

حوزه عملیات بانکها، پول و اعتبار و حوزه بورس، سرمایه و سهام، حوزه اعتبارات و حوزه فعالیت، برپا شدن این تفکات در حوزه فعالیت، چنانچه که همواره در سطح مردم مطرح است، این است که با توجه به نیاز و وارد بورس شوند یا نه؟ برای پاسخ به این سوال، نخستین موردی که با بانکها می‌توانند به مردم وارد شوند یا نه تغییر در بازار سرمایه خواهد گشت. در این زمینه، موارد متعددی که در بازار سرمایه و فروش سهام و خرید و فروش سهام نوعی تجارت است که به سبختی می‌توان آن را از انواع عملیات بانکی محسوب کرد. اینکه یک بانک، منابع خود را در سهام می‌گذارد و مردم را در سهام سهام‌پسند، و به مردم و فروش سهام می‌پردازد، عملیات متعارف بانکی به معنای حقوقی آن نیست از این رو، به آنجا که به عنوان تشویق و جهت‌دهی و تکمیل سپرده‌گذاران مجاز، عنوان می‌شود عملیات مردم در سهام، به بازار سرمایه کشند. از این جهت، صادر نیز بانکها با توان مالی، بار و بارود به بازار سرمایه در عمل، دست‌رسان و از سایر رقبا می‌گیرند. از طرف دیگر، اصلی بازار سرمایه از طرف مردم است.

ادامه در صفحه ۱۵

روزنامه مدیریتی - اقتصادی

فرصت امروز

برای کسب و کار آفرینی

چرا رشد شاخص بورس در مرز یک میلیون واحد متوقف شد؟

عبور از مرز روانی بورس

برخی از کارشناسان، سطح یک میلیون واحدی را برای شاخص کل بورس، مرزی روانی می‌دانند که احتمالاً شاهد مقاومت‌هایی در این سطح باشیم. در آخرین روز فعالیت بازار سرمایه در هفته گذشته، شاهد...

چگونه می‌توان به بقای کسب و کارهای خرد و کوچک در بحران کرونا کمک کرد؟

جدال کرونا و کارآفرینی

طبق آخرین گزارش «پدیده‌بان جهانی کارآفرینی»، ایران در سال ۱۳۹۸ به لحاظ شاخص کارآفرینی نوبا از بین ۵۰ کشور جهان در رتبه ۲۶ قرار دارد که دو رتبه پایین‌تر از رتبه سال ۱۳۹۷ است. همچنین ایران از نظر شاخص قصد کارآفرینانه در جایگاه یازدهم جهان ایستاده که بهترین رتبه ایران در سال گذشته است، اما در این بین از ۲۷ درصد شهروندان ایرانی در صدد امانداری کسب و کاری جدید در سه سال آتی هستند که فقط ۳۰ آنها معتقدند راه‌اندازی کسب و کار، آسان است. ایران از این لحاظ جایگاه خوبی ندارد و در رتبه ۴۵ بین ۵۰ کشور دنیا ایستاده است. این چشم‌انداز کارآفرینی حالا به واسطه شیوع کرونا کاملاً تحت‌الشعاع قرار گرفته و ویروس کووید-۱۹ اقتصاد جهانی را وارد مرحله‌ای تازه و پی‌سابقه از حیث خود کرده است. اقتصاددانان و مفتی‌القول معتقدند که رکود اقتصادی ناشی از شیوع کرونا به‌مراتب عمیق‌تر از بحران مالی سال ۲۰۰۸ و رکود بزرگ دهه ۱۹۳۰ است. گویا همچنین باعث بیکاری و تعطیلی اغلب کسب و کارها شده و طبق تخمین سازمان...

آیا عرضه سهام شرکت‌های دولتی به روش ETF خصوصی‌سازی است؟

مجادله ETF

مدیریت و کسب و کار



بحران داخلی در آمازون

- ۳ راهکار کلیدی برای نگهداشت کارمندان ارزشمند
- ۱۷ نشانه میلیونر شدن
- ۳ راه تبدیل شدن به یک کارآفرین خستگی ناپذیر
- تاثیر ویروس کرونا بر روی تبلیغات برندهای بزرگ
- بازاریابی بهتر با تحلیل عملکرد رقبا
- گام‌های استفاده موثر از شبکه‌های اجتماعی

人 己 己

بانک پاسارگاد ۳۵۰ هزار ماسک N۹۵ و ۱۰ هزار لباس مخصوص بیماران کرونایی اهدا کرد

حمایت بانک یاسارگاد از تولید واکسن و داروی کووید ۱۹

راهرکار مناسبی برای سایر سازمان‌ها و دستگاه‌های اجرایی برای صیانت از سرمایه انسانی خود باشد که پیشنهاد دادم این اقدام به صورت یک برنامه مدون به ستاد داده شود تا بتوانیم به‌عنوان یک تجربه خوب در اختیار سایر سازمان‌ها قرار دهیم. او توجه کرد: نکته دیگری که با اختیار پاسارگاد توافق شد، اختصاص یک بودجه پژوهشی برای حمایت از فناوری‌های نوین در زمینه تشخیص و درمان بیماری کووید ۱۹ است. ارائه داروهای جدید، تست‌های غربالگری، ایجاد روش‌های نوین، انجام تست‌های تشخیصی، مداخلات درمانی و در نهایت تهیه واکسن از موارد این توافق بود. بانک پاسارگاد آماذگی خود را برای حمایت از این بخش‌های اعلام کرده که خبر بسیار امیدبخشی است. استمرار این حمایت‌ها می‌تواند پشتیبان تیم‌های درمانی و تحقیقاتی ما در مقابله با کرونا باشد و علاوه بر آنکه این حمایت‌ها اثرات خوب و روحیه‌بخشی برای تیم‌های درمانی دارد، می‌تواند الگوی خوبی برای سایر سازمان‌ها باشد. به گفته زالی، حمایت‌های گروه مالی پاسارگاد از همکاران و روزهایی آغازین و از کم کم کانون پیرانی شایع بود، آغاز شد. استفاده از این فنی‌های پزشکی از راه دور و سیستم تلمذدینس در شش نقطه از این شهرستان، از جمله اقدامات این گروه مالی بود که طبق گزارش‌ها، بخش عمده‌ای از بار مراجعه به بیمارستان‌ها و مراکز درمانی را در روزهای پرتراکم اولیه کاهش داد. متخصصان در گروه پاسارگاد دستگاهی را ابداع کرده‌اند که پزشک از راه دور بتواند برخی از پارامترها را از کبند نوار قلب، وضعیت تنفسی، صدای ریه و معاینات بالینی بررسی کند. می‌تواند به عنوان یک الگوی جدیدی از مداخلات طبیی مورد توجه قرار گیرد. فرمانده ستاد مقابله با کرونا در تهران در انتها گفت: در بحران کرونا سختی‌هایی داشته‌ایم، ولی در کنار این نکات تلخ، مسائل شیرینی مثل همبستگی‌های اجتماعی و انسجام در بین گروه‌های مردمی را شاهد بوده‌ایم. نکته دیگر، بحث خلاقیت و نوآوری است و اینکه جوانان در سایه کرونا دست به اقدامات نوآورانه برند.

مقابله با کرونا در کلانشهر تهران، با تبریک ماه مبارک رمضان از مدیریت گروه مالی پاسارگاد به دلیل اقدامات مؤثر این مجموعه تشکر کرد و گفت: بسیار خوشحال هستم که امروز در راستای ایفای مسئولیت‌های اجتماعی گروه مالی پاسارگاد، بخش قابل توجهی از کمک‌های تخصصی اقدامات حفاظتی در بیمارستان‌ها و مراکز بهداشتی و درمانی تخصیص داده شده است. این بخشی از جریان پیوسته کمک‌های گروه مالی پاسارگاد است که از همان روزهای آغازین توسط این گروه ارائه شده است. به گفته زالی، حماسه جدیدی در عرصه ارائه خدمات پزشکی از زمان شیوع کرونا در کشور شکلی گرفته و امروز جامعه پزشکی ما تا بلایی روزی از رشادت در خدمات‌رسانی را به تصویر کشیده است. او با بیان اینکه نظام‌های اقتصادی و مالی کشور در این مسیر بسیار مشارکت کردند، ادامه داد: عمده‌ا مشارکت حمایتی و لجستیکی همواره شکل غیرمستقیم داشته است، اما اقداماتی مثل مشارکت بانک پاسارگاد برای ساخت بیمارستان، مدل متفاوتی از حمایت از سیستم سلامت است. این سرمایه‌گذاری‌ها مانند مسئولیت اجتماعی است. این حمایت‌ها، دفاع از تیم پزشکی در خط مقدم مبارزه با کرونا است. در مبارزه با کرونا یکی از مهم‌ترین فاکتورها این است که تیم پزشکی احساس خطر نکند و تجهیزات پزشکی مناسب، قوت قلبی برای کادر درمانی است. فرمانده ستاد عملیات مقابله با کرونا در کلانشهر تهران افزود: در حال حاضر با کمک وزارت بهداشت و تلاش دانشگاه‌های علوم پزشکی سراسر کشور، در زمینه تأمین وسایل حفاظتی و وضعیت مطلوب‌تری نسبت به روزهای آغازین بحران داریم، اما با توجه به استمرار این بیماری و افزایش مراجعات، تیم‌های درمانی و بهداشتی مانند سابق نیازمند استفاده از وسایل حفاظتی هستند که می‌توانیم به‌همین این‌ها را به طریق مشابه آنچه امروز از بانک پاسارگاد شاهد هستیم، تأمین کنیم. دکتر زالی ادامه داد: بانک پاسارگاد اقدام بسیار شایسته‌ای را در پیش سرمایه‌انسانی خود، بیماررایی و حمایت‌های موردنیاز از آنها انجام داده است. این اقدام می‌تواند به عنوان یک الگو،

۳۰ مدرسه را تقبل کرد که چنانچه با ویروس کرونا مواجه نمی‌شدیم. بسیاری از این مدارس تاکنون به بهره‌برداری رسیده بود. او درخصوص اقدامات بانک پاسارگاد در دوران شیوع کووید ۱۹ نیز گفت: بانک پاسارگاد از ابتدای وقوع بحران کرونا، سعی کرده در حد توان خود، تجهیزات مورد نیاز برای حمایت و حفاظت از کادر درمان و همچنین عموم مردم را فراهم کند و در همین راستا خدمات خاصی را ارائه داده است. به عنوان مثال، ایجاد امکان ویزیت مجازی مردم از طریق سیستم تله‌مدیسن، ارسال تجهیزات محافظتی کادر درمان و همچنین راه‌اندازی مرکز پایش سلامت توسط شرکت نسیم سلامت پاسارگاد. برای ارائه خدمات به همکاران در نظام بانکی از جمله این اقدامات است. قاسمی با بیان اینکه به دلیل ارتباط مستقیم همکاران نظام بانکی با مردم، میزان شیوع کرونا در بین این عزیزان بسیار بالاست، گفت: از بین تعداد بسیار زیاد مبتلایان در نظام بانکی، ۸۰ نفر از همکاران در مسیر ارائه خدمات به هم‌میهنان به این بیماری مبتلا و به شهکدار رسیدند. مرکز پایش سلامت همکاران در بانک پاسارگاد با هدف کاهش مراجعه به بیمارستان‌ها و مراکز درمانی ایجاد شده و با این اقدام شرایطی را فراهم کردیم که به نوبه خود بار اضافی بر دوش کادر درمان نباشیم و از طرفی برای همکارانمان در بانک و گروه مالی پاسارگاد امنیت خاطری برای ارائه خدمات به بهترین شکل ممکن ایجاد کنیم. همچنین امروز نیز در بخشی دیگر از خدمات‌های گروه مالی پاسارگاد، ۳۵۰ هزار ماسک N۹۵ و ۱۰ هزار لباس مخصوص ویزیت بیماران کرونایی به کلیه دانشگاه‌های علوم پزشکی در سراسر کشور اهدا کردیم.

مدیرعامل بانک پاسارگاد در پایان گفت که این بانک آمادگی خود را برای حمایت مالی از تولید واکسن کرونا، داروهایی که برای تشخیص این بیماری نیاز است و به‌طور کلی حوزه‌هایی که می‌تواند در خدمت فناوری این کار باشد، اعلام می‌کند.

در مراسمی با حضور دکتر علیرضا زالی، فرمانده ستاد عملیات مقابله با کرونا در کلانشهر تهران و دکتر مجید قاسمی مدیرعامل بانک سارگاد، ۳۵۰ هزار ماسک N۹۵ و ۱۰ هزار لباس مخصوص بیماران نوایی به دانشگاه‌های علوم پزشکی اهدا شد.

به گزارش تابناک، مدیرعامل بانک پاسارگاد در این مراسم از حمایت‌های و معنوی از هر پروژه تحقیقاتی و تولیدی برای ساخت واکسن-
باروی کرونا خبر داد و گفت: از ابتدای تأسیس بانک پاسارگاد
خصوصی مسئولیت اجتماعی برنامه جدی داشتیم و نخستین شرکت
خوب هستیم که هر سال در کنار ترازنامه، گزارش مسئولیت اجتماعی
بود را نیز منتشر کرده‌ایم. دکتر قاسمی با بیان اینکه شواهد و
سی‌های داخلی و بین‌المللی نشان می‌دهد، جامعه پزشکی و درمانی
سور عملکرد قابل قبولی داشته‌اند، ادامه داد: ما در حوزه بهداشت
درمان طی چند سال اخیر ظرفیت‌هایی را اضافه کرده‌ایم. به طور
ال در ماوریتی که با هماهنگی و وزارت بهداشت برای گروه مالی
قرار گرفت تعریف کرده‌ایم، قرار است حدود ۷ هزار تخت بیمارستانی را
قالب شهرک‌های سلامت در نقاط مختلف کشور بسازیم.

به گفته قاسمی، ساخت اولین بیمارستان شهرک سلامت در حال
ضر در شهرستان قم آغاز شده و پیشرفت قابل توجهی داشته است.
تمام این مراکز قرار است ۶۰ درصد از تخت‌ها با تعرفه‌های دولتی
۴۰ درصد با تعرفه‌های غیردولتی ارائه شود تا مردم بتوانند به طور
آسان به کلیه امکانات این مراکز استفاده کنند. مدیرعامل بانک
پارسیا ضمن دعوت از دکتر زالی برای بازدید از این مرکز در شهر قم
در مرحله تکمیل به سر می‌برد، گفت: ۶۵۰ تخت این بیمارستان
مرحله نخست به بهره‌برداری خواهند رسید. همچنین در شهرهای
تهران، کرج، اهواز و تهران در حال ساخت بیمارستان با ظرفیت
۱۵۰ تختخواهد هستیم که ۵۰ تخت به بیماراران جراحی و سرطانی
تخصصی خواهد داشت. دکتر قاسمی با بیان اینکه در خیابان سیل
گذشته ۱۱۰ مدرسه و پیران شد، افزود: گروه مالی پارسیا در ساخت

کارنامه کارآفرینی «تکنوسر» در شیلی و نیکاراگوئه

کارآفرینی در شرایط بحران

الگوی کارآفرینی «تکنوسر» بر چهار ویژگی انطباق دقیق، رویکرد بازارمحور، توسعه ظرفیت‌های موثر و یادگیری مداوم استوار است و این سازمان تخمین زده که به لطف همین برنامه‌های کارآفرینی، ۴۵ هزار نفر در سال ۲۰۱۹ میلادی توانسته‌اند ۶۷ میلیون دلار بیشتر درآمد کسب کنند.

سبک کارآفرینی «تکنوسر» بر تعاملی چندسویه با دولت‌ها و شرک‌ها استوار است و سازمان «تکنوسر» با بنگاه‌های بزرگ و موسسات چندجانبه همکاری کرده تا از کارآفرینان در جغرافیای متنوعی از زندگی کارآفرینی پشتیبانی کند؛ به‌عنوان مثال، به کارآفرینان جوان در مناطق روستایی آفریقا کمک می‌کند تا مشاغل جدیدی را شروع کنند، از شرکت‌های قدیمی آمریکای لاتین در راستای افزایش رشد و تاثیرگذاری آنها پشتیبانی می‌کند، به تولیدکنندگان مواد غذایی در آفریقا یاری می‌رساند تا کسب و کار خود را گسترش دهند و محصولات بیشتری از کشاورزان خرده‌پا تهیه کنند، به صاحبان مغازه‌های کوچک کمک می‌کند تا کسب و کار و سودآوری خود را بهبود بخشند و... .

تجربه کارآفرینی «تکنوسر» در شیلی و نیکاراگوئه

«تکنوسر» در تشریح راهبردهای کارآفرینی در عبور از بحران کرونا به تجربیاتش در کشورهای نیکاراگوئه و شیلی اشاره می‌کند و می‌گوید که بسیاری از درس‌هایی که در گزارش «کرونا و کارآفرینان در جهان در حال توسعه» منعکس شده، براساس تجربیات این سازمان در نیکاراگوئه و شیلی در جریان بحران‌های اخیر است. در نیکاراگوئه، درگیری بین دولت و خیل عظیم جمعیت نارضی در آوریل سال ۲۰۱۸ میلادی به اوج خود رسید و از آن زمان تاکنون به درجات مختلف ادامه داشته است. در شیلی نیز ناآرامی‌های اجتماعی از اکتبر سال ۲۰۱۹ آغاز شده است. در هر دو کشور، این ناآرامی‌های ناگهانی، چالش‌های متعددی را برای کسب و کارهای خرد و کوچک به وجود آورده است، نظیر عدم اطمینان و فشار روانی، درسرهای کارآفرینان و کارکنان آنها برای رفتن به سر کار و انجام وظایف خود، اختلال در زنجیره عرضه و تغییر در تقاضا و توانایی مشتری‌ها برای دسترسی فیزیکی به کالاها و خدمات. در حالی که این بحران‌ها در نیکاراگوئه و شیلی، چالش‌های جدی و بزرگی برای کارآفرینان به وجود آورده، تجربیات «تکنوسر» نشان می‌دهد که حمایت به‌خوبی هدف‌گذاری‌شده می‌تواند تفاوتی اساسی در کسب و به‌بقای کسب و کار‌ها ایجاد کند. برای مثال در کشور نیکاراگوئه، اتاق صنایع برآورد کرده‌است که در حدود ۳۰الی ۴۰درصد از کسب و کارهای خرد و کوچک در جریان این ناآرامی‌ها از بین رفته‌اند، اما میزان بقای کسب و کارهایی که در برنامه «ام لوسا تو امپر سا» (کسب و کارتان را رونق بدهید) مشارکت داشته‌اند، ۸۷درصد بوده است.

اما به موازات بروز چالش‌های جمعی در مسیر کارآفرینی و اهمیت جامعه‌شناسی کارآفرینی، چالش‌های شخصی و روان‌شناسی کارآفرینان نیز مهم است.نیازهای عاطفی کارآفرینان، یکی از مبرم‌ترین نیازهاست و کارآفرینان نیز همانند عموم مردم در بحران کرونا ممکن است احساس شکست، آشفتگی و سرخوردگی کنند. از آنجا که این احساسات منفی می‌تواند چالشی جدی برای کسب و کارها پدید بیاورد و به تعبیر «تکنوسر» حتی به «فلج تحلیلی» منجر شود، لازم است که نیازهای عاطفی جدید کارآفرینان رفع شود و این مسئله به ایجاد فضای روانی امن برای کارآفرینان بسته است.

همانطور که در متن گزارش «تکنوسر» آمده، حمایت عاطفی تنها برای کارآفرینان مهم نیست، بلکه برای پرسنل و کارکنان نیز مهم است. همه‌گیری کرونا در حال حاضر برای همگی ما وضعیتی دشوار و ترسناک را رقم زده است، بنابراین ایجاد فضایی برای اعضای گروه که در مورد احساسات خود سخن بگویند، راهگشا و مفید فایده است. کار کردن کارآفرینان در شرایط بحرانی می‌تواند سطح بیشتری از فشار روانی را پدید بیاورد، بنابراین این مسئله که در شرایط کنونی حمایت بیشتری از مشاوران کسب و کارها به عمل بیاید، امری مهم و ضروری به نظر می‌رسد. جالب است که «تکنوسر» در طراحی برخی از این برنامه‌ها از روان‌شناسان و کارشناسان دیگر نیز کمک گرفته است، چنانچه در شیلی، یکی از برنامه‌های این سازمان، ایجاد «کلینیک‌های موارد بحرانی» برای پشتیبانی از مشاوران در راستای تحقق توصیه‌های آنها و جلوگیری از افتادن تمام بار مشکلات بر دوش کارکنان بوده است.

مدیریت موفق آدلیا مدینا در نیکاراگوئه

«تکنوسر» در تشریح سوسمین مرحله از راهبرد سه‌گانه خود یعنی تعامل در اکوسیستم کارآفرینی، به مقاومت آدلیا مدینا در نیکاراگوئه اشاره می‌کند و می‌نویسد: هنگامی که ناآرامی‌های سیاسی در نیکاراگوئه باعث راندن‌ان‌های سنگین در اکثر خیابان‌ها شد، شرکت «لاس دلیسیاس» که تولیدکننده پنیر بود، تلاش می‌کرد هم شیر را از روستاهای مختلف تهیه کند و هم پنیر تولیدی خود را به دست خریداران برساند. آدلیا مدینا، مدیر شرکت «لاس دلیسیاس»، مشکل اول را به‌واسطه تحکیم روابط خود با کشاورزان در زنجیره عرضه حل کرد و برای آنها نهاده‌های کشاورزی و محصولات دیگری فراهم کرد تا مطمئن شود آنها علی‌رغم مشکلات حمل و نقل، به فروش خود به این شرکت ادامه می‌دهند. او همچنین با کمک برنامه «کسب و کارتان را رونق بدهید» سعی کرد هزینه‌هایش را پایین بیاورد و به اصلاح فرآیند تولید، حسابداری مناسب، فروش فراورده‌های لبنی و شناسایی شبکه‌های جدید فروش دست زد. آدلیا مدینا با کمک راهبردهای «تکنوسر» توانست فروش شرکتش را ۲۲درصد بالا ببرد و سودآوری «لاس دلیسیاس» را دوچندان کند. مدینا در این باره گفت که «من از این برنامه چیزهای زیادی آموختم‌ه، اما برنامه‌ریزی و سازماندهی مفیدتر از بقیه بوده‌اند. این امر، اطمینان خاطر بیشتری نسبت به برنامه‌هایم پدید آورد، زیرا می‌توانستم این مسئله را درک کنم که چه اتفاقی باید در یک تجارت موفق رخ بدهد.»

به گفته «تکنوسر»، بیماری کرونا، جدیدترین چالش دنیای کارآفرینی است و قاعدتا همه برنامه‌هایی که سعی می‌کنید برای واکنش آن به کار ببندید، جواب نخواهد داد. نکته مهم، مطمئن شدن از داشتن سیستم‌هایی است که برای سنجش نتایج و به دست آوردن آگاهی‌های کلی به کار می‌روند. این بینش‌ها می‌توانند به شما در شناسایی برنامه‌های کارآمد و ناکارآمد و اصلاح برنامه‌ها کمک کنند تا بتوانید آنها را به برنامه‌های مؤثرتری بدل کنید و مجموعه‌ای آموزشی و آگاهی‌بخش را برای آمادگی در مقابل بحران‌های آتی ایجاد کنید.

چگونه می‌توان به بقای کسب و کارهای خرد و کوچک در بحران کرونا کمک کرد؟

جدال کرونا و کارآفرینی



به بخش‌هایی که کمتر تحت تأثیر این بحران قرار دارند، گذار کنند. این مسئله غالباً بین مشاغل مرتبط اتفاق می‌افتد و در صورتی که یک کسب و کار از منابع و مهارت‌های لازم برخوردار باشد، می‌تواند بین بخش‌ها جابه‌جا شود؛ نظیر مثالی که در مورد تغییر شغل پیشخدمت رستوران به پیک غذا اشاره شد. مثال دیگری که «تکنوسر» اشاره می‌کند، یک تولیدکننده صنایع دستی در کشور نیکاراگوئه است که به دنبال کاهش تقاضا در صنایع دستی به تولید مواد غذایی روی آورده است.

کارآفرینان همچنین با کمک «تکنوسر» توانسته‌اند شبکه‌های جدید فروش و توزیع را شناسایی کنند و نیازهای مصرف‌کنندگان را از طریق روش‌هایی چون بازاریابی آنلاین و تحویل درب به درب برآورد کنند. از سوی دیگر، آنها کسب و کار خود را به مکانی امن برای خریدار تبدیل کرده‌اند، چنانچه خرده‌فروشان از طریق عدم استفاده از پول نقد و در دسترس قرار دادن ضدعفونی‌کننده‌ها به این همه‌گیری واکنش نشان داده‌اند.

چگونگی پشتیبانی از راه دور، از گذشته تاکنون

بیماری کرونا، تنها کسب و کارها را دچار اخلال نکرده، بلکه نحوه حمایت سازمان‌هایی چون «تکنوسر» از کارآفرینان را هم دچار اخلال کرده است. از آنجایی که محتوای برنامه‌ها، بسته به دیدگاه کارآفرینان تغییر می‌کند، باید نحوه ارائه آنها نیز متحول شود. همان موانع و محدودیت‌هایی که خریداران را از رفتن به فروشگاه‌ها بازمی‌دارد، مشاوران کسب و کارها را هم از دیدار کارآفرینان منع می‌کند بنابراین یافتن به‌موقع راه‌های مؤثر برای پشتیبانی از راه دور از کارآفرینان، بسیار مهم است. سازمان «تکنوسر» به‌واسطه تحقیقاتی که به‌تازگی درباره نحوه حرکت از روش‌های گذشته پشتیبانی به شیوه‌های از راه دور، انجام داده، معتقد است که پشتیبانی باید منعکس‌کننده چهار اصل باشد: دسترسی، اعتبار، ارتباط و التزام.

به اعتقاد «تکنوسر»، تجربیات‌مان در یک بحران به ما می‌آموزد که زمانه بحران، زمانه ارائه راه‌حل‌های سفارشی یا معرفی بسترهای پیچیده نیست؛ بهتر است از ابزارهایی که کارآفرینان پیشتر نیز از آنها استفاده کرده‌اند، بهره گرفته شود. در نیکاراگوئه و شیلی، آموزش به وسیله ترکیبی از ویدئوکنفرانس در برنامه‌هایی چون اسکایپ؛ پیام‌رسان‌هایی همانند واتس‌اپ و تماس تلفنی صورت گرفت. اگر برنامه شما از قبل دارای بستر کاری است که مورد پذیرش کارآفرینان قرار گرفته، بهتر است از آن استفاده کنید؛ همچنین جلسات از راه دور را برای تقریباً ۱۰ شرکت‌کننده محدود کنید تا جلسات تعاملی و مشارکتی باشد. در جاهای دور از دسترسی هم که کارآفرینان به تلفن یا اینترنت دسترسی ندارند، از برنامه‌های رادیویی برای تقویت و ترویج پیام‌های خود استفاده کنید.

سرانجام از آنجا که ظرفیت و میزان توجه در پشتیبانی از راه دور، کمتر از مشاوره حضوری است، ضروری است که جلسات مشاوره کوتاه‌تر شود. «تکنوسر» پیشنهاد می‌دهد که مدت‌زمان وینتارها را به یک ساعت محدود کنید، اما این جلسات را با دیگر مطالب آموزشی مانند ویدئوها و متن‌های کوتاه تکمیل کنید؛ همچنین کل زمانی که کارآفرینان باید در فعالیت‌های مرتبط با آموزش‌های آنلاین شرکت کنند را به ۲,۵ ساعت در هفته محدود کنید و مرتباً با کارآفرینان تماس بگیرید تا مشارکت کارآفرینان در این برنامه‌ها مطمئن شود.

تعامل چند سویه در اکوسیستم کارآفرینی

در نهایت، سوسمین مرحله از مراحل سه‌گانه «تکنوسر» به تعامل در اکوسیستم کارآفرینی اختصاص دارد. از آنجا که اپیدمی کرونا، چالشی جدید برای کسب و کارهای خرد و کوچک است و هیچ سازمان واحدی پاسخی برای چگونگی پرداختن به آن ندارد، بنابراین پی‌ریزی مشارکت و برقراری گفت‌وگو مستمر میان سازمان‌های اجرایی، دولت‌ها، بنیادهای اعطاکندنده کمک‌های مالی، بخش خصوصی و سازمان‌های غیردولتی در اکوسیستم کارآفرینی، اهمیتی بیش از پیش یافته است. «تکنوسر» در این تعامل چند سویه پیشنهاد می‌دهد که راه‌ها و شیوه‌های مؤثر را شناسایی کرده و سازگاری و تطابق خود را در طول همه‌گیری جهانی کروناوبروس تقویت کنید؛ سازمان‌های خود را برای بروز بحران‌های آینده آماده کنید؛ برای سازمان‌ها اطلاعات کاربردی و واقعی فراهم کنید تا در فرآیند اعطای کمک‌هزینه‌های مالی از آنها استفاده کنند؛ به مؤسسات مالی و بازبگران بخش خصوصی کمک کنید تا خدمات خود را با وضعیت دشوار کسب و کارهای خرد و کوچک تطابق دهند؛ سیاست‌هایی را که از کارآفرینان در مواقع بحران حمایت می‌کنند، تقویت کنید و ارتباط سیاست‌ها و رویه‌های جدید دولت با کارآفرینان را تسهیل کنید.

بازاندیشی قرار دهند، زیرا پس از عبور از بحران مجدداً می‌توان تمرکز بر روی رشد را از سر گرفت. نخستین گام نیز تصمیم‌گیری در راستای تمرکز بر بقای کسب و کارهاست و این تمرکز موجب هدایت برنامه‌های خدمات مشاوره‌ای به این سمت و سو می‌شود.

«تکنوسر» براساس تجربیات خود در کشورهای نیکاراگوئه و شیلی پیشنهاد می‌کند که با کسانی که کمک مالی می‌کنند، شروع به گفت‌وگو کنید. بدون فوت وقت سراغ کارآفرینان بروید و به آنها بگویید که پروژه همچنان به حمایت شما نیاز دارد تا بحران سپری شود. به دفعات از کارآفرینان شنیده شده که یکی از بزرگ‌ترین کمک‌ها، آرامش خاطر از این دغدغه بود که کسی هست که به آنها در این روزگار بحرانی یاری برساند. آخرین پیشنهاد در این بخش نیز اتحاد و اجماع همه دست‌اندرکاران برنامه از جمله مشاوران کسب و کارها و دیگران حول محور اهداف جدید است.

مرحله دوم راهبرد «تکنوسر»، انطباق برنامه‌ها متناسب با نیازهای جدید است، چراکه گذار از جهت‌گیری رشدمحور به بحران‌محور، پیامدهای مهمی برای برنامه‌ها به همراه دارد بنابراین پروژه‌های کارآفرینی سازمان «تکنوسر» به کسب و کارهای کوچک کمک می‌کند تا مهارت‌هایی را کسب کنند، مدیریت بهتری در مورد امور مالی خود داشته باشند و به دنبال فرصت‌های جدید در بازارها باشند. در طول بحران کرونا، این اهرم‌ها کماکان واجد اهمیتند، اما هر کدام نیازمند آن هستند که با نیازهای متغیر کارآفرینان تطابق پیدا کنند. برمبنای گفت‌وگوهای اولیه با کارآفرینان، برنامه‌ها می‌توانند خدمات مشاوره‌ای حساب شده و سنجیده‌ای ارائه دهند.

همچنین به اعتقاد «تکنوسر» یکی از مبرم‌ترین نیازها، پرداختن به نیازهای عاطفی جدید کارآفرینان است. هنگامی که با بحرانی مانند همه‌گیری کرونا مواجه‌ایم، کارآفرینان همانند دیگران ممکن است احساس شکست، آشفتگی و سرخوردگی کنند. این حس‌ها حتی می‌تواند به چالشی برای کسب و کارها بدل شود، چراکه کارآفرینان و کارکنان آنها با نوعی از «فلج تحلیلی» مواجه می‌شوند که آنها را از گرفتن تصمیم مهم باز می‌دارد. «فلج تحلیلی» به تحلیل بیش از حد شرایط یا فکر کردن بیش از اندازه به آن گفته می‌شود که در نهایت به بی‌تصمیمی یا فقدان اراده برای تصمیم‌گیری منتهی می‌شود بنابراین برنامه‌ها ملزم به رسیدگی به این نیازهای روان‌شناختی هستند. آنها می‌توانند این‌کار را با ایجاد یک فضای امن برای کارآفرینان فراهم کنند تا آنها تجربیات و نگرانی‌های خود را به اشتراک بگذارند و روحیه خود را بالا ببرند.

