

تسهیلات ارزان قیمت
اعتبار اسنادی داخلی
ضمانت نامه بانکی
ارائه مشاوره بانکی

شکوفایی اقتصادی
نمره ۱ بسته با ۴ خدمت

مرکز مشاوره و اطلاع رسانی: ۰۲۱-۸۲۸۹۰۰۰ | www.bpi.ir | @bankpasargad

یادداشت

نوک کوه یخ

حسین حقگو
کارشناس اقتصادی

چند روز پس از اینکه سرپرست مرکز پژوهش‌های مجلس در گزارشی تفضیلی، نمایندگان دوره جدید این نهاد را در جریان اوضاع و احوال بس نامساعد اقتصادی کشور قرار داد، وزیر اقتصاد سعی کرد در همین جمع تا حدی تصویری مثبت‌تر از اوضاع ترسیم کند. از جمله موارد مشترک در گزارش هر دو این مسئولان حاکمیتی، وضعیت و جایگاه کشورمان در فضای کسب و کار بود. در حالی که وزیر اقتصاد از بهبود «رتبه ایران در فضای کسب و کار از ۱۵۲ به ۱۲۷» خبر داد و اینکه پنجره واحد تشکیل شده است و «همین الان ۵۵ درصد مجوزهایی که صادر می‌شود در درگاه ملی» انجام می‌شود... سرپرست مرکز پژوهش‌های مجلس موضوع را عمیق‌تر کاوید و نشان داد که هرچند ایران در مولفه کسب و کار در رتبه ۱۲۷ جهان قرار دارد، اما در همین شاخص در منطقه در رتبه بیستم است و تنها لبنان و عراق و افغانستان و سوریه و یمن وضعیتی بدتر از کشورمان دارند و جایگاه کشورمان در نماگر «شروع کسب و کار» در همین شاخص، رتبه ۱۷۸ در...



شاخص بورس چگونه طی ۲ سال بیش از ۵۷۰۰ درصد صعود کرد؟

رشد ۵۷۸ درصدی بورس در ۲ سال گذشته

وزارت بهداشت از تغییرات مختصر صعودی در روند بروز کرونا گزارش داد

جغرافیای استانی کرونا در هفته دوم خرداد

وجود ترکیبی از چند الگوی اپیدمی در استان، بیماردیزی با بیمارگریزی گسترده در استان و تغییر روند مهاجرت بیماران در طول زمان اشاره کرد. **تقسیم‌بندی استان‌ها از نظر میزان گزارش کرونا** استان‌ها براساس میزان بروز جمعی موارد بیماری به سه دسته پر گزارش، با گزارش متوسط و با گزارش پایین تقسیم شدند. در مورد استان‌های با بروز کم، تغییرات کم در داده‌ها می‌تواند تغییرات سریع در شاخص‌ها ایجاد کند و از این رو تفسیر داده‌های این استان‌ها سخت‌تر بوده و با عدم اطمینان بیشتری همراه است. تحلیل براساس این شاخص‌ها، احتمالی بوده و انتظار است تیم کمیته اپیدمیولوژی استان‌ها همراه با سایر شاخص‌ها و تحلیل‌های دقیق‌تر، شواهد بهتری از روند اپیدمی در استان‌ها و دانشگاه‌های علوم پزشکی کشور ارائه دهند.

در روند کشوری بیماری تغییرات مختصر صعودی مشاهده می‌شود. روند ثابت با تغییرات مختصر صعودی در هفت استان خوزستان، اصفهان، زنجان، آذربایجان غربی، ایلام، خراسان رضوی، چهارمحال و بختیاری دیده شد. روند ثابت با تغییرات مختصر در دو استان کرمانشاه و تهران مشاهده شد. همچنین روند صعودی با شروع پیک در ۱۳ استان آذربایجان شرقی، هرمزگان، کردستان، مرکزی، یزد، قم، بوشهر، فارس، خراسان جنوبی، همدان، کهگیلویه و بویراحمد، گلستان و کرمان مشاهده شد. به نظر می‌رسد سه استان خراسان شمالی، البرز و سیستان و بلوچستان اخیرا پیک اپیدمی را تجربه کرده‌اند. در شش استان لرستان، اردبیل، سمنان، قزوین، مازندران و گیلان ناسازگاری داده‌ها اجازه تحلیل

از طاعون تا کرونا

پاندمی‌ها چگونه به پایان می‌رسند؟

به وقع پیوست، همه‌گیری قرون وسطایی در سال ۱۳۳۱ میلادی در چین آغاز شد. این بیماری، در کنار جنگ داخلی‌ای که همزمان در جریان بود، نیکی از جمعیت چین را به کشتن داد. طاعون از آنجا در مسیرهای تجاری به اروپا، شمال آفریقا و خاورمیانه انتقال پیدا کرد. در سال‌های بین ۱۳۴۷ تا ۱۳۵۱ میلادی این بیماری دست‌کم یک‌سوم جمعیت اروپا را کشت. «آنتیپلودی دورا» وقایع نگار قرن چهاردهمی در این باره می‌نویسد: «زبان انسان از بازگویی این حقیقت وحشتناک قاصر است؛ در واقع آنکه چنین دهشتی را ندیده‌ای می‌توان سعادتمند نامید.» آن همه‌گیری به پایان رسید اما طاعون دوباره بالا گرفت. یکی از بدترین شیوع‌ها سال ۱۸۵۵ در چین آغاز شد و در سراسر جهان گسترش یافت که تنها در هندوستان ۱۲ میلیون نفر را کشت. مقامات بهداشتی بمبئی در تلاش برای رهایی از طاعون، تمام محله‌ها را به آتش کشیدند. روشن نیست که چه چیز طاعون خیارکی را از بین برد. برخی پژوهشگران معتقدند که آبوهوا ممکن است کل‌های ناقل بیماری را کشته باشد. دکتر آسونون یادآوری می‌کند که این امر نمی‌تواند باعث جلوگیری از گسترش آن از راه تجارت تنفسی شده باشد. یا شاید تغییری در موش‌ها بوده باشد. در قرن نوزدهم طاعون نه از طریق موش‌های سیاه، بلکه از طریق موش‌های قهوه‌ای منتقل شد که شروزتر و قوی‌ترند و اغلب جدا از انسان‌ها زندگی می‌کنند. آنبل نیز جزو بیماری‌هایی است که به یک پایان پزشکی رسیده‌اند، اما به چند دلیل این یک استثناست: یک واکسن مؤثر وجود دارد که باعث محافظت مادام‌العمر در برابر بیماری می‌شود؛ ویروس واریولا درشت هیچ میزبان حیوانی ندارد؛ بنابراین حذف بیماری در انسان به معنای

درستی از وضعیت اپیدمی را نمی‌دهد. باید مدنظر داشت که یک استان می‌تواند چندین پیک منحنی را تجربه کند. جهت اطلاع از روش کار و اطلاعات بیشتر در مورد روندهای استانی در چند روز اخیر به وبسایت کمیته اپیدمیولوژی کووید-۱۹ به آدرس corona.behdasht.gov.ir مراجعه کنید.

