاس، شاهد بهبود نسبی قیمت‌های نفت هستیم اما کارشناسان بر این باورند که برای بازگشت به دوران گذشته بازار، باید منتظر ریشه‌کن شدن ویروس کرونا و به حرکت درآمدن موتور صنعت و اقتصاد ماند.

به گزارش ایسنا، تحت توافق اوپک پلاس که ۲۳ کشور در آن حضور دارند، قرار است تولید و عرضه ۹،۷ میلیون بشکه در روز نفت طی ماه‌های مه و ژوئن کاهش داده شود و سپس محدودیت عرضه تا پایان سال ۲۰۲۰ به ۷،۷ میلیون بشکه در روز و از سال ۲۰۲۱ تا سه ماهه اول سال ۲۰۲۰ به ۵،۸ میلیون بشکه در روز برسد. البته گمانه‌زنی‌هایی مبنی بر عدم پایبندی کشورها به این توافق وجود دارد و بسیاری از تحلیلگران پیش‌بینی می‌کنند که این رقم برای جبران افت روزانه ۲۰ میلیون بشکه تقاضا برای نفت که ناشی از شیوع پاندمی ویروس کرونا در سه ماهه اول بوده است، کافی نخواهد بود.

اس اند پی گلوبال پلاتس آنالیتیکس برآورد کرده که بازار شاهد کاهش حدود ۲،۱ میلیون بشکه در روز تولید غیراقتصادی بوده که به هیچ وجه برای جلوگیری از اشباع مخازن نفت تا چند هفته دیگر کافی نخواهد بود.

آیا جایگزینی تومان به جای ریال چاره‌ساز است؟

پول ملی منهای صفر



پیش رفت. هر دلار آمریکا در سال ۱۹۸۸ هزار و ۴۲۲ لیر قدیم ترکیه بود که در سال ۲۰۰۳ به بیش از ۵۰۱میلیون لیر قدیم رسید. طبق گزارش‌های موجود در سال‌های آغازین قرن بیست و یکم میلادی مردم ترکیه برای خرید یک قرص نان باید چند میلیون لیر ترکیه هزینه می‌کردند. نهایتاً در ژانویه ۲۰۰۵ با حذف ششش صفر از پول ملی، لیر جدید جایگزین لیر قدیم شد.

در این بین آرژانتین یکی از کشورهای رکورددار حذف صفر است و همچنین نمونه شکست خورده از آن، چراکه این کشور در سال ۱۹۷۰، دو صفر، در سال ۱۹۸۳، چهار صفر، در سال ۱۹۸۵، سه صفر و در سال ۱۹۹۲ چهار صفر از پول ملی خود حذف کرد. انبوه صفرهای حذف شده هم آرژانتین را از تورم‌های جدید نجات نداد و این کشور در حال حاضر نیز تورم بالایی دارد.

پس از آرژانتین، برزیل نیز کشوری است که رکورددار حذف صفر از پول ملی است این کشور نخستین بار در سال ۱۹۴۲ سه صفر از پول خود حذف کرده بود، در سال ۱۹۶۷ سه صفر دیگر را نیز حذف کرد. در دهه ۸۰ میلادی که به دلیل بدهی بالا، تورم شدید این کشور را زمین گیر کرد. برزیل در سال‌های ۱۹۸۶ و ۱۹۸۹، مجموعاً شش صفر دیگر را از پول خود حذف کرد و چون این کار افاقه نکرد در سال ۱۹۹۳ نیز اقدام به حذف سه صفر دیگر کرد.

ونزوئلا نیز در سال ۹۷ اقدام به حذف پنج صفر از پول ملی خود کرد، اما تورم آن از ۲۴ هزار و ۵۷۱ درصد به ۸۱۵ هزار و ۱۹۴ درصد در ماه مه افزایش پیدا کرده است و به گزارش سازمان ملل بیش از ۲ میلیون و ۳۰۰ هزار نفر از مردم ونزوئلا به دلیل بحران اقتصادی، فقر و گرسنگی کشور خود را ترک کرده‌اند.

زیمبابوه؛ یک شکست تمام‌عیار در حذف صفر

دولت زیمبابوه در سال ۲۰۰۳ زمانی که تورم این کشور یک هزار درصد بود اقدام به حذف سه صفر از اسکناس‌های این کشور کرد. با این وجود دولت عملاً هیچ‌گونه اقدامی درخصوص مهار تورم انجام ن داده و صرفاً به وجه روانی حذف صفرها اتکا کرد. بدیهی آنکه این کارکرد به زودی از میان رفت و تورم تازه‌ند سرانجام اقتصاد این کشور را ویران کرد و دلار زیمبابوه از هم پاشید.هم‌اکنون تورم این کشور آفریقایی از مرز ۱۱میلیون درصد گذشته است و دولت برای تامین اسکناس موردنیاز مردم ناگزیر از چاپ اسکناس‌های یکصد میلیارد دلاری شده است. این در شرایطی است که بانک مرکزی این کشور اعلام کرده دیگر کاغذ اسکناس کافی برای نشر پول در اختیار ندارد.

۳ دستاورد حذف ۴ صفر از پول ملی برای اقتصاد ایران

با حذف چهار صفر قرار است که سکه‌های یک تومانی جدید جایگزین اسکناس یک هزار تومانی و سکه دو تومانی جدید جایگزین اسکناس‌های ۲ هزار تومانی فعلی شود.

همچنین سالانه هزینه زیادی صرف امحای اسکناس‌های فرسوده و مستهلک قدیمی و چاپ اسکناس‌های جدید می‌شود به طوری که همتی، رئیس کل بانک مرکزی از هزینه ۴۰۰ میلیارد تومانی امحای آنها خبر می‌دهد.

در صورت حذف چهار صفر و کوچک شدن رقم‌ها، با توجه به ماندگاری بیشتر سکه، در صورت ضرب سکه به جای اسکناس‌های خرد می‌توان هزینه امحای اسکناس را کاهش داد.

همچنین کاهش پی در پی ارزش پولی ملی در سال‌های گذشته و قرار گرفتن صفرهای متعدد جلوی ردیف‌های بودجه و هزینه در دفاتر حسابداری، از گلايه‌های فعالان رسته حسابداری است. وجود صفرهای متعدد و طولانی شدن رقم‌های مربوط به بودجه بخش‌های مختلف گاهی اوقات باعث اشتباه نیز شده است. کارشناسان معتقد هستند حذف چهار صفر گام بزرگی برای اصلاح این روند و تسهیل امور حسابداری است. رادپور نیز در این باره می‌گوید: از مهم‌ترین مزیت‌های حذف چهار صفر، تسهیل فعالیت‌های مربوط به حسابداری است که باعث رند و روان شدن اعداد می‌شود.

می‌شد، اما اگر همزمان با حذف چهار صفر اصلاح ساختار اقتصادی انجام نشود ممکن است بعد از چند سال، زمانی که تورم به ۲۰ یا ۳۰درصد رسید دوباره مجبور به افزایش صفر و پس از دورهای هم مجدداً حذف ضروری نگهبان هم برسد و البته به گفته رئیس کل بانک مرکزی زمان موردنیاز برای اجرای این تحول بین دو تا پنج سال خواهد بود. طبق مصوبه مجلس در صورت اجرایی شدن این قانون هر ۱۰ هزار ریال فعلی به یک تومان تبدیل خواهد شد و واحد پول خرد هم «قران» تعیین شده است که هر یک تومان، معادل ۱۰۰ قران می‌شود.

عبدالنصر همتی صبح دوشنبه در صحن علنی مجلس درخصوص حذف چهار صفر از پول ملی گفت: «با توجه به تورم مزمن پنج دهه گذشته کارایی ریال عملاً از بین رفته و در جامعه عرف اصلی تومان است و افراد جامعه در مبادلات خود از این واحد استفاده می‌کنند و حتی به جای ۵۰هزار تومان لفظ ۵۰تومان را به کار می‌برند. در حال حاضر پول ملی با دلار و یورو بسیار اختلاف دارد و رابطه پول ملی با دلار ۰،۰۰۰۰۰۶ است که رابطه بسیار ضعیفی در دنیا محسوب می‌شود.»

موافقان و منتقدان حذف صفر از پول ملی

اما حذف چهار صفر از پول ملی مخالفان و موافقان بسیاری دارد و بسیاری از اقتصاددانان می‌گویند این اقدام در صورت اجرایی شدن بیشتر به پاک کردن صورت مسئله می‌ماند و در حل مشکلاتی همچون تورم اثری نخواهد داشت. در مقابل نیز برخی از کارشناسان معتقدند در صورت حذف چهار صفر و کوچک شدن رقم‌ها، با توجه به ماندگاری بیشتر سکه، در صورت ضرب سکه به جای اسکناس‌های خرد می‌توان هزینه امحای اسکناس را در کشور کاهش داد. از طرف دیگر کاهش پی در پی ارزش پولی ملی در سال‌های گذشته و قرار گرفتن صفرهای متعدد جلوی ردیف‌های بودجه و هزینه در دفاتر حسابداری، مشکلات بسیاری را برای سیستم مالی و حسابداری به وجود آورده و حذف چهار صفر گام بزرگی برای اصلاح این روند و تسهیل امور حسابداری است.

در این بین فعالان اقتصادی و بخش خصوصی معتقدند حذف چهار صفر اگرچه می‌تواند به صورت کلی حرکتی مثبت باشد ولی کافی نخواهد بود و دولت باید دست به اصلاحات اساسی در اقتصاد بزند و اگر حذف چهار صفر با این اصلاحات هماهنگ نباشد در عمل اتفاق خاصی رخ نخواهد داد. مسعود خونسناری رئیس اتاق تهران مرداد سال گذشته که دولت حذف چهار صفر از پول ملی را مصوب کرد، در این باره گفت: «اتاق و فعالان اقتصادی، از اقدام دولت در این زمینه استقبال می‌کنند به ویژه عملاً در کشور از ریال استفاده نمی‌شود بلکه باعث سردرگمی و اشتباه محاسباتی

به گزارش خبرآنلاین، کشورهایی که اقتصاد آنها از تورم بالا رنج می‌برد و ارزش پول ملی آنها در سراسشی سقوط قرار گرفته بود، برای ساده‌تر شدن مبادلات اقتصادی و بازرگانی و همچنین کاهش هزینه چاپ اسکناس اقدام به حذف صفر یا صفرهایی از اسکناس‌ها کردند. عمده اقتصاددانان بر این عقیده‌اند که حذف صفر از اسکناس هیچ‌گونه تأثیری بر شاخص‌های اقتصادی و طرف عرضه و طرف تقاضا ندارد و بیشتر اثر روانی بر جامعه می‌گذارد.

به نزدیکی ایران ترکیه تجربه‌ای قابل بررسی برای ایران است. تجربه

ترکیه که یک کشور اروپایی با بستری جهان سومی است اینگونه رقم

خورد که به یکباره شش صفر از پول این کشور در سال ۲۰۰۵ میلادی

حذف شد. تورم در ترکیه از ابتدای دهه ۸۰ میلادی آغاز شد و با شتاب به

نمایندگان مجلس روز دوشنبه به تغییر واحد پول ملی و حذف چهار صفر رأی مثبت دادند؛ اتفاقی که بعد از چند سال شنیدن زمزمه‌های آن حالا دیگر رنگ قانونی به خود گرفته است. اگرچه که این امر باید به تأیید شورای نگهبان هم برسد و البته به گفته رئیس کل بانک مرکزی زمان موردنیاز برای اجرای این تحول بین دو تا پنج سال خواهد بود. طبق مصوبه مجلس در صورت اجرایی شدن این قانون هر ۱۰ هزار ریال فعلی به یک تومان تبدیل خواهد شد و واحد پول خرد هم «قران» تعیین شده است که هر یک تومان، معادل ۱۰۰ قران می‌شود.

عبدالنصر همتی صبح دوشنبه در صحن علنی مجلس درخصوص حذف چهار صفر از پول ملی گفت: «با توجه به تورم مزمن پنج دهه گذشته کارایی ریال عملاً از بین رفته و در جامعه عرف اصلی تومان است و افراد جامعه در مبادلات خود از این واحد استفاده می‌کنند و حتی به جای ۵۰هزار تومان لفظ ۵۰تومان را به کار می‌برند. در حال حاضر پول ملی با دلار و یورو بسیار اختلاف دارد و رابطه پول ملی با دلار ۰،۰۰۰۰۰۶ است که رابطه بسیار ضعیفی در دنیا محسوب می‌شود.»

اما حذف چهار صفر از پول ملی مخالفان و موافقان بسیاری دارد و بسیاری از اقتصاددانان می‌گویند این اقدام در صورت اجرایی شدن بیشتر به پاک کردن صورت مسئله می‌ماند و در حل مشکلاتی همچون تورم اثری نخواهد داشت. در مقابل نیز برخی از کارشناسان معتقدند در صورت حذف چهار صفر و کوچک شدن رقم‌ها، با توجه به ماندگاری بیشتر سکه، در صورت ضرب سکه به جای اسکناس‌های خرد می‌توان هزینه امحای اسکناس را در کشور کاهش داد. از طرف دیگر کاهش پی در پی ارزش پولی ملی در سال‌های گذشته و قرار گرفتن صفرهای متعدد جلوی ردیف‌های بودجه و هزینه در دفاتر حسابداری، مشکلات بسیاری را برای سیستم مالی و حسابداری به وجود آورده و حذف چهار صفر گام بزرگی برای اصلاح این روند و تسهیل امور حسابداری است.

در این بین فعالان اقتصادی و بخش خصوصی معتقدند حذف چهار صفر اگرچه می‌تواند به صورت کلی حرکتی مثبت باشد ولی کافی نخواهد بود و دولت باید دست به اصلاحات اساسی در اقتصاد بزند و اگر حذف چهار صفر با این اصلاحات هماهنگ نباشد در عمل اتفاق خاصی رخ نخواهد داد. مسعود خونسناری رئیس اتاق تهران مرداد سال گذشته که دولت حذف چهار صفر از پول ملی را مصوب کرد، در این باره گفت: «اتاق و فعالان اقتصادی، از اقدام دولت در این زمینه استقبال می‌کنند به ویژه عملاً در کشور از ریال استفاده نمی‌شود بلکه باعث سردرگمی و اشتباه محاسباتی

سکه و ارز

ستون راست
بانک نامه
آخرین قیمت دلار در صرافی‌های بانکی
سکه بالای مرز روانی ایستاد

بررسی‌ها نشان می‌دهد در روز سه‌شنبه بازار طلا روز چندان پرنوسان را سپری نکرد و اغلب قیمت‌ها کاهشی نسبی را تجربه کردند. این در حالی است که روز دوشنبه شاهد افزایش و رکوردشکنی بودیم.

به گزارش خبرآنلاین هر قطعه سکه تمام بهار آزادی ۶ میلیون و ۵۱۳ هزار تومان قیمت خورد تا کاهش نزدیک به ۶۰ هزار تومانی نسبت به روز دوشنبه رقم بخورد. قیمت سکه بهار آزادی طرح قدیم نیز ۶ میلیون و ۴۰۰ هزار تومان اعلام شد که ثبات قیمتی را در نسبت به روز قبل نشان می‌دهد. همچنین نیم سکه ۳ میلیون و ۲۰۰ هزار تومان و ربع سکه به قیمت یک میلیون و ۸۸۰ هزار تومان در بازار فروخته شد. سکه گرمی هم ۹۸۰ هزار تومان قیمت خورد. هر اونس طلا نیز در بازارهای جهانی با کاهش اندکی از مرز ۱۷۰۰ دلار عبور کرد و به قیمت ۱۶۹۹ دلار در بازارهای جهانی رسید. هر گرم طلای ۱۸ عیار نیز در بازار به قیمت ۶۴۵ هزار تومان فروخته شد که در قیاس با روز دوشنبه افزایش چندانی را نشان نمی‌دهد.

همچنین قیمت هر دلار در صرافی‌های بانکی بدون تغییر نسبت به روز قبل در نیمه کانال ۱۵ هزار تومان باقی ماند. نرخ خرید هر دلار از مردم نیز برابر با ۱۵ هزار و ۵۰۰ تومان اعلام شد. بررسی‌ها نشان می‌دهد نرخ یورو نیز در کف کانال ۱۷ هزار تومان متوقف و هر یورو در صرافی‌های بانکی به قیمت ۱۷ هزار و ۱۰۰ تومان فروخته شد. نرخ خرید هر یورو در صرافی‌های بانکی هم ۱۷ هزار تومان اعلام شد.

آخرین خبرها از تسهیلات یک میلیونی

لیست وام یک میلیونی باز است

بعد از پرداخت دو مرحله از وام یک میلیونی به متقاضیان معرفی شده، اکنون در کنار تعدادی که همچنان به دلایلی با مشکل واریز مواجه هستند، سایر خانوارها همچنان امکان دریافت این تسهیلات را در صورت معرفی به بانک مرکزی خواهند داشت.

به گزارش ایسنا، پایان هفته گذشته بود که دومین لیست متقاضیان دریافت وام یک میلیونی از وزارت کار، تعاون و رفاه اجتماعی به سازمان هدمفندی و در نهایت به بانک مرکزی برای پرداخت ارائه شد.

در مرحله دوم حدود ۲ میلیون و ۲۶۶ هزار و ۲۶۳ خانوار معرفی شدند که با ۱۷ میلیون و ۱۵۳ هزار و ۲۱ خانوار مرحله اول در مجموع بیش از ۱۹ میلیون و ۴۱۹ هزار نفر مشمول دریافت وام شده بودند، اما این در شرایطی بود که از این تعداد حدود ۴۱ هزار خانوار در دریافت وام با مشکل مواجه شدند که دلیل آن نیز مسائلی از جمله مسدودی حساب، شماره حساب اشتباه، عدم سازگاری شماره حساب با کد ملی ارسالی، نامعتبر بودن اطلاعات معرفی‌شده یا برخی خطاها بود که امکان پرداخت را برای آنها ایجاد نمی‌کرد.

به تازگی بانک مرکزی اعلام کرد از ۴۱ هزار خانواری که پرداخت به آنها با مشکل مواجه شده بود برای حدود ۳۵ هزار خانوار حل شده و وام آنها واریز شده است، در عین حال که برای حدود ۵۰۰ خانوار دیگر هم احتمالاً به زودی با هماهنگی‌هایی که صورت گرفته وام یک میلیونی واریز می‌شود.

در حالی تاکنون دو مرحله پرداخت انجام شده که ظاهراً این پایان پرداختی‌ها نیست، به هر حال با توجه به اینکه بانک مرکزی از ابتدا اعلام کرده بود که ۲۳ میلیون خانوار پارانهایگیر مشمول طرح پیشنهادی آن برای پرداخت وام یک میلیونی از محل منابع بانکی می‌شوند، در صورتی که لیست جدیدی از وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی و به تبع آن سازمان هدمفندی پارانها به بانک مرکزی ارائه شود، پرداختی‌ها انجام خواهد شد. این در حالی است که طی فرآیندی که برای ثبت تقاضا تعریف شد برخی خانوارها به مشکل برخوردند؛ به طوری که خواسته شد تا بعد از دریافت پیامکی از وزارت ارتباطات برای ثبت درخواست، به شماره ۶۳۹۹ با شماره همراه سرپرست خانوار پیامک ارسال کنند که این موضوع باعث شد برخی خانوارها از اعلام باز بمانند.

از این رو، با اتمام فرصت ارسال پیامک، مهلتی تا ۱۸ اردیبهشت تمدید شد تا جاماندگان بتوانند درخواست خود را ثبت کنند. بر این اساس با توجه به زمانی که از پیش تعیین شده بود نیز احتمال درخواست‌های جدید و پرداخت‌های دیگر وجود خواهد داشت.

تسهیلات یک میلیونی برای حمایت در شرایط کنونی، به صورت قرض‌الحسنه به حساب پارانها متقاضیان واریز و طی ۳۰ ماه با اقساط ۳۵ هزار تومانی و کارمزد ۴درصدی بازپرداخت می‌شود.

در سال گذشته انجام شد

۵۳ میلیارد تراکنش در خودپردازها

براساس آمار منتشره از سوی بانک مرکزی بالغ بر ۵ میلیارد و ۳۹۸ میلیون تراکنش توسط خودپردازهای بانک‌ها و موسسات مالی و اعتباری در سراسر کشور در طول سال ۱۳۹۸ انجام شده است.

به گزارش اپینا، اداره نظام‌های پرداخت بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران گزارش تعداد تراکنش ابزارهای پرداخت شبکه بانکی را به تفکیک تا پایان سال ۱۳۹۸ اعلام کرده؛ گزارش عملکرد ۱۲ ماهه سال گذشته در بخش‌های خودپرداز نشان می‌دهد که بالغ بر ۵ میلیارد و ۳۹۸ میلیون و ۱۱۱ هزار تراکنش در شبکه خودپردازهای سیستم بانکی انجام شده است؛ همچنین حدود ۳۴۱ میلیون و ۸۵۶ هزار تراکنش از طریق پایانه‌های شعب (کارتخوان‌های شعبه) شبکه بانکی در مدت مشابه به ثبت رسیده است.

براساس این گزارش، تا پایان اسفند ۹۸ بالغ بر ۵۶ هزار و ۶۱۶ دستگاه خودپرداز از سوی شبکه بانکی راه‌اندازی و فعالیت داشته است که با استفاده از این خودپردازها توسط شهروندان در حدود ۵ میلیارد و ۳۹۸ میلیون و ۱۱۱ هزار تراکنش انجام دادند؛ بانک صادرات ایران با تعداد ۵ هزار و ۱۵۳ دستگاه خودپرداز بیشترین میزان دستگاه عابر بانک تا پایان سال گذشته را در میان بانک‌ها و موسسات مالی و اعتباری کشور را به خود اختصاص داده است که در آمار اعلام شده درخصوص سهم از تعداد تراکنش نیز این بانک بالغ بر ۵۰۸ میلیون و ۱۹۷ هزار تراکنش را به خود اختصاص داده است؛ این در حالی بوده که بانک ملی ایران بیشترین میزان تراکنش خودپرداز را با تعداد کمتری ماشین بانکی خودپرداز نسبت به بانک صادرات ایران با تعداد یک میلیارد و ۱۷۳ در صدر جدول تراکنش قرار گرفته است.

آمار منتشرشده از سوی بانک مرکزی درخصوص تعداد تراکنش خودپردازهای فعال در استان تهران حاکی از آن است که در پایتخت بالغ بر یک میلیارد و ۲۰۰ میلیون تراکنش در حدود بیش از یک پنجم تمام تراکنش‌های خودپرداز در سراسر کشور در طول سال گذشته توسط دستگاه خودپرداز شبکه بانکی انجام شده است.

کمبودی در عرضه ماهی نداریم؛ شیوع بیماری لکه سفید در مزارع میگو

مدیرعامل اتحادیه تکثیر، پرورش و صادرات آبزیان گفت با توجه به پیش‌بینی‌های تولید، کمبودی در عرضه ماهی در بازار داخل نداریم.

ارسلان قاسمی در گفت‌وگو با باشگاه خبرنگاران جوان، درباره آخرین وضعیت صید و پرورش ماهی اظهار کرد: با وجود شیوع ویروس کرونا و مشکلات دورنمای بازار صادراتی امسال تولید چشمگیری در بحث آبزی‌پروری پیش‌بینی نمی‌شود.