از مدیریت مالی تا بازبینی الگوی کسب و کارها

داشتن تصویری شفاف از وضعیت مالی یک کسب و کار و امکان تصمیم‌گیری عقلایی برمبنای اعداد و ارقام، همیشه مهارت مهمی است و در مواقع بحران گریزناپذیر به نظر می‌رسد. «تکنوسر» نکته‌های مهمی را در این زمینه به کارآفرینان گوشزد می‌کند: وضعیت مالی کسب و کار خود را در شرایط فعلی و با تمرکز خاص بر روی نقدینگی ارزیابی کنید؛ نقطه تعادل (سربه‌سر) کسب و کارها را تحلیل کرده و تاثیرات مالی سناریوهای مختلف را مورد سنجش قرار دهید؛ هر امکانی برای صرفه‌جویی در هزینه‌ها را در راستای کمک به بقای کسب و کارها مورد بررسی قرار دهید؛ به‌منظور به حداکثر رساندن فروش و افزایش جریان نقدینگی از افزایش بهای محصولات و خدمات منتخب خودداری کنید؛ اطلاعات مربوط به کمک‌های دولتی، کمک هزینه‌ها و تعویق‌های مالیاتی را جمع‌آوری کنید. در مورد شرایط، انعطاف‌پذیرتر با عرضه‌کنندگان مذاکره کنید؛ ابتکارعمل‌های بانکی که از انعطاف‌پذیری بیشتری در بازپرداخت وام‌ها برخوردارند و سایر برنامه‌هایی را که توسط بخش خصوصی و جامعه مدنی برای کمک به کسب و کارهای کوچک ارائه شده‌اند، شناسایی کنید.

«تکنوسر» همچنین این نکته را یادآور می‌شود که تصمیم به اخراج کارگران از جانب کارآفرینان برای بقای کسب و کارشان، تصمیمی دشوار و عذاب‌آور است. بنابراین «تکنوسر» به کارآفرینان توصیه می‌کند تا جایی که ممکن است فرصت‌هایی را برای جابایی دوباره کارکنان در نقش‌هایی جدید و اثرگذار بیابند (برای نمونه، تغییر پیشخدمت به پیک غذا در رستوران‌ها) و به این وسیله از اخراج کارکنان کلیدی و به مخاطره انداختن سودآوری بلندمدت شرکت جلوگیری کنند.

از سوی دیگر، کارآفرینان توانایی زیادی در شناسایی رویکردها، محصولات و خدمات جدیدی دارند که نیازها و تمایلات خرید مصرف‌کنندگان را در هنگام بروز بحران، تأمین می‌کنند. «تکنوسر» می‌نویسد که برنامه‌ها باید این نوع از نوآوری‌ها را تشویق کنند و سپس ادامه می‌دهد که کارآفرینان به‌واسطه کمک‌های این سازمان توانسته‌اند از بخش تولید و خدمات (که با کاهش شدید در تقاضا روبه‌رو هستند)

ایمان‌ولی‌پور

ایمیل:IvanKaramazof@yahoo.com

طبق آخرین گزارش «دیده‌بان جهانی کارآفرینی»، ایران در سال ۱۳۹۸ به لحاظ «شاخص کارآفرینی نوپا» از بین ۵۰ کشور جهان در رتبه ۲۶ قرار دارد که دو رتبه پایین‌تر از رتبه سال ۱۳۹۷ است. همچنین ایران از نظر «شاخص قصد کارآفرینانه» در جایگاه یازدهم جهان ایستاده که بهترین رتبه ایران در سال گذشته است، اما در حالی بیش از ۳۷درصد شهروندان ایرانی در صدد راه‌اندازی کسب و کاری جدید در سه سال آتی هستند که فقط ۳۰ آنها معتقدند راه‌اندازی کسب و کار، آسان است. ایران از این لحاظ جایگاه خوبی ندارد و در رتبه ۴۵ از بین ۵۰ کشور دنیا ایستاده است.

این چشم‌انداز کارآفرینی حالا به‌واسطه شیوع کرونا کاملاً تحت‌الشعاع قرار گرفته و ویروس کووید-۱۹ اقتصاد جهانی را وارد مرحله‌ای تازه و بی‌سابقه از حیات خود کرده است. اقتصاددانان متفق‌القول معتقدند که رکود اقتصادی ناشی از شیوع کرونا به‌مراتب عمیق‌تر از بحران مالی سال ۲۰۰۸ و رکود بزرگ دهه ۱۹۳۰ است. کرونا همچنین باعث بیکاری و تعطیلی اغلب کسب و کارها شده و طبق تخمین سازمان جهانی کار، ۱۸درصد شاغلان در سراسر جهان تاکنون تحت تاثیر پیامدهای کرونا قرار گرفته‌اند. در این میان، راهبرد کارآفرینان برای عبور از بحران کرونا و در امان ماندن کسب و کارها از آسیب‌های آن، به سرفصل مشترک اندیشکده‌های کارآفرینی تبدیل شده است.

درس‌های کارآفرینی در دل بحران کرونا

در همین راستا، سازمان «تکنوسر» در گزارش تازه خود با عنوان «کرونا و کارآفرینان در جهان در حال توسعه» که در مارس ۲۰۲۰ منتشر کرده، به شیوه حمایت از کسب و کارها با شیوع کرونا پرداخته و از تنظیم مجدد اهداف برای ادامه حیات کسب‌وکارها، انطباق برنامه‌ها متناسب با نیازهای جدید و تعامل در اکوسیستم کارآفرینی به‌عنوان راهبردهای عبور از بحران کرونا نام برده است.

«تکنوسر» در ابتدای این گزارش با بیان این نکته که حمایت از کارآفرینان در هنگامه کرونا مهم‌تر از هر زمانه دیگری است، نوشته است: همزمان با گسترش اپیدمی کرونا، بقای کسب و کارهای خرد و کوچک در سراسر جهان در معرض تهدید قرار گرفته است. قرنطینه‌ها، ماندن اجباری در خانه و فاصله‌گذاری اجتماعی، انجام کسب و کار را برای بسیاری از شرکت‌ها با دشواری مواجه کرده است. اگرچه در اروپا و آمریکای شمالی به عملیات نجات کسب و کارهای کوچک توجه زیادی شده، اما کسب و کارهای خرد و کوچک در کشورهای در حال توسعه، از بسیاری جهات در مقابل کرونا آسیب‌پذیرتر هستند. با این وجود، نجات کسب و کارهای خرد و کوچک در این کشورها مهم است، چراکه این کسب و کارها، ستون فقرات اقتصادهای نوظهور را تشکیل می‌دهند. براساس برآوردهای سازمان جهانی کار، تقریباً ۹۰درصد اشتغال در کشورهای آفریقایی و شرق آسیا، متعلق به شرکت‌هایی با کمتر از ۴۹ نفر پرسنل است. در آمریکای لاتین و حوزه کارائیب نیز ۷۵درصد اشتغال به این شرکت‌ها تعلق دارد. به علاوه، این کسب و کارها بازاری برای تولیدکنندگان محلی و منبعی برای کالاهای اساسی و خدمات حیاتی جوامع آسیب‌پذیر (که اکنون بیش از هر زمان دیگری واجد اهمیت هستند) فراهم می‌آورند؛ جمعیتی که همواره از سوی شرکت‌های بزرگ مورد بی‌اعتنایی قرار می‌گیرند.

با توجه به اینکه دولت‌های مختلف، اقدامات سختگیرانه‌ای را برای جلوگیری از شیوع بیماری کرونا در پیش گرفته‌اند، سازمان‌های توسعه چگونه می‌توانند به بقای کسب و کارهای خرد و کوچک کمک کنند؟ سازمان «تکنوسر» در پاسخ به این سوال با استناد به تجربیات گذشته خود در ارتباط با وضعیت کارآفرینان در مواقع بحرانی، چند ایده برای حمایت از کسب و کارهای خرد و کوچک پیشنهاد داده است. ایده موردنظر «تکنوسر» در واکنش به بحران کرونا، بر پاسخی سه مرحله‌ای استوار است: تنظیم مجدد اهداف برای ادامه حیات کسب و کارها، انطباق برنامه‌ها متناسب با نیازهای جدید و تعامل در اکوسیستم کارآفرینی.

تنظیم دوباره هدف‌ها برای ادامه کسب و کارها

در هنگام ثبات اقتصادی، برنامه‌های کارآفرینی به شرکت‌ها در شناسایی و دستیابی به فرصت‌های جدید کسب و کار کمک می‌کنند، تمرکز بر روی رشد است: تقویت سودآوری، افزایش فروش و گسترش تأثیرات اجتماعی مانند استخدام و تأمین منابع از تأمین‌کنندگان محلی، اما در بحرانی مانند اپیدمی کرونا، رشدی از این نوع تقریباً غیرممکن است بنابراین این مسئله ضروری است که برنامه‌ها، اهداف کوتاه‌مدت خود را در راستای کمک به بقای کسب و کارها مورد

صعود صنعت موبایل

تمایل مردم به خرید محصولات دیجیتال بیشتر شد

ارتباطات

«کافه بازار» گزارش صنعت برنامه‌های موبایل ایران در سال ۹۸ را منتشر کرد. براساس این گزارش، در انتهای سال ۹۸، نصب فعال بازار به عنوان بستر توزیع برنامه، بازی و ویدئو به ۴۱ میلیون رسید. در این سال، ۱۸۹ میلیارد تومان درآمد خالص نصیب توسعه‌دهنده‌های بازی و برنامه شد که در قیاس با سال ۹۷ برابر با ۸۳درصد افزایش داشت. صنعت برنامه‌های موبایل و کسب‌وکارهای آنلاین هم در سال ۹۸ تحت تاثیر روندهای کلان اقتصادی و اجتماعی مانند همه‌گیری کرونا بود اما بررسی این صنعت نشان می‌دهد، روند رو به رشد آن در سال ۹۸ همچنان حفظ شده است. بررسی‌های «کافه بازار» نشان می‌دهد در سال ۹۸ تمایل مردم به خرید محصولات دیجیتال بیشتر شده است. در این سال هم مثل سال‌های گذشته میانگین درآمد سالیانه از هر خریدار، میانگین درآمد از هر فروش و تعداد خریدار به ازای فروشنده در گروه بازی‌ها بیشتر از برنامه‌ها بوده است. در این سال برای هر خریدار و ۱۲۵ بار برای هر برنامه ۹۳ خریدار وجود داشته است. در سال ۹۸، کاربران «کافه بازار» بیش از ۱۸۷۱٬۰۰۰٬۰۰۰ بار برنامه یا بازی‌های خود را به روز رسانی یا دانلود کردند. ۶۴درصد دانلودها مربوط به برنامه‌ها و ۳۶درصد مربوط به بازی‌ها بوده است. این روند در شش ماهه دوم سال افزایش یافته و در آذرماه به رکورد ۱۳۷ میلیون دانلود برنامه و ۶۳ میلیون دانلود بازی تنها در یک ماه رسیده است. کاربران بازار در سال ۹۸، بیش از ۲٬۱۳ میلیارد بار برای یافتن برنامه دلخواه خود در کافه بازار جست وجو کرده‌اند. بیشترین آمار جست وجو هم مربوط به آذرماه امسال است. در آذرماه بیشترین کلمات جست وجو شده «بازی»، اینستاگرام و واتساپ بوده است. در سه ماه آغاز سال هم تلگرام و تلگرام طلایی و بدون فیلتر سهم بالایی در کلمات جست وجو شده کاربران داشته است.

در زمستان سال گذشته ثبت شد

۸ میلیارد پیامک در اپراتورهای موبایل

اگرچه با ورود شبکه‌های اجتماعی، بخش بزرگی از پیام‌ها و مکالمات به پیام‌رسان‌ها منتقل شده، اما برخی‌ها همچنان به دلایلی برای برقراری ارتباط از پیامک استفاده می‌کنند. تازه‌ترین آمار هم نشان می‌دهد که بیش از ۸ میلیارد پیامک در زمستان سال گذشته در کشور ارسال شده است. براساس اعلام سازمان تنظیم مقررات و ارتباطات رادیویی، در سه ماهه چهارم سال ۱۳۹۸ بیش از ۸ میلیارد و ۳۴ میلیون و ۶۲۷ هزار پیامک به هر یک از اپراتورهای تلفن همراه از سمت سایر اپراتورها، ارسال شده است. تعداد پیامک‌های خروجی از همراه اول به سایر اپراتورها در مجموع بیش از ۳ میلیارد و ۶۴۸ میلیون و ۹۸۷ هزار عدد و تعداد پیامک‌های ورودی از سایر اپراتورهای سیرا به اپراتور همراه اول، بیش از ۴ میلیارد و ۱۲۰ میلیون و ۳۶۲ عدد بوده است. همچنین تعداد پیامک‌های درون‌شبکه‌ای همراه اول، بیش از ۴۶ میلیارد و ۳۶۴ میلیون و ۹۱۷ هزار عدد بوده است. تعداد پیامک‌های خروجی از اپراتور ایرانسل به سایر اپراتورها نیز در مجموع بیش از ۳ میلیارد و ۹۱۶ میلیون و ۶۰۲ هزار عدد و تعداد پیامک‌های ورودی از سایر اپراتورهای سیرا به اپراتور ایرانسل، بیش از ۳ میلیارد و ۵۲۸ میلیون و ۵۵۸ هزار عدد بوده است. همچنین تعداد پیامک‌های درون‌شبکه‌ای ایرانسل، بیش از ۵ میلیارد و ۱۶۲ میلیون و ۸۸۳ هزار عدد بوده است. از سوی دیگر، تعداد پیامک‌های خروجی از اپراتور رایتل به سایر اپراتورها در مجموع بیش از ۶۲۴ میلیون و ۴۸۵ هزار عدد و تعداد پیامک‌های ورودی از سایر اپراتورهای سیرا به اپراتور رایتل، بیش از ۳۷۵ میلیون و ۷۱۶ هزار عدد بوده است. همچنین تعداد پیامک‌های درون شبکه‌ای رایتل، بیش از ۴۲ میلیون و ۶۱۰ هزار عدد بوده است.

رشد ۳۱درصدی در آمد اپ‌استور اپل با شیوع کرونا

تازه‌ترین آمارها نشان می‌دهد که درآمد فروشگاه آنلاین و اینترنتی اپل استور اپل در آوریل ۲۰۲۰ نسبت به مدت مشابه سال گذشته ۳۱درصد رشد افزایش یافته و به ۱٫۷ میلیارد دلار رسیده است. طبق گزارشی که در وب‌سایت gsmarena آمده است، از سپتامبر ۲۰۱۷ تاکنون این نخستین باری است که درآمد ماهانه اپل تا این حد رشد پیدا کرده است. این بدان معناست که درآمدزایی این فروشگاه محبوب آنلاین ارتباط مستقیمی با شیوع کرونا و خانه‌نشینی شهروندان و افزایش بی‌سابقه دانلود و نصب اپلیکیشن‌های مختلف داشته است. همچنین تعداد دانلود اپلیکیشن‌ها در اپ استور نسبت به مدت مشابه سال گذشته ۴۰درصد رشد یافته که از سال ۲۰۱۵ تاکنون رکورد جدیدی به شمار می‌آید. همچنین آوریل ۲۰۲۰ چهارمین ماه متوالی بوده که تعداد دانلود اپلیکیشن‌ها در پلتفرم اپ‌استور اپل شاهد یک روند صعودی بوده است. تقریباً ۹۰درصد هزینه‌های صرف شده برای اپلیکیشن‌های پولی در اپ‌استور اپل را کاربران کشورهای آمریکا، ژاپن، بریتانیا و استرالیا به خود اختصاص داده‌اند.

در ۳ ماه نخست امسال

بازار ساعت‌های هوشمند ۲۰درصد رشد کرد

بازارهای جهانی فروش ساعت‌های هوشمند در سه ماه نخست سال ۲۰۲۰ نسبت به مدت مشابه سال گذشته با ۲۰درصد رشد مواجه شده است. طبق این گزارش که در وب‌سایت gsmarena نیز آمده است، اپل موفق شده ۷۶ میلیون دستگاه ساعت هوشمند اپل واچ را در این بازه زمانی روانه بازارهای جهانی و با اختصاص ۵۵درصد از سهم بازار این گجت هوشمند نخستین جایگاه برتر برند ساعت‌های هوشمند در جهان را از آن خود کند. بعد از آن نیز سامسونگ با فروش ۱٫۹ میلیون دستگاه و گارمین با فروش ۱٫۱ میلیون دستگاه به ترتیب در رتبه‌های دوم و سوم برترین برندهای ساعت‌های هوشمند جای گرفته‌اند. این در حالی است که سهم سامسونگ از بازار ساعت‌های هوشمند تحت تاثیر شیوع کرونا در کره جنوبی در سه ماهه منتهی به مارس سال جاری میلادی از ۴۰٫۹ درصد به ۱۳٫۹درصد کاهش یافته است. تحلیلگران این موسسه معتقدند که برخلاف رشد و عملکرد قدرتمند بازار ساعت‌های هوشمند در نخستین فصل سال ۲۰۲۰، انتظار می‌رود میزان فروش و عرضه این گجت‌های هوشمند به طور موقت در سه ماهه دوم سال کاهش یابد که البته در نیمه دوم سال احیا خواهد شد.

زور آزمایی کرونا و زلزله



البته بیشترین این طنای‌ها از هم‌پوشانی زلزله و کرونا شکل گرفت و همین امر، عمق بیشتری به این شوخی‌ها و طنای‌ها در فضای مجازی داد. بخشی از واکنش‌های کاربران را در این توئیت‌ها می‌توانید بخوانید: «کی اگه الان بود بعد از زلزله مردم رو دلداری می‌داد؟ معلقا خانم!». «در خانه ماندن یا نماندن، مسئله این است»، «وزیر ورزش دستور داده اماکن ورزشی باز بشن، بعید نیست همین امشب در آزادی جام رو به پرسپولیس بدن»، «هیچ‌وقت فکر نمی‌کردم با ماسک و کلاه کاسکت بگیرم بخوایم»، «زلزله اومد به جای اینکه برم بیرون، رفتم دستامو شستم»، «ماسک‌ها رو دربیارید، قابلمه سرتون کنید»، «هم‌اکنون مراسم قضای ۱۳بدر در تمام بوستان‌های تهران»، «چیزی نیست، من عطسه کردم»، «لان اون مسئول میاد میگه وام زلزله می‌دمی از یارانه‌تون کم می‌کنیم» و…

افزایش ترافیک تماس‌های صوتی در پایتخت

وقوع زلزله همچنین باعث افزایش ترافیک در خیابان‌های پایتخت شد و چندی نگذشت که پمپ بنزین‌ها هم از ترس کمبود بنزین شلوغ و پر از ازدحام شدند. به موازات این ترافیک در خیابان‌های شهر، وقوع زلزله باعث افزایش ترافیک تماس‌های صوتی شهروندان تهرانی هم شد و وزیر ارتباطات در توئیتی به مردم توصیه کرد که به دلیل این ترافیک از قابلیت تماس پیام‌رسان‌ها استفاده کنند. محمدجواد آذری جهرمی در این توئییت نوشت: «به دلیل وقوع زلزله، ترافیک تماس‌های صوتی شهر تهران چندین برابر شده است، لطفاً برای آزادسازی کانال‌های صوتی، از امکان تماس با پیام‌رسان‌ها استفاده کنید، هم‌اکنون ترافیک شبکه دیتا و اینترنت پایین‌تر از حد نرمال است. هیچ قطعی تا این لحظه در شبکه ارتباطی کشور به دلیل زلزله به‌وجود نیامده است، با توجه به هشدار ستاد مدیریت بحران مبنی بر احتمال وقوع پس‌لرزه، به همه واحدهای عملیات شبکه در اپراتورهای تلفن‌همراه و شرکت ارتباطات زیرساخت، اعلام آماده‌باش کردم».

قیمت مسکن در کدام‌یک از مناطق بیست‌ودگانه پایتخت کاهش یافت؟

چگونگی افت قیمت مسکن در فروردین‌ماه

فروش خانه در پایتخت رسیده است؛ این رقم در اسفندماه امسال ۱۰ هزار و ۲۴۲ معامله مسکن بود.

کاهش معاملات مسکن که دلیل اصلی آن، کرونا و توقف فعالیت‌های خرید و فروش مسکن بوده، باعث شد تا قیمت‌ها در نخستین ماه بهار امسال ثابت بماند، در برخی مناطق کاهش ۵۰ تا ۸۰۰ هزار تومانی را در هر متر مربع تجربه کند و البته در برخی مناطق پرتقاضا نیز رشد نسبی را تجربه کند.

براساس آمار ارائه‌شده از بازار مسکن پایتخت در فروردین، قیمت گران‌ترین منطقه در تهران مثل ماه‌های گذشته به منطقه یک رسیده است با این تفاوت که در اسفندماه امسال قیمت خانه در این منطقه در هر متر مربع بیش از ۳۳ میلیون و ۲۱۷ هزار تومان بود و اکنون با کاهش حدود ۲ میلیون تومانی، در هر متر مربع ۳۱ میلیون و ۹۲۰ هزار تومان به فروش می‌رسد.

ارزان‌ترین معاملات مسکن پایتخت نیز بار دیگر در فروردین امسال در منطقه ۱۸ شهر تهران با میانگین قیمت هر متر مربع ۷ میلیون و ۱۱۸ هزار تومان معامله شده است که البته نسبت به ماه گذشته خود کاهش قیمت حدود ۴۰۰ هزار تومانی را

بیشترین تلفات کرونا به صنعت گردشگری رسید

گردشگری زیر تیغ کرونا

از مرزهای خود را بستند؛ ۶۶ کشور (۳۰درصد) پروازها را به‌طور کلی یا جزئی به حالت تعلیق درآوردند؛ ۳۹ مکان (۱۸درصد) تعطیلی مرزها را برای یک گروه خاص هدف قرار دادند؛ ۱۶ کشور (۷درصد) باقیمانده هم اقدامات دیگری نظیر قرنطینه انجام دادند.

* کاهش پروازهای تجاری: یکی از اثرات محدودیت در سفر، کاهش تعداد پروازهای تجاری بود. به گفته وب‌سایت جهانی ردیابی پروازهای جهانی، میانگین پروازهای تجاری در روز از بیش از ۱۰۰ هزار پرواز در ژانویه و فوریه امسال به حدود ۷۸۵۰۰ پرواز در مارس و ۲۹۴۰۰ پرواز در آوریل رسید. چنین کاهشی باعث شده بخش بزرگی از ناوگان هوایی زمین‌گیر شوند و درنتیجه خطوط هوایی با مشکلات اقتصادی روبه‌رو شوند.

* عدم پیش‌بینی درآمد شرکت‌های هواپیمایی: طبق گزارش انجمن بین‌المللی حمل‌ونقل هوایی، همچنان تخمین زده می‌شود که درآمد مسافران برای خطوط هوایی در سال ۲۰۲۰ به ۱۴ میلیارد دلار برسد که افت ۵۵درصدی نسبت به سطح سال ۲۰۱۹ خواهد داشت بنابراین سال‌ها طول می‌کشد تا صنعت حمل‌ونقل هوایی بهبود پیدا کند. بهبود به‌خصوص برای مسافرت‌های بین‌المللی طولانی بسیار

فرصت امروز: هنوز یک ساعتی از بامداد جمعه نگذشته بود که زلزله‌ای به بزرگی ۵٫۱ ریشتر در نزدیکی دماوند رخ داد و لرزش آن در تهران نیز احساس شد. فاصله کانون این زمین‌لرزه تا پایتخت حدود ۵۸ کیلومتر بود و شهروندان تهرانی پس از وقوع زلزله سراسیمه از خانه خارج شده و به پارک‌ها و خیابان‌ها شتافتند. برخی‌ها هم به خودروهای‌شان پناه بردند تا این‌گونه شب را به صبح برسانند.

بسا اینکه کانون زلزله در منطقه دماوند و در مرز استان‌های تهران و مازندران بود و هیچ تلفاتی نداشت، اما خروج سراسیمه مردم از منزل متأسفانه باعث کشته شدن دو تن و جراحت چندین نفر دیگر شد. همچنین واکنش به‌موقع اورژانس، پلیس و جمعیت هلال احمر به فاصله اندکی پس از وقوع زلزله باعث دلگرمی مردم شد، به‌طوری که شهرداری تهران اعلام کرد سوله‌ها و مناطق امنی را که در اختیار دارد به شهروندان اختصاص داده و تا سه روز در آماده‌باش خواهد بود. گشایش پارک‌ها و بوستان‌ها و همین‌طور اماکن ورزشی برای اسکان احتمالی مردم و آرایش پلیس امنیت در بوستان‌ها نیز دیگر نکته مثبت این اتفاق بود.

هم‌پوشانی زلزله و کرونا در شبکه‌های اجتماعی

تلافی قرنطینه خانگی و زلزله ناگهانی، ترکیب متناقضی بود که باعث سردرگمی شهروندان تهرانی در بامداد جمعه‌شد، به‌طوری که اغلب شهروندان بین خروج از خانه به دلیل خطررات پس‌لرزه و حضور در منزل به دلیل مخاطرات کرونا سرگردان و پا در هوا بودند. از سوی دیگر، هم‌پوشانی زلزله و کرونا دستمایه طنزهای زیادی در فضای مجازی شد. اینکه از دل هر ماجرا و حادثه‌ای، شبکه‌های اجتماعی پر می‌شود از شوخی و مزاح، دیگر به رفتاری عادی در جامعه ایرانی تبدیل شده و بسیاری نیز پس از وقوع هر واقعه‌ای به فضای مجازی مراجعه می‌کنند و به‌دنبال بازنشر بهترین جوک‌ها و شوخی‌ها می‌گردند. این اتفاق در اولین ساعات بامداد جمعه نیز رخ داد و به فاصله اندکی پس از زلزله، شبکه‌های اجتماعی پر شد از مزاح و شوخی با این ماجرا.



ستاد ایران

آگهی مناقصه عمومی یک مرحله ای

نوبت اول

شرکت پالایش گاز ایلام در نظر دارد موضوع ذیل را از طریق مناقصه عمومی به شرکتهایی که دارای گواهینامه صلاحیت معتبر از مراجع ذیربط و ذیصلاح در زمینه موضوع مناقصه میباشند، واگذار نماید.

شماره مناقصه: ۹۹/۰۰۴

موضوع مناقصه: خدمات نگهداری و تعمیرات برق و ابزار دقیق و کارگاههای مربوطه شرکت پالایش گاز ایلام

مبلغ تضمین شرکت در فرایند ارجاع کار (مناقصه): ۲.۴۷۷.۷۷۴.۰۰۰

نوع تضمین شرکت در فرایند ارجاع کار (مناقصه): ضمانتنامه بانکی با فیش نقدی به حساب ۰۱۰۵۵۶۶۵۲۰۰۹ بانک صادرات کد ۱۹۰

تاریخ آخرین مهلت دریافت اسناد از سامانه ستاد توسط مناقصه گران: ۹۹/۳/۰۱

تاریخ آخرین مهلت درج اسناد در سامانه ستاد توسط مناقصه گران: ۹۹/۳/۱۳

تاریخ گشایش پاکتا: ۹۹/۳/۱۲ (ساعت ۸ صبح)

آدرس دریافت اسناد الکترونیک: www.setadiran.ir

آدرس پستی مناقصه گزار: ایلام/ بخش چوار / صندوق پستی ۱۴۴-۶۹۳۶۱ / کد پستی ۶۹۳۷۱۷۰۱۱/ دبیرخانه کمیسیون مناقصات

* مناقصه گران میتوانند جهت کسب اطلاعات بیشتر با شماره تلفن ۰۲۷۷ و ۰۸۴-۳۷۹۱۲۸۵۰ (دبیرخانه کمیسیون مناقصات) تماس حاصل فرمایند.

نوبت چاپ اول: ۹۹/۰۲/۲۰ نوبت چاپ دوم: ۹۹/۰۲/۲۱

روابط عمومی شرکت پالایش گاز ایلام



شرکت گاز استان خراسان رضوی

آگهی مناقصه (ارزیابی کیفی)

شماره مجوز: ۱۳۹۹.۶۵۴

۱- مناقصه گزار: شرکت گاز استان خراسان رضوی

۲- موضوع مناقصه: خدمات راهبری امور اداری، دفتری و ... شرکت گاز خراسان رضوی

۳- شرایط اولیه متقاضیان:

الف- دارا بودن تاییدیه صلاحیت مرتبط از وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی

ب- دارا بودن ظرفیت خالی ارجاع کار

ج- دارا بودن گواهینامه تایید صلاحیت ایمنی از اداره کار و امور اجتماعی

د- ثبت نام در سایت www.setadiran.ir و دریافت گواهی امضای الکترونیکی

ه- ارائه اعلام آمادگی و دریافت کاربرگ های استعلام ارزیابی کیفی / تکمیل و ارائه کاربرگ های استعلام ارزیابی کیفی به همراه مستندات مربوطه مطابق مندرجات آن در مهلت مقرر

۴- مهلت اعلام آمادگی و دریافت اسناد استعلام ارزیابی کیفی: تا تاریخ ۹۹/۰۲/۲۰ لغایت آخر وقت اداری ۹۹/۰۲/۲۴

۵- مهلت تکمیل و تحویل کاربرگ ها و اسناد استعلام ارزیابی: تا آخر وقت اداری مورخ ۹۹/۰۳/۰۸

۶- نوع و مبلغ تضمین شرکت در فرآیند ارجاع کار: مطابق مصوبه شماره ۱۳۳۴۰۲ ت/ ۵۰۶۵۹ هـ هیات محترم وزیران و اصلاحیه های بعدی آن می باشد.

۷- یادآورد می گردد کلیه مراحل مناقصه از طریق درگاه سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) به آدرس www.setadiran.ir انجام خواهد شد.

شایان ذکر است دسترسی به متن این آگهی، در سایت www.nigc-khrz.ir امکان پذیر بوده و در صورت نیاز به کسب اطلاعات بیشتر با تلفن: ۰۵۱-۳۷۶۴۰۰۳۶ - فاکس ۰۵۱-۳۷۶۴۰۰۳۶ تماس حاصل شود.

روابط عمومی شرکت گاز استان خراسان رضوی

تاریخ انتشار نوبت اول: ۹۹/۲/۲۰ | تاریخ انتشار نوبت دوم: ۹۹/۲/۲۱

دریچه



هشدار به آنها که روزهای قرمز بورس را ندیده‌اند

ریسک فوق‌العاده بورس

در پایان معاملات سال گذشته، شاخص بورس به رقم ۵۱۲ هزار واحد رسید که نشان‌دهنده رشدی ۱۸۷ درصدی بود. همچنین ارزش کل معاملات بورس در آخرین روز اسفندماه ۹۸ به ۴۴۰۰ میلیارد تومان رسید که ۳۸۰۰ میلیارد تومان آن تنها مربوط به سهام خرد می‌شد، یعنی جدا از سهام‌های بلوکی، عمده و انتقالی. این آمارها نشان می‌داد که بازار به رشدهای بی‌سابقه‌ای رسیده است، در حالی که کسی تصور نمی‌کرد دو ماه بعد از این اتفاقات، رشدهای بازار به ارقام اعجاب‌انگیزی برسد.