مقایسه رویکرد آزمایش کرونا در ۴ کشور جهان در یک مطالعه چهار کشور کره‌جنوبی، ایتالیا، انگلیس و آمریکا که همگی اولین بیمار مبتلا به کووید-۱۹ خود را در اواخر ماه ژانویه (اوایل بهمن ۱۳۹۸) گزارش کرده بودند، ولی رویکردهای متفاوتی برای انجام آزمایش به کار گرفته و شیوع بسیار متفاوتی را نسبت به هم تجربه کرده‌اند، از نظر پاسخ به دو پرسش اساسی مورد مقایسه قرار گرفتند: اول آنکه چه زمانی آزمایشات بررسی ابتلا به کووید-۱۹ در کشور شروع شد؟ و پرسش دوم اینکه این آزمایشات نسبت به میزان شیوع بیماری در آن کشور تا چه اندازه گسترش پیدا کرد؟

کره‌جنوبی برای کنترل سریع شیوع، به طور وسیع شروع به انجام آزمایش کرد (در حالی که ایتالیا، انگلیس و آمریکا چنین نکردند). تا اواسط ماه مارس (اواخر اسفند ۱۳۹۸) کره‌جنوبی اوج شیوع خود را گذرانده بود، علاوه بر اینکه این کشور تاکنون بیش از ۶۰۰ مورد تأییدشده جدید در روز گزارش نکرده است. با کاهش تعداد موارد تأییدشده جدید، انجام آزمایش به همان روال قبل ادامه یافت. در آمریکا، تا اواسط ماه مارس (اواخر اسفند ۱۳۹۸) هیچ اطلاعاتی در مورد انجام آزمایش منتشر نشده

است. آزمایش در این کشور، در اواخر اسفند ۱۳۹۸ با جدیت شروع شد. سپس با سرعت تا اواسط فروردین ۱۳۹۹ به بیش از ۱۰۰ هزار تست در روز افزایش پیدا کرد، اما با وجود اینکه تعداد آزمایشات شروع به پیشی گرفتن از سایر کشورها کرد، شیوع کووید-۱۹ نیز در آن کشور نسبت به سایر جهان، پیشی گرفت.

در نیمه دوم فروردین ۱۳۹۹، تعداد موارد تأییدشده جدید روزانه در آمریکا به ۳۰ هزار نفر رسید (یعنی ۵۰ برابر بیشتر از بالاترین گزارش کره‌جنوبی). انگلستان در ابتدا دفتر ناسر را آزمایش کرد و ردیابی افراد در معرض تماس، بلافاصله آغاز شد. اما در اوایل ماه مارس (اواسط اسفند ۱۳۹۸) میزان انجام آزمایش کاهش یافت. در اوایل ماه آوریل (نیمه دوم فروردین ۱۳۹۹) تعداد انجام آزمایش در انگلیس افزایش یافته بود، اما بیماری خیلی سریع‌تر از آن رشد کرده بود. همچنین سیاست ردیابی افراد در معرض تماس در ۱۲ مارس (۲۲ اسفند ۱۳۹۸) متوقف شده بود و انجام آزمایش برای افراد بدون علامت تمدید نشد. در نیمه دوم فروردین ۱۳۹۹، تعداد موارد تأییدشده جدید روزانه در انگلستان به ۴ هزار نفر رسید. آزمایش در ایتالیا بسیار کندتر آغاز شد. بعد از نیمه اسفند تعداد موارد انجام آزمایش، روز به روز بیشتر شد. در حال حاضر ایتالیا با عبور از اوج شیوع، همچنان سیاست آزمایشات گسترده خود را دنبال می‌کند. موارد جدید تأییدشده در هر دو کشور ایتالیا و انگلیس تقریباً ۴ هزار مورد جدید در روز بوده است، ولی این تعداد در ایتالیا به سرعت سقوط کرد؛ در حالی که در انگلیس برای یک ماه در همان سطح باقی ماند.

به ندرت یادآوری می‌شود. حال سوال این است که آیا این اتفاق برای کووید-۱۹ می‌افتد؟ مورخان می‌گویند یک احتمال این است که پاندمی کرونا پیش از آنکه از نظر پزشکی به پایان برسد، از نظر اجتماعی پایان می‌یابد. مردم ممکن است از محدودیت‌های ناشی از پاندمی خسته شوند؛ حتی در شرایطی که این ویروس حتی پیش از آنکه واکسن یا درمانی مؤثر برایش کشف شود، مانند آتشی زیر خاکستر همچنان بین مردم به حیاتش ادامه دهد. ناوومی راجرز، مورخ از دانشگاه ییل، می‌گوید: «فکر می‌کنم این مسئله روانشناسی اجتماعی خمی و ناامیدی وجود دارد. ممکن است ما در لحظه‌ای باشیم که مردم امید بیشتری دارند؛ من حق دارم که به زندگی عادی برگردم» این اتفاق هم‌اکنون در حال وقوع است. در برخی ایالت‌های آمریکا فرمانداران محدودیت‌ها را برداشته‌اند و برخلاف هشدارهای مقامات بهداشت عمومی، به آرایشگاه‌ها و باشگاه‌های ورزشی اجازه بازگشایی داده‌اند. به موازات اینکه مشکلات اقتصادی ناشی از خانه‌نشینی افزایش می‌یابد، مردم بیشتر و دیگری بس است؛ من می‌گویند: «مقامات بهداشت عمومی پایدی پزشکی را در چشم‌انداز خود دارند، اما برخی اعضای جامعه پایدی اجتماعی را می‌بینند. چه کسی ادعا خواهد کرد که پایان فرسایشده است؟ اگر در مقابل عقیده پایان یافتن آن عقب‌نشینی کنید، در مقابل چه چیزی عقب‌نشینی کرده‌اید؟ اگر بگویید نه پایان هنوز فرا نرسیده است، مدعی چه چیزی شده‌اید؟» دکتر برانت می‌گوید جالش این است که بیرونی ناگاهانی وجود نخواهد داشت. تلاش برای تعریف پایان همه‌گیری، «فرایندی طولانی و دشوار خواهد بود.»

حذف کامل بیماری است. علامت بیماری چنان آشکار است که ابتلا به وضوح قابل مشاهده است و امکان قرنطینه و ردیابی افراد در معرض ابتلا را فراهم می‌کند، اما در زمان طاعون، آبله بیماری وحشتناکی بود. همه‌گیری پس از همه‌گیری جهان را دست کم برای ۴ هزار سال در هم پیچیده بود. افراد مبتلا به ویروس دچار تب و کپورهایی می‌شدند که به دمل‌های چرکین تبدیل و سپس پوسته‌پوسته می‌شد و فرو می‌ریخت و جای زخم آن باقی می‌ماند. همچنین آنفلوآنزای ۱۹۱۸ امروزه به عنوان نمونه ویرانگری یک پاندمی و ارزش قرنطینه و فاصله‌گذاری اجتماعی شناخته می‌شود. پیش از آنکه این پاندمی به پایان برسد، ۵۰ تا ۱۰۰ میلیون انسان را در سراسر جهان به کشتن داد. این آنفلوآنزای بزرگسالان جوان و میانسال را طعمه خود می‌کرد و در طول جنگ جهانی اول، بسیاری سربازان را کشت. پس از جابه‌جایی در سراسر جهان، آن آنفلوآنزا از بین رفت و به گونه‌ای از آنفلوآنزای خوش‌خیم‌تر تبدیل شد که هر ساله و کله‌ش پیدا می‌شود. این اپیدمی هم به طور اجتماعی پایان یافت. جنگ جهانی اول تمام شده بود. مردم آماده شروعی تازه بودند؛ دورانی جدید و مشتاق برای پشت سر گذاشتن کابوس جنگ و مرگ. تا این اواخر، آنفلوآنزای ۱۹۱۸ عموماً فراموش شده بود. سایر آنفلوآنزاهای پس از آن هیچ کدام به آن بدی نبودند، با این حال همه آنها تلنگری بودند به انسان. در آنفلوآنزای هنگ‌کنگ سال ۱۹۶۸ که ۱۰۰ هزار نفر در آمریکا بودند که اغلب ناشی از پیش از ۶۵ سال داشتند. آن ویروس، همچنان به عنوان یک آنفلوآنزای فصلی در جریان است و مسیر اولیه از بین رفتن آن (و ترس ناشی از آن)