او افزود: پرورش‌دهندگان میگو در یک تا دو استان با مشکل بیماری لکه سفید میگو روبه‌رو هستند. قاسمی ادامه داد: با وجود شیوع ویروس کرونا طی ماه‌های اسفند و فروردین و فعالیت گردشی پرورش‌دهندگان پیش‌بینی می‌شود که افزایش چشمگیری در تولید نداشته باشیم.

این مقام مسئول با اشاره به اینکه کمبودی در عرضه ماهی بازار داخل نداریم، بیان کرد: پیش‌بینی‌ها حاکی از آن است که مجموع تولید صید و آبزی‌پروری به یک میلیون تن برسد که با این وجود امکان کنترل بازار در آرامش وجود دارد.

او درباره آینده بازار صادرات آبزیان گفت: با توجه به گسترش ویروس کرونا باید دید که بازار صادراتی به کدام سمت و سو می‌رود. قاسمی در پایان تصریح کرد: در شرایط اقتصاد فعلی قوانین و دستورالعمل‌ها باید متناسب با وضعیت موجود اقتصادی اصلاح شود که اگر این اتفاق بیفتد، تولید موفقی خواهیم داشت.

فروش رب فله در بورس

مدیرعامل سازمان مرکزی تعاون روستایی ایران گفت فروش رب فله در تابلوی بورس کالا انجام می‌شود.

به گزارش باشگاه خبرنگاران جوان به نقل از سازمان مرکزی تعاون روستایی، حسین شیرزاد رئیس سازمان مرکزی تعاون روستایی ایران با اشاره به خرید ۳۳۴ هزار تنی گوجه فرنگی مازاد بر نیاز بازار داخل در سال گذشته، درباره محصل این اقدام اظهار داشت: نتیجه این اقدام، فراآوری و تولید ۴۱ هزار تن رب شامل ۱۴ هزار تن رب فله و ۲۶ هزار تن رب اسپتیک است. پس از اتمام طرح خرید حمایتی گوجه و متعادل شدن قیمت محصول در بازار، سازمان تعاون روستایی با انجام تشریفات قانونی مقدمات فروش محصول رب فله تولیدی را با توجه به محدودیت زمانی شش ماهه قابلیت نگهداری آن و همچنین به منظور جذب نقدیگی از محل وجوهای حاصل از فروش به منظور پرداخت بخشی از مطالبات کشاورزان در دستور کار خود قرار داد.

شیرزاد در ادامه درباره آمار و ارقام این اقدام توضیح داد: در ۴ استان فارس، خراسان رضوی، آذربایجان شرقی و اردبیل در مجموع ۱۴ میلیون و ۳۳۰ هزار و ۱۷۷ کیلوگرم رب فله تولید شده است. از این مقدار ۱۲ میلیون و ۷۵۰ هزار کیلوگرم به ارزش ۶۷۹ میلیارد و ۳۳۶ میلیون و ۶۵۰ هزار ریال در بورس به فروش رسیده است.

رئیس سازمان مرکزی تعاون روستایی ایران در ادامه درباره جزئیات این اقدام در ۴ استان مذکور، گفت: در استان فارس با ۹ کارخانه در کل ۱۰ میلیون و ۵۰۶ هزار و ۵۲۷ کیلوگرم رب فله تولید شده که ۹ میلیون و ۲۰۰ هزار کیلوگرم آن در بورس به ارزش ۴۵۰ میلیارد و ۸۱۷ میلیون و ۶۰۰ هزار ریال به فروش رسیده است.

او ادامه داد: همچنین استان خراسان رضوی نیز با برخورداری از دو کارخانه، در مجموع موفق به تولید ۳ میلیون و ۲۹۱ هزار و ۷۷۵ کیلوگرم رب فله شده است که ۳ میلیون و ۲۵۰ هزار کیلوگرم آن در بورس به ارزش ۲۱۱ میلیارد و ۷۱۹ میلیون و ۵۰ هزار ریال به فروش رسیده است.

شیرزاد در پایان افزود: دو استان آذربایجان شرقی و اردبیل هر یک با داشتن یک کارخانه فراآوری گوجه فرنگی، به ترتیب ۲۸۳ هزار و ۶۱ کیلوگرم و ۲۴۸ هزار و ۸۰۴ کیلوگرم رب فله تولید کرده‌اند که از این مقدار ۳۰۰ هزار کیلوگرم در بورس به ارزش ۱۶ میلیارد و ۸۰۰ میلیون ریال به فروش رسیده است.

تورم کره جنوبی در حال صفر شدن!

نرخ تورم کره جنوبی به ۰.۱ درصد رسید. به گزارش ایسنا به نقل از تردینگ اکونومیکس، با تداوم روند نزولی نرخ تورم در کره جنوبی، در ۱۲ ماه منتهی به آوریل نرخ تورم به سطح ۰.۱ درصدی رسید تا کمترین نرخ تورم کشور از اکتبر سال قبل تاکنون به ثبت برسد. در بین بخش‌های مختلف تورم مواد غذایی و نوشیدنی با ۰.۹ درصد کاهش به ۱.۷ درصد رسید. نرخ تورم در حوزه حمل و نقل به منفی ۲.۴ درصد و رستوران و هتلداری به یک درصد کاهش یافت. از سوی دیگر اما بیشترین تورم مربوط به مراقبت‌های درمانی با ۲.۱ درصد و لوازم منزل با ۲ درصد بوده است.

نرخ تورم چهارمین اقتصاد بزرگ آسیا اکنون فاصله بسیار زیادی با تورم ۱۵ درصدی هدف‌گذاری شده توسط بانک مرکزی این کشور دارد. طی این مدت، هسته تورمی که تغییرات قیمت اقلام غذایی و انرژی را به دلیل نوسانات بالای آنها در نظر نمی‌گیرد به ۰.۲ درصد رسید. بربنمای ماهانه نیز نرخ تورم در ماه آوریل منفی ۰.۲ درصد اندازه‌گیری شده است. در شرایطی که اقتصاد صادرات‌محور کره جنوبی پیش از این نیز تحت تاثیر شیوع کرونا و تعطیلی گسترده کسب و کارها قرار گرفته بود، خبر کاهش تورم می‌تواند موجب ناامیدی بیش از پیش فعالان کره‌ای نسبت به چشم‌انداز اقتصادی این کشور شود. متوسط نرخ تورم کره جنوبی در بازه زمانی ۱۹۶۶ تا ۲۰۱۹ معادل ۷.۲۲ درصد بوده است که کمترین رقم ثبت شده مربوط به سپتامبر ۲۰۱۹ با منفی ۰.۴ درصد و بیشترین تورم ثبت شده مربوط به اکتبر ۱۹۸۰ با ۳۲.۵ درصد بوده است. دولت کره جنوبی تاکنون برای حمایت از بخش‌های مختلف اقتصادی این کشور در برابر پیامدهای ویروس کرونا، سه بسته حمایتی در نظر گرفته است که ارزش مجموع آنها حدود ۵۰ میلیارد دلار است. رشد اقتصادی کره جنوبی در سه ماهه نخست امسال منفی شد و انتظاری می‌رود این روند برای سه ماهه دوم نیز ادامه داشته باشد.

جبران رشد منفی اقتصاد با رونق کشاورزی

صادرات محصولات باغی به جای طلای سیاه



گام برداشت.

توسعه صادرات محصولات کشاورزی راهی برای بی‌نیازی از درآمدهای نفتی

محمد شفیع ملکزاده، رئیس نظام صنفی کشاورزی و منابع طبیعی در گفت و گو با خبرنگار صنعت، تجارت و کشاورزی باشگاه خبرنگاران جوان، با اشاره به اینکه بخش کشاورزی نقش مهمی در تحقق شعار «جهش تولید» دارد، اظهار کرد: بخش کشاورزی در بحث رشد اقتصادی طی چند سال اخیر نشان داده که توانایی جبران رشد منفی اقتصاد را داراست.

وی افزود: طی سال گذشته با وجود رشد ۸ درصدی بخش کشاورزی، رشد اقتصادی در کشور منفی بود که این امر نشان می‌دهد در سایر بخش‌ها رشد اقتصادی صفر بوده است.

ملکزاده ادامه داد: با وجود پتانسیل‌های بخش کشاورزی، اگر نگاه

با وجود پتانسیل بالای بخش کشاورزی و مزیت نسبی اقلیمی این امکان وجود دارد که با توسعه صادرات محصولات کشاورزی دیگر نیازی به درآمدهای نفتی نداشته باشیم.

به گزارش باشگاه خبرنگاران جوان، ایران با وجود پتانسیل بالای بخش کشاورزی و مزیت نسبی اقلیمی نقطه عطفی برای رشد اقتصادی کشور به شمار می‌رود که با توسعه صادرات کالاهای مزیت‌دار، درآمد ارزی قابل توجهی را نصیب کشور می‌کند تا از فشار بر منابع نفتی بکاهد. در شرایط فعلی تحریم و بحران کرونا با برنامه‌ریزی مدون می‌توان به قطب کشاورزی منطقه تبدیل شد و درآمد ارزی حاصل از صادرات را جایگزین درآمدهای نفتی کرد.

بسیاری از مسئولان بر این باورند که بخش کشاورزی نقطه عطف تاب‌آوری اقتصادی در کشور به شمار می‌رود که با رفع چالش‌های پیش روی این بخش می‌توان در تحقق شعار سال و جبران رشد منفی اقتصاد

قیمت عجیب چادر مشکی در بازار!

توان خودکفایی صنعت نساجی مشهود است

قدم جهش تولید به خودکفایی تولید چادر هم رسید

رضا رحمانی، وزیر صنعت، معدن و تجارت گفت: در حوزه نساجی، پوشاک و پارچه نیاز زیادی به تولید داریم و امسال این حوزه جزو پروژه‌های ویژه این وزارتخانه است. امسال در حوزه پارچه و نساجی چند واحد به بهره‌برداری می‌رسند و چند واحد نیز در حال احداث هستند.

او با بیان اینکه در تولید برخی پارچه‌ها به خودکفایی رسیده‌ایم و واردات در این خصوص متوقف شده است، گفت: پیش از این در حوزه چادر مشکی حدود ۹۰ درصد نیاز کشور از خارج تامین می‌شد، اما با طرح‌های جدید در حوزه تولید پارچه چادر مشکی که به زودی به اجرا درمی‌آید طی ماه‌های آتی پارچه داخلی چادر مشکی با کیفیت مطلوب به بازار عرضه می‌شود. وزیر صنعت، معدن و تجارت افزود: در اردیبهشت امسال تاکنون بسیاری از صنایع مانند فولاد، مس، آلومینیوم و خودرو تحریم بودند، اما در این بخش افزایش تولید ویژه‌ای داشته‌ایم. امسال صنایع نساجی جزو پروژه‌های دارای اولویت است و دولت حوزه نساجی را جزو پروژه‌های اقتصاد مقاومتی قرار داده است.

حذف یک هزار و ۵۰۰ ردیف اقلام وارداتی به جهت تولید داخلی
وی گفت: واردات کالا براساس ثبت سفارش و نیاز داخل انجام می‌شود و در صورتی که هر واحد تولیدی بتواند کالا را با کیفیت و به اندازه نیاز داخل تولید کند، واردات آن کالا متوقف می‌شود که در این راستا امسال هزار و ۵۰۰ ردیف تعرفه وارداتی حذف شده و جلوی واردات این اقلام گرفته شده است.

با وجود این همه توانمندی که در کشور وجود دارد چرا نه‌تنها صادرکننده چادر نشده‌ایم، بلکه نیاز ۱۰۰ درصدی به واردات چادر هم داریم، این در حالی است که توان صادرات چادر به کشورهای عربی هم در کشور دیده می‌شود. محمدجعفر شهبلائی‌نژاد، رئیس انجمن صنایع نساجی ایران، گفت: توانایی تولید پارچه چادری در کشور به خوبی وجود دارد، اما تولیدکننده‌ها این ریسک را نمی‌پذیرند که در تولید این کالا سرمایه‌گذاری کنند. او بیان کرد: در حال حاضر در سال ۱۰ میلیون متر پارچه چادری توسط کارخانه حجاب شهرکرد تولید می‌شود. هم‌اکنون پروژه‌ای برای راه‌اندازی ۲۵میلیون متر پارچه چادری در سال داریم که ۴ تا ۵ سال زمان خواهد برد.

بازار گوشت اشباع شده است؛ کاهش نرخ دام زنده در بازار

خبر داد و گفت: طبق روال معمول مصرف گوشت در ماه رمضان کاهش و مرغ افزایش می‌یابد و امسال شیوع ویروس کرونا مزید بر علت شده است. به گفته پوریان، با توجه به رشد فزاینده تولید بهاره و انباشت دام در واحدهای دامداری انتظار می‌رود بخشی از مازاد تولید به بازارهای هدف صادر شود. این مقام مسئول با بیان اینکه ۶۵ میلیون رأس دام در واحدهای دامداری انباشت شده است، گفت: اگر یک میلیون رأس دام به بازارهای هدف صادر شود، التهای در بازار داخل نخواهیم داشت.

او با اشاره به اینکه مصرف گوشت کشور ۶۰ تا ۷۰درصد کاهش یافته است، اظهار کرد: در حال حاضر انباشت دام در واحدهای دامداری مشکلات متعددی را برای دامداران ایجاد کرده است، از این رو انتظار می‌رود تدابیری برای مازاد تولید به کار گرفته شود تا داستان مرغ و جوجه یکروزه تکرار نشود.

پوریان در پایان تصریح کرد: با توجه به مازاد چشمگیر دام در دامداری‌ها، صادرات ۳ تا ۴ میلیون رأس دام سنگین و ۲۰۰ هزار رأس دام سبک نوسانی در بازار ایجاد نخواهد کرد.

در تمامی واحدهای پرورانبندی با انباشت دام روبه‌رو هستیم
او با اشاره به اینکه با انباشت دام در واحدهای دامداری روبه‌رو هستیم، افزود: هم‌اکنون در تمامی واحدهای پرورانبندی سبک و سنگین با انباشت دام روبه‌رو هستیم، به همین خاطر به وزارت جهاد کشاورزی به عنوان متولی تولید اعلام کرده‌ایم که دامداران در شرایط حاد قرار دارند.

پوریان ادامه داد: با توجه به ازدیاد عرضه دام و کاهش تقاضا از سوی پرمصرف‌ها، مشکلی در بخش دام و گوشت وجود ندارد.

او با تاکید بر صادرات دام زنده برای کاهش بحران دامداران اظهار کرد: طبق اظهارات معاون امور تولیدات دامی با ازدیاد دام سبک و سنگین روبه‌رو هستیم که برای خروج از این بحران باید تدابیری اندیشیده شود.

این مقام مسئول قیمت هر کیلو دام سبک را ۴۲ هزار تومان و دام سنگین را ۲۶ هزار تومان اعلام کرد و افزود: با توجه به انباشت دام در واحدهای دامداری، التهاب قیمتی در ماه رمضان خواهیم داشت.

رئیس شورای تامین‌کنندگان دام از کاهش مصرف گوشت در ماه رمضان

اخبار

فرمول قیمت‌گذاری خودرو در سال ۹۹ تعیین شد

قیمت تمام‌شده به اضافه سود ۵درصد

یک منبع آگاه از تعیین فرمول قیمت‌گذاری خودرو در جلسه روز گذشته ستاد تنظیم بازار خبر داد و گفت قیمت خودرو در سال ۹۹ با توجه به فرمول قیمت تمام‌شده به اضافه حداکثر ۵درصد سود تولیدکننده محاسبه خواهد شد. یک مقام آگاه در گفت‌وگو با خبرنگار اقتصادآنلاین، درباره جزئیات جلسه ستاد تنظیم بازار اظهار کرد: روز گذشته سازمان حمایت و شورای رقابت برای تعیین فرمول جدید قیمت‌گذاری خودرو به توافق رسیدند که بر این اساس قرار شد قیمت خودرو با توجه به فرمول «قیمت تمام‌شده به اضافه حداکثر ۵درصد سود تولیدکننده» محاسبه شود.

وی تأکید کرد: البته بهره‌مندی خودروسازان از سود حداکثری ۵درصد منوط به زمانی است که شرکت به بهره‌وری ۷۰درصدی رسیده باشد و خودروسازانی که بهره‌وری مناسب نداشته باشند سود کمتری برای آنها در نظر گرفته خواهد شد. این منبع آگاه گفت: به این ترتیب سازمان حمایت و شورای رقابت، قیمت تمام شده محصولات را حساب کرده و ۵درصد سود به نرخ نهایی خودرو اضافه می‌کنند؛ در همین راستا خودروسازان نیز باید ماهانه گزارشی از عملکرد خود به ستاد تنظیم بازار ارائه دهند.

به گفته این مقام مسئول، در نهایت بعد از اینکه این دو نهاد قیمت تمام‌شده محصولات را محاسبه کردند، آن را در کمیته تخصصی خودرو اعلام کرده تا در جلسه تنظیم بازار درباره آن تصمیم‌گیری شود.

افزایش مراجعان به مراکز شماره‌گذاری خودرو

رئیس مرکز شماره‌گذاری پلیس راهور ناجا از افزایش ۳۳درصدی مراجعه‌کنندگان به مراکز تعویض پلاک در روز گذشته نسبت به مدت مشابه در سال قبل خبر داد.

به گزارش پدال نیوز به نقل از فارس، سرهنگ علی محمدی رئیس مرکز شماره‌گذاری پلیس راهور ناجا از افزایش ۳۳درصدی تعداد مراجعان به مراکز شماره‌گذاری پلیس راهور در روز گذشته نسبت به مدت مشابه در سال قبل خبر داد.

وی اظهار داشت: با توجه به افزایش اعتبار ۴۰ روزه و کالنامه‌های منقضی، روز گذشته بیشترین تعداد مراجعه‌کننده به مراکز تعویض پلاک را بعد از بازگشایی در سال جدید شاهد بودیم.

رئیس مرکز شماره‌گذاری پلیس راهور ناجا تصریح کرد: روز گذشته ۱۹ هزار و ۴۲۷ نفر برای تعویض پلاک مراجعه کردند که افزایش تعداد مراجعان را نسبت به مدت مشابه در سال گذشته داشتیم؛ این آمار در چنین روزی در سال ۹۸ مصادف با ۱۴ هزار و ۵۲۸ نفر بوده است.

سرهنگ محمدی به تدابیر پلیس راهور برای رعایت فاصله‌گذاری اجتماعی اشاره کرد و گفت: ساعت کاری مراکز از ۷ صبح تا ۱۷ است و ارائه خدمت براساس زوج و فرد بودن پلاک خودروها صورت می‌گیرد. وی گفت: خوشبختانه هموطنان مدیریت‌ر زمان را در نظر گرفته و در ساعات بعدازظهر نیز به مراکز مراجعه می‌کنند.

رئیس مرکز شماره‌گذاری پلیس راهور ناجا به هموطنان توصیه کرد: زودتر از ساعت ۷ صبح به مراکز مراجعه نکنند چراکه کار شماره‌گذاری خودرو در طول روز بدون هیچ معطلی انجام می‌شود.

وی تصریح کرد: صف‌های خودرویی که بعضا در مقابل برخی مراکز شماره‌گذاری تشکیل شده صرفا جهت ایجاد فاصله‌گذاری اجتماعی و مدیریت ورودی تعداد افراد به سالن اصلی است؛ تمام این موارد در راستای حفظ سلامت مردم است.

چرا برخی خودروهای داخلی شماره‌گذاری نمی‌شوند؟

رئیس مرکز شماره‌گذاری پلیس راهور ناجا گفت طبق قانون برای شماره‌گذاری خودرو باید تأییدیه محیط زیست توسط خودروسازان اخذ و به پلیس ارائه شود در غیر این صورت، خودرو پلاک نمی‌شود.

سرهنگ علی محمدی رئیس مرکز شماره‌گذاری پلیس راهور ناجا درخصوص شنیده‌ها و اخباری مبنی بر عدم شماره‌گذاری برخی خودروهای داخلی، اظهار داشت: براساس قانون هوای پاک، خودروسازان باید هر سال تأییدیه محیط زیست را اخذ کرده و برای شماره‌گذاری به پلیس راهور ارائه دهند. رئیس مرکز شماره‌گذاری پلیس راهور ناجا با بیان این مطلب که گاهی اخذ تأییدیه مذکور توسط خودروسازان با تأخیر انجام می‌شود، تصریح کرد: پلیس طبق قانون ملزم به شماره‌گذاری خودروهایی است که تأییدیه محیط زیست و سایر استانداردها را داشته باشند، پس تا وقتی که تأییدیه مذکور به پلیس ارائه نشود شماره‌گذاری انجام نخواهد شد.

وی با بیان اینکه این پیگیری باید توسط خودروسازان صورت گیرد، خاطرنشان کرد: پلیس راهور ناجا طبق قانون هوای پاک پس از اخذ تأییدیه توسط خودروسازان و ارائه آن به پلیس راهور بلافاصله در همان ساعت خدمات شماره‌گذاری را ارائه خواهد داد.

واردات خودروهای سواری برقی و ترکیبی از ارائه گواهی اسقاط معاف شد

نمایندگان مجلس شورای اسلامی با رأی موافق به اصلاح طرح ساماندهی صنعت خودرو، واردات خودروهای سواری تمام‌برقی و تمام‌ترکیبی (تمام‌هیبریدی) در راستای کاهش آلودگی‌های محیط زیستی و کاهش مصرف سوخت‌های فسیلی تا زمان تولید آنها در داخل، از دریافت و ارائه گواهی اسقاط خودرو را معاف کردند. به گزارش پایگاه خبری «عصر خودرو» به نقل از ایرنا، نمایندگان مجلس شورای اسلامی در جلسه علنی روز سه‌شنبه با اصلاح طرح ساماندهی صنعت خودرو جهت تامین نظر شورای نگهبان موافقت کردند. بنابر اصلاحیه در ماده ۴ این طرح، واردات خودروهای سواری تمام‌برقی و تمام‌ترکیبی (تمام‌هیبریدی) در راستای کاهش آلودگی‌های محیط زیستی و کاهش مصرف سوخت‌های فسیلی تا زمان تولید آنها در داخل، از دریافت و ارائه گواهی اسقاط خودرو معاف هستند. دولت موظف است زمینه تولید آنها را در داخل با آماده‌سازی زیرساخت‌های لازم ظرف مدت پنج‌سال فراهم کند. هزینه‌های مالی ناشی از اجرای این ماده از محل درآمدهای ناشی از اجرای حکم تبصره ذیل ماده (۳) این قانون تأمین می‌شود. بنابر این مصوبه، مصادیق خودروهای تمام‌ترکیبی (تمام‌هیبریدی) توسط وزارت صنعت، معدن و تجارت تعیین می‌شود. نمایندگان همچنین با حذف ماده ۱۷ این طرح برای تامین نظر شورای نگهبان موافقت کردند. براساس این ماده در صورت وقوع تصادف در دوره پنج‌ساله و ارجاع به کارشناسی، کارشناسان رسمی موظفند میزان عیب و نقص ناشی از تولید خودرو در ایجاد تصادف و عامل حادثه را ذکر کنند. شرکت سازنده داخلی یا نماینده رسمی شرکت سازنده خارجی به میزان دخالت نقص خودرو در علت وقوع تصادف و نقش ایمنی خودرو در میزان خسارت و تلفات حادثه، دارای مسئولیت مدنی است.