در این میان، یکی از توصیه‌های همیشگی به سهامداران تازه‌کار که این روزها عامل اصلی رشد بازار را تشکیل می‌دهند، خرید سهام صندوق‌های سرمایه‌گذاری به‌جای ورود بی‌واسطه بوده است. حال سؤال این است که آیا با رشد بی‌سابقه‌ای که شاخص سهام داشته، هنوز این توصیه‌ها می‌تواند به‌عنوان سپری در برابر خطرات بازار عمل کند؟ در پاسخ به این سؤال، حمید اعرابی کارشناس بازار سرمایه معتقد است: بسیاری از افرادی که در یک سال گذشته وارد بازار سهام شده‌اند، فقط رنگ سبز بازار را دیده‌اند، ولی بازار می‌تواند رنگ قرمز هم داشته باشد و این موضوع برای هر بازاری کاملاً طبیعی است، اما وقتی ریسک بالا باشد و دارایی‌ها به نصف تقلیل یابد، ناخوشایند می‌شود. اعرابی در گفت‌وگو با ایرناپلاس، گفت: ریسک بازار فوق‌العاده بالاست. اگر ریسک بازار را به ۱۰ درجه تقسیم کنیم، در حال حاضر می‌توان گفت روی عدد ۹ قرار دارد، یعنی ۹ واحد ریسک می‌کنند تا بلکه یک واحد سود ببرند. به گفته وی، از ابتدای دولت آقای روحانی تاکنون رشد دلار چهار برابر بوده، اما شاخص کل بورس از ۸۰ هزار به نزدیک یک میلیون واحد رسیده، یعنی بیش از ۱۰ برابر رشد کرده، در حالی که طی این مدت قیمت کامودیتی‌ها رشدی نداشته و از آنجایی که بازار سهام ما کامودیتی‌محور است، این میزان رشد غیرمنطقی به نظر می‌رسد. کامودیتی یعنی اقلام و اجناسی مانند فولاد، مس، نفت و امثالهم که ۹۰ درصد بازار را تشکیل می‌دهند و مابقی شامل خودرو، بانک، بیمه و خدمات است. اعرابی ادامه داد: در حال حاضر P/E بازار (قیمت سهم تقسیم بر سود) به ۲۴ درصد رسیده در حالی که نرخ بهره بانکی بین ۱۰ تا ۱۵ درصد است، این در حالی است که در بازار آمریکا یا اروپا نرخ بهره ۰.۲۵ درصد ولی P/E آن بین ۱۵ تا ۱۷ درصد است. این تناسب بسیار خطرناک است، زیرا نشان می‌دهد بین ۲۴ سال طول می‌کشد که خریدار سهام به سرمایه اولیه خود برسد، در حالی که این نسبت در سال‌های گذشته بین هفت تا هشت درصد بوده است. به نظر دولت به‌منظور پر کردن کسری بودجه خود مقداری هیجان کاذب در بازار ایجاد کرده و این موضوع می‌تواند عواقب اجتماعی خطرناکی به بار بیاورد. او با بیان اینکه ورود عموم مردم به بازار سرمایه بسیار خوب است، افزود: اما اینکه دارایی‌های خود را بفروشند و با پول آن سهام بخرند، به‌خصوص در شرایط کنونی بسیار خطرناک است. بسیاری از افرادی که در یک سال گذشته وارد بازار سهام شده‌اند، فقط رنگ سبز بازار را دیده‌اند، ولی بازار می‌تواند رنگ قرمز هم داشته باشد و این موضوع برای هر بازاری کاملاً طبیعی است، اما وقتی ریسک بالا باشد و دارایی‌ها به نصف تقلیل یابد، ناخوشایند می‌شود.

چرا رشد شاخص بورس در مرز یک میلیون واحد متوقف شد؟

عبور از مرز روانی بورس

میانگین سودآور بوده و وقتی افت می‌کند، یعنی میانگین قیمت سهم‌ها کاهش داشته و سهامداران متضرر شده‌اند.

شاخص کل بورس تهران در ابتدای امسال ۵۰۸ هزار و ۶۶۱ واحد بود و در روز چهارشنبه گذشته به ۹۷۹ هزار و ۹۲۳ واحد رسید؛ یعنی از ابتدای سال تاکنون ۴۷۰ هزار و ۴۴۴ واحد به شاخص کل اضافه شده که به معنای رشد تقریباً ۹۳ درصدی در این مدت است. این یعنی میانگین بازدهی بورس از ابتدای سال تاکنون حدود ۹۳ درصد بوده است.



البته شاید شاخص کل به تنهایی معیار مناسبی برای سنجش عملکرد بازار سهام نباشد. ممکن است در یک روز شاخص کل رشد کند، اما چند سهم افت قیمت را تجربه کنند و از طرف دیگر، ممکن است بازار ریزش داشته باشد، اما چند سهم افزایش قیمت داشته باشند و این از ویژگی شاخص‌هایی است که میانگین را نشان می‌دهند. با این حال، بررسی شاخص کل برای اطلاع از جریان کلی بازار، مناسب است. آنچه شاخص کل بورس را به مرز یک میلیون واحد رسانده، استقبال مردم از حضور در این بازار است. به‌طوری که از ابتدای سال تاکنون،

برخی از کارشناسان، سطح یک میلیون واحدی را برای شاخص کل بورس، مرزی روانی می‌دانند که احتمالاً شاهد مقاومت‌هایی در این سطح باشیم. در آخرین روز فعالیت بازار سرمایه در هفته گذشته، شاهد افت ۰.۲۶ درصدی شاخص کل بودیم که دومین تجربه سرخ‌پوشی این بازار در سال ۹۹ بود. این در حالی است که برخی از کارشناسان بورس، نگران ادامه‌دار بودن این روند ریزشی در هفته‌های پیش رو هستند و برخی دیگر، سقف یک میلیون واحدی را مقاومت روانی می‌دانند که به‌زودی شکسته خواهد شد.

به گزارش ایرناپلاس، از فعالیت بورس تهران در سال جدید، تنها ۲۹ روز می‌گذرد، بازاری که توانست در این مدت کوتاه، بازدهی بیش از ۹۰ درصدی داشته باشد، حالا در آستانه مقاومت یک میلیون واحدی شاخص کل، برای دومین بار در سال جدید، قرمز پوشید. شاخص کل بورس تهران پس از رشد ۰.۱۵ درصدی در روز سه‌شنبه، در آخرین روز هفته با ریزش ۰.۲۷ درصدی مواجه شد و نتوانست قله یک میلیون واحدی را فتح کند. شاخص کل، رشد اندک روز سه‌شنبه را نیز مدیون بازگشایی نماد شستا است. شستا که به دلیل نوسان قیمت ۵۰ درصدی در روز یکشنبه متوقف شده بود، سه‌شنبه بازگشایی شد و موجب شد شاخص کل در این روز همچنان سبز باقی بماند، با این حال نماد شستا به دلیل افشای اطلاعات بااهمیت، چهارشنبه متوقف بود و البته در اولین روز کاری این هفته دوباره بازگشایی می‌شود و به تابلوی بورس باز می‌گردد.

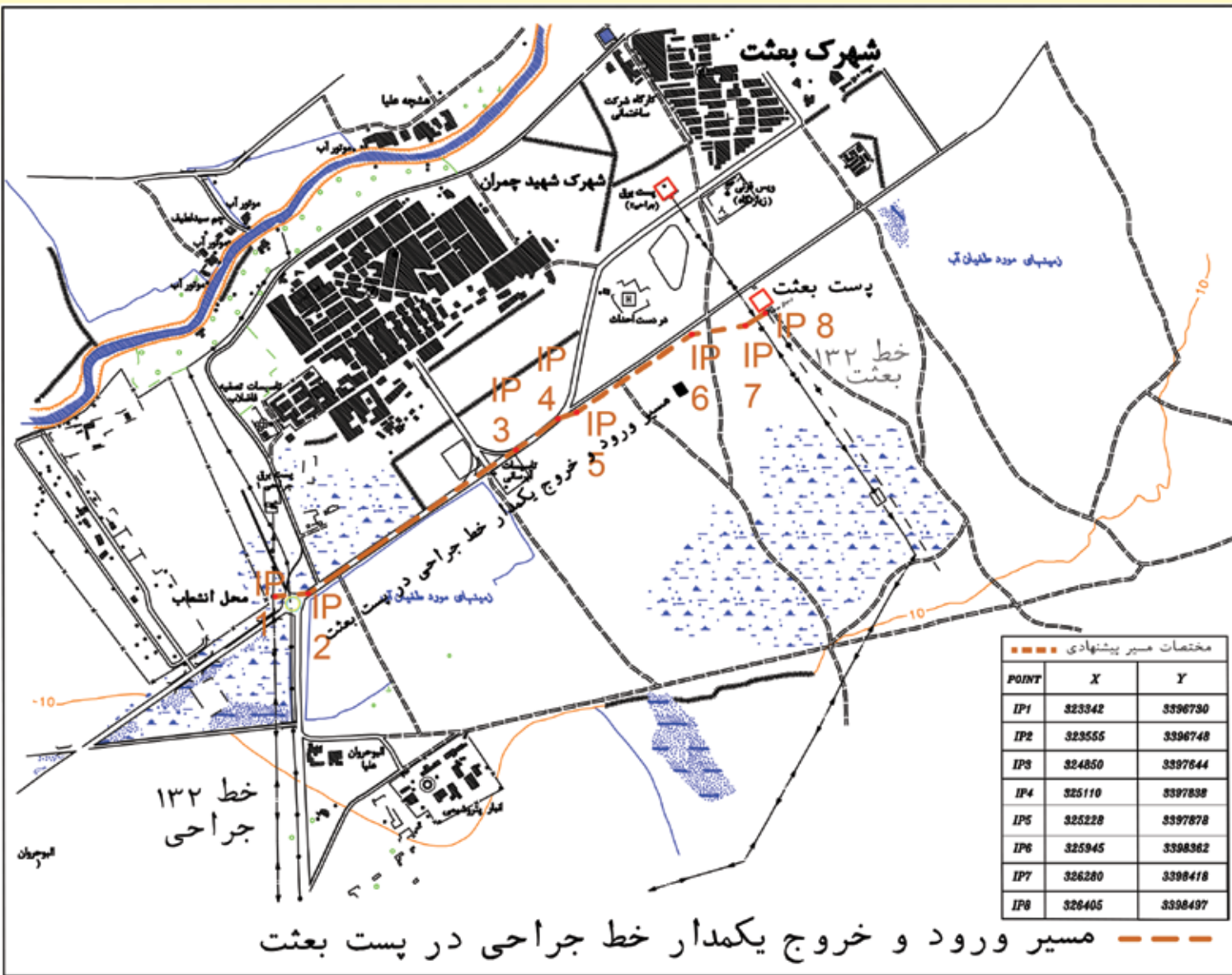
پرونده بورس در هفته‌ای که گذشت، با ریزش ۲۶۴۷ واحدی شاخص کل در سطح ۹۷۷ هزار و ۹۲۳ واحد بسته شد. این دومین ریزش شاخص کل از ابتدای سال جاری تاکنون است. در ۱۸ فروردین ماه و یک روز پس از انتشار اطلاعیه عرضه اولیه شرکت سرمایه‌گذاری صبا تأمین، شاخص کل افت حدود ۰.۷ درصدی را تجربه کرد.

به نظر می‌رسد سهامدارانی که یک سال گذشته نتوانسته‌اند با حضور در بورس، سود کسب کنند، با افزایش شاخص کل و نزدیک شدن به مرز روانی یک میلیون واحدی، ترجیح می‌دهند سودی را که در این مدت به دست آورده‌اند ذخیره کنند. به‌همین دلیل با شکل‌گیری صف فروش در سهم‌های مختلف، رشد شاخص ادامه نیافت و در آخرین روز کاری هفته، شاخص کل ریزش ۰.۲۷ درصدی را تجربه کرد. البته آغاز اصلاح بازار نیز می‌تواند به‌عنوان یکی از دلایل ریزش شاخص مطرح باشد.

شاخص کل چگونه به مرز یک میلیون واحد رسید؟

شاخص کل قیمت یا آنچه بین فعالان بازار سهام با نام شاخص کل شناخته می‌شود، معیاری برای نمایش تغییرات کل بازار سهام است. به بیان ساده شاخص کل، میانگین تغییرات قیمت نمادها را نشان می‌دهد. وقتی شاخص کل رشد داشته باشد، یعنی بازار سهام به‌طور

اطلاعیه احداث خط انتقال نیروی برق



مسیر ورود و خروج یکمدا ر خط جراحی در پست بعثت

روابط عمومی شرکت برق منطقه ای خوزستان

شناسه آگهی: ۸۳۴۹۰۶

فقط ۲۵ درصد تولید را می‌توانید صادر کنید



اخبار

مدیریت جوجه‌ریزی تنها راهکار کاهش زیان مرغداران

عضو اتحادیه مرغداران گوشتی گفت با توجه به شرایط فعلی عرضه و تقاضا، مدیریت جوجه‌ریزی تنها راهکار کاهش زیان مرغداران است. عظیم حجت عضو هیأت مدیره اتحادیه مرغداران گوشتی در گفت و گو با باشگاه خبرنگاران جوان، درباره آخرین تحولات بازار مرغ اظهار کرد: امروز قیمت هر کیلو مرغ زنده درب مرغداری ۷ هزار و ۲۰۰ تا ۷ هزار و ۳۰۰ تومان و مرغ آماده به طبخ برای مصرف‌کننده ۱۰ هزار و ۸۰۰ تومان است. وی افزود: طبق روال معمول قیمت مرغ در ایام پایانی هفته ۱ تا ۲ درصد افزایش می‌یابد. حجت درباره تاثیر خرید تضمینی بر بازار مرغ بیان کرد: بنابر آمار پشتیبانی امور دام به دلیل پر شدن سردخانه‌ها حجم خرید کاهش یافته است.

این مقام مسئول با تاکید بر مدیریت تولید جوجه‌ریزی گفت: در حال حاضر برای تعادل قیمت مرغ و کاهش زیان مرغداران باید تخم مرغ‌هایی که وارد واحدهای تولیدی می‌شود، مدیریت شود چرا که تخم مرغ‌های نطفه‌دار که به واحدهای جوجه‌کشی رفته به سبب بروز خسارت و تلفات نمی‌توان منتقل کرد.

این مقام مسئول مدیریت تولید جوجه یکروزه را بهترین راهکار کاهش فشار مرغداران دانست و گفت: با توجه به مشکلات فعلی تامین نهاده‌های دامی بهترین راه مدیریت تولید جوجه یکروزه است تا فشار بر بازار نهاده‌های دامی کم شود. صادرات مرغ آغاز شد

عضو هیأت مدیره اتحادیه مرغداران گوشتی درباره آخرین وضعیت صادرات مرغ بیان کرد: با توجه به حذف تعرفه، صادرات مرغ به عراق آغاز شده است.

وی قیمت مرغ صادراتی دنیا را ۱.۸ تا ۲ دلار اعلام کرد و افزود: قیمت کنونی کالاهای صادراتی کمتر از یک دلار است و این امر موجب شده به جایگاه واقعی نرسیم.

به گفته حجت، صادرات مرغ در پروسه طولانی مدت به صنعت مرغداری و تعادل قیمت مرغ در بازار کمک می‌کند. وی قیمت واقعی هر کیلو مرغ زنده را ۹ هزار و ۷۰۰ تا ۱۰ هزار و ۵۰۰ و مرغ گرم ۱۴ تا ۱۵ هزار تومان اعلام کرد و افزود: فروش کمتر از نرخ‌های فعلی بیانگر زیان مرغداران است که عرضه با نرخ‌های فعلی بیانگر زیان ۳ تا ۳ هزار و ۲۰۰ تومانی تولیدکنندگان است که امیدواریم قیمت‌های جدید برحسب هزینه واقعی تولید اعلام شود، در غیر این صورت مرغداران نسبت به امر تولید دلسرد خواهند شد.

عضو هیأت مدیره اتحادیه مرغداران گوشتی ادامه داد: وزارت جهاد کشاورزی و وزارت صمت باید در موضوع قیمت‌گذاری مرغ نقش‌آفرینی مثبت داشته باشند تا بار مالی مرغداران کاهش یابد.

این مقام مسئول افزود: اگر متوسط قیمت هر کیلو مرغ بالای ۱۵ هزار تومان باشد، پشتیبانی امور دام برای حمایت از مصرف‌کننده باید ذخایر خود را عرضه کند و چنانچه قیمت کمتر از ۱۴ هزار تومان باشد، دولت باید نقش‌آفرینی کند تا قیمت به نفع تولیدکننده باشد. وی در پایان تصریح کرد: با توجه به آنکه متوسط مرغ واحدهای مرغداری ۳۰ هزار قطعه‌ای است، از این رو مرغداران به سبب نبود همخوانی هزینه تولید با قیمت فروش ۸۰ تا ۹۰ میلیون تومان متضرر هستند که پایان یک دوره سه ماهه این رقم به ۲۴۰ تا ۲۷۰ میلیارد تومان می‌رسد، به همین خاطر مسئولان امر برای جلوگیری از زیان صنعت باید امر جوجه‌ریزی را مدیریت کنند.

تقاضای انجام تاسیسات ساختمانی به صفر رسید

رئیس اتحادیه تاسیسات مکانیکی ساختمان از احتمال افزایش ۲۰ درصدی نرخ انجام امور تاسیسات ساختمان خبر داد و گفت که در پی شیوع کرونا تقاضای این بخش در سال جاری به صفر رسیده است. بیژن علطارد در گفت‌وگو با ایسنا، از پیش‌بینی افزایش ۲۰ درصدی نرخ انجام امور تاسیسات ساختمانی مثل لوله‌کشی و نصب رادیاتور و شیرالات نسبت به سال گذشته خبر داد و گفت: در گذشته فقط اتحادیه هر صنف قیمت‌ها را تعیین می‌کرد، اما از سال گذشته مقرر شده قیمت‌ها به تایید اتاق اصناف برسد که افزایش قیمت این بخش نیز برای تایید به اتاق اصناف ارسال شده است.

وی با اشاره به کاهش فعالیت‌های اقتصادی در سال‌های اخیر تصریح کرد: شیوع کرونا این وضعیت را تشدید کرده است؛ به طوری که اگر فعالیت‌های تاسیسات ساختمان نسبت به چهار سال قبل حدود ۴۰ درصد کاهش داشته، در حال حاضر می‌توان گفت که در سال ۱۳۹۹ هنوز هیچ تقاضایی برای ارائه خدمات در این بخش وجود نداشته و فعالیت تاسیسات ساختمان به صفر رسیده است.

شیوع ویروس کرونا و کم شدن رفت‌وآمدها برای پیشگیری در ماه پایانی سال که عمدتاً روزهای پروتئنی برای کسب و کارهای خرد و کارگران فصلی است، باعث شده فعالان تجاری، اصناف مختلف و کارگران فصلی و بخش‌های خدماتی دچار آسیب‌های جدی شوند؛ به‌طوری‌که براساس گزارش دفتر امور اقتصادی و سیاست‌های تجاری وزارت صمت، معدن و تجارت (صمت) در روزهای پایانی سال گذشته بخش‌های مختلف اقتصادی بین ۳۵ تا ۱۰۰ درصد کاهش تقاضا داشتند و بیشترین آسیب هم مربوط به خدمات گردشگری و باشگاه‌های ورزشی بوده که تقاضای آنها در اسفندماه به صفر رسیده بود. همچنین فعالیت اصناف غیرضروری از ۸ تا ۳۰ فروردین در تهران و تا ۲۳ فروردین در سایر استان‌ها برای کنترل شیوع ویروس کرونا ممنوع بود که این مسئله منجر به افزایش خسارات واحدهای صنفی شد. رئیس اتحادیه تاسیسات مکانیکی ساختمان در ادامه با بیان اینکه فعالان این بخش برای دریافت پروانه کسب حتما باید محل مشخصی برای فعالیت داشته باشند، تصریح کرد: این در حالی است که برخی از فعالیت‌های خدماتی به ویژه در بخش ساختمان عموماً قائم به مکان نیستند و مردم از طریق تلفن و اینترنت از این افراد می‌خواهند که کارشان را انجام دهند. عطارد با بیان اینکه شهروندان برای درخواست خدمات تاسیسات مکانیکی به واحدهای صنفی مراجعه حضوری ندارند، اظهار کرد: برای توسعه فضای کسب و کار و کاهش هزینه برخی اصناف در بجران فعلی که در پی شیوع کرونا ایجاد شده، لازم است در برخی مقررات بازنگری شود. وی افزود: جیش تولید بدون توزیع و صادرات خدمات فنی امکان‌پذیر نیست؛ بنابراین یکی از مواردی که باید برای توسعه فضای کسب و کار در نظر گرفته شود، این است که با ایجاد اصلاحاتی در قانون نظام صنفی، بخشی از مشاغلی که نیاز به مکان ندارند جزو انجمن‌های صنفی قرار گیرند.

انجمن تولیدکنندگان فولاد ایران نامه را برای خود اینگونه تعبیر کرده است که «معنای ابلاغیه جدید وزارت صمت این است که صادرات فولاد باید در سال جاری کاهش یابد؛ این در حالی است که به دلیل رکود در صنعت ساختمان، مصرف داخلی مقاطع طولیل فولادی نیز کاهش یافته است.»

به عقیده فولادسازان داخلی، سال گذشته مصرف ظاهری میلگرد به دلیل رکود در صنعت ساختمان عملاً کاهش ۲ درصدی یافت. از سوی دیگر با بحران ناشی از کرونا، پیش‌بینی می‌شود که مصرف مقاطع طولیل فولادی در سال جاری نسبت به سال گذشته کاهش بیشتری را تجربه کند. این نامه معاون امور معدن و صنایع معدنی وزارت صمت با ملزم کردن واحدهای تولیدکننده میلگرد و تیرآهن به صادرات ۲۵ درصد از تولیدات در سال جاری، کاهش صادرات فولاد و در نتیجه کاهش تولید فولاد کشور آن هم و در سال جهش تولید را کلید زده است.

آنها معتقدند که اقتصاد کشور به دلیل تحریم‌های نفتی و کاهش شدید

معاون معدنی وزارت صنعت، معدن و تجارت (صمت) طی نامه‌ای تولیدکنندگان فولادی را ملزم به کاهش صادرات در سال جاری کرده و اعلام کرده است که می‌توانند برای ۲۵ درصد تولید خود برای صادرات برنامه‌ریزی کرده و برای باقی تولیدات در کار گروه تنظیم بازار تصمیم‌گیری خواهد شد.

به گزارش ایسنا، داریوش اسماعیلی- معاون امور معدن و صنایع معدنی وزارت صمت - در روز چهارشنبه (۱۷ اردیبهشت ماه) نامه‌ای به مدیرعامل شرکت بورس کالای ایران که رونوشتی از آن به انجمن تولیدکنندگان فولاد ایران، معاون دادستانی کل کشور، معاون بازرگانی داخلی رئیس سازمان حمایت تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان و ... نیز ارسال شده، واحدهای تولیدکننده میلگرد و تیرآهن را ملزم کرده است که می‌توانند برای ۲۵ درصد تولید خود مشروط به رعایت کف کف عرضه در بورس کالا برنامه‌ریزی کنند و الباقی تولید در کار گروه تنظیم بازار تصمیم‌گیری خواهد شد.

تفاوت‌های عجیب قیمت میوه از شمال تا جنوب پایتخت

علت اصلی گرانی قیمت میوه در بازار چیست؟

عرضه میوه‌های لاکچری یکی از دلایل اختلاف قیمت میوه از شمال تا جنوب شهر

علی‌خان حمیدی، مدیرعامل مجمع ملی نخیکان کشاورزی در گفت و گو با خبرنگار صنعت، تجارت و کشاورزی باشگاه خبرنگاران جوان، با اشاره به دلایل عمده اختلاف قیمت میوه از مبدأ تا بازار اظهار کرد: افزایش هزینه‌های حمل و نقل، وجود واسطه و دلال بازی در امر خرید و فروش و نبود زیرساخت‌های لازم موجب شده اختلاف قیمت از شمال تا جنوب شهر و عمده‌فروشی تا خرده‌فروشی متفاوت باشد. وی افزود: اگر تشکلهای مستقل صفر تا صد بازار را ساماندهی کنند، دیگر شاهد اختلاف قیمت و اجحاف در حق مصرف‌کننده و تولیدکننده نیستیم. خان حمیدی یکی دیگر از عوامل اختلاف قیمت میوه در بازار عمده‌فروشی تا خرده‌فروشی را نبود کشاورزی قراردادی دانست و گفت: در بخش کشاورزی توجهی به اجرای کشاورزی قراردادی یا ایجاد زنجیره‌های تولید نشده که همین امر معضلات جدی را در بازار به همراه داشته است به طوری که دلالتان با شناخت بازار و سوءاستفاده از موقعیت‌ها پس از خرید محصول از تولیدکننده و نگهداری در انبار و مدیریت عرضه، قیمت‌ها را به نفع خود تغییر می‌دهند. مدیرعامل مجمع ملی نخیکان کشاورزی در پایان تصریح کرد: با وجود قدرت خرید خانوار در مغازه‌های شمال شهر و عرضه میوه‌های لاکچری، قیمت با نوساناتی رو به روست، در حالی که با ایجاد زنجیره‌های تولید شاهد چنین معضلاتی نیستیم.

جوان، انحصار میوه را یکی از عوامل گران‌فروشی و اختلاف قیمت میوه در بازار اعلام کرد و گفت: با وجود نیاز باغداران به نقدینگی در زمان برداشت، سلف‌خران اقدام به خرید محصول و نگهداری در انبارها و سردخانه‌ها می‌کنند که بدین ترتیب بار انحصار در دست چند نفر است. وی افزود: در مواقعی که بازار انحصار در دست سلف‌خران است، با رصد بازار عرضه و به تناسب قیمت تغییر می‌کند.

یابوری ادامه داد: سلف‌خران و دلالان میزان عرضه را نسبت به تقاضا در بازار کاهش یا افزایش می‌دهند به طوری که با دپو در سردخانه و انبارها و توزیع قطر چکانی می‌کنند. به گفته این مقام مسئول، با وجود اختلاف قیمت میوه از شمال شهر تا جنوب شهر انتظار می‌رود که بازرسان وزارت صمت بررسی‌های لازم را انجام دهند تا فروش محصولات بر مبنای احتساب ۳۵ درصد سود عرضه شود.

عضو اتحادیه بارفروشان میدان مرکزی کمبود نظارت‌ها را یکی دیگر از عوامل گران‌فروشی محصول دانست و گفت: کمبود نظارت و سودجویی عوامل واسطه و دلالان عامل اصلی اختلاف قیمت میوه در بازار به شمار می‌رود که مسئولان ذی ربط باید با اعمال نظارت‌های دقیق از سودجویی افراد جلوگیری کنند.

قیمت میوه از شمال تا جنوب شهر تفاوت‌های عجیبی دارد که هر یک از مسئولان دلایل خاصی خود را برای این گرانی‌ها مطرح می‌کنند. به گزارش باشگاه خبرنگاران جوان، قیمت تمامی اقلام سبد خانوار از شمال تا جنوب شهر تفاوت‌های عجیب و غریبی دارند که هر یک از فروشندگان دلایل خاصی همچون کرایه بالای مغازه‌ها و هزینه‌های حمل و نقل را دلیلی برای این گرانی‌ها مطرح می‌کنند.

شاید حال و هوای این روزهای بازار میوه را بتوان در فرصت‌طلبی برخی مغازه‌داران یا مثلاً «هر چقدر پول بدهید همانقدر آش میخورید» جست و جو کرد، این در حالی است که کشاورزان از این افزایش قیمت‌ها سودی نصیبشان نمی‌شود.

بسیاری از مسئولان بر این باورند که سودجویی عوامل واسطه و دلال، کیفیت و سایر هزینه مغازه‌داران عامل اصلی اختلاف قیمت میوه در بازار به شمار می‌رود، درحالی که طبق قانون مغازه‌داران حق ندارند بیش از ۳۵ درصد سود روی فاکتور لحاظ کنند.

ضعف در نظارت دلیل اصلی گرانی میوه

اصغر یابوری، عضو اتحادیه بارفروشان میدان مرکزی میوه و تره بار در گفت و گو با خبرنگار صنعت، تجارت و کشاورزی باشگاه خبرنگاران

معاون امور معادن و صنایع معدنی وزارت صمت گفت ۱۰۰۰ معدن غیرفعال را امسال فعال خواهیم کرد و در این مسیر باید سازمان برنامه و بودجه، منابع طبیعی و سازمان محیط زیست همکاری داشته باشند. به گزارش باشگاه خبرنگاران جوان، داریوش اسماعیلی در آیین افتتاح کارخانه اسید سولفوریک گفت: صنعت مس کشور امروز با افتتاح پروژه اسید سولفوریک مجتمع مس خاتون آباد به صنعتی سبز تبدیل می‌شود.

برنامه دارد و ۱۰۰۰ معدن غیرفعال را امسال فعال خواهیم کرد و در این مسیر باید سازمان برنامه و بودجه و منابع طبیعی و سازمان محیط زیست همکاری داشته باشند. وی در پایان گفت: صنعت مس سال گذشته شاهد رکوردهای چشمگیری بود و رشد تولید و صادرات ازجمله آنها بوده است. تاکید ما بر انتهای زنجیره است و در بحث فولاد محصول نهایی را به دنیا صادر کنیم.

بازار معاملات خودرو قفل شده است

بازار خودرو در هفته گذشته شاهد التهابات و نوسان شدید قیمتی بود؛ روندی که به گفته فعالان بازار با شایعه افزایش ۳۰ تا ۵۰درصدی قیمت کارخانه‌ای خودروها بر آن دامن زده شد و موجب افزایش بلاتکلیفی خریداران واقعی و رکود بیشتر بازار شد. به گزارش پدال نیز به نقل از پرشین خودرو، در شرایطی قیمت خودرو در بازار اختلاف فاحشی با قیمت فروش کارخانه پیدا کرده که همچنان قیمت‌گذاری خودرو در اختلاف‌نظر شورای رقابت، ستاد تنظیم بازار و خودروسازان ادامه دارد در حالی که فعال بازار خودرو اعلام قیمت‌های جدید را نیز در بازگشت آرامش به بازار خودرو چندان موثر نمی‌دانند و معتقدند تنها راه علاج بازار خودرو و تعادل قیمت، افزایش عرضه خودرو در بازار است؛ جراینی که به گفته آنها مدت زیادی است که با کندی مواجه شده و با وجود رکود شدید موجب قیمت‌سازی در بازار شده است.

با وجود اینکه بسیاری از دست اندرکاران و فعالان بازار خودرو پس از آغاز به کار رسمی بازار خودرو ۹۹پیش‌بینی کردند طرف هفته‌های آتی با عادی شدن وضعیت شماره‌گذاری و ترخیص خودرو در شرکت‌های خودروسازی بازار ثبات بیشتری پیدا کرده و از نوسان قیمت‌ها کاسته خواهد شد متاسفانه نه‌تنها با گذشت سه هفته از فعالیت بازار، ثبات و افت قیمتی در بازار رخ نداد بلکه با طرح جلسات تصمیم‌گیری برای قیمت خودرو در سال ۹۹ و ادامه بلاتکلیفی و دامن زدن شایعات، بازار خودرو ملتهب‌تر و قیمت‌ها بر پلکان صعود قرار گرفت.

در همین زمینه، یک عضو اتحادیه نمایشگاه‌داران خودرو تهران در گفت و گو با خبرنگار پرشین خودرو، با اشاره به ادامه نابسامانی در بازار خودرو اظهار داشت: با تداوم بلاتکلیفی در قیمت‌های جدید، خرید و فروش خودرو در بازار نیز با رکود سنگین‌تری روبه‌رو شده است و وضع موجود هر گونه پیش‌بینی درخصوص بازار خودرو را بسیار سخت کرده است.

وی تأخیر در تصمیم‌گیری و اعلام قیمت‌های جدید کارخانه‌ای خودروها و عدم فروش فوری شرکت‌ها را بر جریان بازار موثر عنوان کرد و گفت: نزدیک به دو سال است که شرکت‌های خودروسازی فروش‌های فوری نداشتند و این مسئله در اختلاف قیمت خودرو در بازار تأثیر گذاشته است. به گفته نیکخواه، تا زمانی که نیاز بازار از سوی خودروسازان تأمین نشود قیمت‌ها روند افزایشی خود را ادامه خواهد داد. وی در عین حال به آمار بالای خودروهای در کف و وجود تعداد زیادی خودرو در پارکینگ‌ها اشاره و تأکید کرد: در صورت افزایش عرضه، مقابله با قیمت سازان و کنترل نوسانات ارزی و ثبات اقتصادی می‌توان به کاهش قیمت خودرو در بازار امید داشت. این فعال بازار خودرو همچنین به رشد بیش از حد قیمت پراید در بازار اشاره و با توجه به تأثیر توقف تولید این خودرو بر قیمت آن در بازار گفت: در صورتی که جایگزین مناسبی وجود داشته باشد معتقدم شاهد این میزان رشد قیمت در بازار این خودرو نبودیم و چنانچه در رنج قیمتی این خودرو، مدلی به بازار عرضه و جایگزین نشود ممکن است تا مدت‌ها به دلیل افزایش تقاضا چنین نوسانات شدیدی قیمتی را در بازار این خودرو داشته باشیم. نیکخواه در پایان با اشاره به ابهامات مطرح درخصوص تأثیر اعلام قیمت‌های جدید بر بازار خودرو خاطر‌نشان کرد: اگرچه اعلام قیمت‌های جدید خودرو در هفته جاری سرنوشت بازار را تا حدودی مشخص می‌کند اما باید دید این موضوع می‌تواند قفل معاملات را در بازار خودرو بشکند و چرخ خرید و فروش بازار خودرو را به حرکت درآورد.

روزانه ۲۰۰ اتوبوس در تهران معاینه فنی می‌شود

روزانه بیش از ۲۰۰ دستگاه اتوبوس در تهران با اعزام به مراکز معاینه فنی خودروهای سنگین، معاینه فنی می‌شود.

