

طاهر هاتصر

عضو هیات علمی دانشگاه آزاد اسلامی شیراز

از آنجا که طراحان و شهرسازان و معماران در ایجاد فرم مسکن در جامعه دخیل هستند، بنابراین می‌توان گفت اعضای جامعه‌ای علمی هستند که در شکل‌دهی به مسکن سهیم هستند. با نگرشی کیفی به مسئله مسکن می‌توان گفت که بحران واقعی مسکن علاوه بر کمبود آن، در چگونگی سکونت هم هست. نباید زیستن، سکونت و ساختن را مترادف با هم دانست، بلکه خانه را باید پوششی دانست که در تطابق با برخی از شرایط، رابطه صحیحی را بین محیط خارج و پدیده‌های زیستی انسان برقرار می‌سازد. در خانه می‌بایستی یک فرد یا یک خانواده زندگی کند. خانه، برای ساکنانش مرکز جهان است و برای محله‌اش شاخص‌ترین بنا در تحکیم مکان است. مسکن را در درجه اول باید یک نهاد دانست و نه یک سازه و این نهاد برای مقاصد بسیار پیچیده‌ای به وجود آمده است. از آنجا که احداث یک خانه پدیده‌ای فرهنگی به شمار می‌آید، شکل و سازمان فضایی آن به شدت تحت‌تأثیر فرهنگی است که به آن تعلق...

فرصت امروز

برای کسب وکار آفرینی

چرا قیمت دلار افزایش یافته و خریداران به بازار ارز هجوم برده‌اند؟

مصائب چندنرخی بودن قیمت‌ها در اقتصاد ایران

این روزها افزایش قیمت دلار و روند صعودی بازار ارز، همه را نگران کرده است. آنتپور که از گزارش‌ها برمی‌آید، در طول ۶۰ روز گذشته از سال جدید...

۴

با گذشت یک ماه از «دوشنبه سیاه» قیمت نفت به بالای ۳۰ دلار رسید

گزارش «بلومبرگ» از احیای قیمت نفت

فرصت امروز: به نظر می‌رسد سقوط تاریخی قیمت نفت به محدوده منفی در «دوشنبه سیاه» یک انحراف بود و حالا چند هفته پس از آن روز تاریخی، بهبود تقاضا، تعمیق کاهش تولید و خوش‌بینی دنیا به پیدا کردن واکسن کرونا، باعث شده تا قیمت نفت از بشکهای ۳۰ دلار فراتر برود؛ به‌طوری که در معاملات روز دوشنبه ۱۸ مه (۲۹ اردیبهشت) قیمت هر بشکه نفت خام سبک نگراس متأثر از خیرها و آمارهای مثبت برای اولین بار در بیش از دو ماه اخیر به حدود ۳۲ دلار رسید تا امیدها به نجات بازار نفت از بحران کرونا افزایش یابد. به گزارش بلومبرگ، در سست یک ماه قبل در آستانه انقضای معاملات آتی نفت WTI برای تحویل در ماه مه، به دلیل فشار شدید فروشندگانی که جایی برای ذخیره کردن نفت خود...

۲

هر آنچه باید در مورد تسهیلات حمایتی کرونا بدانیم

۱۳ گروه شغلی در جست‌وجوی ۵۲ هزار میلیارد تومان

۳

مدیریت و کسب‌وکار



مایکروسافت: درباره‌دنیای متن‌باز
ولینوکس اشتباه‌می‌کردیم

● چالش کسب شهرت در اینستاگرام

● ۵ بستر آموزش رایگان سئو در سال ۲۰۲۰

● تولید محتوای موفق با ۶ کلید طلایی

● راز آرامش فوق‌العاده استیو جابز

● چالش جدید کوکاکولا در عرصه بازار یابی

● الزامی‌ترین اقدامات حوزه تولید محتوا در سال ۲۰۲۰

۸ تا ۱۶

آیا می‌توان بعد از بحران کرونا، جهان بهتری ساخت؟

رونمایی از دنیای پس از کرونا

انستیتو دانش عمومی در دانشگاه نیویورک

● شکاف طبقاتی و درآمدی بیشتر می‌شود: سال‌هاست که بحث درخصوص شکاف درآمدی در جهان به مثال آوردن از یک درصد طبقه بسیار ثروتمند آمریکایی در قیاس با ۹۹درصد بقیه جامعه این کشور مختص شده‌است، اما واقعیت این است که در روزگار امروزی، این شکاف بیشتر بین یک‌پنجم بالای جامعه و بقیه مردم قابل مشاهده است و ویروس کرونا هم دارد این شکاف را بیش از پیش به نمایش می‌گذارد. یک‌پنجم بالای جامعه معمولاً تحصیلکرده‌اند و شغل‌های خوبی دارند. همراه با وقوع بحران کرونا، آنها قادر بودند از خانه کار کنند و درامدشان هم مورد تهدید قرار نگرفت. آنها مجبور نبودند برای دریافت هیچ کالایی از خانه خارج شوند و امکانات لازم را به صورت آنلاین سفارش می‌دادند.

اما بقیه مردم جامعه از چنین موهبت‌هایی برخوردار نیستند. ممکن است وضع همه آنها در زمان بحران کرونا خراب نشود اما بسیاری از آنها درآمد یا حتی فرصت شغلی خود را از دست می‌دهند و در تامین نیازهای فرزندان‌شان هم دچار مشکل می‌شوند. این وضع به خصوص در خانوارهای تک‌سرپرستی بدتر است. بسیاری از افراد در این طبقات در شغل‌های خدماتی یا دایوری کار می‌کنند و خیلی‌های‌شان بیشتر از بقیه جامعه در معرض ابتلا به ویروس کرونا قرار می‌گیرند. فرزندان آنها هم در خانه نمی‌توانند کمک تحصیلی و آموزشی زیادی از والدین‌شان بگیرند چون بسیاری از این والدین تحصیلکرده نیستند. عدم وجود اینترنت پرسرعت در این خانه‌ها هم معضل دیگری در زمانه کرونا است. در مجموع، شاید کمتر کسی پیش‌بینی کرده بود که شکاف طبقاتی در جوامع با این سرعت و تنها به خاطر یک عامل، اینطور گسترده شود و در آینده نیز تاثیر بگذارد، اما حالا این اتفاق افتاده و بنابراین، کم‌کردن این شکاف درآمدی باید یکی از اولویت‌های دولت‌ها قرار بگیرد. (تا اسکوپول، استاد حکومت‌داری و جامعه‌شناسی در دانشگاه هاروارد)

● بودن یا نبودن با هم: شیوع ویروس کرونا باعث شد یک‌شبه از حضور در کنار دیگران هراس پیدا کنیم و به جایش، آرامش خود را در غیاب دیگران بیابیم. این روزها در مواجهه با هر یک از امور روزمره، دائم این سوال را از خودمان می‌پرسیم که: «راهی هست که این کار را آنلاین انجام بدهم؟» و به نظر من، در آینده خیلی نزدیک هر موضوعی در این پرسش خلاصه خواهد شد که: «یا دلیلی دارد که این کار را حضوری انجام بدهم؟» این البته دلیلی بر آسان‌شدن کارها نیست. اینترنت در نقاط مختلف دنیا به یک اندازه و با یک سرعت قابل دسترس نیست. از سوی دیگر، ارتباطات آنلاین هم پیچیدگی‌های خودشان را دارند. آنلاین‌بودن یک فاصله مطبوع در دوران کرونا برای ما ایجاد کرده است اما احتمالش هست که در آینده، در ترجیح‌همین باشد که آدم‌ها از ما دورتر و دورتر باشند. این یکی از تبعات کروناست. (دیورا تنن، استاد زبان‌شناسی در دانشگاه جورج تاون)

● نسخه از راه دور: سال‌هاست که تجویز دارو از راه دور به عنوان یک راه کم‌هزینه و کم‌هردسر مورد توجه قرار گرفته اما پاندمی کرونا باعث شد اهمیت و کاربرد آن بیشتر دیده شود. از آنجا که محیط‌های سنتی مطب و درمانگاه حالا تحت تاثیر کرونا قرار گرفته‌اند و مردم ترجیح می‌دهند برای مشکلات پزشکی روزمره‌شان به آنها رجوع نکنند، مسئله تجویز دارو از راه دور اهمیت زیادی پیدا کرده است. اگر شما بتوانید با تماس تصویری با پزشک صحبت کنید، لازم نیست از خانه خارج شوید یا در اتاق انتظار درمانگاه بمانید و با این ترتیب از خطر ابتلا به کرونا هم احتمالاً دور می‌مانید. این روند می‌تواند در آینده هم به روندی معمول بدل شود. (ازکیل امانوئل، رئیس دپارتمان اخلاق پزشکی و سیاست درمانی در دانشگاه پنسیلوانیا)

● جلوی زیاده‌روی صنعتی را بگیریم: در بهترین سناریویی که ممکن است از دل بحران کرونا بیرون بیاید، ترومای این بحران می‌تواند چنان بر جوامع فشار بیاورد که آنها را از فرهنگ مصرف‌گسترده و بی‌رویه دور کند. این شاید هزینه منطقی دفاع از خودمان در برابر اپیدمی‌های آینده و بلایای زیست محیطی و آب و هوایی باشد. چندین دهه است که ما انسان‌ها با فعالیت‌های صنعتی گسترده و ساخت و سازهای بی‌شمار، سیاره زمین را به گروگان گرفته‌ایم و باعث شده‌ایم که حریم حیات جانوران و گیاهان نابود شود. نزدیک‌شدن بیش از اندازه ما به مرزهای حیات وحش، نتیجه‌ای مصیبت‌بار مثل سرایت ویروس‌های حیوانی به انسانی از جمله ویروس‌های سارس، کرونا و زیکا و ... را به دنبال داشته است. در حالت عادی، ما باید قادر به حفظ محیط زیست حیات وحش می‌بودیم و در آن صورت از ویروس‌های حیوانی نیز دور می‌ماندیم اما این کار را ندرکیم. حالا تنها می‌توانیم امید داشته باشیم که نسل آینده از این بحران‌ها درس گرفته باشد و این تجربه ناگوار را تکرار نکند (سونیا شاه، نویسنده کتاب «پدمی»: از ویا تا ابولا و فراتر از آن).

۷ توصیه روان‌شناسان برای رهایی از ترس کرونا

کرونا با روح و روان آدمی چه می‌کند؟

بیماری کووید-۱۹ که توسط یک کروناویروس جدید ایجاد شده و دنیا را تحت تاثیر قرار داده، علاوه بر تأثیر خطرناک بر سلامت جسمی، روح و روان مردم را نیز مورد تاخت‌وتاز قرار داده و محققان برای کاهش اثرات روانی این بیماری پاندمیک، توصیه‌هایی کرده‌اند. به گزارش ایسنا، در نوامبر ۲۰۱۹ اولین ببار بیمه‌سازی ناشی از کروناویروس جدید تحت عنوان «کووید-۱۹» گزارش شد و سپس در ووهان، پایتخت استان هوئی چین به‌طور گسترده‌ای منتشر شد. این بیماری به‌سرعت در سراسر چین و نقاط دیگر گسترش یافت و تبدیل به یک اورژانس بهداشت جهانی شد. نتایج بررسی‌های روان‌شناختی نشان داد که در مراحل ابتدایی شیوع بیماری یعنی زمانی که عفونت ی‌اویروس به‌سرعت منتشر می‌شود، احساس آسیب‌پذیری شدید، ابهام و تهدید زندگی تشدید شده و منجر به راه‌اندازی علائم جسمانی و شناختی اضطراب می‌شوند. به گفته متخصصان، نتایج برخی دیگر از بررسی‌ها نشان دادند که پیش‌تر و در مبارزه با ظهور ناگهانی سندرم تنفسی حاد یا سارس، در مراحل اولیه همه‌گیری، پریشانی روانی به شکلی سریع در بین کارکنان پزشکی ظاهر شد، اما افسردگی، علائم روان- تنی و علائم اختلال استرس پس از حادثه بعدها شروع شد، ادامه پیدا کرد و تأثیرات عمیقی گذاشت. ایزوله شدن، کار در شرایط پرخطر و داشتن تماس با افراد آلوده، علل اصلی این تروما یا ضربه روحی بودند. به‌علاوه، به خاطر شیوع بیماری کروناویروس، برخی خانواده‌ها ممکن است منبع درآمد خود را از دست بدهند و دانشجویان به خاطر پرداخت هزینه شهریه‌شان دچار اضطراب شوند. اهمیتی که یک‌ایک مسائل ذکر شده دارند، گروهی شش نفره از پژوهشگران کشور را ترغیب به انجام پژوهشی در این خصوص کرده است. در این تحقیق، چگونگی ارائه مداخلات روان‌شناختی برای بیماری نوظهور کووید-۱۹ مورد بررسی واقع شده است. در این پژوهش مروری، از مقالات منتشرشده از تاریخ ۱ ژانویه تا ۱۱ آوریل ۲۰۲۰ با جست‌وجوی کلیدواژه‌های مرتبط در سایت‌های معتبر پابمد، ساینس دیرکت، اسکوپوس، گوگل اسکالر، پروکوئست و همچنین معروف‌ترین پایگاه‌های داده‌های داخلی یعنی پایگاه جهاد دانشگاهی، ایرانمدکس، مگیران به دو زبان انگلیسی و فارسی و همچنین برخی از مقالات آنلاین کمسیون بهداشت ملی چین، مرکز ملی پیشگیری و کنترل بیماری‌ها و سازمان جهانی سلامت استفاده شده است. نتایج به‌دست‌آمده از این پژوهش، بر نقش مهم و تأثیرگذار نقش خدمات روان‌شناختی آنلاین در کاهش آسیب‌های روانی ناشی از بیماری کووید-۱۹ تأکید شده است. در این خصوص، امیر محسن راه نجات، استادیار گروه روانشناسی بالینی دانشگاه علوم پزشکی آجا و همکارانش در این تحقیق می‌گویند: «براساس مرور مقالات موجود مشخص شد خطوط تلفن ویژه و خدمات روان‌شناختی آنلاین، نقش مهمی در حفظ و افزایش سلامت روان شهروندان در بدو شیوع کروناویروس دارند و نقش این نوع خدمات در ابتدای اپیدمی حتی بیشتر از مداخلات روان‌شناختی چهره به چهره است»

آنها در پژوهش خود که در فصل‌نامه «ابن سینا» وابسته به اداره بهداشت و درمان نیروی هوایی ارتش جمهوری اسلامی ایران و دانشگاه علوم پزشکی آجا منتشر شده است، می‌افزایند: «یافته‌های این مطالعه نشان داد ارائه خدمات روان‌شناختی مناسب پیوسته حتی برای کسانی که مشکلات روان‌شناختی خفیف یا زیر آستانه‌ای دارند در طول پاندمی‌ها جهت به حداقل رساندن احتمال تشدید مشکلات لازم است.»

او و همکارانش، در رابطه با سطح‌بندی خدمات روان‌شناختی ارائه‌شده به افراد نیز نکاتی را در این پژوهش مورد اشاره قرار داده‌اند. به اعتقاد آنان، سطوح مداخلات روان‌شناختی در شرایط بحران کنونی را می‌تواند به شکل زیر سطح‌بندی کرد:

● روان‌پزشکان و روانشناسان می‌توانند با تشخیص صحیح و تشکیل پرونده براساس شدت مشکلات روان‌شناختی برای کسانی که در معرض بحران قرار دارند و تفکیک آنها در گروه‌بندی‌های مختلف به‌ه مسئولین در جهت رساندن کمک‌های مالی و یا هرگونه حمایت درمانی به‌افشار بیشتر آسیب‌پذیر که در این شرایط عملکرد آنها ممکن است کاملاً مختل شود، نقش سازنده‌ای داشته باشند. ● برای افراد دارای علائم زیرآستانه‌ای یا خفیف که اکثریت مردم را تشکیل می‌دهند می‌توان با تهیه بروشورها و فعال کردن خطوط تلفنی یا اینترنت در صورت نیاز و همچنین آموزش‌هایی که رسانه‌های عمومی ارائه می‌کنند سطح مشکل را تا حد زیادی پایین آورد. ● کادر درمان که در خط مقدم مقابله با بیماری هستند. برای این عده می‌توان در محل بیمارستان و به‌صورت چهره به چهره و با رعایت کلیه نکات بهداشتی و در صورت عدم ابتلای روان‌درمانگر و مراجع به ارائه خدمات روان‌درمانی پرداخت.

● برای افرادی که مبتلا به اختلالات شدید شده‌اند نیاز است که از روان‌درمانگران حرفه‌ای که دوره‌های تخصصی در زمینه درمان اختلالات روان از طی کرده‌اند، استفاده کرد.

● بروشورهای آموزشی و محتوای تولیدشده جهت کاهش اضطراب و استرس در شرایط اپیدمی کرونا باید متناسب با مخاطبان آن تهیه شود.

● در کشور چین، اولین گام، تشکیل کمیته‌های تخصصی مدیریت بحران بود. در همین راستا، لازم است که در کشور ما کمیته‌های تخصصی که صداالبته متشکل از افراد صاحب‌نظر در حوزه مدیریت روان‌شناختی بحران باشند تشکیل شود و مابقی کارشناسان زیر نظر این کمیته فعالیت کنند تا از تشتت آراء و پراکنده‌کاری‌ها که نه‌تنها نتیجه‌بخش نیستند بلکه به‌شدت مردم را سردرگم می‌کنند جلوگیری به عمل آید.

● باید توجه داشت که بسیاری از بحران‌های روان‌شناختی و اضطراب ایجادشده در شرایط اپیدمی مربوط به مشکلات مالی و اقتصادی است که بسیاری از افراد در حین چنین بحران‌هایی با آن مواجه می‌شوند و اساساً جنبه درون روانی ندارد. چنین اشخاصی در صورت زنگ زدن به مشاور و بیان مشکلات خود نه‌تنها کمکی دریافت نمی‌کنند بلکه حتی ممکن است بیشتر احساس سرخوردگی و ناامیدی بکنند. لذا پیشنهاد می‌شود در صورت امکان کمیته‌ای جهت رفع مشکلات مشاغل در معرض خطر و راه‌اندازی خطوط تلفنی جهت ارائه خدمات به این افراد تشکیل شود.

با گذشت یک ماه از «دوشنبه سیاه» قیمت نفت به بالای ۳۰ دلار رسید

گزارش «بلومبرگ» از احیای قیمت نفت



نفت کمک کردند و باعث شدند که قیمت نفت به سطح قبل از زمان آغاز محدودیت‌های شدید در بسیاری از کشورهای جهان برای مقابله با شیوع کرونا بازگردد. انتشار آمارهایی درباره افزایش قابل‌توجه تقاضای نفت در چین طی هفته‌های اخیر و بازگشت آن به سطح قبل از بحران کرونا از یک سو و بروز نشانه‌های امیدوارکننده‌ای از احتمال کشف یک واکنس مناسب برای مهار کرونا در آینده نزدیک، تحرک مناسبی را در بازار نفت ایجاد کرده است. استیوارت گلیکمن، تحلیلگر انرژی در مؤسسه تحقیقات سرمایه‌گذاری CFRA در نیویورک، از بازگشت تقاضای نفت در چین به سطح قبل از بحران کرونا به عنوان یک عامل تعیین‌کننده در بازار نفت نام می‌برد. وی در این رابطه می‌گوید: «چین در زمینه مهار ویروس کرونا حداقل دو ماه جلوتر از سایر کشورهاست و اگر این کشور بتواند تقاضای نفت خود را به سطوح قبل از بحران کووید-۱۹ برساند، آنگاه تفسیر بازار نفت این خواهد بود که برای سایر کشورها نیز روزنه‌ای از امید وجود دارد.»

اگرچه بازار نفت سه هفته صعودی را پشت سر گذشته است، اما قیمت نفت هنوز هم نسبت به اوایل سال جاری میلادی -زمانی که قیمت هر بشکه نفت WTI بالاتر از ۶۰ دلار بود و هر بشکه نفت برنت نزدیک به ۷۰ دلار معامله می‌شد- بسیار پایین‌تر است. به گفته هینینگ گلوبشستاین، برای اینکه روند صعودی قیمت نفت تا پایان سال ادامه یابد، تولیدکنندگان نفت باید همچنان سطح تولید خود را پایین‌تر از قبل نگاه دارند. برخی تحلیلگران کماکان به آینده بازار نفت بدبین هستند و بعید می‌دانند که قیمت نفت به همان ارقام اواخر سال ۲۰۱۹ و اوایل سال ۲۰۲۰ بازگردد. پل سانکی، تحلیلگر بانک سرمایه‌گذاری میزوهو سکیوریتیز، در این خصوص می‌گوید: «سال ۲۰۱۹ احتمالاً سال اوج تقاضای جهانی نفت بوده است. تغییر رفتار بازار نفت در سال جاری کاملاً محتمل است و به‌ویژه افت تقاضای جهانی سوخت جت استمرار خواهد داشت.»

جهانی، بازار به آرامی در مسیر بهبود قرار گرفته است. تقاضای ضعیف و جذاب نبودن قیمت‌ها برای تولیدکنندگان نفت باعث شد که کاهش سطح تولید نفت در جهان خیلی سریع‌تر و عمیق‌تر از آنچه پیش‌بینی می‌شد، اتفاق بیفتد.» اگرچه یک ماه قبل منفی شدن قیمت نفت WTI در بورس کالای نیویورک به دلیل نبودن تقاضا و حتی کمترین ظرفیت لازم برای ذخیره‌سازی نفت باعث ناامیدی شدیدی در بازار نفت شد، اما از آن زمان به بعد تقاضا در بازار نفت رو به بهبود رفته است و تولیدکنندگان نفت نیز در راستای توافقی که ماه گذشته با حضور کشورهای نفتی اوپک و چندین تولیدکننده نفت خارج از اوپک (ازجمله روسیه و آمریکا) برای حمایت از بازار نفت انجام شد، از روز اول مه (۱۲ اردیبهشت) اجرای تعهدات خود مبنی بر کاهش سطح تولید نفت به میزان ۹.۷ میلیون بشکه در روز را آغاز کرده و حتی برخی کشورها از جمله عربستان، کویت و امارات اعلام کرده‌اند که تولید نفت خود را به‌طور داوطلبانه حتی بیش از رقیمی که در چارچوب توافق نفتی اخیر برای آنها تعیین شده است، کاهش خواهند داد. عربستان سعودی که بزرگ‌ترین تولیدکننده نفت اوپک به شمار می‌رود، اعلام کرده است که از ماه آینده میلادی تولید روزانه نفت خود را یک میلیون بشکه دیگر کاهش خواهد داد.

هینینگ گلوبشستاین، تحلیلگر گروه مشاوره اوراسیا که در زمینه ارزیابی ریسک‌های سیاسی فعالیت می‌کند، درخصوص تغییر شرایط بازار نفت خاطرنشان می‌کند: «تقریباً از اوایل سال جاری میلادی شیوع ویروس کرونا باعث شد که جمعیت زیادی در کشورهای مختلف جهان در خانه‌های خود حبس شوند تا سرعت شیوع بیماری مرگباری به نام کووید-۱۹ و ویروس کرونا عامل آن بود، کاهش یابد. این مسئله شوک ی سابقه‌ای را به بازار نفت وارد کرد، اما اکنون با کاهش سرعت شیوع بیماری کووید-۱۹ و همچنین کاهش محدودیت‌های ناشی از آن، بازار نفت به نقطه عطف خود رسیده است.» در معاملات روز دوشنبه، دو عامل مهم به تداوم روند صعودی در بازار

فرصت امروز: به نظر می‌رسد سقوط تاریخی قیمت نفت به محدوده منفی در «دوشنبه سیاه» یک انحراف بود و حالا چند هفته پس از آن روز تاریخی، بهبود تقاضا، تعمیق کاهش تولید و خوش‌بینی دنیا به پیدا کردن واکنسن کرونا، باعث شده تا قیمت نفت از بشکه‌ای ۳۰ دلار فراتر برود؛ به‌طوری‌که در معاملات روز دوشنبه ۱۸ مه (۲۹ اردیبهشت) قیمت هر بشکه نفت خام سبک تگزاس متأثر از خبرها و آمارهای مثبت برای اولین بار در بیش از دو ماه اخیر به حدود ۳۲ دلار رسید تا امیدها به نجات بازار نفت از بحران کرونا افزایش یابد.

به گزارش بلومبرگ، درست یک ماه قبل در آستانه انقضای معاملات آتی نفت WTI برای تحویل در ماه مه، به دلیل فشار شدید فروشندگانی که جایی برای ذخیره کردن نفت خود نداشتند و تلاش می‌کردند به هر شکل ممکن محموله‌های خود را به فروش برسانند، قیمت هر بشکه نفت WTI در بورس کالای نیویورک برای نخستین بار در تاریخ صنعت نفت جهان وارد محدوده منفی شد و در پایان معاملات «دوشنبه سیاه» به منفی ۳۷ دلار رسید. اما در معاملات روز دوشنبه ۱۸ مه (۲۹ اردیبهشت) در بورس کالای نیویورک، وضعیتی متفاوت برای نفت رقم خورد. این بار در آستانه انقضای معاملات آتی نفت برای تحویل در ماه آینده میلادی، روند صعودی قیمت نفت که از حدود سه هفته قبل آغاز شده است، با شتابی بیشتر از روزهای گذشته ادامه یافت، به‌طوری‌که در پایان معاملات روز دوشنبه قیمت هر بشکه نفت خام سبک تگزاس با رشدی ۸.۸درصدی نسبت به روز معاملاتی قبل برای اولین بار در بیش از دو ماه اخیر از مرز ۳۰ دلار عبور کرد.

پائولا رودریگز ماسیو، تحلیلگر ارشد بازارهای انرژی در شرکت مشاوره ریسناد انرژی، درخصوص تحولات مثبت بازار نفت و رسیدن قیمت نفت سبک تگزاس به ۳۲ دلار در هر بشکه می‌گوید: «تولیدکنندگان نفت سطح تولید روزانه خود را به میزان چشمگیری کاهش داده‌اند و با توجه به افزایش تقاضای



تغییرات جمعیتی در بستر توسعه شکل می‌گیرند

نسبت توسعه و جمعیت در ایران

سی‌ام اردیبهشت‌ماه، «روز ملی جمعیت» نام‌گذاری شده است؛ از سال ۱۳۹۲ و هم‌زمان با ابلاغ سیاست‌های کلی جمعیت از سوی مقام معظم رهبری بود که با پیشنهاد سازمان ثبت احوال کشور و تصویب شورای عالی انقلاب فرهنگی، این روز در تقویم رسمی کشور به‌عنوان «روز ملی جمعیت» به ثبت رسید.

به بهانه این روز به سراغ شهلا کاظمی‌پور، استاد جمعیت‌شناسی دانشگاه تهران رفته‌ایم؛ او از نسبت توسعه و جمعیت در ایران سخن می‌گوید و معتقد است که تغییرات جمعیتی در بستر توسعه اقتصادی- اجتماعی شکل می‌گیرند و ابعاد مختلف توسعه را تحت تأثیر قرار می‌دهد؛ به‌طوری‌که توسعه انسانی نیازمند همسو شدن سیاست‌های ساختاری و اقتصاد کلان، مداخلات در بازار نیروی کار و حمایت اجتماعی است.

به اعتقاد استاد جمعیت‌شناسی دانشگاه تهران، پویایی جمعیت و ابعاد آن یعنی میزان رشد، ساختار سنی، باروری، مرگ‌ومیر و مهاجرت، هرچند به‌شدت متأثر از محیط و بستر اجتماعی در حال تغییر پیرامونی خود هستند، اما به‌نوبه خود، ابعاد مختلف توسعه نظیر توسعه اقتصادی، ساختاری و توسعه اجتماعی، توسعه انسانی و توسعه پایدار را تحت تأثیر قرار می‌دهند.

در این میان، سوال این است که توسعه انسانی چیست و براساس چه شاخص‌هایی سنجیده می‌شود؟ کاظمی‌پور در گفت‌وگو با «پایگاه خبری اتاق ایران» در پاسخ می‌گوید: برنامه توسعه ملل متحد، به‌عنوان یکی از زیرمجموعه‌های سازمان ملل متحد، از سال ۱۹۹۰ اقدام به انتشار گزارش‌هایی با عنوان «گزارش توسعه انسانی» کرد. از نخستین گزارش که در آن مفهوم و روش سنجش توسعه انسانی معرفی شد تا امروز، تلاش شده در هر گزارش جنبه‌های مختلف وضعیت توسعه انسانی در سطح جهانی، منطقه‌ای و ملی موردبحث قرار گیرد. برخی از برجسته‌ترین موضوعاتی که در این گزارش‌ها به آنها پرداخته‌شده عبارتند از مشارکت مردم، ابعاد امنیت انسانی، جنسیت و توسعه انسانی، رشد اقتصادی و توسعه اقتصادی، فقر، حقوق بشر، دموکراسی، آزادی و تکثر فرهنگی، بحران آب، تغییرات آب‌وهوایی، مهاجرت انسانی و برابری. پس می‌بینید که دامنه مباحث درباره توسعه انسانی بسیار گسترده است.

او ادامه می‌دهد: محور مشترک گزارش‌های توسعه انسانی، شاخص توسعه انسانی است که ترکیبی از سه شاخص درآمد، آموزش و امید به زندگی در بدو تولد است و به‌تدریج مجموعه سامان‌داده‌شده‌ای از شاخص‌های حساس به جنسیت، نابرابری و تبعیض را نیز دربر گرفته است. علاوه بر گزارش‌های جهانی توسعه انسانی، کشورها نیز عموماً با مطالعه و ارزیابی وضعیت توسعه انسانی در سطح ملی و با روش‌شناسی مشابه، گزارش‌های ملی توسعه انسانی را تدوین می‌کنند و به اطلاع عموم می‌رسانند. از سال ۱۹۹۲ تا امروز، بیش از ۷۰۰ گزارش ملی توسعه انسانی در ۱۴۰ کشور تهیه شده است. وضعیت توسعه انسانی در ایران با توجه به شاخص آموزش، میزان تحصیلات تکمیلی و امید به زندگی بهتر شده است اما در مورد اشتغال این نسبت همچنان مناسب نیست.

به گفته کاظمی‌پور، وضعیت جمعیتی ایران در شاخص اشتغال مناسب نیست و این نسبت در بین زنان بدتر از مردان است؛ البته آنچه در اینجا مغفول مانده این است که در ارزیابی این شاخص به میزان درآمد ملی توجه می‌شود درحالی‌که در کشورهایی با درآمد نفتی بالاتر و یا اشتغال کاذب، درآمد ملی یا رشد این درآمد بالاتر است ولی در شاخص کیفی اشتغال وضعیت مناسب نیست.

کاظمی‌پور تصریح می‌کند: توسعه انسانی نیازمند همسو شدن سیاست‌های ساختاری و اقتصاد کلان، مداخلات در بازار نیروی کار و حمایت اجتماعی است. لازم است این سیاست‌ها، در عین توجه ویژه به برابری و پایداری، با رشد اقتصادی فراگیر و جذاب، ایجاد شغل مناسب و مولد، فراهم آوردن خدمات اجتماعی اساسی و حمایت اجتماعی هماهنگ شوند. حل مشکلات پیچیده کنونی جامعه ایران مستلزم نگرشی نو به سیاست‌هایی است که هم‌کوشی برای توسعه انسانی پایدار را پدید می‌آورد.

او تأکید می‌کند: میزان جمعیت ایران اگر در سال ۱۳۳۵ با ترکیب ۲۰درصد روستائینش و ۳۰درصد شهرنشین بود، الان این نسبت برعکس شده است. البته در کشورهای اروپایی و توسعه‌یافته همچنین اتفاقی افتاده ولی آنها در شهرها جذب صنعت شده‌اند اما در ایران چنین تغییر منجر به پدیده مهاجرت، حاشیه‌نشینی یا رونق شغل کاذب شده است.

این استاد دانشگاه تهران ادامه می‌دهد: مهاجرت فی‌نفسه بد نیست؛ اگر مهاجرت به دلیل جاذبه مقصد باشد یعنی فرد به دنبال امکانات و تحصیل به شهرها مهاجرت کند، خوب است ولی اگر این مهاجرت به دلیل دافعه مبدأ باشد، یعنی به دلیل خشکسالی‌های متناوب، فقر و بیکاری و … در شهر هم مشکلاتی را سبب خواهد شد. یعنی ممکن است این افراد در شهر با حاشیه‌نشینی درگیر بزه‌های متعدد اجتماعی، شغل کاذب و مشکلات دیگری شوند که درنهایت وضعیت آنها بدتر خواهد شد.

او درباره نسبت توسعه متوازن و توسعه جمعیتی می‌گوید: توسعه هم عامل توسعه است و هم علیه توسعه؛ اگر رشد جمعیتی هم‌زمان با رشد بهداشت، امید به زندگی، اشتغال و بالا رفتن سطح عیومی رفاه و دسترسی باشد حتماً می‌تواند در روند توسعه تسریع ایجاد کند ولی اگر رشد جمعیتی درنهایت به مشکلات حاشیه‌نشینی، فقر و بیکاری بینجامد، نمی‌تواند به روند توسعه کمکی بکند.

کاظمی‌پور تأکید می‌کند: رویکرد توسعه انسانی الگوی رشد و توسعه اقتصادی بدون بهبود وضعیت اشتغال مناسب و کافی را مورد نقد قرار می‌دهد. در گزارش‌های توسعه انسانی رشد و توسعه اقتصادی در شرایطی مورد تأیید قرار گرفته بود که بهبود اشتغال را نیز در پی داشته باشد؛ رویکردی که به نظر می‌رسد اغلب از سوی دولت‌ها مورد غفلت قرار گرفته است.

به گفته استاد جمعیت‌شناسی دانشگاه تهران تغییرات جمعیتی در بستر توسعه اقتصادی- اجتماعی شکل می‌گیرند و در مقابل، ابعاد مختلف توسعه را تحت تأثیر قرار می‌دهند. در این فرآیند، رابطه جمعیت و توسعه تک‌بعدی و تک‌جهتی نبوده و تعاملات درهم‌تنیده‌ای بین ابعاد مختلف جمعیت و توسعه وجود دارد.

خرید ارز برای واردات ۶۲درصد کاهش یافت

وضعیت شاخص‌های اقتصادی در ۲ ماهه امسال

به گفته معاون بررسی‌های اقتصادی اتاق تهران، عملکرد بازار ثانویه کشور از ابتدای فروردین امسال تا ۲۸ اردیبهشت، یک میلیارد پورو خرید ارز برای واردات بوده است که در مقابل ۱.۶ میلیارد پورو فروش ارز صادراتی داشتیم، که این رقم نسبت به سال گذشته در بخش خرید ارز واردات ۶۲درصد و در بخش فروش ارز صادراتی ۵۰درصد کاهش یافته است. این آمار خود نشان‌دهنده وضعیت صادرات و واردات کشور در سال جاری است.

او با اشاره به بازدهی ۳هزار و ۷۳۲ میلیارد تومانی بورس تا ۲۹ اردیبهشت سال ۹۹، گفت: شاخص بورس نسبت به اردیبهشت سال گذشته، ۳۵۵درصد رشد داشته و این در حالی است که برخلاف سال گذشته این افزایش بازدهی به دلیل اثر شرکت‌های بزرگ در بورس بوده است.