رئیس شورای رقابت با بیان اینکه در دو هفته اخیر ما هیچ جلسه‌ای با ستاد تنظیم بازار نداشته‌ایم، افزود: باید ستاد تنظیم بازار دستورالعمل قیمت‌گذاری شورای رقابت را بررسی و اگر ایرادی داشت به ما اعلام کند تا اصلاحات لازم را انجام دهیم، اما متأسفانه خبری از این موضوع نیست و حتی شنیده شده ستاد تنظیم بازار در مورد قیمت خودرو به توافق رسیده، در حالی که این کار قانونی نیست.

به گفته شیوا، روش قیمت‌گذاری ما در بخش خودرو براساس سقف قیمتی است به نحوی که مطابق نرخ تورم بخشی برای هر خودرو در مدت معین به اضافه قیمت پایه و لحاظ کردن دو متغیر بهره‌وری و کیفیت دستورالعمل قیمت‌گذاری خودرو تعیین می‌شود.

وی با اعلام اینکه ستاد تنظیم بازار و سازمان حمایت معتقد به لحاظ کردن هزینه تمام‌شده برای قیمت‌گذاری خودرو هستند، تصریح کرد: به اعتقاد ما بخشی از این هزینه‌های تمام شده خودرو مرتبط با هزینه‌هایی غیر از کار تولیدی است به همین دلیل این هزینه‌ها مورد قبول ما نیست. رئیس شورای رقابت با اعلام اینکه طی روزهای اخیر اخبار مختلفی مبنی بر تعیین قیمت‌های جدید خودرو شنیده می‌شود، گفت: ما هیچ توافقی با ستاد تنظیم بازار نداشته‌ایم و اگر قیمت‌های جدید بدون هماهنگی با شورای رقابت اعلام شود غیرقانونی است.

براساس ماده ۵۸ اصل ۴۴ به ما گفته بود باید دستورالعمل قیمت‌گذاری را به صورت مستقل اعلام کند تا براساس آن چارچوب قیمت‌ها تعیین شود، اما بعد از ابلاغیه ماده ۳ مصوبه سران قوا در شورای عالی هماهنگی اقتصادی، دستورالعمل تنظیم قیمت باید برای تأیید به ستاد تنظیم بازار ارسال می‌شد. رئیس شورای رقابت در پاسخ به این پرسش که «بعد از ابلاغیه شورای عالی هماهنگی اقتصادی شما دستورالعمل قیمت‌گذاری خود را به ستاد تنظیم بازار ارسال کردید یا خیر؟» اظهار داشت: بله، ما ارسال کردیم ولی وزیر وقت صنعت از این ابلاغیه برداشت اشتباهی کرد و این تصور به وجود آمد که قیمت‌گذاری از شوراهای نهاده‌ها و ارگان‌هایی که قیمت‌گذاری می‌کردند گرفته شده است. در حالی که براساس قانون، شورای رقابت مکلف به تعیین دستورالعمل قیمت‌گذاری کالاهای انحصاری است. وی با بیان اینکه البته ما در آن مقطع به دیوان عدالت و معاونت حقوقی ریاست جمهوری شکایت کردیم و در نهایت تأیید شد که باید شورای رقابت براساس قانون در کالاهای انحصاری ورود پیدا کرده و دستورالعمل قیمت‌گذاری آنها را تهیه کند، گفت: در طول چند هفته اخیر به ما اعلام شده که دستورالعمل قیمت‌گذاری خودرو را به ستاد تنظیم بازار ارائه کنیم، ما نیز دستورالعمل خود را به این ستاد ارائه کرده و در جلسات مختلف نظرات خود را اعلام کردیم.

فتر فشرده قیمت خودرو در انتظار رهاشدن!

خودرو بیان کرد: افزایش چند درصد به قیمت خودروها از جمله پیشنهادهای این کمیته بود که ما در رسانه‌ها با آن مخالفت کردیم.

کریمی سنجری عنوان کرد: قرار بر این است که قیمت تمام‌شده همه خودروها در اختیار ستاد حمایت قرار گیرد و ستاد حمایت هم براساس فرمول‌های خود سود ۵درصدی را برای هر خودرو در نظر بگیرد، اما مسئله اینجاست که ما هیچ وقت کوتاهی‌های مدیریتی و روش‌های غلط بنگاهداری و مدیریتی‌مان را در بالا بودن قیمت تمام‌شده خودرو لحاظ نکردیم.

در ادامه بابایی نماینده منتخب مجلس یازدهم بیان داشت: مجلس یازدهم قطعاً برنامه‌هایی برای این موضوع دارد که در آینده اعلام رسمی خواهد شد. وی صنعت خودرو را از صنایع شاخص کشور برشمرد و گفت: ما با نگاه دولتی به صنعت خودرو مخالفیم، چراکه بنگاه‌های اقتصادی دولت‌ها از فضای حاکم بر اشتغال و خوداتکایی صنعت خودرو سوءاستفاده‌های فراوانی کردند.

کریمی سنجری با بیان اینکه شرکت‌های خودروساز از سال ۹۷ اجازه هیچ افزایش قیمتی نداشتند، گفت با این کار فتر قیمت به شدت فشرده شده و افزایش قیمت خودرو با هر مکانیزم تاثیر واکنشی در بازار خواهد داشت. برنامه «صبح و گفت‌وگو» با موضوع قیمت‌گذاری بازار خودرو و در ارتباط تلفنی با مهندس حسن کریمی سنجری کارشناس ارشد صنعت خودرو و دکتر علی بابایی نماینده منتخب مجلس یازدهم از آنتن رادیو گفت و گو پخش شد.

کریمی سنجری در مصاحبه با رادیو گفت و گو با بیان اینکه شرکت‌های خودروساز از اواخر سال ۱۳۹۷ اجازه هیچ افزایش قیمتی نداشتند، گفت: با این کار فتر قیمت به شدت فشرده شده لذا افزایش قیمت خودرو با هر مکانیزم تاثیر واکنشی در بازار خواهد داشت.

کارشناس ارشد صنعت خودرو با اشاره به پیشنهادهای مطرح‌شده در کمیته

دبیر انجمن صنایع همگن قطعه‌سازی تاکید کرد اگر برنامه جهش تولید خودروسازان و قطعه‌سازان انجام شود، رفع تعهد خودروسازان تا خردادماه امکان‌پذیر است.

آرش محبی‌نژاد در گفت‌وگو با خبرنگار اقتصادآنلاین، کنترل قیمت و جذب نقدینگی را دو دلیل پیش‌فروش خودروسازان اعلام کرد و افزود: پیش‌فروش‌ها درصد کمی از کل تولید خودروسازان را دربر می‌گیرد و معمولاً ۵ تا ۱۰درصد مجموع تولید خودروسازان و در شرایط خاص تا ۲۰درصد را شامل می‌شود، اما این اقدام به دو منظور اصلی ساماندهی و کنترل بازار برای جلوگیری از افزایش لجام‌گسیخته

اختلاف ۶۰ تا ۸۰درصدی قیمت خودرو از کارخانه تا بازار

قطعه‌سازان ۲۰هزار میلیارد کسری نقدینگی دارند

قیمت‌ها و جذب نقدینگی برای خودروسازان انجام می‌شود.

این فعال صنعت قطعه ادامه داد: در شرایط فعلی اختلاف قیمت کارخانه تا بازار برای برخی خودروها تا ۸۰درصد و عمدتاً ۶۰درصد است از این رو افرادی که خودرو ثبت‌نام کرده‌اند عمدتاً مصرف‌کننده نبوده و قیمت فروش خود را همان نرخ بازار اعلام می‌کنند که در نتیجه باعث التهاب قیمت‌ها در بازار خودرو می‌شود.

محبی‌نژاد در پاسخ به این پرسش که آیا خودروسازان موفق به رفع تعهدات خود تا خردادماه خواهند شد یا خیر؟، گفت: اگر برنامه جهش تولیدی که هر دو خودروساز ارائه کرده‌اند انجام شود این موضوع نیز

محقق خواهد شد چراکه قطعه‌سازان و خودروسازان توان تولید ۴تا ۵هزار خودرو در روز و بیش از ۲میلیون در سال را دارند اما دو غول تحریم و کرونا مانع تحقق برنامه‌ها هستند ضمن اینکه این دو صنعت با دو چالش دیگر قیمت‌گذاری دستوری و نقدینگی نیز دست‌وپنجه نرم می‌کنند. وی تصریح کرد: طبق محاسبات انجام‌شده، قطعه‌سازان برای رسیدن به برنامه جهش تولید با تورم موجود، حدود ۲۰هزار میلیارد تومان کسری نقدینگی دارند؛ اگر وضعیت فعلی ادامه داشته باشد دیگر دارو و مسکن برای حل مشکلات صنعت خودرو اثربخش نخواهد بود و این صنعت به عمل جراحی نیاز پیدا خواهد کرد.

فناوران ایرانی فرصت‌های صادراتی ترکیه را شناسایی می‌کنند

با حمایت معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، «وبینار شناسایی و آشنایی با فرصت‌های صادراتی ترکیه»، ۱۷ اردیبهشت‌ماه سال جاری برگزار می‌شود. با توجه به اینکه ایران و ترکیه دو همسایه با بیشترین اشتراکات فرهنگی و مذهبی هستند توسعه سطح همکاری‌های علمی و فناورانه دو طرف یک ضرورت است. ایران در بسیاری از حوزه‌های علمی پیشتاز در خاورمیانه است و ترک‌ها نیز در حوزه‌های بازرگانی و تجارت تجارب زیادی دارند که اگر این دو با هم تلفیق شود، می‌توان به آینده خوب همکاری‌های دو کشور امیدوار بود. بر همین اساس و با توجه به اینکه بازار ترکیه برای فناوران ایران یک بازار بکر و پرسود است رويسداد فناورانه وبینار ترکیه با حمایت معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری با محورهای «درآمدی بر زیست بوم نوآوری ترکیه» و «شناسایی فرصت‌ها و ملاحظات کاربردی صادرات و واردات از طریق ترکیه» برگزار می‌شود.



دریچه

تجهیزات آزمایشگاهی ایران‌ساخت به نیاز صنایع پاسخ داد

دلار، نزدیک به ۱۰۰ دستگاه راکتورهای شیشه‌ای دوجداره با قیمت متوسط ۷ هزار دلار برای حجم‌های مختلف و نزدیک به ۱۰ دستگاه فریز درایر با قیمت ۱۳ هزار دلار را تولید کرده است.

این محصولات تولیدی با کمک هشت نفر از متخصصان داخلی طراحی و به صنایع تزریق شده است. این افراد در حوزه‌های مختلفی مانند مکانیک، الکترونیک و شیشه‌گری علمی تخصص دارند. این شرکت با تعداد کم پرسنل خود توانسته بخش بزرگی از نیاز کشور به تجهیزات آزمایشگاهی را تامین کند. این شرکت دانش‌بنیان با دریافت کمک‌های مادی و معنوی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری بازار محصولات خود را توسعه داده و تولیداتش را به دیگر کشورها معرفی کرده است. این اتفاق با حضور این شرکت در کریدور صادرات میسر شده است. همچنین فرصت ایجاد بازاری که در قالب نمایشگاه تجهیزات آزمایشگاهی ساخت ایران اتفاق افتاد به آنها کمک کرد تا تعامل خوبی با دانشگاه‌ها و مراکز تحقیق و توسعه شرکت‌های خصوصی داشته باشند. سجادی با اشاره ضرورت فراهم‌شدن زیرساخت‌های صادراتی برای تجهیزات آزمایشگاهی، می‌گوید: در بحث تجهیزات آزمایشگاهی برای رسیدن به نقطه صادرات نیاز به ایجاد زیرساخت‌هایی چون تامین قطعات، ارائه خدمات پس از فروش مطمئن، اخذ استانداردهای لازم، تامین اقلام تبلیغاتی و محتوای تخصصی متناسب با بازار هدف و از همه مهم‌تر دارابودن بخش بازاریابی خارجی فعال داریم.

وی ادامه می‌دهد: از سال ۹۵ در تلاش هستیم تا این زیرساخت‌ها را به تدریج در شرکت ایجاد کنیم. در حال حاضر هم در حال مذاکره با کشورهای همسایه عراق و ترکیه هستیم و امیدواریم این مذاکرات نتیجه‌بخش باشد.

جایگاه ایران بین کشورهای منطقه در حوزه پرینترهای سه‌بعدی ممتاز است

و با حمایت ستاد توسعه فناوری‌های فوتونیک، لیزر، مواد پیشرفته و ساخت، کارگاه‌های مختلفی در این حوزه در مراکز علمی و دانشگاهی کشور برگزار شد. برگزاری «کارگاه پرینتر سه‌بعدی» در دانشگاه شهید بهشتی از جمله این رویدادها بود. در این کارگاه‌ها، شرکت‌کنندگان با موضوع تولید قطعات خاص و نوآورانه با کاهش هزینه زمان و ریسک پروژه‌های ساختی آشنا می‌شوند و می‌توانند، اطلاعات بهینه‌تری از جزئیات تولید و طراحی یک قطعه و انجام پرینت سه‌بعدی به دست بیاورند.

حمایت‌های مالی

این ستاد همچنین طرح‌های نوآورانه ارائه‌شده در این حوزه را که قابلیت تبدیل به محصول کاربردی دارند مورد حمایت مالی قرار می‌دهد. حمایت از سه طرح برتر این حوزه در مسابقه هسته‌های فناور سال ۱۳۹۸ از جمله اقدامات حمایتی ستاد برای کمک به رشد این فناوری در کشور محسوب می‌شود.

موفقیت‌های علمی ایران در حوزه چاپ سه‌بعدی

موفقیت‌های علمی کشور در این حوزه تنها محدود به حوزه پزشکی نیست. برای نمونه، محققان دانشگاه صنعتی شریف در مرداد سال ۹۸ موفق به ساخت چاپگر سه‌بعدی در ابعاد میکرون شدند.

هرچند فاصله غیرقابل‌انکاری میان کشورمان و برخی کشورهای توسعه‌یافته در این زمینه وجود دارد، اما تلاش‌های علمی صورت گرفته در این حوزه توانسته است جایگاه ممتازی برای ایران در میان کشورهای منطقه به ارمغان بیاورد.

برخی صاحب‌نظران معتقدند که فناوری‌های مرتبط با اینترنت اشیا و پرینترهای سه‌بعدی از جمله پرچمداران انقلاب صنعتی چهارم خواهد بود. ایران نیز از جمله کشورهای نه‌چندان پرتعدادی است که در این زمینه هسته‌های فناور پرتعدادی را فعال کرده است. پرینت یافت استخوانی و پرینت سازه‌های صنعتی از جمله دستاوردهایی است که تاکنون دانشمندان جوان کشورمان به آن دست یافته‌اند.

طراحی و ساخت چاپگر سه‌بعدی، دارست‌های سلولی، پرینت ایمپلنت برای استخوان‌های معیوب از جمله سرفصل‌های تحقیقاتی این روزها در میان برخی دانشگاه‌ها و مراکز تحقیقاتی کشور است.

ستاد توسعه فناوری‌های فوتونیک، لیزر، مواد پیشرفته و ساخت با اعلام فراخوان‌های متعدد و برگزاری رویدادهای علمی-تخصصی در این زمینه سعی کرده است تا با دعوت از هسته‌های فناور فعال در این حوزه، ایشان را ترغیب کند تا این دانش را در کشور یک گام به جلو ببرد. حمایت از برگزاری سمینار معرفی فناوری‌های ساخت افزایشی و کاربردهای آن در آزمایشگاه تحقیقاتی ساخت افزایشی و آزمایشگاه تحقیقاتی شیمی-کاربردی دانشگاه زنجان یکی از این رویدادها بود. برگزاری چند رویداد دیگر در کشور جهت آشنایی فناوری پرینتر سه‌بعدی FDM و کاربردهای آن و معرفی مواد اولیه مورد استفاده در FDM، تلاش دیگری بود تا علاقه‌مندان به این حوزه به شکل جدی‌تری تحقیقات خود را دنبال کرده و زیررشته‌های مختلفی ایجاد شود.

برگزاری کارگاه‌های سراسری

علاوه بر ترویج، آموزش نیز به عنوان راهبرد دوم در دستور کار قرار گرفت

کسپوک



ایلان ماسک قرنطینه خان

به قلم: کایل هیات – خبر

شده است تا سهام شرکت‌های تحت علی رغم فشارها، باید با دید واقع نشان داد. درواقع اگر شرایط جهانی سرور شکسته شده و این امر به معنای بیکار در دوران پساکرونا، با یک بحران جدید با آن به مراتب سخت‌تر است. به همین بهترین راهکار نبوده و لازم است تا تصمیم‌گیری باری نیست که آقای ماسک و نخستین باری نیست که آقای ماسک و این است. برای مثال وی در ابتدای شیوع

ایلان ماسک تنها چند روز پس از توییت جنجالی خود در رابطه با اشتباهات دولت آمریکا در مبارزه با ویروس کرونا، در جدیدترین سخنرانی خود بار دیگر به این موضوع پرداخته و اعلام کرده است که قرنطینه خانگی، یک اقدام فاشیستی محسوب می‌شود. درواقع این راهکار تنها برای چند روز می‌تواند کارساز باشد و در صورت طولانی مدت شدن آن، ابدا راهکار خوبی نخواهد بود. وی این سخنان را در جدیدترین جلسه مالی تسلا عنوان کرده و اعلام نموده که شرایط فعلی، باعث نابودی بسیاری از برندها خواهد شد. این امر در حالی است که با پیشگیری‌های لازم می‌توان همچنان به مانند سابق به اقدامات ادامه داد. نکته قابل ذکر این است که توییت چند روز گذشته آقای ماسک بازخوردهای مختلفی را داشته و باعث

بازار دانش‌بنیان‌های دریایی را توسعه می‌دهیم

بیکران می‌توانند ثروت‌افزایی خوبی برای کشور داشته باشند اگر به توسعه فناوری آنها توجه شود.

دانش و خلاقیت گره‌گشای اقتصاد سنتی و صنایع مادر کشور است.

صنایعی که تاکنون به روایی عادی و سنتی امورامعاش می‌کردند و همیشه جای فناوری و نوآوری در آنها خالی بود، اما چند سالی است که دانش‌بنیان‌ها به میدان آمده‌اند تا خلاقیت، نوآوری و رونق را به صنایع کشور تزریق کنند.

از جمله صنایعی که طی چند سال اخیر رنگ و لعابی فناورانه به خود گرفته است، صنعت دریایی است؛ صنعتی که با ورود دانش‌بنیان‌ها بازاری جدید و ثروت‌آفرین برای خود دست و پا کرده است، اما این توسعه در صورتی پایدار خواهد بود که بازار موردنیاز این محصولات و خدمات ایجاد شود.

بازاری که با اتکا به توانمندی‌های داخلی و با کمک متخصصان خودمان ایجاد خواهد شد و توسعه می‌یابد. تنها مسیری هم که می‌توان برای این راه تعیین کرد مسیر دانش‌بنیانی و کمک گرفتن از سرآمدان علمی کشور است.

توسعه بازار نیاز همه فعالان اقتصادی است. اگر زیرساخت‌های توسعه بازار و تجاری‌سازی محصولات و خدمات برای کسب‌وکارها فراهم نباشد عملاً این بنگاه‌ها نمی‌توانند نقش خود را به درستی

در اقتصاد کشور بازی کنند. به همین دلیل یکی از اولویت‌های معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری برای توسعه صنایع بزرگ دریایی کشور، بازاریابی و توسعه بازار این محصولات است.

ایران کشوری بزرگ با مرزهای آبی فراوان با کشورهای همسایه است. این یعنی وجود استان‌های ساحلی و صنایع مختلف مرتبط با دریا در کشور که اگر توجه درست و همه‌جانبه‌ای به این صنایع داشته باشیم می‌توانیم اقتصاد کشور را از وابستگی به منابع زیرزمینی خلاص کنیم.

ایران چاره‌ای جز فراهم کردن به‌روزترین و مدرن‌ترین ناوگان‌های دریایی، بنادر و تجهیزات موردنیاز این حوزه ندارد. چون پهنه‌های آبی بزرگی شمال و جنوب کشور را احاطه کرده‌اند که قابل چشم‌پوشی نیستند. این دریاهای



وی در این باره گفت: کیت‌های تشخیصی ساخته‌شده در این شرکت توانسته پروسه‌های پیچیده‌ای را برای اخذ مجوز در داخل کشور دریافت کند. این محصول سپس توانست مجوز CE اروپا را دریافت کند.

محموله کیت تشخیص کرونا برای تست ۴۰هزار نفر به آلمان صادر شد

صادرات محموله کیت تشخیص ویروس کووید ۱۹ روز گذشته از فرودگاه امام خمینی (ره) تهران به مقصد آلمان انجام شد، این اقدام پاسخی عملی به آنهایی است که نسبت به عدم اراده، توان و فناوری زیست بوم اقتصاد دانش‌بنیان ایران تردید داشته‌اند.

به گزارش پایگاه اطلاع‌رسانی بنیاد ملی نخبگان، به گفته بهروز حاجیان تهرانی روز ۱۶ اردیبهشت یک محموله کیت تشخیص ویروس کووید ۱۹ شامل ۴۰هزار تست ساخته شرکت دانش‌بنیان پیشتاز طب زمان، از فرودگاه امام خمینی(ره) تهران به مقصد کشور آلمان ارسال شد.

شرکت پیشتاز طب زمان سابقه تولید انواع کیت‌های تشخیص مارکرهای سرطانی، بیماری‌های عفونی، هورمونی و بیش از پنج نوع کیت بیوشیمی را دارد.

مقاصد صادراتی مختلفی مانند کشورهای آلمان، ایتالیا، بلژیک، برزیل، کره جنوبی و ترکیه بیشتر، از محصولات این شرکت استفاده کرده‌اند.

شرکت پیشتاز طب زمان پیش از این به عنوان یکی از شرکت‌های

طرحی فناورانه برای سرسبزی اراضی کشور؛ «خشکه‌رود» به یاری کشاورزان می‌رود

استحصال آب با ساماندهی خشکه‌رودها به عنوان طرحی فناورانه در حال اجرا است؛ طرحی که ایجاد عرصه‌های تولید گیاهی را به دنبال دارد و با آن می‌توان برای مردم روستا اشتغال‌زایی کرد. بارندگی در فصل بهار زیاد است. پس فرصت مهیا است. فرصتی برای استفاده از آب باران. شریایی که راه‌اندازی واحدهای تولیدی کوچک‌مقیاس در خانواده‌های روستایی را رونق می‌دهد. ذخیره‌سازی این آب می‌تواند به مردم روستا برای مصارفی مانند آبیاری باغ، زمین‌های کشاورزی و پرورش ماهی کمک کند، اما چگونه باید این کار را انجام داد؟ ستاد توسعه فناوری‌های آب، خشکسالی، فرسایش و محیط زیست معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری در این زمینه پروژه‌های فناورانه را حمایت می‌کند. ساماندهی خشکه‌رودها یکی از این موارد است؛ طرحی فناورانه که با مشارکت مردم اجرایی می‌شود.