به گزارش خبرنگار خبرگزاری صدا و سیما، مدیرعامل شرکت واحد اتوبوسرانی تهران با اعلام اینکه معاینه فنی ناوگان اتوبوسرانی شتاب گرفته است، گفت: روزانه بیش از ۲۰۰ دستگاه اتوبوس در تهران با اعزام به مراکز معاینه فنی خودروهای سنگین، معاینه فنی می‌شود. محمود ترقع با اعلام اینکه ۲۴۰۰ دستگاه اتوبوس بخش خصوصی در نوبت معاینه فنی قرار دارند، افزود: سهمیه جداگانه‌ای برای سامانه‌های اتوبوسرانی در نظر گرفته شده است که هر روز اتوبوس‌ها براساس این سهمیه به مراکز معاینه فنی اعزام می‌شود. مدیرعامل شرکت واحد اتوبوسرانی تهران با تأکید بر اینکه طبق برنامه‌ریزی‌های به عمل آمده کل اتوبوس‌های تهران تا سوم خرداد معاینه فنی می‌شود، خاطر‌نشان کرد: هر اتوبوسی که تا سوم خرداد معاینه فنی نشده باشد، حق فعالیت در ناوگان را نخواهد داشت.

سوخت‌رسانی در تهران طبق روال عادی ادامه دارد

سختگویی شرکت ملی پخش فرآورده‌های نفتی ایران گفت سوخت‌رسانی در تهران طبق روال عادی ادامه دارد. به گزارش پایگاه خبری «عصر خودرو» به نقل از تسنیم، فاطمه کاهی، سخنگوی شرکت ملی پخش فرآورده‌های نفتی ایران اظهار داشت: سوخت‌رسانی در جایگاه‌های سطح استان تهران طبق روال عادی ادامه دارد و هیچ کمبودی در این باره وجود ندارد.

وی با اشاره به افزایش مصرف بنزین در سطح شهر تهران افزود: در ساعات ابتدایی وقوع زلزله مقداری ازدحام در جایگاه‌های سوخت استان تهران به ویژه در جایگاه‌های سوخت شرق و مرکز شهر به وجود آمد. کاهی تأکید کرد: ستاد بحران شرکت ملی پخش فرآورده‌های نفتی منطقه تهران از همان ساعات اولیه در حالت آماده‌باش قرار گرفت. وی افزود: خوشبختانه به هیچ کدام از تاسیسات و جایگاه‌ها آسیبی وارد نشده است و سوخت کافی در جایگاه‌های سطح شهر و استان تهران وجود دارد. براساس این گزارش، ساعت ۴۸ دقیقه بامداد روز جمعه، ۱۹ اردیبهشت ماه زمین لرزه‌ای به بزرگی ۵٫۱ ریشتر که مرکز آن حومه شهر دماوند در استان تهران گزارش شده، این منطقه و تهران را به شدت لرزاند.

نقش پررنگ دلالان و فرصت‌طلبان در قیمت‌های کاذب خودرو



است؛ همه مطلعان بازار خودرو می‌دانند همین به ظاهر سهم ۵درصدی چه رانت و سود گزافی را ارزانی عده‌ای انگشت شمار می‌کند و این در شرایطی است که در حال حاضر به هیچ عنوان زمینه‌ای مساعد برای خروج ارز از کشور وجود ندارد. عده‌ای که با پشتوانه مالی حاصل از سود و واردات حتی رسانه‌ها را نیز در اختیار می‌گیرند تا از انتظارات بحق مردم در راستای منافع شخصی خود بهره گیرند. البته این افراد خود را مسدود به واردات محصولات CBU (واردات خودرو به صورت کامل از کشور تولیدکننده و فروش آن در داخل) نمی‌بینند و در پس منافع تبعی عجیب و غریب آن پنهان می‌شوند.

در آشفتگی این روزهای قیمت خودرو و برخی تصمیمات و اظهارنظرات، نقش این گروه پرواضح است و برای پیداکردن دم خروس نیازی نیست خیلی سردرگم بشویم، فقط کافی است مراکز امنیتی و نظارتی ورود کنند و دستی به سر و گوش این عده واقعا انگشت‌شمار بکشند، دور نیست نتایج عجیبی حاصل شود.

جالب‌ترین بخش داستان درخصوص این افراد، آنجاست که بیشترین حجمه‌های ممکن برای تلقین ناکارآمدی صنعت خودروسازی کشور و تبلیغ گسترده در اثبات بی‌کیفیتی تولیدات داخلی از سوی آنها انجام می‌شود تا فضایی صنعتی را برای لزوم واردات ایجاد کنند.

عوامل غیرقانونی که پشت پرده بر آشفتگی بازار می‌دمند و نتیجه کاملاً مشخص است، یک فاصله معنادار در قیمت درب کارخانه تا بازار خودرو که کمترین سود عاید خودروسازان می‌شود.

این عوامل غیرقانونی با رندی خاص و با ترفندهای اتفاقا به‌روز، در هر دوره‌ای شرایط را طوری رقم می‌زنند که حتی تصمیمات موثر عوامل قانونی را تحت‌الشعاع قرار می‌دهند و این همان نقطه‌ای است که مصرف‌کننده واقعی از این بسترسازی‌ها آسیب جدی می‌بیند و دامنه این گرانی‌ها یقه سایر اقلام کالایی و نرخ تعداد کثیری از خدمات را به ضرر مردم می‌گیرد و ناجوانمردانه به شکل صعودی تغییر می‌دهند.

مرور نقش هر یک از عوامل غیرقانونی، عمق مسئله و میزان اثرگذاری این شارلاتان‌های اقتصادی را بیش از پیش روشن می‌کند.

مافیای واردات خودرو

این عبارت به گزاف نیست که سهم بازار خودرو چنان در کام عده‌ای واردکننده شیرین است که حاضرند با تمام قدرت گلولی صنعت خودروسازی را فشار دهند تا این صنعت در داخل کشور خفه شود. ساده‌انگاره‌ترین تعبیر از ضرورت واردات خودرو، سهم ۵درصدی بازار این صنعت

وضعیت تولید خودروهای پر تیراژ چه خواهد شد؟

اقتصادی متوقف و یا نسبت به استانداردسازی مربوطه اقدام شود. بدون شک انجام هرگونه هزینه بر روی پلتفرم‌های قدیمی فاقد هرگونه توجیه اقتصادی است و بر این اساس سایپا خبر از توقف تولید این خودرو در سال ۹۹ داد.

در همین حال با آغاز دور دوم تحریم‌ها نیز شاهد افزایش بی‌رویه قیمت ارز و همچنین کمبود قطعات بودیم و این روند باعث شد تا پراید دیگر یک خودروی اقتصادی نباشد اما با این‌ حال همچنان ارزان‌ترین خودروی داخلی به شمار می‌رفت. خودرویی ۲۶۰۰ دلاری که بدون شک با حذف آن از چرخه تولید، صنعت خودرو هیچ‌گاه چنین خودرویی را در خطوط تولید خود نخواهد دید.

میرجواد سلیمانی نیز ضمن تأیید این موضوع اعلام کرد پیش از این نیز بارها مطرح کرده‌ایم، برای یک خودرو با حدود قیمت ۲۶۰۰ دلار هیچ جایگزینی وجود ندارد، زیرا در شرایط فعلی و افزایش سرسام‌آور قیمت مواد اولیه و نوسان بازار ارز، تحریم‌های ظالمانه و محدودیت‌های واردات قطعات، تولید هیچ خودرو دیگری با این قیمت امکان‌پذیر نیست.

همین اظهارنظر کافی بود تا با اعلام توقف تولید پراید ۱۱۱ از هفته گذشته و برنامه‌ریزی برای توقف تولید آخرین مدل پراید (پراید ۱۳۱) از تیرماه، قیمت‌ها روند افزایشی به خود بگیرد.

اعتراض سهامداران خودرویی نسبت به قیمت‌گذاری دستوری

شده‌اند تا قیمت خودرو در بازار رسمی فاصله بسیار زیادی با قیمت‌های درب کارخانه داشته باشد. این در حالی است که با این قیمت‌گذاری دستوری بیش از ۴۰ هزار میلیارد زیان به صنعت خودرو و قطعه‌سازی کشور تحمیل شده است و به جای آن دلالان بیش از ۱۰ هزار میلیارد تومان سود بردند.

سهامداران شرکت‌های خودرویی در نامه خود ضمن انتقاد از قیمت‌گذاری دستوری خطاب به مسئولین کشور اعلام کرده‌اند چطور می‌شود با افزایش بیش از ۴۵درصدی قیمت مواداولیه تولید، نرخ تورم رسمی بالای ۴۰درصد، افزایش نرخ ارز نیامی‌ی از ۴۲۰۰ به بالای ۱۲هزار تومانی کنونی (ارز نیما)، بر طبل ثابت ماندن قیمت خودرو

بازار آشفته این روزهای خودرو ذی‌نفعانی در اقلیت، اما ظاهراً پرقدرت و آسیب‌دیدگانی در اکثریت دارد که نیازمند چاره‌جویی اساسی و برخورد بدون ملاحظه است تا برای اولین و آخرین بار این صنعت از دست فرصت‌طلبان، رانت‌خواران و حتی مافیای این صنعت در عرصه تولید و واردات خلاص شود.

نوسانات مکرر نرخ ارز، نوسانات آمار تولید، فاصله معنادار قیمت خودرو از درب کارخانه تا بازار آزاد، خودرو را از یک کالای مصرفی به یک کالای سرمایه‌ای تبدیل کرده و عملاً مدیریت تقاضای این کالا را دچار یک تلاطم اساسی کرده است.

البته نباید فراموش کرد، دخیل بودن عوامل مختلف در تنظیم بازار خودرو و صاحب نظر بودن بخش‌های متعدد از جمله شورای رقابت، سازمان حمایت، ستاد تنظیم بازار، تورم بخشی اعلامی از سوی بانک مرکزی و مهمتر از همه اظهارنظرهای غیر کارشناسی افراد ذی‌مدخل در این حوزه به خصوص در دوره‌های هیجانی بازار خودرو و در دوره انتظار اعلام قیمت به افزایش قیمت محصولات دامن می‌زند و این بهترین زمان برای ماهیگیران قلاب به دست از آب گل‌آلود است.

در تعیین قیمت خودرو عده‌ای عوامل قانونی وجود دارد و عده‌ای

ایستادن پراید در مرز ۱۰۰میلیون تومان اما و اگرهایی در توقف تولید این خودرو به وجود آورده و به نظر می‌رسد، پیشنهاد تداوم تولید این خودروی اقتصادی تنها در گرو موافقت سازمان‌های نظارتی و عقب‌نشینی آنها از اجرای استانداردهای هشتاد و پنج‌گانه با هدف کنترل قیمت‌ها در بازار باشد. به گزارش پدال نیز به نقل از خودروکار، جابه‌جا شدن رکورد قیمت پراید در چند روز گذشته و ایستادن این خودرو در قله ۹۰ میلیون تومانی، زمزمه‌های بازگشت دوباره پراید به چرخه تولید را مطرح کرده است. هرچند در چند سال اخیر تیر انتقادات همواره به سوی این خودرو نشانه رفته بود، اما این روزها همزمان با اعلام توقف تولید پراید ۱۱۱، استقبال برای خانواده پراید افزایش یافته و شاهد قیمت‌های حیرت‌انگیز این خودرو در بازار هستیم. در همین حال گروه خودروساز مربوطه تأکید دارد که این افزایش قیمت ارتباطی به کارخانه ندارد و قیمت‌ها در بازار توسط دلالان و واسطه‌ها و همچنین قیمت‌سازی‌های صورت گرفته در سایه‌های خرید و فروش اینترنتی تعیین شده است.

نوسانات قیمتی این خودرو در چند وقت اخیر در حالی است که همواره از پراید به عنوان خودرویی با استانداردهای حداقلی یاد شده، خودرویی درون شهری که قابلیتی در مسافرت‌های برون شهری ندارد و بر این اساس سازمان ملی استاندارد مقرر کرد تا تولید این خودروی

برخی سهامداران خرد شرکت‌های خودروسازی طی نامه‌ای سرگشاده به مسئولین ذی‌ربط به تداوم عدم اصلاح قیمت‌های محصولات تولیدی خودرو سازان معترض شده و نوشتند: از مسئولان می‌خواهیم، حق ما را از دلالان ببستانید. بر این اساس سهامداران صنعت خودرو در نگاشته خود با بیان این که در نامه‌های سازمان‌های مرتبط نسبت به رانت ایجادشده از محل قیمت‌گذاری دستوری خودرو هشدار داده‌اند اما گوش شنوایی وجود ندارد .

به گزارش پدال نیز، سهامداران شرکت‌های خودروسازی در این نامه از نمایندگان مجلس و وزیر صنعت، معدن و تجارت درخواست کمک و اعلام کرده‌اند: لابی بانفوذ دلالان و واسطه‌ها به بهانه گرانی سبب

راه رسیدن به توسعه پایدار اقتصاد دیجیتال از دانش‌بنیان‌ها می‌گذرد

عمر اقتصاد دیجیتال در کشورمان زیاد نیست. این اقتصاد که با توسعه پرداخت‌های الکترونیکی در ایران کار خود را شروع کرد امروز با کمک زیست‌بوم فناوری و نوآوری در همه ابعاد رشد کرده است. روند توسعه این اقتصاد نوا که بر پایه فعالیت‌های اقتصادی و اجتماعی بر بستر فناوری اطلاعات و ارتباطات استوار است با شکل‌گیری استارت‌آپ‌ها شتاب بیشتری گرفت.

در واقع اقتصاد دیجیتال، نوع کسب‌وکارها و درآمدزایی شرکت‌ها را تغییر داده و چارچوب مفهومی جدیدی برای محاسبات مالی ایجاد کرده است. این اقتصاد نوین که نقطه مقابل اقتصاد سنتی است اساس شکل‌گیری فعالیت‌های نوین اقتصادی در دنیا شد و به بازار کار شرکت‌های خدماتی آنلاین رونق داد.



دریچه

با حضور معاون علمی و فناوری رئیس‌جمهوری و در راستای ایجاد ناحیه نوآوری پردیس

قرارداد واگذاری زمین فاز چهارم پارک فناوری پردیس امضا شد

جاری به پایان می‌رسد، گفت: در دو ماه آینده اقدامات زیرساختی فاز ۴ آغاز می‌شود و کلنگ افتتاح فاز چهارم بر زمین می‌خورد، در سال جاری آماده‌سازی یک سوم این فعالیت‌ها تمام می‌شود.

صفاری‌نیا ادامه داد: همچنین ابتدای هفته جاری نیز قرارداد همکاری مشترک میان معاونت علمی و فناوری و دانشگاه آزاد اسلامی برای تأسیس «دانشگاه فناوری در ناحیه نوآوری پردیس» امضا شد. این قرارداد به امضای سورنا ستاری معاون علمی و فناوری رئیس‌جمهوری و محمد مهدی طهرانچی رئیس دانشگاه آزاد اسلامی رسید. مساحت دانشگاه آزاد ۲۵ هکتار است و با این اقدام زمینه ایجاد ناحیه نوآوری پردیس فراهم شد.

صفاری‌نیا با بیان اینکه طرح ناحیه نوآوری پردیس سال گذشته در هیأت امنای پارک تصویب و توسط معاون اول رئیس‌جمهوری ابلاغ شد، افزود: تمام فعالیت‌ها مانند افزایش فضای پارک تا ۹۰ هکتار، تعامل نزدیک فاز دانشگاهی و پارک مقدمات ایجاد ناحیه نوآوری پردیس است. با سرعت دادن به اقدامات در نظر داریم این ناحیه نوآوری را با وسعت ۱۱۰ هکتار و افق توسعه هزار هکتار در سال جاری رونمایی کنیم.

رئیس پارک فناوری پردیس همچنین بیان کرد: امروز همچنین سند دیگری برای توسعه آتی پارک در حریم جنوبی شهر پردیس امضا شد. این قرارداد مربوط به فاز نخست توسعه پارک با مساحت ۵۰۰ هکتار است. در حال حاضر نیز مراحل تصویب این اقدام در شورای عالی معماری و شهرسازی را می‌گذرانیم که براساس دستور وزیر راه و شهرسازی در اولویت فعالیت‌های شورا قرار دارد.

قرارداد واگذاری زمین برای احداث فاز چهارم پارک فناوری پردیس با حضور سورنا ستاری، معاون علمی و فناوری رئیس‌جمهوری امضا شد. با این اقدام ۳۰ هکتار زمین برای راه‌اندازی این فاز اختصاص یافت. همچنین ابتدای هفته جاری قرارداد دیگری میان سورنا ستاری و محمد مهدی طهرانچی امضا شد تا شاهد رونق فعالیت‌های فناورانه در این پارک با ایجاد دانشگاه ناحیه نوآوری پردیس باشیم.

به گزارش پایگاه اطلاع‌رسانی بنیاد ملی نخبگان، تا امروز شاهد توسعه پارک فناوری پردیس معاونت علمی در سه فاز با مترای ۶۰ هکتار بودیم، امروز با حضور سورنا ستاری معاون علمی و فناوری رئیس‌جمهوری قرارداد واگذاری زمین برای احداث فاز چهارم امضا شد. این قرارداد به امضای مهدی هدایت، مدیرعامل شرکت عمران شهر جدید پردیس و مهدی صفاری‌نیا، رئیس پارک فناوری پردیس رسید.

مهدی صفاری‌نیا، رئیس پارک فناوری پردیس معاونت علمی درباره امضای این قرارداد گفت: با امضای این قرارداد ۳۰ هکتار دیگر به مجموعه پارک اضافه شد و در مجموع محدوده عملیاتی پارک فناوری پردیس به ۹۰ هکتار می‌رسد. با امضای این قرارداد این پارک بزرگ‌ترین فضا را برای استقرار شرکت‌های دانش‌بنیان در میان پارک‌های فناوری کشور خواهد داشت و تا سه سال آینده امکان استقرار ۱۰۰۰ شرکت فناور را در پارک خواهیم داشت که با این اتفاق رشد چهار برابری اشتغال‌زایی و ایجاد شغل برای ۲۰ هزار نفر را شاهد می‌شویم.

وی با اشاره به اینکه عملیات زیرساختی و عملیاتی فاز سوم شهریورماه سال

با تلاش یک شرکت دانش‌بنیان

فروشگاه‌ها با پیشرفته‌ترین فناوری‌های ضدسرقت ایران ساخت مصون شدند

است و تنها تعداد محدودی از شرکت‌های آمریکایی و اروپایی دارندۀ آن هستند را برای محصولات خود انتخاب کرد. ثانوی در این باره می‌گوید: شرکت ما نخستین و بزرگ‌ترین تولیدکنندۀ گیت‌های ضدسرقت فروشگاه‌های سری SWG و IMG است. این محصولات با استقبال بازار داخلی و بازارهای خاورمیانه روبه‌رو شده است.

آنطور که این فعال دانش‌بنیانی می‌گوید: بخش طراحی و توسعه فناوری این شرکت با تکیه بر خودباری و اعتماد به توانمندی‌های متخصصانش توانسته محصولاتی با مزایای منحصر به فرد جهانی تولید کند.

محصولات تولیدی این شرکت تاکنون پاسخگوی نیاز بیش از ۱۰ هزار فروشگاه کشور بوده و هر دستگاه نصب‌شده از سوی این شرکت در فروشگاه‌ها حداقل از خروج ۵۰۰ دلار ارز از کشور جلوگیری کرده است. همه این موفقیت‌ها تنها با کمک ۳۰ نفر از متخصصان ایرانی شاغل در بخش تحقیق، توسعه، تولید و فروش این شرکت میسر شده است.

بنا به گفته مدیرعامل این شرکت دانش‌بنیان، محصولات این شرکت در نمایشگاه‌های مختلف بین‌المللی به نمایش گذاشته شده است. یک شرکت هم در عمان ثبت کرده‌اند و محصولات تولیدی خود را از عمان به کشورهای مختلف مخصوصاً کشورهای منطقه غرب آسیا صادر می‌کنند.

ایمن‌سازی فروشگاه‌ها با تولید محصولات و گیت‌های ضدسرقت ایرانی یکی از مهم‌ترین اهداف شکل‌گیری یکی از شرکت‌های دانش‌بنیان در کشور است. محصولات ایرانی با کیفیت جهانی که انحصار آن در دست چند کشور محدود جهانی بود، اما امروز ایران هم با داشتن این فناوری، در کنار این کشورها ایستاده است.

شرکت دانش‌بنیان ایمن موج توس با درک نیاز واحدهای صنعتی و فروشگاه‌های کشور به محصولات باکیفیت امنیتی و ضدسرقت اجناس فروشگاه‌های فعالیت خود را از سال ۸۶ آغاز کرد. این شرکت که در زمینه طراحی و تولید سخت‌افزارهای برق و الکترونیک، لیزر و فوتونیک - میکروالکترونیک و مدارهای الکترونیکی فعالیت می‌کند توانسته نیاز فروشگاه‌ها به محصولات ضدسرقت را تأمین کند.

به گفته محمدصادق ثانوی، مدیرعامل این شرکت دانش‌بنیان، شرکت ایمن موج توس بزرگ‌ترین تولیدکنندۀ گیت‌های فروشگاه‌های و تجهیزات جانبی در خاورمیانه است. این تجهیزات تأمین‌کنندۀ امنیت کالاهای انواع فروشگاه و هایپرمارکت‌ها در برابر سرقت است.

این شرکت از ابتدای فعالیت خود هدفش را حرکت در مرز دانش جهانی قرار داد و فناوری AMI را که برترین فناوری محصولات ضدسرقت فروشگاه‌های

اعتبار دانشگاه هر منطقه در رفع نیازهای بومی است

گودرزی با اشاره به لزوم نقش‌آفرینی دانشگاه در رفع نیازهای بومی، گفت: تمرکز روی مزیت‌های اقلیمی و رفع نیازهای بومی، سبب اعتباردهی به دانشگاه خواهد شد. طه گودرزی، عضو هیأت‌علمی دانشگاه امیرکبیر در گفت‌وگو با

پایگاه اطلاع‌رسانی بنیاد ملی نخبگان با مثبت ارزیابی کردن طرح شهید احمدی‌روشن، بر لزوم اطلاع‌رسانی یکنواخت به همه دانشگاه‌ها و مراکز علمی کشور درباره این طرح تأکید کرد و گفت: اگر اطلاع‌رسانی درباره این طرح به‌طور یکنواخت و همه‌جانبه انجام شود، قطعاً نیروی انسانی نخبه و خبره بیشتری در چرخه قرار می‌گیرد و این‌عامل سبب بهبود نتایج و تحقق اهداف تعیین‌شده خواهد شد. وی افزود: روند اجرای طرح شهید احمدی‌روشن باید به‌گونه‌ای باشد که همه دانشگاه‌های کشور که پتانسیل رفع نیازهای موجود و توانمندکردن مستعدان برتر را دارند، در این طرح درگیر شوند. گودرزی ادامه داد: فعالیت

دانشگاه‌های بومی روی مزیت‌ها، مشکلات و چالش‌های بومی در قالب این طرح، علاوه بر افزایش اعتبار دانشگاه و محققان و وسیع‌شدن دایره اثرگذاری این طرح، سبب توسعه منطقه‌ای می‌شود. عضو هیأت‌علمی گروه مهندسی مکانیک



دانشگاه امیرکبیر در ادامه با اشاره به ضرورت نهاده‌شدن مفهوم دقیق و حرفه‌ای «تحقیق»، اظهار داشت: در کشورهای توسعه‌یافته که به‌صورت جدی در حوزه تحقیق وارد شده‌اند، هسته پژوهشی و تحقیقاتی تنها یکی از حلقه‌های زنجیره

توسعه است. در این کشورها در اغلب موارد، رسالت هسته پژوهشی ساخت و تولید کالا و یا خدمت نیست چراکه این موارد در واحدهای تحقیق و توسعه صنعت و بر پایه نتایج خارج‌شده از تحقیق انجام می‌شود. گودرزی تصریح کرد: یکی از دست‌اندا‌های حرکت هسته‌های تحقیقاتی، اقتصاد دولتی، شرکت‌های دولتی و غیرقانونی هستند چراکه این قبیل شرکت‌ها رقابت‌پذیری ندارند و به همین دلیل احساس نیازی هم به تحقیق نخواهند داشت. وی در پایان هدف فعالیت هسته نخبگانی و پژوهشی را مهمترین عامل در شکل‌گیری هسته دانست و خاطرنشان کرد: اعضای گروه باید براساس مأموریت و هدف

پروژه انتخاب شوند؛ در واقع بر مبنای تخصص‌های لازم در انجام پروژه افراد انتخاب و در چرخه فعالیت هسته، به کار گرفته شوند. امروزه به دلیل گستردگی علوم، بسیاری از تحقیقات پیشرو چندرشته‌ای و میان‌رشته‌ای انجام می‌شوند.

کسب‌وکار



بحران داخلی

به قلم: شزیر موکلای – نویسنده حوزه باز

رئیس بخش وب‌سایت شرکت را برعهده د مختلفی پیرامون این شرکت شکل گیرد. آن را منتشر کرد که باید دید با چه واکنش خواهد بود. نکته دیگری که ذکر آن ضروری سیاست‌های آمازون نبوده و هم‌اکنون در بس لازم از کارمندان در برابر ویروس کرونا، اعتراضی نامه استعفای آقای بیری، یک طعن‌وی اعلام کرده است که مشکل اصلی ابتدا برمی‌گردد که مدیران این شرکت با کارگران

اگرچه آمازون از معدود برندهایی محسوب می‌شود که در دوران کرونا، بدون بحران به کار خود ادامه داده و رشد چشمگیری را داشته است، با این حال امروز خبری منتشر شده است که می‌تواند همه چیز را برای این شرکت تغییر داده و به جای یک بحران اقتصادی، این شرکت وارد یک بحران داخلی شده است که می‌تواند ضررهای به مراتب بیشتری را از حالت نخست داشته باشد. ماجرا از آنجا شروع شده است که دو کارگر بخش انبارداری این شرکت، از عدم توجه مدیران آمازون به وضعیت کارگران در شرایط اوج ویروس کرونا خبر دادند. پس از اعلام خبر اخراج این دو کارمند، یکی از مهندسان بخش نرم‌افزار شرکت به نام تیم بری که سابقه پنج سال همکاری با آمازون را دارد، در راستای حمایت از این دو کارگر، از سمت خود کناره‌گیری کرد. وی سمت نایب

بروکرها در هر مبادله فناوری جایزه می‌گیرند

رئیس شبکه فن بازار ملی ایران، مبالغ جایزه برای سه حوزه بازاریابی، سرمایه‌گذاری و رفع نیاز فناورانه عنوان کرد که مبلغ بازاریابی ۰۶ درصد و نیز به نسبت ۰۵ درصد در ازای سرمایه‌گذاری و رفع نیاز فناورانه است و

افزود: معمولاً با نظارت شبکه‌های فن بازار در سراسر کشور، بروکرها مبلغی در حدود ۲ تا ۷ درصد کل مبلغ معامله را نیز در قالب کمیسیون، از طرفین این تبادل تجاری، دریافت می‌کنند. ایجاد این مشوق‌های جنبی در راستای توسعه هرچه بیشتر بازار فناوری کشور انجام می‌گیرد.

رئیس شبکه فن بازار معاضدت علمی در ادامه افزود: با توجه به اینکه بروکرها یکی از عوامل تأثیرگذار و مهم زیست‌بوم دانش‌بنیان کشور هستند، این جواز می‌تواند مشوقی باشد تا آنها با دالگرمی بیشتری به وظایفشان در درون شبکه عمل کنند.

شبکه فن بازار ملی ایران براساس نقشه جامع علمی کشور و ابلاغیه‌های شورای عالی انقلاب فرهنگی و معاونت علمی و فناوری ریاست‌جمهوری وظیفه توسعه بازار فناوری کشور را عهده‌دار است.

کارگزاران تجارت فناوری را همان بروکرهای فناوری، غالباً نقش واسطه را میان صاحبان عرضه و تقاضای فناوری ایفا می‌کنند. براساس طرح جش تجارت فناوری، برای ترغیب این عناصر مهم در زیست‌بوم نوآوری کشور،

بروکرها در هر معامله یک جایزه دریافت می‌کنند. به گزارش پایگاه اطلاع‌رسانی بنیاد ملی نخبگان، شبکه فن بازار ملی معاونت علمی، در راستای پیاده‌سازی عملی، اهداف «جهش تولید» در درون این شبکه، طرح جهش تجارت فناوری را آغاز کرد.

اکنون براساس یکی از اجزای این طرح، برای تشویق بیشتر بروکرها، این کارگزاران به ازای معاملات انجام‌شده در حوزه فناوری، جایزه تشویقی دریافت می‌کنند.

میلااد صدرخانو، رئیس شبکه فن بازار ملی وابسته به معاونت علمی و فناوری ریاست‌جمهوری، در توضیح جزئیات این طرح، اظهار

کرد: محور اصلی فعالیت بروکرها، هم‌رسانی محصولات فناورانه میان خریدار و فروشنده است و بر این اساس و در راستای رونق‌بخشی به این مبادلات، جوایزی برای این کارگزاران در نظر گرفته شده است.



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 برگزار شد. با توجه به اینکه ایران و ترکیه دو همسایه با بیشترین اشتراکات فرهنگی و مذهبی هستند توسعه سطح همکاری‌های علمی و فناوریانه 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 رویداد فناوریانه 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 شد.



یادداشت

زبان، خواندن و مغز

محمود تلخابی - عضو هیأت علمی دانشگاه فرهنگیان

ما کمک می‌کنند تا برای رسیدن به اهدافمان، مهارت‌های تفکر خود را به کار بندیم و راه حلی را برای مسائل پیش‌روی خود پیدا کنیم. هیچ تصمیمی بدون نگرش گرفته نمی‌شود. فرض پایه این است که پردازش شناختی در بستر و همراه با پردازش هیجانی صورت می‌گیرد. به عبارت دیگر، تصمیم‌گیری‌های ما در زمینه انتخاب و باور کردن یا نکردن به چیزی، حاصل تعامل ابعاد شناختی و هیجانی ذهن ماست که مجموعاً ما را به‌گزینش یک باور یا اقدام وامی‌دارد. این موضوع در مورد تمام زمینه‌های شناختی که در آن افراد به قضاوت و تصمیم‌گیری درباره پدیده‌ها می‌پردازند، صادق است. در واقع، تمامی باورها و عقاید ما حاصل تعامل شناخت و هیجان است. از نظر زیست‌شناسی، مغز کودک از آغاز تولد آماده فراگیری زبان است و فرایند یادگیری زبان به فروگشایی تجربه نیاز دارد. رابطه معکوسی بین سن و اثربخشی یادگیری زبان وجود دارد و در مجموع، یادگیری در سنین پایین اثربخش‌تر است. دانشمندان علوم اعصاب در پی مطالعه و مقایسه نحوه پردازش زبان در مغز کودکان و بزرگسالان هستند. این یافته‌ها با سیاست‌گذاری آموزش زبان دوم که غالباً در مدارس ما قبل از دوره نوجوانی شروع نمیشود، ارتباط پیدا می‌کند. البته، نوجوانان و بزرگسالان نیز می‌توانند زبان دیگری را یاد بگیرند، اما در بزرگسالی یادگیری زبان دوم خیلی سخت‌تر خواهد بود.



پیچیده‌ترین کارکردهای عالی شناختی انسان مانند حافظه کاری، فراشناخت، استدلال، تصمیم‌گیری، برنامه‌ریزی، خودمهارى و خودتنظیمی، انعطاف‌پذیری و نوآوری توسط ناحیه پیش‌پیشانی مغز مدیریت و پردازش می‌شود. این نوع فعالیت‌های بخش پیش‌پیشانی را کارکردهای اجرایی می‌نامند که در جریان رشد ذهنی کودک در قالب اتصالات بین سلولی توسعه می‌یابد و در سال‌های پایانی مدرسه به سطح قابل قبولی می‌رسد. این رشد همزمان ادامه می‌یابد، به نحوی که هر چه مدارهای عصبی ناحیه پیش‌پیشانی پیچیده‌تر شود نشانه‌ای بر فرهیختگی فرد است.