به اعتقاد خزائی، عرضه‌های اولیه در فروردین سال جاری ۶۸درصد نسبت به کل سال ۹۸رشد یافته است، ولی باید بدانیم که زمانی می‌توانیم از این رشد خوشحال باشیم که بخش واقعی تولید نیز در راستای این رشد حرکت کند. مشکل اما اینجاست که رشد اسمی وجود دارد و در بخش واقعی اقتصاد دچار رکود هستیم.

موجود برای دولت در عبور از این شرایط اهمیت فراوانی خواهد داشت. خوانساری با اشاره به رونق بازار پول در هفته‌های گذشته افزود: این بازار توانسته رکوردهای قابل توجهی را ثبت کند، اما دولت باید برای تداوم این مسیر از بازار مراقبت کند و در کنار واگذاری سهام مالکیتی، سهام مدیریتی خود را در بازار عرضه کند و با افزایش عرضه‌های اولیه به بازار بورس عمق بیشتری بدهد.

همچنین کریم خزائی، معاون بررسی‌های اقتصادی اتاق بازرگانی تهران از کاهش ۶۲ و ۵۰درصدی خرید ارز واردات و فروش ارز صادراتی در سال ۹۹ نسبت به مدت مشابه سال گذشته خبر داد و گفت: سه سال است که تولید ناخالص داخلی GDP منفی است و اندازه اقتصاد در سال ۹۸ بالغ بر ۴۳۹میلیارد دلار بوده که این رقم در مقایسه با سال ۹۷ کاهش یافته است.

خزائی با اشاره به مقایسه شاخص‌های اقتصادی نسبت به سال گذشته و با بیان اینکه همانطور که در سال ۹۸ شاهد تورم ۳۸درصدی بودیم، در سال ۹۹ نیز تورم دو رقیمی در اقتصاد خواهیم داشت، ادامه داد: رشد نقدینگی هنوز از سوی بانک مرکزی اعلام نشده ولی براساس پیش‌بینی کارشناسان شاهد رشد ۳درصدی هستیم.

کارگران کشاورزی چقدر دستمزد می‌گیرند؟

شکاف دستمزد در جغرافیای استانی

دریافت کرده است، این در حالی است که در پاییز ۱۳۹۷ بیشترین دریافتی روزانه کارگر مرد را «دروگر غلات» با ۶۵ هزار و ۲۳۲ تومان و کمترین مزد روزانه را کارگر «میوه‌چین» با ۵۹ هزار و ۶۱۶ تومان داشته است.

همچنین در پاییز پارسال بیشترین مزد روزانه در میان زنان به کارگر «میوه چین» با ۶۵ هزار و ۲۳۲ تومان و کمترین دستمزد روزانه به کارگر «وجین‌کار و تنک‌کار» با ۵۷ هزار و ۳۶ تومان اختصاص داشته است. در حالی که کارگر زن میوه چین در پاییز ۱۳۹۷، ۴۷ هزار و ۶۱۷ تومان و کارگر زن وجین‌کار و تنک‌کار ۳۸ هزار و ۹۴۶ تومان دریافت می‌کرده است.

درصد تغییرات متوسط مزد روزانه مردان کارگر در پاییز ۹۸ کارگران مرد «بیل زن زمین زارعی» بیشترین افزایش و متوسط مزد روزانه کارگران مرد «بیل زن باغ» کمترین افزایش را داشته است؛ با این حال بیشترین افزایش در متوسط مزد روزانه کارگران زن در پاییز ۱۳۹۸ نسبت به فصل مشابه سال قبل، مربوط به کارگران زن

نتایج یک پژوهش آماری از وضعیت مزد مشاغل منتخب بخش کشاورزی نشان می‌دهد بیشترین متوسط مزد روزانه در میان مردان را کارگر «شساکار» با ۱۰۱ هزار و ۹۷۶ تومان و کمترین متوسط مزد روزانه را کارگر «بیل زن باغ» با ۸۰ هزار و ۴۴۰ تومان دریافت کرده است.

مرکز آمار و اطلاعات راهبردی وزارت کار در گزارش تازه خود به بررسی وضعیت دستمزد نیروی انسانی شاغل در بخش کشاورزی در پاییز سال گذشته پرداخته و کمترین و بیشترین میزان دستمزد در میان زنان و مردان را اعلام کرده است. گفتنی است که مزد کارگران کشاورزی شامل وجه نقد بوده و در مواردی که به جای تمام یا قسمتی از دستمزد، غذا یا سهمی از محصول داده شده باشد، ارزش ریالی آن به قیمت روز برآورد شده و به وجه نقد اضافه می‌شود.

بررسی نتایج این طرح در پاییز ۹۸ درخصوص مزد کارگران بخش کشاورزی نشان می‌دهد که بیشترین متوسط مزد روزانه در میان مردان را کارگر «شساکار» با ۱۰۱ هزار و ۹۷۶ تومان و کمترین متوسط مزد روزانه را کارگر «بیل زن باغ» با ۸۰ هزار و ۴۴۰ تومان

^[1] با گذشت یک ماه از «دوشنبه سیاه» قیمت نفت به بالای ۳۰ دلار رسید

یادداشت

جایگاه ارزشی طراحی مسکن

طاها منصهر

عضو هیات علمی دانشگاه آزاد اسلامی شیراز

از آنجا که طراحان و شهرسازان و معماران در ایجاد فرم مسکن در جامعه دخیل هستند، بنابراین می‌توان گفت اعضای جامعه‌ای علمی هستند که در شکل دهی به مسکن سهیم هستند. با نگرشی کیفی به مسئله مسکن می‌توان گفت که بحران واقعی مسکن علاوه بر کمبود آن، در چگونگی سکونت هم هست. نباید زیستن، سکونت و ساختن را مترادف با هم دانست، بلکه خانه را باید پوششی دانست که در تطابق با برخی از شرایط، رابطه صحیحی را بین محیط خارج و پدیده‌های زیستی انسان برقرار می‌سازد. در خانه می‌بایستی یک فرد یا یک خانواده زندگی کند. خانه، برای ساکنانش مرکز جهان است و برای محله‌اش شاخص‌ترین بنا در تحکیم مکان است. مسکن را در درجه اول باید یک نهاد دانست و نه یک سازه و این نهاد برای مقاصد بسیار پیچیده‌ای به وجود آمده است. از آنجا که احداث یک خانه پدیده‌ای فرهنگی به شمار می‌آید، شکل و سازمان فضایی آن به شدت تحت‌تأثیر فرهنگی است که به آن تعلق دارد. از سوی دیگر، خانه از دیدگاه انسان شناختی نوعی «فرهنگ» است و ریشه‌ها، کارکردها و الگوهای فرهنگی مسکن در هر جامعه معین است.

در معماری اصیل ایرانی، در رویکرد شکلی نیز حفظ حریم خانواده کارکرد اصلی خانه سسنتی ایرانی بوده است. زندگی درون دیوارهای حیاط خانه‌های مسکونی سنتی، پاسخی مناسب به مقوله امنیت خانوادگی بوده است. اما متأسفانه در خانه‌های امروزی می‌توان گفت که حریم شخصی به نوعی قربانی نیازهای اقتصادی و اجتماعی شده است. در گذار از سنت به مدرنیته، ارتباطات مکانی- فضایی ایجاد شده که در ابتدا مبتنی بر نیاز به حریم شخصی بودند، کم کم تحلیل رفته و به حداقل رسیده‌اند. اثربخشی و گیرایی روابط مکانی- فضایی گذشته نیز از بین رفته است. این روزها که کشور ما، مانند سایر کشورهای جهان، درگیر بحران کروناسه، مردم بیشتر از قبل اوقات خود را در خانه می‌گذرانند و حضور در فضا و کیفیت فضای معماری را تجربه و درک می‌کنند. اینجاست که ضرورت توجه به درک فضا و مکان و نیز توجه به معماری مطلوب کاملاً آشکار است. خانه‌هایی که می‌توانند فقط به عنوان سرپناه مطرح باشند و یا برعکس، خانه‌هایی که توانسته‌اند به لحاظ تأمین آرامش افراد نیز مطرح باشند.

شاید بتوان اهمیت موضوع را با پرسش‌هایی که در ادامه گفته شده بیان کرد. در ساعات حضور در خانه (که به عنوان یکی از فضاهای خلق شده توسط اندیشه معماران مطرح است)، این خانه فقط سرپناه است یا جایگاه است یا محلی برای زندگی؟ کیفیت فضایی تا چه حد در خلق این فضای معماری لحاظ شده است؟ تا چه حد می‌توان آرامش و آسایش و رفاه و سرزندگی را در این فضا مشاهده کرد؟ متأسفانه در طول زمان مسکن، جایگاه ارزشی خود را از دست داده و فقط به عنوان یک سرپناه مطرح شده است. مدیران جامعه انتظار جامعه از معماری و شهرسازی را با تعابیری کلی مانند «هویت» یا «الگوی بومی» بیان می‌کنند، اما ارجاعات به تصاویر هویتی تماماً متعلق به گذشته است. برای ساختن تصاویر و نشانه‌های هویتی جدید باید بین فرهنگ، عقاید، آداب، عادات، فنون، حرف کنونی و شکل دست ساخته‌ها از جمله معماری، مراحل نامرئی از تبدیل و تبدیل طی شود که جز در سایه هماهنگی بین مجموعه نیروها و نهادهای سیاسی، فرهنگی و اقتصادی میسر نمی‌شود. توجه به طرح معماری مناسب را می‌توان یکی از نیازهای جامعه مخاطب مسکن از جمله مسکن ملی دانست. اگر بتوان به این باور رسید که مسکن فضایی برای زندگی است و نه اینکه صرفاً نگاه خوابگاهی به مسکن داشت، می‌توان به طراحی معماری مطلوب برای مسکن دست یافت.

بازار مسکن در حال بازگشت به شرایط عادی است؟

تحولات آگهی‌های ملکی در ۲ ماهه ۹۹

برخی پیش‌بینی‌ها حاکی از آن است که روند بازار مسکن حداقل در ثبت آگهی‌های ملکی در حال بازگشت به شرایط عادی خود است. به گزارش خبرآنلاین، مقایسه تعداد آگهی‌های فروش ملک در شهر تهران با تعداد معاملات انجام شده در سال ۹۸ نشان می‌دهد گرچه تعداد این دو به هم نزدیک نیستند، اما روند هر دو، یکسان است. مقایسه آگهی‌های ملکی در سال ۹۸ که ملک‌آرادر آنها را به صورت مجموع منتشر می‌کند با آمارهای معاملات انجام شده که بانک مرکزی به صورت ماهانه منتشر می‌کند، نشان می‌دهد در ماه‌هایی که تعداد آگهی‌های منتشر شده افزایش داشته، بازار معاملات با رونق همراه بوده و در مقابل هر زمان بازار معاملات با رکود رفته، تعداد آگهی‌ها نیز کمتر شده‌اند. اردیبهشت سال گذشته و درست یک ماه پیش از آغاز رکود در بازار مسکن، تعداد آگهی‌ها با معاملات به صورت چشمگیری افزایش یافتند و پس از آن از خرداد تا شهریورماه، تعداد معاملات به صورت مستمر کاهش یافت. در این ماه‌ها تعداد آگهی‌ها نیز روند نزولی داشته و تنها در تیرماه با افزایش همراه بوده است. اما در نیمه دوم سال، روند انتشار آگهی‌ها با معاملات مسکن در تهران، اندکی متفاوت بوده‌اند و در حالی که از مهر تا بهمن تعداد معامله‌ها به صورت مستمر افزایش داشته‌اند، تعداد آگهی‌ها در دو ماه آبان و دی نسبت به ماه قبل، کاهش داشته‌اند. همچنین در بهمن ماه که تعداد معامله‌ها حتی از اردیبهشت نیز بیشتر بوده، تعداد آگهی گرچه افزایش را نشان می‌دهد، اما به سطح اردیبهشت نرسیده است. در اسفندماه نیز هر دو نمودار با کاهش همراه بوده‌اند و در این میان تعداد آگهی‌ها به کمترین میزان در سال ۹۸ رسیده‌اند که این موضوع تأثیر خود را در معاملات فروردین ۹۹ نشان داده است که البته تأثیر کرونا نیز در این امر زیاد بوده است. بانک مرکزی تاکنون آمارهای معامله‌های ملکی اسفند ۹۸ را منتشر نکرده است، اما اطلاعات وزارت مسکن و اتحادیه املاک نشان می‌دهد در ماه پایانی سال گذشته تعداد معاملات مسکن به نسبت بهمن ماه با کاهش زیادی روبه‌رو بوده است. همچنین در ۱۲ ماه سال گذشته، اردیبهشت ماه بیشترین تعداد آگهی‌ها را داشته و اسفندماه کمترین آگهی‌ها را داشته‌اند. این در حالی است که از نظر تعداد معاملات، بهمن ماه بهترین و شهریور، بدترین ماه بوده‌اند. در هر حال، به دلیل شرایط کرونا، تعطیلی دفاتر املاک و محدودیت‌های رفت و آمد، در فروردین امسال شاهد کاهش حدود ۵۰ درصدی تعداد آگهی‌ها نسبت به فروردین سال ۹۸ بوده‌ایم، اما با کاهش محدودیت‌ها از ۳۰ فروردین، به نظر می‌رسد روند بازار مسکن حداقل در ثبت آگهی‌های ملکی در حال بازگشت به شرایط عادی خود است.



دیده از کرونا را به ۱۳ گروه شغلی افزایش داد.

بر این اساس، ۱۳ گروه شغلی که می‌توانند تسهیلات کرونا بگیرند، عبارتند از: مراکز تولید و توزیع غذاهای آماده اعم از رستوران‌ها، بوفه‌ها، طباطخی، تالارهای پذیرایی، قهوه‌خانه‌ها، اغذیه‌فروشی‌ها، مراکز مربوط به گردشگری شامل هتل‌ها، هتل پارتمان‌ها، مجتمع‌های جهانگردی و گردشگری، مهمان‌پذیرها، مهمانسراها، مسافرخانه‌ها، زائرسراها، مراکز بوم‌گردی، مراکز اقامتی، پذیرایی، تفریحی، خدماتی بین‌راهی و موزه‌ها، حمل و نقل عمومی مسافر برون شهری، اعم از هوایی، جاده‌ای، ریلی و دریایی، حمل و نقل عمومی مسافر درون شهری، دفاتر خدمات مسافرتی، گردشگری و زیارتی، تولید و توزیع پوشاک، تولید و توزیع کیف و کفش، مراکز توزیع آجیل، خشکبار، قنادی، بستنی و آبیوه، مراکز، باشگاه‌ها و مجتمع‌های ورزشی و تفریحی، مراکز و مجتمع‌های فرهنگی، آموزشی، هنری و رسانه‌ای، مراکز تولید، توزیع و فروش صنایع دستی، مؤسسات خصوصی دارای پروانه بهره‌برداری از وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی که در حوزه‌های درمانی و تشخیصی اعم از آزمایشگاهی و پاراکلینیکی فعال هستند و آموزشگاه‌های رانندگی، آرایشگاه‌ها، سالن‌های زیبایی و گرمابه.

شرط دریافت تسهیلات، میزان مبلغ و نرخ سود

بنگاه‌هایی مشمول دریافت تسهیلات هستند که از سال گذشته تاکنون فعال بوده، نیروهای کار خود را تعدیل نکرده و کارگران آنها از بیمه بیکاری استفاده نکرده باشند. بنگاه‌هایی که کد کارگاهی از سازمان تأمین اجتماعی داشته باشند می‌توانند این تسهیلات را دریافت کنند. این بنگاه‌ها پس از تایید اطلاعات و استمرار اشتغال آنها از سوی تأمین اجتماعی، توسط ستاد ملی کرونا برای پرداخت تسهیلات حمایتی انتخاب و معرفی می‌شوند ولی اگر ارتباط بیمه‌ای با تأمین اجتماعی نداشته باشند، مشمول دریافت تسهیلات حمایتی نمی‌شوند. در صورتی که نیروی شاغل بنگاه از مقرری بیمه بیکاری در ماه‌های فروردین، اردیبهشت و خرداد ۹۹ استفاده نموده باشد، بنگاه مشمول بهره‌مندی از این تسهیلات نخواهد شد.

همچنین آطور که اعلام شده است، در کارگاه‌هایی که مستقیم از کرونا آسیب دیده و به اجبار تعطیل شده باشند، مبلغ ۱۶ میلیون تومان وام به ازای هر نیروی انسانی پرداخت خواهد شد و در واحدهایی که فعال بوده اما از کرونا به صورت غیرمستقیم آسیب دیده باشند، به ازای هر نیروی کار ۱۲ میلیون تومان تسهیلات پرداخت می‌شود. کف و سقف تسهیلات نیز به ترتیب ۱۲ میلیون تومان تا ۱۸۰ میلیون تومان است. نرخ سود تسهیلات ۱۲ درصد اعلام شده و دوره بازپرداخت پس از یک دوره تنفس از مهرماه سال جاری به مدت دو سال آغاز خواهد شد.

از سوی دیگر، برای دریافت تسهیلات ۱۲ تا ۱۶ میلیون تومانی تنها ارائه سفته امضاشده توسط متقاضیان کافی است. برای دریافت تسهیلات ۱۲ تا ۴۸

۳۰ بهمن‌ماه سال گذشته، مرگ دو نفر بر اثر کرونا در شهر قم منتشر شد. سپس به موازات گسترش بیماری کرونا، در ۷ فروردین امسال، رئیس‌جمهور از پرداخت تسهیلات ارزان‌قیمت به کسب و کارهای آسیب‌دیده از کرونا خبر داد. ابتدا منابع مورد نیاز برای پرداخت این تسهیلات ۷۵ هزار میلیارد تومان از محل منابع بانکی اعلام شد، اما رئیس‌کل بانک مرکزی در ۲۳ فروردین‌ماه، میزان این تسهیلات را ۵۲ هزار میلیارد تومان اعلام کرد و حالا طبق آخرین خبرها قرار است پرداخت آن از خردادماه آغاز شود.

به گزارش تابناک، حسن روحانی هفتم فروردین‌ماه در مورد تسهیلات حمایتی برای مشاغل آسیب دیده از کرونا در جلسه کمیته اقتصادی دولت گفت: امروز تصمیماتی را اتخاذ کردیم. اولین تصمیم این بود که نسبت به کسب و کارهایی که صدمه دیدند مشروط بر اینکه کارگری را اخراج نکرده باشند و نکنند، تسهیلات ارزان‌قیمتی پرداخت شود. در مجموع ۷۵ هزار میلیارد تومان تسهیلات را با نرخ ترجیحی ۱۲ درصد در اختیار بنگاه‌های خدماتی و تولیدی قرار می‌دهیم و زمان بازپرداخت آن دو سال است؛ لذا نرخ این تسهیلات ۱۲ درصد و مجموع رقمی که مدنظر قرار دادیم ۷۵ هزار میلیارد تومان است.»

تسهیلات به کدام گروه‌های شغلی پرداخت می‌شود؟

سپس در ۲۳ فروردین‌ماه، عبدالناصر همتی، رئیس‌کل بانک مرکزی در یادداشتی اینستاگرامی از کاهش میزان تسهیلات از ۷۵ هزار میلیارد تومان به ۵۲ هزار میلیارد تومان خبر داد و نوشت: «بانک‌ها به کمک بانک مرکزی، ۵۲ هزار میلیارد تومان (از کل ۷۵ هزار میلیارد تومان) به بنگاه‌ها و مشاغل آسیب‌دیده با نرخ ۱۲ درصد وام می‌دهند.» همچنین محمد شریعتمداری وزیر کار در مصاحبه‌ای ۲۷ اردیبهشت گفت: «براساس مصوبه ستاد ملی مقابله با کرونا و ستاد اقتصادی دولت، با همکاری بانک مرکزی و از محل منابع شبکه بانکی، ۵۰ هزار میلیارد تومان تسهیلات به بنگاه‌هایی تخصیص خواهد یافت که در ۱۳ رسته‌ای که مستقیم یا غیرمستقیم از شیوع کرونا آسیب دیده‌اند فعال هستند.»

به هر حال با گذشت تقریباً دو ماه از انتشار خبر پرداخت تسهیلات ارزان‌قیمت به کسب و کارهای آسیب‌دیده از شیوع کرونا، حالا بسیاری از کارفرمایان پرسش‌های فراوانی پیرامون این تسهیلات دارند. بانک مرکزی در اولین اطلاعیه خود قبل از آغاز سال ۹۹، مصادیق کسب و کارهای آسیب دیده از شیوع ویروس کرونا را اعلام کرد و ۱۰ گروه شغلی از جمله رستوران‌ها، هتل‌ها، شرکت‌های هوایی، خدمات مسافرتی، تولیدی‌های پوشاک و کفش، مراکز توزیع آجیل، قنادی‌ها، مراکز گردشگری، صنایع دستی و مجتمع‌های ورزشی و تفریحی را نام برد.

اما با گذشت زمان و اعتراض برخی رسته‌ها، فهرست گروه‌های شغلی آسیب دیده از کرونا که مشمول تسهیلات ارزان‌قیمت می‌شدند، به روز رسانی شد و در ۱۷ اردیبهشت ماه بانک مرکزی طی اطلاعیه‌ای فهرست گروه‌های شغلی آسیب

ساعت کار جدید بانک‌ها از اول خردادماه

دورکاری بانک‌های دولتی لغو شد

کرونا و تأکید بر محدودیت تردد و تجمع با تصمیم ستاد ملی مقابله با کرونا، تغییراتی نیز در نحوه حضور کارکنان دولت در محل کارشان ایجاد شده؛ به طوری که در ابتدا ساعت‌های کاری به ۸ تا ۱۳ تغییر کرد و در ادامه در ایام نوروز حضور کارکنان در محل کار محدودتر شد. بر این اساس طبق بخشنامه پنجم فروردین‌ماه امسال درخصوص «ارائه خدمات عمومی و ضروری دولت در عین کاهش تردد و تجمع کارکنان در محیط اداری» تا بیستم فروردین‌ماه حضور کارکنان به صورت یک سوم بود و دو سوم دیگر نیز به صورت دورکار بودند. اما بعد از آن و با تصمیم ستاد ملی مقابله با کرونا قرار شد که از ۲۳ فروردین ماه کارکنان دولت به صورت دو سوم در محل کار حاضر شوند. از این رو با ابلاغ بخشنامه سازمان اداری و استخدامی به دستگاه‌ها و سازمان‌ها اعلام شد که یک سوم دیگر از طریق دورکاری و یا اعطای مرخصی به صورت نوبت‌بندی از حضور در محل کار معاف شوند. افرادی که از مرخصی استفاده می‌کنند نیز استحقاقی محسوب نمی‌شود. در عین حال که ساعت کاری نیز به

طبق اعلام دبیر شورای هماهنگی بانک‌های دولتی، از اول خردادماه دورکاری و شیفت‌بندی کارمندان بانک‌های دولتی و نیمه دولتی لغو می‌شود و کارمندان باید براساس ساعت کار جدید در بانک‌ها حضور داشته باشند. به گفته علیرضا قیطاسی، چنانچه در هر استان با توجه به شرایط روز، ستاد ملی مقابله با کرونا تصمیمی درخصوص ساعت کاری بانک‌ها اتخاذ نماید، این تصمیم با هماهنگی استاندار محترم مدنظر قرار گیرد. بر همین اساس، ساعت کار کارکنان بانک‌های دولتی از اول خردادماه ۹۹ روزهای شنبه تا چهارشنبه از ساعت ۷ الی ۱۴ و روزهای پنجشنبه از ساعت ۷ الی ۱۳ است.

همچنین در حال حاضر و طبق آخرین تصمیم ستاد ملی مقابله با کرونا و بخشنامه دولت، نحوه حضور کارکنان در محل کار به صورت دو سوم بوده است و مابقی دورکار و یا امکان استفاده از مرخصی دارند. البته تاکنون هیچ تغییری در بخشنامه سازمان اداری و استخدامی در این رابطه ایجاد نشده است. به گزارش ایسنا، از اسفندماه سال گذشته و با شدت گرفتن شیوع ویروس

بانک نامه



افت ۵۰ تومانی قیمت دلار

سکه طلا همچنان در حال گران شدن

بازار در چهارمین روز هفته همچنان شاهد افزایش قیمت سکه تمام بهار آزادی طرح جدید و قدیم بود.

به گزارش خبرنگاران، در بازار طلای تهران قیمت هر قطعه سکه تمام بهار آزادی طرح جدید به ۷ میلیون و ۳۹۵ هزار تومان رسید که نسبت به روز دوشنبه بیش از ۹۰ هزار تومان افزایش قیمت را تجربه کرد. همچنین نرخ سکه تمام بهار آزادی طرح قدیم با افزایش ۷۰ هزار تومانی به ۷ میلیون و ۲۷۰ هزار تومان رسید.

از سوی دیگر بازار نیز خبر می‌رسد که معاملات نیم سکه، ربع سکه و سکه یک گرمی فعلا متوقف شده است و صرافان در اقدام خرد خرید و فروش نمی‌کنند. نرخ هر گرم طلای ۱۸ عیار نیز ۷۳۹ هزار و ۵۰۰ تومان اعلام شد که از افزایش ۲۰ هزار تومانی خسر می‌دهد. در بازار جهانی نیز نرخ هر اونس طلا هزار و ۲۳۳ دلار اعلام شد.

در این میان، هر دلار آمریکا در حالی به قیمت ۱۷ هزار و ۱۵۰ تومان در صرافی‌های بانکی فروخته شد که این عقب‌نشینی ۵۰ تومانی تغییری در بهای خرید و فروش ارز در بازار آزاد پدید نیامورد. صرافان همچنین هر دلار را به قیمت ۱۸هزارو ۵۰ تومان خریداری کردند. از سوی دیگر همزمان با عقب‌نشینی دلار، یورو واکنش خاصی به بازار نشان نداد. هر یورو در صرافی‌های بانکی به قیمت ۱۸ هزار و ۶۰۰ تومان فروخته شد و نرخ خرید این ارز نیز در صرافی‌ها ۱۷ هزار و ۵۰۰ تومان بود.

برخی معتقدند رئیس کل بانک مرکزی سیگنال لازم را درخصوص بازگشت قیمت‌ها در بازار دلار داده است اما حتی موافقان این نظریه نیز دیگر قیمت دلار را در کانال ۱۵ هزار تومان منصور نیستند و می‌گویند با توجه به رشد تورم از یک سو و مساله کرونا از سوی دیگر سد سخت مقاومت برای عقب‌نشینی کانال ۱۶ هزار تومان خواهد بود.

گفتنی است در روزهای ریزش بورس، برخی از سرمایه‌های سرگردان که در تردید برای ورود به تالار شیشه‌ای بودند، سر از بازار ارز درآوردند و همین امر سبب شد قیمت‌ها روندی افزایشی را تجربه کنند، اما حالا با بازگشت بورس به مدار صعودی و عادی شدن وضعیت معاملات بازار سرمایه می‌تواند در حکم مسکن برای بازار ارز عمل کند. قیمت ارز در آخرین روزهای سال گذشته ۱۴ هزار و ۹۰۰ تومان بود و پس از آغاز سال نو پیشروی قیمت در این بازار ادامه یافته است.

کانون صرافان اعلام کرد

شرط جدید برای خرید و فروش ارز توسط صرافی‌ها

کانون صرافان با اعلام شرط جدید برای خرید و فروش ارز توسط صرافی‌ها، بر درج همزمان نرخ خرید و فروش ارز تأکید کرد.

با اعلام رسمی کانون صرافان ایرانیان به اعضای این کانون، طبق مصوبه ۱۱ آبان ماه ۱۳۹۵ بانک مرکزی، صرافی‌ها در صورتی مجاز به خرید و فروش ارز هستند که قبلا نسبت به اعلام همزمان نرخ خرید و فروش ارز در محل استقرار صرافی و یا تارنمای صرافی اقدام کنند. بر این اساس، صرافی‌ها می‌توانند نسبت به بازگذاری نرخ تمامی ارزهای قابل معامله در سایت خود اقدام کنند.

یک کارشناس اقتصادی پاسخ داد

چرا روند قیمت ارز صعودی شد؟

پس از مدت‌ها تثبیت نرخ ارز از طریق سیاست‌های بانک مرکزی، در روزهای اخیر این بازار با روند صعودی مواجه شده است. در این زمینه، محمد صادق‌الحسینی، کارشناس اقتصادی معتقد است که تا زمانی که نرخ تورم در کشور بالا است، نرخ ارز هم روند صعودی خواهد داشت و در این زمینه نباید سعی کرد تا نرخ ارز را سرکوب یا کنترل کرد بلکه با اصلاح سیاست‌های پولی و نرخ تورم، ارز هم به ثبات خواهد رسید.

صادق‌الحسینی در گفت‌وگو با ایسنا، درباره تحولات اخیر نرخ ارز، گفت: افزایش نرخ ارز در اقتصادی که دارای تورم بالایی است یک امر طبیعی و قطعی است و باید دولت‌ها نرخ ارز را نسبت به تورم داخلی و خارجی افزایش بدهند.

او با انتقاد به سیاست بانک مرکزی در زمینه کنترل و ثبات نرخ ارز، توضیح داد: اگر دولت می‌خواهد سیاست پولی مستقل داشته باشد، نباید به دنبال سیاست ارزی مستقل باشد زیرا، این امر باعث می‌شود تا منابع ارزی کشور از بین برود. سیاست ارزی باید تابع سیاست‌های پولی باشد.

صادق‌الحسینی افزود: باید به تدریج نرخ ارز را متناسب با نرخ تورم افزایش بدهیم و اگر بانک مرکزی به دنبال هدف‌گذاری تورم است، هرگز نمی‌تواند سیاست ارزی مستقل را دنبال کند و شاید می‌توان گفت یکی از دلایل افزایش نرخ ارز سیاست هدف‌گذاری تورم باشد.

این کارشناس اقتصادی با بیان اینکه افزایش نرخ ارز متناسب با نرخ تورم امر مطلوبی برای اقتصاد است، ادامه داد: تثبیت نرخ ارز در یک مدار مشخص توسط بانک مرکزی موجب می‌شود تا واردات کاهش پیدا کند زیرا، زمانی که نرخ ارز سرکوب شود، واردات نیز هر روز ارزان‌تر می‌شود و تولید داخلی هم به دلیل تورم هر روز گران‌تر خواهد شد. همچنین، سرکوب نرخ ارز باعث ازبین رفتن پتانسیل اشتغال در کشور می‌شود زیرا، منابع صرف پایین نگه داشتن نرخ ارز می‌شود و بدین گونه صنعت کشوری که منابع طبیعی دارد و می‌خواهد ارز را تثبیت کند اما تورم بالایی دارد، از بین خواهد رفت.

او در بیان سخنانش تأکید کرد: تا زمانی که نرخ تورم در کشور بالا باشد، نرخ ارز هم روند صعودی خواهد داشت و در این زمینه نباید نرخ ارز را سرکوب یا رها کنیم بلکه باید سیاست‌های پولی و تورم را اصلاح کنیم که در پی این امر نرخ ارز هم ثابت خواهد شد.

این روزها افزایش قیمت دلار و روند صعودی بازار ارز، همه را نگران کرده است. آنگور که از گزارش‌ها برمی‌آید، در طول ۶۰ روز گذشته از سال جدید، تاکنون قیمت دلار ۲ هزار و ۲۹۷ تومان گران شده و نرخ آن از ۱۴ هزار و ۹۰۳ تومان در ابتدای سال ۹۹ به ۱۷ هزار و ۲۰۰ تومان در میانه این هفته رسیده است، یعنی رشد ۱۵.۴درصدی قیمت دلار در دو ماه گذشته.

به گزارش خبرنگاران، چنین افزایش قیمتی برای ارزی که دست‌کم در ۴۰ روز ابتدایی امسال نوسان خاصی نداشته، برای بسیاری از معامله‌گران هیجان‌انگیز است و می‌تواند زمینه‌ساز ورود تقاضای جدید آنها به بازار شود؛ این در حالی است که دسته دیگری از فعالان بازار ارز اعتقاد دارند الگوی افزایشی قیمت دلار به این صورت نخواهد بود که به یک‌باره از سطوح مقاومتی عبور کند. به باور این گروه، بازار ارز حتی اگر قرار باشد در مسیر افزایشی حرکت کند، حتما در میانه این مسیر با اصلاح‌هایی مواجه خواهد شد.

در این میان، برخی از معامله‌گران سنتنی معتقدند، در شرایطی که بازار نسبت به شرایط قبلی ملتهب‌تر شده است، بهترین راه این است که از معاملات کنار نشسته و روند بازار را مشاهده کرد. از نظر این گروه، نباید به‌دنبال سودهای زیاد بود، چراکه ممکن است ضررهای هنگفتی به‌دنبال داشته باشد. گروه دیگری هم در بازار عنوان می‌کنند که در شرایط نوسانی باید در انجام معامله احتیاط کرد، ولی می‌توان هر روز با استفاده از نرخ برابری درهم به ریال، انتظار خود برای افزایش یا کاهش قیمت دلار در بازار داخلی را نیز تنظیم و براساس آن اقدام به معامله کرد.

رئیس کل بانک مرکزی: ثبات به بازار بر خواهد گشت

اما در فضای صعودی بازار ارز، رئیس کل بانک مرکزی پیش‌بینی کرده است که ثبات به بازار باز خواهد گشت. عبدالناصر همتی در یادداشتی اینستاگرامی در این باره نوشت: «وضعیت امروز بازارها در اقتصاد کشورمان حتما سخت‌تر از مراد و شهریور ۹۷ نیست. در آن روزها با شروع و تشدید تحریم‌های آمریکا، بازارهای ارز، سکه و سایر دارایی‌ها به شدت به هم ریخت و نرخ دلار در بازار به رقم‌های بسیار بالا رسید.»

به نوشته وی، «با مدیریت بازارها و تدابیری که به کار گرفته شد، با وجود تمامی مشکلات در مدت دو سال گذشته، ثبات نسبی بازارها در نرخ‌های بسیار پایین‌تر ارز، برقرار و رشد اقتصاد غیرنفتی در اواخر سال ۹۸ مثبت شد. این روزها نیز به علت تداوم فشار حداکثری، شیوع ویروس کرونا و تعطیلی سه‌ماهه بسیاری از فعالیت‌ها و کاهش قیمت

با ممنوعیت معاملات اوراق گواهی سکه برای اشخاص حقوقی، هم‌اکنون صف فروش سکه‌های یک روزه تشکیل شده و جذابیت این سکه‌ها ظاهراً از بین رفته است.

طبق اعلام بورس کالا، از روز سه‌شنبه معاملات اوراق گواهی سکه برای اشخاص حقوقی ممنوع شده است بنابراین طبق مصوبه جدید هیات مدیره سازمان بورس، کلیه اشخاص حقوقی به استثنای بازارگردان‌ها و صندوق‌های طلا و همچنین کدهای سبک تا اطلاع ثانوی مجاز به خرید اوراق گواهی سپرده کالایی سکه طلای بورس کالا نیستند. پیش از این نیز ناظر بورس در اطلاعیه‌ای اعلام کرده بود که نمادهای معاملات گواهی سپرده کالایی سکه طلا به دلیل وجود قیمت‌های نامتعارف در تابلوی معاملات تا اطلاع ثانوی در مرحله پیش‌گشایش باقی خواهد ماند.