یادداشت

رتبه ایران در شاخص جریان بالقوه مهاجرت چند است؟

گالوپ از سال ۲۰۰۵ تاکنون، به طور منظم پیمایش‌هایی را برای سنجش پتانسیل مهاجرت و تغییر جمعیت میان ۱۶۰ کشور انجام داده است که در دوره‌های زمانی دو یا سه ساله نتایج آنها را منتشر کرده است. این موسسه نتایج یک پیمایش که در پی یافتن پتانسیل رشد جمعیت بزرگسال در صورت برداشته شدن همه موانع مهاجرت است را منتشر کرده است که با «شاخص جریان بالقوه مهاجرت» نشان داده می‌شود. این شاخص برای ۱۵۰ کشور جهان جمع‌آوری شده که یکی از مزایای آن است. تاکنون هیچ شاخصی در حوزه مهاجرت تا این اندازه داده قابل مقایسه بین کشوری گردآوری نکرده است. مزیت دیگر آن این است که علاوه بر در نظر گرفتن جمعیت هر کشور به طور عام، برای جوانان و استعدادها نیز به طور خاص اندازه‌گیری شده است.

جایگاه ایران در شاخص جریان بالقوه مهاجرت

شاخص جریان بالقوه مهاجرت نشان‌دهنده کاهش یا افزایش جمعیت هر کشور در صورت برداشته شدن موانع مهاجرت است. رتبه ایران در این گزارش برای این شاخص ۸۷ است. پس ایران در جایگاهی میانه قرار دارد. همچنین رتبه ایران برای جذب افراد تحصیلکرده ۷۸ و برای جذب جوانان ۷۷ است. البته باید به این نکته نیز توجه کرد امتیاز کشورها در محدوده ایران به شدت به هم نزدیک است. پس توجه به همین آمار و اطلاعات بین‌المللی نیز خود نشان از نادرست بودن برخی اخبار این حوزه می‌دهد. زیرا براساس این گزارش ایران در میان این ۱۵۰ کشور، برای مهاجرت رتبه برجسته‌ای ندارد. این در حالی است که در سال‌های اخیر بسیاری از افراد تحصیلکرده غیرمقیم به کشور بازگشته‌اند و در بخشی از زیست بوم فناوری و نوآوری توانمندی خود را به کار گرفته‌اند؛ موضوعی که در بسیاری از رسانه‌های خارجی نیز به آن پرداخته شد با عنوان توانایی ایران در جذب افراد تحصیلکرده برای بازگشت به کشور.

افزایش معاملات ملکی در حاشیه کلانشهرها به دلیل افزایش افسار گسیخته قیمت

گرانی بی‌حدوحصر ملک جست‌وجو کرد. البته پس از حومه شهر تهران، مناطق یک، دو و سه که جزو مناطق اعیان‌نشین شهر به شمار می‌روند، همچنان از رونق خوبی برخوردار هستند. رونق در این مناطق را می‌توان ناشی از دو دلیل خواند: تمکن مالی متقاضیان این مناطق و پربازده‌بودن سرمایه‌گذاری در این مناطق. براساس گزارش ملکرادار، قیمت هر متر مربع از گران‌ترین ملک در منطقه یک ۵۶۶میلیون ثبت شده است. ارزان‌ترین ملک در تهران نیز با قیمت ۷۰۲ میلیون به ازای هر مترمربع معامله شده است. ملکرادار پیش‌بینی کرده که قیمت هر مترمربع از ارزان‌ترین مناطق در شهر تهران به ۱۰ میلیون تومان افزایش خواهد یافت، این در حالی است که قیمت هر مترمربع مسکن در گران‌ترین مناطق اغلب کلانشهرهای کشور به ۱۰ میلیون تومان نیز نمی‌رسد. نکته‌ای که در مورد گزارش ملکرادار قابل اشاره است، محاسبه نسبت قیمت رهن به قیمت خرید در نقاط مختلف است. براساس تعریف ملکرادار، باید قیمت اجاره را در ۳۰ ضرب کرد و عدد حاصل را به قیمت رهن پرداختی اضافه کرد. عدد حاصل از تقسیم این میزان بر قیمت خرید نسبت رهن به خرید را به دست می‌دهد. اگر این نسبت بالا باشد نشان از این دارد که ملک موردنظر ارزش رهن بالایی دارد. نکته جالب در مورد نسبت رهن به خرید، پایین بودن این نسبت برای ملک‌هایی است که اغلب ارزش بالایی دارند. برای مثال نسبت رهن به خرید در منطقه یک تهران برای املاک مسکونی ۱۰درصد است، حال آنکه این نسبت برای ملک‌های تجاری در مناطق ۱ تا ۶ بالاتر از ملک‌های مسکونی است.

از میان بلندترم‌های فعال در حوزه انتشار آگهی‌های مسکن دیوار همچنان با در اختیار داشتن ۶۷.۳درصد از بازار روند رو به رشد خود را ادامه می‌دهد، درحالی‌که شیپور به‌عنوان نزدیک‌ترین رقیب روندی نزولی را همچنان ادامه می‌دهد. نکته جالب توجه در این بین، دو برابر شدن سهم روزنامه‌های شهری است که روزگاری بازار آگهی را در دست داشت.

جدیدترین گزارش ملکرادار در رابطه با آگهی‌های ملکی که مربوط به زمستان ۱۳۹۸ است، اطلاعات جالبی را در مورد وضعیت بازار املاک به دست می‌دهد. به گزارش زومیت، ملکرادار به‌عنوان سامانه‌ای برای بررسی آگهی‌های ملکی ثبت شده در بلندترم‌های مختلف از قبیل سرویس‌های مختلفی چون دیوار، شیپور، آی‌هوم، دلتا، آلونک و حتی روزنامه‌هایی چون همشهری، اطلاعات جالب توجهی را در قالب گزارش‌های فصلی ارائه می‌کند. جدیدترین گزارش فصلی این سرویس مربوط به سه‌ماهه چهارم سال گذشته شمسی است که اطلاعات جالب توجهی را نیز در خود جای داده است. آمارها نشان از این دارد طی سه‌ماهه منتهی به سال جدید شمسی بیش از ۷/۲ میلیون آگهی ثبت شده که نزدیک به ۱.۹ میلیون از این تعداد متعلق به آگهی‌های فروش بوده است. بررسی میزان آگهی‌های ثبت شده از ابتدای تابستان سال ۹۸ تا پایان سال گویای این موضوع است که بازار مسکن طی فصل زمستان کم و بیش رونق گرفته است؛ این موضوع برگرفته از افزایش آگهی‌ها طی فصل زمستان است، هرچند بررسی تعداد معاملات انجام‌شده نیز بر خروج نسبی بازار مسکن از رکود صحنه می‌گذارد. شاید تنها عامل بازدارنده برای رونق هرچه بیشتر بازار مسکن را باید ویروس کرونا معرفی کرد. شیوع ویروس کرونا باعث شده تا از ابتدای اسفندماه شاهد کاهش آگهی‌ها و متعاقب آن کاهش معاملات در بازار مسکن باشیم، هرچند این موضوع باعث توقف افزایش قیمت مسکن نشده و حتی در دوران اجرای قرنطینه و تعطیلات نوروز نیز شاهد بالا رفتن قیمت‌ها بودیم. به‌نظر می‌رسد رونق بازار بورس در کشور با رونق بازار املاک که احتمالاً به دلیل جابه‌جایی سرمایه‌ها است، بی‌ارتباط نباشد. یکی دیگر از نکات جالب توجه در مورد آگهی‌های ملکی، پیشی گرفتن آگهی‌های مربوط به فروش ملک در حاشیه شهرها است. تهران به‌عنوان پایتخت کشور و شهری که از نظر مسکن گران‌ترین شهر در کشور شناخته می‌شود، شاهد تغییر عادت مردم به خرید ملک در حاشیه این شهر است. بدون شک اصلی‌ترین دلیل این تغییر عادت را باید در



نگی را فاشیستی می‌داند

نگار / مترجم: امیر آل‌علی

کرونا اِدا کشنده محسوب نشده و آمارها در این زمینه مختص به افرادی است که زمینه بیماری داشته‌اند و این ویروس تنها باعث وخامت بیشتر شرایط فرد بیمار شده است. درواقع در حالت عادی، این وِبروس اِبدا منجر به مرگ نخواهد شد. همچنین وی وحشت جهانی کرونا را کاملاً احمقانه اعلام کرده بود. حال باید دید که واکنش‌ها به جدیدترین سخنانِ وی چه خواهد بود. درواقع نظرات ایلان ماسک به عنوان یکی از بهترین کارآفرین‌های حال حاضر جهان، کاملاً در تضاد با گفته‌های فردی مانند بیل گیتس قرار دارد و ممکن است شاهد واکنش او به این سخنان نیز باشیم.

منبع: cnet.com

موتورسیکلت برقی ایران ساخت روانه بازار می شود

کشور انجام دهد. نمونه این محصول نیز به صورت کامل تهیه و موفق به دریافت مجوزهای لازم شده است.

احمدی‌زاده افزود: اخذ مجوز پلاک‌گذاری از جمله مراحل نهایی است که در صورت تکمیل این مرحله، آخرین موانع در مسیر تجاری‌سازی محصول نیز برداشته خواهد شد، با هر بار شارژ، این موتورسیکلت ۶۵ کیلومتر را پیمایش می‌کند. هر بار شارژ این وسیله در حدود ۱۰۰۰ تومان هزینه دارد که با توجه به افزایش قیمت بنزین، صرفه اقتصادی استفاده از محصول را نسبت به گذشته افزایش داده است.

وی افزود: باتری از جمله قطعات کلیدی در وسائط نقلیه برقی است، به همین خاطر باتری این موتورسیکلت به مدت دو سال توسط خود شرکت ضمانت می‌شود.

با توجه به افزایش قیمت بنزین و قیمت نسبتاً ارزان برق در کشور، استفاده از موتورسیکلت‌های برقی باکیفیت می‌تواند یک گزینه معقول و دوستدار محیط زیست برای آینده حمل و نقل درون‌شهری در ایران باشد.

در حال حاضر شهروندان، کشورهای مختلفی به ویژه در جنوب شرق آسیا استفاده از موتورسیکلت‌های برقی را به عنوان یک وسیله کاربردی، به صورت روزانه مورد استفاده قرار می‌دهند. در ایران نیز دیر یا زود وسائط نقلیه بهره‌مند از سوخت‌های غیرفسیلی جایگاه خود را در سید حمل و نقل کشور خواهد یافت.

پویان احمدی‌زاده، مدیرعامل شرکت دانش‌بنیان گروه توسعه خودروهای الکتریکی بنا شریف در این باره گفت: این شرکت موفق شده است تا تمام فرآیندهای تولید موتورسیکلت برقی را اعم از طراحی، نمونه‌سازی و تولید در داخل



«نان فراسودمند» با باکتری‌های بومی تولید شد

باکتری‌ها اثرات ضدقارچی مناسبی را از خود نشان دادند به گونه‌ای که با کاربرد آنها پنج روز تا یک هفته رشد قارچ در نان محدود و ماندگاری بیشتری در نان مشاهده شد. البته همزمان با اثرات روی کپک‌زدگی و بیایتی نان آنها اسید فیتیک را در نان کاهش دادند.

وی ادامه داد: وجود اسید فیتیک به مقدار زیاد در نان باعث دفع املاح از بدن می‌شود اما با کاهش آن ارزش تغذیه‌ای نان بالاتر می‌رود که این موضوع خصوصاً در افرادی که فقر املاح و آهن در آنها وجود دارد، دارای اهمیت است.

صادقی همچنین بیان کرد: در این طرح پژوهشی بهبود ویژگی‌های فناوری و عملکردی نان مورد توجه قرار گرفت. مجموعه این عملکردها نیز باعث تولید نان فراسودمند می‌شوند. پس در این صورت نان

دارای ویژگی‌هایی فراتر از آنچه مرسوم است می‌شود. وی هدف از انجام این پژوهش را شناسایی دقیق آغازگرهای لاکتیکی موجود در خمیرترش حاصل از آرد کامل گندم دانست .



از پشتیبانی صندوق حمایت از پژوهشگران و فناوران معاونت علمی برخوردار شدند. علیرضا صادقی، مجری این طرح پژوهشی گفت: در این طرح از دو باکتری بومی ایران برای بهبود خواص نان استفاده کردیم. این

کارگاه برندینگ

تسلا رقیب چینی خود را محکوم کرد

به قلم: شان آکین خبرنگار مترجم: امیر آل علی

تسلا به عنوان شناخته‌شده‌ترین برند فعال در حوزه تولید اتومبیل‌های خودران، اخیرا یک برند تازه‌کار چینی را متهم به دزدی بخشی از اطلاعات خود کرده است. ماجرا از آنجا شروع شد که این شرکت با نام شیانوپینگ که قصد دارد تا به جایگاه تسلا در بازار داخلی خود دست پیدا کند، یکی از مهندسان سابق این شرکت را استخدام کرد. نام این مهندس جنجالی گوانژی کاو است و چندی قبل اعتراف نمود که بخشی از اطلاعات این شرکت را در اختیار داشته ولی قبل از پیوستن به رقیب تازه‌کار چینی، همه آنها را پاک کرده است. اگرچه مدیران این شرکت چینی، چندین پرونده در رابطه با نحوه کار خود برای مدیران تسلا ارسال کرده و تاکید دارند که هیچ‌گونه دزدی‌ای صورت نگرفته است، با این حال واضح است که مدیران ارشد تسلا ایدا قانع نشده و همچنان به ادعای خود تاکید دارند. تحت این شرایط طی چند روز آینده باید شاهد دعوی حقوقی این دو برند در دادگاه‌های جهانی باشیم. نکته جالب دیگر این است که این شرکت، یکی از مهندسان سابق اپل را نیز استخدام کرده است که به نظر می‌رسد که این اقدام نیز برای دسترسی به اطلاعات یکی دیگر از شرکت‌های بزرگ کشور آمریکا محسوب می‌شود. درواقع در شرایط حال حاضر که روابط دو کشور آمریکا و چین مناسب نیست، حساسیت‌ها افزایش پیدا کرده و برخی عقیده دارند که دولت چین به واسطه برندهای خود در تلاش است تا راز موفقیت آمریکا را مورد استفاده قرار داده و با این اقدام، در چند سال آینده به عنوان ابرقدرت نخست جهان مطرح شود، با این حال تا زمان مشخص شدن نتیجه دادگاه، تمامی این نظریات، تنها در مرحله احتمال باقی خواهد ماند. این برند نوپا در حال حاضر قرارداد همکاری با دو ابربرند چینی به نام‌های علی بابا و شیائومی را امضا کرده است و احتمال دارد که در صورت جدی‌تر شدن ماجرا، این دو شرکت نیز خود را درگیر کنند.

منبع: theverge.com

لیفت از برنامه‌های خود بقا در روزهای کرونایی خبر داد

به قلم: اندرو هاو کینز نویسنده حوزه مدیریت و کسب‌وکار مترجم: امیر آل علی

لیفت در حال حاضر به عنوان رقیب اصلی اوبر در زمینه تاکسی‌های اینترنتی محسوب شده و در جدیدترین اخبار پیرامون این شرکت، اعلام شده است که مدیران آن با توجه به شرایط حال حاضر که در اکثر کشورها قرنطینه خانگی باعث کاهش شدید میزان تقاضاها شده است، ۱۰۰۰ کارمند خود (معادل ۱۷درصد کل نیروی کاری این شرکت) را اخراج خواهد کرد، با این حال این تنها اقدام جهت بقا در شرایط حال حاضر نبوده و اعلام شده است که در حدود ۳۰۰ کارمند هم به مرحصی فرستاده خواهند شد. در کنار آن حقوق مدیران ارشد ۳۰درصد کاهش پیدا خواهد کرد که این مسئله برای جایگاه‌های پایین‌تر، به ترتیب کمتر خواهد بود و پایین‌ترین آن ۱۰درصد است که متعلق به کارمندان معمولی است. همچنین این کاهش‌ها شامل پادش‌های نقدی هر یک از کارمندان نیز خواهد شد. درواقع عرصه تاکسیرانی یکی از بزرگ‌ترین خسارت‌دیده‌های شیوع ویروس کرونا محسوب شده و اخبار حاکی از آن است که اوبر نیز چنین اقداماتی را در دستور کار خود قرار داده است. با توجه به شرایط حاکم، یکی از بحران‌های پیش رو، مسئله یکاری گسسته و مشکلات مالی متعدد افراد خواهد بود که می‌تواند شرایط سخت جدیدی را آغاز کند. حال باید دید که در صورت طولانی‌تر شدن شرایط کنونی، این شرکت چه اقدامات دیگری را در دستور کار خود قرار خواهد داد.

منبع: theverge.com

www.forsatnet.ir

www.forsatnet.ir

کوکاکولا به صف مشتریان مایکروسافت پیوست

به قلم: آکارشان نارانگ نویسنده حوزه تکنولوژی، بازاریابی و کسب‌وکار مترجم: امیر آل علی

کوکاکولا در سایت رسمی خود اعلام کرده است که قراردادی پنج ساله را با مایکروسافت امضا کرده تا بتواند از خدمات این شرکت خصوصا در زمینه فضای ابری و ابزارهای ارتباطی کارمندان نظیر مایکروسافت تیمز استفاده کند. در شرایط فعلی که ویروس کرونا باعث شده است تا بسیاری از کارمندان این شرکت مجبور به دورکاری باشند، ضرورت استفاده از چنین ابزاری افزایش شدیدی پیدا کرده است. تحت این شرایط مایکروسافت با به دست آوردن یک مشتری جهانی که بزرگ‌ترین برند حوزه نوشتیدنی محسوب می‌شود، در مقایسه با رقبای خود نظیر اسکل، شرایط بهتری را پیدا خواهد کرد، با این حال هنوز از جزئیات این قرارداد، اطلاعات بیشتری منتشر نشده و برای اطلاعات کامل آن باید چند هفته‌ای صبر کرد. درواقع ویروس کرونا باعث رشد برخی از کسب‌وکارها شده است که مایکروسافت یکی از آنها است. با توجه به این امر که عقد قرارداد با برندهای مطرح دیگری نظیر NBA نیز در دستور کار قرار دارد، می‌توان پیش‌بینی کرد که ۲۰۲۰ یکی از درخشان‌ترین سال‌های فعالیت مایکروسافت خواهد بود، با این حال تا پایان سال زمان زیادی باقی مانده و هر اتفاقی ممکن است رخ دهد.

منبع: cloudmanagementinsider.com

بررسی الگویی نوین از تبلیغات دیجیتال

توسعه کسب و کار با هدف‌گذاری مجدد در عرصه تبلیغات



مهم در این میان ضرورت توجه به تجربه مشتریان با برندهای رقیب و تلاش برای پوشش کاستی‌های موجود در آن است. فقط در این صورت ما توانایی جذب مشتریان سایر برندها را خواهیم داشت. همچنین باید مراقب اقدام متقابل رقبا برای ربودن مشتریان‌مان نیز باشیم. درست به همین خاطر من مزیت کنونی را در بخش پایانی مقاله عنوان کرده‌ام. این حوزه به نوعی گزینه تکمیلی و نهایی برای ساماندهی فرآیند بازاریابی و تبلیغات مجدد محسوب می‌شود.

هدف‌گذاری مجدد در عرصه تبلیغات چگونه کار می‌کند؟

هنگامی که شما قصد شروع گفت‌وگو با مخاطب هدف‌تان برای جلب نظرش به تعامل بیشتر را دارید، ابتدا باید نسبت به طراحی استراتژی کاربردی و مناسب برای هدف‌گذاری مجدد اطمینان حاصل کنید. بدون تردید این امر دشواری‌های بسیار زیادی دارد. اغلب بازاریاب‌ها و صاحبان کسب و کار در چنین شرایطی احساس سردرگمی می‌کنند. توصیه من برای ساماندهی بهینه استراتژی هدف‌گذاری مجدد در این بخش توجه به پرسش‌های ذیل است:

• میزان دریافت ترافیک سایت رسمی برند شما از تبلیغات در فضای اینترنت چقدر است؟

• اغلب کاربران از کدام سایت‌ها جذب تبلیغات شما می‌شوند؟

• دامنه خدمات برند شما به مشتریان چقدر است؟ به عبارت بهتر، کدام مشتریان از دامنه خدمت‌رسانی برند ما بیرون هستند؟

• مخاطب هدف ما دارای چه تنوع‌هایی است؟ ما بیشتر به کدام یک از آنها توجه داریم؟

• مشتریان چگونه با برند شما تعامل می‌کنند؟ چه راهکارهایی برای بهبود سطح این تعامل وجود دارد؟

وقتی شما آماده هدف‌گذاری مجدد هستید، باید نسبت به ارزیابی داده‌های آنلاین در دسترس‌تان حساسیت داشته باشید. داده‌های آنلاین امکان شخصی‌سازی محتوای تبلیغات برای گروه‌های مختلف مخاطب هدف را فراهم می‌سازد. هدف اصلی در اینجا توجه بیشتر به کوکی‌های کاربران در راستای تولید محتوای تبلیغاتی بهتر است. وقتی کاربران تبلیغات ما را مشاهده می‌کنند، رفتار متفاوتی نسبت به آن خواهند داشت. این امر در دنیای تبلیغات کاملا طبیعی است. نکته مهم تلاش برای

استفاده از کوکی کاربران به منظور شخصی‌سازی هرچه بهتر تبلیغات است. بسیاری از برندها نسبت به این نکته توجه کافی ندارند. به همین خاطر مخاطب هدف آنها همیشه نسبت به کیفیت محتوای تبلیغاتی‌شان ناراضی هستند.

امروزه امکانات بسیاری زیادی برای ارزیابی کوکی کاربران یا ذخیره‌سازی آنها به منظور تحلیل‌های بعدی وجود دارد. این امر شامل استفاده از یک اپ یا نرم‌افزار واسطه برای اتصال به سرورهای برندمان و همچنین دریافت داده از سایت‌های میزبان تبلیغات ماست. شاید در نگاه نخست این امر نوعی سرقت اطلاعات یا نقض حریم شخصی کاربران محسوب شود، اما تمام سایت‌ها نسبت به استفاده از انواع کاربران اقدام به اخذ تایید رسمی می‌کنند. همه ما تجربه مشاهده پرسش‌هایی برای ورود به سایت‌های مختلف را داریم. اغلب ما بدون توجه به متن پیام آن را تایید و وارد سایت می‌شویم. اگر به پیام‌های موردنظر دقت کنیم، بیشتر آنها در راستای اخذ تایید از ما برای استفاده از کوکی‌ها صورت می‌گیرد.

بدون تردید امکان استفاده از ابزارهای بسیار متنوعی برای ذخیره‌سازی، دسترسی و همچنین تحلیل کوکی‌های کاربران وجود دارد. پیشنهاد ما در اینجا استفاده از ابزار رسمی گوگل تحت عنوان Google AdWords است. مزیت اصلی این ابزار هماهنگی بالا با موتور جست‌وجوی گوگل و امکان دسترسی به بانک داده‌های وسیع است.

تلاش برای هدف‌گذاری مجدد بر روی مشتریان همیشه به شیوه یکسانی صورت نمی‌گیرد. به عنوان مثال، اگر ما در کمپین تبلیغاتی اولیه‌مان از الگوی بازاریابی ویدئویی استفاده کرده‌ایم، شاید در مراحل بعدی نیاز به استفاده از یادکست یا انواع دیگری از محتوای آنلاین احساس شود بنابراین نباید خودمان را به الگوی مشخصی از تبلیغات محدود کنیم. هدف‌گذاری مجدد بر روی مشتریان فرآیند پیچیده‌ای محسوب می‌شود. اغلب برندها در فرآیند موردنظر دچار سردرگمی می‌شوند. استفاده از ابزارهای حرفه‌ای مانند Google AdWords امکان ساده‌سازی فرآیند موردنظر و پیشبرد هرچه بهتر هدف‌گذاری مجدد را فراهم می‌سازد. نکته مهم در این میان ضرورت توجه به رفتار مشتریان در فضای آنلاین است. بسیاری از برندها در عمل توجهی به این موضوع ندارند. به همین خاطر به طور مداوم در جلب نظر مشتریان با سلیقه‌های متفاوت ناکام می‌مانند.