اصطلاح کارکردهای اجرایی به توانایی‌های شناختی سطح بالایی اشاره دارد که به افراد کمک می‌کند تصمیم بگیرند، انتخاب کنند، رفتار خود را تنظیم کنند، برنامه‌ریزی کنند، فعالیت‌ها را آغاز کنند یا آن را به پایان برسانند و به عبارت ساده‌تر، رفتار خود را تنظیم کنند. از دیدگاه عصب‌شناسی کارکردهای اجرایی شامل مهارت‌های شناختی و اجتماعی است که در طول دوره رشد کودک شکل می‌گیرد. برای بهبود کارکردهای اجرایی می‌توان از سه روش متفاوت استفاده کرد. نخست، اصلاح محیط فرد است. روش دیگر، رویکردی فردی نام دارد و در صدد تقویت کارکردهای اجرایی از طریق ایجاد ارتباطات فردی است. سومین روش، ناظر بر آموزش کارکردهای اجرایی است. کارکرد اجرایی به

ترویج «مالکیت فکری» رشد کرد

آموزش بیش از ۱۵۰۰ نفر در یک سال

سال گذشته کانون با قدرتی بیشتر از گذشته این فعالیت‌ها را دنبال کرد و در ۱۶ شهر گوناگون دوره‌های آموزشی متنوعی برگزار شد. بیش از یک هزار و ۵۰۰ نفر در این دوره‌ها آموزش دیدند. این دوره‌ها آموزش برای موسسات تحقیقاتی، دانشگاه‌ها و شرکت‌های صنعتی را شامل می‌شود. البته علاوه بر دوره‌های آموزش حضوری توسعه فعالیت‌های آنلاین و برگزاری دوره‌های خاص نیز در کانون هدفمند دنبال می‌شود. برگزاری منظم کارگاه‌های آموزشی در فصول مختلف سال مطابق با تقویم آموزشی یکی از برنامه‌های کانون است که در سال گذشته در قالب دوره‌های آموزشی و ترویجی ۱۳ دوره برگزار شد. البته در این راستا کانون اقدامات جدیدی نیز در نظر گرفته است که برگزاری دوره‌هایی با مضامین تازه و با توجه به نیاز مخاطب را شامل می‌شود. برگزاری سه دوره با عنوان «علامت تجاری» در همین راستا بود. اما در سال جدید نیز برنامه‌های آموزشی در این راستا با قدرت بیشتر دنبال می‌شود و در سه ماه نخست سال جاری ۹ رویداد در برنامه‌های آموزشی گنجانده شده است. البته فعالیت‌های آموزشی حوزه دانش‌آموزی نیز در سال جاری آغاز می‌شود.

کانون پتنت معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری گام‌های محکمی را برای فعالیت‌های آموزشی و ترویجی در حوزه مالکیت فکری علاقه‌مندان به این حوزه در سراسر کشور برداشته است. در همین راستا نیز سال گذشته در ۱۶ شهر دوره‌های آموزشی برگزار شد و برای سال جاری نیز ادامه دارد. پیدایش انسان و مالکیت فکری با هم گره خورده‌اند. فکر و اندیشه از انسان جدا نیست. دستاوردهای ذهنی از همان نخستین اختراع بشر تاکنون در راستای رفع نیازهای او بودند. جرقه‌ها و ایده‌های ذهنی نوآورانه که امروز در مسیر توسعه نقش بازی می‌کنند. اما در مسیر پیشرفت، توسعه فناوری و اقتصاد دانش‌بنیان توجه کافی به زیرساخت‌های مالکیت فکری یکی از نیازها است. برای قدم گذاشتن در این مسیر نیز نخستین اقدام آگاه‌بخشی محققان و پژوهشگران است تا از ضرورت حفاظت از دارایی‌های فکری و مزیت‌های آن بدانند. پس توجه به فعالیت‌های آموزشی و ترویجی در این زمینه می‌تواند راهگشا باشد. اقدامی که کانون پتنت معاونت علمی در کنار حمایت از ثبت اختراع بین‌المللی به آن اهتمام دارد.

یک فراخوان؛ طرح‌های فناورانه‌تان برای ارتقای امنیت غذایی کشور را ارائه کنید

راهی برای رهایی از این نگرانی‌ها باشد. ستاد توسعه زیست فناوری معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری هم با توجه به اهمیت رفع نیازهای اساسی کشور و حمایت از شرکت‌های فعال در زمینه امنیت غذایی فراخوانی منتشر کرده است. در این فراخوان آمده است که ستاد از طرح‌های فناورانه شرکت‌های دانش‌بنیان برای ارتقای امنیت غذایی کشور حمایت می‌کند. طرح‌های موردنظر باید تولیدی باشند و قابلیت اجرایی‌شدن در شرایط اقلیمی و سیاسی کشور را داشته باشند. همچنین «وجود منابع پایدار برای تامین مواد اولیه با هدف استمرار در اجرای طرح و تولید محصول»، «چابکی طرح‌ها و ایده‌ها برای انطباق با استانداردها و تولید محصولات متنوع»، «وجود بازار داخلی برای محصول طرح یا تضمین صادرات برای محصولات ارزان‌ر»، «استفاده از فناوری‌های جدید و کارآمد در اجرای طرح»، «تمایل بخش خصوصی برای سرمایه‌گذاری و حمایت از طرح‌های فناورانه»، «کنترل کیفیت و عرضه محصول سالم و امکان اخذ مجوزات لازم در این طرح‌ها» وجود داشته باشد.

یکی از نگرانی‌های بشر برای آینده تامین آب و غذای سالم است؛ نیازی که از ابتدای حیات انسان بوده و تا آخرین روز زندگی آخرین بشر بر روی کره زمین ادامه خواهد داشت. تامین غذا از منابع محدود طبیعی موجود در زمین که عمر زیادی از آن باقی نمانده است یکی از مشکلات آینده بشر خواهد بود، اما شاید ایده‌های خلاقانه بتواند راهی برای تامین امنیت غذایی بیابد. براساس آمار و ارقام سازمان جهانی بهداشت، تقاضا برای غذا در ۴۰ سال آینده دو برابر خواهد شد. افزایش تقاضایی که با منابع محدود و رو به اتمام غذایی در دنیا مشکلات زیادی برای کشورها ایجاد خواهد کرد، اما قطعاً راهکار موجود در خوردن هر جنبه‌های زنده‌ای بر روی کره زمین نیست، راهی که برخی کشورها در پیش گرفته‌اند تا پاسخی برای تامین نیازهای غذایی مردم‌شان بیابند. **معاونت علمی و فناوری پیشگام شد** آینده غذا در ایران هم برای مدیران به یک دغدغه جدی بدل شده است؛ دغدغه‌ای که قرار است با حمایت از شرکت‌هایی که در حوزه امنیت غذایی فعالیت می‌کنند پاسخ داده شود. شاید حمایت و هدایت سرمایه‌های مادی و ایده‌های خلاقانه موجود در این شرکت‌ها بتواند



سازمان در آمازون

زاريابی و کسب‌وکار / مترجم: امير آل علی

را برای جان آنها قائل نمی‌شوند. درواقع آمازون دچار طمع درآمد هرچه بیشتر شده است و در این رابطه کارگران ساده، قربانیان آن هستند. نکته تاسف‌بار دیگر آن است که خبرها حاکی از محدودکردن ارتباطات کارگران با یکدیگر در راستای عدم شکل‌گیری موج جدید اعتراض است. حال باید دید که چه آینده‌ای در انتظار آمازون و موسس آن آقای جف بزوس که عنوان ثروتمندترین فرد جهان را به دست آورده است، خواهد بود. درواقع ممکن است دادگاه‌های جهانی درگیر این ماجرا شده و خسارت‌های سنگینی را متوجه این شرکت کنند. این نکته را نیز فراموش نکنید که احتمالاً شاهد بروز استعفاهای بیشتری نیز خواهیم بود.

منبع: homeofscience.net

کانون‌های هماهنگی دانش، صنعت و بازار در مسیر جهش تولید قرار دارند

محسوب می‌شوند. این بخش‌های اقتصادی از این جنبه برای افتتاح کانون انتخاب شده‌اند که از پتانسیل ایجاد ارزش افزوده برخوردار هستند.

وی افزود: در حال حاضر کانون‌ها در حوزه‌هایی مانند: گندم، آرد و نان، جواهرات و سنگ‌های قیمتی، گل محمدی و گیاهان معطر، حمل و نقل ریلی شهری، تجهیزات و مواد آزمایشگاهی ایران ساخت، رنگ و رزین، زنبور عسل، فرش و آبریزان در حال فعالیت هستند.

شناسایی حوزه‌های مستعد جدید از جمله اقدامات این دفتر در سال ۱۳۹۸ بوده است. بر این اساس با شناسایی ۲۰ حوزه مناسب، در نهایت تأسیس پنج کانون در حوزه‌های سلولز و مشتقات سلولزی، مدیریت پسماند و بازیافت، شکر و صنایع جانبی، گردشگری و همچنین امنیت فضای تبادل اطلاعات به تصویب رسید.

توسعه فعالیت این کانون‌ها می‌تواند حوزه‌های متعدد و گسترده اقتصادی را ترغیب کند که از تک بعدی بودن به سمت برقراری ارتباط متمرکز با بخش‌های دیگر از جمله صنایع مختلف و دانشگاه‌ها گام بردارند.

کانون‌های هماهنگی دانش، صنعت و بازار از جمله ظرفیت‌های قانونی ایجادشده در زیست بوم نوآوری کشور هستند که توانسته‌اند نقشی موثر در ایجاد ارتباط میان بخش‌های تولیدی کشور (صنعت)، بخش توزیعی (بازار) و مراکز تولید علم و دانش برقرار کنند. رشد کمی و کیفی این موسسات در ماه‌های پیش رو می‌تواند به جهش تولید در حوزه‌های مهم و استراتژیک منتهی شود. به گزارش پایگاه اطلاع‌رسانی بنیاد ملی نخبگان، این کانون‌ها که در ابتدا با استفاده از ظرفیت‌های دولتی تأسیس شدند، مسیر خود را با تمرکز بر بخش خصوصی اصلاح کردند. همچنین معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری در راستای ایجاد ظرفیت‌های قانونی برای این کانون‌ها مصوبه شورای عالی انقلاب فرهنگی را نیز اخذ کرد.

عبدالرضا مجدالدین، مدیرکل دفتر هماهنگی دانش، صنعت بازار معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری در این باره اظهار کرد: در دوره جدید فعالیت کانون‌ها تلاش شده است، کانون‌های هماهنگی دانش، صنعت و بازار در حوزه‌هایی تأسیس شود که جزو حوزه‌های استراتژیک



بررسی وضعیت تبلیغاتی ۱۰ برند برتر در دوران کرونا

تاثیر ویروس کرونا بر روی تبلیغات برندهای بزرگ



اگرچه شرکت گلاکسو اسمیت کلاین در سال جاری رشد قابل ملاحظه‌ای در زمینه تولیداتش نداشته است، اما سه ماهه نخست را به خوبی پشت سر گذاشت. چالش‌های اصلی این غول دنیای تولید و عرضه دارو از ماه پیش شروع شده است. براساس گزارش رسمی شرکت کاهش ۴درصدی ارزش برند و همچنین درآمد سالیانه موجب لغو بسیاری از کمپین‌های بازاریابی شده است. تلاش اصلی آنها در شرایط کنونی تولید محصولات اساسی و موردنیاز مشتریان برای عبور از بحران کروناست.

بدون تردید انتظار مشتریان از شرکت‌های فعال در زمینه دارو و خدمات پزشکی برای حضور در عرصه تبلیغات زیاد نیست. شرکت گلاکسو اسمیت کلاین نیز اطلاعات دقیقی درباره میزان کاهش بودجه تبلیغاتی و سایر جزئیات این عرصه ارائه نکرده است، با این حال بازگشت چین به حالت پیش از شیوع ویروس کرونا نقش مهمی در افزایش سود آنها خواهد داشت. دلیل این امر احداث اغلب شعبه‌های تولید دارو و آزمایشگاه‌های تخصصی شرکت در کشور چین است.

۸.فولکس واگن: حالت اضطراری و ذخیره مالی

فولکس واگن نیز مانند سایر شرکت‌های تولیدی در دوره شیوع کرونا وضعیت چندان خوبی ندارد. براساس گزارش‌های رسمی سود این غول خودروسازی ۸۳ درصد کاهش پیدا کرده است. وقتی ما در عرصه‌های گسترده کسب و کار حضور داریم، این مقدار سود نقش تعیین کننده‌ای برای مدیریت شرکت‌ها خواهد داشت. فرانک ریتز، مسئول بخشی مالی فولکس واگن، پیش‌بینی بدتری از نیمه دوم سال جاری دارد. بر این اساس مدیران ارشد فولکس واگن خود را برای سالی دشوار و پر از فشارهای مالی آماده می‌کنند: «قرارند کاهش هزینه‌ها برای مقابله با شرایط فعلی ضرورت دارد. بسیاری از برندها در شرایط کنونی همچنان تعطیل هستند. اگر ما قصد ادامه فعالیت داریم، باید هزینه‌های تبلیغاتی و سایر مخارج جانبی شرکت را به شدت کاهش دهیم.»

استراتژی فولکس واگن برای کاهش هزینه‌ها به خوبی بیانگر کاهش شدید همکاری با آژانس‌های تبلیغاتی، دست‌کم تا پایان سال جاری، است بنابراین وضعیت برای آژانس‌های بازاریابی در شرایط کنونی حتی دشوارتر از شرکت‌های تولیدی خواهد بود.

۹. مک دونالد: ارائه وعده‌های غذایی رایگان

مک دونالد در پی شیوع ویروس کرونا مجبور به تعطیلی اغلب شعبه‌هایش در سراسر دنیا شد. تعداد محدودی از شعبه‌ها نیز که همچنان به فعالیت ادامه می‌دهند، با رعایت نکات بهداشتی سخت و فاصله‌گذاری اجتماعی مشغول به ارائه خدمات بیرون بر هستند.

مزیت اصلی مک دونالد علاقه بسیار زیاد مشتریان به منوی‌شان است. همچنین راهاندازی سرویس عرضه غذا به صورت آنلاین نیز مانع از کاهش شدید سود مک دونالد شده است. براساس گزارش رسمی شرکت مک دونالد سود جهانی آنها در شرایط کنونی ۱۷درصد کاهش داشته است.

مک دونالد علی‌رغم کاهش درآمد‌ها در طول دو ماه اخیر تا همین چند هفته پیش فعالیت قابل توجهی در عرصه بازاریابی و تبلیغات داشت. اگرچه اکنون با افزایش فشار مالی آنها نیز تصمیم به کاهش هزینه‌های بازاریابی و تبلیغاتی‌شان گرفته‌اند.

استراتژی جالب مک دونالد طی کمپین‌های بازاریابی‌اش تا پایان ماه گذشته تقویت انگیزه مشتریان برای مراجعه حضوری به شعبه‌های مختلف پس از پایان ماجرای ویروس کرونا بود. آنها در کمپین اصلی‌شان در ایالات متحده برای مشکلات بازخورد از سوی کاربران جایزه غذای رایگان تعیین کرده بودند. این امر موجب افزایش توجه مخاطب هدف به کمپین تبلیغاتی مک دونالد شد.

کریس کمپسنزینسکی، مدیرعامل مک دونالد، نسبت به آینده صنعت فست فود امیدوار است. بر این اساس اوج چالش‌ها و مشکلات مالی تا پایان سال جاری برقرار خواهد بود. پس از آن رستوران‌های مختلف دوباره شروع به فعالیت خواهند کرد. نکته مهم در این میان تلاش برای جلب نظر مخاطب هدف برای جبران هرچه سریع‌تر ضررهای سال ۲۰۲۰ است.

۱۰. ان بی سی یونیورسال و کام کست: بحران مالی فراگیر

شرکت کام کست در طول بحران کرونا، مانند بسیاری از برندهای دیگر، ضررهای فراوانی کرده است. اگرچه آنها در زمینه ارتباطات و فناوری‌های زیرساخت فعالیت دارند، اما این امر مانع از بروز مشکلات فراوان برای آنها نشده است. اخیرا میزان خرید اشتراک تلویزیونی ان بی سی یونیورسال و کام کست به طور قابل توجهی کاهش یافته است. نکته مهم در اینجا کاهش تقاضاهای بازاریابی و پخش تبلیغات در پی کاهش شمار مخاطب شبکه‌های تلویزیونی است.

براساس گزارش‌های رسمی در صنعت تولید برنامه و مدیریت شبکه‌های تلویزیونی ضرر ۰۹درصدی دست‌کم برای تمام برندها طبیعی خواهد بود. در این میان برخی از برندهای بزرگ ضررهای بیشتری نیز متحمل خواهند شد. دلیل این امر کاهش تقاضا برای بسیاری از خدمات جانبی چنین شبکه‌هایی است بنابراین برندها باید به دنبال راهکارهایی دیگر برای رفع مشکلات‌شان باشند.

بی‌تردید وضعیت بازاریابی و تبلیغات در حوزه شبکه‌های تلویزیونی بر روی کمپین‌های آنها نیز تاثیر گذاشته است. بسیاری از برندها برنامه‌های‌شان برای رونمایی از شبکه‌ها یا برنامه‌های بیشتر را به تأخیر انداخته‌اند. اگر شبکه‌ای هنوز در حال پخش محتواس‌ت، به احتمال زیاد درگیر مشکلات مالی فراوانی است. در غیر این صورت پخش محتوا برای مخاطب اندک توجیه مالی ندارد.

منبع: digiday.com

تلاش لورئال برای کاهش هزینه‌های بازاریابی تبلیغات استراتژی بلندمدتی نیست بنابراین به زودی شاهد بازگشت آنها به عرصه تبلیغات خواهیم بود. به عبارت بهتر، شرایط کنونی به دلیل نوعی اضطراب روی داده است.

۴.اتحاد رنو، نیسان و میتسوبیشی: کاهش هزینه‌ها در کوتاه‌مدت

نرخ فروش برند خودروسازی رنو در سه ماهه نخست سال جاری با ۱۹درصد رکود مواجه شده است. این میزان برای هر شرکتی نوعی بحران مالی محسوب می‌شود. وضعیت رنو تا حد زیادی بحرانی‌تر از سایر شرکت‌ها در فرانسه است. به همین خاطر مدیران ارشد آن به دنبال کسب انواع برنامه‌های حمایتی از سوی دولت فرانسه هستند.

وضعیت خودروسازها در بازار ژاپن نیز تعریف چندانی ندارد. برند نیسان در سال جاری رکود قابل توجهی را تجربه کرده است. این میزان از کاهش فروش نیسان پس از سال ۲۰۰۹ و در پی بحران مالی گسترده در سراسر جهان بی‌سابقه محسوب می‌شود. براساس گزارش رسمی نیسان، میزان فروش خودروهای شرکت در مقایسه با بازه مشابه در سال گذشته ۴۳درصد افت داشته است. بحران موجود برای نیسان به مراتب از وضعیت رنو پیچیده‌تر است. وضعیت سایر برندهای فعال در زمینه خودروسازی در بازار ژاپن نیز چندان مناسب نیست. شرکت میتسوبیشی حتی در زمینه مدیریت بحران هنوز توانایی محاسبه میزان ضرر را نداشته است. بسیاری از کارشناس‌ها به طور رسمی شرایط میتسوبیشی را نزدیک به ورشکستگی اعلام کرده‌اند بنابراین اگر حمایت‌های دولتی هرچه سریع‌تر به این برند نرسد، احتمال فروپاشی یکی از قدیمی‌ترین شرکت‌های تولید اتومبیل وجود خواهد داشت.

برند رنو در واکنش به شرایط موجود تا جای ممکن از هزینه‌های تبلیغاتی کاسته است. این استراتژی گزینه مناسبی برای سایر اتومبیل‌سازها محسوب می‌شود. بنابراین نیسان و میتسوبیشی نیز همین الگو را مورد استفاده قرار داده‌اند. **۵.آمازون: افزایش بودجه بازاریابی و تبلیغات در پی کسب سود بیشتر**

همانطور که انتظار می‌رفت، شیوع ویروس کرونا تاثیر مثبتی بر روی درآمد خردهفروشی‌های آنلاین داشته است. بسیاری از کسب و کارها در طول دوران قرنطینه فاصله‌گذاری اجتماعی شرایط دشواری را تجربه می‌کنند، با این حال آمازون علاوه بر کسب سود بیشتر در حوزه تبلیغات نیز فعال تر شده است.

براساس گزارش رسمی بخش مالی آمازون در نیمه دوم سال جاری پیش‌بینی افزایش ۱۵ میلیارد دلاری سود در مقایسه با سال گذشته منفی به نظر می‌رسد. بر این اساس سود خالص این برند در سه ماهه پایانی سال جاری به ۳۰۱ میلیارد دلار خواهد رسید. این رقم برای بسیاری از کسب و کارها در حد روایست. وقتی درآمدهای یک برند به طور قابل توجهی افزایش پیدا می‌کند، میزان سرمایه‌گذاری بر روی حوزه بازاریابی نیز بیشتر خواهد شد. این امر در حوزه فعالیت آمازون به خوبی قابل مشاهده است. آنها در سال جاری بوده بخش تبلیغات را ۲۲درصد (معادل ۴٫۸ میلیارد دلار) افزایش داده‌اند، با این حال براساس اعلام رسمی مدیران ارشد آمازون هزینه‌های تبلیغاتی آنها در برخی از نقاط نیز کاهش یافته است. به این ترتیب تمرکز آمازون بر روی بازارهای خاصی قرار دارد.

۶. کوکاکولا: کاهش هزینه‌های جاری

کوکاکولا پس از تعطیلی اغلب رستوران‌ها و نوشیدنی‌فروشی‌ها روزهای سختی را سپری می‌کند. مردم در دوران اوج کرونا به جای خرید محصولات مانند نوشابه گازدار بر روی لوازم بهداشتی تمرکز دارند. به این ترتیب مدیران کوکاکولا برای مدیریت شرایط در تلاش برای یافتن راهکارهای بهینه هستند. براساس اعلام رسمی شرکت کوکاکولا سود آنها در سال جاری ۲۵درصد کاهش داشته است. نتیجه این امر اعمال برنامه پلکانی برای کاهش هزینه‌هاست. نخستین بخش برای صرفه‌جویی بیشتر بازاریابی و تبلیغات است. هدف اصلی مدیران ارشد کوکاکولا جلوگیری از صرف هزینه در حوزه تبلیغات بدون وجود بازارهای هدف با توان خرید بالااست.

کوکاکولا به عنوان یکی از برندهای بزرگ همکاری نزدیکی با آژانس‌های تبلیغاتی دارد. همین امر کاهش هزینه‌های تبلیغاتی کوکاکولا را بدل به کابوسی برای برندهای مختلف کرده است. هیأت مدیره کوکاکولا در ابتدای ماه اپریل هشدار جدی به آژانس‌های طرف قراردادش مبنی بر کاهش هزینه‌های تبلیغاتی داده است. به این ترتیب دست‌کم تا پایان سال جاری خبری از کمپین‌های بازاریابی هرزینه نخواهد بود.

جیمز کوننسی، مدیرعامل کوکاکولا، در مصاحبه رسمی بر روی حفظ کارایی کارمندان و حمایت از آنها در شرایط دشوار کنونی تأکید کرده است: «ما در زمان کنونی محدودیت‌های قابل توجهی در زمینه فروش محصولاتمان داریم. همین امر ما را به سوی کاهش هزینه‌های تبلیغاتی تا زمان رفع مشکلات و کنترل کامل ویروس کرونا سوق داده است. بررسی وضعیت گردش مالی شعبه‌های مختلف کوکاکولا در سه ماهه نخست سال جاری به خوبی بیانگر کاهش درآمدمان است بنابراین ما باید هزینه‌های کمتری نیز در زمان کنونی داشته باشیم.»

۷.گلاکسو اسمیت کلاین: ضربه سخت ویروس کرونا

گلاکسو اسمیت کلاین یکی از غول‌های عرصه تولید داروهای پزشکی است. این شرکت در سه ماهه نخست سال جاری رشد ۹درصدی در فروش محصولاتش تجربه کرده است. آنها در حال کار بر روی تولید واکسن برای ویروس کرونا هستند. همین امر حمایت‌های قابل توجهی از سوی دولت و سازمان‌های مردمی به ارمان آورده است. نکته مهم در این میان وضعیت مالی نامناسب شرکت حتی در پی افزایش فروش به دلیل شیوع ویروس کروناست.

به قلم: لارا اُریلی کارشناس تبلیغات و بازاریابی ترجمه: علی آل‌علی

عرصه کسب و کار پیوند عمیقی با صرف هزینه‌های تبلیغاتی دارد. برندها با اختصاص بودجه‌های کلان برای تبلیغات در فضاهای مختلف امکان رشد و توسعه خود را فراهم می‌کنند. البته همیشه امکان ناکامی در زمینه دستیابی به اهداف مورد نظر نیز وجود دارد بنابراین ما باید با احتیاط نسبت به تخصیص بودجه در عرصه تبلیغات عمل کنیم. یکی از شرایط خطرناک برای بازاریابی و تبلیغات همین موقعیت‌های مناسب تبلیغاتی دارند. درست به همین خاطر کمتر با شکست یا این امر برای برندها نیز وجود دارد. بخش بازاریابی و تبلیغات همیشه جزو نخستین حوزه‌های آسیب‌پذیر از بحران‌های مالی شرکت‌هاست. این امر حتی برای برندهای بزرگ نیز به یک صورت صحت دارد.

وضعیت برندهای بزرگ در عرصه تبلیغات همیشه مثال خوبی برای کسب و کارهای کوچک است. چنین برندهایی اغلب مهارت بالایی در شناسایی موقعیت‌های مناسب تبلیغاتی دارند. درست به همین خاطر کمتر با شکست یا ناتوانی در زمینه جلب نظر مخاطب هدف مواجه می‌شوند. ما در این مقاله قصد بررسی وضعیت تبلیغاتی برندهای بزرگ را داریم. بدون تردید اطلاعات حاصل از چنین بررسی برای سایر برندها در راستای طراحی تبلیغات مفید و حیاتی خواهد بود. برندهای موردنظر ما در این مقاله براساس میزان درآمد و شهرت‌شان در میان مشتریان انتخاب شده‌اند بنابراین آگاهی از استراتژی تبلیغاتی آنها علاوه بر سایر برندها، برای مشتریان آنها نیز جذابیت خاصی خواهد داشت.

۱.Procter & Gamble: افزایش بودجه تبلیغاتی و تلاش برای آگاه‌سازی مشتریان از مزیت‌های برندش

بزرگ‌ترین شرکت تولیدی در دنیا در عرصه تبلیغات نیز هزینه‌های قابل توجهی اختصاص می‌دهد. شرایط شیوع کرونا موجب افزایش مراجعه مردم به سوپرمارکت‌ها و خردهفروشی‌های آنلاین شده است. این امر برای Procter & Gamble فرصت مناسبی در راستای بهبود سطح تعامل با مشتریان ایجاد کرده است. بر این اساس آنها در سه ماهه نخست سال جاری ۴درصد بر هزینه‌های بازاریابی افزوده‌اند. این امر با هدف بهبود سطح تعامل با مخاطب هدف و نمایش مزیت‌های خردهفروشی شرکت در مقایسه با سایر رقبای صورت گرفته است.

جان مولر، مسئول بخش مالی شرکت P&G. در رابطه با تصمیم برای افزایش بودجه بخش بازاریابی و تبلیغات اظهارنظر جالبی دارد: «تلاش برای حفظ مشتریان در عرصه خردهفروشی و عرضه محصولات نظیر شرکت دشواری‌های بسیار زیادی دارد. ما در طول سال‌های اخیر توجه ویژه‌ای به عرصه بازاریابی برای تعامل هرچه بهتر با مخاطب هدف داشته‌ایم. توجه به نیازهای اصلی مشتریان و خانواده‌های‌شان در کانون فعالیت‌های اخیر تبلیغات شرکت قرار داشته است. به این ترتیب ما فرصت بهتری برای تعامل با مخاطب هدف خواهیم داشت.»

۲.یونیلیور: حفظ بودجه تبلیغاتی و چانه‌زنی با رسانه‌ها

نحوه فعالیت برند یونیلیور در سه ماهه نخست سال جاری تغییرات بسیار زیادی در نحوه فعالیتش نشان نمی‌دهد. در حقیقت آنها با احتیاط بسیار زیادی وارد سال ۲۰۲۰ شده‌اند. اگرچه در ابتدای سال اغلب کارشناس‌ها رشد دست کم ۲٫۱درصدی در بودجه تبلیغاتی این برند پیش‌بینی می‌کردند، اما در نهایت تغییر قابل توجهی در فعالیت آنها احساس نمی‌شود.

دلیل اصلی حفظ شرایط و بودجه بازاریابی از سوی برند یونیلیور عدم احساس خطر از سوی رقباست. این خردهفروشی علاوه بر عرضه دامنه وسیعی از محصولات حق امتیاز برخی از برندها را نیز خریداری کرده است. بخش عمده‌ای از فعالیت یونیلیور مربوط به حوزه سلامت و بهداشت است. با توجه به افزایش نگرانی‌ها در حوزه سلامت با شیوع کرونا، بازار کسب و کار یونیلیور تا حد زیادی گسترش یافته است.

براساس گزارش رسمی شرت یونیلیور، استراتژی فعلی آنها تولید و عرضه هرچه بیشتر محصولات بهداشتی برای مقابله با ویروس کروناست بنابراین در ادامه سال نیز خبری از افزایش هزینه‌های در حوزه بازاریابی و تبلیغات نخواهد بود.

۳.لورئال: کاهش هزینه‌های تبلیغاتی در کوتاه مدت و آمادگی برای بازگشت بزرگ

میزان فروش برند لورئال در سه ماهه نخست سال جاری به طور عجیبی با کاهش ۴٫۸درصدی مواجه شده است. بدون تردید بخش قابل توجهی از این افت فروش مربوط به همه‌گیری ویروس کروناست، با این حال نشانه‌های کاهش فروش حتی پیش از شیوع ویروس موردنظر نیز مشاهده شده است. استراتژی کلی مدیران لورئال برای خروج از چنین وضعیتی سرمایه‌گذاری کوتاه‌مدت بر روی تولید محصولات موردنیاز مشتریان است. همچنین بودجه بخش بازاریابی و تبلیغات نیز در کوتاه‌مدت کاهش یافته است.

بازار چین مهم‌ترین مقصد محصولات لورئال محسوب می‌شود. شیوع ویروس کرونا و تلاش‌های دولت چین برای کنترل آن موجب کاهش تقاضا برای محصولات لورئال شده است. نکته مهم در این میان عدم پیش‌بینی چنین مشکلی از سوی مدیران ارشد لورئال بود. درست به همین خاطر فعالیت بازاریابی و تبلیغاتی آنها به شدت از شیوع کرونا ضربه خورده است.

ژان باول آگون، مدیرعامل شرکت لورئال، در مورد بحران کنونی بر روی تلاش برای خروج از شرایط بد مالی با کاهش هزینه‌های جانبی تأکید دارد. بر این اساس کاهش هزینه‌های بازاریابی نیز به عنوان بخشی از بودجه‌های غیرضروری در زمان حاضر ارزیابی شده است.

کارگاه برندینگ

HTC از خلاقانه‌ترین تکنولوژی کنفرانس ویدئویی رونمایی کرد

به قلم: ماریا مون نویسنده حوزه تکنولوژی و تبلیغات مترجم: امیر آل علی

اگرچه ویروس کرونا باعث شده تا توجهات به کنفرانس‌های ویدئویی افزایشی چشمگیر پیدا کند، با این حال یک مشکل بزرگ در این رابطه وجود دارد. درواقع افراد باید در خانه خود به یک پوشش مناسب دست پیدا کرده و همواره ممکن است که یک اتفاق از پیش تعیین‌نشده‌ای رخ دهد. برای مثال فرض کنید که در حین یک کنفرانس، فردی از اعضای خانواده به یک باره وارد اتاق شود بدون شک این اتفاق می‌تواند برای هر فردی یک تجربه بد محسوب شود. به همین خاطر برند HTC که روزهای فاجعه‌باری را در صنعت تولید گوشی هوشمند سپری می‌کند، اعلام کرده است که به یک تکنولوژی جدید در این زمینه دست پیدا کرده و با استفاده از واقعیت مجازی، می‌توانند یک کنفرانس را شبیه‌سازی کنند. برای دسترسی به این قابلیت، داشتن هدست HTC Vive الزامی بوده و با دستگاه‌های مشابه نمی‌توان اقدامی را انجام داد. ظرفیت این اتاق‌های مجازی تا ۳۰ نفر خواهد بود. در این رابطه هر فرد می‌تواند با ارسال تصور خود، تمامی تغییرات لازم را در ظاهر و پوشش ایجاد کرده و یک شخصیت را برای خود ایجاد کند. حرکت صورت و بدن مورد شبیه‌سازی شده کاملاً وابسته به اقدامات کاربر خواهد بود. برای مثال اگر شما گردن خود را تکان دهید، شخصیت ایجادشده نیز این اقدام را تکرار خواهد کرد. در نهایت امکان اشتراک‌گذاری انواع فایل‌ها در کنار ذخیره جلسه نیز وجود دارد. با استفاده از این ابزار، شما دیگر هیچ نگرانی‌ای بابت نامن بودن محیط و از دست رفتن اطلاعات نداشته و این تکنولوژی امنیت کنفرانس تصویری را در بالاترین جایگاه ممکن قرار می‌دهد. نکته جالب دیگر این برنامه، ساعت دیجیتال آن است. درواقع ایجاد هماهنگی خصوصاً هنگامی که اعضا از کشورهای مختلف باشند، بسیار سخت خواهد بود که این برنامه تبدیل ساعت را برای کاربران به سادگی انجام داده و باعث می‌شود تا امکان این اقدام کاملاً مهیا باشد. برای مثال اگر شما ساعت شروع کنفرانس را ۹ شب به وقت محلی خود تعیین کرده باشید، سایر اعضا با توجه به ساعت منطقه خود، نسبت به زمان شروع کنفرانس آگاه خواهند شد. حال باید دید که این تکنولوژی بسیار جذاب، تا چه حد مورد استقبال قرار می‌گیرد و واکنش برندهای رقیب چه خواهد بود. درواقع حتی کاربران عادی نیز برای تماس تصویری می‌توانند از این قابلیت استفاده کنند. نکته دیگری که باید به آن توجه داشت این است که با توجه به از دست رفتن بازار تولید گوشی‌های هوشمند، ممکن است HTC به صورت کامل حوزه کاری خود را تغییر داده و دیگر وارد این عرصه نشود. درواقع موفقیت‌های این شرکت در حوزه واقعیت مجازی و واقعیت افزوده، این فرصه را قوی‌تر کرده است. به همین خاطر شرایط فعلی در بازار تولید گوشی هوشمند، احتمالاً یک تصمیم ارادی محسوب شده و ارتباطی به ضعف مدیریتی ندارد.