به نظر می‌رسد ممنوعیت معاملات اوراق گواهی سکه برای حقوقی‌ها، اثر خود را در بورس گذاشته و مصداق آن هم تشکیل صف‌های فروش برای سکه‌های یک روزه است؛ فعالان بازار می‌گویند دیگر سکه‌های بورسی جذابیتی برای سرمایه‌گذاران ندارند. همچنین با توجه به افزایش نرخ سکه در بازار، مسئولان بانک مرکزی معتقدند، معاملات گواهی سپره سکه در بورس کالا باعث این وضعیت شده، چرا که نرخ سکه در بازار سرمایه حدود ۵۰۰ هزار تومان بیشتر از بازار فیزیکی است، با توجه به فشار بانک مرکزی، بورس کالا اعلام کرد تا اطلاع ثانوی معاملات گواهی سپرده سکه تا تالار نقره‌ای در مرحله پیش‌گشایش باقی خواهد ماند، این در حالی است که کارشناسان بورسی معتقدند، افزایش قیمت سکه با این اقدام متوقف نمی‌شود و در مقابل فعالیت‌های سفته‌بازانه در بازار سکه بیشتر می‌شود.

در همین زمینه، محمد کشتی‌آرای نایب رئیس اتحادیه طلا و جواهر استان تهران درخصوص متوقف شدن معاملات گواهی سپرده سکه به فرارو گفت: بورس کالا با سازوکار شفافیتی که برای انجام معاملات کالاهای مختلف از جمله سکه طلا در اختیار دارد، می‌تواند نقش موثری در تعادل بخشی به بازارها ایفا کند و بر همین اساس همواره از این بازار و ابزارهای معاملاتی آن حمایت کرده‌ایم، هرچند این روزها شاهد فاصله قیمت سکه طلا در این بازار با نرخ بازار آزاد بودیم.

به گفته وی، بورس تنها سازوکار معاملات را فراهم می‌کند، از سویی روند معاملات و قیمت‌ها متأثر از تلاقی بین عرضه و تقاضای خریدار و فروشنده است، به بیان دیگر مسلما این عرضه و تقاضاست که تعیین‌کننده قیمت‌هاست. در چند وقت گذشته برخی افراد از فرصت آریترتازی (خریدوفروش هم‌زمان یک دارایی برای کسب سود از تفاوت قیمت‌ها) موجود بین این دو بازار برای کسب سود استفاده کرده و با خرید سکه از بازار آزاد و سپس فروش آن در بازار گواهی سپرده سکه طلا، سود کسب کردند، که این شرایط موجب رشد تقاضای خرید سکه در بازار سنتی شده است.

همچنین عباد محممدولی کارشناس بازار سکه و طلا در گفت‌وگو با فرارو با اشاره به اینکه قیمت سکه همچنان صعودی خواهد بود، گفت: با توجه به اینکه تمام بازارهای سرمایه‌ای با رشد قیمت روبه‌رو بودند، سکه نیز به دلیل اینکه دارایی ارزشمندی به حساب می‌آید، این روزها با استقبال خریداران روبه‌رو شده، از سوی دیگر باید به این نکته توجه کرد که سکه گران نشده، بلکه این ارزش پول ملی ما است که هر روز با افت مواجه می‌شود، در چنین شرایطی مردم برای حفظ ارزش دارایی‌های خود روبه خرید سکه، طلا و ارز می‌آورند.

چرا قیمت دلار افزایش یافته و خریداران به بازار ارز هجوم برده‌اند؟

مصائب چندنرخ‌ی بودن قیمت‌ها در اقتصاد ایران

جمله قیمت ارز، کاهش یافتن ارزش پول ملی است، گفت: کاهش ارزش پول ملی در اثر بالا بودن نرخ تورم و بهره رخ می‌دهد و تا زمانی که نرخ تورم در کشور ما با کشورهای حوزه دلار تفاوت جدی دارد، چاره‌ای نیست جز اینکه تفاضل دو نرخ تورم، بر نرخ ارز افزوده شود. به اعتقاد رئیس اسبق کانون صرافان، ممکن است چند روزی و یا حتی چند ماهی به ضرب تزریق بیش از تقاضا، به طور مصنوعی قیمت‌ها را ثابت نگه داشت، ولی این کار اولاً برای همیشه عملی نیست، دوماً، منطقی و صحیح هم نیست؛ چراکه باعث جمع شدن فنر قیمت شده و انرژی آن ذخیره می‌شود و در زمانی، با اندک بهانه‌ای باعث رهاشدن فنر و جهش قیمت‌ها می‌شود؛ کماینکه بارها این اتفاق در بازار ارز ایران رخ داده و مهمترین نمونه آن، افزایش ۵ برابری ارز بود که در سال ۹۷ رخ داد.

چندنرخ‌ی بودن قیمت‌ها: از بازار ارز تا خودرو

او با بیان اینکه دلیل اصلی هجوم خریداران در این زمان به بازار ارز را می‌توان کاهش شتاب روند صعودی قیمت‌ها در بورس دانست، ادامه داد: همه می‌دانیم سرمایه از خطر گریزان است و همین که در بازاری، خطر ریزش را احساس کنند، به سرعت از آن بازار خارج شده و وارد بازارهای کم‌خطرتر می‌شود. در حال حاضر، بهترین روش مبارزه با سوداگران و سودجویان که به سوداگری در بازار ارز مشغول هستند، نه روش‌های پلیسی بلکه مدیریت بازار است، یعنی واقعی و واحد شدن نرخ ارز و تعدیل منظم آن براساس تفاضل نرخ تورم و بهره در کشور ما و کشورهای حوزه دلار از یک طرف و کاهش شدید و به نزدیک صفر رساندن نرخ‌های بهره و تورم از سوی دیگر و البته هدفمندسازی یارانه‌ها هم از اهم واجبات برای اقتصاد کشور است.

سمیعی با اشاره به سخنان رئیس کل بانک مرکزی درباره اینکه بازار ارز به ثبات خواهد رسید، تصریح کرد: ثبات فقط در صورت به نزدیک صفر رساندن نرخ‌های بهره و تورم امکان‌پذیر است، وگرنه ثباتی غیرواقعی و دستوری و مصنوعی و بی‌دوام خواهد بود.

وی درباره وضعیت بازار ارز در روزهای آتی متذکر شد: تا زمانی که تفاضل نرخ تورم در کشور ما و کشورهای حوزه دلار حدود ۳۶درصد باشد، به طور طبیعی می‌باید روزانه یک در هزار به قیمت دلار افزوده شود و اگر نشود، معنای آن جمع شدن فنر قیمت خواهد بود.

رئیس اسبق کانون صرافان در انتها گفت: بار دیگر تأکید می‌کنم که در حال حاضر بزرگترین معضل برای اقتصاد ایران، چند نرخ‌ی بودن و غیرواقعی و دستوری بودن قیمت‌ها است، چه برای ارز یا بنزین، یا اتومبیل و یا هر کالایی دیگری و البته مهمترین آنها، ارز است.

نفت و سایر فرآورده‌های نفتی، تهدیدات جدید آمریکا، انتظارات تورمی را بالا برده است.»

همتی با اشاره به اینکه در روزهای آتی پیش‌بینی‌های بانک مرکزی از تورم یکسال آتی و تورم هدف اعلام خواهد شد، نوشت: «محاسبات و برآوردهای اداره بررسی‌های اقتصادی بانک بسیار کمتر از آن چیزی است که در فضای تبلیغاتی مطرح می‌شود. همانطور که قبلاً گفتم شرایط دشوار است، لیکن روند در حال بهبود و قابل مدیریت و ثبات نیز قابل اعاده است.»



در این میان، اصغر سمیعی رئیس اسبق کانون صرافان معتقد است که دلیل اصلی هجوم خریداران به بازار ارز را می‌توان کاهش شتاب روند صعودی قیمت‌ها در بورس دانست، چون همه می‌دانیم سرمایه از خطر گریزان است و همین که در بازاری، خطر ریزش را احساس کنند، به سرعت از آن بازار خارج شده و وارد بازارهای کم‌خطرتر می‌شود، سمیعی با بیان اینکه بارها گفته‌ایم علت اصلی افزایش قیمت‌ها از

معاملات حقوقی‌ها در گواهی سکه ممنوع شد

سکه بورسی از سکه افتاد

به اعتقاد او، با توجه به اینکه برای طراحی و اجرای یک ابزار مالی در بورس مطالعات گسترده‌ای صورت می‌گیرد، تعطیلی یک دفعه این معاملات چندان منطقی به نظر نمی‌رسد، در این رابطه دولت باید جلوی داد و ستدهای سفته‌بازانه در بازار سکه را بگیرد، این در حالی است تا زمانی که شاخص‌های اقتصادی به ثبات نرسد، انتباهات بسیاری را در بازار خواهیم داشت، بر این اساس تعطیلی گواهی سپرده سکه در بلندمدت نمی‌تواند در رابطه کنترل قیمت‌ها اثرگذار باشد، شاید حتی در این رابطه نتیجه معکوس نیز بدهد.

محمودولی با اشاره به اینکه دولت باید برای بازگرداندن، اقتصاد کشور به مسیر صحیح، اقدامات زیرساختی را در دستور کار خود قرار دهد، افزود: تا زمانی که دولت به بحث تولید نپردازد و شاخص‌هایی نظیر اشتغال، نرخ رشد اقتصادی، تولید ناخالص داخلی و... را بهبود نبخشد ما نمی‌توانیم انتظار داشته باشیم تا مردم برای حفظ ارزش دارایی‌های خود به بازارهای مختلف از جمله سکه هجوم نیاروند. بنابراین در چنین شرایطی باید انتظار داشت قیمت سکه همچنان سیر صعودی داشته باشد، از سوی دیگر با اقدامات دستوری از جمله تعطیلی گواهی سپرده سکه در بورس کالا نیز نمی‌توان اثرگذاری درستی برای کنترل قیمت سکه انجام داد.

ساسان شامویسی کارشناس اقتصادی نیز با اشاره به تعطیلی بازار گواهی سپرده سکه در بورس کالا، گفت: بازار طلا در ایران در قیاس

با حضور استاندار قم:

ان‌رم افزار اطلاع‌رسانی (سام) شرکت توزیع نیروی برق استان قم رونمایی شد

این نرم‌افزار تهیه شده و حجروسمی از مشترکین را پوشش می‌دهد. وی در ادامه تصریح کرداین نرم افزار با توجه به وجود سنسور GIS در شبکه توزیع شهروندان می‌توانند شناسه قبض برق مربوطه را ثبت کنند و به محض ایجاد اختلال در شبکه توزیع از اطلاعات سام، خبردار می‌شوند. همچنین، شهروندان می‌توانند تا پنج اشتراک برق را در فر این نرم افزار ثبت کنند. این نرم‌افزاری گرداننده این برنامه مهندس مهدی، انتظار می‌رود به برنامه ریزی مردم کمک شود و ارتباط شرکت توزیع برق با مردم بیشتر و خدمت رسانی بهتر حاصل شود. مدیرعامل شرکت توزیع برق استان قم در ادامه افزود: شهروندان محترم می‌توانند جهت نصب این برنامه موبایلی به بورتال این شرکت به نشانی www.qepdco.ir مراجعه نمایند.

با حضور استاندار قم از نرم افزار اطلاع رسانی مردمی (SAM) شرکت توزیع نیروی برق استان قم رونمایی شد.

در دومین روز از هفته ارتباطات و روابط عمومی با حضور دکتر بهرام سررست استاندار قم دکتر سلیمان پور معاون سیاسی و امنیتی استانداری قم و جمعی از مدیران مسئولان روابط عمومی های دستگاههای انرژی و اجرائی استان قم از نرم افزار اطلاع رسانی (سام) شرکت توزیع نیروی برق استان قم رونمایی شد.

مهندس مهدی، انتظار می‌رود به برنامه ریزی مردم کمک شود و ارتباط شرکت توزیع برق با مردم بیشتر و خدمت رسانی بهتر حاصل شود. مدیرعامل شرکت توزیع برق استان قم در ادامه افزود: شهروندان محترم می‌توانند جهت نصب این برنامه موبایلی به بورتال این شرکت به نشانی www.qepdco.ir مراجعه نمایند.

نماگر بازار سهام

بورس مجدداً به کانال یک میلیون واحد برگشت
راز الاکلنگ بازی بورس در این روزها

شاخص کل بورس روز سه‌شنبه نیز همانند روز دوشنبه روند صعودی داشت و دوباره پس از چند روز وارد کانال یک میلیون واحد شد. معاملات بازار سرمایه در روز گذشته در حالی به پایان رسید که شاخص کل این بازار با ۵۶۹۷ واحد صعود رقم یک میلیون واحد را ثبت کرد. شاخص کل با معیار هم وزن نیز ۶۵۷۱ واحد صعود و رقم ۲۲۱ هزار و ۲۲ واحد را ثبت کرد. معامله‌گران یک میلیون معامله انجام دادند که ۹۴ هزار و ۷۰۶ میلیارد ریال ارزش داشت. در این بازار مخابرات ایران، پارس مینو، پتروشیمی پارس، نسبت به سایر نمادها بیشترین تاثیر مثبت و در مقابل فولاد مبارکه اصفهان، معدنی و صنعتی گلگهر، بانک ملت و نفت و گاز و پتروشیمی تامین نسبت به سایر نمادها بیشترین تاثیر منفی را داشتند. در آن سوی بازار سرمایه شاخص کل فرابورس نیز با ۵۶ واحد صعود در رقم ۱۱ هزار و ۲۹۱ واحد ایستاد. معامله‌گران این بازار ۸۶۲ هزار معامله به ارزش ۵۰ هزار و ۵۳۲ میلیارد ریال انجام دادند. سهامی‌دوب آهن اصفهان، پتروشیمی زاگرس نسبت به سایر نمادها بیشترین تاثیر مثبت و در مقابل سرمایه‌گذاری صبا تامین، پالایش نفت لاوان، هلدینگ صنایع معدنی خاورمیانه فولاد هرمزگان جنوب و تولید نیروی برق دماوند نسبت به سایر نمادها بیشترین تاثیر منفی را روی فرابورس داشتند.

عاملان صعود مجدد بازار

درباره وضعیت این روزهای شاخص بورس، علی حیدری کارشناس بازار سرمایه معتقد است: دو گروه خودرویی و پالایشی‌ها از تداوم روند اصلاحی بازار جلوگیری کردند. به اعتقاد او، شرکت‌های پالایشی به لطف افزایش قیمت دلار و خودرویی‌ها به دلیل رشد قیمتی محصولات کارخانه‌ای موجب ایجاد صف‌های تقاضا و تعدیل بازار بعد از شکل‌گیری نیروی سنگین فروش سهام شدند.

حیدری در گفت‌وگو با ایرناپلاس، با اشاره به اینکه دو گروه خودرویی و پالایشی‌ها از تداوم روند اصلاحی بازار در روز یکشنبه جلوگیری کردند، افزود: شرکت‌های پالایشی به لطف افزایش قیمت دلار جزو معدود شرکت‌هایی بودند که در این روز تقاضا برای سهام آنها بالا رفت، زیرا نه‌تنها رشد ارز بر قیمت فروش آنها تأثیر می‌گذارد، بلکه این موضوع در صورت‌های مالی پالایشی‌ها تفاوت ایجاد می‌کند، چراکه اینها کماکان از نرخ ارز دولتی استفاده می‌کنند. در بخش خودرو نیز قیمت‌گذاری خودرو و نحوه این قیمت‌گذاری سیگنال مناسبی برای سهامداران بود.

وی با بیان اینکه هفته قبیل ورود مجدد شورای رقابت در بخش قیمت‌گذاری خودرو را شاهد بودیم، افزود: ورود نهادهای قیمت‌گذار و اثرگذاری و تغییر رویه قیمت در بخش صنعت بازار بورس ایران سبب می‌شود آن سوی ترانزمنه شرکت خواسته یا ناخواسته با نوسان شدید همراه شود. البته این بار جای امیدواری بود که علی‌رغم نوسان یکی دو روزهای گذشته، شورای رقابت به‌محض ورود، قیمت کارخانه را به بازار نزدیک کرد. این باعث یک آرامش نسبی در بازار شد. به همین خاطر علی‌رغم تحلیل‌هایی که از روندهای بازار وجود داشت که بیشتر هم جنبه علمی ندارند، انتظار می‌رود بازار دوباره به رویه آرام خود برگردد.

مشارکت کرده‌اند، گفت: این سطح مشارکت بسیار بزرگ است و در طول تاریخ ایران هیچ صندوقی نبوده که این حجم از افراد را جذب خود کرده باشد، پس می‌توان گفت که عملکرد جذب مردم به این صندوق موفقیت‌آمیز بوده است. به گفته میراب، دولت از همان ابتدا پیش‌بینی کرده بود که این صندوق ممکن است کاملاً مورد استقبال واقع نشود و برخی از مردم بخواهند سرمایه‌های خود را از طریق دیگری سرمایه‌گذاری کنند. به همین دلیل در قانون بودجه نوشته شده که اگر دولت نتوانست همه سهام‌ها را در صندوق عرضه کند، به روش بوک‌بیلدینگ (روشی نوین در عرضه اولیه) عمل کند.

را فراهم و با مخاطره روبه‌رو می‌کردند اما بررسی‌های لازم در مورد صندوق‌های ETF نشان داد که این صندوق‌ها می‌توانند مانع فعالیت برخی از افراد که به دنبال ایجاد برخی از تنش‌ها هستند، شود. وی با بیان اینکه هر کدام از روش‌های واگذاری اموال دولتی که تاکنون در ایران اجرا شده معایب و مزایایی دارند و از این لحاظ، نمی‌توان ادعا کرد که صندوق‌های ETF بی‌عیب‌ونقص هستند، گفت: این حقیقت را باید پذیرفت که صندوق‌های ETF امکان رانت‌خواری را به صفر می‌رساند.

توجه به شاخص دولت رفاهی برای فرصت‌ها

میراب با اشاره به اینکه اکنون فرصتی فراهم شده تا عامه مردم بتوانند سهام این صندوق‌ها را در پذیره‌نویسی خریداری و پس از مدتی کوتاه اقدام به خرید و فروش سهام خود بدون هیچ محدودیتی کنند، افزود: در عمل این امکان فراهم شد تا هیچ شائبه‌ای درباره اینکه رانت خاصی از طریق واگذاری اموال دولتی که در حال توزیع است به وجود نیاید، در حالی که در سایر شیوه‌های واگذاری دولتی این امکان و شائبه وجود داشت و علت به وجود نیامدن شائبه در صندوق‌های ETF آن است که عامه مردم می‌توانند به اختیار خود در پذیره‌نویسی این صندوق‌ها شرکت کنند.

به گفته میراب، ویژگی دوم صندوق‌های ETF، تعیین سقف خرید تا ۲ میلیون تومان برای هر فرد است. یعنی اگر کسانی نتوانستند ۲ میلیون تومان در این صندوق‌ها سرمایه‌گذاری کنند، فرد دیگری نمی‌تواند از ظرفیت حق این اشخاص استفاده کرده و سهم بیشتری بخرد. یعنی در مرحله نخست واگذاری‌ها حق همه مردم از اموال دولتی واگذار شده به طریق صندوق‌های ETF محفوظ می‌ماند. بنابراین اگر از نظر شاخص «برابری فرصت خرید» سهام در انواع واگذاری‌های اموال دولتی بنگریم، صندوق‌های ETF به خوبی از پس احراز آن برآمده‌اند. مشاور وزیر اقتصاد معتقد است، می‌توان قاطعانه گفت که از نظر شاخص برابری فرصت خرید، صندوق‌های ETF نسبت به سایر شیوه‌های واگذاری برتری دارند. میراب همچنین درباره برخی از انتقادات به شیوه واگذاری اموال دولتی از طریق صندوق‌های ETF مانند بحث عدم انتقال مدیریت شرکت‌ها از دولت به بخش خصوصی گفت: دولت خود را متعهد کرده که تا انتهای سال ۱۴۰۰ از مدیریت این صندوق‌ها خارج شود، تعهد دولت ضمانت اجرایی دارد زیرا واحدهای این صندوق پس از مدتی کوتاه که آزاد می‌شوند به راحتی قابل خرید و فروش توسط هر شخص حقیقی یا حقوقی خواهند بود. وی با تأکید بر اینکه تعهد دولت در خروج از مدیریت صندوق‌ها در اساس نامه و امیدنامه و باقی اسناد مرتبط با صندوق شده است، افزود: مدیریت به طور حتم واگذار خواهد شد فقط فرآیندی برای این اقدام طراحی شده است که در این یک سال و نیم، هر یک از بانک‌های موجود در صندوق آماده شوند به شیوه جدیدی مدیریت خواهند شد.

میزان استقبال مردم از واگذاری به روش ETF

میراب در واکنش به اینکه برخی کارشناسان معتقدند شرایط متزلزل این روزهای بازار سرمایه مهم‌ترین عاملی است که می‌تواند بر روی حجم استقبال از صندوق واسطه‌گری مالی یکم موثر باشد و به همین دلیل فعالان بورسی از خود می‌پرسند چرا اکنون پول خود را بابت خرید سهام صندوقی پرداخت کنند که دولت دو ماه دیگر به آنها اجازه فروشش را می‌دهد؟ در حالی که همین حالا می‌توانند سهام هر یک از شرکت‌های موجود در صندوق را خریداری کرده و هر موقع که دلشان خواست آن را بفروشند، گفت: اکنون بازار سهام خیلی صعودی یا خیلی نزولی است و اگر بازار کمی متعادل‌تر بود شرایط فرق می‌کرد، صندوق‌های ETF در شرایط متعادل‌تر می‌توانند حقیقت کارکردی خود را به رخ بکشند اما باید توجه داشت در زمانی که بازار صعودی است، این صندوق قطعاً منفعت دارند.

مشاور وزیر اقتصاد خاطر نشان کرد: با توجه به اینکه اکنون بازار سرمایه در حالت جذابی به سر می‌برد، شاید فعالان بازار سرمایه رغبت کمتری به صندوق‌های ETF نشان دهند. افراد جدیدی که طی این دو ماه جذب بورس شده‌اند نیز به خاطر وضعیت سوددهی همین دو ماه، شاید اکنون کمتر به سمت سرمایه‌گذاری در صندوق ETF بروند. وی با بیان اینکه اکنون رقم استقبال از صندوق واسطه‌گری مالی یکم، قابل قبول بوده و حدود یک میلیون و ۵۰۰ هزار نفر در آن

فرصت امروز: چند روزی است که پذیره‌نویسی نخستین صندوق قابل معامله در بورس یا همان ETF آغاز شده و به دلیل تخفیف ۲۰ درصدی دولت با استقبال نسبی مواجه شده است، اما دولت در حالی سهام مالکیتی شرکت‌های دولتی را عرضه می‌کند که سهام مدیریتی همچنان در اختیار باقی می‌ماند. این یکی از مهم‌ترین نقدهایی است که به واگذاری اموال دولتی به شیوه ETF وارد شده است و اقتصاددانان و فعالان بخش خصوصی، مخاطرات جدی پشت این مدل از واگذاری می‌بینند، چنانچه مسعود خوانساری دیروز در جلسه هیأت نمایندگان اتاق تهران گفت: «اکنون دولت تنها سهام مالکیتی خود را عرضه می‌کند و سهام مدیریتی در اختیار دولت می‌ماند که این مسئله در طولانی مدت مشکل‌ساز می‌شود.»

در واگذاری شرکت‌های دولتی به شیوه ETF، دولت همچنان انتخاب اعضای هیأت‌مدیره در شرکت‌های سرمایه‌پذیر را در اختیار دارد و این به معنای آن است که دولت به دلیل قدرت و جایگاه قانونی در هیأت‌مدیره شرکت‌ها عملاً کنترل اصلی را در دست دارد. به عبارت دیگر، دولت علاوه بر عرضه سهام و جمع‌آوری منابع اما کنترل خود بر شرکت‌ها را در سطوح مدیریتی حفظ می‌کند.

واگذاری مالکیت و باقی ماندن مدیریت دولتی

همچنین برخی از کارشناسان بازار سرمایه می‌گویند ساختاری که دولت نام آن را صندوق قابل معامله در بورس (ETF) اعلام می‌کند با مفهوم اصلی آن تفاوت‌های بسیاری دارد، زیرا ساختار ETF بر مبنای سرمایه‌گذاری طراحی شده و نه بنگاه‌داری. در قالب ETF‌های رایج که در بسیاری از کشورها اجرایی شده درصد سهامی که از یک شرکت در سبد ETF وجود دارد بسیار ناچیز است و بنابراین، موضوع مداخله در مدیریت آن شرکت و سازوکارهای حکمرانی اصلاً مطرح نمی‌شود. به اعتقاد کارشناسان، نحوه واگذاری سهام شرکت‌های دولتی در قالب صندوق قابل معامله در بورس (ETF) چالش‌های جدی در حکمرانی شرکت‌های به‌اصطلاح خصوصی شده ایجاد خواهد کرد و این موضوع در شرایطی اتفاق می‌افتد که در سال‌های گذشته هم واگذاری شرکت‌های دولتی به بخش خصوصی و شبه‌دولتی با مشکلات روبه‌رو شد و تعدادی از شرکت‌های واگذار شده همچون نیشکر هفت‌تپه، هپکو و... در آستانه ورشکستگی قرار گرفتند.

کارشناسان می‌گویند واگذاری به روش (ETF) زمینه‌ساز مشکلات بسیاری در آینده برای دولت، شرکت‌های واگذار شده و مهم‌تر از همه میلیون‌ها سرمایه‌گذاری به وجود خواهد آورد که این روزها با هجوم به بازار سرمایه به دنبال کسب درآمد و حفظ ارزش سرمایه خود هستند. همچنین حجم عظیم واگذاری‌های سهام دولتی (در این مرحله حدود ۱۶ هزار میلیارد تومان) در قالب صندوق قابل معامله، تجربه‌ای نو و بدیع در اقتصاد ایران است و بنابراین بهتر بود ابتدا بررسی‌های دقیق‌تری روی اثرات احتمالی مثبت و منفی آن انجام می‌شد و سپس به مرحله اجرا می‌رسید.

چرا ETF بهترین شیوه واگذاری اموال دولت است؟

از سوی دیگر، برخی دیگر از کارشناسان معتقدند که عرضه سهام شرکت‌های دولتی از طریق صندوق ETF در مقایسه با دیگر شیوه‌های واگذاری، بهترین گزینه به شمار می‌رود و به دور از هرگونه حاشیه‌سازی خواهد بود. پیمان میراب، مشاور وزیر اقتصاد در امور جوانان در گفت و گو با ایرنا، به هدف دولت از تشکیل صندوق‌های ETF اشاره کرد و گفت: این صندوق‌ها به منظور جلوگیری از عوارض منفی خصوصی‌سازی نسبت به روش‌های گذشته مانند مسئله رانت تشکیل شده است، این صندوق‌ها فرصت سهام‌ساز شدن در سود شرکت‌های بزرگ واگذاری را برای همه مردم فراهم می‌کند و بدین ترتیب امر واگذاری سهام دولتی شرکت‌ها «عادلانتر» دنبال می‌شود. به گفته وی، در هشت ماهه سال گذشته حجم خصوصی‌سازی به این دلیل کاهش پیدا کرد که سازمان خصوصی‌سازی بر اساس یک مطالعه متوجه شد که باید شیوه واگذاری را تغییر دهد؛ بر اساس آن مطالعه مشخص شد که صندوق‌های ETF بهترین شیوه برای واگذاری است. او یکی از عارضه‌های مهم شیوه‌های پیشین واگذاری را ایجاد فرصت خرید شرکت‌ها توسط برخی از افراد حاشیه‌ساز عنوان کرد و افزود: مسئله این بود که اشخاصی بدون داشتن اهلیت لازم اقدام به خریداری شرکت‌ها می‌کردند و با انجام برخی از اقدامات زمینه کاهش ارزش آنها



عید سعید فطر خجسته باد

همراه بانک پارسیان
خانه‌ی امن شما

در خانه بمانیم

www.parsian-bank.ir
مرکز تماس و صدای پارسیان: ۸۱۱۵۱۰۰۰۰



اخبار

بسته‌بندی میوه در هایپرها چقدر آب می‌خورد؟

باوجودی که تجربه موفق بسته‌بندی محصولات کشاورزی در دنیا موجب جذب مشتری و افزایش فروش محصولات شده است، اما این شیوه هنوز در ایران رایج نیست و تنها برخی فروشگاه‌های بزرگ و هایپرها اقدام به بسته‌بندی و فروش میوه و سبزیجات می‌کنند، اما آنچه مشخص است، قیمت متفاوت فروش این محصولات با سطح خرده‌فروشی و میادین است. اگرچه خرید میوه و سبزیجات به صورت بسته‌بندی به دلیل سورت و جداسازی میوه‌های لک زده و خراب می‌تواند به نفع مشتری باشد، اما برخی خریداران از این موضوع گلایه دارند که قیمت این محصولات در هایپرها و فروشگاه‌های بزرگ، زمین تا آسمان با مغازه‌های میوه‌فروشی و میادین میوه و تره بار متفاوت است. رئیس اتحادیه صنف میوه و سبزی فروش شهرستان اصفهان در این باره به ایسنا، گفت: بحث نظارت بر مترژ واحد‌های صنفی بالای ۳۰۰ متر واحد‌های صنفی برعهده سازمان صنعت است، بنابراین قیمت‌گذاری و نظارت بر میوه و سبزیجات در هایپرها به این نهاد برمی‌گردد.

نوروزعلی اسماعیلی افزود: به طور قطع اگر میوه و سبزیجات را با سود کمتری عرضه کنیم، افراد میزان بیشتری خریداری می‌کنند، اما عرف سود فروش میوه و سبزیجات به مشتریان بین ۲۰ تا ۲۵درصد و میوه‌های خارجی ۱۵درصد است. وی با تأکید بر ضرورت سورت و بسته‌بندی بار در میدان میوه و تره بار، تصریح کرد: متأسفانه هنوز در بحث سورت و بسته‌بندی محصولات کشاورزی ضعیف هستیم و کشاورزان باید به این موضوع توجه بیشتری داشته باشند. رئیس اتحادیه صنف میوه و سبزی فروش شهرستان اصفهان تصریح کرد: اگرچه هایپرها و فروشگاه‌های بزرگ به دلخواه خود اقدام به سورت و بسته‌بندی میوه و سبزیجات می‌کنند، اما این دلیل نمی‌شود محصول را حتی تا بیش از ۱۰۰درصد قیمت عرضه کنند. وی البته تأکید کرد: سازمان صمت نسبت به این موضوع آگاه است و تا زمانی که مردم با سامانه ۱۲۴ تماس بگیرند موارد تخلف پیگیری نخواهد شد.

قیمت‌گذاری غیرمنطقی میوه در هایپرها

رئیس اتحادیه میادین میوه و تره بار اصفهان در این باره با بیان اینکه نرخ‌گذاری براساس عرضه و تقاضا و کارشناسی انجام می‌شود، گفت: کمبته نرخ‌گذاری متشکل از هیأت مدیره و بازرسان اتحادیه، بازرسان سازمان صمت، اصناف، نماینده کشاورزان و سازمان میادین است که براساس نظرات و کارشناسی‌های متفاوت در نهایت برخی قیمت‌ها هفتگی و برخی به صورت روزانه مشخص می‌شود و در سطح شهر نیز محصولات با سود مشخص فروخته می‌شود. وی تصریح کرد: متأسفانه فروشگاه‌های بزرگ و هایپرها قیمت میوه و سبزیجات خود را به صورت غیرمنطقی و بدون ضابطه مشخص می‌کنند و بعضاً قیمت‌ها را بین ۱۰۰ تا ۱۵۰درصد و حتی برخی مواقع تا ۲۰۰درصد افزایش می‌دهند. وی تأکید کرد: اگرچه هایپرهایی بزرگ زیر نظر سازمان صمت هستند، اما نمی‌توان در زمان نرخ‌گذاری در میادین و حتی خرده‌فروشی قیمت‌ها با سود مشخص تعیین شود و در هایپرها بدون نظارت محصولات فروخته شود، گویی نظارت بر فعالیت و فروش آنها وجود ندارد.

هزینه‌های بسته‌بندی متفاوت است

معاون بازرگانی سازمان صمت استان اصفهان نیز با بیان اینکه قیمت میوه در میدان میوه و تره بار براساس عرضه و تقاضا و روزهای یکشنبه در جلسه‌ای مشخص می‌شود به ایسنا، گفت: با این وجود بازرسان سازمان صمت و بازرسی اصناف بر قیمت‌ها نظارت می‌کنند.

اسماعیل نادری در مورد قیمت بالای بسته‌بندی میوه‌ها، گفت: به طور معمول اگر میوه‌ها بدون دستچین و با سبید عرضه شوند باید با حاشیه سود ۲۰ تا ۲۵ درصد در سطح خرده‌فروشی فروخته شود، اما در صورت سورت و بسته‌بندی میوه و سبزیجات، این هزینه به آن اضافه می‌شود و در این شرایط میوه‌های لک‌دار و خراب از سبد اصلی خارج می‌شود، البته فروشگاه‌ها نمی‌توانند میوه بسته‌بندی را با هر قیمتی عرضه کنند.

۴۰درصد نهاده‌های دامی سنتی تولید می‌شوند

رئیس انجمن صنایع خوراک دام، طیور و آبزیان گفت کارخانه‌های خوراک دام و طیور با ۶۰درصد ظرفیت کار می‌کنند و ۴۰درصد نهاده‌ها به صورت سنتی تولید می‌شود.
مجید موافق قدیری در گفت‌وگو با باشگاه خبرنگاران جوان، ارزش واردات نهاده‌های دامی تولید خوراک دام را بیش از ۴.۵ میلیارد دلار اعلام کرد و گفت: بیش از ۴۰۰ میلیون دلار ارز صرف واردات انواع ویتامین‌ها، مکمل‌ها و مواد افزودنی خوراک دام، طیور و آبزیان می‌شود.

وابستگی ۸۰درصدی نیاز کشور به نهاده‌های دامی

او با اشاره به اینکه ایران طی ۵۰ سال اخیر جزو کشورهای مطرح دنیا در حوزه واردات نهاده‌های دامی تولید خوراک دام به‌شمار می‌رود، افزود: به‌طور میانگین ۸۰درصد از نیاز کشور به این کالاها وابسته است که این امر بدان معناست که در تامین امنیت غذایی باید هوشیاری بیشتری داشته باشیم.
موافق قدیری اظهار کرد: علی‌رغم آنکه ظرفیت تولید ۲۵ میلیون تن انواع خوراک دام، طیور و آبزیان را کارخانجات صنعتی خوراک دارند، اما متأسفانه این واحدها با حدود ۶۰درصد ظرفیت فعالیت می‌کنند و ۴۰درصد نیاز کشور توسط واحدهای مرغداری و داملاری و آبزی‌پروری به روش سنتی تولید می‌شود.
رئیس انجمن صنایع خوراک دام، طیور و آبزیان با بیان اینکه انحصاری در واردات نداریم، گفت: امروز بیش از ۴۰۰ شرکت در واردات نهاده‌های دامی در حال فعالیت تجاری هستند که با این وجود انحصاری در کار نیست.