منبع: smallbusinessbonfire.com

وسیع‌تری از مشتریان را از دست خواهند داد. همچنین مشتریان پیش از خرید یک محصول دست‌کم ۴ یا ۵ بار با برند موردنظر تعامل می‌کنند. اگر ما در همان تعامل اول نسبت به جلب نظر مشتریان ناامید شویم، بخش قابل توجهی از سودمان از دست خواهد رفت.

مشتریان وفادار برای برندها اهمیت بسیار زیادی دارند. اغلب سود برندها ناشی از توانایی‌شان برای حفظ مشتریان وفادار است. حال اگر در یک کمپین بازاریابی فرصت جلب نظر بخشی از مشتریان وفادار فراهم نشود، باید به سرعت نسبت به هدف‌گذاری مجدد بر روی آنها اقدام کنیم. در غیر این صورت به زودی شمار مشتریان وفادار ما به شدت کاهش خواهد یافت.

ایجاد رابطه نزدیک و پایدار با مخاطب هدف اهمیت بسیار زیادی دارد. اگر مشتریان احساس نزدیکی با برند ما داشته باشند، احتمال ناتوانی ما در جلب نظر‌شان کاهش خواهد یافت. وقتی مشرتیان وفادار ما اقدام به خرید از سایر برندها می‌کنند، این امر پیام واضحی مبنی بر سطح پایین تعامل میان ما و آنها را نشان خواهد داد.

افزایش آگاهی از برند

گاهی اوقات یک برند فعالیت مناسبی در بازار دارد، اما به دلیل ناتوانی در افزایش شهرتش با مشکلات مالی مواجه می‌شود. بسیاری از برندها محصولات باکیفیتی تولید می‌کنند، اما این امر به تنهایی برای موفقیت در دنیای کسب و کار کافی نیست. برندها بدون بازاریابی و تبلیغات مناسب هیچ جایی در بازارهای رقابتی و بزرگ نخواهند داشت.

طراحی تبلیغات مختلف برای افزایش آگاهی مشتریان از برندمان اهمیت بالایی دارد. برخی از برندها به طراحی یک یا دو کمپین تبلیغاتی در سال اکتفا می‌کنند. مشکل اصلی این شیوه ناتوانی در زمینه جلب نظر پایدار مشتریان است. همچنین برخی از مشتریان همیشه از دامنه توجه ما دور خواهند ماند. تیم‌های بازاریابی پس از شناسایی گروه‌های مختلف مخاطب هدف یک برند باید نسبت به تولید محتوا برای هر کدام اقدام کنند. فقط در این صورت امکان افزایش آگاهی تمام مشتریان از کسب و کار برندمان فراهم خواهد شد.

صرفه‌جویی در هزینه‌ها

هر بازدید از تبلیغ برندها در فضای آنلاین بسته به نوع آن و سایت پذیرنده بین ۱۰ تا ۱۰۰۰ دلار هزینه در پی دارد. اگر هزینه‌های جاری برندها در سطوح مختلف را مدنظر قرار دهیم، هزینه موردنظر به هیچ وجه بالا نخواهد بود بنابراین استفاده از شیوه چندگانه تبلیغاتی برای جلب نظر گروه‌های مختلف مخاطب هدف از نظر اقتصادی قابل توجیه خواهد بود.

نکته مهم در مورد تبلیغات چندگانه و هدف‌گذاری بر روی دامنه وسیعی از مشتریان امکان صرفه‌جویی در هزینه‌هاست. طراحی کمپین‌های مختلف برای جلب نظر مخاطب هدف هزینه‌های بالایی به همراه دارد، با این حال اگر یک کمپین برای مخاطب‌های گوناگون طراحی کنیم، امکان صرفه‌جویی قابل توجه در هزینه‌ها فراهم خواهد شد.

ترغیب مخاطب به تعامل

بسیاری از برندها در عمل مشکل تعامل با مخاطب هدف دارند. همه ما تجربه بازاریابی بدون دریافت کمترین بازخورد را داریم. رویکرد هدف‌گذاری مجدد در عرصه تبلیغات بر روی کاستی‌های اقدامات قبلی تاکید دارد. فقط در این صورت امکان توجه یکسان به تمام مشتریان برند فراهم خواهد شد.

گفت‌وگو با مشتریان اهمیت زیادی برای مدیریت بهینه کسب و کار دارد. هرچه توانایی ما برای ترغیب مخاطب هدف به بیان نقطه نظر‌ها یا حتی نقد کمپین‌مان بیشتر باشد، امکان بهبود کیفیت تبلیغات بعدی فراهم خواهد شد. برندها در هر صورت سرمایه‌گذاری قابل توجهی بر روی حوزه تبلیغات دارند. نکته مهم در این میان تلاش برای بهره‌برداری حداکثری از هزینه‌های صورت‌گرفته است. امروزه اعتبار برندها به توانایی‌شان برای تعامل نزدیک با مخاطب هدف بستگی دارد. اگر در این زمینه مشکلات فراوانی داشته باشیم، فرآیند فروش و کسب سودمان با چالش مواجه خواهد شد. مزیت اصلی هدف‌گذاری مجدد در حوزه تبلیغات امکان ایجاد کانال‌های ارتباطی مناسب برای تعامل با انواع مشتریان است. این امر حتی سختگیرترین مشتریان را نیز راضی نگه می‌دارد.

جلب نظر مشتریان برندهای رقیب

بازاریابی و تبلیغات مجدد با هدف جلب نظر دامنه وسیع‌تری از مشتریان امکان ترغیب مشتریان سایر برندها برای خرید محصولات‌مان را دارد. ما به این ترتیب بخش قابل توجهی از مشتریان برندهای رقیب‌مان را به دست خواهیم آورد. نکته

به قلم: میتیج پاتل طراح استراتژی توسعه کسب و کار در شرکت AddWeb Solution مترجم: علی آل علی

فعالیت در حوزه کسب و کار پیوند عمیقی با تلاش برای جلب نظر مشتریان دارد. بسیاری از برندهای بزرگ در همان تعامل نخست موفق به جلب نظر مشتریان و ترغیب‌شان به خرید محصولات می‌شوند. این امر ناشی از طراحی تبلیغات جذاب است، با این حال در تمام اوقات چنین وضعیتی برای کسب و کارها وجود ندارد. کسب و کارهای کوچک در این میان تقریبا وضعیت خاصی دارند. این امر شامل ناتوانی در زمینه جلب نظر مخاطب هدف به صورت گاه و بیگاه است. اگر شما در زمینه مدیریت کسب و کار کوچک فعالیت دارید، جلب نظر مخاطب پس از شکست در تعامل اولیه و نمایش تبلیغات اقدام ارزشمندی خواهد بود. متأسفانه بسیاری از برندها در عمل توجهی به جلب نظر دوباره مشتریان ندارند. مفهوم هدف‌گذاری مجدد بر روی مشتریان بر روی این امر تمرکز دارد.

بدون تردید وقتی میزان بازدید از سایت رسمی یا فروشگاه برند ما افزایش پیدا می‌کند، احتمال ناتوانی در زمینه ارائه خدمات مناسب به برخی از بازدیدکنندگان بالا خواهد رفت. هدف‌گذاری مجدد بر روی مشتریان از دست رفته نقش مهمی در توسعه کسب و کار و افزایش مقدار فروش برندها دارد. ما در این مقاله به بررسی این موضوع و سایر نکات مهم از نقطه توسعه کسب و کار خواهیم پرداخت.

هدف‌گذاری مجدد چیست؟

اگرچه در بخش قبل توضیح ضمنی از اصلاح اصلی مقاله ارائه شد، اما باید توجه بیشتری به این حوزه داشته باشیم. تعریف دقیق این مفهوم در حوزه تبلیغات شامل تلاش برای جلب نظر مخاطب آشنا با برندمان است. البته این آشنایی ضمنی و غیردقیق است. درست به همین خاطر سرمایه‌گذاری بر روی تعامل بهتر با چنین مشتریانی منطقی به نظر می‌رسد. وقتی صحبت از تبلیغات می‌شود، توجه به حوزه دیجیتال امکان‌ناپذیر است. امروزه اغلب مردم به جست‌وجو در فضای آنلاین عادت کرده‌اند بنابراین کمپین تبلیغاتی برند ما نیز باید در فضای آنلاین مدیریت شود. مفهوم هدف‌گذاری مجدد بر روی مشتریان شامل استفاده از کوکی کاربران برای شخصی‌سازی محتواست. به این ترتیب امکان تکنیک کاربران مختلف با سلیقه‌های گوناگون فراهم می‌شود.

چرا هدف‌گذاری مجدد اهمیت دارد؟

براساس گزارش همکاران ما در موسسه Small Business Bonfire، مزیت‌های اصلی هدف‌گذاری مجدد بر روی مشتریان به شرح ذیل است:

• سرمایه‌گذاری بر روی مشتریان آشنا با برند ۵ تا ۴ برابر ساده و کم‌هزینه‌تر از یافتن مشتریان کاملا تازه است.

• شناسن ما در زمینه فروش محصولات به مشتریان آشنا با برندمان به طور میانگین ۵ تا ۲۰درصد بیشتر است. همچنین علاقه چنین مشتریان برای پرداخت هزینه نیز ۳۰ تا ۵۰درصد بیشتر از مشتریان کاملا تازه خواهد بود.

اگر برند شما بودجه فراوانی برای بازاریابی و تبلیغات ندارد، سرمایه‌گذاری بر روی مشتریان آشنا با برند گزینه مطلوبی خواهد بود. معنای این امر کسب سود بیشتر در ازای پرداخت سطح هزینه کمتر است. تمام کمپین‌های بازاریابی بخش اصلی مشتریان هدف را مدنظر قرار می‌دهند. به این ترتیب همیشه احتمال غفلت از بخش مشخصی از مشتریان وجود دارد. هدف اصلی پروژه هدف‌گذاری مجدد دستیابی به مشتریان کمتر مورد توجه در کمپین‌های بازاریابی و تبلیغات پیشین است.

بسیاری از برندها نسبت به بازدید کاربران از محتوای سایت یا کانکت‌شان در شبکه‌های اجتماعی بدون هیچ‌گونه تعامل یا خریدی ناراضی هستند. اگر ما توانایی تاثیر‌گذاری بر روی مخاطب هدف را نداریم، باید دوباره تلاش کنیم. البته این امر نیازمند تولید محتوای تازه برای تعامل بهتر با مشتریان است. اشتباه اصلی برندها استفاده از محتوای تکراری و قدیمی برای جلب نظر مشتریان است. اگر محتوای موردنظر جذابیت کافی برای مشتریان موردنظر داشت، دیگر نیازی به تلاش دوباره نبود بنابراین پیش از اجرای این استراتژی باید نسبت به تولید محتوای تازه اقدام کنیم

۵ دلیل اصلی برای استفاده از استراتژی هدف‌گذاری مجدد افزایش سطح تعامل با مشتریان

اغلب کاربران در فضای اینترنت سطح تعامل پایینی با برندها دارند. این امر در مورد برخورد نخست ۹۶درصد است بنابراین برندها برای جلب نظر مخاطب هدف نیازمند استراتژی هدف‌گذاری مجدد هستند. در غیر این صورت دامنه هرچه

ایستگاه بازاریابی

همه آن چیزی که باید در رابطه با بازاریابی چریکی بدانیم

به قلم: توماس لا متخصص حوزه بازاریابی

مترجم: امیر آل علی

قبل از فعالیت در زمینه بازاریابی، بسیار مهم است که نسبت به انواع روش‌ها در این زمینه آگاهی داشته باشیم. در این رابطه بازاریابی چریکی یا پارتیزانی، یکی از بخش‌هایی محسوب می‌شود که علی رغم تاثیر فوق‌العاده زیاد آن، کمتر مورد توجه قرار گرفته شده است. این اصطلاح نخستین بار توسط فردی به نام جی کنراد لوینسون در کتابی به همین نام مطرح شد. نکته جالب این است که کتاب او، یکی از ۲۵ منبع اصلی در زمینه کسب‌وکار شناخته می‌شود. ریشه این اصطلاح به اقدامات سربازان چریکی ویتنام در جنگ با آمریکا بازمی‌گردد که در آن انواع تکنیک‌ها نظیر کمین کردن برای غافلگیری نیروهای دشمن انجام می‌شد. نخستین ویژگی که باعث می‌شود تا امکان اجرایی کردن آن برای تمامی برندها مهیا باشد، کم‌هزینه بودن این روش بازاریابی است. همچنین هیچ محدودیتی در این زمینه وجود نداشته و هر برندی می‌تواند خلاقیت خود را ارائه کند. این موارد به علت متفاوت بودن، به خوبی مخاطب را به سمت خود جلب کرده و باعث می‌شود که تبلیغ شما در کنار دیده شدن تا مدت‌ها در ذهن مخاطب باقی بماند، با این حال در این رابطه فراموش نکنید که شما باید موارد اخلاقی و احتمالات را نیز در نظر بگیرید. برای مثال یک نمایش ترسناک ممکن است برای بیماران قلبی و کودکان پیامدهای بسیار بدی را داشته و نتایج عکس را برای شما ایجاد کند. برای پیداکردن ایده نیز شما می‌توانید با یک جست وجوی ساده، انواع مختلف آن را مشاهده کرده و با نحوه کار، بهتر آشنا شوید. در این رابطه روش‌ها متنوع بوده و بستگی به نیاز شما دارد. در این رابطه ممکن است شما به یک فضای عادی، طرح خود را اضافه و یا یک فضای جدید را ایجاد کنید. همچنین نسبت به این امر که اقدام شما در کجا قرار گیرد نیز خودتان باید تصمیم بگیرید. برای مثال ممکن است یک برند بلبورد‌ها را مدنظر قرار دهند و برندی دیگر فضاهای پرتردد را اولویت خود بدانند، با این حال در این رابطه بهتر است که با توجه به جامعه هدف خود اقدام کنید. برای مثال اگر مشتریان اصلی شما کودکان هستند، بهترین فضاها در نزدیکی مدارس خواهد بود. در این رابطه تنها موردی که باید رعایت کنید این است که غیرمنتظره باشد و خلاقیت در کار مشاهده شود. در این رابطه به بررسی چند مثال بسیار موفق خواهیم پرداخت.

۱-مک دونالد

خطوط عابر پیاده یکی از فضاهایی است که توجهات را به خود جلب می‌کند. در این رابطه مک دونالد طرح سبب زمینی سرخ‌کرده خود را بر روی این خطوط پیاده کرده است که هر سبب زمینی، یکی از خطوط را می‌پوشاند. این طرح ساده و در عین حال خلاقانه، با استقبال بی‌نظیری همراه بود.

۲-کیت کت

این شرکت به ایجاد طرح بر روی نیمکت‌ها تمرکز داشته و طرح شکلات خود را بر روی این پیاده کرده است. به نحوی که نیمی از نیمکت، بسته‌بندی محصول و در نیم دیگر خود محصول مشاهده می‌شود. درواقع با توجه به این امر که نیمکت‌ها فضایی برای استراحت محسوب می‌شوند، این طرح تلاش کرده است تا این معنا را در ذهن ایجاد کند که محصول آنها نیز متجر به آرامش و بازیابی انرژی شما خواهد شد.

۳-کینگ کونگ

درواقع بازاریابی چریکی در هر صنعتی قابل اجرا بوده و برای درگیر کردن بیشتر مخاطبان با فیلم کینگ کونگ، رد پای این موجود، در یکی از سواحل گذاشته شد. این موضوع توجه بسیاری را به خود جلب کرد.

۴-آدیداس

آدیداس در طراحی یکی از فروشگاه‌های خود، ساختمان را به شکل یک جعبه کش درآورد. درب آن تا حدی باز شده و بندهای کتانی مشاهده می‌شود. این امر باعث می‌شود تا افراد حس ورود به یک مکان جدید را داشته باشند.

۵-نیکون

پوستر نصب شده نیکون در متروها توجهات زیادی را به سمت خود جلب کرد. در این طرح، چند عکاس را مشاهده می‌کنید که در حال عکاسی از شما هستند. نمایش فلش دوربین‌ها باعث می‌شود که مخاطب خود را یک فرد مشهور تصور کرده و حسی فوق‌العاده را تجربه کند. این امر در حالی است که در دست تمامی عکاسان، دوربین‌های ساخت این شرکت قرار داشته و باعث می‌شود تا شما حسی خوب را نسبت به این برند پیدا کنید.

در نهایت توصیه می‌شود که به صورت مداوم، اقدامات انجام‌شده در این زمینه را مورد مشاهده قرار دهید تا به ایده‌های جدیدتری دست پیدا کنید. اگرچه ممکن است تصور کنید که کپی‌برداری در این زمینه نتیجه‌ای دربر نخواهد داشت، با این حال اگر یک اقدام در خارج از محدوده شما انجام شده باشد، مخاطب هدف هیچ تجربه‌ای را از مواجهه با آن نداشته و استفاده از آن کاملاً کارساز خواهد بود.

منبع: oberlo.com



نجات صنعت رستوران‌داری با عرضه بیرون‌بر غذاها



به قلم: الیزابت نیول کارشناس کسب و کار

ترجمه:علی آل علی

شیوع ویروس کرونا در طول ماه‌های اخیر امکان فعالیت بسیاری از کسب و کارها را منتفی کرده است. شاید در این میان هیچ حوزه‌ای به اندازه رستوران‌داری ضرر نکرده باشد. اغلب رستوران‌ها نزدیک به دو ماه تعطیلی را تجربه کرده‌اند. همچنین بی‌اعتمادی مشتریان برای خرید غذای رستوران‌ها را نیز باید به چالش‌های موجود اضافه کرد. با این حساب وضعیت رستوران‌ها در طول زمان کنونی به شدت دشوار است.

اگر وضعیت فعالیت رستوران‌ها برای چند ماه دیگر ادامه پیدا کند، به احتمال زیاد تعداد قابل توجهی از آنها ورشکست خواهند شد. نکته مهم در این میان یافتن راهکارهای تازه برای ادامه فعالیت رستوران‌هاست. اگرچه استراتژی‌های بسیار زیادی از زمان شیوع ویروس کرونا در حوزه رستوران‌داری امتحان شده، اما کمتر موردی تمام نیازهای این حوزه را رفع کرده است. راهکار موردنظر ما در مقاله کنونی استفاده از استراتژی تحویل غذا به مشتریان برای مصرف در بیرون از محیط رستوران است. به این ترتیب احتمال شیوع ویروس کرونا به حداقل خواهد رسید. همچنین مشکل خاصی نیز پیش روی رستوران‌ها برای بازگشایی نخواهد بود. ما در ادامه به بررسی راهکارهای بیشتر در این حوزه خواهیم پرداخت.

چرا بیرون‌بری استراتژی مناسبی محسوب می‌شود؟

بسیاری از رستوران‌ها از مدت‌ها قبل مشغول به تحویل سفارشات در مقابل شعبه‌های شان هستند. بهترین نمونه در این زمینه مک دونالد است. شهرت عمده برخی از شعبه‌های مک دونالد به خاطر تحویل سریع سفارشات به مشتریان است. این امر نیاز به پیاده شدن از خودرو را نیز رفع می‌کند. البته در برخی از شعبه‌ها فضای پارکینگ مناسب برای میل سفارشات مشتریان تعبیه شده است. بدون تردید استفاده از استراتژی بیرون‌بری برای هر برندی دشواری‌های خاص خود را دارد. ما برای دستیابی به این الگو نیازمند استفاده از ساز و کارهای مختلفی هستیم. در غیر این صورت تجربه مشتریان همراه با ناراضیاتی‌های عمیقی خواهد بود. اگر ما در شرایط کنونی نسبت به جلب اعتماد مشتریان بی‌توجه باشیم، به سرعت به مسیر ورشکستگی نزدیک خواهیم شد. در ادامه ما به بررسی برخی از مزیت‌های این استراتژی خواهیم پرداخت.

ارائه راهکار جایگزین برای مشتریان

بسیاری از مشتریان هنوز هم به دنبال خرید غذا از رستوران‌ها هستند. این امری طبیعی محسوب می‌شود. وظیفه اصلی برندها ارائه خدمات مناسب به مشتریان تا زمان وجود تقاضا در بازار است بنابراین در شرایط دشوار کنونی باید توجه ویژه‌ای به ارائه خدمات به آنها داشته باشیم.

استفاده درست از استراتژی تحویل سفارشات جلوی رستوران موجب افزایش انگیزه مشتریان برای خرید خواهد شد. نکته مهم در این میان ضرورت استفاده از نکات بهداشتی برای تولید محصولی کاملاً مناسب است. در غیر این صورت مشتریان به فعالیت ما اعتماد نخواهند کرد.

امکان کسب سود مجدد

وضعیت بسیاری از رستوران‌ها به دلیل تعطیلی به نسبت طولانی وخیم است. آنهایی که سرمایه بیشتری در دسترس دارند، امکان بقای بالاتری خواهند داشت. با این حال به زودی تمام رستوران‌ها تهدید ورشکستگی را بیش از هر زمان دیگری احساس خواهند کرد بنابراین استفاده از استراتژی‌هایی مانند تحویل بیرون‌بر سفارشات به زودی بدل به ترند خواهد شد.

یکی از اشتباهات در زمینه استفاده از استراتژی‌های جایگزین برای فعالیت رستوران‌ها در شرایط کنونی تلاش برای کسب سود است. هدف اصلی در این شرایط بقای کسب و کارها خواهد بود بنابراین باید رویای کسب سودهای فراوان را کنار گذاشت. اگر ما از شرایط کنونی به سلامت عبور کنیم، در آینده احتمال کسب سود خواهد بود. در غیر این صورت ما یک رستوران ورشکسته را خواهیم داشت.

حذف ابی‌های واسطه

یکی از کسب و کارهای داغ در ایام کرونا مربوط به اپ‌های ثبت سفارش و تحویل در مودمقرر است. این امر مزیت‌های بسیار زیادی برای کارآفرینان دارد. اغلب رستوران‌ها در شرایط کنونی به سوی استفاده از چنین استراتژی‌هایی رفته‌اند. به این ترتیب باید بخشی از سودشان را با اپ‌های موردنظر شریک شوند. نکته مهم درباره استفاده از تحویل سفارشات بیرون از رستوران حذف کامل واسطه‌ها خواهد بود بنابراین در شرایط دشوار کنونی دست‌کم اندکی سود بیشتر در اختیار ما قرار خواهد گرفت.

شاید در نگاه نخست کسب اندکی سود بیشتر در شرایط کنونی چندان جالب به نظر نرسد، اما همین سودهای اندک در عمل برندها را از ورشکستگی نجات خواهد داد.