منبع: engadget.com

راهکار جالب کانن برای افزایش کیفیت تماس‌های تصویری

به قلم: کریس ولچ خبرنگار مترجم: امیر آل علی

در شرایط حال حاضر که ویروس کرونا باعث دور کاری و قرنطینه خانگی شده است، میزان کنفرانس‌ها و تماس‌های تصویری افزایشی چشمگیر پیدا کرده است. با این حال همچنان عدم کیفیت بالای دوربین‌ها باعث شده است تا بسیاری از افراد از سطح فعلی رضایت نداشته باشند. در این رابطه کانن به عنوان بزرگ‌ترین سازنده دوربین‌های عکسی، راهکاری جدید ارائه کرده است که برطبق آن افراد قادر خواهند بود تا از دوربین DSLR خود به عنوان وب‌کم استفاده کنند. این موضوع کیفیت تصاویر را وارد مرحله‌ای جدید خواهد کرد. برای این موضوع تنها کافی است تا نرم‌افزار EOS Webcam Utility را از سایت رسمی کانن نصب کرده و همگام‌سازی‌ها را انجام دهید. نکته دیگری که باید به آن توجه داشته باشید این است که دوربین شما باید خروجی HDMI داشته باشد که حتی در مدل‌های چند سال گذشته نیز وجود دارد، با این حال جهت اطلاع دقیق از مدل‌هایی که این قابلیت برای آنها قابل اجرا است، می‌توانید فهرست کامل را در سایت این شرکت مشاهده کنید. تحت این شرایط باید دید که سایر برندهای این حوزه نظیر نیکون و سونی، چه واکنشی را به این طرح جالب خواهند داشت. درواقع ممکن است آنها نیز سریعاً مشابه چنین اقدامی را در دستور کار خود قرار دهند که باعث خواهد شد تا طیف افراد بیشتری بتوانند از این ویژگی استفاده کنند.

منبع: theverge.com

ایده جالب دیزنی برای تشویق افراد به استفاده از ماسک تنفسی

به قلم: کیم لیونز روزنامه‌نگار مترجم: امیر آل علی

اگرچه شیوع ویروس کرونا فعالیت‌های بزرگ‌ترین برند تولید انیمیشن را که جدیداً در زمینه تولید فیلم و مستند نیز فعالیت‌هایی را آغاز کرده است، با مشکل مواجه ساخته، با این حال آنها یک فعالیت جانبی را در دستور کار خود قرار داده‌اند که با طرفداران بسیاری همراه بوده و تشویق دولتمردان آمریکا را نیز به همراه داشته است. آنها در راستای تشویق افراد به استفاده از ماسک‌های تنفسی، طرح شخصیت‌های معروف سینمایی و کارتونی را بر روی این ماسک‌ها قرار داده‌اند و هر فرد می‌تواند شخصیت مورد علاقه خود را سفارش دهد. علت اهمیت بیشتر این اقدام به این خاطر است که بنا بر آمارهای منتشرشده، کودکان کمترین تمایل را به استفاده از ماسک‌های تنفسی دارند که این اقدام می‌تواند آنها را به اقدام مذکور علاقه‌مند کند. نکته جالب دیگر این است که تمامی سود این اقدام، جهت کمک به مبارزه با ویروس کرونا اختصاص پیدا خواهد کرد. در حال حاضر بیش از یک میلیون دلار از این اقدام به دست آمده است که رقمی قابل توجه محسوب می‌شود. در این رابطه ادوارد پارک از مدیران ارشد برند دیزنی اعلام کرده است که استفاده از ماسک، بار روانی زیادی را به همراه دارد که این اقدام می‌تواند به آرامش بیشتر افراد کمک کند. قیمت هر بسته چهار عددی آن نیز ۱۹٫۹۹ دلار تعیین شده است و به صورت آنلاین به فروش می‌رسد. با این حال مشخص نیست که این اقدام برای پان ویروس کرونا نیز ادامه خواهد داشت و یا کاملاً موقتی محسوب می‌شود.

منبع: theverge.com

ایستگاه بازاریابی

گام‌های استفاده موثر از شبکه‌های اجتماعی

به قلم: کارن ریولی متخصص حوزه بازاریابی و کسب‌وکار مترجم: امیر آل‌علی

در حال حاضر شبکه‌های اجتماعی مهم‌ترین بستر بازاریابی محسوب می‌شوند. با این حال هنوز هم بسیاری از افراد از نحوه استفاده موثر از آن آگاهی نداشته و این امر باعث می‌شود تا اقدامات آنها با نتیجه لازم همراه نباشد. برای مثال ممکن است اقداماتی را انجام دهند که ابتدا جامعه هدف را به خود جذب نکرده و یا در زمینه سئو و افزایش ترافیک سایت تاثیری ندارد. در این مقاله قصد معرفی اقداماتی را داریم که برای همگان قابل اجرا بوده و تاثیر اقدامات شما را به مراتب افزایش خواهد داد.

۱- با یک شبکه کار خود را آغاز کنید

اشتباه بزرگی که تقریباً تمامی افراد انجام می‌دهند این است که از همان ابتدا خود را درگیر چند شبکه می‌کنند. اگرچه این امر در ظاهر اقدامی سودمند تلقی می‌شود، با این حال توجه داشته باشید که شروع فعالیت همواره سخت‌ترین مرحله محسوب شده و ممکن است زمان زیادی را از شما بگیرد. تحت این شرایط اگر در چند شبکه به صورت همزمان حضور پیدا کنید، امکان شروع قوی و رسیدن به جایگاه بالا را از دست خواهید داد. به همین خاطر توصیه می‌شود که در ابتدا، تنها یک شبکه را انتخاب کرده و بر روی آن متمرکز بمانید. پس از رسیدن به جایگاه مستحکم، شما می‌توانید یک شبکه دیگر را مورد توجه قرار دهید. در نهایت فراموش نکنید که شما باید با توجه به نیاز خود رفتار کنید. درواقع دلیلی وجود ندارد که همه برندها، در چند شبکه حضور داشته باشند. همچنین ضروری است تا مقالات مرتبط با شبکه اجتماعی خود را به صورت مداوم مورد مطالعه قرار دهید تا نسبت به آخرین ترندها آگاهی پیدا کنید. این امر باعث می‌شود تا اقدامات شما با شانس استقبال بالاتری همراه باشد.

۲- اعتمادسازی را همه‌چیز بدانید

این امر یک واقعیت است که امروزه بیشترین حجم کلاهبرداری‌ها از طریق اینترنت انجام می‌شود. تحت این شرایط فعالیت اقتصادی در این محیط بسیار سخت شده است. در این راستا شما باید معتبری برای قانونی‌بودن فعالیت خود ارائه داده و امکان بازدید مستقیم محصول را نیز داشته باشید. همچنین توصیه می‌شود که نسبت به متن خود توجه ویژه‌ای داشته باشید. در این رابطه برخی از سایت‌ها به پیدا کردن سریع ایرادات گرامری و نگارشی کمک می‌کنند. این امر خصوصاً برای برندهایی که قصد هدف قرار دادن بازار کشورهای دیگری را دارند، دارای اهمیت خواهد بود. در نهایت شما باید یک برنامه کاری برای خود تعیین کنید تا مخاطب نیز بتواند با شما هماهنگی لازم را پیدا کند.

۳- از قانون ۶۰/۲۰ پیروی کنید

این قانون اولویت محتوا را مشخص می‌کند. براساس آن ۶۰ درصد محتواها باید به مطالب آموزنده و مفید برای جامعه هدف اختصاص پیدا کند. ۲۰ درصد مطالب تعاملی نظیر انواع مسابقات و چالش‌ها و ۲۰ درصد نیز تبلیغات و معرفی محصول خواهد بود. این امر در حالی است که بسیاری از برندها کاملاً عکس رفتار کرده و بیش از ۸۰ درصد مطالب خود را به معرفی محصول و تبلیغات اختصاص می‌دهند. برای اطمینان از کاربردی بودن این قانون، تنها کافی است تا به صفحه برندهای برتر جهان در شبکه‌های اجتماعی نگاهی بیندازید. در نهایت فراموش نکنید که تفاوتی ندارد که شما از چه حجم مخاطبانی برخوردار هستید، تمامی آنها باید مورد توجه جدی شما قرار گیرد.

۴- از جنبه‌های زیبایی کار غافل نشوید

نخستین چیزی که مخاطب با آن مواجه خواهد شد، ظاهر کار محسوب می‌شود. در این رابطه یک تیم عکاسی حرفه‌ای به شما کمک خواهد کرد تا جذابیت محتواهای خود را افزایش دهید. در این رابطه افزایش جذابیت باید شامل تمامی انواع محتواها باشد. برای مثال محتواهای ویدئویی نیز باید به خوبی مخاطب را از همان لحظه اول به خود جذب کند. خوشبختانه در این رابطه انواع نرم‌افزارهایی وجود دارد که کار را بسیار ساده کرده است.

۵- تاووم را همه‌چیز بدانید

این امر بسیار طبیعی است که از همان ابتدا با استقبال زیاد مواجه نشوید، با این حال اگر در کار خود تاووم لازم را داشته و همواره بر روی پیشرفت، تمرکز کنید، بدون شک پس از مدتی همه‌چیز تغییر خواهد کرد، با این حال فراموش نکنید که تفاوتی ندارد در حال حاضر چه جایگاهی را دارید، بدون شک اگر به صورت حرفه‌ای به کار خود ادامه دهید، نتایج مثبتی را به دست خواهید آورد.

۶- از معجزه هشتگ غافل نشوید

هشتگ‌ها دارای تاثیرات معجزه‌آسایی هستند. آنها باعث می‌شوند تا محتوای شما بهتر دیده شود، با این حال فراموش نکنید که شما در انتخاب هشتگ‌ها نیز باید اولویت داشته باشید. به همین خاطر پیدا کردن بهترین موارد، باید اقدام مداوم شما باشد. برای مثال ممکن است یک کلمه، تنها برای مدتی محدود، بسیار محبوب باشد. همچنین بهتر است که محتواهای خود را تا حد امکان کوتاه نگه دارید. درواقع در شبکه‌های اجتماعی کمتر کسی تمایل به مشاهده و مطالعه مطالب زمانبر را خواهد داشت. در نهایت تنها به یک استراتژی محدود نبوده و انواع مختلف آن را مورد بررسی قرار دهید.

منبع: business۲community.com



راهکارهای طراحی استراتژی بازاریابی براساس ارزیابی فعالیت رقبا

بازاریابی بهتر با تحلیل عملکرد رقبا



۲. تحلیل تکنیک‌های مدیریت سئو رقبا

اگر شما قصد طراحی استراتژی بازاریابی دیجیتال به صورت بلندمدت را دارید، باید به مدیریت سئو توجه داشته باشید. بدون شک بهبود وضعیت برند در حوزه سئو اهمیت فراوانی خواهد داشت. نتیجه چنین اقدامی نمایش سایت ما در رتبه‌های برتر برای مخاطب هدف است.

مقیاس اصلی برای ارزیابی وضعیت برندها توجه به رتبه رقبا در موتورهای جست‌وجو است. امروزه گوگل نقش اصلی برای کاربران بازی می‌کند بنابراین نیاز چندانی به تحلیل وضعیت رقبا در سایر موتورهای جست‌وجوگر نخواهد بود. خوشبختانه در این زمینه نیز ابزارهای جانبی گوگل کاربرد بسیار زیادی دارد. بخش کسب و کار گوگل اطلاعات کاربردی در اختیار برندها برای توسعه کسب و کارشان قرار می‌دهد. استفاده از ابزارهای موجود در آن بخش به اکتباس هرچه بهتر تکنیک‌های مدیریت سئو رقبا کمک خواهد کرد.

نکته مهم در اینجا تلاش برای یادگیری نکات تازه در حوزه مدیریت سئو است. تقلید صرف از رقبا نتیجه مناسبی در پی ندارد. اغلب مشتریان به برندهایی که فقط مشغول تقلید از دیگران هستند، اعتماد ندارند بنابراین ما باید از ایده‌های رقبا به صورت ترکیبی با ایده خودمان استفاده کنیم. این امر در حوزه مدیریت سئو اهمیت فوق‌العاده بالایی دارد.

۳. تحلیل تبلیغات آنلاین رقبا

طراحی و مدیریت کمپین‌های تبلیغاتی به صورت موفق کار ساده‌ای نیست. بسیاری از برندها علی‌رغم طراحی محتوای تبلیغاتی جذاب امکان نمایش آن به مخاطب هدف‌شان را پیدا نمی‌کنند. در اینجا نیز تحلیل وضعیت فعالیت رقبا اهمیت بسیار زیادی دارد. برخی از برندها ارزیابی وضعیت تبلیغاتی رقبا را نامناسب می‌دانند. هدف اصلی ما در اینجا تحلیل وضعیت تبلیغاتی رقبا برای استفاده از نقاط قوت‌شان در کمپین خودمان است بنابراین باید با نگاهی نقادانه به سراغ کمپین‌های تبلیغاتی موجود در حوزه کسب و کارمان برویم.

تحلیل وضعیت تبلیغات آنلاین رقبا امکان دستیابی به اطلاعات مفیدی را فراهم می‌سازد. برخی از اطلاعات مورد بحث به شرح ذیل است:

- تعداد کلیدواژه‌ها برای استفاده از تبلیغات
- مقدار میانگین ترافیک دریافتی در ازای استفاده از کلیدواژه‌ها
- پیش‌بینی مقدار ترافیک دریافتی در ازای پرداخت هزینه تبلیغاتی در سایت‌های مختلف
- شناسایی سایت‌هایی که با رقبای ما همکاری دارند
- دسترسی به داده‌های تاریخی پیرامون نحوه تحول استراتژی بازاریابی و تبلیغات رقبا

تحلیل و ارزیابی دقیق وضعیت رقبا امکان یافتن نقاط ضعف‌شان و تلاش برای رفع آنها در کمپین‌های خودمان را فراهم می‌کند. به این ترتیب ما به سادگی امکان غلبه بر رقبا در حوزه کسب و کارمان را خواهیم داشت. امروزه مشتریان به دنبال کمپین‌های تبلیغاتی بی‌نقص هستند بنابراین ما باید در همین حوزه فعالیت کنیم. بسیاری از برندها در زمینه سرمایه‌گذاری در حوزه تبلیغات هزینه‌های گزافی تخصیص می‌دهند. بخش عمده‌ای از این امر به دلیل ناآگاهی از شیوه‌های مناسب تبلیغاتی است. ارزیابی وضعیت رقبای موفق در حوزه بازاریابی امکان بهبود کیفیت تبلیغاتی ما را فراهم می‌کند.

چشم‌انداز خردفروشی‌ها در دنیای دیجیتال

هم بتوانند یا به پای برندهای بزرگ به تبلیغ خود بپردازند و افراد زیادی به عنوان مخاطبان و مشتریان خود ارتباط برقرار کنند. به همین دلیل مفهوم وفاداری تغییر کرده است. مشتریان امروزه ترجیح می‌دهند ارزان‌ترین و راحت‌ترین روش را برای خرید نیازمندی‌های خود انتخاب کنند. پس در دنیایی که به دلیل اینترنت متحول شده است قطعاً رقابت بین برندها و شرکت‌های مختلف نیز افزایش پیدا کرده است و مشتریان سعی می‌کنند محصولی را که برای آنها به‌صرفه‌تر است خریداری کنند. به همین دلیل، امروزه کمتر با مفهوم وفاداری مواجه هستیم و مشتریان به محصولی که راحت‌تر و ارزان‌تر به دست‌شان برسد وفادار هستند، در چنین شرایطی، وفادارسازی برای برندهای بزرگ سخت‌تر می‌شود، اما برای خردفروشی‌ها هم این امید به وجود می‌آید که می‌توانند مشتریان خود را نسبت به محصولات خود وفادار سازند.

۲- تجربه مشتریان به عنوان کاربر

تجربه مشتریان به عنوان کاربرانی که به سایت شما سر می‌زنند مهم‌ترین تعیین‌کننده در میزان مراجعه آنها به سایت شماست. در صورتی که در سایت شما به راحتی بتوانند محصول موردنظر خود را جست‌وجو کنند، تصاویر و فیلم‌ها و متن‌های مفید درخصوص آن

به قلم: تورژ لیتسما کارشناس بازاریابی و تبلیغات - موسس و مدیرعامل برند یونیفور ترجمه: علی آل‌علی

امروزه آگاهی از وضعیت فعالیت رقبا بیش از هر زمان دیگری دارای اهمیت است. ما باید به طور لحظه‌ای از عملکرد رقبا به منظور طراحی استراتژی‌های بهتر اطلاع داشته باشیم. وقتی برندها در شرایط ناپایدار قرار دارند، تلاش برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف دارای اهمیت بالایی خواهد بود. حوزه بازاریابی اغلب برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف انتخاب نخست برندهاست. بدون تردید هیچ برندی علاقه‌مند به مشاهده ناتوانی کمپین‌اش در زمینه جلب تعامل مخاطب هدف نیست. استفاده از رویکرد تحلیل عملکرد رقبا در حوزه بازاریابی بخش قابل توجهی از مشکلات برندها را حل خواهد کرد.

بسیاری از برندها به جای صرف هزینه‌های کلان برای آگاهی از ترندهای بازاریابی اقدام به الگوبرداری از رقبا می‌کنند. مزیت اصلی این امر امکان جلب نظر دامنه وسیعی از کاربران بدون نیاز به صرف هزینه‌های گزاف است. البته انتخاب رقبایی با عملکرد مطلوب برای تقلید نیز دارای اهمیت است. اگر استراتژی بازاریابی برند موردنظر کارایی چندانی نداشته باشد، ما نیز به سر نوشت آن دچار خواهیم شد. هدف اصلی ما در این مقاله بررسی شیوه‌های تحلیل عملکرد رقبا در حوزه بازاریابی است. در ادامه بخش‌های مختلف این امر را مورد بررسی قرار خواهیم داد.

۱. تحلیل ترافیک سایت رقبا

نگاهی کوتاه به ترافیک سایت اصلی رقبا امکان دسترسی به اطلاعات کاربردی را فراهم می‌سازد. بدون شک ما امکان استفاده از راهکار دستی برای مشاهده وضعیت سایت رقبا را داریم، اما راهکار ساده‌تر استفاده از ابزارهای کمکی خواهد بود. خوشبختانه امروزه گوگل اطلاعات کاربردی در اختیار کاربران پیرامون وضعیت سایت‌های مختلف می‌گذارد بنابراین ما بدون نیاز به پرداخت هزینه امکان آگاهی از وضعیت ترافیک سایت‌های مختلف را خواهیم داشت.

تحلیل داده‌های مربوط به ترافیک سایت رقبا امکان آگاهی از نکات مختلف پیرامون استراتژی بازاریابی دیجیتال آنها را فراهم می‌سازد. نکته مهم در این میان توجه ویژه به عملکرد آنها در طول چند ماه گذشته است. برخی از برندها بیش از اندازه در تحلیل وضعیت بازاریابی رقبای‌شان به عقب می‌روند. ما در اینجا کاری با سابقه سال‌های گذشته رقبای‌مان نداریم. هدف اصلی آگاهی از تازه‌ترین استراتژی آنها برای بازاریابی دیجیتال است.

یکی دیگر از راهکارهای مناسب برای تحلیل ترافیک سایت رقبا توجه به کانال‌های جذب مخاطب است. اغلب برندها در فضای اینترنت به تبلیغ سایت رسمی‌شان مشغول هستند، با این حال فقط تعداد اندکی از برندها توانایی جلب نظر کاربران را دارند. اگر رقبای ما توانایی بالایی برای جلب نظر مخاطب هدف دارند، باید این شیوه را مورد اقتباس قرار دهیم. استفاده از کانال‌های ارتباطی رقبا برای جلب نظر مخاطب هدف امری ضروری خواهد بود، با این حال نباید کمپین برندها شباهت بیش از اندازه‌ای به رقبا داشته باشد. چنین شباهتی انگیزه مخاطب هدف برای مشاهده محتوای بازاریابی ما را کاهش خواهد داد.

همانطور که بازاریاب‌ها به خوبی بر آن واقف هستند، آنچه در میزان و کیفیت فروش تاثیر دارد رفتار مصرف‌کننده‌ها و مشتریان شماست. با وجود دنیایی که روز به روز مجازی‌تر و دیجیتالی‌تر می‌شود، می‌توانیم پیش‌بینی کنیم که تا چه اندازه سرعت این تغییرات بیشتر شده است. یکی از عوامل مهمی که رفتار مصرف‌کننده‌ها را به شدت تغییر داده است گسترش اینترنت است. امروزه کافی است برای پیدا کردن محصول موردنیاز خود کمی در اینترنت جست‌وجو کنید و در صورتی که محصول موردنظر خود را انتخاب کردید با چند بار کلیک کردن آن را خریداری کنید و در درب منزل خود تحویل بگیرید. این واقعیت موجب شده است دنیای کسب و کار‌ها به ویژه خردفروشی‌ها به شدت تغییر پیدا کند. خردفروشی‌ها در زمینه بازاریابی و فروش محصول خود با برندهای بزرگ تفاوت‌های اساسی دارند ولسی امروزه چیزی که بر این تفاوت و فاصله تاثیر چشمگیری گذاشته است گسترش دنیای دیجیتال و نحوه ارتباط با مشتریان است که در این مقاله سعی کرده‌ایم به این تغییرات بپردازیم و چشم‌انداز خردفروشی‌ها را در آینده ترسیم کنیم.

۱- تغییر مفهوم وفاداری

اینترنت و امکانات خرید و تبلیغ اینترنتی موجب شده است حتی خردفروشی‌ها

اخبار

حضور موفق ستاره خلیج فارس در بازار بهاری بورس انرژی

بندر عباس – خبرنگار فرصت امروز:مدیرعامل شرکت نفت ستاره خلیج فارس از ۶ عرضه بورسی و انعقاد ۱۷ قرارداد فروش فرآورده در فروردین سال جاری خبر داد. به گزارش روابط عمومی شرکت نفت ستاره خلیج فارس، «محمدعلی دادور» در تشریح این خبر بیان داشت: در فروردین ماه اسسال ۶ عرضه موفق در بورس انرژی داشته ایم که در پی آن ۱۷ قرارداد بورسی به امضا رسیده است. وی تصریح کرد: مجموع تناژ تحویلی در پی این ۱۷ قرارداد ۲۰۵ هزار تن فرآورده بود که این فرآورده‌ها شامل هاوند، نفتای سبک و نفتای میانی می‌شدند. وی ادامه داد: عرضه‌ی نفتای سبک با قیمت ۴۵- دلار عرضهای موفق و رکوردی تاریخی در بورس انرژی کشور به حساب می‌آید که در ماه اخیر شرکت نفت ستاره خلیج فارس موفق به ثبت آن شد. دادور بیان داشت: در حرکتی مبدعانه از سوی شرکت نفت ستاره خلیج فارس بسته‌ای سوختی شامل نفتای سبک، نفتای میانی و برش سنگین تهیه و در بورس عرضه شد که امیدواریم این نوع عرضه در آینده نیز ادامه داشته باشد. وی در پایان ضمن اشاره به نام‌گذاری سال جاری و تدبیر هوشمندانه مقام معظم رهبری مبنی بر ایجاد «چشم‌تولید» در صنعت کشور گفت: علی‌رغم ایجاد شرایط ویژه به تبع شیوع ویروس کرونا از تمام ظرفیت‌ها برای ایجاد جهش در تولید استفاده خواهیم کرد.

بازدید سرپرست منطقه ۹ از رودخانه‌های مسیر خط لوله ۳۰ اینچ نور- رامسر- رشت

ساری –دهقان: سرپرست منطقه ۹ از رودخانه‌های مسیر خط لوله ۳۰اینچ نور-رامسر- رشت بازدید نمود. به گزارش خبرنگار مازندران به نقل روابط عمومی منطقه ۹ عملیات انتقال گاز، مقدم بیکاریان سرپرست منطقه به همراه معاونین عملیات خطوط لوله و مهندسی، با حضور در مسیر خط لوله ۳۰ اینچ نور-رامسر- رشت از رودخانه‌های شهرستان‌های نوشهر، سلمانشهر، تنکابن و چابکسر در استان‌های مازندران و گیلان بازدید به عمل آورد. سرپرست منطقه در این بازدید ها، انبیه‌های موجود در این رودخانه‌ها و همچنین طرح‌ایمن سازی‌های مورد نظر را مورد بررسی و نکات لازم جهت تسریع در تهیه اسناد فنی و بررسی تغییر طرح در برخی رودخانه‌ها را تاکید نمود، وی همچنین بیان داشت: رعایت مسائل زیست محیطی بویژه مسیر عبور ازبناں در همه رودخانه‌ها مورد توجه جدی قرار گیرد.



مسیر عبور ازبناں در همه رودخانه‌ها مورد توجه جدی قرار گیرد.

محمد تقی منوچهری:

میلیارد تومان در خرید تضمینی گندم به کشاورزان بوشهری پرداخت شد ۲۱۷

بوشهر- رضا حیدری: رئیس سازمان جهاد کشاورزی استان بوشهر با اشاره به اینکه خرید تضمینی گندم در استان ادامه دارد گفت: تاکنون در خرید ۸۷ هزار تن گندم مازاد بر نیاز کشاورزان، ۲۱۷ میلیارد تومان به گندم‌کاران بوشهری پرداخت شده است. محمدتقی منوچهری با بیان اینکه پرداخت گندم در استان با همکاری کمباین‌داران ادامه دارد اظهار داشت: سطح زیر کشت گندم در استان بوشهر به میزان ۷۵ هزار هکتار دیم و ۱۵ هزار و ۲۰۰ هکتار آبی است و تاکنون ۶۰۰ کمباین در عرصه برداشت گندم همکاری می‌کنند. وی از برداشت ۱۱۰ هزار تن گندم در اراضی استان بوشهر خبر داد و بیان کرد: برای تحویل گندم و خرید تضمینی شش مرکز در شهرهای مختلف استان بوشهر تعیین شده است. رئیس سازمان جهاد کشاورزی استان بوشهر با اشاره به اینکه تاکنون ۷۸ هزار تن خرید تضمینی گندم انجام شده است گفت: تاکنون ۷۸ هزار تن گندم کشاورزان استان تحویل انبارهای ذخیره در استان بوشهر و بیش از ۲۱۷ میلیارد تومان مطالبات گندم‌کاران پرداخت شده است. وی، با بیان اینکه پرداخت گندم تا پایان اردیبهشت ادامه دارد افزود: با توجه به همه‌گیری کرونا و بر اساس پروتکل‌های بهداشتی، کامیون‌ها پیش از ورود به مراکز خرید ضدعفونی می‌شوند و رانندگان ضمن تب‌سنجی باید ماسک و دستکش داشته باشند. منوچهری با قدردانی از همکاری بانک کشاورزی در پرداخت وجه گندم خریداری شده بیان کرد: همزمان با تحویل گندم در مدتی کمتر از ۲۴ ساعت وجه گندم تحویلی به حساب گندم کاران واریز می‌شود.

بازسازی واحدهای مسکونی در ۳۵ روستای رانشی گلستان

گرگان – خبرنگار فرصت امروز: مدیر کل بنیاد مسکن گلستان با اشاره به خسارت رانش زمین به ۲۵ روستای استان گفت: ساخت واحدهای مسکونی خسارت دیده در این روستاها آغاز شده و اکنون ۶۰ درصد پیشرفت فیزیکی دارد.سیدمحمد حسینی با اشاره به خسارت رانش زمین به ۳۵ روستای استان گلستان اظهارداشت: این روستاها عمدتاً در مناطق کوهستانی واقع شده‌اند و اغلب پروژه‌های ایمن‌سازی و تثبیت روستاها در حال انجام است.وی افزود: بیشترین خسارت‌های رانش و زمین لغزش به روستای «قلعه قافه» وارد شده که ۹۰ واحد مسکونی در این روستا به طور کامل تخریب شد و کار ساخت این واحدها آغاز شده و اکنون ۶۰ درصد پیشرفت فیزیکی دارد.مدیر کل بنیادمسکن استان گفت: برای این روستا مطالعات ژئوتکنیک و تثبیت انجام و سه سایت برای احداث واحدهای مسکونی جدید نیز پیش‌بینی شده است. علاوه براین کسانی که فاقد زمین بودند نیز زمین رایگان برای ساخت واحدمسکونی خود دریافت کردند. وی با اشاره به رانش زمین در روستای «آق امام» و وارد آمدن خسارت ۱۰ میلیاردتومانی به واحدهای مسکونی این روستا بیان داشت: رانش زمین در چند مرحله در این روستا رخ داد و ۲۵ واحدمسکونی را در محله سعداباد به طور کامل تخریب کرد و ۱۷ دیگر هم که در مجاورت این محل قرار داشتند نیز اکنون در معرض خطر هستند.

تقدیررئیس کل و رئیس ستاد اقتصاد مقاومتی دادگستری استان گلستان ازمدیرعامل شرکت گاز

گرگان – خبرنگار فرصت امروز: به پاس قدردانی از مساعدت و اقدامات جهادی و انقلابی مدیرعامل شرکت گازاستان گلستان درخصوص اجرای سیاستهای اقتصاد مقاومتی و کمک به حل مشکلات واحدهای تولیدی استان،ازسوی‌های‌هاشمیان، رئیس کل ورئیس ستاداقتصادمقاومتی دادگستری استان با اهداء لوح تقدیر مراتب تشکرخود را از مهندس رحیمی بعمل آورده و از خداوندمتعال موفقیت ایشان رادرخدمت هرچه بیشتربه نظام مقدس جمهوری اسلامی ایران مسئلت نمود.درهمین رابطه مدیرعامل گازگلستان نیزبه نوبه خود ازابزارمحبت رئیس کل و رئیس ستاد اقتصاد مقاومتی دادگستری استان تشکرنموده و تلاش وراستای اجرای موثر سیاستهای اقتصاد مقاومتی و حمایت ازواحدهای تولیدی جهت رونق تولید داخلی و ارتقای چرخه اقتصادی کشورکه مورد تأکید می باشد را افتخار بزرگی برای خود و مجموعه کارکنان این شرکت دانست.

نحوه همکاری شهرداری و مخابرات منطقه گیلان بررسی شد

رشت – زینب قلیپور: در نشست مشترک بین شهردار رشت و مدیر عامل مخابرات منطقه گیلان نحوه و چگونگی ارتباط و همکاری بین شهرداری رشت و مخابرات گیلان در زمینه‌های مختلف مورد بحث و بررسی قرار گرفت. چگونگی وصول مطالبات این شهرداری از مخابرات منطقه گیلان و همچنین در زمینه دکل های bts و هزینه آسفالته و پر کردن و ترمیم نوار حفاری های آسفالته شهر به وسیله پیمانکاران مربوطه که از سال ۹۳ تا کنون مسکوت مانده بود، بررسی شد و توافق لازم به عمل آمدمدیر عامل مخابرات گیلان در این نشست ضمن استقبال از پیگیری شهردار رشت در حل مسائل موجود، قول همکاری و مساعدت داد و گفت: مخابرات منطقه گیلان، هر کمک و همکاری لازم را در زمینه همکاری های متقابل انجام خواهد داد.گفتنی است در این نشست در باره نحوه وصول مطالبات شهرداری توافق نهایی به عمل آمد و مقرر شد تا تیر ماه اسال همه مطالبات طبق برنامه ریزی مشخص وصول شود.دکتر ناصر حاج محمدی هم با قدردانی و تشکر از همکاری مدیر عامل شرکت مخابرات، تأکید کرد: همکاری شما برای حل مسائل قدیمی و باقی مانده از گذشته سبب می شود تا شهرداری رشت بتواند به خدمات رسانی بهتر به شهروندان مبادرت ورزد.گفتنی است در این جلسه ناصر عطایی معاون مالی و اقتصادی، مجتبی خدمت بین دانا مدیر تخصصی و وصول درآمدهای شهرداری و برخی دیگر از مدیران شهرداری، دکتر حاج محمدی را همراهی می کردند.