یادداشت

نوک کوه یخ

حسین حقگو
کارشناس اقتصادی

چند روز پس از اینکه سرپرست مرکز پژوهش‌های مجلس در گزارشی تفصیلی، نمایندگان دوره جدید این نهاد را در جریان اوضاع و احوال بس نامساعد اقتصادی کشور قرار داد، وزیر اقتصاد سعی کرد در همین جمع تا حدی تصویری مثبت‌تر از اوضاع ترسیم کند. از جمله موارد مشترک در گزارش هر دو این مسئولان حاکمیتی، وضعیت و جایگاه کشورمان در فضای کسب و کار بود. در حالی که وزیر اقتصاد از بهبود «رتبه ایران در فضای کسب و کار از ۱۵۲ به ۱۲۷» خبر داد و اینکه پنجره واحد تشکیل شده است و «همین الان ۵۵ درصد مجوزهایی که صادر می‌شود در درگاه ملی» انجام می‌شود و... سرپرست مرکز پژوهش‌های مجلس موضوع را عمیق‌تر کاوید و نشان داد که هرچند ایران در مولفه کسب و کار در رتبه ۱۲۷ جهان قرار دارد، اما در همین شاخص در منطقه در رتبه بیستم است و تنها لبنان و عراق و افغانستان و سوریه و یمن وضعیتي بدتر از کشورمان دارند و جایگاه کشورمان در نماگر «شروع کسب و کار» و «همین الان» در رتبه ۱۷۸ در بین ۱۹۰ کشور جهان است. به همین ترتیب، جایگاه کشورمان در شاخص «رقابت‌پذیری» رتبه ۹۹ در بین ۱۴۰ کشور جهان و رتبه ۱۷ از بین ۲۰ کشور منطقه و تنها قبل از تاجیکستان، پاکستان و یمن است. در همین شاخص، جایگاه ایران در «بازار کار» رتبه ۱۴۰ یعنی بدترین وضعیت در جهان است و از نظر ثبات اقتصاد کلان و بازار کالا در سه جدول (رتبه‌های ۱۳۴ و ۱۳۳ و ۱۲۳) قرار دارد. در شاخص حقوق مالکیت نیز کشورمان در جایگاه ۱۰۳ از بین ۱۲۹ کشور جهان قرار دارد و همچون شاخص‌های قبل، اندکی بالاتر از لبنان و پاکستان و یمن در منطقه جا خوش کرده است.

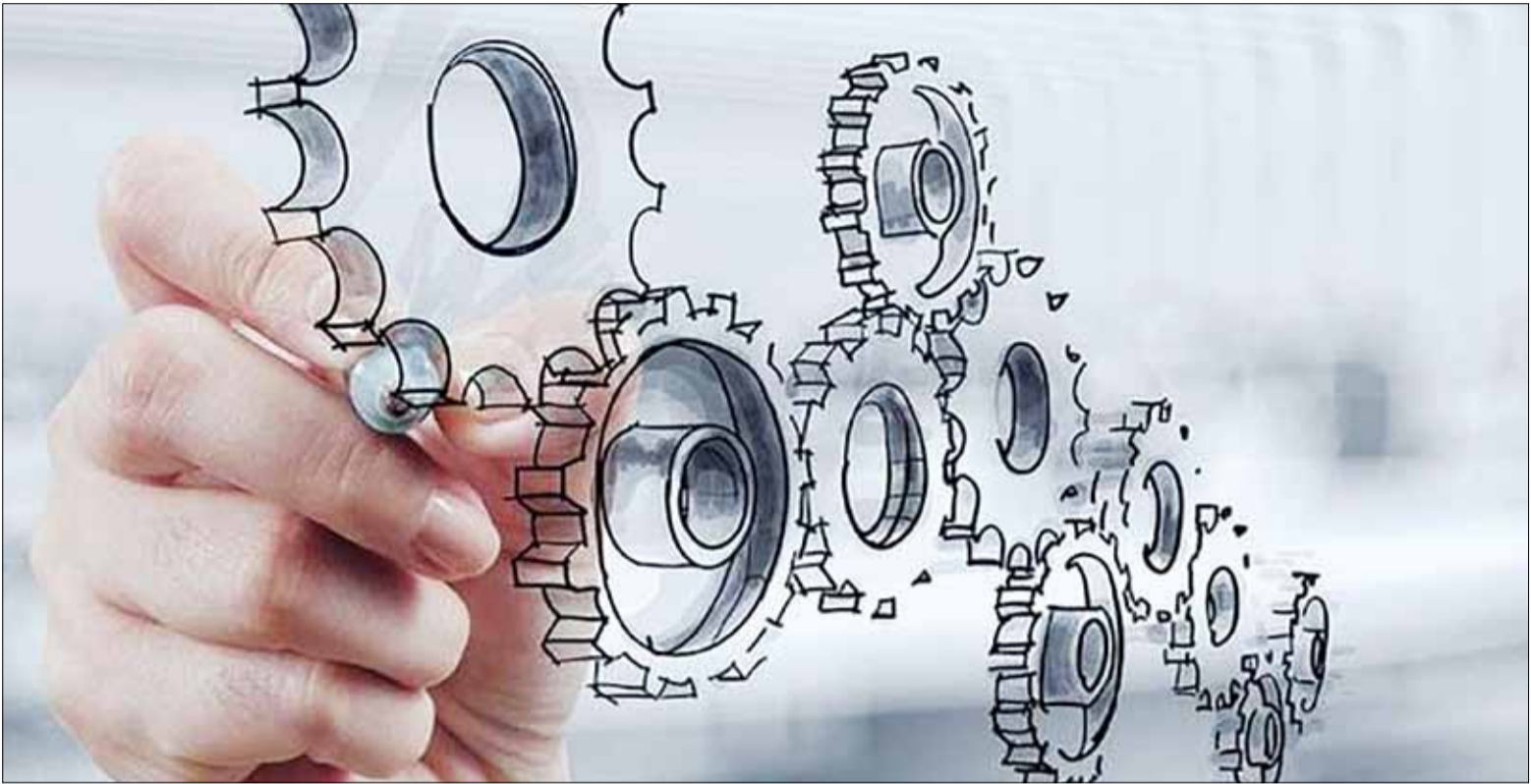
در همین گزارش ارائه شده از سوی سرپرست مرکز پژوهش‌ها به سه عامل «غیر قابل پیش‌بینی بودن و تغییرات مواد اولیه و محصولات»، «دشواری تأمین مالی از بانک‌ها» و «بی‌ثباتی سیاست‌ها و قوانین ناظر بر کسب و کار» به عنوان مشکلات اصلی صاحبان کسب و کار اشاره شده است. مشکلاتی که مانند سایر مشکلات محیط کسب و کار به رفتار و عملکرد حاکمیت باز می‌گردد، چراکه اصولا محیط کسب و کار چیزی جز مجموعه سیاست‌ها، شرایط حقوقی، نهادی و مقرراتی حاکمیتی نیست که بر فعالیت‌های کسب و کار سیطره دارند. ثبات اقتصاد کلان، کیفیت زیرساخت‌های کشور، کیفیت دستگاه‌های اجرایی، نظام وضع قوانین و مقررات، هزینه و امکان دسترسی به اطلاعات و آمار، فرهنگ و کار و... از جمله این مواردند که مدیران و صاحبان بنگاه‌ها نمی‌توانند آنها را تغییر دهند و بهبود بخشند و ساماندهی آنها در حوزه اختیار دولت‌هاست. در بخش ابتدایی همین گزارش از سوی سرپرست مرکز پژوهش‌ها، اعداد و ازرقامی از شاخص‌های اقتصادی عنوان می‌شود که علت وضعیت ناگوار محیط کسب و کار را قابل فهم‌تر می‌سازد، مواردی همچون: متوسط نرخ صفردرصدی رشد اقتصادی کشور از سال ۱۳۹۱ تا سال ۱۳۹۸، نرخ متوسط بلندمدت تورم ۲۰ درصدی، روند نزولی تشکیل سرمایه از سال ۱۳۹۰ که بعد و حتی رشد منفی ۲/۲ درصدی این انباشت در بخش‌های نفت و گاز و صنعت و معدن و ساختمان و ارتباطات و... به نظر می‌رسد وقتی مشکل چنین حاد و بلندمدت است، نباید معضل را در حد چند رتبه و جایگاه و بالا و پایین شدن در جداول آماری و امتیازدهی، آنچنان که مورد علاقه بوروکرات‌هاست، تنزل داد، بلکه باید با ژرف‌نگری در صحت و سلامت ساختارهای فکری و نظری و الگوهای راهبردی اقتصادی و مبنای تصمیم‌گیری و سیاست‌گذاری و ساختارهای سازمان‌های اجرایی شک کرد و کلیت کوه یخ را دید. در یک نگاه اجمالی می‌توان انگشت اتهام را به سوی عدم بهره‌گیری از علم اقتصاد و حاکمیت آزمون و خطا در سیاست‌گذاری‌های اقتصادی، عدم تنظیم صحیح قواعد و مناسبات حاکمیتی در ربط با فعالیت‌های بخش خصوصی و غلبه تمام عیار نگرش دستوری و دولتی به‌جای نظام عرضه و تقاضا و مبتنی بر رقابت و نیز حاکمیت مدل‌های درونگرایانه خودکفایی و حمایت از تولیدات داخل و... نشانانه رفت و برای بهبود آنها تلاش کرد. تلاشی که عزمی حاکمیتی و در رأس آنها، عزم دولت و مجلس را می‌طلبد و نمی‌توان گناه این وضعیت و رتبه‌ها و ارقام ترسناک اقتصادی را در کارنامه یک قوه و نهاد نشاناد.