توصیه‌های کاربردی برای استفاده از استراتژی تحویل بیرون‌بر سفارشات تصمیم‌گیری برای استفاده از یک استراتژی با شیوه‌های مناسب اجرای آن تفاوت دارد. اگر ما در زمینه اجرا از توصیه‌های کاربردی استفاده نکنیم، به احتمال زیاد در عمل با مشکلات زیادی مواجه خواهیم شد. نکته مهم در اینجا استفاده از نکات و توصیه‌های تصمیمی است. ما در هر حوزه‌ای با انتخابت بسیار زیادی مواجه هستیم بنابراین در صورت عدم استفاده از توصیه‌های کاربردی امکان کسب موفقیت را نخواهیم داشت. ما در ادامه به بررسی برخی از مهم‌ترین توصیه‌ها در راستای اجرای استراتژی مورد بحث‌مان برای رستوران‌ها خواهیم پرداخت.

۱.عدم ارائه تمام منوی رستوران

شرایط بحرانی مانند کرونا امکانات رستوران‌ها برای تهیه غذا را محدود می‌کند.

بررسی استراتژی ضروری برای بقای رستوران‌ها در شرایط کرونا

بنابراین ما فرصت کافی برای طبخ تمام غذاهای موجود در منوی اصلی‌مان را نخواهیم داشت. نکته مهم در این میان استفاده از یک منوی محدود برای دوران کروناست. به این ترتیب ما امکان خدمت‌رسانی باکیفیت به مشتریان را خواهیم داشت. اگر ما در روزهای کنونی اقدام به ارائه فهرست‌هایی دقیقاً مشابه زمان عادی کنیم، بدون شک از کیفیت غذاهای‌مان به شدت کاسته خواهد شد. نتیجه این امر کاهش شمار بالایی از مشتریان ثابت برندمان خواهد بود.

استفاده از بهترین فروشندگان رستوران برای ارائه خدمات مناسب اهمیت دارد. بدون شک مشتریان ما در هنگام خرید نگرانی‌های بسیار زیادی در مورد کیفیت غذاها و سطح بهداشت رستوران خواهند داشت بنابراین ما باید با استفاده از بهترین فروشندگان رستوران به هنگام تحویل غذا اعتماد آنها را جلب کنیم. فقط در این صورت امکان ادامه فعالیت برای برندها فراهم خواهد شد.

در نهایت ما باید برنامه‌ای دقیق برای دوران پساکرونا داشته باشیم. بسیاری از برندها در عمل فقط به دنبال بقا در زمان کنونی هستند. اگر ما از همین الان نسبت به آینده برندمان حساس باشیم، امکان کسب نتایج بهینه فراهم خواهد شد. یکی از ایده‌های مناسب در این میان معرفی غذاهای تازه برندمان است. به این ترتیب ما امکان افزودن یک یا دو غذای تازه به منوی رستوران را خواهیم داشت.

۲.افزودن موارد اضافه به منوی اصلی رستوران

استفاده از استراتژی‌های جانبی برای جلب نظر مشتریان گزینه جالبی محسوب می‌شود. ما همیشه باید نسبت به جلب نظر مشتریان در شرایط دشوار توجه داشته باشیم. به این ترتیب امکان جلب مشتریان وفادار تازه فراهم خواهد بود. برخی از استراتژی‌های جانبی برای جلب نظر مشتریان در شرایط دشوار کنونی به شرح ذیل است:

- پک‌های خانوادگی: خانواده اغلب مشتریان وفادار رستوران‌ها را تشکیل می‌دهند بنابراین ما در شرایط کنونی باید گزینه‌های خانوادگی بسیاری در اختیار آنها قرار دهیم. در غیر این صورت شمار بالایی از مشتریان ما ریزش خواهد کرد. شاید برخی از رستوران‌ها ریزش مشتری در شرایط کنونی را طبیعی تلقی کنند. نکته مهم در تلاش حداکثری برای جلوگیری از ریزش مشتریان است.
- منوی میان‌وعده: توجه به میان‌وعده مشتریان امر مهمی است. به این ترتیب ما امکان فروش میان‌وعده را نیز خواهیم داشت. این امر در یک تحلیل کلان موجب کسب درآمد جانبی برای رستوران‌ها خواهد شد. همچنین شاید در دوران پساکرونا نیز امکان استفاده از منافع بخش میان‌وعده برای رستوران‌ها وجود داشته باشد.

- ارائه کیت‌های غذا: میل غذا در بیرون از رستوران نیازمند دست‌کم قاشق و چنگال است. توصیه ما در این بخش ارائه کیت کیت کامل به مشتریان برای صرف غذا در بیرون از رستوران است. این امر تاثیر قابل توجهی بر روی ذهنیت مشتریان از کسب و کار ما در شرایط کنونی خواهد داشت.

۳.توجه ویژه به بسته‌بندی غذاها

بسته‌بندی محصولات در حوزه بازاریابی دارای اهمیت بسیار زیادی است. اغلب رستوران‌ها به دلیل حضور مشتریان در شعبه برای صرف غذا نیاز به استفاده از بسته‌بندی‌های خلاقانه ندارند، با این حال وقتی شرایط کنونی موجب ناتوانی از پذیرش مشتریان می‌شود، باید بسته‌بندی سفارشات را مدنظر قرار دهیم. هدف اصلی در اینجا ارائه جلوه‌ای جذاب از غذاهای برندمان برای مشتریان است. بسته‌بندی همیشه در انتخاب مشتریان تاثیر قابل توجهی داشته است بنابراین باید بخش قابل توجهی از بودجه دوران کرونا برندمان را به طراحی بسته‌بندی‌های جذاب اختصاص دهیم. برخی از نکات مهم در زمینه استفاده از بسته‌بندی جذاب برای سفارشات رستوران‌ها به شرح ذیل است:

- ضرورت استفاده از ظروف بهداشتی: انتقال غذا در ظروف بی‌کیفیت یا تهیه شده از مواد بازیافتی خطرناک موجب انتشار مواد سمی می‌شود. همچنین احتمال بیرون ریختن غذا از ظرف نیز وجود دارد بنابراین ما باید توجه ویژه‌ای به کیفیت ظروف مورد استفاده رستوران‌مان داشته باشیم. حرج نام و لوگوی رستوران بر روی ظروف نیز استراتژی مناسبی برای بازاریابی هرچه بیشتر خواهد بود.
- افزودن نکات بهداشتی در بسته‌بندی: بیان نکات بهداشتی به مشتریان برای صرف غذا بدون خطر ابتلا به کرونا ضروری است. بی‌تردید همه ما توصیه‌های بهداشتی را بارها و بارها شنیده‌ایم، اما تکرار آنها ضرری نخواهد داشت بنابراین ما باید به بیان جزئیات هرچه بیشتر در این زمینه بپردازیم. ایده موردنظر در اینجا درج توضیحات بهداشتی بر روی یک برگ کاغذ و قرار دادن آن در داخل بسته‌بندی غذاست.

- استفاده از طرح‌های یکپارچه: برخی از رستوران‌ها از رنگ‌های بسیار زیادی برای طراحی بسته‌بندی‌شان استفاده می‌کنند. این امر بیشتر موجب سردرگمی مخاطب در مواجهه با بسته‌بندی موردنظر می‌شود. توصیه اصلی در اینجا استفاده از طیف رنگ‌های اصلی لوگوی رستوران است. به این ترتیب بسته‌بندی موردنظر برای مشتریان آشناتر خواهد بود.

۴.رعایت نکات بهداشتی و توصیه‌های تخصصی در حوزه

پیشگیری از کرونا

ما در بخش‌های قبلی نیز نسبت به اهمیت رعایت نکات بهداشتی صحبت کردیم. نکته مهم در اینجا رعایت نکات بهداشتی براساس الگوی یکپارچه و مودت تأیید سازمان‌های مسئول است. سازمان بهداشت در هر کشور مسئولیت موردی که مشکلات ناشی از عدم رعایت نکات بهداشتی از سوی رستوران‌ها را دارند. به این ترتیب اگر ما نکات بهداشتی را رعایت نکنیم، به ویژه در شرایط کنونی، با برخورد شدید نهادهای نظارتی مواجه می‌شوند. برخی از نکات مهم در زمینه رعایت موارد بهداشتی در صنعت رستوران‌داری آن هم در شرایط شیوع کرونا به شرح ذیل است:

- استفاده از کارشناس‌های حرفه‌ای: همکاری با کارشناس‌های حوزه بهداشت نکات مهم در این زمینه آگاهی داشته باشیم. در این رابطه اهمیت بسیار زیادی دارد. برخی از رستوران‌ها در عمل به دلیل ناتوانی در زمینه ارائه خدمات بهداشتی مناسب در دوران کرونا به سراغ کارشناس‌های حرفه‌ای می‌روند. به این ترتیب شرایط فعالیت آنها در دوران کرونا به شدت ساهتر خواهد شد. گاهی اوقات ما به دلیل ناآگاهی از وضعیت در عرصه کرونا سختگیری‌های بیش از اندازه‌ای بر روی روند فعالیت برندمان انجام می‌دهیم. با آگاهی دقیق از شرایط امکان فعالیت راحت‌تر فراهم خواهد شد.

- تهیه دستکش و ماسک بهداشتی: استفاده از دستکش و ماسک بهداشتی از سوی تمام کارکنان رستوران‌ها ضروری است. در غیر این صورت مشتریان تردیده‌ای بسیار زیادی در زمینه خرید از ما خواهند داشت. اشتباه برخی از برندها استفاده اعضای آشپزخانه از لوازم بهداشتی و بی‌توجهی فروشندگان است. به این ترتیب علی رغم رعایت نکات بهداشتی در فرآیند طبخ غذاها، با بی‌اعتمادی مشتریان مواجه خواهیم بود.

- بیان روش تهیه غذاها به صورت بهداشتی: مشتریان همیشه علاقه‌مند به آگاهی از نحوه فعالیت برندهای مورد علاقه‌شان هستند. اگر ما در زمینه رستوران‌داری مشغول رعایت نکات کلیدی هستیم، باید نکات موردنظر را به بهترین شکل ممکن برای مخاطب هدف بیان کنیم. فقط در این صورت امکان جلب اعتماد مشتریان در شرایط کنونی وجود خواهد داشت.

۵.تعیین شیوه‌های خاص برای مراجعه مشتریان

مراجعه مشتریان برای تحویل غذا فرایند ساده‌ای نیست. این امر به دلیل شیوع کرونا و ضرورت رعایت نکات ایمنی اهمیت فزاینده‌ای دارد بنابراین ما باید ساعت‌های مشخصی برای مراجعه مشتریان و همچنین فاصله‌های مناسب برای صافندی آنها را مدنظر قرار دهیم. بهترین ایده در این میان استفاده از مسیر فرعی برای مراجعه مشتریان با خودرو و تحویل سفارشات است.

برخی از برندها در عمل محل دریافت سفارشات از سوی مشتریان را به خوبی مشخص نمی‌کنند. به این ترتیب برخی از مشتریان به دلیل ناتوانی در مشاهده تابلوی رستوران‌ما به سراغ رقبای‌مان خواهند رفت. بی‌تردید هیچ امری دشوارتر از سرمایه‌گذاری بر روی فروش محصولات و سپس مواجهه با بی‌توجهی مشتریان نیست.

خوشبختانه در دوران کرونا رستوران‌های زیادی فعال نیستند بنابراین ما امکان بهره‌مندی از شرایط کنونی برای کاهش حداکثری ضررهای پیش روی را خواهیم داشت.

۶.بازاریابی برای فرآیند تحویل بیرون‌بر سفارشات

موفقیت در هر حوزه کسب و کار نیازمند بازاریابی مناسب است. بسیاری از برندها در دوران کرونا اقدامات قابل تقدیری برای مبارزه با کرونا و ادامه کسب و کارشان لحاظ می‌کنند، با این حال تعداد قابل توجهی از آنها به دلیل ناتوانی در بازاریابی مناسب برای اقدامات‌شان توجه چندانی از مشتریان جلب نخواهند کرد بنابراین ما پیش از دست زدن به هر اقدامی باید نسبت به جلب نظر مشتریان به صورت کاربردی توجه داشته باشیم. برخی از نکات مهم در زمینه بازاریابی برای استراتژی تحویل بیرون‌بر به شرح ذیل است:

- نصب بنر بیرون رستوران: نصب بنر بیرون رستوران برای اطلاع‌رسانی به مشتریان اهمیت بسیار زیادی دارد. بسیاری از رستوران‌ها در زمینه اطلاع‌رسانی به مشتریان مشکلات بسیار زیادی دارند. اگر شما پیش از این اقدام به سرمایه‌گذاری بر روی بخش بازاریابی نکرده‌اید، باید هرچه زودتر بخش بازاریابی‌تان را به‌روز رسانی کنید. در غیر این صورت ادامه فعالیت شما در دوران کرونا با مشکلات عمده‌ای مواجه می‌شود.

- رونمایی از طرح‌های رستوران به صورت دیجیتال: رونمایی برخی از طرح‌ها در دوران کرونا به صورت حضوری امکان‌ناپذیر است. بازاریابی در شبکه‌های اجتماعی فرصت رونمایی از طرح‌های تازه و جسورانه را به رستوران‌ها می‌دهد. نکته مهم در این میان ارتباط میان طرح موردنظر ما با نیازهای روز مشتریان است.

- تقویت بازاریابی فرد به فرد: وقتی ما اعتماد بخشی از مخاطب‌ها را جلب می‌کنیم، امکان استفاده از آنها به عنوان عامل بازاریابی وجود دارد. وظیفه ما در این میان تقویت انگیزه مشتریان برای معرفی برندمان به دوستان و آشنایان در شرایط کنونی است. به این ترتیب دامنه مشتریان ما روز به روز بیشتر خواهد شد.

جمع‌بندی

بدون شک رستوران‌ها در شرایط کنونی دوران سختی را پشت سر می‌گذارند. وضعیت اغلب کارآفرینان در عرصه رستوران‌داری برای ادامه فعالیت و همچنین حفظ نیروی کار دشوار است. هدف اصلی مقاله کنونی بررسی راهکارهای کاهش چالش‌های پیش روی در شرایط شیوع ویروس کروناست. فقط در این صورت امکان مدیریت بهینه امری برای ما فراهم خواهد شد. در غیر این صورت ما نیز به شمار وسیع رستوران‌های ورشکسته در طول بحران کرونا خواهیم پیوست.

وضعیت دشوار ناشی از کرونا در نهایت پس از گذشت چند ماه به پایان خواهد رسید، با این حال تاثیرات این شرایط دیرپا خواهد بود. راهایی از وضعیت کنونی برای بسیاری از برندها غیرممکن است. اگر شما به دنبال استفاده بهینه از شرایط کنونی برای بقای کسب و کارتان در ادامه راه هستید، باید راهکارهای مورد بحث ایده تازه‌ای نیست، با این حال در شرایط کنونی کاربردهای بسیار زیادی دارد. اگر شما این استراتژی را در دوران کنونی مورد استفاده قرار دهید، حتی پس از پایان بحران کرونا نیز امکان استفاده از آن را خواهید داشت.

منبع: volusion.com



رهبری

چگونه استرس ناشی از کار خود را

کاهش دهیم

به قلم: آدام از یالکو روانشناس
مترجم: امیر آل علی

اگر چه همواره گفته می‌شود که محل کار خانه دوم افراد است، با این حال این مسئله تنها در حد یک شعار خواهد بود. بدون شک شما نمی‌توانید راحتی لازم را داشته باشید و محیط کار، یکی از استرس‌زاترین مکان‌ها محسوب می‌شود. با این حال اگر در این رابطه اقدامی را انجام ندهید، طی تنها چند سال در معرض انواع بیماری‌ها قرار خواهید گرفت. آمارها در این زمینه حاکی از آن است که در حدود ۲۵درصد کارمندان، به شدت با این موضوع مواجه هستند. حال سوال این است که چگونه می‌توان استرس کاری را کاهش داد؟ اگرچه همواره راه حل‌های زمان‌بر، پرهزینه و سخت وجود دارد، با این حال موارد ساده و در عین حال کارمند، امکان اجرایی شدن را برای همگان فراهم آورده و آمارها نیز نشان می‌دهد که افراد اولویت خود را بر روی چنین مواردی قرار می‌دهند. در این راستا به بررسی سه راهکار منتخب خواهیم پرداخت.

۱-دلایل را بیابید

برای حل هر مسئله‌ای، گام نخست این است که دلیل و یا دلایل را پیدا کنید. در این رابطه زمینه استرس هر فرد، ممکن است متفاوت باشد، با این حال ذکر برخی از رایج‌ترین آنها می‌تواند به درک بهتر موضوع کمک کند. برای مثال کار بیش از حد در کنار عدم استراحت کافی، انتقاد مدیر شرکت و عدم جو دوستانه، رقابت ناسالم، دستمزد کم و همچنین انتظارات نادرستی که افراد از خود دارند از جمله مهم‌ترین علت‌های استرس بالا در کارمندان محسوب می‌شود. به این نکته توجه داشته باشید که استرس یک حالت طبیعی در افراد محسوب شده و دلیل برای نابودکردن کامل آن وجود ندارد، با این‌ حال هر چیزی که از تعادل خارج شود، بدون شک آسیب‌زا خواهد بود. به همین خاطر همه تلاش‌ها صرفا در راستای کاهش اثرات آن و خارج نشدن از چارچوب طبیعی است. در این رابطه پس از شناسایی علت‌های استرس بالای خود، می‌توانید راهکارهایی را برای هر یک از آنها پیدا کنید. در این رابطه پیداکردن شغلی دیگر نیز یک راهکار محسوب می‌شود، با این حال توصیه ما این است که در ابتدا اطمینان حاصل کنید که شرایط بهتر نخواهد شد و حتما تا قبل از پیداکردن شغلی دیگر، اقدام به ترک موقعیت فعلی نکنید. این مسئله ممکن است باعث شود که برای مدتی طولانی بیکار باشید که بدون شک زندگی شما را سخت خواهد کرد. درواقع در این رابطه نباید بیش از حد عجولانه رفتار کرد.

۲-خود را مورد بررسی قرار دهید

ممکن است دلیل استرس بالای شما، ایدا به محیط پیرامون بستگی نداشته و تنها به خودتان ارتباط داشته باشد. درواقع این نکته را مورد توجه قرار دهید که چندین کارمند دیگر، بدون مشکل در حال ادامه فعالیت خود هستند. تحت این شرایط اگر تنها شما، احساس استرس دارید، بدون شک حتی تغییر شغل نیز منجر به اتفاق دیگری نخواهد شد. در این رابطه شما باید رفتارها و عادت‌هایی را که در شما باعث استرس می‌شود پیدا کنید. برای مثال ممکن است عادت داشته باشید که اقدامات خود را به تأخیر بیندازید. این‌ امر باعث خواهد شد تا در روزهای پایانی ماه، با حجم بسیار بالای کاری مواجه شوید که بدون شک هر فردی را خسته خواهد کرد، با این حال برخی بیماری‌ها و مشکلات روانی نیز ممکن است دلیل این موضوع باشد. به همین خاطر توصیه می‌شود که به یک روانپزشک نیز مراجعه کرده و مشکل خود را در میان بگذارید. این افراد به علت تجربه و دانش بالای خود، بهترین راهکار را به شما معرفی خواهند کرد. این امر در حالی است که اگر خودتان بخواهید در این رابطه اقدام کنید، همواره احتمال بروز خطا و یا حتی بدتر شدن اوضاع نیز وجود خواهد داشت.

۳-سختگیر نباشید

اگر شما با خودتان بهترین رفتار را نداشته باشید، هیچ فردی این اقدام را انجام نخواهد داد. درواقع این نکته را همواره باید مورد توجه قرار دهید که هیچ چیز مهم‌تر از سلامتی شما نخواهد بود. در زمینه کاری، شما تلاش خواهید کرد تا شرایط یک زندگی خوب را مهیا سازید. تحت این شرایط اگر سلامتی خود را از دست بدهید، دیگر امکان استفاده از نتیجه تلاش‌های خود را نخواهید داشت. به همین خاطر توصیه ما این است که بیش از حد به خود سخت نگیرید. درواقع ممکن است شما اشتباهاتی را مرتکب شوید، این امر بسیار طبیعی بوده و همواره به خاطر داشته باشید که همه افراد اشتباهاتی را خواهند داشت، با این حال رمز موفقیت این است که از این شرایط خود درس گرفته و دیگر آنها را تکرار نکنید. همچنین انجام برخی از اقدامات نظیر مدیتیشن، گوش دادن روزانه به موسیقی، کتاب خواندن و افزایش آستانه تحمل خود در برابر گفته‌ها و رفتارهای دیگران بدون شک کمک بسیار خوبی محسوب خواهد شد.

در آخر توجه داشته باشید که پس از انجام این مراحل، شما می‌توانید اقدامات سخت‌تر را مورد بررسی قرار داده و برای بهترشدن هرچه بهتر اوضاع، تلاش کنید. درواقع شما صرفا به این موارد محدود نبوده و می‌-توانید در این رابطه اقدامات بیشتری را نیز انجام دهید.

منبع: businessnewsdaily.com



راهاندازی کسب و کار و نکات کمتر مورد توجه



کارآفرینان قرار دارد. جالب اینکه اغلب دوره‌های موردنظر به صورت آنلاین برگزار می‌شود. بنابراین ما مشکلی از نظر زمان برگزاری کلاس‌ها نیز نخواهیم داشت. اغلب کلاس‌های آنلاین در قالب فایل‌های ضبط‌شده برای شرکت‌کنندگان ارسال می‌شود. با این حساب اگر روزهای کاری بیش از اندازه شلوغی نیز دارید، در انتهای روز بخشی از اوقات فراغت‌تان را به این امور اختصاص دهید. نکته جالب درباره شروع کسب و کار تازه امکان یافتن اطلاعات مفید در گوگل است. بسیاری از برندهای تازه تاسیس در مراحل اولیه اقدام به استفاده از دامنه وسیع اطلاعات موجود در گوگل می‌کنند. به این ترتیب توانایی آنها برای مدیریت کسب و کار و پرهیز از اشتباهات دیگران به شدت افزایش می‌یابد. اشتباه برخی از کارآفرینان در زمینه راهاندازی کسب و کار تازه تلاش برای کسب اطلاعات کامل در یک زمینه است. به این ترتیب آنها به دنبال کسب اطلاعات جامع در حوزه مورد فعالیت‌شان هستند. این نکته شاید در ابتدای کار امر مطلوبی محسوب شود، اما هرگز نتیجه مناسبی در پی ندارد. آگاهی از تمام جزئیات یک حوزه از دنیای کسب و کار از عهده هر برندی خارج است بنابراین ما در عمل باید با سطح اطلاعات محدود شروع به کار کنیم.

۵.یادگیری نکات تازه در فرآیند مدیریت کسب و کار

یکی از زیبایی‌های عرصه کارآفرینی امکان دستیابی به موفقیت بدون نیاز به طراحی ایده‌های فوق‌العاده نوآورانه است. بسیاری از کارآفرینان موفق در سراسر دنیا ایده‌های عجیب و غریبی برای کسب موفقیت نداشته‌اند. نکته مهم در این میان شجاعت لازم برای شروع کسب و کار در وهله نخست است. بسیاری از اطلاعات و دانش موردنیاز در ادامه فرآیند کسب و کار به دست می‌آید. برخی از کارآفرینان با ایجاد موانع خودساخته در عمل فرآیند شروع کسب و کار را به تأخیر می‌اندازند. شاید در ابتدای فرآیند ما انگیزه بیشتری برای مدیریت کسب و کار مستقل‌مان داشته باشیم. هرچه مدت زمان فعالیت ما به عنوان کارمند در یک شرکت بیشتر شود، انگیزه‌مان برای ترک موقعیت فعلی و ایجاد کسب و کار مستقل کاهش خواهد یافت.