وجود چالش‌های متعدد عرضه نهاده در سامانه بازارگاه

او با اشاره به مشکلات سامانه بازارگاه نهاده‌های کشاورزی بیان کرد: فروش اعتباری نهاده در کشور براساس زمان بارگیری محاسبه می‌شود، در حالی که سررسید پرداخت اعتباری در سامانه براساس زمان سفارش طراحی شده است و با توجه به قطعی نبودن زمان بارگیری نیاز است که این مورد در سامانه اصلاح شود.
موافق قدیری با بیان اینکه امکان تسویه بر پرداخت جزئی یا حتی بارنامه به سفارش مهیا نیست، افزود: خریدار به اجبار تنها امکان پرداخت یکجای مبلغ کل خرید پس از تحویل کل تناژ خریداری‌شده را دارد. این فعال اقتصادی ادامه داد: عدم هماهنگی اطلاعاتی مانند آدرس و کدپستی خریدار با سایر سامانه‌ها دلیل لغو سفارش است.

او در پایان با اشاره به اینکه عرضه‌کننده کالا در پنل کاربری خود امکان مشاهده تابلو عرضه را ندارد، تصریح کرد: امکان ویرایش کوتاژ عرضه شده، فراهم نیست و فقط امکان حذف آن وجود دارد. بررسی کوتاژ عرضه شده بسیار زمانبر بوده و امکان تأیید عرضه بعد از ساعت اداری فراهم نیست.

صنعت، معدن و تجارت

قیمت واقعی هر کیلو پیاز چند؟

بازار پیاز، اشک کشاورزان را در آورد



فروش نداشته باشند.
ملک‌زاده با انتقاد از این مسئله که نگاه ویژه‌ای به بخش کشاورزی نداریم، بیان کرد: با توجه به آنکه برای تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان بهایی قائل نیستیم، به همین خاطر این موضوع موجب شده کشاورزان از حق خود محروم شوند.

رئیس نظام صنفی کشاورزی با اشاره به دیگر دلایل گرانی پیاز در بازار بیان کرد: در زمان اوج برداشت و پیک تولید انتظار می‌رود که محصولات کشاورزی در حد مصرف به بازار عرضه شود و مابقی را ذخیره‌سازی کنیم تا بتوانیم در زمان کمبود توزیع کنیم.

به گفته وی، در زمان اوج برداشت و پیک تولید باید مازاد محصول به بازارهای هدف صادر شود که متأسفانه به سبب نبود ارتباط با دیگر کشورها چاره‌ای جز عرضه در بازار داخل نیست.
ملک‌زاده ادامه داد: در زمانی که بازار داخل اشباع می‌شود، به سبب وجود واسطه‌ها و دلالان و سوءاستفاده از موقعیت قیمت محصولات در بازار کاهش می‌یابد به طوری که به یک سوم تا یک چهارم هزینه تمام شده تولید می‌رسد.

این مقام مسئول با اشاره به اینکه اتخاذ برنامه‌های کوتاه‌مدت مسکنی بیش نیست، بیان کرد: مسئولان امر زمانی که کشاورزان از ناحیه فروش محصولات متضرر هستند به دنبال راهکار مقطعی هستند، در حالی که نوشدارو بعد از مرگ سهراب فایده‌ای ندارد.

رئیس نظام صنفی کشاورزان با تأکید بر این مسئله که مسئولان از اتخاذ برنامه‌های کوتاه‌مدت و میان‌مدت نباید غافل شوند، تصریح کرد: در حال حاضر سپاه برای کاهش زیان پیازکاران به امر خرید ورود پیدا کرده است، اما جای این سوال مطرح است که سپاه چند درصد از پیاز تولیدی کشاورزان را می‌تواند خریداری کند؟ از طرفی برای محصول خریداری شده چه برنامه‌ای دارد.

فروش نداشته باشند.
ملک‌زاده با انتقاد از این مسئله که نگاه ویژه‌ای به بخش کشاورزی نداریم، بیان کرد: با توجه به آنکه برای تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان بهایی قائل نیستیم، به همین خاطر این موضوع موجب شده کشاورزان از حق خود محروم شوند.

رئیس نظام صنفی کشاورزی با اشاره به دیگر دلایل گرانی پیاز در بازار بیان کرد: در زمان اوج برداشت و پیک تولید انتظار می‌رود که محصولات کشاورزی در حد مصرف به بازار عرضه شود و مابقی را ذخیره‌سازی کنیم تا بتوانیم در زمان کمبود توزیع کنیم.

به گفته وی، در زمان اوج برداشت و پیک تولید باید مازاد محصول به بازارهای هدف صادر شود که متأسفانه به سبب نبود ارتباط با دیگر کشورها چاره‌ای جز عرضه در بازار داخل نیست.

ملک‌زاده ادامه داد: در زمانی که بازار داخل اشباع می‌شود، به سبب وجود واسطه‌ها و دلالان و سوءاستفاده از موقعیت قیمت محصولات در بازار کاهش می‌یابد به طوری که به یک سوم تا یک چهارم هزینه تمام شده تولید می‌رسد.

این مقام مسئول قیمت تمام شده هر کیلو پیاز را یک هزار و ۵۰۰ تا یک هزار و ۸۰۰ تومان اعلام کرد و گفت: این در حالی است که هم‌اکنون هر کیلو پیاز با نرخ ۳۰۰ تا ۴۰۰ تومان از کشاورزان خریداری می‌شود و در مقابل با نرخ ۴ تا ۵ هزار تومان در بازار به دست مصرف‌کننده می‌رسد که متأسفانه کشاورزان سودی حاصل‌شان نمی‌شود.

وی نبود مدیریت، زیرساخت‌های لازم و کمبود صنایع تبدیلی را از دیگر علل افزایش قیمت محصولات کشاورزی در بازار اعلام کرد و افزود: در فصل پاییز و زمستان که تولید به حداقل می‌رسد، قیمت محصولات به دلیل نبود مدیریت، زیرساخت و امکانات لازم و کمبود صنایع تبدیلی ۷ تا ۱۰ برابر قیمت به دست مصرف‌کننده می‌رسد،

ایران در جایگاه ششم تولید قارچ در دنیا

تولید ۱۸۰هزارتن قارچ در کشور

جهاد کشاورزی اضافه کرد: حدود ۹۸درصد نهاده‌های موردنیاز قارچ، در کشور تامین می‌شود و میزان اندکی وابستگی در بخش اسپان و خاک پوششی وجود دارد که آن هم با اقدامات تحقیقاتی در کشور تامین خواهد شد.
به گفته این مقام مسؤل در وزارت جهاد کشاورزی ایران در جایگاه ششم تولید قارچ در دنیا است.

تقوی به قیمت قارچ فله نیز اشاره کرد و گفت: در حال حاضر قارچ فله با قیمت هرکیلو ۱۳هزار و ۵۰۰ تومان به فروش می‌رسد که قیمت آن در بسته‌بندی حدود ۲ تا ۳هزارتومان بیشتر است.

کرونا به قارچ صدمه نزد

وی در پاسخ به این سوال که آیا شیوع کرونا تأثیری در خرید و فروش قارچ داشته است یا خیر، گفت: در اسفندماه به دلیل کاهش صادرات و کاهش میزان مراجعه مردم به رستوران‌ها و اغذیه‌فروشی‌ها فروش قارچ کم شد اما در فروردین میزان مصرف قارچ موردنیاز مردم در منازل جبران شد و رشد خوبی نیز داشت.

امسال نیز پیاز به عنوان کالای اساسی، در بخش تولید با مازاد تولید و در بخش فروش با مازاد قیمت همراه شده است.

به گزارش باشگاه خبرنگاران جوان، همه ساله داستان مازاد یا کاهش تولید محصولات کشاورزی تکرار می‌شود که علت این سناریو را باید در نبود الگوی کشت، عدم زنجیره تولید، کمبود صنایع تبدیلی و تکمیلی و بی‌توجهی به اجرای کشاورزی قراردادی جست و جو کرد.
علی‌رغم آنکه طی ماه‌های اخیر قیمت پیاز در بازار به بالای ۱۵ هزار تومان رسیده بود، اما نرخ کنونی پیاز با هزینه‌های تولید سختی ندارد به طوری که اشک پیازکاران را درآورده است.

بسیاری از مسئولان بر این باورند که با اجرای الگوی کشت، کشاورزی قراردادی و ایجاد زنجیره تولید تا ارزش و زیرساخت‌های لازم دیگر شگاهد افت و خیز قیمت و زیان تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان در بازار نخواهیم بود.

حال به سراغ مسئولان ذی‌ربط می‌رویم تا از آخرین دلایل افت چشمگیر قیمت پیاز و راهکارهای مناسب برای جبران زیان پیازکاران در بازار باخبر شویم:

سناریوی مازاد تولید پیاز تکرار شد
محمد شفیع ملک‌زاده، رئیس نظام صنفی کشاورزی و منابع طبیعی در گفت و گو با خبرنگار صنعت، تجارت و کشاورزی باشگاه خبرنگاران جوان، با اشاره به دلایل کاهش شدید قیمت پیاز و چالش پیش روی کشاورزان اظهار کرد: بارها اعلام کرده‌ایم که درخصوص تنظیم بازار و فروش محصولات و بازرگانی بخش کشاورزی مشکلات اساسی داریم که همین امر موجب شده همه ساله بازار محصولات کشاورزی دچار نوساناتی شود.

وی افزود: تاکنون برنامه درستی در بازرگانی محصولات کشاورزی نداشته‌ایم تا تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان دغدغه خاطری از بازار

مدیرکل دفتر امور گلخانه‌ها، گیاهان زینتی و قارچ خوراکی وزارت جهاد کشاورزی با بیان اینکه ایران در جایگاه ششم تولید قارچ در دنیا قرار دارد، گفت در حال حاضر حدود ۱۸۰هزارتن قارچ در کشور تولید شده است.

غلامرضا تقوی در گفت‌وگو با ایسنا، با بیان اینکه میزان تولید قارچ در کشور در حال حاضر حدود ۱۸۰ هزارتن است و بیش از ۳۰۰۰ واحد بزرگ و خرد اقتصادی در این بخش مشغول فعالیتند، گفت: براساس پیش‌بینی‌ها سرانه مصرف قارچ در کشور بیش از ۱.۵ کیلو در سال است و از لحاظ تکنولوژی تولید قارچ هم در شرایط خوبی هستیم.

وی ادامه داد: بیشترین میزان تولید قارچ در کشور متعلق به تهران و البرز و سپس استان‌های قزوین، خراسان، اصفهان و مازندران است.
میزان تولید قارچ در استان تهران سال گذشته حدود ۳۵ هزارتن بود که پیش‌بینی می‌شود امسال به بیش از ۴۰ هزارتن برسد.

مدیرکل دفتر امور گلخانه‌ها، گیاهان زینتی و قارچ خوراکی وزارت

وزیر- ارتباطات و فناوری اطلاعات با ذکر اسامی شرکت‌های تولیدکننده گوشتی، اظهار کرد که تنظیم بازار گوشتی مسئله‌ای است که با عنوان تولید داخل نمی‌توان به آن پرداخت و با نیاز سالانه ۱۲ میلیون و تولید ۴۰۰ هزار گوشتی داخلی، وزارت صنعت، معدن و تجارت (صمت) باید تدبیر کرده و بازار را کنترل کند.
به گزارش ایسنا، طی سال‌های گذشته، گوشتی‌هایی که به اشکال مختلف در داخل تولید شده بودند، در بازار موجود بود اما موضوع تولید گوشتی ایرانی چندی پیش باز هم مطرح شد و از نیمه‌های سال ۱۳۹۸ بود که موضوع تولید گوشتی‌های جدید ایرانی، باز هم به یکی از مباحث حوزه فناوری اطلاعات راه پیدا کرد؛ آن هم تولید یک گوشتی که ایرادهای مدل‌های قبلی را برطرف کرده باشد و بتواند با نسخه‌های خارجی رقابت کند. البته برخی معتقدند تولید گوشتی همراه در شرایط فعلی در توان تولیدکنندگان داخلی نیست و ایران فعلاً توانایی و دانش فنی را برای فروش گوشتی ندارد و بهتر است ابتدا لوازم جانبی تلفن همراه را تولید کرده و در مراحل بعدی به تولید گوشتی رسید، اما طرح حمایت از تولید و توسعه زیست‌بوم موبایل تولید داخل دی ماه سال گذشته در معاونت

فناوری و نوآوری وزارت ارتباطات کلید خورد و مقرر شد محصولات سه شرکت فعال در این زمینه در دهه فجر رونمایی شود اما سال گذشته خبری از معرفی محصولات جدید ایرانی منتشر نشد.
محمدجواد آذری جهرمی -وزیر ارتباطات و فناوری اطلاعات- در گفت‌وگو با ایسنا، با بیان اینکه هدف‌گذاری برای سال ۱۳۹۹، تولید ۴۰۰ هزار گوشتی است، افزود: شرکت GLX پیش از این هم در زمینه گوشتی فعال بود. شرکت مادران هم برای ایجاد خط تولید و نمونه‌های اولیه گزارش داده است. گروهی هم در مجموعه صایران شروع کردند به تولید گوشتی. اینها سه مجموعه‌ای هستند که فعلاًند در این زمینه کار می‌کنند.

وی با بیان اینکه تولید داخلی نمی‌تواند جایگزین همه ظرفیت موردنیاز باشد، گفت: پیش‌بینی ما این است که امسال بتوان ۴۰۰ هزار گوشتی داخلی را به

فروش رساند، زیرا این موضوع به سلیقه و جیب مردم هم برمی‌گردد. با وجود

این، تنظیم بازار گوشتی مسئله‌ای است که با عنوان تولید داخل نمی‌توان به آن پرداخت. تولید داخل ۴۰۰ هزار دستگاه است ولی ما سالانه ۱۲ تا ۱۳ میلیون

گوشتی می‌خواهیم و طبیعتاً وزارت صمت باید تدبیر کرده و بازار را کنترل کند.

^[1] قیمت واقعی هر کیلو پیاز چند؟



مصرف‌کنندگان واقعی نمی‌توانند در طرح‌های پیش‌فروش خودرو ثبت‌نام کنند

رئیس کمیسیون اصل ۹۰ مجلس شورای اسلامی می‌گوید در حال حاضر مصرف‌کننده اصلی نمی‌تواند در طرح‌های پیش‌فروش خودرو ثبت‌نام کرده و از آن بهره‌مند شود.

داود محمدی، رئیس کمیسیون اصل ۹۰ مجلس در گفت‌وگو با خبرنگار خبرگزاری خانه‌ملت درباره مکانیسم خودروسازان برای پیش‌فروش خودرو، گفت: در گزارش کمیسیون اصل ۹۰ مجلس درباره مشکلات و چالش‌های پیش روی صنعت خودروسازی، سازوکار وزارت صنعت، معدن و تجارت و خودروسازان برای پیش‌فروش خودرو یکی از موارد تخلف شناسایی و این شرکت‌ها ملزم شدند با بسترسازی مناسب این روش‌ها را تغییر دهند، به گونه‌ای که در این طرح‌ها تنها مصرف‌کننده اصلی قادر به ثبت‌نام باشد.

شکایت‌های بسیاری درباره هک سایت‌های پیش‌فروش خودروسازان به کمیسیون اصل ۹۰ مجلس واصل شده است نماینده مردم قزوین، آبیگ و البرز در مجلس شورای اسلامی با بیان اینکه خودروسازان باید با راه‌اندازی سامانه‌ای مناسب امکان ثبت‌نام مردم در طرح‌های پیش‌فروش را فراهم کنند، افزود: شکایت‌های بسیاری مبنی بر هک سایت‌های پیش‌فروش خودروسازان، به کمیسیون اصل ۹۰ مجلس واصل و این موارد مورد بررسی قرار گرفت.

وی با بیان اینکه در حال حاضر مصرف‌کننده اصلی نمی‌تواند در طرح‌های پیش‌فروش خودرو ثبت‌نام کرده و از آن بهره‌مند شود، اظهار کرد: اگرچه اتخاذ راهکارهایی مانند محدودیت در ثبت‌نام با استفاده از کد ملی می‌تواند تا حدودی از سوءاستفاده سودجویان جلوگیری کند، اما دست آنها کاملا از این طرح‌ها کوتاه نخواهد شد. ادعای خودروسازان مبنی بر اصلاح سازوکار پیش‌فروش خودرو؛

واقعیت یا گزافه؟

نماینده مردم در مجلس دهم اضافه کرد: هرچند خودروسازان ادعا می‌کنند در صدد اصلاح مکانیسم ثبت‌نام خودرو هستند، اما در صورتی که همچنان روش‌های قبلی را در پیش گیرند و از اصلاح سازوکارها، خودداری کنند، قوه قضائیه باید به موضوع ورود کند تا از تضییع حقوق مردم جلوگیری شود.

شیب نزولی فروش خودروهای بنزینی بیشتر از الکتریکی است!

تحلیلگران بلومبرگ به تازگی برآورد کرده‌اند که میزان فروش خودروهای الکتریکی در جهان در سال جاری میلادی ۱۸درصد کاهش خواهد یافت این در حالی است که افت فروش خودروهای بنزینی و دیزلی بیشتر از این رقم خواهد بود.

به گزارش پایگاه خبری «عصر خودرو» به نقل از ایسنا، کارشناسان و تحلیلگران بلومبرگ با انتشار گزارش جدید در روز سه‌شنبه به تازگی برآورد و اعلام کرده‌اند که میزان فروش خودروهای الکتریکی پاک و دوستدار محیط زیست در بازارهای جهانی تا پایان سال جاری میلادی تحت تاثیر تبعات منفی ناشی از شیوع گسترده و بحران پاندمی کرونا ۱۸درصد کاهش خواهد یافت. آنها همچنین در ادامه پیش‌بینی‌های خود عنوان کرده‌اند که فروش خودروهای بنزینی و دیزلی در همین بازه زمانی افت و کاهش بسیار بیشتری را تجربه خواهند کرد. آنها در این گزارش پیش‌بینی کرده‌اند که میزان فروش خودروهای احتراق داخلی نظیر بنزینی و دیزلی در سال ۲۰۲۰ میلادی، ۲۳درصد کاهش خواهد یافت.

کالین مک کراچر، یکی از تحلیلگران ارشد BNEF، در این خصوص خاطرنشان کرده است: شیوع گسترده و بحران پاندمی کرونا بدون شک از بزرگ‌ترین دلایل رکود در بازارهای جهانی فروش خودرو در سال ۲۰۲۰ میلادی به شمار می‌رود.

وی در ادامه سخنان خود افزود: با اینکه به نظر می‌رسد پاندمی کرونا تاثیرات بسیار بلندمدتی بر بازارهای جهانی نداشته باشد، اما انتظار می‌رود که بازار فروش خودرو در سه سال آینده همچنان متلاطم و متزلزل خواهد بود.

تحلیلگران این‌موسسه همچنین در ادامه گزارش خود از چشم‌انداز روشن خودروهای الکتریکی پاک و دوستدار محیط زیست سخن گفته و برآورد کرده‌اند که میزان فروش این وسایل نقلیه تا سال ۲۰۴۰ میلادی ۳۱درصد رشد خواهد یافت و سهم آنها نیز تا این تاریخ به ۵۸درصد از فروش کل خودروهای سواری خواهد رسید. این در حالی است که استقبال از خودروهای بنزینی و دیزلی رو به کاهش خواهد رفت؛ به گونه‌ای که اوج فروش آنها در سال ۲۰۱۷ میلادی بوده است.

براساس گزارش روتترز، میزان فروش خودروهای الکتریکی در سال جاری میلادی ۱٫۷ میلیون دستگاه پیش‌بینی شده است که قرار است به ۷میلیون دستگاهی که هم‌اکنون در سطح شهر و کشورهای مختلف در حال استفاده و تردد است، اضافه شود.

توقف تولید ۴۰۵ از اواخر خرداد

حذف ستادهای ترخیص خودرو در آینده نزدیک

رئیس پلیس راهور ناجا از حذف ستادهای ترخیص خودرو در آینده نزدیک خبر داد. به گزارش پایگاه خبری «عصر خودرو» به نقل از ایسنا، سردار سپیدکمال هادیانفر در نشست خبری صبح روز گذشته خود که در شهرک آزمایش برگزار شد با تشریح اولویت‌های پلیس در سال ۹۹گفت: یکی از اولویت‌های پلیس راهور هوشمندسازی است که در همین راستا تلاش شده تا به زودی امکان شماره‌گذاری، رسیدگی به اعتراضات و ترخیص خودرو در بستر شبکه ملی اطلاعات انجام شود. وی اضافه کرد: به این ترتیب رفته رفته ستادهای ترخیص جمع خواهد شد.

توقف تولید ۴۰۵ از اواخر خرداد

هادیانفر در مورد توقف تولید سواری پژو ۴۰۵ نیز گفت: با توجه به تعهدات خودروساز، تولید پژو ۴۰۵ نیز از اواخر خردادماه متوقف خواهد شد.

ترخیص تقسیطی خودرو در سال جدید اجرا نمی‌شود



ترافیکی یعنی رانندگان، سرنشینان خودرو و عابران پیاده را می‌طلبد. رئیس پلیس راهور ناجا ادامه داد: توسعه و تحول سیستمی و هوشمندسازی پلیس راهور از جمله موارد مدنظر است که امیدواریم در نیمه اول امسال بخش اعظمی از آن محقق شود.

وی تصریح کرد: از جمله این خدمات رسیدگی به اعتراضات و شماره‌گذاری است که تمامی این برنامه‌ها در بستر شبکه ملی اطلاعات انجام می‌شود؛ همچنین ترخیص الکترونیکی خودرو که تلاش داریم رفته رفته ستاد ترخیص را جمع کنیم.

سردار هادیانفر اعلام کرد: ۱۲۶ هزار و ۶۰۰ نفر از ۴۴ میلیون دارنده گواهینامه در کشور دارای نمره منفی هستند. ۶۹ نفر برای بار اول در آستانه توقیف سه ماهه گواهینامه، ۵۷۷۰ نفر در مرحله دوم در آستانه توقیف شش ماهه گواهینامه قرار داشته و ۱۲ هزار نفر نیز در آستانه ابطال گواهینامه هستند که بعد از یکسال می‌توانند دوباره با گذراندن دوره آموزشی گواهینامه بگیرند.

وی افزود: در سال ۹۶ و ۹۷افزایش تصادفات را داشتیم. در سال گذشته قبل از ورود کرونا موفق شدیم رشد تصادفات را متوقف کنیم

خرید و فروش خودرو به صفر رسید

پراید روی کاغذ ۶۵ میلیون تومان است

شده و فروشندگان واهمه فروش کمتر از میزان مصوب را دارند. همین مسئله موجب انتظار مردم برای اعلام قیمت‌ها شده و خرید و فروش در بازار به صفر رسیده است. مومنی با بیان اینکه شورای رقابت و سازمان حمایت از تولیدکننده و مصرف‌کننده در اعلام قیمت‌ها تعلل می‌کنند، گفت: قرار بود که ۲۵ اردیبهشت قیمت‌ها توسط این دو نهاد اعلام شود که متأسفانه به شنبه موکول شد و تا این زمان نیز قیمت‌ها اعلام نشده است. وی تاکید کرد: تا زمانی که شورای رقابت و سازمان حمایت از تولیدکننده و مصرف‌کننده قیمت‌ها را اعلام نکند مردم در سردرگمی به سر خواهند برد.

مومنی افزود: بر همین اساس پراید ۶۵میلیون تومان، پژو ۱۰۹ تا

رئیس پلیس راهور ناجا گفت طرح ترخیص وسایل نقلیه به صورت تقسیط جرایم از ابتدای اردیبهشت متوقف شده و در سال جاری اجرا نخواهد شد.

به گزارش خبرنگار انتظامی خبرگزاری فارس، سردار سید کمال هادیانفر رئیس پلیس راهور ناجا در نشست خبری با اصحاب رسانه پیرامون اقدامات و عملکرد پلیس راهور، تصادفات و خدمات در دو ماهه سال جاری و برنامه‌های پیش رو سخن گفت.

سردار هادیانفر اظهار داشت: بحث مدیریت ترافیک، تسهیل و ایمنی در تردد و ارائه خدمات ترافیکی از جمله برنامه‌های اصلی پلیس راهور است.

رئیس پلیس راهور ناجا تصریح کرد: جدی‌ترین برنامه پلیس راهور کاهش سوانح و تصادفات با رویکرد کاهش جانباختگان است.

وی افزود: دومین برنامه توسعه انضباط و نظم در عبور و مرور ترافیک است که ساماندهی موتورسیکلت‌سواران از آن جمله است.

سردار هادیانفر تصریح کرد: توسعه و به‌پسود و ارتقای رفتار فردی و اجتماعی ترافیکی موضوع مهم دیگری است که همکاری کاربران

رئیس اتحادیه نمایندگانداران گفت درحال حاضر معاملات در بازار به صفر رسیده است و مردم منتظر اعلام قیمت‌ها هستند.

سعید مومنی در گفت‌وگو با ایلنا با بیان اینکه بازار خودرو در حال حاضر وضعیت بسیار آramی را تجربه می‌کند، گفت: تعلل شرکت‌های خودروساز از ارائه قیمت‌ها موجب رکود در بازار خودرو و انتظار برای اعلام قیمت‌ها شده است. زیرا بنابر مصوبات اعلام شده قیمت خودرو در بازار باید ۱۰درصد بیش از قیمت اعلام‌شده شرکت‌های خودروساز باشد.

وی ادامه داد: بر همین اساس در حال حاضر هیچ‌گونه خریدوفروشی در بازار وجود ندارد، چراکه خریداران واهمه خرید بیش از قیمت اعلام

مقصر افزایش قیمت‌ها در بازار خودرو کیست؟

مدیرکل سازمان تعزیرات حکومتی تهران معتقد است که دلالتان در بالا بردن قیمت خودرو نقشی ندارند و حضور دلال در حوزه خودرو بی‌معناست.

به گزارش اقتصادآنلاین به نقل از رادیو گفت و گو، محمدعلی اسفغانی با برنامہ «گفت و گوی اقتصادی» درباره دلالتی در اقتصاد ایران و نظام اقتصادی دلال‌پرور گفت‌وگوی تلفنی کرد.

اسفغانی در آغاز اظهار کرد: دلالتی بحث بسیار مهمی در قانون «تجارت» است که متأسفانه در سیستم اقتصادی ایران و حتی گاهی در سیستم‌های دیگر رنگ عوض کرده و از معنای اصلی خود خارج شده است.

وقتی اصطلاح دلالتی را می‌شنویم بیشتر بار منفی آن به ذهن متبادر می‌شود تا بار مثبت درحالی که آنچه که قانون «تجارت» از دلالتی می‌گوید جایگاه وسیع و مهم اقتصادی است که در همه کشورهای دنیا وجود دارد و بسیار نقش آفرین است.

مدیرکل سازمان تعزیرات حکومتی تهران با اشاره به تعریف قانون «تجارت»



فناوران روزانه ۲۰۰ تن مواد ضدعفونی کننده نانو تولید می کنند

دبیر ستاد توسعه فناوری نانو معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری از تولید روزانه ۲۰۰ تن مواد ضدعفونی کننده نانویی در کشور خبر داد که اثرگذاری و ماندگاری به مراتب بالاتری دارند. در بحران کرونا محصولات فناورانه برای پیشگیری و مقابله با این بیماری یکی از موضوعات مهم برای هر کشوری محسوب شد. در این میان فناوری نانو با ویژگی های خاصی که به محصولات می دهد مورد توجه بیشتری قرار داشت و محصولات متأثر از فناوری نانو که در کشور تولید می شود در بحران کرونا به کار آمد. سعید سرکار، دبیر ستاد توسعه فناوری نانو معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری درباره این محصولات گفت: در حوزه کرونا محصولات متأثر از فناوری نانو به موقع وارد عمل شدند، چند شرکت در تولید مدل های گوناگون ماسک در حال فعالیت هستند و نیاز کشور به این محصول را رفع می کنند.



دریچه

۶۲ چالش صنعت لاستیک توسط فناوران رفع می شود

وی در ادامه با اشاره به اینکه بیش از ۶۰ چالش توسط مجموعه صنعتی بارز در این فراخوان در نظر گرفته شده است، بیان کرد: از امروز با رونمایی از سامانه برای رفع این چالش ها فناوران می توانند طرح های خود را ارسال کنند و در سال جاری ۳۰ چالش انتخاب و حمایت می شوند. سقف حمایت ها نیز میان ۳۶ تا ۶۰ میلیون تومان است، پس این اقدام راهی برای ارتباط مستقیم پژوهشگران و برخورد با مسائل صنعت است. نقش صندوق نیز ایجاد فضای مشترک میان این دو و پس از آن فضای رقابتی تعیین کننده ادامه ارتباط پژوهشی است.

در ادامه علی اکبر مشرفی مدیرعامل گروه صنعتی بارز گفت: این فراخوان شروعی برای ایجاد یک فرصت است تا از ظرفیت های نیروی انسانی بهره مناسی برده شود. در همین راستا برای رفع چالش های گروه صنعتی بارز به نیروی انسانی و دانش داخلی اتکا کردیم. قطعاً اثرات این اقدام در سال های آینده مشخص می شود. وی در ادامه گفت: در مجموعه بارز با چالش های گوناگونی روبه رو هستیم که با تشدید تحریم ها شدت گرفت و این فراخوان برای رفع آنها گامی موثر است. پس با این اقدام در سال آینده حداقل ۵۰ تا ۶۰ درصد چالش ها با کمک دانشجویان پسادکتررا رفع می شود.

شتاب به فعالیت ها

همچنین در این مراسم تفاهم نامه همکاری برای پشتیبانی از پژوهشگران دوره پسادکترامیان ایمان افتخاری رئیس صندوق حمایت از پژوهشگران و فناوران معاونت علمی و علی اکبر مشرفی مدیرعامل مجموعه صنعتی بارز امضا شد. بهره گیری از توانمندی های دانش آموختگان برتر مقطع دکتری تخصصی برای حل مسائل صنعت تابر، حمایت از توسعه پژوهش های علمی اولویت دار و تقاضامحور با همکاری دانش آموختگان برتر مقطع دکتری تخصصی، بسترسازی برای گسترش چرخه علم و فناوری و زیرساخت های انسانی پژوهش در کشور و هم افزایی ظرفیت های گروه بارز و صندوق برای توسعه حمایت از کارآفرینی و مهارت افزایی دانش آموختگان برتر مقطع دکتری تخصصی از اهداف این تفاهم نامه است. در ادامه نیز سامانه مدیریت پژوهش (کاپیر) توسط ایمان افتخاری و علی اکبر مشرفی رونمایی شد.

ایمپلنت های تیتانیومی ایران ساخت در بدن بیماران کاشته شد

سفارشی (Custom Made) براساس نیاز بیمار و به سفارش متخصص مربوطه را در اولویت کاری خود قرار داد و با همکاری متخصصان جراحی مغز و اعصاب و فک و صورت و رادبولولوژیست ها این پروژه خود را به اتمام رساند.

وی ادامه داد: اگرچه در شروع طراحی ایمپلنت ها براساس بروزترین برندهای دنیا صورت گرفت ولی با توجه به تجربه بالای متخصصان جراح ایرانی و تکنسین های اتاق عمل و همکاری آنها با بخش R&D و تعامل با کادر تولید، در حال حاضر شرکت، تولیداتی با طراحی های خاص و منحصر به فرد دارد.

محصولات تولیدی این شرکت با استفاده از بهترین مواد اولیه موجود در بازار جهانی زیر نظر وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی با کیفیت بالا ساخته می شود و نه تنها قابل رقابت با محصولات خارجی است بلکه یک دوم قیمت نسبت به محصولات اروپایی و آمریکایی در داخل کشور به مراکز دانشگاهی و درمانی ارائه می شود. این فعال دانش بنیانی معتقد است که این کار می تواند کشور را از واردات پلاک های استخوانی بی نیاز کند. علاوه بر این ایمن ایجاز با اشتغال زایی برای ۴۵ نفر با تحصیلات لیسانس، فوق لیسانس و دکترا به بهبود وضع اقتصادی کشور نیز کمک کرده است.

این محصولات با برند ایرانی به کشور آلمان، عراق، افغانستان و ارمنستان صادر می شود.

سامانه نخستین فراخوان حمایت از طرح های پسادکترای فناورانه با حضور ایمان افتخاری رئیس صندوق حمایت از پژوهشگران و فناوران معاونت علمی و علی اکبر مشرفی مدیرعامل گروه صنعتی بارز رونمایی شد.

مدیربست پژوهش (کاپیر) عنوان این سامانه است که ۶۲ چالش پیشروی مجموعه صنعتی بارز در آن تعریف شده است و پژوهشگران و فناوران با مراجعه به این سامانه می توانند طرح ها و ایده های خود را ارائه کنند و از حمایت صندوق و مجموعه صنعتی بارز برخوردار می شوند.

ایمان افتخاری رئیس صندوق حمایت از پژوهشگران و فناوران معاونت علمی در این مراسم گفت: حمایت از طرح های پسادکترای فناورانه یکی از برنامه هایی است که در سال گذشته توسط صندوق به صورت جدی پیگیری شد تا فارغ التحصیلان و دانشجویان رشته دکترا برای رفع نیازهای پژوهشی کشور کمک کنند.

وی ادامه داد: از یک سو در کشور ارتباط بین صنعت و دانشگاه همواره یکی از موضوعات مهم بوده است. از سوی دیگر نیروی انسانی جوان و خلاق با توانایی بالای پژوهشی در یکی از ظرفیت های کشور است که شاید فضای پیش روی آنها برای تحقیقات آینده ایده آل نباشد. پس این برنامه یک فرصت برای استفاده از این توانمندی ها است.

افتخاری همچنین افزود: در فراخوانی که امروز از سامانه آن رونمایی شد با همکاری گروه صنعتی بارز چالش های پیش روی این گروه تعریف شده است و ارتباط و تعامل مناسبی میان دانشگاه و صنعت ایجاد و زبان مشترکی میان این دو گروه تعیین می شود. مجموعه صنعتی بارز پس از شنکلیگری تعامل با صندوق قدم های موثری برداشت.

حمایت از ۲۵۰ فارغ التحصیل دکترا

رئیس صندوق حمایت از پژوهشگران و فناوران معاونت علمی با بیان اینکه برنامه پسادکتررا توسعه داده شده است، افزود: سال گذشته ۲۵۰ فارغ التحصیل دکترا به طور کلی از برنامه پسادکتررا استفاده کردند و سقف پرداخت ها نیز به طور قابل ملاحظه ای افزایش یافت البته از نظر کیفی نیز شاهد تغییرات چشمگیری در این حوزه بودیم.