تجارت ایران در عصر کرونا با کدام کشورها برقرار است؟

شرکای تجاری ایران در دوران کرونا

اتاق بازرگانی تهران، فهرست اصلی‌ترین شرکای تجاری ایران در دو ماهه ابتدایی امسال، همزمان با شیوع ویروس کرونا را منتشر کرد. به گفته اتاق تهران، در دو ماهه ابتدایی سال جاری، ایران ۴ میلیارد و ۳۰۰ میلیون دلار صادرات غیرنفتی داشته است که در قیاس با ۸ میلیارد و ۴۰۰ میلیون دلار در مدت مشابه سال قبل، کاهشی ۴۹ درصدی را نشان می‌دهد. همچنین در فروردین و اردیبهشت امسال، ایران ۵ میلیارد دلار واردات داشته که در مقایسه با مدت مشابه پارسال، کاهش ۲۵ درصدی را نشان می‌دهد. وزن صادراتی ایران در دو ماهه ابتدایی سال نیز ۱۴۵ میلیون تن بوده که در قیاس با بیش از ۳۰ میلیون تن در مدت مشابه سال قبل، کاهش ۵۲ درصدی را نشان می‌دهد. وزن واردات ایران در این مدت نیز ۶۵ میلیون تن اعلام شده که در مقایسه با دو ماهه ابتدایی سال ۹۸، کاهش ۱۵ درصدی را نشان می‌دهد. علت اصلی کاهش آمار صادرات و واردات ایران، شیوع کرونا و کاهش تجارت بین‌المللی در این مدت است. متوسط قیمت صادراتی ایران در دو ماهه ابتدایی امسال، ۲۹۷ دلار در هر تن و متوسط قیمت واردات در همین مدت، ۷۷۶ دلار در هر تن بوده است. اتاق بازرگانی تهران همچنین فهرست اصلی‌ترین شرکای تجاری کشور در دو ماهه ابتدایی سال را منتشر کرده و به این ترتیب، چین با صادرات بیش از یک میلیارد و ۲۰۰ میلیون دلار، اصلی‌ترین شریک تجاری ایران در این حوزه بوده است و پس از آن، امارات با حدود یک میلیارد دلار، ترکیه با ۵۲۵ میلیون دلار و هند با ۳۳۵ میلیون دلار در رده‌های بعدی قرار دارند. همچنین در این مدت ایران حدود یک میلیارد و ۲۰۰ میلیون دلار صادرات به چین داشته است و پس از آن عراق با یک میلیارد و ۱۰۰ میلیون دلار قرار دارد. امارات با ۶۸۲ میلیون دلار، افغانستان با ۳۴۱ میلیون دلار و ترکیه با ۱۴۴ میلیون دلار، دیگر مقاصد اصلی صادراتی ایران در دو ماه گذشته بوده‌اند. با بازگشایی دوباره مرزهای مشترک با کشورهای همسایه مانند ترکیه، پیش‌بینی می‌شود در خرداد و ماه‌های آینده، میزان تجارت مشترک ایران با کشورهای همسایه بار دیگر افزایش پیدا کند.

استراتژی توسعه صنعتی از نگاه بخش خصوصی



چرا ایران صنعتی نمی‌شود و چرا استراتژی توسعه صنعتی لازم است؟

سیاست‌گذاری مشخص تر باشد، این گزینش خاص تر می‌شود.

* سیاست افقی: سیاست افقی به تدابیری اطلاق می‌شود که هرچند معطوف به بخش خاصی نیستند و عمومیت دارند، ولی متوجه فعالیت‌های ویژه‌ای مانند تحقیق و توسعه در صنعت هستند.

* سیاست کارکردی: منظور سیاست‌هایی است که به وضع بازار توجه دارند و می‌توانند یک زنجیره و یک چرخه را تکمیل کنند؛ به‌عبارت دیگر سیاست کارکردی حد واسط سیاست عمودی و افقی است و یک شاخه و زنجیره را برای بهبود وضع آن در نظر می‌گیرد.

گفتنی است که در بُعد عمودی، گزینش و انتخاب صورت می‌گیرد و در بُعد افقی توسعه زیرساخت‌ها و فعالیت‌های ویژه در عرض صنایع مطرح است، بنابراین دو سیاست صنعتی عمودی و افقی مکمل یکدیگرند، اما آنچه برای استراتژی توسعه صنعتی اهمیت دارد هماهنگی سیاست‌های نوع اول و سوم است چراکه سیاست‌های نوع اول، دخالت دولت در اقتصاد به‌صورت گزینشی و غیرموافق بازار هستند و موجب تخصیص منابع به‌نفع گروه‌های خاص می‌شوند، در حالی که سیاست‌های کارکردی از نوع دخالت‌های موافق بازار دولت هستند که گرچه باعث جهت‌دهی منابع به سمت خاصی نمی‌شوند، ولی ناتوانی‌ها و شکست‌های بازار را رفع می‌کنند. حمایت از سرمایه انسانی (بهداشت و آموزش)، آزاد گذاشتن جریان اطلاعات و بهبود صادرات از جمله دخالت‌های کارکردی هستند.

دولتی که در استراتژی توسعه صنعتی خود بتواند هماهنگی میان سیاست‌های گزینشی و کارکردی ایجاد کند همان دولت توسعه‌گرا است. دولت‌های شرق آسیا از نمونه دولت‌های توسعه‌گرا بوده‌اند که به‌تنها سیاست‌های کلان آنها اثرگذار بوده بلکه دخالت‌های آنها در سطح بخش محصول و حتی بنگاه نیز مهم بوده است.