بسیاری از برندهای بزرگ در ابتدا محصولات ساده‌ای تولید می‌کردند. رمز موفقیت آنها کسب اطلاعات و نوآوری بیشتر در جریان فعالیت‌شان است. به این ترتیب به تدریج موفق به توسعه جایگاه‌شان در بازار کسب کار شده‌اند. اگر شما نیز در حوزه کسب و کار مشتاق به راهاندازی برند مستقل هستید، باید هرچه سریع‌تر دست به کار شوید. در غیر این صورت شاید زمان به سرعت برای شما بگذرد.

بدون شک شروع کسب و کار تازه برای کارآفرینان دشواری‌های بسیار زیادی دارد. اگر شما تجربه قبلی در زمینه مدیریت کسب و کار نداشته باشید، چالش‌های پیش روی شما بیشتر نیز خواهد شد. استفاده از توصیه‌های مورد بحث در این مقاله برای شروع کسب و کار ایده مناسبی خواهد بود، با این حال در ادامه مسیر باید به دنبال ایده‌های بیشتر برای مدیریت بهینه کسب و کارتان باشید. بی‌تردید هر ایده و توصیه‌ای پس از گذشت مدت زمانی مشخص فاقد ارزش یا نیازمند بازنگری اساسی خواهد بود.

منبع: smallbusinessbonfire.com

ترتیب با گذشت زمان توانایی آنها برای تهیه بودجه‌های کلان بیشتر می‌شود. اگر ما از همان ابتدای کار به دنبال فراهم‌سازی بودجه‌های کلان باشیم، شاید مدت‌زمان موردنیاز برای شروع کسب و کارمان به شدت افزایش پیدا کند.

نکته مهم برای تاسیس کسب و کار تازه استفاده از ایده‌های جذاب است. برخی از برندا در راستای فراهم‌سازی بودجه‌های فراوان در عمل از طراحی ایده‌های تازه غافل می‌شوند. نتیجه این امر صرف هزینه‌های گزاف برای شروع کسب و کار بدون دستاوردی مشخص در نهایت خواهد بود.

بدون شک شروع کسب و کار نیازمند سرمایه اولیه است. این امر به معنای ضرورت تأمین مالی از طریق پس‌انداز یا وام‌های بانکی است. اگر ما در استفاده از وام مبالغ بیش از اندازه سنگینی مدنظر داشته باشیم، به احتمال زیاد برای بازپرداخت دچار مشکل خواهیم شد.

ذهنیت بسیاری از افراد داشتن بودجه‌های چند صد هزار دلاری برای اجرای استارت‌آپ را ضروری تلقی می‌کند. اغلب کسب و کارهای کنونی نیازمند صرف هزینه گزاف نیستند. مگر اینکه در صنعتی مانند ذوب آهن قصد شروع فعالیت مستقل را داشته باشید. مزیت بازار کسب و کار در سراسر دنیا امکان شروع فعالیت بدون نیاز به مبالغ بالااست.

۳.چالش اجاره دفتر شرکت

امروز شروع کسب و کار از خانه از هر زمان دیگری ساده‌تر است. با توجه به اینکه اغلب کسب و کارها وابسته به اینترنت هستند، دسترسی به اینترنت بخش قابل توجهی از نیازهای آنها را رفع خواهد کرد بنابراین در عمل نیازی به استفاده از دفتر رسمی، دست‌کم در ابتدای شروع به فعالیت‌مان نخواهیم داشت. اشکال برخی از کارآفرینان تلاش برای استفاده از دفتر رسمی از همان ابتدای شروع به کسب و کار است. اگر شما نیز چنین ایده‌ای در ذهن دارید، باید نسبت به هزینه‌های اولیه آن آگاهی داشته باشید. اغلب برندا در ابتدای مسیر کسب و کار مشکلات مالی قابل توجهی دارند بنابراین با استفاده از دفتر رسمی بر بار هزینه‌های‌تان اضافه نکنید.

مدیریت کسب و کار از خانه به معنای ناتوانی در زمینه استخدام نیروی کار نیست. شما امکان راهاندازی بخش‌های مختلف کسب و کار مانند فروش و بازاریابی را هم دارید. نکته مهم استفاده از فناوری‌های مدرن برای ارتباط پایدار و سریع با کارمندان است. فقط در این صورت ما امکان مدیریت سریع و بهینه کسب و کارمان را خواهیم داشت.

ترس بسیاری از مدیران ناتوانی در زمینه مدیریت کسب و کار در پی عدم اجاره دفتر رسمی است. اگر شما در این زمینه از ابزارهای جانبی مناسب استفاده کنید، جای هیچ نگرانی نخواهد بود. همچنین توضیح شرایط کسب و کار برای کارمندان از همان ابتدا ضروری خواهد بود.

۴.بهره‌مندی از تجربه کاری

اگر شما هیچ تجربه‌ای از حضور در بازار مورد علاقه‌تان ندارید، چالش‌های بسیار زیادی پیش روی‌تان خواهد بود. بسیاری از کارآفرینان تجربه مدیریتی ندارند. این امر مشکل چندان مهمی در مسیر شروع فعالیت مستقل نخواهد بود، با این حال اگر آگاهی لازم در حوزه موردنظر را داشته باشید، وضعیت دشواری را تجربه خواهید کرد. خوشبختانه امروزه دوره‌های آموزشی بسیار زیادی در دسترس

به قلم: پیتر یانگ کارشناس کسب و کار

ترجمه: علی آل‌علی

راهاندازی کسب و کار تازه برای هر فردی هیجان‌انگیز است. شروع فعالیت مستقل در حوزه‌های مورد علاقه همیشه همراه با کسب تجربه‌های تازه و کسب دیدگاه‌های تازه است. شاید در ابتدای راه شما از کسب موفقیت مطمئن باشید، اما واقعیت‌های دنیای کسب و کار همیشه شما را غافلگیر خواهد کرد بنابراین باید تا حدی برای هر اتفاق تازه‌ای آمادگی داشته باشیم. در غیر این صورت به سرعت از عرصه کارفرینی مستقل حذف خواهیم شد.

تجربه مدیریت کسب و کار مستقل برای هر کارآفرینی متفاوت است. برخی از کارآفرینان در این تجربه دشواری‌های بیشتری پیش روی دارند. پیش‌بینی دقیق مسائل و چالش‌های پیش روی امکان‌پذیر نیست. این امر به ماهیت کسب و کار و زمان شروع‌اش بستگی دارد. به عنوان مثال، مارک زاکربرگ در ابتدای فعالیتش هرگز تصور موفقیت جهانی را نمی‌کرد. این امر با شروع فرآیند کسب و کار و پیشرفت تدریجی‌اش حاصل شد.

وقتی تجربه کارآفرینان در زمینه مدیریت کسب و کار با یکدیگر تفاوت‌های بسیار زیادی داشته باشد، توجه به مسیرهای متنوع آنها ضروری خواهد بود. اگرچه بررسی و پیش‌بینی دقیق چالش‌های پیش روی در حوزه راهاندازی کسب و کار مستقل امکان‌ناپذیر است، اما برخی از نکات اساسی میان کسب و کارهای مختلف مشترک محسوب می‌شود. هدف اصلی ما در مقاله فعلی بررسی ویژگی‌های مشترک این حوزه است.

۱.بی‌تجربگی محض در زمینه مدیریت کسب و کار

برخی از کارآفرینان برای شروع کارشان به دنبال ایده‌های کاملاً تازه و خلاقانه هستند. هدف آنها در حالتی آرمانی تغییر جهان با کسب و کارشان است. شاید در نگاه نخست این امر بسیار جذاب به نظر برسد، اما تحقق چنین هدفی حتی از عهده برندهای بزرگ نیز خارج است بنابراین ما باید به دنبال ایده‌های تکمیلی نیز باشیم. این امر شامل استفاده یا الگوبرداری از ایده سایر برندها می‌شود. بررسی‌های مختلف در دنیای کسب و کار بیانگر پیشرفت تدریجی تجارت‌های مختلف براساس همین الگو است. نتایج منطقی این بحث ضرورت فراموشی ایده‌های کاملاً نو است. در غیر این صورت شاید مدت‌زمان موردنیاز برای راهاندازی کسب و کارمان بیش از اندازه طولانی شود.

یکی از دلایل انتظار طولانی کارآفرینان برای راهاندازی کسب و کارشان تلاش برای یافتن ایده‌های کاملاً نوآورانه است. این امر سطح انتظارات مشتریان برند ما را به شدت افزایش خواهد داد. به عنوان مثال، اگر در زمینه تولید لوازم ورزشی فعالیت داشته باشیم، با استفاده از شعارها و اهداف بلندپروازانه بسیاری از مشتریان انتظار نوآوری‌های عجیب و غریب را خواهند داشت. در نتیجه اگر ما توانایی تحقق اهداف موردنظر را نداشته باشیم، تأثیر به شدت منفی بر روی تجربه مشتریان خواهد داشت.

۲.تلاش برای تهیه بودجه‌های کلان

شروع کسب و کار همیشه نیازمند بودجه‌های کلان نیست. بسیاری از برندهای بزرگ با هزینه‌های اندک شروع به کار کرده‌اند. به این

اخبار

مدیر شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی منطقه ساری خبر داد :

هدیه چهل و سه میلیون ریالی در رزمایش همدلی ماه مبارک رمضان

ساری –دهقان:مدیر شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی منطقه ساری گفت : کمک های مومنانه کل کارکنان شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی منطقه ساری جمع آوری و به بسج ادارات استان مازندران تحویل شد.

به گزارش خبرنگار مازندران به نقل روابط عمومی ، سبحان رجب پور مدیر شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی منطقه ساری بیان کرد : حسب رهنمود مقام معظم رهبری ، در این روزها که شیوع بیماری کرونا موج همدلی ها و کمک های مومنانه به نیازمندان توسط عموم مردم و گروه های جهادی رنگ و بوی دیگری در آغاز ماه رمضان به فضای کشور بخشیده است ، کارکنان این شرکت با جمع آوری کمکها در رزمایش همدلی شرکت کردند

. سبحان رجب پور اظهار کرد: در مرحله اول مبلغ حدود بیست میلیون ریال به منظور کمک به نیازمندان به صورت جداگانه توسط کارکنان شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی منطقه ساری جمع آوری شده و بین نیازمندان تقسیم شد. وی اضافه کرد : در مرحله دوم مبلغ حدود بیست و سه میلیون ریال کمک مومنانه برای معیشت ماه مبارک رمضان نیازمندان در این شرکت جمع آوری و به بسیج ادارات استان تحویل شد . رجب پور از ایجاد موج عظیم رزمایش همدلی، افزایش کمک‌های مردمی و فعالیت‌های جهادی و اقدامات انسان دوستانه مردم نسبت به یکدیگر در فضای کرونایی برای یاری به نیازمندان در ماه مبارک رمضان گفت و اذعان کرد: در مجموع حدود چهل و سه میلیون ریال توسط کارکنان این شرکت برای نیازمندان جمع آوری و در اختیار آنها قرار گرفت.

مدیرکل فرهنگ و ارشاد اسلامی گلستان:

طرح «خانه های قرآنی» با استفاده از بستر فهما در طول ماه مبارک رمضان برگزار می شود

گرگان – خبرنگار فرصت امروز: باتوجه به شیوع کرونا و همزمان با آغاز ماه مبارک رمضان طرح «خانه های قرآنی» در استان گلستان برپاشده.برگزار روابط عمومی اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی گلستان، عادلح کشمیری افزود: به اینکه ایجاد سیستم فهما یکی از نیازهای ضروری مجموعه کانون های فرهنگی هنری مساجد کشور بود که این ضرورت و نیاز امروز(شرایط کرونا) بیشتر احساس شد و کاربردی تر شدوی درباره اهداف خانه های قرآنی گفت: تبیین جایگاه خانواده به ویژه پدر در امر آموزش قرآن به فرزندان، جایگاه مادر در انتقال مفاهیم دینی در بستر خانه داری، استفاده از فضای مجازی جهت بروز و نمود فعالیت های قرآنی خانوادگی، استفاده صحیح از تلفن همراه در کنار یادگیری قرآن، جمع آوری آثار شایسته از کودکان و نوجوانان در مورد نقاشی از آیات قرآن و آیت قرآن و جمع آوری بانک مناسب از افراد علاقه مند و توانمند در حوزه فیلم سازی از جمله اهداف این طرح است.وی با اشاره به اینکه این طرح در قالب عکس و فیلم و نقاشی برپا می شود، درباره ی تقویم اجرایی این طرح گفت: زمان اجرای این طرح از ابتدای ماه مبارک رمضان تا پایان این ماه است و عمده شرکت کنندگان این طرح در رده سنی کودک و نوجوان هستند.

ایده هنرمند موسیقی گلستان در سر فصل دروس دانشگاه قرار گرفت

گرگان – خبرنگار فرصت امروز:مدیرکل فرهنگ وارشاد اسلامی گلستان گفت: طرح «هنده صدا در خوندگی پاپ»ایده هنرمند گلستانی با تایید دانشگاه علمی کاربردی بهزودی در قالب یک درس مستقل در این مرکز آموزش عالی تدریس خواهد شد.به گزارش روابط عمومی اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی گلستان، عادلح کشمیری افزود:این طرح علمی – پژوهشی که پشتوانه تحقیقات ۱۰ ساله دارد، با هدف ارایه شیوه نوین آموزش خوندگی پاپ و ترکیبی از علوم مهندسی صدا، موسیقی و روانشناسی به تایید رسید. وی ادامه داد: حامد جنتی طرح خود را که شامل ۲ دوره مقدماتی، متوسطه و پیشرفته است به دانشگاه علمی کاربردی ارایه کرده است و توسط ۹ نفر از اساتید موسیقی دارنده مدرک دکترآ تایید شد.کشمیری ضمن قدردانی و آرزوی موفقیت های روزافزون برای این هنرمند گلستانی در خاتمه درباره ی مزیت های این طرح گفت: مزیت این طرح،سرع بالا در یادگیری است و افراد با هر سطح دانش موسیقی می توانند از آن استفاده کنند.یادآوری می شود حامد جنتی از هنرمندان نام آشنا و مجرب موسیقی استان گلستان و از اعضای هیات مدیره انجمن موسیقی گلستان که این طرح ماحصل تحقیقات علمی و پژوهشی ۱۰ ساله ی این هنرمند است.

با حضور بخشدار و مدیر آبفا میناب انجام شد:

بررسی وضعیت آب روستاهای سندرک میناب

بندرعباس – خبرنگار فرصت امروز: در بازدیدی با حضور بخشدار سندرک وضعیت آبرسانی به روستاهای این بخش بررسی شد. به گزارش روابط عمومی آب و فاضلاب هرمزگان، مصطفی ژانر پور مدیر آب و فاضلاب شهرستان میناب گفت: در این بازدید وضعیت آبرسانی به روستاهای مازاوی، تمبو، داوری، درپهن و... بررسی و راهکارهای لازم برای رفع مشکلات آنها اتخاذ شد.وی افزود: برخی از روستاهای بخش سندرک با مشکل تامین و توزیع آب مواجه هستند که با راهکارهای اتخاذ شده مشکلات موجود مرتفع خواهد شد. مدیر آب و فاضلاب شهرستان میناب با بیان اینکه وضعیت آبرسانی روستاهای میناب نیازمند بازنگری مجدد است، خاطرنشان کرد، بسیاری از مخازن و شبکه های فعلی توزیع آب قدیمی و فرسوده است که بایستی بازسازی و یا اصلاح شود. وی افزود: در حال حاضر از مجموع بررسی وضعیت ۱۲ روستای این بخش، تنها دو مخزن نوساز و باقی مخازن قدیمی و فرسوده هستند. ژانر پور با اشاره به اینکه فرسودگی شبکه توزیع روستاهای بخش سندرک بسیار بالاست، ادامه داد: با توجه به افزایش جمعیت و ساخت شهرک‌های مسکونی جدید نیازمند نظر در توزیع و همچنین توسعه شبکه آبرسانی هستیم. مدیر آب و فاضلاب شهرستان میناب همچنین با اشاره به وضعیت کیفی آب روستاهای این بخش تاکید کرد: بر اساس آزمایش‌های فیزیکی، شیمیایی و میکروبی واحد کنترل کیفی آبفا، وضعیت آب روستاهای لحاظ کیفی مطلوب گزارش شده است. وی در پایان به راهکارهای اتخاذ شده در جهت رفع مشکلات آب روستاهای بخش سندرک اشاره کرد و گفت: تجهیز و راه اندازی چاه مازاوی، مهار لوله بستر رودخانه روستای داوری پایین در مقابل سیل، پیگیری اتصال چاه تمبو به مخزن آن به دلیل فاصله زیاد با چشمه، اصلاح سیستم توزیع آب در روستاهای لور و بنهکان با همکاری دهیاری، احداث اتاقک کلر زنی در روستای درپهن با همکاری دهیاری، تعمیر سیستم های کلرزنی و ... از جمله تدابیری است که برای گذر از تابستان در بخش توکهور اتخاذ شد.

دادستان کرمانشاه: برای بهبود خدمت رسانی به مردم درکنار دستگاههای خدمات رسان هستیم

کرمانشاه – منیر دشتی:مدیرعامل شرکت آبفاای استان به منظور هماهنگی و تسهیل در ارائه خدمات به مشترکین، با شهرام کرمی دادستان عمومی و انقلاب کرمانشاه دیدار و گفتگو کرد. در این دیدار که عزیزپور مدیر دفتر حقوقی این شرکت نیز حضورداشت،دکتر کاکاوند ضمن ارائه گزارشی از خدمات و فعالیتهای شرکت، سرعت درپچه های فاضلاب و انشعابات غیرمجاز آب در سطح استان را از جمله چالش‌های پیش روی آبفا برشمرد و گفت: کسانی که مبادرت به سرقت درپچه های فاضلاب و یا استفاده غیرمجاز از شبکه آب شهری می کنند ضمن ایجاد مشکلات بهداشتی در شبکه، در خدمت رسانی به مردم نیز اختال به وجود می آورند و باعث بروزحوادث ناآگار برای عابریین و خودروهای می شوند. مدیرعامل شرکت آب وفاضلاب استان خدمات صادقانه مجموعه دادگستری درسطح استان را ارزشمند توصیف نمود و از تعامل وهمکاری مجموعه دادگستری با شرکت آب وفاضلاب در رفع مشکلات اجرایی پروژه ها و پرونده های شرکت تشکر کرد. در ادامه این دیدار، دادستان کرمانشاه به نقش شرکت آب و فاضلاب در خدمت رسانی به مردم اشاره کرد و گفت: دستگاه قضا جهت جلوگیری از تضییع حقوق مردم در کنار تمامی دستگاه‌های خدمت‌رسان برای خدمت رسانی ایده‌آل به آنان همکاری خواهدکرد و از روند بهبود خدمت رسانی‌ها درجامعه حمایت می کند.

دکتر بهروز کارخانه ای ؛

تقدیر معاون دانشجویی جمعیت هلال احمر کشور از کسب رتبه برتر استان همدان

همدان – خبرنگار فرصت امروز: معاون دانشجویی سازمان جوانان جمعیت هلال احمر با ارسال لوح تقدیر، کسب رتبه برترمعاونت جوانان جمعیت هلال احمر استان همدان در جمع آوری کمک های مردمی را تبریک گفت. به گزارش روابط عمومی جمعیت هلال احمر استان همدان دکتر بهروز کارخانه ای مدیر عامل این جمعیت با ذکر این مطلب که بلاای طبیعی در کنترل بشر نیستند فقط ایجاد آماجگی قبیلی است که می‌توانند از خسارات جانی و مالی این بلاا بکاهد ،خاطر نشان کرد همیشه غفلت بشر از پدیده‌ها بلایا می سازند هر جا که این غفلت کمتر بوده خسارات و تلفات هم کمتر و طبیعتا هر جا این غفلت بیشتر بوده منجر به خسارت و تلفات شدید در زندگی بشر شده است. وی با اشاره به وقوع سیل سیستان و بلوچستان، افزود جمعیت هلال احمر استان همدان تمام توان خود را در راستای جمع‌آوری و ارسال کمک های مردمی تا زمان کاهش نیاز منطقه به کار بست. دکتر بهروز کارخانه ای به فعالیت معاونت جوانان در این راستا و کسب رتبه برتر کشوری آنها اشاره نمود و گفت جوانان این معاونت برای نجات جان و مال انسان های گرفتار در تمام حوادث به خصوص سیل سیستان و بلوچستان با توکل و امید در مسیر پر چالش خدمت گام نهاندند که الحمدلله در این مسیر با کسب این رتبه ارزشمند سربلند و سرفراز بیرون آمدند.



بوده است. وی با اذعان به اینکه بیشترین پیام‌های مد نظر مردم در فروردین ماه در حوزه سازمان‌ها مربوط به سازمان مدیریت پسماند بوده است، خاطرنشان کرد: استقرار باکس جمع‌آوری خاک و نخاله، مزاحمت سگ‌های ولگرد و انتقال باکس‌های خاک و نخاله بیشترین موضوعات در حوزه کاری این سازمان بوده است. مدیرکل ارتباطات و امور بین‌الملل شهرداری قم ادامه داد: در حوزه کاری سازمان



و ۵۰۰ نفر از آن ها مربوط به شهرستان بوشهر و بقیه مربوط به دیگر شهرستان هاست. زهرا نویدی فرد افزود: مدیریت درمان تامین اجتماعی به منظور حفظ سلامت این عده، طرح نسیم ۱۹(نسیم ۱۹: روزوز سلامتی ،یار مردم برابر کووید ۱۹) را به صورت پایلوت و با مشارکت ۱۲ نفر

با صدور احکام جداگانه از سوی مدیرعامل صورت گرفت؛

انتصابات جدید در شرکت آبفای استان آذربایجان شرقی



ابلاغ ها ابراهیم عباسپور به عنوان قائم مقام، حسین پایا به

شهردار اهواز مطرح کرد:

توسعه شهر اهواز با افتتاح پروژه های عمرانی



اهواز – شبنم قجائوند: موسی شاعری در بازدید از پروژه های در حال اجرا شهرداری اهواز گفت: با بهره برداری از پروژه های عمرانی می‌توانیم شاهد اهواز نوینی باشیم که به سمت توسعه یافتگی حرکت می کند. استاندار خوزستان، رئیس و اعضای شورای اسلامی شهر اهواز به همراه شهردار اهواز و برخی مدیران شهرداری از پروژه های عمرانی شهرداری اهواز بازدید کردند و در جریان آخرین اقدامات صورت گرفته قرار گرفتند.



تبریز – ماهان فلاح: سرپرست امور فرهنگی و دینی وزارت نیرو از علیرضا ایمانلو مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب استان آذربایجان شرقی و مسئول امور فرهنگی و دینی این شرکت به خاطر کسب رتبه "شایسته تقدیر ویژه " در راستای اجرای برنامه ابلاغی امور فرهنگی و دینی در میان استانیهای کشور در سال ۱۳۹۷، قدردانی کرد. در قسمتی از این لوح تقدیر آمده است :

جناب آقای مهندس علیرضا ایمانلو مدیرعامل محترم شرکت آب وفاضلاب استان آذربایجان شرقی وجدان های آگاه و بیدار همواره ستایشگر انسانهایی است

مدیرکل ار تباطات و امور بین الملل شهرداری قم خبر داد :

۱۷ هزار پیام مردمی در فروردین در سامانه ۱۳۷ ثبت شد

پارک‌ها هرس درختان، سازمان زیباسازی درخواست پلاک شهرداری، سازمان ترافیک اعلام خرابی چراغ راهنمایی، سازمان اتوبوسرانی و سازمان تاکسیرانی پیشنهادات و انتقادات بیشترین موضوعات مد نظر مردم بوده است.