ایمپلنت های تیتانیومی ایران ساخت در بدن بیماران کاشته شد

چند سال است که ایمپلنت های تیتانیومی ساخت کشور به درمان بیماران کمک می کند. کاشتنی هایی گران قیمت که در ناحیه فک، صورت، جمجمه و ستون فقرات به کار می آیند. این کار با هدف خودکفایی و اشتغال زایی در کشور انجام شد.

شرکت دانش بنیان ایمن ایجاز سال ۷۵ با فعالیت در حوزه تعمیر انواع ابزار آلات اتاق عمل و دستگاه های تجهیزات پزشکی فعالیت خود را آغاز کرد و طی چند سال توانست به یکی از طراحان و سازندگان انواع ابزارآلات جراحی و دستگاه های پزشکی تبدیل شود.

سال ۸۸ هم با بالا رفتن توانمندی های داخلی شرکت، اقدام به تولید ایمپلنت های تیتانیومی فک و صورت و جمجمه کردند. به گفته خسرو محمدمو مدیرعامل این شرکت دانش بنیان، ساخت ایمپلنت های تیتانیومی فک و صورت و جمجمه با وجود مشکلات زیاد غیرممکن بود اما با تلاش و پشتکار مجموعه و با هدف خودکفایی و اشتغال زایی این پروژه با انتقال تکنولوژی روز دنیا از کشورهای سوئیس و آلمان با موفقیت به انجام رسید. سال ۹۵ این شرکت دانش بنیانی براساس نیاز جامعه به حوزه تولید کاشتنی های ارتوپدی و ستون فقرات ورود کرد و با به کارگیری نیروهای متخصص در بخش تحقیق و توسعه و نیروهای تحصیلکرده و جوان در واحد تولید و به کارگیری ماشین آلات روز دنیا این مهم را نیز به انجام رساند.

آن طور که محمدمو می گوید: در مرحله بعد این مجموعه ساخت ایمپلنت های

کسپو



مایکروسافت: درباره دنیای متن

مایکروسافت که امروزه به شکلی گسترده از مقوله متن باز حمایت می کند، سال ها پیش پلتفرم لینوکس را «سرطان» خطاب کرده بود. ردموندی ها اخیرا به اشتباه خود در آن دوران اعتراف کرده اند.

به گزارش زومیت، مایکروسافت به تازگی غلط بودن دیدگاه های اولیه اش درباره دنیای متن باز (Open Source) را پذیرفته است. این شرکت سال های متمادی و در دورانی که بر بازار رایانه های دستکتاب به شدت تسلط داشت، در حال مبارزه جدی با دنیای متن باز و البته پلتفرم لینوکس بود. استیو بالمر، مدیرعامل پیشسین مایکروسافت، در سال ۲۰۰۱ لینوکس را به سرطان تشبیه کرده بود. بالمر در نقل قولی معروف اعلام کرد: «لینوکس سرطانی است که خودش را به هر چه لمس کند می چسباند؛ به گونه ای که انگار مالکیت معنوی آن را در اختیار دارد.»

برد اسمیت، مدیر و نماینده قانونی مایکروسافت، به تازگی گفته است این شرکت سال ها قبل دیدگاهی اشتباه درباره دنیای متن باز داشته است. ناگفته نماند اسمیت حدودا ۲۵ سال است که در شرکت مایکروسافت فعالیت می کند و از او به عنوان یکی از مدیران ارشدی یاد می شود که از مبارزه مایکروسافت با دنیای متن باز حمایت می کرد. اسمیت حین برگزاری یکی از رویدادهای وابسته به دانشگاه MIT گفته است:

برای توسعه زیست فناوری دریا همه ظرفیت های علمی کشور به میدان می آیند

بهره گرفتن از همه ظرفیت های علمی و تجربی کشور برای توسعه

زیست فناوری دریا یک اولویت کاری در سال جاری ستاد توسعه

زیست فناوری معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری است. این کار

به هم افزایی و استفاده از همه پتانسیل های

موجود در کشور برای رونق دادن به

زیست فناوری دریا به عنوان یکی از صنایع

مهم و کاربردی کمک می کند.

روند پیشرفت زیست فناوری دریا در ایران

با کمک دانش بنیان ها و شتاب دهنده ها

سرعت گرفته است. حرکتی که با هدف

ایجاد بستر لازم برای بهره روری اقتصادی

از محصولات زیست فناوری دریا آغاز شده

و به ارتقای دانش و توسعه فرهنگ این

حوزه علمی برای کسب ثروت و رفاه عمومی

می انجامد.

به گفته محمد پور کاظمی رئیس کار گروه

زیست فناوری دریای ستاد توسعه زیست فناوری معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، توسعه این صنعت دریایی در کشور با حمایت از برنامه ها و اولویت های زیست فناوری دریا در کشور و حمایت از شرکت های

دانش بنیان این حوزه پیگیری می شود.

«تدوین نقشه راه توسعه حوزه زیست فناوری دریا»، «ظرفیت سنجی

و اولویت بندی موجودات دریازی پتانسیل دار در این عرصه علمی» و

«تهیه بسته های حمایتی و تشویقی برای

راه اندازی کسب و کارهای جدید در این

حوزه» از جمله اولویت های تعیین شده

برای توسعه زیست فناوری دریا در کشور

است.

آنطور که رئیس کار گروه زیست فناوری

دریای ستاد توسعه زیست فناوری معاونت

علمی و فناوری ریاست جمهوری،

می گوید: «حمایت و تشویق بخش

خصوصی و شرکت های دانش بنیان برای

ورود ترکیبات زیست فناوریانه دریایی به

بازار»، «استفاده از ترکیبات زیست فناوریانه

دریایی در صنایع و ظرفیت سنجی نیاز

کشور به محصولات زیست فناوریانه دریایی در صنایع دارویی، غذایی،

پزشکی و انرژی» از جمله اقدامات در نظر گرفته شده در این کار گروه در

سال جاری است.



آموزش در حوزه مالکیت فکری رونق گرفت؛ برگزاری کارگاه هنر مطالعه پتنت

کانون پتنت معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری در راستای ترویج و فرهنگ‌سازی در حوزه مالکیت فکری و اهمیت آن کارگاه‌های آموزشی را برگزار می‌کند تا شرکت‌کنندگان در این کارگاه‌ها ایده‌های فناورانه بیشتری در مورد یک فناوری کسب کنند. «هنر مطالعه پتنت» عنوان کارگاهی است که ۲۲ خرداد ماه سال جاری برگزار می‌شود. استاد پتنت حاوی اطلاعات ارزشمند تکنیکی و راهبردی است که اطلاعات مناسبی برای رفع مشکلات فناورانه یا تولید و ارتقای محصولات با کاربرد صنعتی دارند. این اطلاعات به پژوهشگران کمک می‌کند تا دانش خود را گسترش دهند. پس چگونگی مطالعه یک پتنت اهمیت زیادی دارد که در این کارگاه این مسئله آموزش داده می‌شود.



یادداشت

پرورش خلاقیت

محمد شهبا - عضو هیات علمی دانشکده سینما و تئاتر، دانشگاه هنر

توانایی‌های فردی خود می‌تواند خلاقیت خود را تقویت کند و آن را گسترش دهد. یکی از عوامل مؤثر در خلاقیت، دقت در درک مسائل است. بنابراین، با افزایش دقت در درک مسائل، خلاقیت نیز افزایش می‌یابد. زیرا گفتیم که خلاقیت به یکی از حیطه‌های علوم شناختی (حل مسئله) ارتباط دارد. یکی دیگر از عوامل مؤثر در خلاقیت، تجربه ورزشی، کنجکاوی و آزمایش است. با ارتقای سه مولفه «تصمیم‌گیری» و «حل مسئله» می‌توان خلاقیت را افزایش داد. تخیل رابطه مستقیمی با خلاقیت دارد. زیرا انسان با تخیل می‌تواند هر چیزی را در ذهن خود تصور کند، خواه آن چیز در جهان واقع وجود داشته باشد یا وجود نداشته باشد. برخی روانشناسان معتقدند خلاقیت نوعی تخیل است که به ابداع، اختراع و نوآوری منجر می‌شود. براساس این دیدگاه، پرورش تخیل می‌تواند به افزایش خلاقیت بینجامد. اعتماد به نفس نیز در خلاقیت نقش دارد. با استفاده از توصیه‌های روانشناسان شناختی در مورد افزایش اعتماد به نفس می‌توان خلاقیت را افزایش و پرورش داد. برخی یکی از راه‌های افزایش خلاقیت را بیان احساسات شخصی دانسته‌اند. به این معنا که از طریق گفتگو درباره تجربیات، برداشت‌ها و دریافت‌های شخصی، می‌توان خلاقیت را افزایش و پرورش داد. بیان احساسات از طریق زبان کلامی و زبان بدن، از حیطه‌های علوم شناختی به طور عام و زبان‌شناسی شناختی به طور خاص است. برخی از روانشناسان اوج خلاقیت را تا سن ۳۰ سالگی امکانپذیر می‌دانند و معتقدند در سنین بالاتر، افزایش خلاقیت متوقف می‌شود یا به تدریج کاهش می‌یابد. از دید این عده، باید به خلاقیت‌های ذهنی دوران کودکی تا جوانی اهمیت داد.

منبع: isti.ir

خلاقیت از مفاهیم و اصطلاحاتی است که بر سر تعریف دقیق آن توافق وجود ندارد. بخشی از این گستردگی تعاریف را می‌توان ناشی از ماهیت پیچیده خلاقیت و حیطه‌های متنوع آن دانست. برای نمونه، اختراع برق توسط ادیسون و اختراع تلغن توسط گراهام بل یعنی اختراع دو محصول تازه جزو مصادیق خلاقیت است. از سوی دیگر، پیشرفت‌ها و دستاوردهای پزشکی، آثار هنری شامل نقاشی و موسیقی و نمایش و فیلم و دیگر هنرها و حتی اصول و قوانین علمی نیز در زمره تولیدات خلاق قرار می‌گیرند. همین تنوع و گستردگی در عرصه‌ها و نمونه‌های خلاقیت موجب شده تا تعاریف متعددی از آن ارائه شود. اما از دیدگاه علوم شناختی، هشت نوع اثر خلاق وجود دارند که از نظر کیفیت، کمیت، میزان اثرگذاری، و نوع تحلیل و استدلال آن با هم تفاوت دارند. مهمترین نکات مشترک در آثار خلاق عبارت است از: انگیزش قوی یا لذت بردن از فرآیند خلاق، باور به ارزش کار خلاق، انتخاب دقیق مسائل، فرآیندهای تفکر، خطرپذیری، دانش و خبرگی، پایبندی به تلاش خلاق و البته وجود زمینه‌های تاریخی مناسب. آشکار است که هم هشت نوع اثر خلاق و هم عوامل دخیل در خلاقیت، از زمینه‌های جالب پژوهش در علوم شناختی است، به ویژه این بحث که چگونه می‌توان با استفاده از علوم شناختی به تقویت یا پرورش خلاقیت یاری رسانید. علوم شناختی می‌تواند در تقویت خلاقیت نقش مهمی ایفا کند. به عقیده بسیاری از پژوهشگران خلاقیت، مهمترین راه‌های پرورش و تقویت خلاقیت به قرار زیر است. با اندکی توجه می‌توان دریافت که بیشتر این راه‌ها جزو حیطه‌های مطالعاتی علوم شناختی است.

خلاقیت، امری است فردی و شخصی. بنابراین، هر فرد با توجه به

در راستای گسترش همکاری بین دانشمندان جهان اسلام

هفتمین نشست تبادل تجربیات علم و فناوری در کشورهای اسلامی آغاز به کار کرد

چراغعلی افزود: این روش، روشی جدید نیست و در درمان بیماری‌های دیگر نیز به ویژه در درمان بیماری‌های عفونی حتی در دوره آنفلوآنزای اسپانیا در قرن بیستم و آنفلوآنزای اچ‌اچ‌اچ ۱ و ۱ و مرس و سارس نیز استفاده شده است. رئیس دانشکده داروسازی دانشگاه علوم پزشکی بقیه‌الله ادامه داد: آنتی‌بادی‌های موجود در پلاسما به افراد بیمار تزریق شده و می‌تواند بیمار را به ویژه در مراحل اولیه بیماری درمان کند.

وی با اشاره به انتشار مقالات علمی منتشر شده در مورد درمان بیماری‌های عفونی با استفاده از پلاسما گفت: پلاسمای افراد بهبودیافته مزیت خوبی دارد؛ زیرا اگر بخواهیم دارو یا واکسنی برای بیماری‌های نوپدید تولید کنیم زمان زیادی می‌برد، ولی پلاسمای افراد بهبودیافته را در اختیار داریم و می‌توانیم به سرعت از آن در درمان بیماران استفاده کنیم و از نظر هزینه به‌صرفه است. در این دوره از نشست استپ کارشناسان ایرانی بیماری‌های عفونی و اساتید دانشگاه و متخصصان همراه با دانشمندان از کشورهای هند، ترکیه، ژاپن، چین، اندونزی، مالزی و آذربایجان تجربیات خود را در درمان این بیماری به اطلاع یکدیگر می‌رسانند.

تاکنون مراکز مختلفی در جهان اسلام شامل دانشگاه‌های ایران سه دوره، دانشگاه پوترای مالزی (دوره دوم)، دانشگاه سلطان قابوس عمان (دوره چهارم) و دانشگاه کراچی پاکستان (دوره پنجم) میزبان نشست‌های استپ بوده‌اند. در این نشست که با موضوع تبادل تجربیات در حل چالش بیماری کرونا برگزار شد، دوازده نفر از اعضای هیات علمی، دانشجویان، شرکت‌های دانش‌پسند و صنایع کشور ارائه می‌دهند.

هفتمین نشست برنامه تبادل تجربیات علم و فناوری در کشورهای اسلامی با عنوان استپ آغاز به کار کرد. نخستین روز نشست استپ به نام تبادل تجربیات و مشاهدات نیروی درمان در کشورهای اسلامی، با محوریت همه‌گیری ویروس کووید ۱۹ میزبان مقالات و سخنرانی‌های علمی شماری از پژوهشگران و پزشکان بود.

به گزارش مرکز ارتباطات و اطلاع‌رسانی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، در آغاز این همایش بزرگ علمی در جهان اسلام، با توجه به محور اصلی آن که شیوع ویروس کرونا بود، سخنرانان در این باره، نقطه نظرات خود را با حضار در میان گذاشتند.

تبادل تجربیات دانشمندان جهان اسلام در حوزه بیماری کرونا
رسول دیناورنده، رئیس هفتمین نشست استپ و عضو هیات مدیره بنیاد مصطفی (ص) در سخنان خود با اشاره به تاریخچه شکلگیری این رویداد، اظهار کرد: امروز در این نشست ۱۲ ارائه از کشورهای مختلف مانند چین، پاکستان، عراق، آذربایجان و بنگلادش، عرضه خواهد شد.

در ادامه عبدالمجید چراغعلی، رئیس دانشکده داروسازی دانشگاه علوم پزشکی بقیه‌الله (عج) در اولین ارائه هفتمین نشست استپ با موضوع درمان بیماران کرونا با استفاده از پلاسمای افراد بهبودیافته گفت: این ویروس چالش جهانی برای مردم پدید آورد و نیروهای درمان را با توجه به نبود داروی مشخص برای درمان آن و واکسن درگیر کرد. همه دانشمندان تلاش خود را برای یافتن بهترین درمان انجام دادند و یکی از آنها درمان با پلاسمای افراد بهبودیافته بود.

اعضای جدید شبکه آزمایشگاهی ۲۰ درصد تخفیف بهارانه می‌گیرند

درمانی کشور می‌شود. «بهار امسال هم این اعضای جدید می‌توانند از ۲۰ درصد تخفیف بهارانه خدمات آزمایشگاهی استفاده کنند؛ تخفیفاتی که فرصت خوبی برای توسعه خدمات آزمایشگاهی است. این تخفیفات شامل ۱۰ میلیون ریال اعتبار ویژه سه ماه اول سال ۹۹ می‌شود.»

شبکه آزمایشگاهی فناوری‌های راهبردی، پلتفرم به اشتراک‌گذاری دستگاه‌ها و ارائه خدمات آزمایشگاهی و حمایت از توسعه کمی و بهبود کیفی خدمات آزمایشگاهی در کشور است. باشگاه مشتریان شبکه آزمایشگاهی فناوری‌های راهبردی نیز برای تسهیل در دریافت خدمات ایجاد شده است و تخفیف‌های متنوعی را به اعضای هیات علمی، دانشجویان، شرکت‌های دانش‌بنیان و صنایع کشور ارائه می‌دهد.



بهار امسال با تخفیفات مختلفی برای مخاطبان شبکه آزمایشگاهی همراه بود؛ بهاری که در کنار شرایط سخت بیماری کرونا، برای اعضای جدید شبکه آزمایشگاهی فناوری‌های راهبردی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری تخفیفات ویژه‌ای به همراه داشت. به گفته اسدی‌فرد، «شاید این تخفیفات کمک خوبی برای استفاده‌کنندگان از خدمات آزمایشگاهی برای جبران ضررهای احتمالی در این شرایط باشد.»

رضا اسدی‌فرد، مدیر شبکه آزمایشگاهی فناوری‌های راهبردی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری با بیان این مطلب، می‌گوید: اعضای جدید باشگاه مشتریان از جمله مخاطبان و کاربران خدمات آزمایشگاهی در کشور هستند که هر سال با دریافت تخفیفات ویژه این شبکه می‌توانند کیفیت و کمیت خدمات خود را بهبود بخشند؛ خدماتی که عواید آن نصیب مردم و کادر



سازمان باز و لینوکس اشتباه می‌کردیم

نام زامارین خبر دادند؛ شرکتی فعال در حوزه ساخت اپلیکیشن برای پلتفرم‌های مختلف. مایکروسافت قصد دارد از دانش متخصصان زامارین برای بهبود بیشتر اپلیکیشن‌های موبایلی خود بهره بگیرد. مایکروسافت همچنین امروزه به‌عنوان مالک گیت‌هاب شناخته می‌شود. مایکروسافت که مدتی پیش ماژول امنیتی Integrity Policy Enforcement (موسوم به IPE) را برای لینوکس کرنل معرفی کرده بود، رسماً اعلام کرده است قصد دارد کرنل کامل لینوکس را برای ویندوز ۱۰ در دسترس قرار دهد. اضافه‌شدن کرنل کامل لینوکس به ویندوز ۱۰ از طریق به‌روزرسانی جدیدی رخ خواهد داد که انتشار آن برای اواخر ماه جاری میلادی تعیین شده است. از دیگر اقدامات مایکروسافت در زمینه بهره‌گیری بیشتر از دنیای متن‌باز می‌توانیم به استفاده این شرکت از موتور کرومیوم برای ساخت نسخه جدید مرورگر اج اشاره کنیم. ردموندی‌ها افزون‌ترین از همکاری با جوامع متن‌باز به‌منظور ساخت پاورتویز (PowerToys) برای ویندوز ۱۰ خبر داده‌اند. نسخه اولیه پاورتویز مایکروسافت برای ویندوز ۱۰ از سپتامبر سال گذشته در دسترس قرار گرفته است. مدیران مایکروسافت در چند وقت اخیر نشان داده‌اند علاقه‌ای روزافزون به دنیای متن‌باز دارند. این موضوع احتمالاً به این معناست که در آینده شاهد سرویس‌های متن‌باز بیشتر مایکروسافت، به‌ویژه برای سیستم‌عامل ویندوز خواهیم بود.

ممتولد شد، مایکروسافت دیدگاهی منسوخ را درباره شخص خود بیان کنم ادرواقع در متن‌باز اشتباه بود. خبر خوشحال‌کننده این باشد، یاد می‌گیرید باید تغییر کنید. نشان می‌دهد این شرکت ردموندی برخی ست. درواقع، آنان از روزهایی که لینوکس ادی به‌خود دیده‌اند. امروزه از مایکروسافت در پروژه‌های مربوط به دنیای متن‌باز یاد بینه عملکردی بسیار بهتری از شرکت‌های می‌... دارد.

ده است رفته‌رفته بیش از پیش پلتفرم‌های امات این شرکت می‌توانیم به متن‌باز کردن و اواسکرپیت نسخه پیشین مرورگر اج اشاره (کل ناشر اوپنتو) همکاری کرده است تا این ی‌ها همچنین مدتی پیش، از خرید شرکتی با

برج نوآوری مروارید خلیج فارس در بوشهر افتتاح می‌شود

برج نوآوری «مروارید خلیج فارس» با حضور معاون علمی و فناوری ریاست جمهوری، در بوشهر افتتاح می‌شود. این مرکز با زیربنای بالغ بر ۳۰۰۰ مترمربع در محل پردیس ساحلی دانشگاه خلیج فارس قرار دارد.

به گزارش مرکز ارتباطات و اطلاع‌رسانی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، برج «نوآوری مروارید خلیج فارس» در استان بوشهر با حمایت معاونت علمی و فناوری و با اعتباری بالغ بر ۱۵ میلیارد تومان تأسیس شده است. این مرکز، قرار است میزبان شرکت‌های دانش‌بنیان فناور و زیست‌بوم اقتصاد دانش‌بنیان نوآوری بازیگرانی تاثیرگذار در حوزه اکوسیستم نوآوری و کارآفرینی هستند که مفهوم نوینی را از هم‌افزایی برای فعالان زیست‌بوم نوآوری با خود به همراه آورده‌اند. کارخانه‌های نوآوری محل تجمع شرکت‌های نوپای دانش‌بنیان است و خدمات موردنیاز و مرتبط با آنها نیز به صورت متمرکز در کنار آنها عرضه می‌شود. پارک علم و فناوری استان بوشهر نیز با حضور سورا ستاری از ساختمان جدید



فناوری رئیس جمهوری، آغاز می‌شود. بازدید از شرکت‌های فعال در حوزه تولید محصولات مورد استفاده برای مقابله با شیوع ویروس کرونا نیز بخش دیگری از برنامه‌های کاری وی در سفر به جنوب کشور را دربر می‌گیرد.

کارگاه برندینگ

راز آرامش فوق العاده استیو جابز

به قلم: میندا زلتین کارافین
مترجم: امیر آل علی

اگر بخواهیم یکی از نکات شخصیتی جالب استیو جابز را نام ببریم، آرامش او گزینه کاملا شایسته‌ای خواهد بود، با این حال راز موفقیت او در این زمینه چه بوده است؟ در واقع موفقیت شغلی وی کاملا استرس‌زا محسوب شده و او با ایل دوران سختی را پشت سر گذاشته بود. با این حال به عقیده اطرافیان وی می‌توانست حتی در بدترین شرایط نیز آرامش خود را حفظ کند. اگرچه در این رابطه برخی از خصوصیت‌های اخلاقی نیز وجود دارد و نمی‌توان انتظار داشت که شما کاملا شبیه به او شوید، با این حال رعایت برخی از عادت‌ها می‌تواند در این زمینه کاملا سودمند باشد. در ادامه به بررسی سه مورد از آنها خواهیم پرداخت.

۱- استفاده از دمنوش قبل از خواب

استیو جابز پس از بیدار شدن به این بود، به گیاه‌خواری مطلق روی آورد. وی همواره قبل از ساعت هفت شام خود را صرف می‌کرد و پس از آن یک دمنوش گیاهی جزو برنامه‌های ثابت وی محسوب می‌شد. با این حال در این رابطه تنها به یک مورد خود را محدود نکرده و سعی وی بر این بود که تنوع خوبی را رعایت نماید. برای مثال به عقیده وی جای لیمو به هضم غذا و ایجاد آرامش فکری بیشتر برای یک خواب راحت کمک می‌کرد. این موضوع باعث می‌شد تا وی بتواند در زمان حضور کنتر خانواده خود، آرامش لازم را داشته باشد.

۲- پیاده‌روی

پیاده‌روی عادت مورد علاقه استیو جابز محسوب می‌شد. وی این اقدام را خصوصا در زمان‌هایی که با افکار مختلف مواجه بود و تحت فشار قرار داشت انجام می‌داد. وی حتی در سخنرانی‌های خود عادت داشت که به جای نشستن، قدم زده و موارد را برای افراد بیان نماید. نمونه آن را می‌توانید در تمامی معرفی‌های محصولات اپل توسط او مشاهده کنید. تحقیقات در این زمینه نیز نشان می‌دهد که پیاده‌روی کمترین آسیب را برای افراد به همراه داشته و به نوعی سالم‌ترین ورزش محسوب می‌شود. همچنین اگر این اقدام برای دوبار قبل خواب و پس از بیدار شدن انجام شود، بهترین حالت ممکن خواهد بود.

۳- مراقبه و گوش دادن به موسیقی

روانشناس‌ها بر این باور هستند که اگر فردی به صورت مداوم موسیقی گوش ندهد، سلامت روانی وی در معرض تهدید قرار خواهد گرفت. میزان اهمیت این موضوع به حدی زیاد است که برخی از موسیقی درمانی جهت بهبود انواع بیماری‌ها استفاده می‌کنند. میزان استرس در بین افرادی که به صورت مداوم به موسیقی گوش می‌دهند بسیار پایین بوده و این امر باعث می‌شود تا افراد سرعاً به آرامش برسند. همچنین وی به مدیتیشن ذهن اعتقاد ویژه‌ای داشت و از آن برای مراقبه استفاده می‌نمود. آقای جابز در یکی از سخنرانی‌های خود عنوان کرده است که تنها کافی است تا برای یک ماه، مدیتیشن را انجام دهید. پس از این مدت، این اقدام به عادت مورد علاقه شما تبدیل خواهد شد. منبع: inc.com

گام بلند گوگل برای حفظ امنیت کاربران در روزهای اوج کرونا

به قلم: کریستوفر کاربون روزنامه‌نگار
مترجم: امیر آل علی

اخبار پرامون گوگل حاکی از آن است که این شرکت تا به امروز صدها میلیون ایمیل کلاهبرداری کرونی را مسدود کرده است. در واقع با توجه به شرایط حال حاضر که قرنطینه خانگی باعث افزایش چشمگیر تعداد کاربران اینترنت شده و بیشتر توجهات به سمت این ویروس است؛ فرصتی ایده‌آل برای انواع کلاهبرداری‌ها شکل گرفته که مدیران گوگل با افزایش نظارت‌های خود، موفق به مهار این اتفاق شده‌اند. این امر در حالی است که بسیاری از برندهایی نظیر ZOOM در حفظ امنیت کاربران خود با مشکلات جدی مواجه شده و در یک بحران به سر می‌برند. نکته جالب دیگر این است که این شرکت رقابت را در شرایط حال حاضر کنار گذاشته و با ایل برای توسعه سیستم ردیابی و ویروس کرونا همکاری می‌کند. در واقع در حال حاضر این ویروس به هدف اصلی برای انجام کلاهبرداری‌هایی نظیر فیشینگ تبدیل شده است. به همین خاطر مدیران این شرکت در مصاحبه‌های خود عنوان کرده‌اند که مردم باید در این رابطه بسیار آگاه و محتاطانه عمل نمایند. به همین خاطر رفتارهای احساسی و تیرهای جنجالی نباید باعث شود تا سرعاً اقدامی را انجام دهید. جدیدترین آمارها در رابطه با تعداد کاربران جیمیل، حاکی از بیش از ۲ میلیارد کاربر است که یک رکورد جهانی محسوب می‌شود. در نهایت گوگل تنها به مبارزه با پیام‌های جعلی توجه نداشته و موارد معتبر را به سرعت انتشار می‌دهد. این امر باعث شده است تا به پایگاهی برای پیگیری اخبار موفق تبدیل شود. حال باید دید که گام بعدی این شرکت موفق برای حفظ تأثیرات مثبت خود در این شرایط سخت چه خواهد بود.

منبع: nypost.com

گام بلند فیس بوک برای تصاحب جایگاه برند زوم

به قلم: سالوادور رودریگز نویسنده حوزه تکنولوژی و بازاریابی
مترجم: امیر آل علی

برند زوم در زمان شیوع ویروس کرونا به سرعت در بین تمام جهات محبوب شد. در واقع این برند به عنوان محبوب‌ترین ابزار تماس ویدئویی و گروهی محسوب می‌شود، با این حال مشکلات شدید در برنامه خصوصاً در زمینه تأمین امنیت کاربران باعث شده است تا میزان اعتمادها به آن بسیار کم شده و بسیاری از برندهای مطرح نیز استفاده از آن را برای کارمندان خود ممنوع کنند. این شرایط باعث شده است تا فرصتی برای تصاحب جایگاه حال حاضر زوم مهیا شود. در این رابطه فیس بوک گام بلندی را برداشته و امکان تماس تصویری خود را به ۵۰ نفر برای مدت زمان نامحدود، افزایش داده است. نکته جالب این است که حتی می‌توان از افراد دیگر بدون نیاز به ثبت نام در این شبکه نیز برای افزایش شدن به تماس تصویری دعوت نمود. با توجه به این ویژگی بسیار کارآمد، پیش‌بینی‌ها حاکی از آن است که فیس بوک سرعاً به استقبال چشمگیر مواجه خواهد شد. در واقع برندی نظیر فیس بوک با سابقه فعالیت بسیار بالا، بدون شک فضایی امن‌تر برای کاربران محسوب می‌شود- با این حال باید دید که امکانات موجود در این برنامه تا چه حد قدرت رقابت با سایرین را خواهد داشت. در واقع در این زمینه شاهد تفاوت چشمگیری نبوده و ممکن است در گام بعد، فیس بوک به دنبال اضافه کردن ویژگی‌های منحصر به فردی باشد.

منبع: cnbc.com

تولید محتوای موفق با ۶ کلید طلایی



استفاده از تصویر حتی برای مقالات، یکی از راهکارهای مهم در جذب مخاطب باشد. تحت این شرایط شما باید به دنبال پیدا کردن عکاسی با مهارت برای همکاری باشید. با این حال تنها به یک روش خود را محدود نکرده و در این زمینه تحقیقات کاملی را داشته باشید. استفاده از مشاورهای تولید محتوا در این مرحله، یک انتخاب کاملا هوشمندانه خواهد بود. در نهایت فراموش نکنید که هر اقدام جدی را در معرض آزمایش قرار دهید تا نسبت به نتیجه بخش بودن آن اطمینان داشته باشید.

۵- زمان بندی را فراموش نکنید

حال باید نسبت به بهترین زمان اشتراک‌گذاری هر یک از محتواها تصمیم‌گیری نمایید. در این رابطه فراموش نکنید که برخی از موضوعات، در زمانی دیگر با استقبال بالایی همراه خواهد بود. برای مثال مطالب مرتبط با سفر، معمولاً در تابستان یا بالاترین بازخورد همراه خواهد بود. به همین خاطر لازم است تا یک نظم کاری برای خود ایجاد کرده و زمان درست کار بر روی هر موضوع را بیابید. نکته دیگری که باید به آن توجه داشته باشید ترندها هستند. در واقع این موارد یک محدوده زمانی داشته و شما فرصت چندانی را برای استفاده از آنها در اختیار ندارید. به همین خاطر ضروری است تا در زمینه زمان بندی، به شکلی کاملا حرفه‌ای و با دیدی همه جانبه رفتار نمایید. در این رابطه برخی از افراد به تقلید از زمان بندی برندهای مطرح در زمینه ارسال محتوا، می‌پردازند که برای شروع می‌تواند انتخاب کم‌ریسک‌تری باشد.

۶- فضاهای کار خود را انتخاب نمایید

در نهایت شما باید نسبت به فضاهای کار خود تصمیم‌گیری نموده و پس از این مرحله، شما آماده شروع فعالیت خود خواهید بود. نکته‌ای که باید به آن توجه داشته باشید این است که شما تنها به فضای اینترنت محدود نبوده و ممکن است تصمیم شما این باشد که در زمینه مطبوعات چاپی فعالیت نمایید. با این حال همواره این نکته را به خاطر داشته باشید که امکان همکاری با سایرین نیز وجود دارد. برای مثال استراتژی پست مهمان، یکی از موارد رایج محسوب می‌شود. این موضوع را نیز فراموش نکنید که زمانی نیاز است تا شما به جایگاه خود در جامعه دست پیدا کنید. به همین خاطر در رابطه با نتایج بیش از حد عجول نباشید.

منبع: business2community.com

۲- مخاطب خود را به خوبی بشناسید

با توجه به این امر که محتوا توسط جامعه هدف شما مشاهده خواهد شد، ضروری است تا به آنها توجه ویژه‌ای داشته باشید. در واقع اشتباه رایج بسیاری از برندها انتخاب سبک و موضوعاتی است که ابتدا سلیقه مخاطب نبوده و این امر باعث می‌شود که حتی در صورت عملکرد درخشان و تولید محتوایی ارزشمند، موفق به جلب نگاه مخاطب هدف خود نباشند. در این رابطه لازم است تا از جامعه‌شناس‌ها کمک گرفته و عملکرد افراد را در صفحات گوناگون مورد بررسی قرار دهید. در این رابطه تحلیل صفحات رقبای خود نیز اقدامی کاملا سودمند محسوب شده و کمک می‌کند تا به شناخت درستی از جامعه هدف خود دست پیدا کنید. در این رابطه مشورت گرفتن مستقیم از خود افراد نیز می‌تواند راهکار بسیار خوبی باشد. به عنوان نکته پایانی توصیه می‌شود که داده‌ها را به بهترین شکل مکتوب کرده و یک پایگاه اطلاعاتی ایجاد نمایید. این امر نیاز به تحقیق مجدد را از بین برده و باعث می‌شود تا نظم بهتری بر روند تحقیقات شما حاکم شود. برای مثال می‌توانید سلیقه مخاطب خود را با استفاده از داده‌های خود طی دوران مختلف مقایسه نمایید. در واقع رفتار افراد حتی در فصول مختلف نیز تفاوت‌هایی را داشته و همواره ثابت باقی نمی‌ماند. در این رابطه انواع ابزارهای آنالیز می‌توانند به شما کمک نمایند.

۳- نسبت به نوع محتوا و روش کار خود تصمیم‌گیری نمایید

تا به این مرحله شما هدف خود را مشخص کرده و مخاطب را نیز شناخته‌اید، حال باید نسبت به روش کار خود تصمیم‌گیری نمایید. در واقع تعداد محتواها بسیار زیاد بوده و روش‌ها نیز متفاوت می‌باشد. در این رابطه اگرچه بهتر است که حداکثر محتواها را مورد استفاده قرار دهید، با این حال نمی‌توان همه آنها را به یک اندازه مهم تلقی نمود. همچنین در این مرحله باید نسبت به بستر و یا بسترهای اشتراک‌گذاری محتوای خود نیز تصمیم‌گیری نمایید. برای کسب نتایج بهتر، تحلیل انتخاب‌های سایر برندها در منطقه خودتان نیز می‌تواند راهکاری مناسب باشد.