در پایان با نگاهی به استراتژی توسعه صنعتی در ایران و ذکر این نکته که به‌دلیل فقدان فهم مشترک از مفهوم توسعه و برنامه‌ریزی توسعه در کشور هنوز برنامه‌ای که از آن بتوان به‌عنوان استراتژی توسعه صنعتی یاد کرد، تدوین نشده است، چنین نتیجه گرفته شده است با در نظر گرفتن مشکلات عدیده در بخش صنعت کشور، ضروری است تدوین استراتژی توسعه صنعتی برای کشور با بهره‌گیری از تجارب موفق کشورها (البته با در نظر داشتن اقتضات خاص اقتصادی، فرهنگی، اجتماعی و سیاسی کشور) و با استفاده از ظرفیت‌های فکری و کارشناسی نخبگان، عالمان سیاسی و بخش خصوصی کشور در دستور کار سیاست‌گذاران قرار گیرد.

خلا و فقدان استراتژی توسعه صنعتی در ایران
با گذشت چندین دهه از انقلاب اسلامی، به رغم آنکه وظیفه تدوین استراتژی توسعه صنعتی به‌موجب قانون برعهده وزارت صنایع و معادن قرار داده شده است، هنوز برنامه‌ای که از آن بتوان به‌عنوان استراتژی توسعه صنعتی یاد کرد، تدوین نشده است. تنها تلاش قابل توجه در این راستا، تدوین «استراتژی توسعه صنعتی کشور» در سال ۱۳۸۲ است که آن هم اجرا نشد. دلیل عدم وجود استراتژی صنعتی در ایران را شاید بتوان فقدان فهم مشترک از مفهوم توسعه و برنامه‌ریزی توسعه در کشور دانست. این امر به وضوح در برنامه‌های توسعه قابل مشاهده است. در این برنامه‌ها تعریف روشنی از مفهوم، ابعاد و ویژگی‌های توسعه ارائه نشده است. علاوه بر آنکه برنامه‌های توسعه به درستی تدوین نشده‌اند، هیچ استراتژی توسعه صنعتی نیز در این برنامه‌ها مورد تأکید قرار نگرفته است. همچنین برنامه‌های توسعه پنج ساله پس از انقلاب، از یک‌سو فاقد نگاه آسیب‌شناسانه و از سوی دیگر فاقد رویکرد آینده‌پژوهانه به توسعه صنعتی بوده‌اند، نه در آنها واکنشی مناسب به عدم توفیقات گذشته و علل بنیادین آن صورت گرفته و نه طرح‌ریزی هوشمندانه‌ای برای بهره‌گیری از امکان‌های در دسترس در آینده به چشم می‌خورد. در عوض آنبوهی از خطمشی‌های مختلف در برنامه‌های توسعه بدون جهت‌گیری مشخص و با نوسانات متعدد اتخاذ شده است.

اصولا خطمشی یکسانی میان برنامه‌های توسعه پنج ساله کشور دیده نمی‌شود. از سوی دیگر، بین برنامه‌های مذکور و بودجه‌های سنواتی نیز هماهنگی وجود ندارد. از دیگر مشکلات بخش صنعتی می‌توان به‌وجود دوگانگی در نگاه‌های صنعتی اشاره کرد، به این معنا که درصد زیادی از بنگاه‌ها دارای اندازه کوچک و درصد اندکی نیز در اندازه بزرگ فعالیت می‌کنند و تعداد بنگاه‌های متوسط و سهم آنها از تولیدات صنعتی اندک است. از طرف دیگر، وابستگی بخش صنعت به درآمدهای نفتی سبب ناپدید گرفته شدن صادرات صنعتی شده است. عدم تمایل واحدهای صنعتی به استخدام نیروی کار متخصص، عدم تمایل سرمایه‌گذاران به سرمایه‌گذاری، نقش مسلط بخش دولتی به‌جای بخش خصوصی در فرآیند تولید صنعتی و وجود فاصله عمیق فناوری صنعت در ایران با جهان، از دیگر مشکلات بخش صنعت ایران است.

چارچوب سیاست‌های صنعتی از دید نهادهای بین‌المللی
سیاست صنعتی همه اقدامات مبتنی بر چارچوب استراتژی توسعه صنعتی را شامل می‌شود و به معنای هدایت تخصیص منابع به سوی بخش‌های صنعتی با هدف بهبود عملکرد رفاهی اقتصاد ملی در بلندمدت است. به تعبیر دیگر سیاست‌های صنعتی با تحریک طرف عرضه فعالیت صنعتی، بر رشد اقتصادی موفقیت‌آمیز متمرکز می‌شود. تقویت رقابت‌پذیری بین‌المللی، نوسازی ساختار صنعتی، دستیابی به مزیت‌های نسبی پویا از طریق کمک به رشد سریع صنایع بالقوه و تصحیح موارد شکست بازار از اهداف این سیاست به‌شمار می‌آیند. لازم به ذکر است اتخاذ سیاست صنعتی با اتخاذ سیاست در بخش صنعت متفاوت است. سیاست صنعتی همه اقدامات دولت (اعم از مقررات‌گذاری، تصدیگری، تسهیلات مالی و...) را که با جهت‌گیری تحول صنعتی رخ می‌دهد دربر می‌گیرد. به رغم گستردگی استفاده از سیاست‌های صنعتی در دنیای امروز، همچنان بر سر انتخاب نوع سیاست‌ها مناقشه وجود دارد. با این وجود یک وفاق کلی در ارتباط با ایجاد محیط مطلوب برای صنعتی شدن از طریق ثبات اقتصاد کلان، تأمین عمومی آموزش، حقوق مالکیت تضمین‌شده و اجرای قانونی قرار دادها مشاهده می‌شود. در کنار ایجاد محیط مطلوب برای فعالیت هرچه بهتر صنایع، سیاست‌های صنعتی نیز می‌بایست دارای چارچوب‌های مشخصی باشند. در ادامه مهم‌ترین این چارچوب‌ها که در مطالعات سازمان‌های معتبر بین‌المللی از جمله اکتاد و سازمان همکاری و توسعه اقتصادی، به آنها اشاره شده است، بیان شده است.

* بومی‌سازی سیاست صنعتی: امکان تجویز یک نسخه واحد در تدوین سیاست‌های صنعتی برای همه کشورها وجود ندارد. گرچه تجربه کشورهای موفق آسیای شرقی حاوی درس‌های مفیدی برای کشورها در این زمینه است. ولی چنین سیاست‌هایی ممکن است در کشورهای دیگر منجر به موفقیت‌نشد. همان‌طور که کشورهای آسیای شرقی نیز همه از یک سیاست صنعتی خاص پیروی نکرده‌اند. لذا لازم است هر کشوری با توجه به شرایط خود یک سیاست صنعتی مناسب انتخاب کند؛ به عبارت دیگر استراتژی‌های توسعه صنعتی در واکنش به عواملی چون میزان بهره‌مندی یک کشور از موابه اولیه، وقوع حوادث تاریخی، شوک‌های خارجی، انتخاب‌های ممکن سیاسی ناشی از تعامل گروه‌های ذی‌منفع داخلی و در دسترس بودن و عقلانی جلوه کردن نظر‌های اقتصادی حاکم در آن مقطع زمانی و سرانجام سنت‌ها و باورهای فرهنگی در جوامع مختلف، شکل‌ها و قالب‌های متفاوتی به خود می‌گیرند.