عملکرد مناسب دستگاههای اجرایی وبانکها در پرداخت تسهیلات وا اشتغال و سرمایه گذاری استان همدان

همدان – خبرنگار فرصت امروز: توصیفیان مدیر کل تعاون، کارورفاه اجتماعی در اولین جلسه گروه کاری اشتغال استان در سالجاری گفت: بر اساس نتایج طرح آمار گیری نیروی کارهم کرآمارایران نرخ بیکاری استان درزمستان ۱۳۹۸، ۳۱۹۰ درصدمیانیگین چهار فصل سال گذشته، ۷،۲ درصد اعلام گردیده است که علیرغم افزایش نرخ مشارکت، نرخ بیکاری نسبت به سال قبل گذشته ۹ دهم درصد کاهش را نشان می دهد و بر این اساس پس از استان خراسان جنوبی در جایگاه دوم قرار دارد ضمن اینکه در سال ۱۳۹۸ مشارکت اقتصادی با ۵۸ دهم درصد افزایش به ۴۵۵ درصد رسیده است. مدیر کل تعاون، کارورفاه اجتماعی درخصوص طرح تسهیلات اشتغال پایدار در مناطق روستایی و عشایری افزود: سهم استان ازچهار مرحله تخصیصی جمعا مبلغ ۳۶۹۰میلیارد ریال می باشد. (بانک کشاورزی ۱۶۵۳میلیارد ریال، توسعه تعاون ۶۲۹ میلیارد ریال به پست بانک ۶۴۱ میلیارد ریال و صندوق کار آفرینی امید ۲۱۷ میلیارد ریال) و عملکرد استان در جذب تسهیلات را ۴۰۴۸میلیارد ریال معادل ۱۱ درصد با اشتغال بیش بینی ۶۵۱۷ نفر اعلام نمودندو تحقق این سهم را ناشی از تعامل و همکاری خوب بانک ها، دستگاه های اجرایی با کمیته های فنی استانی و شهرستانی و حمایت استانداری و فرمانداری ها دانستند.



مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب استان اصفهان اعلام:

فاز توسعه تصفیه خانه فاضلاب شهرهای فولاد شهر و بویین در سال جاری به بهره برداری می رسد



تصریح کرد: فاضلاب در اصفهان به روش های متنوع تصفیه می شود که می توان در این راستا به روش برکه تثبیت، لاگون هوادهی، لجن فعال و لجن فعال پیشرفته با حذف ازت و فسفر اشاره کرد. مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب

به صورت پروژه محور؛

اولین دوره آزمایشی آزمون ادواری کارکنان وظیفه در آذربایجان شرقی برگزار می شود



کل در ارائه آموزش های مهارتی مورد نیاز یگان های نظامی و انتظامی خبر داد.

همچنین وی با بیان اینکه اولین دوره آزمون ادواری به صورت آزمایشی در این استان انجام خواهد گرفت؛ خواستار مشارکت هرچه بیشتر یگانهای نظامی و انتظامی استان در اجرای هرچه بهتر این آزمون ها گردید. مدیر کل آموزش فنی و حرفه ای آذربایجان شرقی، در پایان از ارائه آموزشهای مهارتی به ۳ هزار ۸۷۷ نفر سرباز وظیفه در سال ۹۸ در مراکز نظامی و انتظامی استان خبر داد. سرهنگ حیدرنیا، نماینده قرارگاه مهارت آموزی ستاد کل نیروهای مسلح در این نشست با اشاره به اهمیت مهارت آموزی گفت: آموزش های فنی برای افراد باید از دوران دبستان و دانشگاه صورت گیرد و افراد آموزش های تخصصی فنی و مهارتی را در سازمان آموزش فنی و حرفه ای فرا بگیرند.

وی نقش آموزش های فنی و حرفه ای را در اشتغال سربازان پس از فراغت از دوران مقدس سربازی انکار ناپذیر دانست. سرهنگ حیدر نیا، با اشاره به وجود نخبگان در استان، افزود: در استان آذربایجان شرقی زمینه مهارت آموزی و کشف استعدادهای

معاون سیاسی اجتماعی استاندار خوزستان عنوان کرد :

حمایتهای تأمین اجتماعی از کارگران در مقابل آسیب ناشی از کرونا قابل تقدیر است



شدگان در مقابل آسیب های ناشی از کرونا بعمل آورده است و این

با تکیه بر دانش و تخصص داخلی تحقق یافت؛

ساخت سیل های هوای یاتاقان واحدهای گازی نیروگاه شهید رجایی



تست‌های لازم، تحویل نیروگاه شد. گرجی افزود: این قطعه که با استفاده از آلومینیوم سری ۶۰۰۰ و روش تولید فرآیندهای دقیق



وی با تأکید بر نقش نکوبنی معلم در تکامل شخصیتی دانش آموز، ادامه داد:

استان اصفهان اظهار داشت: در حال حاضر ۱۲ تصفیه خانه به روش لاگون هوادهی، ۱۱ تصفیه خانه به روش لجن فعال و ۹ تصفیه خانه به روش برکه تثبیت فاضلاب را تصفیه می کنند.

وی با تأکید بر ارتقای کیفیت پساب بیان داشت: هم اکنون بیش از ۱۷۱ میلیون مترمکعب پساب در سال، در استان اصفهان مطابق با استانداردهای تعریف شده تولید می شود که حسب اولویت به صنعت، فضای سبز و در نهایت محیط زیست اختصاص می یابد.

مدیرعامل شرکت آبفا استان اصفهان احداث و توسعه تصفیه خانه های فاضلاب را ضروری برشمرد و عنوان کرد: جلوگیری از آلوده شدن منابع آب های سطحی و زیر زمینی، خاک و هوا، ارتقای سطح بهداشت عمومی و بهداشت محیط زیست با جلوگیری از وارد شدن مواد آلوده کننده به محیط، بازیافت حجم قابل ملاحظه ای از آب های به ظاهر زائد و غیر قابل استفاده و کاربرد آن در امر کشاورزی و فضای سبز از جمله عوامل موثر در احداث و توسعه تصفیه خانه فاضلاب محسوب می شود.

مهارتی از جوانان بسیار زیاد است. سرهنگ طبرخوانی، فرمانده مرکز آموزش ۰۳ شهید برخورداری عجب شیر نیز با اشاره به وجود ۱۱ مرکز آموزشی آجا در کل کشور، اظهار داشت: مرکز آموزش عجب شیر، با ظرفیت آموزش ۲۱ نفر هزار سرباز در سال، دارای پتانسیل های خوبی است که می توان با ارائه آموزشهای مهارتی به این عزیزان از این فرصت گرانبها بیشترین استفاده را نمود.

علیاری، رئیس اداره آموزش فنی و حرفه ای نیز با اشاره به بحث آموزش در محیط کار واقعی و اهمیت این نوع آموزشها گفت: این نوع آموزشها در سالهای گذشته به صورت استاد – شاگردی مطرح بود و در این استان، قدمتی دیرینه دارد.

وی افزود: اداره کل آموزش فنی و حرفه ای استان با همکاری قرارگاه مهارت آموزی در سال گذشته بیش از ۲۰۰۰ نفر سرباز وظیفه را در قالب آموزش های مهارتی در محیط کار واقعی آموزش داده است. علیاری همچنین اظهار داشت: سربازان وظیفه در ۱۲ رشته مهارتی از جمله: صنایع غذایی، پیرایش مردانه، تعمیر کار اتومبیل های سواری بنزینی، جوشکاری قطعات، سرویس و نگهداری خودرو، لوله کشی و ... آموزشهای مورد نیاز مهارتی را فرا گرفته اند.

علی مسگر عصر، رئیس اداره سنجش و صلاحیت حرفه ای این اداره کل نیز گفت: با توجه به اهمیت آموزشهای مهارتی در بین سربازان وظیفه و نیاز به غربالگری افرادی که دارای مهارت هستند، اولین دوره آزمون آزاد (ادواری) کارکنان وظیفه نیروهای مسلح در یادگان های آموزشی به صورت آزمایشی در این استان برگزار خواهد شد. وی در ادامه افزود: ایسن آزمونها به صورت خوداظهاری و در قالب آزمون با الگوی سنجش عملکردی (پروژه محور) انجام خواهد شد و افرادی که موفق به گذراندن مراحل آزمون شوند گواهینامه مهارت فنی اعطاء خواهد شد.

همراهی با جامعه کارگری قابل تقدیر است. دکترحسین زاده تصریح کرد : تأمین اجتماعی ثابت نموده است که همواره در کنار کارگران و کارفرمایان بوده است و این همراهی را نیز در بحران سیل خوزستان در سال گذشته شاهد بودیم. همچنین سید محمد مرعی مدیر کل تأمین اجتماعی خوزستان با اشاره به اینکه از آغاز شیوع بیماری کرونا مجموعه مدیران و کارکنان سازمان تأمین اجتماعی با اتخاذ تدابیر و تمهیدات لازم و انجام اقدامات و فعالیت های اثرگذار توانسته اند در خدمت به جامعه هدف کام بردارند افزود : سازمان تأمین اجتماعی با به کارگیری تمام ظرفیت های موجود سعی نموده تا به امر تولید و اشتغال پایدار کمک نماید و حفظ حقوق کارگران در راستای هم افزایی در جهش تولید از اهداف متعالی این سازمان است .

ماشین کاری CNC و ابعاد برداری CMM ساخته شده است، در آیینی در محفظه یاتاقان شماره ۲ کاربرد دارد که وظیفه آن، جلوگیری از ورود هوای خروجی کمپرسور واحد به محفظه این یاتاقان است.

وی در ادامه بیان کرد: اداره ساخت داخل، بنا به نیاز معاونت‌های تعمیرات بخار و سیکل ترکیبی، وظیفه طراحی قطعات و تجهیزات واحدهای سیزده گانه نیروگاه را برعهده دارد که تاکنون انواع قطعات مهم و استراتژیک واحدها در این اداره طراحی و از سوی متخصصان داخلی، ساخته شده است.

تأمین قطعات و تجهیزات نیروگاه شهید رجایی، مبتنی بر رویکرد درون زایی و با هدف کاهش وابستگی به شرکت‌های خارجی انجام می‌شود که این اقدامات با کاهش هزینه‌های جاری نیز همراه است.

نقش تکوینی معلم در تکامل شخصیت و آینده دانش آموزان بی بدیل است

جایگاه واقعی معلم نقش بستن در ذهن دانش آموز به عنوان یک الگوی کامل زندگی است که باید برای رسیدن به این جایگاه معلمان تمام تلاش خود را بکار گیرند. نماینده عالی دولت در استان با تقدیر از معلمان به عنوان فرهنگ سازان نسل آینده، تصریح کرد: معلم برتر عملی است که در طرز فکر، فرهنگ و شخصیت دانش آموزان خود نقش هدایت گر داشته باشد.

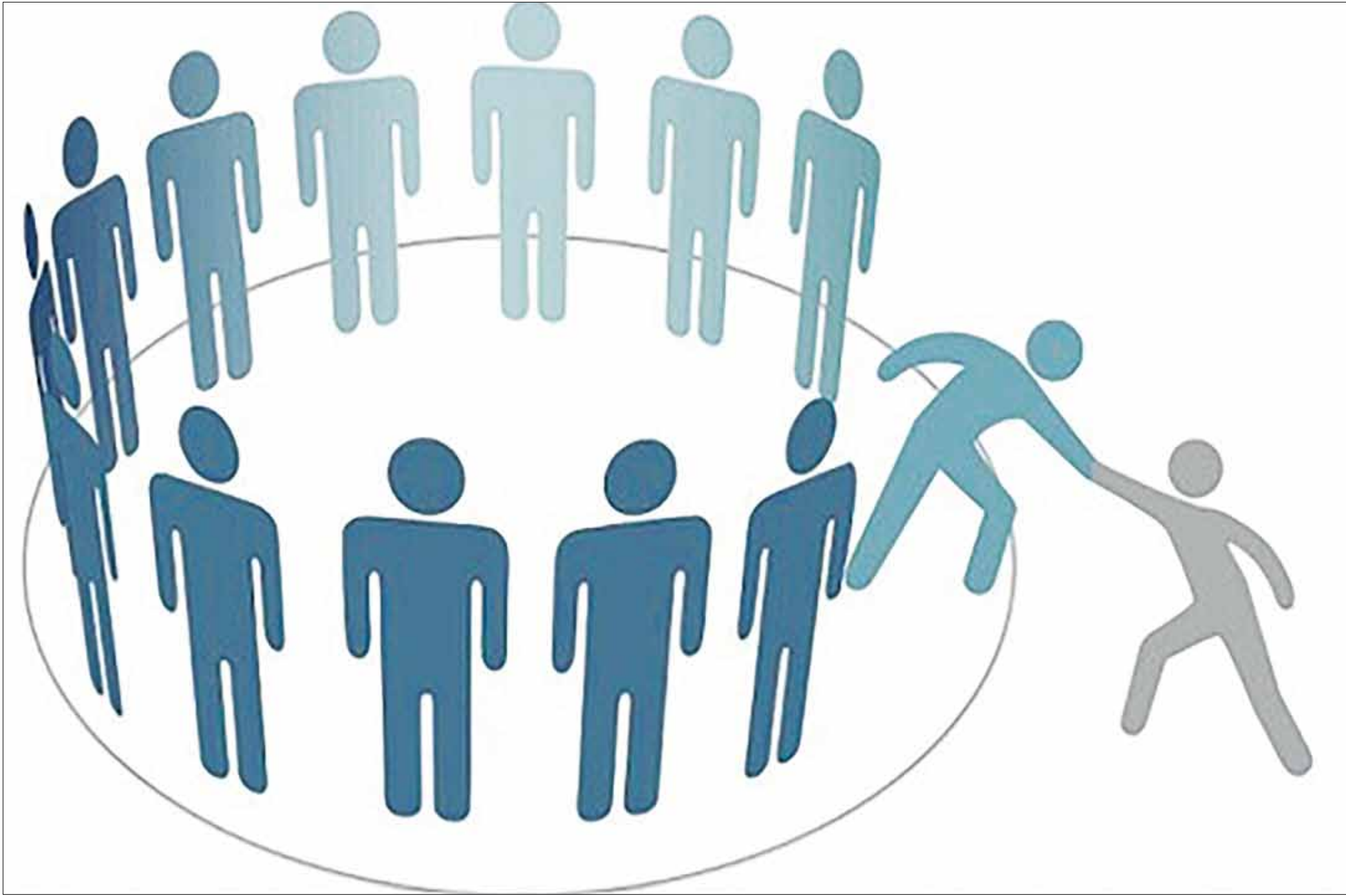
وی با اشاره به نقش تاریخی معلم در تحولات اجتماعی، گفت: معلمان بایستی با تکیه این باور در مسیر فرهنگ سازی تلاش کنند. استاندار قم در پایان با تأکید بر مسئولیت و تکلیف مدیران در قبال توسعه خدمات به معلمان در جامعه، خاطر نشان کرد: ایفای این نقش خطیر معلم با حمایت و همراهی مسئولین میسر می شود. گفتنی است در پایان این مراسم با اهدای لوح تقدیر از معلمان نمونه هر استان تقدیر گردید.

قم – خبرنگار فرصت امروز: استاندار قم با اشاره به ویژگیهای معلمان در ایجاد فرهنگ در بین دانش آموزان گفت : نقش نکوبنی معلم در تکامل شخصیت و آینده دانش آموزان بی بدیل است.

به گزارش روابط عمومی استانداری قم دکتر بهرام سرمست استاندار قم با اشاره به جایگاه معلم در ارتقاء فرهنگ و اندیشه جامعه، اظهار کرد: معلم چون ستونی استوار؛ نقش پایه‌های رشد و تعالی دانش آموزان و دانشجویان را ایفا می کند.

استاندار قم با گرامیداشت یاد و خاطره استاد شهید علامه مرتضی مطهری و تبریک هفته معلم اضافه کرد: پذیرش مسئولیت آموزش و تربیت دانش آموزان در رده های سنی مختلف تعهدی بزرگ و مهم است که بر عهده معلمان گذاشته شده است.

۳ راهکار کلیدی برای نگهداشت کارمندان ارزشمند



وسوسه می‌شوید که از جای دیگر، افراد باتجربه‌تری را به کار بگیرید، اما باز هم احساس می‌کنید که پرورش یکی از اعضای تیم خود می‌تواند آسان‌تر باشد. قدرتی که ترفیع دادن‌های داخلی ایجاد می‌کند را دست‌کم نگیرید. زمانی که این احساس را به جریان می‌اندازید، حالت قدرتمندی از فرصت در میان تمامی اعضای تیم شکل می‌گیرد. زمانی که شما در استخدام‌های خود، نه‌تنها مهارت، بلکه خصوصیات دیگر، مثل سازگاری با فرهنگ شرکت را نیز در نظر می‌گیرید، اتفاقات‌های جالبی رخ می‌دهند؛ همه منتظر رسیدن شنبه خواهند ماند تا دوباره در محل کار حاضر شوند. دوستی به مرور زمان، توسعه می‌یابد و عمیق‌تر می‌شود و محیطی را فراهم می‌کند که در آن همگی، با هم متحد هستند. دو مورد اول را به خوبی انجام دهید تا شاهد نتایج آن باشید. در مراحل بعد و برای حفظ روند موفقیت، ترفیع‌های شغلی را برای کسانی در نظر بگیرید که احترام و ستایش قابل توجهی را برای شرکت و اعضای تیم قائل هستند. این موارد، محیطی را فراهم می‌کنند که نسل‌های بعدی نیز از آن الگو می‌گیرند و آرزوی کار کردن در آن را خواهند داشت.

منبع: [inc/ucan](#)

اعضای تیم فراهم می‌کنند تا دیگران نیز شخصا در آن سرمایه‌گذاری کنند. محکم‌ترین دلایل، همیشه پیرامون مردم می‌گردد. اعضای تیم شما می‌توانند تمام تلاش خود را به کار بگیرند، چراکه اهمیت قائل می‌شوند و دوست ندارند افراد دیگر را از خود ناامید کنند. این در شرایطی از اهمیت ویژه‌ای برخوردار می‌شود که «افراد دیگر» را نه تنها همکاران، بلکه دوستان آنها تشکیل داده‌اند.

دستیابی به این هدف، به این معنا نیست که همه اعضای تیم برای دید و بازدیدهای مختلف در خارج از دفتر کار، دور هم جمع شوند؛ بلکه تمام اعضای تیم شما باید تمایل داشته باشند که با تمامی همکاران خود در خارج از محیط کاری، ارتباط اجتماعی داشته باشند. دوستی نباید از طرف شرکت، تحمیل شود؛ اما با فراهم کردن فرصت‌های مختلف می‌توان شانس شکل‌گیری دوستی را افزایش داد. شانس‌های بیشتری را برای اعضای تیم ایجاد کنید تا بیشتر یکدیگر را بشناسند.

برای مثال، می‌توانید کمیته‌های گروهی تشکیل دهید.

۳. برای ترفیع دادن، نگاه داخلی داشته باشید

شرکت‌هایی که به سرعت در حال رشد هستند، به مدیرانی نیاز دارند که بتوانند پاسخگوی حجم نیاز برای رشد باشند. در این شرایط،

و در جزئیات اعضای تیم، نقش داشته باشید. تیم شما توسط سایر مدیران اداره می‌شود که تعاملات آنها با اعضای جدید، بسیار بیشتر از زمان‌هایی است که با شما سپری می‌کنند. در این شرایط، فرهنگ شرکت توسط کسانی تعریف می‌شود که سابقه بیشتری را در شرکت داشته‌اند. هر چقدر که کسب و کار کوچک‌تر باشد، نقش مالک آن در تعیین فرهنگ، بزرگ‌تر می‌شود. دلایل مشهودی وجود دارند که نشان می‌دهد مدیران باید در رفتارهای خود در مقابل اعضای تیم، مختار باشند. هرگز نباید تأثیر پنهان اولین استخدامی‌های خود را نادیده بگیرید. برای مثال، اگر اولین کسانی که برای کار استخدام کرده‌اید، افراد پراترزی، هدایت‌پذیر و مهربان باشند، شما نیز نسبت به ادامه کار، ترغیب می‌شوید؛ حتی اگر به صورت خودآگاه به این امر اذعان نداشته باشید. از طرف دیگر، اگر کارکنان شما از افراد صالح اما بدون مهارت تشکیل شده باشند، به عدم موفقیت شما منجر خواهد شد. این باور غلط را کنار بگذارید که می‌گوید، خواسته و رفتار رهبر در برابر روحیه دیگران غیر قابل نفوذ است.

۲. فرصت‌هایی را برای شکلگیری دوستی فراهم کنید

کاری که محیط‌های سالم می‌کنند این است که دلایل زیادی را برای

اگر می‌خواهید شرکت خود را به یکی از بزرگترین شرکت‌های کشور تبدیل کنید که در طول سال‌های متمادی توانایی رقابت با دیگر بزرگان عرصه را داشته باشد، باید محیط سالمی را فراهم کنید که کارمندان شما برای کار کردن در آن لحظه شماری کنند و فکر استعفا دادن، هرگز به ذهن‌شان خطور نکند. به یاد داشته باشید که موفقیت هرچه بیشتر کسب و کارتان، توجه شرکت‌های دیگر را به بااستعدادترین کارکنان شما جلب می‌کند. برای جلوگیری از رفتن اینگونه از استعدادها، باید سازمانی را تشکیل دهید که اعضای تیم عاشق آن باشند. فاکتورهای زیادی برای ایجاد یک محیط سالم نقش دارند، اما روش‌هایی نیز وجود دارند که بدون نیاز به پرداخت مزایای هنگفت یا حقوق‌های سرسام‌آور نیز می‌توان به این مهم دست یافت.

۱. اولین کارکنان خود را هوشمندانه انتخاب کنید

شما به عنوان صاحب یک کسب و کار، فرهنگ شرکت خود را تعریف می‌کنید؛ به ویژه در شرایطی که کسب و کار کوچک خود را به تازگی راه‌اندازی کرده باشید. در این مرحله، هر انتخاب یا حرکتی که انجام دهید، تا همیشه اثر انگشت شما را به همراه خواهد داشت. زمانی که سازمان شما رو به رشد است، نمی‌توانید به طور مستقیم، در همه کارها

چگونه در بحران Covid-۱۹ منابع مالی خود را مدیریت کنیم؟

۳- آینده مالی خود را تامین کنید:
با انجام تحلیل SWOT برای امور مالی، ممکن است متوجه ضعف‌ها یا تهدیدهایی در مورد توانایی خود در ایجاد درآمد از قبیل: مهارت‌های محدود، وابستگی بیش از حد به یک منبع درآمد، ماهیت کسب و کار و تقاضای برای آن، تغییر روندها و ... می‌شوید. در اینجا دو روش ساده برای بهبود وضعیت مالی شما وجود دارد:
مهارت‌های خود را بهتر کنید:
فهرستی از مواردی که می‌تواند پیشرفت مالی شما را آهسته کند و بیشترین اختلال را در درآمدزایی شما ایجاد می‌کنند، تهیه کنید. شاید لازم باشد، مهارت‌سی جدید را یاد بگیرید، دانش خود را تقویت کنید، تکنیک‌های خود را کامل کنید و

درآمد خودتان را افزایش دهید:

تکیه بر یک منبع درآمد می‌تواند تهدید بزرگی برای موقعیت مالی شما باشد، به خصوص اگر این بحران مانع از کار کردن شما شود. علاوه بر ایجاد مهارت‌ها و تقویت دانش خود، به این فکر کنید که چگونه می‌توانید از قدرت این مهارت‌ها برای کنار زدن سریع مشکلات استفاده کنید، از تخصص خود پول درآورید و منابع درآمد متنوعی داشته باشید. بازگشت به حالت عادی پس از بحران بسیار دشوار خواهد بود. این بار مطمئن شوید که خودتان را از نظر مالی برای هر حالت احتمالی که پس از بحران به وجود خواهد آمد، آماده کنید.

منبع: [hbrascend/modirinfo](#)

ماتریس آیزنهاور برای تصمیم‌گیری درست و به موقع بهره بگیرید.

چه هزینه‌هایی کاهش یافته است؟

هزینه‌های ضروری و نحوه تغییر آن در شرایط فعلی را بررسی کنید. قبل از بحران، هزینه‌های ضروری می‌توانست ۵۰٪ از درآمد ماهانه شما باشد. اکنون که از منزل کار می‌کنید، ببینید که اگر می‌توانید در بعضی از این هزینه‌ها صرفه‌جویی و آنها را پس‌انداز کنید، مانند هزینه رفت و آمد، ناهار کاری، لباس کار و ... این کار می‌تواند در افزایش ۱۰٪ پس‌انداز ماهانه‌تان کمک کند.

مخارج اختیاری شما نیز به احتمال زیاد کاهش می‌یابد. قبل از بحران، شاید شما ۳۰٪ از درآمد خود را صرف بیرون رفتن، برنامه‌های تفریحی، رستوران و غیره می‌کردید. با توجه به ماندن در خانه، می‌توانید در این مورد پس‌انداز قابل توجهی، حتی تا ۲۰٪ از درآمد ماهیانه خود ایجاد کنید. به صورت حساب‌های بانکی خود پیش از بحران نگاهی بیندازید و تخمین بزنید که مبلغی که به صورت ماهیانه پس‌انداز می‌کنید، مربوط به چه اقلامی است که به دلیل بحران خریداری نمی‌کنید.

روی چه مواردی باید بیشتر سرمایه‌گذاری کنید؟

با توجه به تغییراتی که در روش کار و زندگی ایجاد شده است، احتمالاً هزینه‌های جدیدی هم به شما تحمیل می‌شود؛ تهیه یک لپ تاپ جدید، دسترسی به داده‌های اینترنتی بیشتر، خدمات آنلاین

مترجم: شیدا انصاری

مدیریت پول همیشه حائز اهمیت است، اما ضرورت مدیریت پول در طول بحرانی مانند همه‌گیری ویروس کرونا، دوچندان می‌شود. آنچه کمتر مورد توجه قرار می‌گیرد، استرس به‌وجود آمده ناشی از عدم اطمینان در شرایط مالی است. نگرانی در مورد امور مالی می‌تواند بر سلامت روانی و بهزیستی افراد تأثیر بگذارد.

اما چگونه می‌توانید در این روزهای بحرانی هزینه‌های خود را با توجه به بودجه‌ای که دارید، مدیریت کنید؟

در ادامه چند پیشنهاد را برای بررسی و مدیریت بودجه در هنگام بحران بررسی می‌کنیم:

۱- تغییر در هزینه‌های خود را بررسی کنید:

بحران Covid-۱۹ ممکن است تغییرات چشمگیری در کسب و کار و سبک زندگی شما ایجاد کرده باشد. در این شرایط جدید ببینید چه فرصت‌هایی وجود دارد؟ در چه مواردی می‌توان بهبود ایجاد کرد؟ چگونه می‌توان تهدیدها را به فرصت تبدیل کرد؟ اقدامات ضروری و مهم برای جلوگیری از رکود، کدامند؟

می‌توانید از تحلیل SWOT به عنوان تکنیکی برای یافتن نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها و تهدیدها، در امور مالی خود استفاده کنید. همچنین از

بانک و بورس

ادامه از صفحه اول

از سوی دیگر، مداخله غیرمستقیم بانک‌ها در بازار سرمایه نیز همین آثار را به جای خواهد گذاشت. بازارگردانی سهام که معمولاً با واسطه تعدادی از شرکت‌های وابسته به بانک‌ها انجام می‌شود، پدیده‌ای است که معمولاً به منظور تنظیم و کنترل بازار سهام از آن استفاده می‌شود، ولی در عمل، آثار سوء مالی خود را بر صورت‌های مالی این‌گونه شرکت‌ها به‌واسطه افزایش حسابی قیمت سهام و کاهش ارزش پس از ترکیدن حساب بورس بر جای خواهد گذاشت. در مجموع، این شیوه فعالیت بانک‌ها در بازار سرمایه از نظر کارشناسی، پذیرفتنی نیست. پس اجازه بدهیم مرزهای فعالیت از هم متمایز باشد؛ یعنی بانک‌ها مدیریت و تنظیم بازار اعتبار و پول را برعهده داشته باشند و بانکداری کنند و بازار سرمایه نیز در اختیار فعالان اقتصادی و سرمایه‌گذاران بورس باشد.

دوم؛ ورود بانک‌های توسعه‌ای به بازار سرمایه

حوزه فعالیت بانک‌های توسعه‌ای عمدتاً کمک مالی در تاسیس واحدهای جدید تولیدی یا توسعه واحدهای تولیدی موجود است. این کمک یا فاینانس مالی می‌تواند به شیوه‌ها و صور مختلف انجام شود. یکی از این شیوه‌ها از طریق سرمایه‌گذاری و مشارکت حقوقی در سهام شرکت‌ها انجام می‌شود، یعنی پرداخت تسهیلات در قالب تسهیلات مشارکت حقوقی، اما در این زمینه باید بدین نکته توجه داشت که هدف بانک‌های توسعه‌ای از مشارکت حقوقی، ورود مستقیم به بازار سرمایه نیست، بلکه این نوع سرمایه‌گذاری صرفاً نوعی پرداخت تسهیلات بانکی است که با فروش سهام و وصول مطالبات بانک خاتمه خواهد یافت و در نهایت، منتهی به رونق تولید و بهبود بازار سرمایه خواهد شد. پرداخت تسهیلات مشارکت حقوقی در قانون عملیات بانکی بدون ربا نیز تجویز شده است. پس در مجموع، فعالیت بانک‌های توسعه‌ای را نمی‌توان مداخله در بازار سرمایه محسوب کرد. البته در ایران قبل از انقلاب اسلامی، در کنار بانک‌های تجاری و بانک‌های خصوصی، بانک‌های توسعه‌ای نیز فعالیت داشتند که «بانک توسعه صنعتی و معدنی» نمونه‌ای موفق از این‌گونه بانک‌هاست. این بانک یکی از چند بانکی بود که در هم ادغام شدند و «بانک صنعت و معدن» را به‌وجود آوردند؛ بانکی که می‌توانست با برخورداری از کارشناسان مجرب، یکی از بانک‌های موفق توسعه‌ای باشد، اما هم‌اکنون به دلایل گوناگون صرفاً یک بانک تخصصی محسوب می‌شود. بنابراین در حال حاضر، نظام بانکی فاقد بانک توسعه‌ای است.

سوم؛ پرداخت تسهیلات بانکی به بورس‌بازان جهت فعالیت در بورس

شاید عده‌ای از کارشناسان بانکی معتقد باشند که بانک‌ها می‌توانند با پرداخت تسهیلات بانکی به علاقه‌مندان و کارگزاران بورس و همین‌طور به اشخاص فعال در عرصه بورس، به رونق بازار سرمایه کمک کنند، اما به اعتقاد نگارنده به‌علت ریسک بالای فعالیت‌های بورسی، پرداخت تسهیلات به‌منظور خرید و فروش سهام چندان توجیه‌پذیر نیست و امکان معوق شدن مطالبات بانک دور از انتظار نخواهد بود. بالعکس یکی از راه‌حل‌های این موضوع، پرداخت تسهیلات به شرکت‌های مستعدی است که سهام آنها در بورس پذیرفته شده و پرداخت تسهیلات به این قبیل شرکت‌ها می‌تواند موجب بهبود و افزایش تولید و تقویت ارزش سهام آنها شود.