۴- راهکارهای افزایش جذابیت را پیدا نمایید

در این مرحله شما باید تمامی راهکارهایی را که به بهتر دیده شدن هر یک از محتواها و افزایش جذابیت آنها منجر می‌شود، شناسایی کرده و برای استفاده از آنها برنامه‌ریزی نمایید. برای مثال ممکن است

به قلم: در سی چالار کارشناس حوزه بازاریابی و تولید محتوا

مترجم: امیر آل علی

آیا تاکنون به این موضوع فکر کرده‌اید که چه دلیلی باعث می‌شود تا برخی از محتواها کاملا موفق باشند؟ آیا این موضوع شانس بوده و یا راهی وجود دارد؟ اگرچه هیچ‌گاه نمی‌توان منکر شانس شدن، با این حال منظور از موفقیت این است که امکان تکرار آن وجود داشته باشد. برای مثال اگر اکثر محتواهای یک فرد و یا برند با استقبال همراه می‌شود، دیگر نمی‌توان در این رابطه شانس را دخیل دانست. مسئله اصلی این است که این راهی را که از آن به عنوان کلید موفقیت نام برده می‌شود، پیدا کنیم.

اگرچه همواره راهکارها و نکته‌های مختلفی وجود دارد، با این حال برخی از نکات کاملا الزامی بوده و رعایت آنها مهم‌تر از سایرین خواهد بود. در واقع اگر این موارد در کار شما به چشم نخورد، سایر روش‌ها نمی‌توانند سطح محتوای شما را بهبودی چشمگیر مواجه سازند. در این راستا به بررسی این شش کلید برای تولید محتوای موفق خواهیم پرداخت.

۱- هدف و دلیلی برای کار خود داشته باشید

در این رابطه هرچه دلایل و اهداف شما بیشتر و ارزشمندتر باشد، بدون شک شانس موفقیت نیز افزایش پیدا خواهد کرد. در واقع شما پیش از هر چیزی باید دلیلی را برای مشاهده خود داشته باشید. از این موضوع حتی می‌توان برای تبلیغ محتوای خود نیز استفاده کرد. برای مثال اگر در رابطه با آینده کسب‌وکار خود در دوران پساکرونا صحبت کرده‌اید، می‌توانید این جمله را که اگر می‌خواهید که از همین امروز برای کسب بهترین نتایج پس از طی کردن این دوران سخت آماده باشید، این ویدئو را مشاهده نمایید. این موضوع باعث خواهد شد تا مخاطب تنها با خواندن یک خط، اشتیاق لازم را پیدا نماید. همچنین هنگامی که هدف شما مشخص باشد، امکان هماهنگ‌سازی و در یک راستا قرار دادن محتواها، امکان‌پذیر خواهد بود. تحت این شرایط شما می‌توانید نسبت به کسب نتایج دلخواه خود تا حد زیادی اطمینان داشته باشید. به همین خاطر انتخاب استراتژی شما نیز با توجه به همین اهداف و دلایل خواهد بود.

به قلم: وار تیکاکاشیاپ سخنان حوزه مدیریت، بازاریابی و کسب‌وکار

مترجم: امیر آل علی

امسال ما وارد یک دهه جدید شده‌ایم و طبیعی است که نیاز به تغییراتی وجود داشته باشد. در این رابطه شیوع ویروس کرونا، باعث شده است تا با توجه به افزایش چشمگیر تعداد کاربران اینترنت، مسئله تولید محتوا اهمیت بالایی را پیدا کند. یکی از سوالات مهم در شرایط فعلی این است که الزامی‌ترین اقدامات حال حاضر در این عرصه چه مواردی هستند؟ در واقع در هر زمینه‌ای، این امر مهم‌ترین اطلاعات شما است و باعث خواهد شد تا بتوانید پایه‌های محکمی برای موفقیت خود ایجاد نمایید. در ادامه این ۷ اصل الزامی را معرفی خواهیم کرد.

۱- به ترندها توجه داشته باشید

ترندها موضوعات جدیدی هستند که به صورت ویروسی در بین جامعه هدف محبوب شده و در مرکز توجه قرار می‌گیرند. برای مثال در حال حاضر ویروس کرونا، بزرگترین ترند موجود محسوب می‌شود. در این رابطه ضروری است تا محتواهای مرتبط با این موضوعات را ایجاد نمایید. در این رابطه برای شناسایی ترندها می‌توانید بهترین سایت‌ها را مورد بررسی قرار داده و نسبت به این موارد آگاه شوید.

۲- محتوای منحصر به فرد ایجاد کنید

اگرچه بازنشر مطالب سایرین یک استراتژی سودمند محسوب می‌شود، با این حال اگر تمام اقدام شما به آن خلاصه شود، زمینه رشد شما بیش از حد محدود خواهد شد. در این رابطه ضروری است تا محتوای منحصر به فرد خودتان را نیز تولید کرده و به سبکی مخصوص دست پیدا کنید. در این رابطه می‌توانید از داستان برند خود شروع نمایید تا همگان به خوبی شما را بشناسند. همچنین ضروری است تا در کنار تولید محتوا، برند خود را نیز به نمایش درآورید. در واقع اگرچه تبلیغ مستقیم دیگر یک استراتژی کارآمد محسوب نمی‌شود، با این حال شما نباید از شیوه غیرمستقیم آن غافل شوید.

۳- به جدیدترین اصول سئو توجه نمایید

بدون توجه به سئو، حتی بهترین محتوا نیز شانس دیده شدن

کمی را خواهند داشت. به همین خاطر ضروری است تا دانش خود را در این زمینه افزایش دهید. خوشبختانه در حال حاضر بسیاری از برندها آموزش‌های خود در این رابطه را رایگان کرده‌اند که می‌توانید از فرصت به وجود آمده، به خوبی استفاده کنید. در نهایت شما باید از ابزارهایی نظیر SEMrush به خوبی استفاده کنید تا بتوانید به صفحه اول انواع موتورهای جست‌وجو نظیر گوگل، بینگ و یاهو برسید.

۴- از مدل AIDA پیروی نمایید

این مدل بیان می‌کند که یک محتوای موفق باید چه ویژگی‌هایی را داشته باشد. در واقع اشتباه بزرگ بسیاری از افراد این است که تصور می‌کنند تنها ایجاد محتوا به شیوه مورد علاقه خود کافی خواهد بود. با این حال شما در حال تولید مطالب برای جامعه هدف خود هستید. تحت این شرایط لازم است تا اصول حرفه‌ای و مورد علاقه آن‌ها را مورد استفاده قرار دهید. در این رابطه این مدل از ترکیب چهار حرف آگاهی بخشیدن، جذابیت، تنوع و فراخوان عمل تشکیل شده است که در ادامه به بررسی هر یک از آنها خواهیم پرداخت.

آگاهی بخشیدن: محتوای شما باید ارزش دیده شدن بالایی را داشته باشد. در این رابطه آگاهی بخشیدن، امری الزامی خواهد بود. در غیر این صورت شانس موفقیت شما بیش از حد محدود خواهد شد. جذابیت: محتوای شما از همه نظر یعنی محتوا، تیترو متن باید کاملا جذاب باشد. در این رابطه حتی انتخاب فونت و استفاده از تصاویر نیز مهم خواهد بود.

تنوع: شما باید انواع محتواها را مدنظر خود قرار دهید. برای مثال تولید ویدئو، پادکست، مقاله، اینفوگرافی، اخبار... و همگی از جمله مواردی محسوب می‌شود که باید مورد استفاده قرار گیرد. با این حال کار شما تنها به این بخش خلاصه نشده و در انتخاب بسترهای اشتراک‌گذاری محتواهای تولیدی نیز باید تنوع داشته باشید. در واقع اگر تنها به سایت اصلی محدود باشید، بدون شک شکست خواهد خورد.

فراخوان عمل: در آخر محتوای شما باید با فراخوان عمل همراه باشد. نمونه رایج آن این است که محتوای خود را با مطرح کردن یک پرسش به پایان برسانید. با این حال راه‌های دیگری نیز وجود دارد که باعث

منبع: business2community.com

بازنشستگی مدیر بازاریابی کوکاکو

چالش جدید کوکاکولا در عرصه بازاریابی

به قلم: دیانا کریستی کارشناس تبلیغات و بازاریابی

ترجمه:علی آل‌علی

براساس گزارش موسسه Ad Age،عالی‌ترین مدیر برند کوکاکولا در عرصه بازاریابی در آمریکای شمالی ابتدای ماه ژوئن بازنشسته خواهد شد. جف کوتریل از سال ۲۰۱۸ به عنوان مدیر بازاریابی کوکاکولا در آمریکای شمالی فعالیت داشته است. وی در طول دوران کوتاه فعالیتش در کوکاکولا موفق به طراحی کمپین‌های جذاب و بهبود سطح رقابت با پپسی شد. بدون تردید بازنشستگی وی در ابتدای ماه ژوئن ضربه سختی به تیم بازاریابی کوکاکولا خواهد بود.

شرکت کوکاکولا هنوز اظهارنظر رسمی درباره جایگزین جف کوتریل نداشته است. این امر تردیدها درباره آینده بازاریابی این غول دنیای تولید نوشابه گازدار را بیشتر کرده است. بی‌شک وقتی اظهارنظری رسمی از سوی شرکت‌ها درباره جایگزین رسمی یک بازنشستگی وی در ابتدای ماه ژوئن گسترش خواهد یافت. بر این اساس در گزارش موسسه Ad Age درباره جانشین احتمالی پست مدیر بخش بازاریابی به آلفا سوتاریا، نایب رئیس بخش طراحی استراتژی و برنامه‌ریزی کوکاکولا، اشاره شده است.

برند کوکاکولا در طول سال‌های اخیر شرایط دشواری از نظر رقابت با پپسی داشته است. این امر در وضعیت شیوع ویروس کرونا نیز به خوبی قابل مشاهده است. کوکاکولا هنوز هم وضعیت مشخصی در رابطه با ویروس کرونا ندارد. به همین خاطر اعتراض‌ها نسبت به وضعیت فعالیت این برند بالا گرفته است. پپسی درست اندکی پس از شیوع ویروس کرونا اقدام به رونمایی از سامانه ثبت و تحویل آنلاین سفارشات کرد. این امر با عدم واکنش قطعی از سوی کوکاکولا موجب اعتراض‌های بیشتر مشتریان نسبت به فعالیت این برند باسابقه شده است. با این حساب کوکاکولا شرایط دشواری از نظر بازاریابی و مدیریت کسب و کار پیش روی خواهد داشت.

منبع: **marketingdive.com**

کسب شهرت در شبکه اجتماعی تیک تاک با ۴ راهکار طلایی

به قلم: الکساندرا فاسولا کارشناس شبکه‌های اجتمایی

مترجم: امیر آل‌علی

تا سه سال گذشته کمتر کسی شبکه اجتماعی چینی تیک تاک را می‌شناخت. با این حال بالاترین سرعت رشد تاریخ متعلق به آن بود و اکنون یکی از پنج شبکه اصلی محسوب می‌شود. تیک تاک سال گذشته عنوان دومین برنامه با بیشترین میزان دانلود را به دست آورده است. به همین خاطر لازم است تا از حجم مقالات در رابطه با شبکه‌هایی نظیر اینستاگرام و یوتیوب کاسته و به تیک تاک توجه ویژه‌ای را داشته باشیم. در این رابطه بزرگترین سوال این است که چگونه می‌توان به شهرت لازم در این شبکه با بیش از یک میلیارد کاربر، دست پیدا کرد؟ در این رابطه به بررسی چهار راهکار طلایی خواهیم پرداخت.

۱-بیش از سه پست در روز داشته باشید

در تیک تاک محدودیت زمانی چند ثانیه وجود دارد. به همین خاطر مشاهده محتواها امری ساده بوده و در این رابطه باید به آمار بیش از سه ویدئو در روز رسید. این امر باعث خواهد شد تا به عنوان یک پیج فعال معرفی شده و ارزش دنبال کردن را پیدا کنید. در این رابطه مدیران تیک تاک نیز از افرادی که فعال هستند، حمایت‌های لازم را انجام خواهند داد. به همین خاطر برای دریافت پاداش و حمایت‌ها که باعث می‌شود تا در این شبکه بهتر دیده شوید، لازم است تا حجم تولیدات خود را افزایش دهید. درواقع روش کار در این شبکه، با تمامی رقبای خود متفاوت است و نباید با دید قبلی وارد آن شوید.

۲-از هشتگ استفاده نمایید

نوع هشتگ‌ها در تیک تاک تا حدی متفاوت است. درواقع شما باید از جملات بلند استفاده نمایید تا دقیقاً منظور را رساننده و با این اقدام شناس جذب مخاطب را داشته باشید. همچنین تنها هشتگ‌های متناسب با نوع فعالیت شما کاربرد خواهد داشت. درواقع هشتگ‌ها برای توصیف ویدئوهای به کار می‌رود.

۳-به اقدامات بهترین‌ها توجه داشته باشید

درست به مانند هر شبکه‌ای، برخی از افراد شهرت به مراتب بالاتری دارند. شما می‌توانید بسا تحلیل و بررسی آنها، راه‌های موفقیت را پیدا کرده و ایده‌های جدیدی را به دست خواهید آورد. این نکته را نیز فراموش کنید که برای فعالیت در یک حوزه، شما باید حرفه‌ای‌ترین فرد باشید. درواقع تیک تاک شبکه خلاقیت‌ها است. در این رابطه تنها کافی است تا خلاقیت بالایی را داشته باشید. در نهایت بهتر است تا به جای کیی-برداری از اقدامات سایرین، خلاقیت‌های منحصر به فرد خود را ارائه دهید.

۴-نخستین فرد در ارسال نظرات باشید

محدودیت زمانی چند ثانیه‌ای باعث می‌شود تا افراد فضای کمی برای ارتباط برقرار کردن با مخاطب خود را داشته باشند. به همین خاطر ضروری است تا اولین نظر را خودتان ارسال کنید تا امکان دیده شدن آن برای همگان وجود داشته باشد و یک گفتمان شکل گیرد. در این بخش شما می‌توانید هدف از ایجاد ویدئو و مراحل آن را شرح داده و در آخر نظر افراد را فراموش کنید.

۵-فعالیت جداگانه را فراموش کنید

به عنوان آخرین توصیه پیشنهاد می‌شود که حداقل تا زمانی که به شهرت لازم دست پیدا نکرده‌اید، تنها فعالیت نکنید. این امر باعث خواهد شد تا محتوای تولیدشده، در چند صفحه به نمایش گذاشته شود که این امر شانس موفقیت شما را بیشتر خواهد نمود. همچنین شرکت کردن در چالش‌های هتنگی که از طرف مدیران تیک تاک ایجاد می‌شود نیز از دیگر اقداماتی است که باعث خواهد شد تا شناس کسب هرچه سریع‌تر شهرت برای شما امکان‌پذیرتر باشد.

منبع: **business۲community.com**

مستقیم اینستاگرام

اینستاگرام در صورت درج عبارت هشتگ مدنظرمان گزینه‌های محبوب و پیشنهادی را نیز نمایش خواهد داد، با این حساب استفاده از هشتگ‌های مناسب بسیار راحت به نظر می‌رسد.

بهترین راهکار برای یافتن و استفاده از هشتگ‌های مناسب برای برند به شرح ذیل است:

•تحقیق پیرامون هشتگ‌ها:استفاده از هشتگ‌هانیزمانند بررسی گزینه‌های مختلف و انتخاب نمونه‌های دارای هماهنگی با ماهیت کمپین‌مان است.
•استفاده مناسب از هشتگ‌ها: برخی از برندها هشتگ‌های بسیار زیادی به پست‌شان اضافه می‌کنند.اگرچه اینستاگرام در این زمینه تا ۳۰ هشتگ برای هر پست را پشتیبانی می‌کند، اما این امر به معنای ضرورت استفاده از تمام آنها نیست.

•بررسی معنای هشتگ‌ها: گاهی اوقات برخی از هشتگ‌ها دارای معنای متفاوتی با آنچه به نظر می‌رسد، هستند توصیه ما در چنین شرایطی بررسی چندباره معنای هر هشتگ است. فقط در این صورت امکان استفاده مناسب از هشتگ‌ها و حفظ اعتبار برندتان امکان‌پذیر خواهد شد.

۲.استفاده از کدهای تخفیف

همه مشتریان علاقه‌مند به دریافت تخفیف هستند. برخی از برندها برای جلب توجه بیشتر کاربران به محصولاتشان در شبکه‌های اجتماعی اقدام به ارائه تخفیف‌های گسترده می‌کنند. نکته مهم در این میان ارائه هدفمند تخفیف‌هاست. توصیه ما در این بخش پیشنهاد انجام عملی مشخص از سوی کاربران برای دریافت تخفیف موردنظر است. کارهایی از قبیل عضویت در خبرنامه گزینه مطلوبی محسوب می‌شود. مزیت این امر کمک به توسعه فرآیند بازاریابی برندمان در آینده است.

شناسایی مناسبت‌های مهم و مرتبط با ماهیت کسب و کار اهمیت فوق‌العاده‌ای در زمینه ارائه تخفیف دارد. در برخی از مناسبت‌ها برای تمام کسب و کارها مهم است بنابراین ما در زمینه استفاده از آنها با رقبای زیادی مواجه خواهیم بود. نکته مهم در این میان تلاش برای یافتن مناسبت‌های کمتر مورد توجه رقباست. مزیت این امر امکان تعامل سازنده با مشتریان بدون مزاحمت‌های ناشی از حضور سایر رقباست.

گام مهم‌تر برای استفاده از شیوه ارائه تخفیف توجه به ایجاد مناسبت‌های ویژه برندمان است. روزهایی نظیر سالگرد تاسیس برند یا معرفی محصولی تازه برای ارائه تخفیف‌های گسترده مناسب خواهد بود. مهم‌ترین نکته در این میان دسترسی ساده مشتریان به کدهای تخفیف است. در غیر این صورت آنها علاقه چندانی برای همکاری با برند ما نخواهند یافت.

۴.نمایش محصول در متن زندگی مشتریان

برندها به طور معمول برای فروش محصولاتشان در فضای آنلاین بر روی بارگذاری عکس‌های حرفه‌ای سرمایه‌گذاری می‌کنند. چنین عکس‌هایی در فضای آنلاین و با نورپردازی مطلوب تهیه می‌شود.نکته مهم درباره چنین عکس‌هایی تفاوت‌شان با فضای واقعی زندگی است بنابراین مشتریان همیشه پس از خرید محصول موردنظر اظهار نارضایتی خواهند کرد.

توصیه ما در این بخش استفاده از تصاویر و محتوای ویدئویی شامل استفاده از محصولات برندمان در فضای واقعی و روزمره است. اگر شما مشتریان علاقه‌مند به همکاری با خود را دارید، درخواست برای تهیه ویدئو یا عکس از سوی آنها جالب خواهد بود. امروزه مشتریان علاقه بسیار زیادی به محتوای تولیدی کاربران عادی دارند.اشخاص حقیقی تاثیر به مراتب بیشتری در مقایسه با برندها بر روی مشتریان می‌گذارند. به همین خاطر استفاده مطلوب از مشتریان در فرآیند فروش محصولات در اینستاگرام ضروری خواهد بود.

۵.اصالت یعنی همه چیز

تعامل با مشتریان بستگی به توانایی برندها برای طراحی و اجرای ایده‌های بازاریابی جذاب دارد. یافتن ایده جذاب همیشه کار ساده‌ای نیست. برخی از برندها به دلیل دشواری یافتن ایده منحصر به فرد به سوی تقلید از دیگر کمپین‌های موفق می‌روند. بدون تردید بسیاری از کمپین‌های موفق حاصل الگوبرداری از نمونه‌های قبلی هستند، اما استفاده دقیق و بدون اعمال تغییرات از ایده برندهای دیگر نتیجه مناسبی در پی ندارد.

توصیه ما در این بخش تلاش برای استفاده از آمارهای دقیق به منظور تولید محتوا و فروش محصولات در اینستاگرام است. ما همیشه امکان ارزیابی وضعیت فعالیت رقبا برای یافتن ایده‌های جذاب و تازه را داریم. نکته مهم در این میان تمرکز بر روی ترکیب ایده‌های دیگران و خلق ایده‌های تازه به جای کپی‌برداری صرف است.

۶. بازی با رنگ‌ها

تهیه تصاویر و تبدیل آنها به محتوای جذاب برای مخاطب هدف دو فرآیند متفاوت محسوب می‌شود. بسیاری از محتوای بازاریابی و فروش در اینستاگرام جذابیت و بویایی لازم برای جلب نظر مخاطب هدف را ندارد. اینجا اهمیت کار تدوین محتوا مشخص می‌شود. کار بسا نرم‌افزارهای ویرایش عکس و ویدئو امکان بازی با رنگ‌ها را فراهم می‌سازد. امروزه علم روانشناسی بر روی معنای متفاوت رنگ‌ها تاکید دارد بنابراین استفاده از هر رنگ در موقعیت مناسب ضروری خواهد بود.

اگر شما قصد انتقال احساس آرامش به مخاطب‌تان را دارید، طیف رنگ آبی و سبز بهترین گزینه خواهد بود. طیف رنگ قرمز از سوی دیگر موجب ایجاد احساس هیجان در مخاطب می‌شود. رنگ‌های سیاه و سفید نیز حالت خنثی و همراه با پرستیژ خاص را دارند. بازی با رنگ‌ها برای انتقال معنای موردنظرمان به مخاطب هدف ضروری است. نکته مهم در این میان توجه به ترکیب رنگ‌هاست. تمرکز بر روی یک طیف رنگ همیشه نتیجه مناسبی در پی ندارد. پست‌ها با ترکیب رنگ‌های مختلف در میان چندین پست دیگر پیش روی مشتریان جذابیت بصری خاصی ایجاد کند. در غیر این صورت شناس ما برای دسترسی به مخاطب هدف کاهش خواهد یافت.

۷.ایجاد سبک منحصر به فرد برای برند

بارگذاری محتوای مربوط به محصولات برند براساس سبکی خاص همیشه نظر مخاطب هدف را بیشتر جلب خواهد کرد. شاید در نگاه نخست سبک منحصر به فرد برای باگذاری پست‌ها دشوار باشد. توصیه ما جست‌وجو در میان برندهای بزرگ و مشاهده سبک بازاریابی و بارگذاری محتوا از سوی آنهاست. این امر شما را با شیوه‌های متفاوت بارگذاری پست‌های فروش آشنا خواهد کرد. ارزیابی وضعیت فعالیت رقبا و تلاش برای ارائه سبکی متفاوت از آنها نیز ایده مناسبی محسوب می‌شود.

۸. ضرورت توجه به سلیقه‌های مختلف

بازاریابی در شبکه‌های اجتماعی و تلاش برای فروش محصولات نیازمند توجه به سلیقه‌های مختلف است. ایراد برخی از برندها تمرکز بر روی یک نوع خاص از محصولات است. به این ترتیب مشتریان با سلیقه‌های مختلف کمتر به محتوای برند شما جلب خواهند شد. اگر شما در زمینه تولید کفش‌های ورزشی فعالیت دارید، توجه به الگوهای مختلف و طرح‌های متفاوت ضروری خواهد بود.

توجه به سلیقه‌های مختلف باید در فعالیت عملی برند ما نیز نمود پیدا کند. در غیر این صورت شمار مخاطب‌های برند ما روز به روز کاهش می‌یابد.

۹.استفاده از محتوای تولیدی کاربران

امروزه یکی از ترندهای برتر در زمینه تولید محتوای بازاریابی و فروش در اینستاگرام توجه به محتوای تولیدی کاربران است. مزیت این امر، همانطور که پیش از این نیز بیان شد، تاثیرگذاری به مراتب بیشتر محتوای کاربران حقیقی در مقایسه با برندهاست.

منبع: **bloghootsuite.com**

اکنون تمام شرایط برای بارگذاری پست‌های فروش درون برنامه‌ای فراهم است. ما در هر پست امکان نمایش حداکثر پنج پست برای فروش را خواهیم داشت. شاید در نگاه نخست معرفی پنج محصول در کنار هم گزینه جذابی باشد، اما توصیه ما رونمایی از حداکثر ۲ یا ۳ محصول در هر پست است. در غیر این صورت مخاطب هدف دچار سردرگمی خواهد شد.

بارگذاری پست‌های فروش نیازمند تولید محتوای عجیب و غریب نیست. ما باید از همان محتوای بازاریابی عادی‌مان همراه با تگ قیمت‌ها استفاده کنیم. اشتباه برخی از برندها تلاش برای ایجاد تغییرات بنیادی در کسب و کارشان است. این امر اغلب اوقات نتیجه منفی بر روی فعالیت برندها دارد.

نکته جالب درباره فروش مستقیم در اینستاگرام امکان استفاده از محتوای ویدئویی است. به این ترتیب ما فرصت تگ محصولات‌مان در ویدئوها را نیز خواهیم داشت. امروزه استفاده از محتوای ویدئویی در فرآیند بازاریابی دارای اهمیت بسیار زیادی است. اغلب برندها علاقه‌مند به استفاده از محتوای ویدئویی در فرآیند بازاریابی هستند بنابراین گزینه اینستاگرام مزیت‌های فراوانی برای آنها خواهد داشت.

استفاده از گزینه فروش اینستاگرام به معنای عدم نیاز به تکنیک‌های بازاریابی نیست. امروزه برندهای بسیار زیادی مانند ما در گزینه فروش مستقیم اینستاگرام استفاده می‌کنند بنابراین رقابت بر سو مشتریان در اینجا نیز وجود دارد. نکته مهم در این میان تلاش برای استفاده از تکنیک‌های کاربردی بازاریابی در کنار پست‌های فروش است. در غیر این صورت شاید پست‌های ما مورد توجه کاربران قرار نگیرد.



چگونه پست‌های فروش در بخش استوری را تنظیم کنیم؟

فروش محصولات فقط از طریق پست‌های عادی قابل پیگیری نیست. امروزه بخش استوری نیز در بین گزینه‌های فروش برندها قرار دارد. براساس گزارش فیس‌بوک به طور روزانه ۵۰۰ میلیون کاربر استوری‌های مختلف اینستاگرام را مشاهده می‌کنند. این امر به معنای امکان دسترسی به دامنه وسیعی از مخاطب‌ها از طریق بخش استوری است. برندها باید برنامه دقیقی برای بازاریابی و فروش در بخش استوری داشته باشند. رونمایی از امکان فروش محصولات به طور مستقیم در بخش استوری انگیزه بازاریاب‌ها برای سرمایه‌گذاری در این بخش را دوچندان کرده است.

برندها درست مانند فرآیند ثبت درخواست در بخش پست در اینجا نیز فرصت ثبت نام برای بارگذاری محتوا را دارند بنابراین فرآیند کلی کار تفاوت چندانی ندارد. نکته مهم در اینجا امکان نمایش و تگ یک پست در هر استوری است. در اینجا نیز ما باید از کاتالوگ محصولات در فیس‌بوک استفاده کنیم بنابراین فرآیند کار شباهت بالایی دارد. نکته مهم در این میان توجه به دسترسی به امکان فروش در بخش استوری در کشور موردنظرمان است. مانند بخش پست، در اینجا نیز هنوز برخی از کشورها به گزینه فروش دسترسی کامل ندارند.

بسیاری از برندها برای پیشگیری وضعیت بازاریابی و فروش‌شان با استفاده از گوگل اقدام به همکاری با بازاریاب‌ها حرفه‌ای می‌کنند. اگر شما تا پیش از این فرآیند بازاریابی‌تان بدون همکاری با بازاریاب‌ها به خوبی ساماندهی شده است، نیازی به همکاری با بازاریاب‌ها حرفه‌ای ندارید. ما در ادامه این مقاله به بررسی برخی از نکات ضروری برای بازاریابی و استفاده مناسب از بخش فروش مستقیم اینستاگرام خواهیم پرداخت.

توصیه‌هایی برای فروش محصولات در اینستاگرام

فروش محصولات در اینستاگرام و به طور کلی بازاریابی نیازمند استفاده از تکنیک‌های مشخصی است. بسیاری از برندها به دلیل عدم استفاده از تکنیک‌های مناسب، علی‌رغم تولید محصولات کاربردی، توان فروش را ندارند. هدف اصلی ما در این بخش بررسی برخی از تکنیک‌ها و توصیه‌های کاربردی برای فروش بهتر در اینستاگرام است. به این ترتیب نیاز شما برای همکاری با بازاریاب‌های حرفه‌ای و پرداخت هزینه بیشتر نیز کاهش خواهد یافت.

۱.اهمیت استفاده از محتوای بصری

اینستاگرام یک شبکه اجتماعی عکس محور محسوب می‌شود بنابراین ما برای بازاریابی تاثیرگذار در این عرصه باید طراحی و استفاده از جلوه‌های بصری را مدنظر قرار دهیم. ایراد بسیاری از برندها در زمینه فروش آنلاین عدم تهیه عکس‌های باکیفیت از محصولات‌شان است. به این ترتیب مخاطب هدف انگیزه چندانی برای ارزیابی پیشنهاد آنها نخواهد یافت.

خوشبختانه اینستاگرام امکان بارگذاری عکس‌های دارای کیفیت بالا را به کاربران می‌دهد بنابراین مشکل چندانی پیش روی ما بسرا بازاریابی نخواهد بود. نکته مهم در این میان تهیه عکس‌ها به صورت اختصاصی است. استفاده از تصاویری متفاوت با محصول نهایی‌مان همیشه ریسک نارضایتی مشتریان را در پی دارد.

توجه به جزئیات در عکس محصولات ضروری است. امروزه مشتریان فقط با بررسی جزئیات مختلف محصولات اقدام به خرید می‌کنند بنابراین ما باید این نیاز و خواسته مشتریان را در خوبی مدنظر قرار دهیم. خوشبختانه امروزه امکانات بسیار زیادی برای ویرایش عکس‌ها در اختیار برندها قرار دارد. در این ترتیب ما نیاز چندانی برای همکاری با عکاس‌های حرفه‌ای نخواهیم داشت. نکته دیگر در رابطه با دوربین عکاسی است. شما برای شروع کار امکان استفاده از دوربین گوشی هوشمندتان را خواهید داشت. کیفیت عکاسی چنین گوشی‌هایی برای شروع کار مطلوب خواهد بود.

۲.افزودن هشتگ

استفاده از هشتگ‌های مرتبط با محصول مزیت‌های بسیار زیادی دارد. امروزه کاربران برای یافتن محتوای مورد علاقه‌شان به طور گسترده‌ای از هشتگ‌ها استفاده می‌کنند بنابراین جلب نظر هرچه بیشتر کاربران فقط با استفاده از هشتگ‌ها امکان‌پذیر خواهد بود.

بنابسر پژوهش‌های ما در موسسه Hootsuite استفاده از هشتگ‌های مرتبط با محتوای برند تا ۵۰درصد شانس فروش را افزایش خواهد داد. نکته جالب اینکه

به قلم: میشله سبیکا کارشناس بازاریابی دیجیتال
ترجمه:علی آل‌علی

امروزه بسیاری از برندها مشغول به فروش آنلاین محصولاتشان هستند. شیوه فروش آنلاین اغلب به دلیل هزینه‌های اندک و امکان دسترسی به مخاطب وسیع مدنظر قرار می‌گیرد. اگر شما در عرضه آنلاین محصولات‌تان فعالیت دارید، باید نسبت به حضور در اینستاگرام و فعال‌سازی بخش فروش آن نیز توجه داشته باشید. الگوی اولیه برای فروش برندها در اینستاگرام شامل بازاریابی و جلب نظر مشتریان به محصولات بود. سپس با بارگذاری لینک سایت رسمی برند در بخش بیوگرافی یا استوری اقدام به انتقال مشتریان با صفحه سایت رسمی‌مان می‌کردیم. اگرچه این شیوه در ابتدا جذابیت‌های خاص خود را داشت، اما به دلیل ضرورت انتقال کاربران از اینستاگرام به صفحه خارج از اپ دردرس‌های زیادی ایجاد می‌کرد. فقدان انگیزه در بسیاری از کاربران برای انتقال به سایت رسمی برندها مانع اصلی برای فروش بیشتر محسوب می‌شد.

براساس گزارش موسسه تک چرچ، تعداد کاربران اینستاگرام در سال جاری بیش از یک میلیارد است. این امر به معنای دامنه بسیار وسیع کاربران اینستاگرام و جذابیت روزافزون آنها برای برندهاست. اگر اینستاگرام در پی کسب سود از همکاری با برندهاست، باید امکانات بازاریابی قابل توجهی در اختیار آنها قرار دهد. یکی از نوآوری‌های تازه اینستاگرام در طول سال‌های اخیر ارائه گزینه خرید درون برنامه‌ای به برندهاست. به این ترتیب امکان بارگذاری پست‌های فروش همراه با قیمت مشخص و گزینه خرید مستقیم از درون برنامه اینستاگرام فراهم شده است. این امر پیشرفت بزرگی در زمینه مدیریت شبکه‌های اجتماعی و بازاریابی محسوب می‌شود.

ما در این پست به بررسی جنبه‌های مختلف بازاریابی و فروش در اینستاگرام براساس ویژگی مورد بحث در برخی از شبکه‌های قبلی خواهیم پرداخت. برخی از موضوعات اصلی مقاله کنونی به شرح ذیل است:

- چرا باید از گزینه خرید اینستاگرام استفاده کنیم؟
- چگونه پست ویژه فروش در اینستاگرام طراحی نماییم؟
- چطور پست فروش‌مان را با شرایط اینستاگرام و نکات بازاریابی و فروش هماهنگ سازیم؟

چرا باید از قابلیت فروش اینستاگرام استفاده نماییم؟

اینستاگرام یکی از شبکه‌های اجتماعی ضروری برای برندهاست. امروزه دست کم ۲۰۰ میلیون کاربر در طول روز از اکنت‌های مربوط به برندها بازدید می‌کنند. این رقم در صورت فعالیت بازاریابی و تبلیغات درست افزایش قابل توجهی نیز خواهد یافت.

پیش از معرفی گزینه فروش درون برنامه‌ای در اینستاگرام برندها امکان بازاریابی و هدایت کاربران به سوی سایت رسمی‌شان را داشتند. این گزینه، همانطور که در بخش قبلی اشاره شد، مورد استقبال زیادی داشت. با این حال از سال ۲۰۱۷ اینستاگرام اقدام به رونمایی از نسخه اولیه فروش درون برنامه‌ای خود کرد. اگرچه نسخه اولیه دارای عیب‌های بسیار زیادی بود، اما دست کم فرصت مناسبی برای برندها در راستای آزمایش امکانی تازه فراهم کرد.

براساس گزارش فیس‌بوک، به عنوان صاحب امتیاز اینستاگرام، تاثیر رونمایی از ویژگی خرید درون برنامه‌ای افزایش ۱۰درصدی انگیزه کاربران برای خرید است. به این ترتیب برندها موقعیت بسیار مطلوبی برای فروش بیشتر دارند. امروزه به طور میانگین در طول ماه بیش از ۱۲۰ میلیون خرید مختلف از طریق اینستاگرام صورت می‌گیرد. این حجم از گردش مالی برندها به کمک اینستاگرام نظر هر تیم بازاریابی و فروشی را جلب خواهد کرد. نکته جالب اینکه خدمات اینستاگرام به طور رایگان ارائه می‌شود بنابراین برای بارگذاری پست‌های فروش نیازی به پرداخت هزینه‌از سوی ما نخواهد بود. شاید در نگاه نخست ایجاد پست‌های فروش در اینستاگرام کار دشواری به نظر برسد، اما واقعیت خلاف این امر را نشان می‌دهد. بسیاری از برندها به دلیل ناآگاهی از شیوه ایجاد پست‌های فروش دست از این ویژگی می‌کشند هدف اصلی ما در بخش بعدی نمایش شیوه‌های ایجاد پست مربوط به فروش خواهد بود.