* ایجاد انگیزه در فعالیت‌های جدید دارای مزیت: هدف اصلی سیاست صنعتی، تنوع بخشیدن به اقتصاد و ایجاد مزیت‌های نسبی جدید است. به این ترتیب انگیزه‌ها باید بر فعالیت‌های اقتصادی که برای اقتصاد داخلی جدید است، (از منظر تولید محصول جدید و فناوری جدید برای محصولات موجود) تمرکز کنند.

* انتخاب صنایع خاص: آنچه مشخص است قیمت‌های بازار به‌تنهایی قادر به هدایت تصمیمات سرمایه‌گذاری به بخش‌هایی که تحول ساختاری اقتصاد را در پی داشته باشند نیستند. از طرفی انگیزه لازم برای ارتقای مهارت سرمایه انسانی نیز توسط قیمت‌های بازار شکل نمی‌گیرد. لذا انتخاب صنایع خاص که مورد حمایت دولت قرار بگیرند از ملزومات توسعه صنعتی است. در انتخاب صنایع مذکور لازم است تا شرایط بازار و قابلیت‌های موجود در کشور در نظر گرفته شود. همچنین بهره‌گیری از مشاوره و مشارکت بخش خصوصی در انتخاب صنایع می‌تواند امکان انتخاب صنعت اشتباه توسط سیاست‌گذاران را کاهش دهد.

* حمایت مشروط و زمان‌بندی‌شده: حمایت‌هایی که از صنایع منتخب می‌شود باید ضابطه‌مند، مشروط به افزایش بهره‌وری، دارای بازه زمانی تعیین‌شده باشد و مسئولیت اجرای آن برعهده سازمان‌های دارای صلاحیت‌های معین گذاشته شود. این امکان وجود دارد که صنعت منتخب به رغم عملکرد ضعیف همچنان از حمایت‌های دولت استفاده کند. برای جلوگیری از چنین اتفاقی لازم است معیاری برای سنجش عملکرد صنعت مورد حمایت دولت تعیین شود تا در صورت تعدی از آن، حمایت از صنعت متوقف شود. در این ارتباط بهتر است به‌جای قرار دادن معیارهایی همچون اشتغال و یا خروجی صنعت، از میزان مطلق و نرخ رشد بهره‌وری استفاده شود که بهترین معیار است.

* حمایت از فعالیت‌های صنعتی خاص: حمایت‌های عمومی باید فعالیت‌های صنعتی را هدف قرار دهد که پتانسیل سریز به سایر فعالیت‌ها را داشته باشد، سرمایه‌گذاری مکمل باشد یا اثر سرریز اطلاعاتی یا تکنولوژیک ایجاد کند.

انواع سیاست‌های صنعتی، عمودی، افقی و کارکردی
با توجه به گستردگی و تنوع اقدامات لازم برای تحقق توسعه صنعتی، سیاست‌های صنعتی را در ادبیات موضوع به سه بخش تقسیم کرده‌اند:

* سیاست عمودی یا گزینشی (انتخابی): منظور از این نوع سیاست صنعتی، این است که صنایع خاصی محور توسعه صنعتی قرار گیرند. هرچه موضوع

فرصت امروز؛ یکشنبه همین هفته بود که رئیس اتاق بازرگانی ایران در صحن علنی مجلس از لزوم تدوین استراتژی توسعه صنعتی سخن گفت و از آمادگی اتاق‌های سه‌گانه بازرگانی، اصناف و تعاون در این باره خبر داد. به گفته غلامحسین شافعی، بخش مولد در کشور انگیزه کافی برای سرمایه‌گذاری ندارد و یکی از مشکلات اساسی در حوزه تولید، عدم تدوین استراتژی توسعه صنعتی است که اتاق‌های سه‌گانه آمادگی دارند تا این استراتژی را تدوین و در اختیار مجلس قرار دهند. در همین حال، مرکز تحقیقات و بررسی‌های اقتصادی اتاق ایران به تازگی در گزارشی به بحث «استراتژی توسعه صنعتی» پرداخته و از ضرورت تدوین استراتژی توسعه صنعتی و پیش‌شرط‌های اجرای موفق آن سخن گفته است. در این گزارش، رویکردهای مختلف استراتژی‌های توسعه صنعتی در کشورهای توسعه‌یافته و در حال توسعه معرفی شده و تجربه سه کشور برزیل، هند و کره جنوبی بررسی شده است.

اهداف استراتژی توسعه صنعتی و راه‌های دستیابی آن
ارزیابی توسعه صنعتی کشورهای مختلف جهان نشان‌دهنده موفقیت چشمگیری برخی از کشورها در این امر است. حال‌آنکه کشورهای مذکور به رغم کسب موفقیت در توسعه صنعتی، دارای تفاوت‌های عمده‌ای در ساختارهای اقتصادی، فرهنگی، سیاسی و اجتماعی هستند. لذا این سؤال مطرح می‌شود که چگونه این کشورها به توسعه صنعتی دست یافته‌اند؟ آیا همه آنها از یک روش برای توسعه صنعتی پیروی کرده‌اند؟ آیا امکان تقلید از روش‌های به‌کار گرفته‌شده، برای سایر کشورها وجود دارد؟ پاسخ سوالات مذکور را می‌بایست در استراتژی توسعه صنعتی این کشورها جستجو کرد.

استراتژی توسعه صنعتی به مجموعه‌ای از جهت‌گیری‌های بلندمدت دولت اطلاق می‌شود که در بُعد خارجی چارچوب و نحوه ارتباط بخش صنعت کشور با اقتصاد جهانی را تعریف می‌کند و در بُعد داخلی به طور غیرمستقیم بر تخصیص منابع بین صنایع و یا گروه‌های صاحب نفوذ جامعه اثر می‌گذارد، بنابراین با در نظر گرفتن مفهوم توسعه صنعتی به عنوان یک مسیر و یا یک مرحله از گذار توسعه اقتصادی، می‌توان استراتژی صنعتی را به نقشه راهی تشبیه کرد که سیاست صنعتی در لایه‌های پایین‌تر از آن، ابزارها، بودجه، ملزومات و تاکتیک‌های اجرایی طی مسیر را مشخص می‌کند. در واقع، سیاست مذکور دربردارنده کلیه سیاست‌های صنعتی، تجاری، ارزی، پولی و مالی است که همگی در یک راستا و به صورت هماهنگ در جهت تحقق استراتژی توسعه صنعتی، تنظیم می‌شوند.

از سوی دیگر، سیاست‌گذاران با تدوین استراتژی‌های توسعه صنعتی اهداف متفاوتی را دنبال می‌کنند. این اهداف عبارتند از: حفظ رفاه‌های وابستگی به‌جامانده از دوران استعماری و ایجاد استقلال سیاسی؛ خلق اقتصادی مدرن و متنوع؛ به صورت هماهنگ و منسجم؛ ایجاد اشتغال؛ صرفه‌جویی در هزینه‌های ارزی از طریق سیاست‌های جایگزینی واردات و ایجاد درآمد‌های ارزی از طریق گسترش صادرات؛ ایجاد تغییرات مطلوب اجتماعی؛ نهادی و سیاسی در جهت مدرنیزاسیون جامعه و کسب شأن و اعتبار سیاسی ناشی از توفیقات اقتصادی و حفظ امنیت ملی.

البته صنعتی شدن لزوما تنها راه دستیابی به رشد سریع درآمد سرانه نیست. برای مثال در بسیاری از کشورها، با گسترش صادرات مواد معدنی و منابع طبیعی مانند نفت، درآمد‌ها افزایش پیدا کرده است، اما در بلندمدت برای حفظ روند رشد به صورت پایدار، قطعاً اقتصاد مبتنی بر یک صنعت پویا موردنیاز است. بنابراین یکی از اهداف مهم استراتژی توسعه صنعتی دسترسی به رشد پایدار است.