چهارم؛ خرید و فروش سهام بانک‌های خصوصی و دولتی در بورس
بعد از انقلاب اسلامی، «شورای انقلاب» با تصویب «قانون ملی شدن بانک‌ها»، تمامی بانک‌های دولتی و خصوصی را ملی اعلام کرد و بدین ترتیب، بانک‌های خصوصی از عرصه اقتصادی کشور حذف شدند. اما پس از تصویب «قانون اجازه تاسیس بانک‌های خصوصی» در دی‌ماه ۱۳۷۹ و تاسیس بانک‌های خصوصی، سهام بانک‌های خصوصی نیز به‌تدریج وارد بورس شد و مورد معامله قرار گرفت. بعدها با ابلاغ سیاست‌های کلی نظام توسط مقام معظم رهبری، سهام بانک‌های دولتی به‌غیر از چند بانک مشخص (شامل بانک مرکزی، بانک ملی ایران، بانک سپه، بانک صنعت و معدن، بانک کشاورزی، بانک مسکن و بانک توسعه صادرات) به بازار عرضه شد؛ سیاستی که موجب شد بانک‌ها و موسسات اعتباری خصوصی بتوانند در کنار بانک‌های دولتی به فعالیت بانکی بپردازند و افزون بر آن، سهام خود را در بورس عرضه کنند. از نظر کارشناسی در حال حاضر، حضور بانک‌های دولتی و بانک‌ها و موسسات اعتباری غیردولتی در عرصه بانکی کشور و عرضه سهام این بانک‌ها در بازار سرمایه، ضروری و در عین حال، مطلوب است بنابراین به طور کلی، برنامه جدید اقتصادی دولت در فروش سهام باقیمانده سه بانک دولتی سابق یعنی بانک تجارت، بانک ملت و بانک صادرات ایران از حیث کارشناسی، ستودنی است، اما در این رهگذر توجه به چند نکته ضروری است:

نکته اول اینکه فروش سهام شرکت‌های دولتی در بازار سرمایه از نظر حقوقی و شرعی به‌معنای انتقال مالکیت سهام دولت به

تاسیس شرکت سهامی خاص امیر خودرو کهگیلویه در تاریخ ۱۳۹۹،۰۲،۱۱ به شماره ثبت ۲۴۸۹ به شناسه ملی ۱۴۰۰۹۱۱۰۳۳۹ ثبت و امضا ذیل دفاتر تکمیل گردیده که خلاصه آن به شرح زیر جهت اطلاع عموم آگهی میگردد.

موضوع فعالیت :خرید و فروش و ارائه خدمات پس از فروش محصولات ایران خودرو طبق کد نمایندگی ۲۷۰۴ – خرید و فروش قطعات و لوازم یدکی و ارائه خدمات پس از فروش آنها طبق شماره پروانه ۱۲۶ درصورت لزوم پس از اخذ مجوزهای لازم از مراجع ذیربط مدت فعالیت : از تاریخ ثبت به مدت نامحدود مرکز اصلی : استان کهگیلویه وبویراحمد، شهرستان کهگیلویه ، بخش مرکزی ، شهر دهدشت، محله ایران خودرو ، خیابان شهید سالار شفیع نژاد ، کوچه (ایران خودرو) ، پلاک ۰ ، طبقه همکف کدپستی ۷۵۷۱۸۸۳۲۸۹ سرمایه شخصیت حقوقی عبارت است از مبلغ ۱۰۰۰۰۰۰ ریال نقدی منقسم به ۱۰۰ سهم ۱۰۰۰۰ ریالی تعداد ۱۰۰ سهم آن با نام عادی مبلغ ۳۵۰۰۰۰ ریال توسط موسسین طی گواهی بانکی شماره ۲،۹۹۱،۱۶۵۹،۱۱ مورخ ۱۳۹۹،۰۲،۰۸ نزد بانک بانک صادرات مرکزی شعبه مرکزی با کد ۱۶۵۹ پرداخت گردیده است والباقی در تعهد صاحبان سهام می باشد اعضا هیئت مدیره آقای قباد زمان به شماره ملی ۴۲۵۰۶۶۵۳۲۱ به سمت مدیرعامل به مدت ۲ سال و به سمت عضو هیئت مدیره به مدت ۲ سال آقای رستم نوری به شماره ملی ۴۲۵۰۹۰۵۸۸۸ و به سمت رئیس هیئت مدیره به مدت ۲ سال خانم زهرا آب رون به شماره ملی ۴۲۵۱۳۱۸۰۷۲ به سمت نایب رئیس هیئت مدیره به مدت ۲ سال دارندگان حق امضا : کلیه اوراق و اسناد بهادار و تعهد آور شرکت از قبیل چک ، سفته ، پروات ، قراردادها عقود اسلامی و همچنین کلیه نامه های عادی و اداری با امضاء رستم نوری به سمت رئیس هیئت مدیره همراه با مهر شرکت معتبر می باشد.
اختیارات مدیر عامل : طبق اساسنامه بازرسان آقای حمید دهقان به شماره ملی ۰۱۳۱۱۷۰۱۳۲۴۰ به سمت بازرس اصلی به مدت یک سال مالی خاتم فریده رمضان پور به شماره ملی ۴۲۵۱۰۸۸۱۷۴ به سمت بازرس علی البدل به مدت یک سال مالی روزنامه کثیر الانتشار فرصت امروز جهت درج آگهی های شرکت تعیین گردید.
ثبت موضوع فعالیت مذکور به منزله اخذ و صدور پروانه فعالیت نمی باشد.

اداره کل ثبت اسناد و املاک استان کهگیلویه وبویراحمد مرجع ثبت شرکت ها و موسسات غیر تجاری دهدشت (۸۳۱۱۴۷)

آگهی تغییرات شرکت برج پیمای ایمن گستر امید(با مسئولیت محدود) به شماره ثبت ۱۳۰۴۹ و شناسه ملی ۱۰۵۷۰۰۳۲۲۸۷

به استناد صورتجلسه مجمع عمومی فوق العاده مورخ ۱۳۹۸،۱۱،۱۷ تصیمیات ذیل اتخاذ شد:
آقای سید جلال راشدی زربآبادی فرزند سید حسین متولد ۱۰/۰۱/۱۳۶۸، شماره شناسنامه ۰ با کد ملی ۴۳۱۰۰۰۰۹۱۶ صادره از قزوین به آدرس استان قزوین ، شهرستان قزوین ، بخش مرکزی ، شهر قزوین، محله فردوسی وسط ، خیابان خیام شمالی ، بن بست معراج ۲۷، پلاک ۲۲ ، طبقه همکف کدپستی ۳۴۱۳۷۸۷۶۵۳ با پرداخت مبلغ بیست و هشت میلیون ریال به صندوق شرکت در ردیف شرکا، قرار گرفت لذا سرمایه شرکت از مبلغ هفتاد میلیون ریال به مبلغ نود و هشت میلیون ریال افزایش یافت.
در نتیجه ماده ۴-اساسنامه به شرح مذکور اصلاح گردید و سهم الشرکه شرکا بعد از افزایش سرمایه بشرح ذیل میبایشد:
آقای امیر محمد علیخانی مبلغ چهل و دو میلیون ریال و خانم اعظم نوروزی و آقای سید جلال راشدی زربآبادی هر کدام مبلغ بیست و هشت میلیون ریال سهم الشرکه.

اداره کل ثبت اسناد و املاک استان قزوین اداره ثبت شرکت ها و موسسات غیر تجاری قزوین (۸۳۰۳۸۱)

آگهی تغییرات شرکت برج پیمای ایمن گستر امید (با مسئولیت محدود) به شماره ثبت ۱۳۰۴۹ و شناسه ملی ۱۰۵۷۰۰۳۲۲۸۷

به استناد صورتجلسه مجمع عمومی عادی بطور فوق العاده مورخ ۱۳۹۸،۱۱،۲۰ تصیمیات ذیل اتخاذ شد : خانم اعظم نوروزی با کد ملی ۴۳۲۵۴۶۴۶۷ و آقای سید جلال راشدی زربآبادی با کد ملی ۴۳۱۰۰۰۰۹۱۶ به سمت اعضای هیئت مدیره برای مدت نامحدود انتخاب گردیدند.

اداره کل ثبت اسناد و املاک استان قزوین اداره ثبت شرکت ها و موسسات غیر تجاری قزوین (۸۳۰۳۸۲)

مفقودی

کلیه مدارک وسیله نقلیه سواری پژو تیپ ROAبرنگ : نوک مدادی متالیک مدل ۱۳۸۶ به شماره موتور ۱۱۶۸۶۰۵۶۵۵۰ به شماره شاسی ۶۱۲۰۷۸۴۸ به شماره انتظامی ج ۳۴ ر ۹۲۷ایران ۷۹ بنام آقای فرامرز قربانی مفقود واز درجه اعتبار ساقط می باشد.

شهرستان قزوین

مفقودی

برگ سبز و برگ کمبایی وسیله نقلیه سواری سایپا تیپ ISE۱۳۱ برنگ : سفید روغنی مدل ۱۳۹۷ به شماره موتور ۶۱۱۶۴۹۲/M۱۳ به شماره شاسی ۴۱۱۰۰J۳۴۴۴۴۸۹ NAS به شماره انتظامی ۸۴ ق ۷۵۲ایران ۷۹ بنام آقای میلاد داربوی مفقود واز درجه اعتبار ساقط می باشد.

شهرستان قزوین

آگهی موضوع ماده ۳ قانون وماده ۱۳ آئین نامه قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی وساختمانهای فاقد سند رسمی
برابرآراء شماره ۱۳۹۸۰۳۰۹۰۰۱۰۰۲۱۷۹ و ۱۳۹۸۰۳۰۹۰۰۱۰۰۲۱۸۰ و ۱۳۹۸۰۳۰۹۰۰۱۰۰۲۱۸۱ و ۱۳۹۸۰۳۰۹۰۰۱۰۰۲۱۸۲ و مورخ های ۹۸/۱۱/۱۹ هیات اول موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی وساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر درواحد ثبتی حوزه ثبت ملک منطقه یک قزوین پرونده کلاسه های ۱۳۸۰۰۰۱۳۸ و ۱۳۹۸/۱۱۴۴۰۹۰۰۱۰۰۱۴۰ و ۱۳۹۸/۱۱۴۴۰۹۰۰۱۰۰۱۴۰ و ۱۳۹۸/۱۱۴۴۰۹۰۰۱۰۰۱۴۱ و ۱۳۹۸/۱۱۴۴۰۹۰۰۱۰۰۱۴۲ و ۱۳۹۸/۱۱۴۴۰۹۰۰۱۰۰۱۴۳ و ۱۳۹۸/۱۱۴۴۰۹۰۰۱۰۰۱۴۴ و تصرفات مالکانه بلامعارض متقاضیان خانم مریم فاضلی فرزند علی اکبر به شماره شناسنامه ۲۲۴۱ صادره از تهران در ۲۲۲۰۳۲۸ سهم مشاع آقایان شایان کشتکارفرزند محمدرضا به شماره شناسنامه ۴۴۰۲۱۷۶۲۸ صادره از تجریش در ۵۲۴۰۶۵۷ سهم مشاع محمد حسین نوید فاضلی فرزند علی اکبر به شماره شناسنامه ۱۳۱۰ صادره از تهران در۲۲۲۰۳۲۸ سهم مشاع وشاهین آبینی فرزند احمد به شماره شناسنامه ۴۴۰۳۳۲۰۷۹ صادره از تجریش در ۵۲۴۰۶۵۷ سهم مشاع وعلی علیرضانی فرزند رحمن به شماره شناسنامه ۴۴۳۳۳۲۹۸۲ صادره ازتجریش در ۲۲۲۰۳۲۸ سهم مشاع از ۱۸۴۴۲۳ سهم ششادنگ قطعه اول تکنیکی به صورت یک زمین مزروعی به مساحت ۱۸۴۴۲۳ مترمربع پلاک ۲۵- اصلی واقع در فریه آشتنان بخش ۱۴ قزوین محرز گردیده است.لذابه منظور اطلاع عموم مراتب در نو ثبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می گردد در صورتیکه اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند می توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دوماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید طرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراضی دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند.بدیهی است در صورت نقضانی مدت مذکور وعدم وصول اعتراضی طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد. تاریخ انتشارنوبت اول : ۹۹/۲/۲۰ تاریخ انتشار دوم: ۹۹/۲/۲۷ شعبان مسگری- رئیس اداره ثبت اسناد واملاک منطقه قزوین- ۱۱۴۴/م آلف

آگهی موضوع ماده ۳ قانون وماده ۱۳ آئین نامه قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی وساختمانهای فاقد سند رسمی
برابرآراء شماره ۱۳۹۸۰۳۰۹۰۰۱۰۰۲۱۸۶ و ۱۳۹۸۰۳۰۹۰۰۱۰۰۲۱۸۷ و ۱۳۹۸۰۳۰۹۰۰۱۰۰۲۱۸۸ و ۱۳۹۸۰۳۰۹۰۰۱۰۰۲۱۸۹ و مورخ های ۹۸/۱۱/۲۰ هیات اول موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی وساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر درواحد ثبتی حوزه ثبت ملک منطقه یک قزوین پرونده کلاسه های۱۳۹۰۰۰۱۳۹ و ۱۳۹۸/۱۱۴۴۰۹۰۰۱۰۰۱۴۰ و ۱۳۹۸/۱۱۴۴۰۹۰۰۱۰۰۱۴۱ و ۱۳۹۸/۱۱۴۴۰۹۰۰۱۰۰۱۴۲ و ۱۳۹۸/۱۱۴۴۰۹۰۰۱۰۰۱۴۳ و ۱۳۹۸/۱۱۴۴۰۹۰۰۱۰۰۱۴۴ و تصرفات مالکانه بلامعارض متقاضیان خانم مریم فاضلی فرزند علی اکبر به شماره شناسنامه ۲۲۴۱ صادره از تهران در ۱۸۴۴۲۳ سهم مشاع آقایان شایان کشتکارفرزند محمدرضا به شماره شناسنامه ۴۴۰۲۱۷۶۲۸ صادره از تجریش در ۳۶۸۷۳۰۴۲ سهم مشاع محمد حسین نوید فاضلی فرزند علی اکبر به شماره شناسنامه ۱۳۱۰ صادره از تهران در۱۸۴۴۲۳ سهم مشاع وشاهین آبینی فرزند احمد به شماره شناسنامه ۴۴۰۳۳۲۰۷۹ صادره از تجریش در ۳۶۸۷۳۰۴۲ سهم مشاع وعلی علیرضانی فرزند رحمن به شماره شناسنامه ۴۴۳۳۳۲۹۸۲ صادره ازتجریش در ۱۸۴۴۲۳ سهم مشاع از ۱۲۹۰۵۷ سهم مشاع از ۹ سهم ششادنگ قطعه اول تکنیکی به صورت یک زمین مزروعی به مساحت ۱۲۹۰۵۷ مترمربع پلاک ۲۵- اصلی واقع در فریه آشتنان بخش ۱۴ قزوین محرز گردیده است.لذابه منظور اطلاع عموم مراتب در نو ثبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می گردد در صورتیکه اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند می تواند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دوماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید طرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند. بدیهی است در صورت نقضانی مدت مذکور وعدم وصول اعتراضی طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد. تاریخ انتشارنوبت اول : ۹۹/۲/۲۰ تاریخ انتشار دوم: ۹۹/۲/۲۷ شعبان مسگری- رئیس اداره ثبت اسناد واملاک منطقه قزوین- ۱۱۴۴/م آلف

۹ دلیل برای اینکه چرا هر کار آفرین باید یوگا تمرین کند

یک مطالعه منتشرشده در پزشکی حرفه‌ای، نشان داد که داشتن یک عادت روزانه به انجام یوگا، در محیط کار، در مسائل مربوط به استرس، مسائل جسمی و نوسانات خلقی رایج کمک می‌کند. یکی از نکات بسیار مثبت در مورد این مطالعه این بود، که هیچ یک از شرکت‌کنندگان علائم منفی یا وخیمی به این عادت از خود نشان ندادند. آیا شما نیاز به ترغیب بیشتری دارید؟ هر کارآفرینی، چه بزرگ و چه کوچک، باید تکنیک‌های آرامش را به نوعی تمرین کند، تا استرس و احساسات منفی را رها کند و در نهایت هنر رهاکردن امور را بفهمد. اگر یک تاجر یا زن هستید که این موضوع را می‌خواند، زمان آن است که این اتفاق بیفتد.

در اینجا به بررسی ۹ دلیل نیاز به یوگا و مراقبه در زندگی پرداختیم:

۱. **مدیریت استرس:** کار کردن همیشه با استرس همراه است و شما نمی‌توانید از این واقعیت فرار کنید. نه، نمی‌توانید از کار فرار کنید و یا به طور کامل از آن جلوگیری کنید. بنابراین، آیا شما به زندگی اسفبار خود ادامه خواهید داد؟ نه، یک مقدار مناسب از تمرین مراقبه یوگا را به زندگی خود اضافه کنید. بسیاری از مطالعات ثابت می‌کنند که تمرین مراقبه یوگا تأثیر آرامش‌بخش بر مغز دارد و عملکرد روده را بهبود می‌بخشد.

ارتباط مغز و روده، دیگر یک واقعیت پنهان نیست بنابراین، حفظ این رابطه سالم برای شما مهم است. از آنجا که این ارتباط یک محور تعادل است، نوسانات خلقی از بین می‌رود و سطح استرس پایین می‌آید. شما متوجه تغییر مهمی در طرز فکر خود خواهید شد، زیرا همراه با آرام کردن طی حالات یوگیک و چند دقیقه مراقبه، روده و همچنین مغز خود را هدف قرار می‌دهید.

۲. **هورمون‌های شادی** : فلور روده یک انسان، وظیفه آزادکردن و انتقال دهنده عصبی مانند دوپامین، سروتونین و اندروفین را برعهده دارد. وجود انسداد در مسیر مغز، به معنای وجود مانع در جریان طبیعی این هورمون‌های شادی بوده و علائم افسردگی، اضطراب و حملات هراس‌انگیز را به دنبال خواهد داشت. به غیر از خوردن غذاهای سالم، مراقبه یوگا می‌تواند در کاهش بسیاری از این علائم دردناک و منشأ آنها در بعضی مواقع نیز کمک کند. زندگی یک کارآفرین می‌تواند بسیار جدی و پر از استرس باشد. این احساس نگرانی و استرس ممکن است به دلیل تأخیر در حرکت هواپیما، هنگام سفر و بیماری دائم به دلیل تغییر مداوم در آب و هوا، مکان یا حتی شرایط کار باشد. به عنوان یک انسان، شما قرار است احساس سلامتی و خوشبختی کنید. برای تجربه این سعادت حداقل ۳۰ دقیقه یوگا یا مراقبه را در برنامه روزانه خود قرار دهید.

۳. **مدیریت خشم:** احساس ناامیدی در یک محیط کار طاقت‌فرسا احساس رایجی است. به عنوان یک رئیس، ممکن است شما کسی را که در محل کار است، دوست نداشته باشید یا از عملکرد شخصی ناراضی باشید و یا به دلیل اشتباه کاری تکراری، عصبانیت را تجربه کنید. به یاد داشته باشید که عصبانیت بزرگ‌ترین دشمن شما بوده و افتادن در تله آن، قدرت تابودی شما را در هر زمانی بالا می‌برد. نمی‌دانید یوگا چگونه می‌تواند در این مسئله به شما کمک کند؟ یوگا برای رفع عصبانیت، استرس و بی‌تابی بسیار تأثیرگذار است. یکی از ساده‌ترین ابزار برای رفع طبیعی مشکلات انجام تمرینات یوگا است. یک مطالعه علمی شامل برنامه ذهن‌آگاهی برای جوانان بود، اما افرادی را که در محیط‌های کاری سخت مشغول بودند را نیز شامل می‌شد. در پایان این برنامه، شرکت‌کنندگان از کم شدن پرخاشگری جسمی، کاهش مشکلات روانی و موارد دیگر پرده برداشتند.

۴- **پردازش فراشناختی:** پردازش فراشناختی چیست؟ چیزی نیست جز مجموعه‌ای از الگوهای رفتاری انسان که شامل برنامه‌ریزی، نظارت و ارزیابی شخص، موقعیت یا هر دو است. هنر مراقبه ذهن‌آگاهی یا یوگا یا هر دو به روش و الگوی مناسب، می‌تواند به شخص کمک کند تا پردازش شناختی را به طور مؤثر مدیریت کند.

یک مطالعه در مورد این موضوع نکات مهم بسیاری را نشان داد که توده‌های مختلفی از مردم می‌توانند از آنها بهره‌مند شوند. مراقبه به درمان علائم افسردگی کمک می‌کند؛ به طوری که شما به خوبی می‌توانید یک کارآفرین موفق بوده و هم‌زمان افسرده باشید. یوگا پریشانی مربوط به اختلالات خلقی را کاهش می‌دهد و در رسیدگی به عوامل محرک مرتبط با الگوهای پرخاشگری و عصبانیت نیز مؤثر خواهد بود.

۵- **پهبودی عاطفی:** هر یک از ما یک بار در طول زندگی خود دچار تحول عاطفی یا لحظه‌ای دلخراش می‌شویم، اما کارآفرینان آسیب‌پذیرتر هستند و از نظر مقایسه‌ای حتی بیشتر مستعد ابتلا به موارد تغییر زندگی، مانند مشاغل ناموفق، فراز و نشیب در روابط شخصی، کمبود وقت برای خانواده، اعضای تیم خسته‌کننده و رژیم غذایی هستند. بله، رژیم غذایی نیز احساسات شما را تنظیم می‌کند و در ایجاد حس استرس تأثیر زیادی دارد. با در نظر گرفتن این مثال‌ها، یوگا نوعی تکنیک آرامش‌بخش برای مقابله با نتایج این موقعیت‌های بسیار معنادار است. مراقبه و یوگا، در کنار هم، می‌تواند به شما در مبارزه با شیطاین و روبه‌رو شدن با ترس‌های‌تان کمک کند. این عمل به شما یاد می‌دهد تا احساسات یا عقاید خود را به بهترین وجه ممکن بیان کنید. به یاد داشته باشید، این ارتباط روح و بدن است که احساس تفاوت را در زندگی شما ایجاد می‌کند. ۶. **چاقی:** آیا دلیل شماره یک اکثر بیماری‌های قلبی و دیابت را می‌دانید؟ قند و چربی اصلی‌ترین علت برای مبتلاشدن به این بیماری‌ها به حساب می‌آید که این نیز نتیجه احتمالی یک سبک زندگی بی‌تحرك است. بدن سالم برای افراد مختلف زمینه متفاوتی دارد، به همین دلیل اکثر مردم مستعد داشتن درک نادرست از سلامتی و بهزیستی هستند. رژیم غذایی پر قند و زندگی پراسترس می‌تواند ترکیبی مخرب باشد، که تأثیرات مخربی بر زندگی شما خواهد گذاشت. اگر وقت کافی برای رفتن به باشگاه یا انجام هر نوع ورزش دیگری را ندارید، می‌توانید مدیتیشن کنید یا ۱۵ دقیقه با جشمان خود همراه با ایجاد احساس راحتی شعار «Om» دهید. جدا از این، شما می‌توانید برخی از موقعیت‌های آسان و آرامش‌بخش یوگا را امتحان کنید که ناحیه شکم را هدف قرار می‌دهد و همچنین به شما در سوزدایی از بدن کمک می‌کند.

۷. **سیستم اعتقاد:** یوگا دوباره سیستم اعتقادی شما را تنظیم می‌کند یا حداقل در انجام این کار به شما کمک می‌کند. چرا سیستم اعتقاد شما برای موفقیت در کارآفرینی بسیار مهم است؟ تصور کنید که یک امپراتوری یا حتی یک تجارت کوچک بدون چشم‌انداز، اخلاقی یا پروتکل را اجرا کنید. آیا قادر خواهید بود بدون ارتباط معنوی با کار خود یا یک سیستم اخلاقی پایدار بمانید؟ قطعاً نه. معنویت به شما در حفظ ارتباط صحیح روح و روان بدن و برای داشتن آرامش کمک می‌کند. به‌علاوه مشکلات عاطفی را بهبود بخشیده و از این طریق به شما در پهبودی از هرگونه آسیبی کمک می‌کند. در صورت عدم درمان، احساسات منفی منعکس شده شما می‌تواند بر روی سیستم اعتقادی‌تان نیز تأثیرگذار باشد و شما را در برابر تغییرات، تصمیمات نادرست و معاملات ویران‌کننده به طور جدی آسیب‌پذیر کند.

۸. **ضمیر و حس نادانی:** ضمیر یا نفس، بزرگ‌ترین دشمن شما بوده و یک شکل خالص از احساسات است. علت خالص بودن آن فقط به این دلیل است که ناشی از حس نادانی، حسادت، غم و اندوه بوده و یا حتی تجربه حس عجیب و غریب را با خود به همراه دارد. همه این احساسات بسیار «انسانی» و مقدمه‌ای برای الگوی رفتاری فریبنده رفتارگرایانه هستند. به عنوان یک تاجر، ضمیر یا نفس شما می‌تواند سمی باشد که آرام‌آرام، روابط صمیمانه با شرکا و تیم شما را از بین می‌برد. یوگا و مراقبه به شما کمک می‌کند تا نقاط کور در الگوهای کاری، پروتکل‌ها و حتی روابط واقعی زندگی خود را پیدا کنید. به عنوان مثال، مدیتیشن قسمت شاد سیستم عصبی مرکزی شما را فعال می‌کند و به شما کمک می‌کند تا با راحتی و صبر در وضعیت اضطراب حاضر شوید.

۹. **حالت هیچ کاری انجام ندادن:** اگر در حالت استرس و یا در حالت کار ۲۴×۷۲ قرار دارید، غیرممکن است که اهمیت انجام دادن عادات و رفتارهای همراه با آرامش را تشخیص دهید. حالاتی مانند چایلد روز، بالاسانا یا کورپه پوزیور شاولاسانا برخی از مواردی هستند که اهمیت رهاکردن، زندگی در لحظه و آرامش، در حالی که وقت کافی در دست دارید را به شما آموزش می‌دهد. درنهایت می‌توانید با انجام این حرکات، الگوی صحیح خواب را نیز آموزش ببینید. لازم نیست یک یوگی تمام عیار باشید تا این نکات را تمرین کنید. تمام کاری که شما باید انجام دهید این است که روزی چند دقیقه استراحت و یا دراز کشیدن روی نیمکت را انجام دهید و هیچ کاری نکنید. برای کارآفرینان و بازرگانان عصر جدید بسیار مهم است، که از اهمیت لذت بردن از لحظه و مدتی چرت زدن، یک یا دو بار در روز آگاهی داشته باشند.

منبع: addedt۲success/ucan

فرصت امروز

روزنامه‌مدیریتی –اقتصادی

| شنبه | ۲۰ اردیبهشت ۱۳۹۹ | شماره | ۱۵۳۹ | 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 آگهی‌ها:۸۶۰۷۳۳۱۲ **امور مشترکین:** ۸۶۰۷۳۱۴۳

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

WWW.FORSATONLINE.COM

INFO@FORSATONLINE.COM

تبلیغات خلاق



مسیر موفقیت

سؤالات ارزشمندی که برای رسیدن به موفقیت باید از خود پرسید

موفقیت به صورت اتفاقی به دست نمی‌آید. شاید عده‌ای موفقیت دیگران را به خاطر شانس و اقبال‌شان بدانند اما اگر به زندگی افراد موفق نگاه کنید، متوجه می‌شوید آنها دائماً در حال تلاش هستند و روی خودشان کار می‌کنند. برخی عادت‌ها می‌توانند سبب دستیابی به موفقیت شوند. رفتارهای مثبتی وجود دارند که اگر به عادت تبدیل شوند، نقش مؤثری در موفقیت شما خواهند داشت. سؤال کردن از خود یکی از عادت‌های مثبت است. در ادامه با ما همراه باشید تا پنج سؤال ساده‌ای که افراد موفق هر روز از خود می‌پرسند را معرفی کنیم.

آیا تاکنون درباره کارهای‌تان فکر کرده‌اید یا همیشه کارهای خود را بدون اشتیاق و تمایل انجام می‌دهید؟ خیلی از افراد موفق دائماً از خودشان سؤال می‌کنند و از این طریق عملکرد خود را مورد ارزیابی قرار می‌دهند. برای مثال استیو جابز می‌گوید: «اگر امروز آخرین روز زندگی‌ام بود، آیا همان کاری را انجام می‌дам که قرار است انجام دهم؟» این جمله ارزشمند از استیو جابز، اهمیت سؤال کردن از خود را برای دستیابی به موفقیت به نمایش می‌گذارد.

اغلب افراد موفق می‌توانند خودشان را به طور منظم ارزیابی کنند؛ پس مهارت‌ها و میزان پیشرفت خود به سوی اهداف را به دقت تجزیه و تحلیل می‌کنند. آنها گرفتار روزمرگی‌های زندگی نمی‌شوند و درباره کارهایی که انجام می‌دهند، جدی فکر می‌کنند.

سؤال کردن از خود به منظور قضاوت یا انتقاد از خود نیست، بلکه برای این است اهداف، شرایط و کارهایی که برای رسیدن به آنها انجام می‌دهید، به‌طور بی‌طرفانه ارزیابی شود. این تمرین بسیار خوبی است که باعث تفکر بیشتر درباره خودتان و موفقیت

در کار و زندگی می‌شود.

در ادامه مقاله، پنج سؤال ساده را بیان می‌کنیم که افراد موفق هر روز از خود می‌پرسند:

آیا در جایگاه شغلی درستی قرار گرفته‌ام؟

اگر برای شغل خود اشتیاق نداشته باشید، رفتارهای مثبتی وجود بر موانع و مشکلاتی که زندگی در سر راه موفقیت‌تان قرار می‌دهد هم انگیزه‌ای نخواهید داشت. حتی وقتی کار خود را با شور و اشتیاق شروع می‌کنید، باز هم ممکن است به مرور زمان اشتیاق‌تان از بین برود. پس بسیار مهم است به طور مداوم انگیزه خود را بررسی کنید. اگر فکر می‌کنید اشتیاق کمتری دارید و بی‌انگیزه هستید، شاید برای بالابردن انگیزه و انرژی‌تان در کسب و کار به یک تغییر اساسی نیاز داشته باشید. پیدا کردن شغلی که به آن نیاز دارید، به شما انگیزه و ذهنیت لازم برای موفقیت را خواهد داد.

آیا از اشتباهات خود عبرت می‌گیرم؟

خیلی از ایده‌ها به شکست می‌خورند. این امر طبیعی است و هیچ اشکالی ندارد. مهم این است که شما از اشتباهات خود درس بگیرید و اشتباهی را دو بار تکرار نکنید. وقتی به مشکلی برخورد می‌کنید، زمانی را برای ارزیابی آن اشتباه در نظر بگیرید و ببینید چه چیزی باید تغییر کند و چطور می‌توانید از تکرار آن اشتباه در آینده ممانعت کنید. باید از هر شکستی در مسیر موفقیت خود درس بگیرید و به دلیل اصلی آن اشتباه پی ببرید.

آیا من توانایی‌های خود را گسترش می‌دهم؟

برای اینکه به موفقیت برسید، باید مدام حد و مرزهای خود را گسترش دهید، نه اینکه در یک مسیر همیشگی حرکت



کنید. افرادی که در حرفه شما موفق هستند، همیشه در حال پیشروی‌اند و توانایی‌های‌شان را گسترش می‌دهند. تعیین اهداف جدیدتر و تلاش برای دستیابی به آنها، شور و اشتیاقی شما را بیشتر می‌کند و باعث می‌شود در مسیر رسیدن به موفقیت تا جایی که می‌توانید تلاش کنید. از تمام موانع پیش روی خود بگذرید و هر غیرممکنی را ممکن کنید.

راه حل‌های درازمدت من چیست؟

یکی از سؤالاتی که باید از خود پرسید، این است که چه راهکارهایی وجود دارد که به من امکان برنامه‌ریزی بهتر و دقیق‌تر را می‌دهد. اگر می‌خواهید بهتر و سریع‌تر کار کنید، به دنبال راهکارهایی باشید که به شما در انجام این کار کمک می‌رساند. نقشه‌ای بریزید تا شما را از جایی که هستید، به جایی که می‌خواهید بروید، برساند. البته در این نقشه، احتمال شکست را هم در نظر بگیرید. اگر از شکست‌های خود درس بگیرید، در مسیر رسیدن به موفقیت بسیار کارساز خواهند بود.

آیا هنوز باور دارم که این کار را انجام خواهم داد؟

برای رسیدن به موفقیت، باید به خود و چیزی که می‌خواهید به آن برسید، ایمان داشته باشید. حتی بزرگ‌ترین اهداف هم بدون باور به خود و اطمینان از اینکه می‌توانید به آنها برسید، هیچ ارزشی ندارد. رو به روی آینه بایستید و از خود پرسید آیا اشتیاق من متناسب با اهداف و رؤیاهایم است؟ نمی‌توانید دیگران را متقاعد کنید که از پس آن برمی‌آید. پیش از اینکه انتظار داشته باشید اطرافیان شما را باور کنند، باید خود به توانایی‌های‌تان ایمان داشته باشید.

منبع: Success/ucan