چگونه در اینستاگرام پست‌های فروش ایجاد کنیم؟

شروع کار در اینستاگرام چندنان دشوار نیست. ما ابتدا باید اکنتی برای برندمان ایجاد کنیم. در گام بعدی به سراغ ایجاد پست‌های دارای گزینه خرید درون برنامه‌ای به صورت مستقیم خواهیم رفت. بدون تردید همه برندها و کاربران معمولی توانایی ایجاد حساب کاربری در اینستاگرام را دارند. بنابراین ما بحث‌مان را پس از ایجاد حساب رسمی دنبال خواهیم کرد.

گام اول: ارزیابی پیش‌نیازها

پیش از ایجاد پست‌های فروش ما باید چند نکته مهم را مدنظر قرار دهیم:

- فعالیت در کشوری که ویژگی فروش اینستاگرام در آن فعال باشد. امروزه در برخی از کشورها هنوز ویژگی فروش مستقیم اینستاگرام در دست بررسی است.
- داشتن اکانت کسب و کار در اینستاگرام برای بارگذاری پست‌های فروش مستقیم.
- اگر ما اکانت شخصی داشته باشیم، امکان بارگذاری چنین پست‌هایی را نخواهیم یافت.
- ایجاد اتصال میان اکانت فیس‌بوک و اینستاگرام برای بارگذاری فهرست محصولات قیمت‌های‌شان.

گام دوم: ایجاد کاتالوگ محصولات در فیس‌بوک

بازاریابی و فروش در اینستاگرام با پشتیبانی فیس‌بوک صورت می‌گیرد. ما برای فعالیت بهینه در اینستاگرام نیازمند اکنت رسمی در فیس‌بوک هستیم. این امر اجازه ایجاد کاتالوگ محصولات را خواهد داد. به این ترتیب ما به هنگام انتخاب گزینه پست فروش باید از میان کاتالوگ‌های محصولات دست به انتخاب بزنیم. اشتباه برخی از برندها عدم ایجاد حساب کاربری در فیس‌بوک است. به این ترتیب در عمل فرصت ایجاد پست فروش در اینستاگرام را نخواهند داشت.

وقتی در تلاش برای بارگذاری پست فروش مستقیم هستیم، باید کیشن مناسب را نیز طراحی کنیم. بسیاری از برندها به دلیل عدم بیان دقیق آنچه در تصویر برای مشتریان طراحی کرده‌اند، شناس فروش‌شان را از دست می‌دهند بنابراین اگر ما نسبت به این نکته توجه کافی نداشته باشیم، در عمل با درس‌های زیادی مواجه خواهیم شد. بازاریابی در اینستاگرام تمام ویژگی‌های بازاریابی عادی را دارد. به همین خاطر باید تمام نکات بازاریابی که در کمپین‌های عادی مورد توجه قرار می‌دهیم، در اینجا نیز مدنظر داشته باشیم.

گام سوم: تأیید اینستاگرام برای بارگذاری پست فروش

پس از ایجاد کاتالوگ محصولات در حساب فیس‌بوک باید درخواست بارگذاری پست فروش مستقیم در اینستاگرام را ثبت نماییم. این کار از طریق مراجعه به بخش تنظیمات امکان‌پذیر است. استفاده از تب کسب و کار و سپس گزینه «ثبت نام برای قابلیت فروش اینستاگرام» تمام کار ما خواهد بود. پس از این تیم فنی اینستاگرام درخواست ما را مورد بررسی قرار می‌دهد. خوشبختانه پس از چند روز پاسخ درخواست ما از اینستاگرام مشخص خواهد شد.

گام چهارم: فعال‌سازی گزینه خرید اینستاگرام

پس از بررسی تیم فنی اینستاگرام امکان فروش درون برنامه‌ای برای برند ما فعال خواهد شد بنابراین باید به دنبال فعال‌سازی این گزینه در بخش تنظیمات، گزینه کسب و کار و تب خرید باشیم. به این ترتیب ما امکان بارگذاری پست‌های فروش را خواهیم داشت.

گام پنجم: ایجاد نخستین پست فروش برندمان

چالش کسب شهرت در اینستاگرام



می‌توانید تصاویر مناسبی را تهیه کنید. در آخر آمارها حاکی از آن است که تصاویری که حداقل یک فرد در آن حضور دارد در حدود ۴۰درصد بیشتر با استقبال مواجه می‌شوند.

۶- **با اینفلوئنسرها همکاری داشته باشید**
در این رابطه بهتر است تا در ابتدا میکرواینفلوئنسرها را مورد توجه قرار دهید. علت این امر به این خاطر است که این افراد به علت تمایل برای کسب مخاطب بیشتر، بدون دریافت هزینه با شما همکاری کرده و این امر باعث می‌شود تا شما نیز رشد سریع‌تری را داشته باشید. پس از رسیدن به تعداد مشخصی دنبال‌کننده، زمینه برای همکاری با اینفلوئنسرها نیز مهیا خواهد شد. با این حال اگر بودجه لازم را دارید، می‌توانید از همان ابتدا بهترین اینفلوئنسرها را انتخاب کرده و با این اقدام بدون شک رشد سریع‌تری را نیز تجربه خواهید کرد. به صورت کلی شما باید به دنبال همکاری مداوم با افرادی باشید که می‌تواند به بهتر دیده شدن شما کمک کنند.

۷- **تعامل خود با مخاطبان را افزایش دهید**

ایجاد انواع چالش‌ها و مسابقات، افزایش عداد لایوها و ارتباط بیشتر حتی خارج از محیط اینترنت باعث خواهد شد تا مخاطبین شما رضایت بالاتری را پیدا کرده و شما را به سایرین معرفی نمایند. در این رابطه هر فرد می‌تواند برطبق میزان خلاقیت خود اقدام کند. در این رابطه از آموزش موارد کاربردی و جذاب نیز غافل نشوید

۸- **فعالیت خود را در بخش استوری افزایش دهید**

شما در روز باید حداقل یک استوری داشته باشید. همچنین می‌توانید از این بخش برای تبلیغ پست جدید خود نیز استفاده نمایید. درواقع استوری‌ها سریع‌تر دیده شده و این امر باعث می‌شود تا تعداد لایک‌ها نیز افزایش پیدا کند. همچنین ضروری است تا در کار خود برطبق یک برنامه زمانی رفتار کرده و نظم کاری داشته باشید.

۹- **از قابلیت تگ به بهترین شکل استفاده نمایید**

نمایش مکانی که عکس و یا فیلم تهیه شده است در کنار تگ کردن پیج‌های مرتبط می‌تواند شناسن موفقیت شما را افزایش دهد. در این رابطه فراموش نکنید که بسیاری از صفحات مطرح، تنها اقدامات سایر افراد را بازنشر می‌کنند. به همین خاطر تگ کردن آنها باعث می‌شود تا محتواهای شما در صفحات دیگر نیز مشاهده شده و در نهایت تعداد دنبال‌کنندگان شما افزایش پیدا کند.

در آخر توجه داشته باشید که این موارد بهترین اقدامات برای شروع کار شما محسوب شده و پس از مدتی می‌توانید راهکارهای پیچیده‌تر و پرهزینه‌تر را نیز مورد استفاده قرار دهید.

منبع: business۲community.com

نکاتی که قبل از بازگشایی مجدد دفتر کار شرکت باید توجه قرار دهیم

سابق نخواهد بود. درواقع شما باید فاصله اجتماعی را رعایت کرده و لوازمی نظیر ماسک و موارد ضدعفونی‌کننده را در اختیار کارمندان خود قرار دهید. همچنین الزامی است تا به افراد اطمینان دهید که در صورت ابتلا به کرونا، مرخصی با حقوق دریافت خواهند کرد. در این رابطه استفاده از تب‌سنج و ضدعفونی کردن کامل لوازم و لباس کارمندان قبل از حضور در دفتر شرکت، کاملا الزامی است. درواقع تمامی این اقدامات هزینه‌بر بوده و ممکن است پس از فکر کردن به آن، دیگر تمایلی به بازگشایی نداشته باشید.

۴- **حضور چه افرادی الزامی است؟**

واقعیت این است که برخی از کارمندان همچنان می‌توانند به صورت دورکاری به فعالیت‌های خود ادامه دهند. تحت این شرایط آوردن آنها به شرکت ابتدا اقدام درستی نخواهد بود. شما در این مرحله باید آنها را شناسایی کرده و از لیست خود خارج نمایید. این امر باعث می‌شود تا در شرکت فضای بیشتری وجود داشته باشد و امکان فاصله‌گذاری امکان پذیر شود. در نهایت توصیه می‌شود که در این رابطه به صورت مرحله‌ای پیش بروید. برای مثال در روزهای نخست حجم کار کمی را تعیین کرده و تنها بخشی از افراد را دعوت نمایید. این امر باعث می‌شود تا کارمندان بهتر بتوانند پس از طی کردن یک دوره طولانی در خانه ماندن، به شرایط عادی بازگردند.

منبع: business۲community.com

رهبری

۵ بستر آموزش رایگان سئو در سال ۲۰۲۰

به قلم: مو ماخرجه نویسنده حوزه سئو و بازاریابی

مترجم: امیر آل‌علی

شرایط جهان در رابطه با ویروس کرونا در حال بهبودهای چشمگیری است. در حال حاضر مسابقات فوتبال در کشور آلمان شروع شده و خبر از بازگشایی سینماها در آمریکا و کشورهای اروپایی است. این مسئله نشان می‌دهد که در روزهای پایانی قرنطینه خانگی قرار داریم. به همین خاطر نباید زمان را از دست داد. درواقع اکنون بهترین فرصت جهت بهبود مهارت‌ها شکل گرفته است. نکته‌ای که باید به آن توجه داشته باشیم این است که بسیاری از برندها، آموزش‌های خود را رایگان کرده‌اند تا از کمپین در خانه بمانیم، حمایت کرده باشند. در این رابطه یکی از مهم‌ترین مهارت‌ها برای تمامی فعالین حوزه‌های اقتصادی این است که بتوانند از اصول سئو به خوبی استفاده نمایند. در این رابطه به بررسی پنج بستر آموزش رایگان این مهارت اساسی خواهیم پرداخت.

۱- **Moz Academy**

این دوره در حالت عادی ۴۹ دلار هزینه دارد. با این حال شما می‌توانید اکنون آن را به صورت رایگان در اختیار داشته باشید. مدرس آن بریان چیلدر است که مدیر آموزشی سایت مطرح MOZ محسوب می‌شود. ۱۸ فصل برای آن وجود داشته و به زمانی در حدود ۷۰ دقیقه نیاز است. در این دوره شما از ابتدای کار با مباحث نظیر نحوه کار موتورهای جست‌وجوگر تا الگوریتم‌های گوگل و اقداماتی که باید انجام شود، آشنا خواهید شد. به همین خاطر انتخاب بسیار خوبی برای افرادی خواهد بود که در این حوزه تجربه‌ای نداشته و خواهان آموزشی جامع و کاربردی هستند. با این حال با توجه به مشخص بودن سرفصل‌ها، حتی افراد حرفه‌ای نیز می‌توانند بخش‌های موردنظر خود را انتخاب کرده و آنها را مشاهده نمایند، با این حال در دوره رایگان به شما مدرکی داده نخواهد شد و امکان دانلود نیز وجود ندارد. به همین خاطر لازم است تا در کنار خود کاغذ و قلم جهت جزوه‌نویسی، داشته باشید.

۲- **HubSpot Academy**

این برند نیز یکی از شناخته‌شده‌ترین‌ها در زمینه معرفی اصول سئو و تولید محتوا محسوب می‌شود. دوره رایگان آنها یک ساعت و ۲۵ دقیقه‌ای بوده و مربی آن متیو هاولز، مدیر ارشد این برند است. دوره آنها به شش درس و ۲۲ فیلم تقسیم‌بندی شده است تا افراد از مشاهده هر بخش، احساس خستگی نکنند. نکته جالب این است که در هر بخش پیشنهادهایی برای مطالعه بیشتر، تمرین و اتصال به وبلاگ‌های مرتبط وجود دارد. به همین خاطر شما می‌توانید سطح خود را تا حدی دلخواه افزایش دهید. مطالب این دوره کاملا کاربردی بوده و به جای صحبت از مطالب اولیه، بر روی موضوعات کاربردی تمرکز شده است. فصل آخر آن نیز به نحوه استفاده درست از استراتژی پست مهمان اختصاص دارد. همچنین راهکارهای بسیار جالبی برای افزایش رنک سایت ارائه می‌شود. با این حال با توجه به این امر که شما دوره اولیه را سپری می‌کنید، برای دریافت گواهینامه، باید در دوره پیشرفته ثبت نام نمایید.

۳- **ClickMinded**

تامی گریفیت، مدیر سابق بخش سئو Paypal و Airbnb دوره آموزشی خود را در شرایط حال حاضر رایگان کرده است. نکته جالب این است که اسلایدها قابل ذخیره‌سازی بوده و این امر باعث می‌شود تا نیازی به یادداشت‌برداری وجود نداشته باشد. همچنین بررسی اشتباهات متداول در کنار به اشتراک گذاشتن تجربه آقای گریفیت، از دیگر مزیت‌های آن محسوب می‌شود. با این حال در این دوره نیز گواهینامه‌ای برای شما ارسال نخواهد شد.

۴- **SEMrush Academy**

۳۱ درس و ۴ ساعت زمان، دوره‌ای طولانی در مقایسه با سایر گزینه‌ها محسوب می‌شود، با این حال دریافت گواهینامه معتبر باعث می‌شود تا ارزش این زمان را داشته باشد. مدرس آن یکی از شناخته‌شده‌ترین افراد حوزه سئو، آقای گرگ گیفورد است. نکته‌ای که باید به آن توجه داشته باشید این است که قبل از ارسال گواهی، لازم است تا در آزمون آن شرکت نمایید. نکته مهم دیگر دوره فوق این است که در رابطه با سئو موبایل نیز صحبت می‌شود. همچنین تلاش شده است تا درس‌ها با مثال‌هایی از بهترین سایت‌های جهان همراه باشند. همچنین خلاصه مبحث در کنار آزمون هر بخش کمک می‌کند تا مطالب بهتر در ذهن نهادنی شود.

۵- **eMarketing Institute**

نکته جالب دوره مذکور این است که هیچ ویدئویی وجود نداشته و شما باید یک کتاب ۱۵۰ صفحه‌ای را مطالعه نمایید. پس از قبولی در آزمون نیز به شما یک مدرک معتبر اهدا خواهد شد. این دوره را می‌توان جامع‌ترین در مقایسه با سایرین دانست و تلاش شده است تا از سطح مبتدی تا حرفه‌ای آموزش‌های لازم به زبانی ساده انتقال داده شود.

منبع: business۲community.com



به قلم: ویکتوریا تیلور کرشناس حوزه تولید محتوا و شبکه‌های اجتماعی

مترجم: امیر آل‌علی

بدون شک هر فردی تمایل دارد که از همان ابتدای شروع فعالیت خود در اینستاگرام، روند رو به رشد همیشگی را تجربه کند، با این حال اتخاذ روش‌های نادرست در نهایت باعث می‌شود تا آنها اقداماتی نظیر خرید فالوور را انجام دهند. با این حال واقعیت این است که هیچ نتیجه‌ای را از این اقدام خود به دست نیاورده و افزایش مخاطبان شما به معنای بالا رفتن بازدیدها نخواهد بود. در این رابطه برخی از راهکارها وجود دارد که در عین سادگی، شانس موفقیت و بیشتر دید شدن شما را افزایش می‌دهد. در ادامه به بررسی آنها پرداخته و تنها کافی است که پس از اجرای تمامی آنها، آمار خود با ماه گذشته را مقایسه نمایید. درواقع این امر که یک مسیر درست را طی کنید، حتی اگر به بیش از یک سال زمان برای رسیدن به تعداد مخاطب مدنظر شما نیز منجر شود، با این حال بهترین نتایج را به همراه خواهد داشت.

۱- **مزیت خود را بیابید**

در هر شبکه اجتماعی شما باید یک حوزه را برای فعالیت خود داشته باشید. برای مثال برخی از افراد به تبلیغ برند خود پرداخته و برخی دیگر در یک زمینه تلاش می‌کنند تا به اینفلوئنسر تبدیل شوند. نکته‌ای که باید به آن توجه داشته باشید این است که تفاوتی ندارد که چه حوزه‌هایی محبوبیت بالاتری را دارند، شما باید صرفا برطبق علاقه و استعداد خود رفتار کنید. همچنین تا زمانی که در حوزه مورد علاقه خود به مهارت لازم جهت جذب افراد دست پیدا نکرده‌اید، بهتر است تا صرفا دست نگه دارید. در این رابطه هرچه حوزه مدنظر شما رقیبای بیشتری را داشته باشد، نیاز به بهبود مهارت بیشتر خواهد بود.

۲- **حرفه‌ای ترین بئو ممکن را ایجاد نمایید**

بخش بئو نخستین چیزی است که مخاطب با آن مواجه خواهد شد. به همین خاطر بسیار مهم است که ضروری‌ترین اطلاعات را وارد نمایید. در این‌ رابطه توضیح مختصری در رابطه با حوزه کاری خود و اهدافی که دارید، الزامی بوده و پس از آن باید پل‌های ارتباطی خود را ذکر کنید. در نهایت استفاده از یک جمله جذاب به عنوان شعار خود، می‌تواند به تکمیل شدن اقدامات کمک نماید. در این رابطه فراموش نکنید که صفحه شما باید حتما در حالت عمومی قرار داشته باشد. برای درک بهتر این موضوع، توجه به صفحات موفق سایر افراد، یک اقدام کاملا هوشمندانه می‌باشد.

۳- **بهترین هشتگ‌ها را انتخاب نمایید**

هشتگ‌ها باعث خواهد شد تا محتواهای شما در دسته‌بندی‌های

به قلم: آنجیل پاتاک کزافین

مترجم: امیر آل‌علی

با توجه به اخبار چند روز اخیر، به نظر می‌رسد که شیب نزولی ابتلا به ویروس کرونا آغاز شده و در بسیاری از کشورها شرایط بهبودهای جدی را پیدا کرده است. در این رابطه مسابقات فوتبال در کشور آلمان از سرگرفته شده و برندهایی نظیر اپل نیز فروشگاه‌ها خود را با رعایت نکات بهداشتی و فاصله اجتماعی، بازگشایی کرده‌اند. این موضوع ممکن است باعث ایجاد این ایده در ذهن شما شده باشد که چنین اقدامی را انجام داده و شرایط را به حالت عادی بازگردانید. با این حال چند نکته وجود دارد که توجه به آنها کاملا ضروری است. درواقع قبل از عملی کردن این اقدام، لازم است تا به ۴ پرسش در ذهن خود پاسخ دهید که در ادامه به بررسی آنها خواهیم پرداخت.

۱- **آیا الزامی در این رابطه وجود دارد؟**

شرکت تسلا با وجود تمام فشارها، واحد تولیدی خود را مهیای کار نموده است، اپل نیز فروشگاه‌های خود را بازگشایی کرده است. این امر به معنای آن نیست که ویروس کرونا به صورت کامل از بین رفته است. درواقع هنوز واکسن آن نیز عرضه نشده و پیش‌بینی می‌شود که این پروسه حداقل به یک سال زمان نیاز داشته باشد. به همین خاطر هنوز هم خطر وجود دارد. به همین خاطر برندها به نوعی مجبور به

اخبار

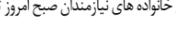
به همت شرکت بهره برداری نفت و گاز مسجدسلیمان انجام شد؛

اهدای بسته های غذایی و بهداشتی به خانواده زیر پوشش بهزیستی

اهواز - شبنم قجاوند: شرکت بهره برداری نفت و گاز مسجدسلیمان در راستای عمل به مسئولیت های اجتماعی اش تعداد ۵۵ بسته مواد غذایی و بهداشتی را تهیه و برای توزیع میان خانواده های زیرپوشش بهزیستی و خانواده های دارای فرزند اوتیسم در اختیار اداره بهزیستی مسجدسلیمان قرار داد.

شرکت بهره برداری نفت و گاز مسجدسلیمان در راستای عمل به مسئولیت های اجتماعی اش تعداد ۵۵ بسته مواد غذایی و بهداشتی را تهیه و برای توزیع میان خانواده های زیرپوشش بهزیستی و خانواده های دارای فرزند اوتیسم در اختیار اداره بهزیستی مسجدسلیمان قرار داد . فرمانده پایگاه مقاومت بسیج شرکت بهره برداری نفت و گاز مسجدسلیمان با بیان این

خبر اظهار داشت : این اقدام بمنظور مشارکت در طرح و رزمایش مومنانه و توسط پایگاه مقاومت بسیج صنعت نفت مسجدسلیمان و در راستای عمل به مسئولیت های اجتماعی این شرکت صورت گرفته است.
غلامرضا امینی افزود : بسته های تهیه شده مشتمل بر برنج - مرغ - ماکارونی - روغن مایع - رب گوجه - عدس و لوبیا و همچنین مایع دستشویی و ظرفشویی می باشد که بمنظور توزیع میان خانواده های نیازمندان صبح امروز تحویل اداره بهزیستی شد .



مدیر عامل شرکت آب و فاضلاب استان گلستان:

افزایش ۷ درصدی تعرفه آب شرب در سال ۹۹

گرگان - خبرنگار فرصت امروز: رئیس هیئت مدیره و مدیر عامل شرکت آب و فاضلاب استان گلستان گفت با توجه به مصوبه هیئت وزیران ۷ درصد پهای آب شرب در سالجاری افزایش می یابد.
به گزارش روابط عمومی و آموزش همگانی شرکت آب و فاضلاب استان گلستان،مهندس "بهباز هرمزی" با اعلام این خبر افزود: همچنین با هدف مدیریت مصرف و بازدارندگی مصارف غیر ضرور ۱۶ در صد به خالص صورتحساب آب شرب مشترکین بالای الگوی مصرف نیز افزوده خواهد شدوی اظهار داشت : بر اساس مصوبه فوق پهای آب شرب برای کم مصرفا ها (۱۵ متر مکعب در ماه)۷درصد و برای برمصرف ها (بالای الگوی مصرف) ۱۶ در صد افزایش قیمت خواهیم داشت.
هرمزی در پایان تصریح کرد : از



ابتدای خرداد ماه تا پایان شهریور سال ۱۳۹۹در صورت کاهش مصارف آب مشترکین که الگوی مصرف را رعایت می نمایند به ازای هر متر مکعب آب کاهش یافته مبلغ ۱۷۳۸ ریال برای مشترکین شهری و مبلغ ۸۶۹۸ریال برای مشترکین روستایی از صورتحساب کسر و به صورت یکجا در صورتحساب اعمال می گردد.

مدیر کل آموزش فنی و حرفه ای استان بوشهر:

آموزش و مهارت باید جز سبد خانواده های بوشهری قرار گیرد

بوشهر- رضا حیدری: مدیر کل آموزش فنی و حرفه ای استان بوشهر، گفت: با توجه به اجرای ابر پروژه ها و قطب صنعت بون استان بوشهر ، برای ایجاد اشتغال آموزش و مهارت باید جز سبد خانواده های بوشهری قرار گیرد.

به گزارش روابط عمومی اداره کل آموزش فنی و حرفه ای استان بوشهر، عبدالمجید اشکالی در بازدید از مرکز آموزش فنی و حرفه ای کنگان با بیان اینکه ایجاد اشتغال همواره یکی از دغدغه های اصلی دولت بوده اما طی سالیان

گذشته با گسترش مراکز مختلف دانشگاهی شاهد تعداد زیادی دانش آموخته بدون مهارت هستیم لذا باید گفت، امروز بحران اشتغال به اوج خود رسیده و این در حالی است که بسیاری از فرصت های شغلی به دلیل نبود نیروی کار ماهر و آموزش دیده با کمبود متقاضی روبرو شده است.

وی افزود: یکی از عوامل و پارامترهای عمده رشد اقتصادی و اجتماعی هر جامعه، تربیت نیروی انسانی کارآمد است و آموزش های فنی و حرفه ای نیز یکی از راهکارهای تربیت کننده نیروی انسانی متخصص در این حوزه است.
دراکھی نقش آموزش های مهارتی در تحقق اقتصاد مقاومتی و رونق تولید را کلیدی و محوری دانست و اظهار کرد: می توان با ارائه آموزش با کیفیت، زمینه تولید داخلی و اشتغال پایدار را به ارمغان آورد.

وی عنوان کرد: مراکز آموزشی فنی و حرفه ای با ارائه مهارت های فنی، زمینه اشتغالیابی جوانان و جویندگان کار را فراهم می کنند ولی در این بین باید نگاه جوانان به فرهنگ کار، از پشت میز نشینی به کارهای فنی تغییر پیدا کند.

مدیر کل آموزش فنی و حرفه ای بوشهر ، تأکید کرد: نقش آموزش های مهارتی در تحقق اقتصاد مقاومتی کلیدی و محوری بوده و می توان با ارائه آموزش با کیفیت، زمینه تولید داخلی و اشتغال پایدار را به ارمغان آورد.

مصرف بالغ بر ۸۳۰ میلیون مترمکعب گاز در گیلان

رشت - زینب قلیپور: حسین اکبر مدیرعامل شرکت گاز استان گیلان، از مصرف بالغ بر ۸۳۰ میلیون مترمکعب گاز در ۴۵ روز ابتدای سال۹۹ در استان خبر داد و اظهار داشت: این میزان در مقایسه با مدت مشابه سال گذشته ۲۵ میلیون مترمکعب کاهش داشته است.مهندس اکبر با اعلام این خبر اظهار داشت: تا نیمه اردیبهشت اسما ۳۵۰ میلیون مترمکعب گاز در بخش خانگی مصرف شده که تفاوت چندانی با مصرف مدت مشابه سال گذشته نداشته است.وی در همین رابطه اظهار داشت: شرکت گاز با توجه به شیوع گسترده ویروس کرونا و درجهت کمک به اقتصاد خانوارها، زمان شروع فصل گرم سال را یک ماه به تاخیر انداخت و بدین سبب گازبهای فصل گرم از ۱۶ اردیبهشت محاسبه خواهد شد.مدیرعامل شرکت گاز استان گیلان افزود: با این اقدام شرکت گاز مردم عزیز توانستند یک ماه بیشتر از تخفیفات گاز که مختص فصل سرما می باشد استفاده نموده و هزینه کمتری را پرداخت نمایند.مهندس اکبر همچنین از تحویل ۳۳۰ میلیون مترمکعب گاز به بخش نیروگاهی استان خبر داد و گفت: این میزان در مقایسه با سال گذشته ۲۰ میلیون مترمکعب کاهش داشته است.وی اظهار داشت: پس از بخش های خانگی و نیروگاهی، بخش صنعتی با ۸۵ میلیون مترمکعب، بخش تجاری با ۲۴ ملیون مترمکعب و بخش حمل و نقل با ۳۰ میلیون مترمکعب در رده های بعدی مصرف قرار دارند.مدیرعامل شرکت گاز استان گیلان در پایان با اشاره به شروع فصل گرم سال از همه مشترکین درخواست نمود تا با صرفه جویی و مدیریت مصرف هزینه کمتری را پرداخت نمایند.

آغاز عملیات اجرایی پروژه فیبر نوری اصلاح مسیر رباط دولتشاه

خرم آباد - خبرنگار فرصت امروز: عملیات اجرایی پروژه فیبر نوری اصلاح مسیر رباط دولتشاه به طول ۳ کیلومتر آغاز شد.
به گزارش روابط عمومی مخابرات منطقه لرستان، مهندس قاسمی مدیر مخابرات منطقه در حاشیه بازدیدباز این پروژه گفت:فیبر نوری مسیر رباط دولتشاه که در سال سیل گذشته بخش زیادی از این مسیر دچار رانش زمین شده و قطعیهای زیادی را برای فیبر وشبکه ارتباطات مخابراتی بوجود آورده و به صورت موقت ترمیم شده بود که با پیگیریها و تلاش های همکاران در معاونت شبکه و اخذ مجوز حفاری از اداره کل راهداری استان به طول ۲ کیلومتر اجرا و در حال حفاری و تغییر مسیر می باشد.
وی افزود افزود : بعد از اتمام کار و کابل کشی و بر گردن شاهد پایاندی بیشتر از ارتباطات فیبر نوری خرم آباد به الشتر و نورآباد خواهیم بو



اجرای طرح فرهنگ ترافیک برای ۱۵۷۲ دانش آموز استان مرکزی

اراک - خبرنگار فرصت امروز: به گزارش روابط عمومی راهداری و حمل و نقل جادهای استان مرکزی، علی امیری خوربه با اشاره به اجرای طرح آموزش فرهنگ ترافیک مدارس حاشیه راههای استان مرکزی گفت: در راستای اجرای این طرح در استان مرکزی در سال جاری هزار و ۵۷۲ دانش آموز آموزش های لازم را دریافت کردند وی با تأکید بر اینکه آموزش فرهنگ ترافیک و آشنایی با مقررات و خطرات عبور و مرور با وسایل نقلیه و گذر از جادهها به خصوص در روستاهای حاشیه راههای امیری ضروری است، افزود: اگر آموزش ها به صورت صحیح و پایهای انجام گیرد زمینه ایجاد فرهنگ و عادت به رعایت قوانین و هشدارها فراهم می شود که در نهایت نتیجه پیشگیری از بروز حوادث ناگوار و یا کم شدن خسارت را به دنبال دارد.
امیری تصریح کرد: آموزش فرهنگ ترافیک به کودکان دانش آموزان دوره ابتدایی مدارس حاشیه راههای یکی از مهمترین عوامل شکل گیری فرهنگ ترافیک در سنین پایه است که خوشبختانه در دستور کار اداره کل قرار گرفته است که با توجه به تعداد بالای نقاط حادثه خیز و روستاهای حاشیه راههای اصلی استان امیری بسیار مهم است.
وی ارتباط رو در رو با کودکان، استفاده از روش های آموزش در پارک ترافیک، ایجاد ماکت جادهها و بالبلوهای راهنمایی را از جمله روش های آموزش کودکان و دانش آموزان دانست و افزود: ایجاد محیط آموزشی شاد از طریق نمایش و موسیقی اثر گذاری و ماندگاری مباحث آموزشی را در ذهن بچترن می کند و در همین راستا موضوعاتی چون رعایت احترام و نظم و ترتیب آشنایی با جادههای اصلی آشنایی با بلبلوها و علائم هشدار دهنده کنار جادهها، نحوه ورود و خروج از مدرسه به خیابان و نحوه تردد از عرض جادهها آشنایی با خطرات حاشیه راهها، هشدار در مورد شوخی و بازی در کنار جادهها، آشنایی با چراغ راهنمایی و رانندگی، آموزش نکات ایمنی در فصل سردسال و مواجه با هوای مه آلوده، ابری و تاریک، آشنایی با پایدها و نباید های کودکان در خودرو و به عنوان سر نشین، آموزش و یادگیری شماره تلفن های امدادی و ضروری آموزش داده می شود.

تبریز - ماهان فلاح:مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب آذربایجان شرقی در برنامه زنده رادیویی این استان به منظور تبیین اهمیت جایگاه آب در زندگی روزمره شهروندان و نهادینه کردن فرهنگ مصرف بهینه آب و صرفه جویی در مصرف آب حضور یافت و ضمن پاسخگویی به سوالات مجری برنامه نسبت به تشریح اهمیت و جایگاه آب در جامعه و مدیریت مصرف آب پرداخت.
علیرضا ایمانلو در این برنامه رادیویی اظهار کرد: در این برهه از زمان، با توجه به شیوع ویروس کرونا در کشور و استان ما که رعایت نکات بهداشتی از طرف شهروندان عزیز لازم بوده و از طرفی با توجه به ماموریت شرکت آب و فاضلاب استان مبنی بر تأمین آب شرب بهداشتی برای شهروندان عزیز و همچنین مسئولیت اجتماعی شرکت آب و فاضلاب جهت مقابله با ویروس کرونا، این شرکت تمام خدمات خود در خصوص آب و فاضلاب را به صورت شبانه روزی و غیر حضوری به مشترکان ارائه می دهد.

مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب استان اضافه کرد: با توجه به برداشت آب از تمامی ظرفیت های موجود، از حلقه چاهها، قنوت، سد نهند و طرح آبرسانی زرینه رود که بصورت فرا استانی و از ۲۰۰ کیلومتری تبریز تأمین می شود، لازم است شهروندان محترم در مصرف بهینه آب دقت بیشتری را بعمل آورند تا دچار قطعی آب نشویم.

۷۵ درصد آب شرب شهروندان از منابع سطحی تأمین می شود

مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب استان افزود: با توجه به اینکه منابع آب در کشور ما محدود می باشند و حدود ۷۵ درصد آب شرب شهروندان از منابع سطحی تأمین می شود، لذا ضروری است از این نعمت الهی به درستی



استفاده نماییم.

مهندس ایمانلو در ادامه به صرفه جویی ۱۰ الی ۱۵ درصدی در مصرف آب توسط مشترکین و رعایت الگوی مصرف اشاره کرد و از شهروندان در خواست کرد توصیه های شرکت آب و فاضلاب استان را جدی بگیرند تا در خصوص آب مصرفی دچار مشکل نشویم. این مقام مسوول سپس با مقایسه مصرف آب نسبت به زمان مشابه سال گذشته گفت: اسما در مقایسه با مدت مشابه سال گذشته، حدود ۲۷ درصد افزایش مصرف در تبریز و حدود ۲۴/۵٪ افزایش مصرف در استان را نشان می دهد و کارکنان زحمتکش شرکت آب و فاضلاب استان بصورت شبانه روز و با تمام ظرفیت نسبت به تأمین و توزیع آب شرب شهروندان عزیز اقدام می کنند.
وی اضافه کرد: لازم است مشترکین و همشهریان عزیز نهایت دقت و صرفه جویی را در استفاده صحیح آب مدنظر

با شروع فصل گرما و راه اندازی کولرهای آبی صورت می گیرد:

افزایش بیش از ۳۰ درصد مصرف آب شرب و بهداشت در اصفهان

شهرهای تحت پوشش این سامانه ۸۸ ایستگاه هوشمند در استان راه اندازی شده است.

ناصر اکبری افزود: هم اکنون از طریق اپراتور با استفاده از سیستم تله متری و تله کنترل مدیریت توزیع آب در شهر های تحت پوشش طرح آبرسانی اصفهان بزرگ انجام می شود اما در آینده در فازهای توسعه ای این طرح به صورت اتوماتیک و کاملاً هوشمندانه توزیع آب شرب انجام می شود.

وی با اشاره به مصرف آب شرب با شیوع ویروس کرونا گفت: در اصفهان در اسفندماه مصرف آب حدود ۱۳ درصد در فروردین ماه حدود ۱۸ درصد در اردیبهشت حدود ۱۴ درصد نسبت به مدت مشابه سال قبل افزایش یافته است که از مردم انتظار می رود با آغاز فصل گرما مصرف بهینه آب را مد نظر قرار دهند.