تاریخ بارها نشان داده است که مهم‌ترین عامل تمایز کشورهای ثروتمند از کشورهای تنگدست، اساسا توانمندی‌های بیشترشان در تولید صنعتی است، یعنی در بخشی که در آن بازدهی عموماً بالاتر و گرایش به رشد باذهی (البته نه همیشه) از بخش‌های کشاورزی و خدمات سریع‌تر است. از طرفی بررسی سپهر ارزش افزوده تولیدات صنعتی در تولید ناخالص داخلی کشورها، گویای این واقعیت مهم است که اقتصادهایی که با سرعت در حال رشد هستند، عملا به صنعتی شدن روی آورده‌اند. از سوی دیگر در مسیر صنعتی شدن همواره این پیش‌فرض وجود داشته است که سیاست‌های دولت (از طریق تنظیم و بازر بازر بودن اقتصاد، شتاب بخشیدن به سرمایه‌گذاری، افزایش عرضه نیروی کار ماهر، بهره‌برداری از صرفه‌جویی‌های مقیاس موجود و طراحی برنامه‌های سرمایه‌گذاری که رابطه تکمیل‌کنندگی بین پروژه‌ها را در مرکز توجه دارند) می‌تواند سرعت صنعتی شدن را افزایش دهند، بهره‌وری نیروی کار را ارتقا بخشد و از این طریق نرخ‌های رشد تولید کل و درآمد را بالا ببرد. این نتایج همگی حاکی از ضرورت برخورداری از یک خطمشی منسجم برای صنعتی شدن و یا در یک کلام تدوین استراتژی توسعه صنعتی هستند. تجربه تاریخی کشورهایی که امروزه صنعتی هستند نیز این موضوع را تأیید می‌کند.

ارتباطات

استارت‌آپ‌ها چطور از بحران کرونا نجات می‌یابند؟

میزان تاب‌آوری بنگاه‌ها در ایران و جهان

۹۳درصد از بنگاه‌های اقتصادی جهان هرگز تصور نمی‌کردند که بابحران عالم‌گیری مانند ویروس کرونا مواجه شوند، چنانچه در یک ماه گذشته، شرکت «اوپر» ۳۷۰۰ نفر و شرکت «پربی‌ان‌بی» ۱۶۰۰ نفر از کارکنان خود را به دلیل بحران کرونا، تعدیل کردند. آنها غول‌های کسب‌وکارهای دیجیتالسی جهان در صنعت حمل‌ونقل آنلاین و صنعت گردشگری به حساب می‌آیند. موج‌های گسترده تعدیل نیرو، تنها راهی بوده است که از طریق آن بنگاه‌های بزرگ دنیا کسب‌وکارشان را در این شرایط حفظ کردند. نه فقط استارت‌آپ‌ها، که بزرگ‌ترین شرکت‌های صنعتی دنیا نیز از موج‌ویرانگر بزرگ‌ترین رکود اقتصادی قرن جهان بی‌دردر عبور نکرده‌اند. حتی شرکت خودروسازی «رنو» نیز هفته گذشته ۱۵ هزار نفر از نیروی انسانی خود را تعدیل کرد.

فرزین فردیس، نایب رئیس کمیسیون اقتصاد نوآوری و تحول دیجیتال اتاق بازرگانی تهران، درباره یک مطالعه جهانی‌سی از تاب‌آوری بنگاه‌های اقتصادی در بحران‌های سخت، به ایرنا می‌گوید: «کسنجر» که یکی از بزرگ‌ترین مراکز مشاوره بنگاه‌های اقتصادی دنیاست، در ابتدای مه ۲۰۲۰ آمارسنجی در بیش از ۱۰۰ کشور انجام داد. در این گزارش از بنگاه‌های اقتصادی کوچک و متوسط پرسیده شده که چقدر برنامه برای مواجهه با چنین بحرانی داشته‌اید؟ آیا اصلا برنامه‌ای داشته‌اید؟ جالب این است که ۷۱درصد بنگاه‌های بین‌المللی دنیا اعلام کردند که هیچ برنامه‌ای نداشتند و هرگز فکر نمی‌کردند که بحرانی چنین عظیم بتواند رخ دهد که تمام زنجیره تامین، تولید، توزیع، فروش و نیروی انسانی را تحت تاثیر قرار دهد. فردیس ادامه داد: ۲۲درصد دیگر بنگاه‌ها هم می‌گویند که برنامه‌هایی برای شرایط مشابه داشتیم، ولی برنامه‌های ما ابتدا پاسخگوی این حجم از شوک به عرضه و تقاضا نبود. در واقع ۹۳درصد از بنگاه‌های اقتصادی دنیا نمی‌دانستند که چطور باید از پس چنین بحران جهانی شمولی برآیند. طبیعتا در ایران هم بنگاه‌های اقتصادی به خاطر ساختار بسیار نحیف و منابع کمی که در طول زمان انباشت کرده‌اند، آسیب‌پذیری بیشتر از سطح متوسط دنیا دارند. این منابع صرفا مالی نیستند و ظرفیت‌های مدیریتی مهم‌ترین آنهاست. به گفته وی، در چنین بحرانی که تمام جهان را در شوک عمیق فرو برده است، استارت‌آپ‌های ایرانی چه جایگاهی دارند؟ سازمان فناوری اطلاعات، پیمایشی درباره تاثیر بحران کرونا بر استارت‌آپ‌های ایرانی انجام داده است. در این پیمایش ۶۱درصد از کسب‌وکارها ادعا کرده‌اند در صورت تداوم شرایط موجود، کسب‌وکارشان در کمتر از سه ماه به طور کامل تعطیل خواهد شد. شش شرکت دیگر بین سه تا شش ماه تاب می‌آورند و ۳۰ شرکت نیز ادعا کرده‌اند که با منابع موجود تنها تا پایان سال می‌توانند به فعالیت در کسب و کار خود ادامه دهند. همچنین ۴۳درصد شرکت‌هایی که کمتر از سه ماه منابع برای ادامه کسب‌وکار خود دارند، در حوزه نرم‌افزار فعالیت دارند.

این مدرس کارآفرینی افزود: بنگاه‌های ما در سال‌های گذشته به دلیل تحریم بسیار نحیف شدند و هیچ ظرفیت مزاددی برای آنها باقی نمانده است. طبیعتا استارت‌آپ‌ها هم از این مقوله مستثنی نیستند. البته استارت‌آپ‌ها به نسبت بنگاه‌های بزرگ و متوسط ممکن است که از نظر منابع مالی این ضعیف‌تر باشند، ولی حداقل در یک جنبه قوی‌ترند و شاید این مهم‌ترین چیزی باشد که این روزها به آن نیاز داریم. این توان یادگیری و انعطافی است که یک بنگاه اقتصادی باید داشته باشد.