کلانترزاده گفت: با توجه به بارندگی‌های شدید فروردین‌ماه بیشترین درخواست‌های مردمی در این مدت در خصوص آب‌افتادگی معابر بوده است. وی بیان کرد: مقایسه آمار تماس فروردین‌ماه و اسفندماه نشان می‌دهد که جمع‌آوری لاشه حیوانات، رفع سد معبر، اضافه بنای ساختمان‌ها بیشترین افزایش را داشته و بیشترین کاهش مربوط به درخواست تخلیه چاه رفع آب‌های سطحی، لکه گیری آسفالت بوده است. مدیرکل ارتباطات و امور بین‌الملل شهرداری قم با اشاره به رضایت‌مندی مردم از عملکرد و پاسخگویی نسبت به پیام‌های سامانه ۱۳۷ گفت: در بین مناطق بیشترین رضایت‌مندی به ترتیب از مناطق سسه، دو، یک و چهار بوده و در بین سازمان‌های خدمات شهری نیز بیشترین رضایت‌مندی به ترتیب از سازمان‌های پارک‌ها و فضای سبز و زیباسازی بوده است.

تحقق وعده اجرای نسیم ۱۹ مدیر درمان تامین اجتماعی استان در راستای ارتقای خدمات درمانی استان بوشهر

از کادر درمان خود در پلی کلینیک تخصصی مبعث اجرا کرده است .

مدیر درمان تامین اجتماعی استان بوشهر گفت: آغاز این طرح با سه خانواده ارزشمند همسر شهید، مادر دو مددجوی تحت پوشش بهزیستی و یک بازنشسته عزیز آغاز گردید. وی اضافه کرد: همچنین این طرح در راستای سیاست‌های کلی سازمان مبنی بر افزایش سطح رضایتمندی و ارتقاء کیفیت خدمات درمانی و در راستای هماهنگی با برنامه های دانشگاه علوم پزشکی بوشهر به منظور کنترل و پیشگیری بیماری کرونا و پویش در خانه بنامیم اجرا شده است.

مدیردرمان تامین اجتماعی گفت: با اجرای این طرح دیگر نیازی نیست این بیماران برای تامین دارو مراجعه کنند بلکه کادر درمان خود به در منازل بیماران رفته وضمن تب سنجی و اندازه گیری فشارخون، به طور رایگان دارو را تحویل می دهند.

عنوان سرپرست معاونت مالی و پشتیبانی، مهدی الفقیه به عنوان سرپرست معاونت برنامه ریزی و توسعه سرمایه گذاری، محمد خانی به عنوان سرپرست معاونت بهره برداری و توسعه آب، قاسم ابراهیم زاده به عنوان سرپرست معاونت خدمات مشترکین و درآمد، بهروز جداری به عنوان سرپرست معاونت منابع انسانی و تحقیقات و پرویزعباسی به عنوان سرپرست معاونت بهره برداری و توسعه فاضلاب منصوب شدند. همچنین عبدالله رکنی بعنوان سرپرست دفتر توسعه پایدار، مهدی پورآقاجان بعنوان سرپرست دفتر روابط عمومی و آموزش همگانی و محمد باقرزاده بعنوان سرپرست دفتر منابع انسانی و آموزش معرفی شدند.

اشاره به حمایت اعضای شورای شهر و استاندار خوزستان بیان کرد: امیدواریم در دوره شورای پنجم، شاهد افتتاح پروژه‌ها یا رسیدن به حداکثر پیشرفت فیزیکی باشیم. شاعری گفت: کارگاه قرارگاه سازندگی خاتم‌الانبیا برای اجرای سه پروژه بزرگ عمرانی اهواز آماده شده است. تصور شورای شهر و مدیریت شهری این است که با بهره‌برداری از این پروژه‌ها بتوانیم شاهد اهوازی باشیم که به سمت توسعه‌یافتگی حرکت خواهد کرد.

حسین حیدری عضو شورای شهر اهواز نیز در حاشیه این بازدید اظهار کرد: رسیدن به یک توسعه پایدار، مستلزم تقویت زیرساخت‌ها در همه بخش‌ها است و این پروژه‌ها نیز برای تقویت زیرساخت‌های حمل و نقل و ترافیک شهری اهواز در حال اجرا هستند.

وی افزود: پروژه‌های تقاطع غیرهمسطح میدان دانشگاه، پل شهید کجیاف، مسیر امتداد پل ششم به مهدیس، صنایع فولاد و اتوبان ماهشهر که رینگ مواصلاتی غرب به شرق اهواز را به هم متصل می‌کند، فعال هستند.

به خاطر کسب رتبه شایسته تقدیر ویژه جهت فعالیت های فرهنگی و دینی؛

وزارت نیرو از مدیرعامل شرکت آبفا آذربایجان شرقی تقدیر کرد

که با احساس مسئولیت و تعهد کامل به تربیت همه جانبه جامعه همت می گمارند. عزیزیانی که از حریم قرآن و عترت پاسداری می کنند و اینک که با عزم و اراده والای خویش طبق برنامه ابلاغی امور فرهنگی و دینی در میان استانهای کشور در سال ۱۳۹۷ حائز رتبه شایسته تقدیر ویژه گردیده اید ضمن تقدیر و تشکر از سعی و اهتمام جنابعالی و مجموعه صنعت آب و برق استان این لوح بحضورتان تقدیم می گردد. از درگاه خداوند منان سلامتی و توفیقات روزافزون جنابعالی را نسللت می نمایم.

حسین قرنفلی سرپرست امور فرهنگی و دینی وزارت نیرو



ضروری ترین نرم افزارهایی که هر کار آفرین باید استفاده کند

به قلم: تیم نویسندگان سایت Business News Daily
مترجم:امیر آل علی

استفاده از تکنولوژی، هوشمندانه ترین اقدامی است که هر فردی می تواند در زندگی خود انجام دهد، با این حال مشکلی که وجود دارد این است که گزینه های متعددی وجود داشته و ممکن است این شرایط باعث شود که از بهترین ها دور بمانیم. در این رابطه کارآفرین ها و مدیران به علت این امر که از حجم کاری بالایی برخوردار هستند، به کمک نرم افزارها می توانند شرایط را بهبود بخشیده و به همین خاطر برای آنها این موضوع کاملا حیاتی خواهد بود. در این راستا به بررسی شش مورد منتخب خواهیم پرداخت.

۱-OneNote

هیچ فهرستی از بهترین نرم افزارها بدون حداقل یک نماینده از برند مایکروسافت کامل نخواهد بود. در این رابطه OneNote را می توان به عنوان دفترچه یادداشت خود با انواع امکانات متنوع، در نظر گرفت. خوشبختانه نسخه تلفن همراه آن نیز وجود داشته و این امر کار را راحت کرده است. علی رغم امکانات متنوع برای درج انواع محتواها، تعامل بسیار خوب با سایر نرم افزارهای این شرکت نظیر اکسل، باعث شده است تا سهولت کار با آن بسیار بالا باشد، با این حال برای استفاده از تمامی امکانات آن، توصیه می شود که فیلم های آموزشی را مشاهده کنید. در نهایت با این برنامه مدیریت پروژه ها نیز ساده تر خواهد بود.

۲-Slack

ایمیل و تماس تلفنی ابدا نمی تواند گزینه های کافی برای ارتباط کاری باشند. به همین خاطر به یک برنامه جامع تر با امنیت بالا نیاز است که در این رابطه اسلک، بهترین گزینه حال حاضر محسوب می شود. در نهایت شما پس از ایجاد یک تیم، می توانید گروه های شرکت های دیگر را نیز در خود ادغام کنید. درواقع این برنامه نیز امکانات متنوعی داشته و توصیه می شود که قبل از استفاده، جست و جوی لازم برای پیدا کردن امکانات و نحوه کار آن را انجام دهید. همچنین برای انواع تلفن های همراه نیز اپلیکیشن آن وجود دارد.

۳-Trello

بدون شک مدیریت اقدامات تیم شرکت و پیگیری وظایف آنها امری سخت است. با این حال این نرم افزار به کمک مدیران آمده و امکان نظارت بهتر را فراهم ساخته است. در نهایت با این برنامه شما می توانید افراد تیم را سریعاً نسبت به آخرین تغییرات، آگاه کنید. محیط کاربری آن کاملا ساده بوده و بدون هیچ گونه آموزشی می توانید از آن استفاده کنید.

۴-Dropbox

به اشتراک گذاشتن محتواها، یکی از اقدامات سخت خصوصا در رابطه با موارد پر حجم محسوب می شود. تحت این شرایط فضای ابری، گزینه ای بسیار مناسب خواهد بود. درست به مانند تمامی نرم افزارهای این فهرست، اپلیکیشن آن نیز برای انواع سیستم های عامل وجود دارد. امنیت بالا در کنار امکان ایجاد تیم بدون محدودیت تعداد اعضا، از دیگر مزیت های آن محسوب می شود.

۵-Invoice ۳۶۰

این امر که داده های شما نظم خوبی را داشته باشد، امکان استفاده از آنها را مهیاتر خواهد کرد. درواقع در بسیاری از شرکت ها، پایگاه داده خوبی وجود دارد با این حال به نظم آنها توجه زیادی نمی شود و این مسئله کار را بیش از حد سخت خواهد کرد. این برنامه امکانات بی نظیری برای مدیریت داده ها داشته و در کمترین زمان ممکن، فاکتورهای مدنظر شما را ایجاد خواهد کرد.

۶-Zoho CRM

مدیریت ارتباط با مشتری، یکی از مهم ترین اقدامات محسوب شده و فرآیندهای مختلفی را شامل می شود. برای مثال نحوه ترغیب و حفاظت از مشتری، از جمله این موارد محسوب می شود. بدون شک تنوع اقدامات باعث می شود تا برنامه ریزی سخت باشد. در این رابطه به یک برنامه نیاز خواهد بود که Zoho با امکانات بینظیر خود، کار را ساده کرده است، با این حال ممکن است در برخورد اولیه با آن کمی گمراه شوید. به همین خاطر یک دوره آموزشی این نرم افزار، کاملا ضروری خواهد بود.

منبع: businessnewsdaily.com

آیا Clickbait یک استراتژی بد است؟

به قلم: نش ریگینز نویسنده حوزه تکنولوژی و بازاریابی
مترجم:امیر آل علی

انتخاب تیتراهای جنجالی استراتژی است که در بسیاری از مکان ها مورد استفاده قرار می گیرد. درواقع انتخاب موارد جنجالی این روزها در فضای اینترنت نیز بسیار مورد استفاده قرار می گیرد و شما نیز حتما با نمونه هایی از آن مواجه شده اید، با این حال تقریبا اکثر افراد از این روش، به بدترین نوع ممکن استفاده کرده و به همین خاطر صحبت کردن در این رابطه کاملا ضروری است. نکته ای که باید به آن توجه داشته باشید این است که میزان جذابیت این تیترها که در بسیاری از موارد مطابق حقیقت نبوده و بازی با کلمات محسوب می -شوند، باعث خواهد شد تا تمایل افراد برای کلیک کردن بر روی صفحه و وارد شدن به سایت مربوطه، افزایش چشمگیری را پیدا کند، با این حال این نکته را فراموش نکنید که اگر از تیترها ی در اصطلاح زرد استفاده کنید، پس از مدتی اعتماد مخاطب را به صورت کامل از دست خواهید داد. به همین خاطر استفاده از این روش ابدا توصیه نمی شود، با این حال همچنان می توانید به صورت اصولی، از این سیاست استفاده کنید، برای مثال آمارها حاکی از آن است که استفاده از اعداد، احتمال خوانده شدن محتوا را افزایش خواهد داد. نکته دیگری که در این رابطه باید به آن توجه داشته باشید این است که شما باید از جامعه هدف خود آگاهی بالایی داشته باشید. این امر باعث خواهد شد تا تیتراهای انتخابی، شانس تاثیرگذاری بالایی را داشته باشند. به همین خاطر در این رابطه یک توصیه کلی وجود نداشته و بهترین راهکار این است که از یک جامعه شناس، کمک بگیرید. همچنین تحلیل اقدامات سایر برندها نیز در این رابطه کاملا کارساز خواهد بود. برای مثال می توانید به تیتراهای محبوب ترین محتواها نگاهی انداخته و دلایل موفقیت را مکتوب کنید. از این موارد برای بهبود اقدامات خود می توان استفاده کرد. همچنین فراموش نکنید که شما باید احساسات مخاطب را درگیر کنید. درواقع حتی بزرگنمایی در قالب شوخی نیز می تواند کارساز باشد، با این حال فراموش نکنید که همه این موارد، به ویژگی جامعه هدف شما بستگی دارد.

در نهایت توجه داشته باشید که سودمندبودن روش Clickbait یا تله کلیک، تنها به عملکرد شما بستگی خواهد داشت. به همین خاطر درست به مانند هر روش دیگری نمی توان آن را صرفا خوب و یا بد تلقی کرد.
منبع: smallbiztrends.com

فرصت امروز

روزنامه مدیریتی -اقتصادی

| چهارشنبه | ۱۷ اردیبهشت ۱۳۹۹ | شماره ۱۵۳۸ | صفحه ۱۶ |

صاحب امتیاز: موسسه مطبوعاتی فرصت سازان امروز

مدیر مسئول و سردبیر: محمدرضا قدیمی

چاپ: هنر سرزمین سبز

دفتر مرکزی:میدان هفت تیر، خیابان لطفی، پلاک۴۹

دفتر مرکزی:۸۶۰۷۳۳۸۱

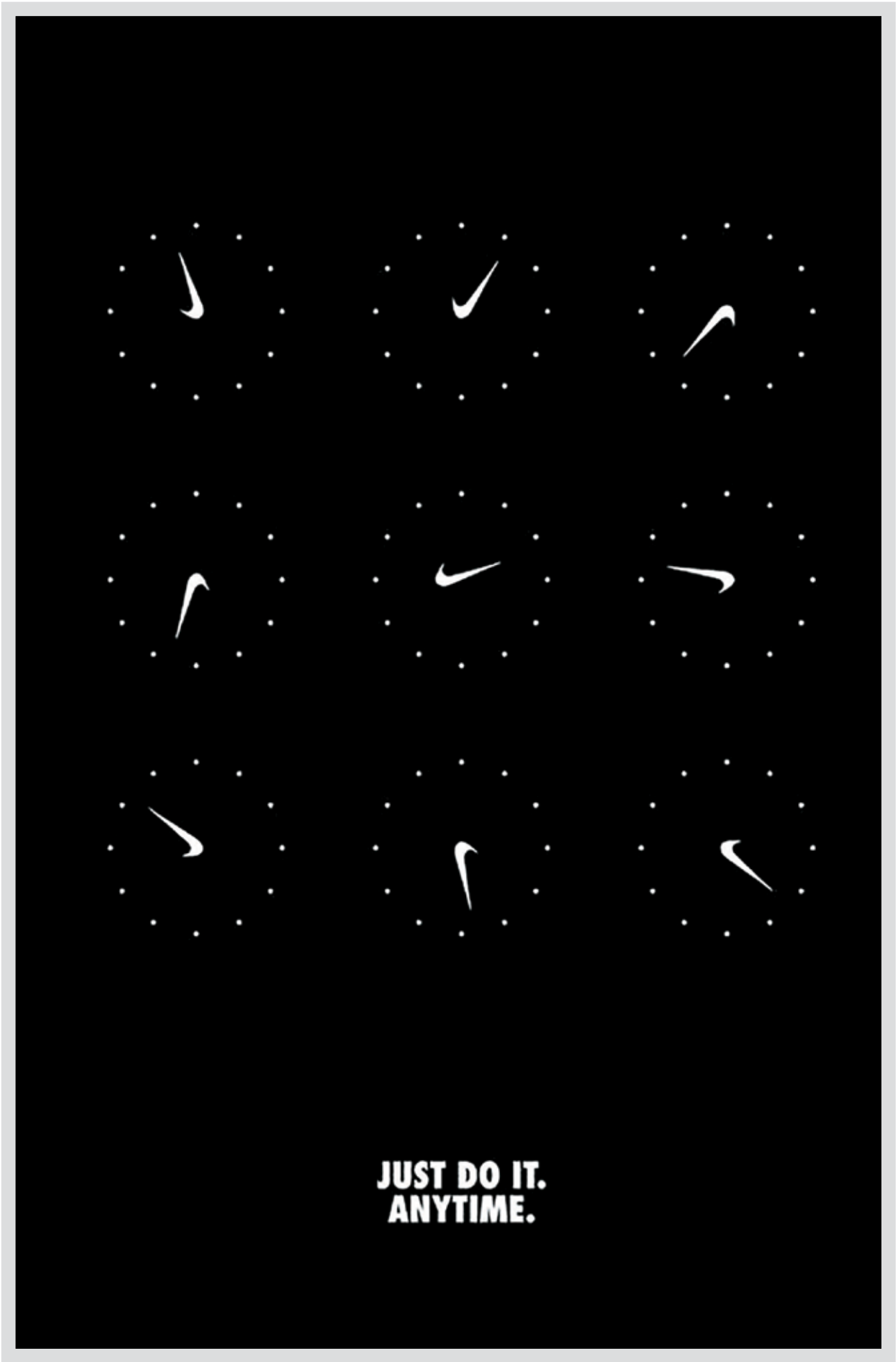
روابط عمومی: ۸۶۰۷۳۱۴۳ **فکس تحریریه:** ۸۸۸۲۷۱۱۲

سازمان آگهی ها:۸۶۰۷۳۳۱۲ **امور مشترکین:** ۸۶۰۷۳۱۴۳

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

WWW.FORSATONLINE.COM

INFO@FORSATONLINE.COM



۶ اقدام ساده که شما را به فردی باهوش تر تبدیل خواهد کرد

می تواند کاملا کارساز باشد.

۵-اجتماع

اگرچه ممکن است عجیب به نظر برسد، با این حال نتایج جدیدترین تحقیقات بیانگر آن است که حضور در اجتماعی و داشتن روابط اجتماعی مستحکم، عملکرد فوق العاده ای را بر روی کارکرد مغز داشته و باعث می شود تا زمینه گسترش افق دید، مهیا شود.

۶-عمل گرایی

این امر که دانسته های خود را از حالت تئوری خارج کرده و در عمل پیاده سازی کنید، از دیگر اقدامات بسیار خوب برای بهبود عملکرد ذهن و تبدیل شدن به فردی باهوش تر محسوب می شود. فراموش نکنید که بهترین یادگیری زمانی رخ خواهد داد که خودتان یک اقدام را انجام داده باشید. برای مثال هیچ فردی تا به امروز صرفا با مطالعه و مشاهده، به یک راننده توانا تبدیل نشده است.

در نهایت توجه داشته باشید که تغییر در برخی از عادت ها نیز به این مسئله کمک خواهد کرد. برای مثال به جای آنکه بیشتر زمان استراحت خود را به شبکه های اجتماعی و برنامه های تلویزیونی اختصاص دهید، به اقدامات مفیدی نظیر خواندن کتاب بپردازید. بدون شک با انجام این اقدامات، پس از مدتی شاهد بهبود عملکرد ذهن خود خواهید بود. این نکته را همواره به خاطر داشته باشید که ذهن نیز به مانند بدن انسان به استراحت، تغذیه و ورزش جهت قرار گرفتن در بالاترین سطح نیاز خواهد داشت.

منبع: inc.com

می شود، یا این حال میزان استفاده از آن به صورت مداوم، بسیار کم است. در این رابطه فراموش نکنید که امروزه با رشد تکنولوژی و ظهور اینترنت، شما صرفا به یک باشگاه محدود نبوده و می توانید سریعاً در این رابطه اقدام کنید. مدیتیشن نه تنها برای تقویت عملکرد ذهن مناسب است، بلکه آرامش فوق العاده ای را نیز به همراه دارد. در این رابطه فراموش نکنید که توجه به سلامت جسم نیز بسیار مهم خواهد بود. علت این امر به این خاطر است که دو بعد جسم و ذهن به صورت مستقیم بر روی یکدیگر تاثیر داشته و بهبود سلامت جسم، در عملکرد ذهنی شما نیز تاثیرگذار خواهد بود.

۳-کنجکاوی

هیچ گاه کنجکاوی خود را متوقف نکنید. این موضوع باعث خواهد شد تا ذهن همواره درگیر نگه داشته شود. درواقع یادگیری موارد جدید، بهترین تمرین برای ذهن محسوب شده و در کنار آن باعث می شود تا به دانسته ها و تجربیات شما افزوده شود. فراموش نکنید که برای پیشگیری از آلزایمر نیز توصیه می شود که همواره چیزهای جدیدی را یاد بگیرید. به همین خاطر تاثیر این اقدام، کاملا تضمین شده است.

۴-محیط

روزمرگی و تکراری شدن، به عملکرد ذهن تاثیر منفی ای را خواهد داشت. این موضوع خلاقیت را نیز نابود خواهد کرد که ناشی از یک ذهن پویا است. به همین خاطر ضروری است تا به صورت مداوم، محیط خود را تغییر دهید. در این رابطه حتما نیازی به اقدامات هزینه بر نبوده و حتی یک تغییر کوچک نیز

به قلم: نیل پیتل نویسنده و سخنران حوزه مدیریت، بازاریابی و فروش
مترجم:امیر آل علی

بدون شک هر فردی تمایل دارد از بقیه باهوش تر باشد، با این حال آیا تاکنون در این رابطه اقدامی را انجام داده اید؟ تصور اغلب افراد این است که هوش، مسئله ای است که میزان آن در بدو تولد تعیین شده و دیگر امکان رشد آن وجود نخواهد داشت، با این حال به نظر می رسد که این داده ها چندان هم قابل اعتماد نخواهد بود. درواقع همه چیز شما در مقایسه با زمان تولد، بهبودهای زیادی را داشته است و دلیلی وجود ندارد که این امر برای هوش شما، اتفاق نیفتاده باشد. با این حال شما می -توانید این سطح را به صورت مداوم نیز افزایش دهید، با این حال ما به دنبال راهکارهایی هستیم که هر فردی بتواند آنها را مورد استفاده قرار دهد. در این راستا به بررسی شش اقدام ساده که شما را به فردی باهوش تر تبدیل خواهد کرد، می -پردازیم.

۱-تغذیه

فعالیت ذهنی به شدت افراد را گرسنه خواهد کرد. تحت این شرایط اگر شما از مواد غذایی مناسبی استفاده نکنید، انرژی لازم به وجود نیامده و نمی توان انتظار داشت که مغر، بهترین عملکرد را داشته باشد. به همین خاطر تغییر عادت غذایی می تواند برای گام نخست، بسیار خوب باشد. در این رابطه مشورت گرفتن از یک مشاور تغذیه، بهترین راهکار ممکن خواهد بود.

۲-مدیتیشن

اگرچه همواره در رابطه با تأثیرات فوق العاده مدیتیشن صحبت