معاون بهره برداری و توسعه آب شرکت آبفا استان اصفهان در فصل تابستان که دمای هوا به حدود ۳۷ درجه سانتیگراد می رسد بیک مصرف آب تلقی می شود این در حالیست که با توجه به محدودیت منابع آبی در اصفهان که تنها دارای یک سامانه آبرسانی می باشد ما با کمبود ۲۷٪ مترمکعب آب در تائیه برای تأمین آب شرب پایدار مردم مواجه هستیم.



آب جلوگیری شود این در حالیست که درسالهای اخیر برنامه های متنوعی در زمینه مصرف بهینه آب در قالب های مختلف ارائه گردید.

دردامده معاون بهره برداری و توسعه آب شرکت آبفا استان اصفهان در خصوص سامانه هوشمند سازی شبکه آب گفت: هم اکنون به منظور توزیع عادلانه آب شسرب در

تقدیر از اجرای برنامه فرهنگی «ناخوانده مهمان» در قم

قابل تحسین دانست و گفت: برگزاری مسابقات اذان، خاطره گویی و قسه‌نویسی به‌ویژه با بهره‌گیری از بستر شبکه‌های مجازی جزو اقدامات بسیار خوبی هستند که از سوی سازمان فرهنگی شهرداری در ماه مبارک رمضان در قالب جشنواره قرار بندگی در حال انجام است.

رئیس شورای اسلامی شهر قم مطرح کرد: شاید آنچه مردم از سازمان فرهنگی ورزشی شهرداری انتظار دارند انجام شود این بوده که تلاش بیشتری در مسیر ارتقاء فرهنگ شهروندی از سوی سازمان صورت بگیرد چراکه جامعه ما جامعه‌ای شهیدپرور بوده و باید در مسیر تقویت فرهنگ ایثار و شهادت در جامعه حرکت کنیم.
جلالی در ادامه به بیان راهکارهای مطلوب‌تر شدن شرایط کنونی پرداخت و تأکید کرد: در شرایط کنونی یکی از راه‌های تقویت فعالیت‌ها این است که از شیوه‌های مهم فرهنگی مثل انیمیشن و تهیه فیلم کوتاه به‌خصوص در حوزه جوانان که نیاز جامعه است بهره گرفته و اقداماتی در این رابطه داشته باشیم.



جلالی به برنامه‌های سازمان فرهنگی هنری ورزشی شهرداری در ماه مبارک رمضان که در قالب جشنواره قرار بندگی سیاست گذاری شده و در حال انجام است اشاره و ابراز کرد: این برنامه‌ها متناسب با شرایط ماه مبارک رمضان و شرایط کرونایی استان قم هستند.
وی اقدامات سازمان در ارتباط با ترویج فرهنگ قرآنی در استان را

همزمان با روز روابط عمومی صورت پذیرفت:

نشست صمیمی مدیرعامل گاز مازندران با کارکنان روابط عمومی

وی اظهار امیدواری نمود تا با همکاری سایر مدیریتهای شرکت، این واحد بتواند به اهداف مهم خود که بخشی از آن اطلاع رسانی و انعکاس اخبار و اطلاعات می باشد، دست یابد.

مدیرعامل شرکت گاز مازندران افزود: درک متقابل و ارتباطات به منظور دستیابی به اهداف، به عنوان یک اصل اساسی مدیریت در سازمان با پذیرفته شده است بدین جهت در دنیای امروز روابط عمومی ها به عنوان عناصر قوی در ارزیابی و تقویت برنامه ها و پیشبرد اهداف سازمان ها تلقی می شوند.
گفتنی است، "علی اکبر محی" سرپرست روابط عمومی شرکت گاز مازندران نیز در ابتدای این نشست، به تشریح برنامه ها و چشم اندازهای تدوین شده در سال ۹۹ در آتقاء جایگاه روابط عمومی در شرکت گاز استان پرداخت.



وحدت و همدلی رمز موفقیت روابط عمومی هاست.

پالایشگاه گاز ایلام به پویش همدلی و کمک های مومنانه استان پیوست

و مساعدت های مردمی کارکنان ادارات دولتی و مردم بین اقشار ضعیف و اصناف آسیب دیده از بیماری کرونا راه اندازی شد که در همین راستا کارکنان این مجموعه نیز با اهدای مبلغ ۴۰۰ میلیون ریال از حقوق خود،در این امر خدابسنده شرکت کردند.

وی سا اشاره به اینکه کارکنان این پالایشگاه به صورت خود جوش به منظور کمک به بیماران کرونایی و همچنین کمک های مومنانه مبلغ قابل توجهی کمک کرده اند،تصریح کرد: در راستای گسترش فرهنگ همدلی و ایثار اجتماعی، کارکنان پالایش گاز ایلام با اهدای میلیی از ۵۰۰ هزار تا ۱۰ میلیون ریال به پویش همدلی و امید بوستند و در مجموع مبلغ قابل توجهی را به پویش امید و همدلی، برای کمک به نیازمندان و اقشار آسیب دیده از ویروس کرونا اهداء کردند.



و تأکید استاندار، پویش امید و همدلی با هدف دریافت و توزیع هدفمند کمک

گام‌های بزرگ ایران در بومی‌سازی

زنجیره کاتالیست‌های پتروشیمی مسجدسلیمان تکمیل می‌شود



جدید هستیم که در سال جاری خبرهای مسرت‌بخشی برای صنایع پتروشیمی و پالایشی کشور خواهیم داشت.

ظرفیت تولید ۲۰۰۰ تن کاتالیست در سال

کریمی وثیق همچنین بیان کرد: ما با در اختیار داشتن بیش از ۷۰ نخبه دانشگاهی و ۲۸۰ نیروی کار، از ظرفیت تولید ۲۰۰۰ تن کاتالیست در سال برخورداریم که با برنامه‌های افزایش ظرفیت تولید، در حال احداث بزرگترین کارخانه تولید کاتالیست در منطقه هستیم که این کارخانه از ظرفیت تولید بیش از ۵۰۰۰ تن در سال برخوردار خواهد بود که در سال «جهش تولید» شاهد افتتاح آن خواهیم بود.

مدیرعامل شرکت نفت و گاز سرو در مورد تولید در شرایط کرونا گفت: شرکت سرو به تعهدات خود نسبت به مشتریان کامل پایبند است و به این موضوع آگاه است که چرخه تولید کشور بستگی به حرکت تمام چرخ‌دنده‌های آن دارد و به صورت یک زنجیره، تمام حلقه‌های آن بهم متصل هستند بنابراین شرکت سرو نیز به عنوان یکی از مهمترین حلقه‌های این زنجیره تولید می‌بایستی شرایط کار ایمن را برای پرسنل خود فراهم می‌آورد تا اثر کرونا بر تولید را به حداقل برساند. از اواخر سال گذشته با صرف هزینه‌های زیاد به سلامت پرسنل توجه ویژه‌ای داشتیم و با رصد سلامت روزانه پرسنل و اطلاع از سلامتی خانواده آنها، توجه ویژه به آموزش، اهدای یک‌های بهداشتی، تلاش کردیم تا شرایط کار ایمن را در کارخانه خود فراهم کنیم.

براساس این گزارش، نفت و گاز سرو یکی از شرکت‌های دانش‌بنیان موفق در حوزه دانش‌بنیان نوع یک شناخته می‌شود که می‌توان از آن به عنوان سرآمد شرکت‌های فعال در حوزه تحقیق و توسعه نیز یاد کرد که توانسته است با توجه ویژه به سه موضوع کلیدی تحقیق و توسعه، افزایش سبد محصولات و نوآوری گام‌های بلندی را بردارد.

فرآیند تولید آهن اسفنجی کاتالیست محور است، شرکت سرو توانست بیش از ۶۵ درصد نیاز این بازار را داخلی‌سازی کند، اما این پایان کار ما در این حوزه نبود و با تحقیق و بررسی فرآیند تولید آهن اسفنجی، توانستیم نوع جدیدی از کاتالیست‌های موردنیاز این فرآیند را تولید کنیم که می‌توان از آن به عنوان نسل جدیدی از کاتالیست‌های آهن اسفنجی یاد کرد. این پروژه تحقیقاتی با شرکت فولاد خوزستان مراحل نهایی تکمیل دانش فنی خود را طی می‌کند که در آینده‌ای نزدیک می‌توان شاهد جایگزینی این کاتالیست جدید بود.

وی با بیان اینکه در حوزه کاتالیست‌های چرخه گاز سنتز محصولات متنوعی و با گریدهای مختلفی استفاده می‌شود، گفت: ۸۵ درصد گاز سنتز کشور در حوزه پتروشیمی و پالایش نفت با کاتالیست شرکت نفت و گاز سرو تولید می‌شود.

دستیابی به دانش فنی ساخت کاتالیست سنتز متانول در مقیاس صنعتی

مدیرعامل شرکت دانش‌بنیان نفت و گاز سرو افزود: به عنوان یکی از پروژه‌های همکاری که با معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری داشتیم، توانستیم به دانش فنی ساخت کاتالیست سنتز متانول در مقیاس صنعتی دست پیدا کنیم و در سال گذشته این کاتالیست در پتروشیمی شیراز بارگذاری و همچنین گواهی رضایت عملکرد آن از سوی مجتمع پتروشیمی شیراز صادر شد.

کریمی وثیق درباره سایر فعالیت‌های این مجموعه توضیحاتی ارائه داد و بیان کرد: با تولید کاتالیست چرخه تبدیل متانول به فرمالدهید توانستیم مشکلات تامین این کاتالیست را برای مجتمع‌های مصرف‌کننده مربوطه نیز رفع کنیم که در ماه جاری شاهد نخستین بارگذاری صنعتی این محصول ایرانی در شرکت صنایع شیمیایی فارس خواهیم بود. در حال حاضر در حال تحقیق بر روی چند کاتالیست

بومی‌سازی بیش از ۳۰ کاتالیست

کریمی وثیق ادامه داد: به عنوان نخستین شرکت تولیدی، بومی‌سازی این محصولات را در کشور آغاز کردیم. در حال حاضر بیش از ۳۰ محصول در شرکت سرو تولید می‌شود که جزو محصولات دانش‌بنیان به شمار می‌آیند. ما توانستیم در مرحله نخست کاتالیست‌های مصرفی برای تولید گاز سنتز را در صنایع مختلف بومی کنیم. به طوری که اکنون تولید متانول، اوره، آمونیاک و آهن اسفنجی در مجتمع‌های کشور بدون کوچکترین نگرانی از بابت کاتالیست ادامه دارد. محصولی که به شدت با تحریم روبه‌رو بوده و همواره به عنوان یکی از نگرانی‌های بزرگ مدیران صنایع شناخته می‌شد. وی افزود: در صنعت پتروشیمی دو گاز به عنوان خوراک اصلی وجود دارد، یکی گاز سنتز و دیگری گاز اتیلن، که تولید آنها فرآیندهای کاتالیستی است. از این رو به عنوان گامی دیگر بومی‌سازی کاتالیست اصلی تولید گاز اتیلن را تحت پروژه مشترکی که با شرکت پتروشیمی مروارید داشتیم با موفقیت انجام دادیم. با این موفقیت، می‌توان گفت صنعت پتروشیمی دیگر نگرانی از بابت کاتالیست برای خوراک تولید محصولات خود ندارد. به گفته کریمی، همچنین به عنوان یک گام بزرگ دیگر در صنعت پتروشیمی، تمام کاتالیست‌های مورد استفاده در طرح پتروشیمی مسجدسلیمان به شرکت نفت و گاز سرو سپرده شده است. که تا پایان تابستان امسال این مجتمع با کاتالیست‌های تولیدی شرکت نفت و گاز سرو که بالغ بر ۳۴۰ متر مکعب و ۸ نوع کاتالیست بوده به مرحله بهره‌برداری خواهد رسید. با این موفقیت شرکت سرو در جمع معدود شرکت‌های مطرح جهان قرار می‌گیرد که توانایی تولید تمام کاتالیست‌های مورد استفاده در یک فرآیند را در اختیار دارد.

جایگزینی کاتالیستی جدید در تولید آهن اسفنجی

کریمی وثیق همچنین بیان کرد: همچنین در حوزه صنعت فولاد که

پتروشیمی مسجدسلیمان با آغاز فصل پاییز در سال جاری فعالیت خود را با کاتالیست‌های تولیدی یک شرکت دانش‌بنیان ادامه می‌دهد. با این موفقیت این شرکت فناوری در جمع معدود شرکت‌های مطرح جهان قرار می‌گیرد که توانایی تولید تمام کاتالیست‌های مورد استفاده در یک فرآیند را در اختیار دارد. کاتالیست به عنوان یک کالای استراتژیک در صنایع پتروشیمی، پالایشی و فولاد کشور شناخته می‌شود. به طوری که بدون حضور کاتالیست امکان تولید محصولات صنایع فوق عملاً امکان‌پذیر نیست. اگر بخواهیم به کاتالیست از نگاه بالاتری بپردازیم، می‌توان گفت که تولید فولاد، تولید سوخت‌ها، تولید مواد شیمیایی، تولید کودهای شیمیایی کشاورزی و مواد بسیار دیگری به کاتالیست بستگی دارد و بدون حضور کاتالیست عملاً امکان تولید آنها وجود ندارد. همچنین این محصولات نقش کلیدی در امکان ایجاد بستری مطمئن برای ادامه حیات صنایع مادر کشور در زمینه ارزآوری را ایفا می‌کند. امروزه کاتالیست در کشور کالایی بسیار ارزشمند شناخته می‌شود که به شدت با تحریم روبه‌رو شده است، اما در کشورمان یک شرکت دانش‌بنیان با به کارگیری نیروی انسانی نوآور و خلاق موفق به بومی‌سازی بیش از ۳۰ نوع کاتالیست شده است.

امیر هومن کریمی وثیق، مدیرعامل شرکت دانش‌بنیان نفت و گاز سرو درباره تامین کاتالیست‌های موردنیاز کشور گفت: کاتالیست‌ها بیش از ۹۰ سال است که در صنایع مختلف ایران و جهان مورد استفاده قرار می‌گیرند. به طوری که در ایران در حدود ۵۰ سال است که این محصول در صنایع چون پتروشیمی و پالایشگاه استفاده می‌شود. این امر باعث می‌شود تا علاوه بر خروج حجم زیادی ارز از کشور، وابستگی خارجی به این محصول حیاتی وجود داشته باشد؛ محصولی که از فناوری تولید بسیار پیشرفته‌ای برخوردار بوده و دانش تولید آن در انحصار چند کشور معدود است.

بررسی الگوی بازاریابی تلفنی و تکنیک‌های طلایی آن

بازاریابی تلفنی در عصر دیجیتال

<div><div> </div><div><div>به قلم: دیوید گسپارین کارشناس بازاریابی</div></div></div>
<div><div> </div><div><div>ترجمه:علی آل‌علی</div></div></div>

آیا کمپین بازاریابی شما بازخوردهای مناسبی از سوی مشتریان دریافت نمی‌کند؟ اگر پاسخ‌تان به این پرسش مثبت است، باید نسبت به گسترش جهانی این چالش برای کسب و کارها اطلاع داشته باشید. امروزه اغلب برندها با مشکلات فراوانی در حوزه بازاریابی و جلب نظر مخاطب هدف دست و پنجه نرم می‌کنند. راهکار مدنظر اغلب برندها برای غلبه بر مشکلات فوق استفاده از الگوی بازاریابی تلفنی است. شاید در نگاه نخست استفاده از تلفن برای بازاریابی اندکی عجیب به نظر برسد. اکنون برخی از کارشناس‌ها حتی استفاده از سرویس‌های ایمیل برای بازاریابی را نیز مردود می‌دانند، با این حال بازاریاب‌ها در عرصه B۲C (در تعامل مستقیم با مشتریان نهایی) به مزیت‌های بازاریابی تلفنی پی برده‌اند. امروزه شمار قابل توجهی از برندها برای بازاریابی و فروش از استراتژی تماس تلفنی استفاده می‌کنند. بدون تردید این امر به دلیل مزیت‌های قابل توجه‌اش برای برندها مورد توجه قرار گرفته است. یکی از مهم‌ترین مزیت‌های این الگوی بازاریابی امکان تعامل مستقیم با مشتریان است. شاید در نگاه نخست بازاریابی تلفنی ایده ساده‌ای به نظر برسد، اما در مرحله اجرا با دشواری‌های قابل توجهی همراه است. هدف اصلی ما در مقاله کنونی بررسی شیوه‌های بازاریابی تلفنی باکیفیت بالاست.

چگونه کیفیت کمپین بازاریابی تلفنی‌مان را افزایش دهیم؟

امروزه بزرگترین ارائه‌دهنده خدمات کمپین‌های بازاریابی تلفنی برند گوگل است. آنها امکان نمایش تبلیغات کوچک در گوشی‌های هوشمند با هدف جلب نظر مخاطب هدف را فراهم کرده‌اند. تفاوت اصلی کمپین‌های تلفنی گوگل امکان برقراری تماس مستقیم از سوی کاربران به جای مشاهده صفحات سایت مربوط به برند موردنظر است. این نوع کمپین‌ها به دلیل افزایش تمایل کاربران برای استفاده از تماس‌های تلفنی و همچنین گسترش استفاده از گوشی‌های هوشمند توسعه قابل توجهی پیدا کرده است. شاید در نگاه نخست تبلیغات در گوگل تنها راهکار برای بازاریابی تلفنی به نظر برسد، اما گزینه‌های دیگری نیز پیش روی شما قرار دارد. استفاده از بیلبوردها، تبلیغات محیطی در سامانه‌های حمل و نقل عمومی و تبلیغات تلویزیونی نیز برای پیشبرد این استراتژی مناسب خواهد بود. ما در ادامه به بررسی چند تکنیک مهم برای بهبود کیفیت بازاریابی تلفنی خواهیم پرداخت.

۱. استفاده از افزونه تماس گوگل

گوگل امکان تماس مستقیم کاربران با برندها در تبلیغات تلفنی را فراهم کرده است. به این ترتیب با نصب افزونه Google Call امکان بهره‌مندی از خدمات جانبی این سرویس وجود خواهد داشت. براساس گزارش موسسه استاتیس‌تا، امروزه بیش از ۸۲درصد از مردم برای خرید آنلاین از گوشی هوشمند و تبلت استفاده می‌کنند. این امر به معنای ضرورت سرمایه‌گذاری بر روی الگوی بازاریابی تلفنی است. به هر حال وقتی کاربران دسترسی به گوشی همراه داشته باشند، تمایل‌شان برای برقراری تماس تلفنی بیشتر خواهد بود. برخی از نکات مهم در زمینه کار با افزونه Google Call به شرح ذیل است:

• همکاری با گوگل برای توسعه کمپین‌های بازاریابی دسترسی به اطلاعات و آمارهای تحلیلی قابل توجهی را به همراه دارد بنابراین شما باید به بهترین شکل از آمارهای موجود در بانک اطلاعاتی گوگل برای توسعه کمپین‌تان استفاده نمایید. متأسفانه برخی از برندها به استفاده مناسب از بانک اطلاعاتی گوگل و سایر خدمات جانبی‌اش توجه ندارند.

• استفاده از ابزار زمان‌بندی انتشار محتوای تبلیغاتی برای نظارت هرچه بهتر بر روی فرآیند اجرای کمپین ضروری است. بدون تردید ما همیشه زمان کافی برای بارگذاری محتوای تبلیغاتی در بازه‌های مناسب را نداریم. بنابراین ابزار زمان‌بندی به ما برای کنترل هرچه بهتر بر روی کمپین‌مان کمک خواهد کرد.

• ایجاد محدودیت بسر روی تماس‌های دریافتی در هر روز موجب ارائه خدمات به صورت مطلوب خواهد شد. هر تیم بازاریابی محدودیتی برای ارائه خدمات با کیفیت مناسب دارد. تلاش برای پاسخگویی به تماس‌های بیش از اندازه همیشه با ریسک کاهش کیفیت پاسخگویی و نارضایتی مشتریان همراه خواهد بود.

۲.اهمیت نگارش متن تبلیغاتی جذاب

الگوی بازاریابی تلفنی فضای چندانی برای ششویه آزمون و خطا باقی نمی‌گذارد. دلیل اصلی این امر محدودیت متن تبلیغاتی برای آگهی‌های کوچک گوگل است. محدودیت کلمات برای چنین تبلیغاتی از سوی گوگل ۳۵ کاراکتر اعلام شده است. با این حساب ما باید پیام اصلی‌مان را در نهایت اختصار برای مخاطب هدف بیان کنیم. بی‌تردید نگارش متن تبلیغاتی جذاب برای ترغیب مخاطب هدف به تماس با ما ضروری است. برخی از نکات مهم در زمینه نگارش متن‌های حرفه‌ای برای تعامل بیشتر با مشتریان به شرح ذیل است:
• وقتی ما با محدودیت کلمه در نگارش متن تبلیغاتی مواجه هستیم، باید از عبارت‌های خودمانی و صمیمانه استفاده کنیم. شاید در متن‌های رسمی رعایت اصول نگارش ضروری باشد، اما در اینجا ما باید هرچه بیشتر بر الگوی مجاورهای تکیه کنیم.

• توجه به منطقه‌ای که متن تبلیغاتی ما در آن به نمایش درمی‌آید، اهمیت بالایی دارد. هرچه توانایی ما برای شخصی‌سازی متن تبلیغاتی‌مان با شرایط منطقه موردنظر بیشتر باشد، موفقیت بیشتری در جلب نظر مخاطب هدف خواهیم داشت. بدون تردید در هر منطقه‌ای نوع خاصی از شوخی‌ها یا تکه کلام‌ها رواج دارد. استفاده از آنها توانایی ما برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را افزایش خواهد داد.

• استفاده از کلیدواژه‌ها همیشه در جلب نظر مخاطب هدف نقش ویژه‌ای بازی می‌کند بنابراین ما باید در متن تبلیغاتی‌مان از چند کلیدواژه مهم استفاده نماییم.

۳.استفاده از الگوی بازاریابی تلفنی برای نیازهای ضروری

اگر محصولی که شما قصد عرضه‌اش را دارید، اولویت فوری برای مشتریان ندارد، باید به فکر استفاده از الگوهای جایگزین بازاریابی باشید. استفاده از ششویه بازاریابی تلفنی فقط برای محصولات دارای فوریت نیاز در مشتریان مناسب خواهد بود. بهترین مثال برای محصولات شامل نیاز اساسی مشتریان در زمان کنونی خدمات پزشکی است. البته در نگاهی وسیع‌تر انواع خدمات حقوقی نیز در این فهرست جای خواهد داشت. گاهی اوقات برندها به برخی از محصولات‌شان ویژگی نیاز فوری اضافه می‌کنند. این امر شامل سرمایه‌گذاری بر روی معرفی محصول موردنظر به عنوان نیاز اساسی مشتریان است. به عبارت ساده‌تر، ما در این شرایط نیاز فوری به محصول‌مان را در مشتریان ایجاد می‌کنیم. نکته مهم در این میان ضرورت سرمایه‌گذاری هنگامت برای ایجاد نیاز در مشتریان است. با این حساب شاید چنین تکنیکی برای کسب و کارهای کوچک صرفه اقتصادی نداشته باشد.

۴. ترغیب مخاطب به سوی عملی خاص

تعامل ما با مشتریان در قالب تماس‌های تلفنی باید در راستای ترغیب‌شان به سوی عملی خاص صورت گیرد. مشکل اساسی بسیاری از برندها در تعامل با مشتریان فقدان برنامه برای گام بعدی است. اگر ما استراتژی مشخصی برای هدایت مشتریان به صورت هدف یا عملی خاص نداشته باشیم، تمام سرمایه‌گذاری‌ها و تلاش‌های‌مان نابود خواهد شد. بدون تردید هر برند در تلاش برای تحقق هدفی خاص از دل فرآیند بازاریابی است. این امر شامل هدف‌هایی نظیر افزایش ترافیک سایت رسمی برند، ایجاد رابطه‌ای عمیق با مشتریان یا حتی فروش محصولات می‌شود. نکته مهم در این میان ترغیب مخاطب به سوی هدف برندمان از طراحی و اجرای کمپین بازاریابی است. در غیر این صورت کمپین ما برای مخاطب هدف چیزی فراتر از اندکی سرگرمی نخواهد بود.

۵. ارزیابی مداوم محتوای تماس‌ها

ما در اینجا مانند هر کمپین بازاریابی دیگری باید به بررسی کیفیت نهایی محتوا بپردازیم. برندهای بزرگ و موفق در زمینه بازاریابی تلفنی همیشه به دنبال افزایش کیفیت گفت‌وگوی‌شان با مخاطب هدف هستند. خوشبختانه اکنون نرم‌افزارهای مختلفی برای ضبط و سپس تحلیل فرآیند گفت‌وگوی برندها با مشتریان وجود دارد. توسعه روزافزون فناوری هوش مصنوعی نیز اق‌های مناسبی پیش روی برندها برای افزایش دقت تعامل‌شان با مخاطب هدف ایجاد کرده است. بدون شک افزایش تعداد تماس‌های ناموفق در زمینه فروش نشانه مثبتی برای برندها نیست. ارزیابی وضعیت کمپین بازاریابی امکان اقدام به موقع برای جبران ناکامی‌های قبلی را فراهم می‌سازد. در غیر این صورت هزینه‌های شکست در حوزه بازاریابی به شدت افزایش خواهد یافت. بازاریابی تلفنی الگویی تاثیر گذار برای تعامل با مشتریان در کسب و کارهای مختلف است. موفقیت در این حوزه نیازمند استفاده از تجربه دیگر برندها، ابزارهای مناسب و در نهایت تکنیک‌های تاثیرگذار است. هدف اصلی ما در مقاله کنونی ارائه چشم‌اندازی ابتدایی از هر سه عامل به شما بود.

منبع: smallbusinessbonfire.com

فرصت امروز

روزنامه مدیریتی - اقتصادی

| چهارشنبه | ۳۱ اردیبهشت ۱۳۹۹ | شماره ۱۵۴۸ | 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 بهار شیراز، میدان بهار شیراز، پلاک ۱۴۹

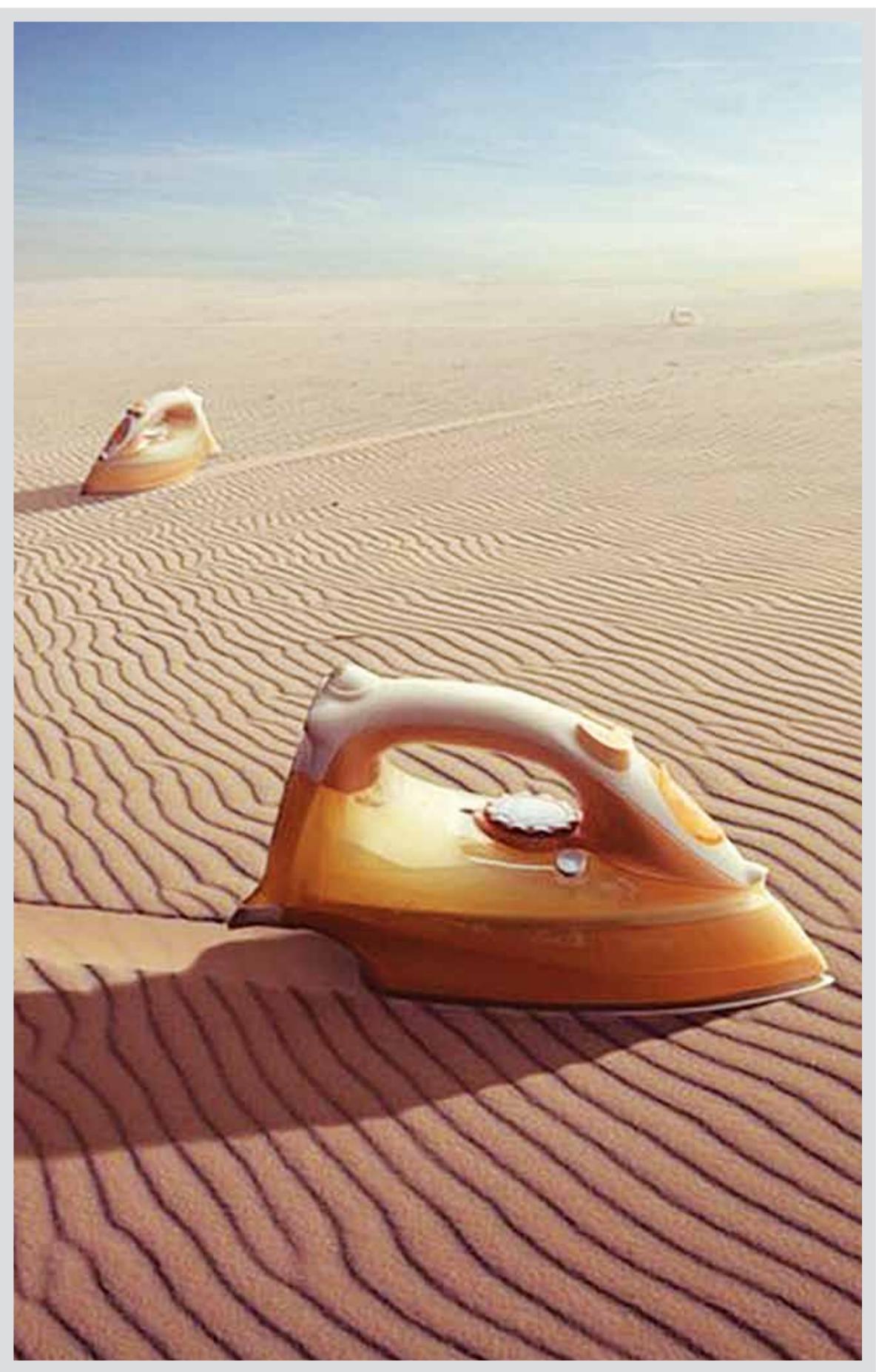
دفتر مرکزی: ۸۸۳۱۷۷۳۸

سازمان آگهی‌ها: ۸۸۳۲۰۹۶۰

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

WWW.FORSATONLINE.COM

INFO@FORSATONLINE.COM



۵ قانون دور کاری

۴-در دسترس باشید

اگرچه در شرایط عادی همواره توصیه می‌شد که گوشی خود را خاموش کرده و یا نوتیفیکیشن‌های آن را غیرفعال نمایید. با این حال در هنگام دور کاری، در دسترس بودن شما بسیار مهم خواهد بود. در این رابطه بهتر است تا از یک خط و شبکه مخصوص استفاده کنید. این امر باعث خواهد شد تا دیگر موارد غیرضروری، شما را درگیر نکند. همچنین این نکته را به خاطر داشته باشید که همواره باید لوازم کار را سپس از اتمام فعالیت‌ها، به صورت کامل جمع کرده و در جایی امن قرار داد. در غیر این صورت همواره احتمال بروز یک حادثه وجود دارد.

۵-انجام چند فعالیت به صورت همزمان را تمرین نمایید

درواقع شما نباید بیش از حد به خود سخت بگیرید. در این رابطه برخی از اقدامات ساده را می‌توان در حین انجام فعالیت‌های دیگر خود انجام دهید. برای مثال در هنگام آشپزی و یا کمک به نظافت منزل، به فایل صوتی و یا ویس‌های ارسالی همکاران خود گوش دهید. این امر کمک خواهد کرد تا دیگر اختصاص زمانی به آنها نیاز نبوده و اقدامات در زمانی کوتاه‌تر انجام شود. با این حال این نکته را فراموش نکنید که این سیاست تنها برای اقداماتی سودمند خواهد بود که به تمرکز زیادی نیاز ندارد.

در نهایت شما در دوران پساکرونا نیز به علت تجربه موفقیتی که در زمینه دورکاری داشته‌اید، می‌توانید در صورت موافقت مدیر شرکت، همچنان به این شیوه به کار خود ادامه دهید.

منبع: thebalancecareers.com

۲-تعیین اهداف روزانه

در هنگام دورکاری افراد استقلال بالاتری دارند. در این رابطه توصیه می‌شود که در ابتدا وظایف بسیاری مهم و ضروری خود را انجام داده و برای سایر اقدامات برنامه‌ریزی نمایید. درواقع شما می‌توانید از زمان حال حاضر، برای پرداختن به برخی از اقدامات استفاده کنید که از حجم کاری شما در آینده می‌کاهد. در این رابطه هیچ فردی به اندازه خودتان نمی‌تواند یک برنامه تنظیم کرده و اقدامات را اولویت‌بخشی نماید، با این حال در صورتی که با مشکل مواجه شده‌اید، از مشورت گرفتن از همکاران خود و در نهایت مدیر شرکت، غافل نشوید.

۳-ارتباط خود با اعضای خانواده را قطع کنید

بدون شک اگر برای چند ساعت در کنار خانواده خود نباشید، اتفاق خاصی رخ نخواهد داد. درواقع آنها در شرایط عادی به ساعت‌های به مراتب بیشتر نبود شما عادت کرده‌اند. این امر کمک خواهد کرد تا امکان تمرکز کامل بر روی اقدامات وجود داشته و در نتیجه سرعت و کیفیت کار در بهترین وضعیت قرار گیرد. همچنین می‌توانید از هدفون‌های مخصوص کاهش صدای محیط استفاده کنید و در اتاق را قفل نمایید. بدون شک پس از پایان فعالیت‌ها، زمان بسیار زیادی برای حضور در کنار خانواده خود خواهید داشت. در این رابطه بهتر است تا قبل از انجام اقدامات خود، با اعضای خانواده در این رابطه صحبت کرده و آنها را نسبت به دلیل اقدامات خود آگاه سازید.

به قلم: لارن میلس پروتلی نویسنده وسخرن حوزه کسب‌کار

ترجمه:امیر آل‌علی

پس از شیوع ویروس کرونا، دور کاری در مرکز توجهات قرار گرفته شده است. با این حال آیا نسبت به قوانین اصلی آن اطلاعاتی دارید؟ درواقع عدم رعایت این موارد باعث می‌شود تا این اقدام به یک کابوس برای شما تبدیل شود. فراموش نکنید که شما کمی دانشته و فرصت برای عسادت کردن به آن را نخواهید داشت. به همین خاطر ضروری است که از همین امروز این موارد را رعایت نمایید. در ادامه به بررسی پنج قانون دور کاری خواهیم پرداخت.

۱-ایجاد ساعت کار مشخص

اگر ساعت کار برای خود تعیین نکرده باشید، عملاً تمام روز درگیر وظایف خود خواهید بود. مزیت اصلی دورکاری این است که افراد به علت عدم نیاز جهت خارج شدن از خانه خود، عملاً ساعت بیشتری را در اختیار خواهند داشت. تحت این شرایط اگر به یک باره اقدامات خود را انجام ندهید، بدون شک دیگر از زمان اضافه‌ای که دارید نیز نمی‌توانید برای اقدامات دیگر استفاده کنید. برای مثال بسیاری از کارمندا در شرایط قرنطینه خانگی حال حاضر، در تلاش برای بهبود مهارت‌های خود هستند. در این رابطه شما باید از زمان بیشتر خود، استفاده درستی کرده و اقدامات را در یک زمان مشخص به اتمام برسانید. این امر شما را در شرایطی مشابه محل کار قرار خواهد داد که ساعت‌های کاری کاملاً مشخص است.