به اعتقاد فردیس، جمله معروفی در دنیای مدیریت و بیولوژی وجود دارد که می‌گوید این قوی‌ترین موجودات زنده نبودند که توانستند خودشان را از خطر انقراض نسل نجات دهند، ایسن عظیم‌الجنه‌ترین موجودات نبودند که با خطر میخندان طولانی مبارزه کنند، بلکه ایسن انعطاف‌پذیرترین و یادگیرنده‌ترین موجودات بودند که توانستند در شرایط سخت خودشان را جمع کنند، از دیگران یاد بگیرند و فهم درست‌سی از شرایط داشته باشند و متناسب با آن تحلیل درست و فهم جدید از شرایط جدید، تجهیز منابع انجام دهند و در حلقه بازخورد، خودشان را ارزیابی کنند و بهبود دهند. او با بیان اینکه حداقل از این نظر استارت‌آپ‌های ایرانی جزو یادگیرنده‌ترین بنگاه‌های ایران هستند، گفت: آنها خیلی زودتر یاد گرفتند که رفتار مصرف‌کننده در دوران شیوع کرونا بسیار متفاوت با پیش از آن است، مصرف‌کننده کاتال‌های ارتباطی خرید و مصرف خودش را عوض می‌کند و دیگر روش‌های سنتی برای رساندن کالا به مشتری جوابگوی همه نیازهای او نیست و درصد زیادی از مشتریان کاتال‌های مصرف و ارتباطی‌شان را تغییر می‌دهند. به گفته فردیس، استارت‌آپ‌های ایرانی خیلی زودتر از دیگران یاد می‌گیرند که چالش‌های جدی در زنجیره تامین جهانی وجود خواهد داشت و نیاز به بازنگری در زنجیره تامین وجود دارد. آنها خیلی زودتر از بنگاه‌های بزرگ یاد می‌گیرند که با روش‌های گذشته نمی‌توان یک بنگاه را اداره کرد و نحوه مدیریت کارکنان و هیات مدیره باید بازبینی جدی داشته باشد.

وزیر ارتباطات در بازدید از پارک فناوری پردیس:

برای رشد بازار فناوری اطلاعات باید انحصار شکسته شود

وزیر ارتباطات در مراسم بازدید از پارک فناوری با تاکید بر سهم ۱۵.۵درصدی فناوری اطلاعات در کشورهای پیشرفته از رشد اقتصادی گفت این رقم در ایران شش و نیم درصد است که برای رسیدن به رشد مناسب باید موانع برداشته و انحصار شکسته شود. محمدجواد آذری جهرمی دیروز در بازدید از پارک فناوری پردیس، ضمن امضای تفاهم‌نامه‌ای برای افتتاح پارک اقتصاد دیجیتال، گفت: رشد اقتصاد دانش‌بنیان و دیجیتال در کشور ما جهش مناسبی داشته است. پیشرفت نیاز به نمادسازی دارد و این مراکز به‌عنوان نمادهای پیشرفت بامث افتخار هستند. او با بیان اینکه رشد اقتصاد دانش‌بنیان و دیجیتال در دولت‌های یازدهم و دوازدهم شاهد رشد خوبی بوده، افزود: این حجم رشد بالا باید مستند شود و اندازه این اقتصاد در آماریا به صورت عدد و رقم مشخص و اعلام شود چراکه این پیشرفت در مراکز جهانی نیز موردتوجه قرار می‌گیرد. وزیر ارتباطات با تاکید بر اینکه شرکت‌های دانش‌بنیان همیشه در بحران‌های مختلف مانند کرونا توانسته‌اند ظرفیت خود را در کمک به کشور نشان دهند، افزود: در شرایطی که دولت ترامپ فشار حداکثری به ایران وارد می‌کند و نیز اعلام جهش تولید از طرف رهبر انقلاب، پیام گراهی انجام‌شده در این مراکز باید به صورت روشن به دنیا مخابره شود و به لحاظ سیاسی نیز نشان داده شود که فشار حداکثری کارسان نیست. آذری جهرمی با اشاره به توسعه زیرساخت‌های مربوط به فناوری اطلاعات در دولت‌های یازدهم و دوازدهم گفت: اولویت ما در این دوره توسعه بازار و تثبیت قیمت‌ها بود به‌طوری که هم‌اکنون ۷۰ میلیون نفر به شبکه متصل هستند که همین دسترسی بازار بزرگی در حوزه فناوری اطلاعات ایجاد کرده است.

حداقل دستمزد کارگران از ابتدای تیرماه افزایش می‌یابد

درآمد کارگران در سال ۹۹



ابتدای تیرماه خواهد بود. عدد پایه سننواتی ۷۵ هزار تومان به پایه حقوق اضافه شده است.

به گفته خدایی، بعضی‌ها فکر می‌کنند اگر پایه سنواتی پایین آمد، از سایر سطوح کم شده که به هیچ عنوان این‌گونه نیست. عدد ثابت سایر سطوح مزدی هم افزایش پیدا کرده است. کمک هزینه مسکن از ۱۰۰ هزار تومان به ۳۰۰ هزار تومان افزایش می‌یابد.

در این میان، فرامرز توفیقی، رئیس کمیته مزد کانون عالی شوراهای اسلامی کار در مورد اینکه آیا مصوبه شورای عالی کار عطف به دو ماه گذشته هم می‌شود یا خیر، گفت: مصوبه شورای عالی کار در مورد افزایش ۲۶درصدی حداقل حقوق و ۲۰۰ هزار تومانی حق مسکن از اول تیرماه ۹۹ اجرا می‌شود و عطف بماسبق نمی‌شود، در واقع سه ماه اول سال طبق روال قبلی انجام می‌شود. او با بیان اینکه نرخ پایه سننوات در اکثر کارگاه‌ها به خاطر سابقه شناور کارگران، قابلیت اجرایی ندارد، گفت: به همین دلیل تلاش شد پایه سننوات منطقی‌تر شود. از سوی دیگر، افزایش حداقل دستمزد به ۲۶درصد رسید. هر سال در کشور ۲ نرخ تورم اعلام می‌شود؛ تورمی که از سوی بانک مرکزی اعلام می‌شود، تورم اقلام مصرفی است، اما تورم کل جامعه حدود ۳۴.۸درصد بود که با این حساب حداقل دستمزد کمتر از این میزان است و باز هم نتوانستیم ماده ۴۱ را عملیاتی کنیم. این اعداد به هیچ عنوان تامین‌کننده سبد معیشت نیست اما همین که مجددا بازنگری شد با کمک ایستادگی کارگران و نمایندگان‌شان بود. به گفته نماینده کارگران در شورای عالی کار، مبلغ بن حدود ۲۱۰ هزار تومان افزوده شد و با حق مسکنی که ۲۰۰ هزار تومان افزوده شد، می‌توان گفت حدود ۴۲.۸درصد به دستمزد افزوده شده است.

بررسی حق مسکن کارگران در سال‌های گذشته

در این بین، حق مسکن تنها گزینه بسته مزد به شمار می‌رود که باید به تصویب هیات وزیران برسد، بنابراین هرگونه افزایش در این خصوص پس از توافق اعضای شورای عالی کار و تایید و تصویب در هیات وزیران صورت می‌پذیرد. بررسی میزان حق مسکن کارگران در سال‌های گذشته نشان می‌دهد با وجود اینکه درصد افزایش در برخی سال‌ها تا ۱۰۰درصد بوده، اما به دلیل پایین بودن مبلغ آن، تاثیرگذاری لازم را در سبد معیشت کارگران نداشته است؛ به نحوی که در سال ۱۳۹۳ حق مسکن با رشد ۱۰۰درصدی از ۲۰ هزار تومان به ۴۰ هزار تومان افزایش یافت که البته با تاخیر حدود دو ساله در هیات وزیران ایجاد شرایط مطلوب کار و تولید در کشور کمک کند.

تا اینکه بهمن ماه ۹۷ اعضای شورای عالی کار با افزایش ۶۰درصدی حق مسکن کارگران موافقت کردند و کمک هزینه مسکن کارگران از ابتدای سال ۹۸ در فیش‌های حقوقی کارگران ۱۰۰ هزار تومان لحاظ شد. اگرچه درصد افزایش حق مسکن طی سال‌های گذشته بعضا با رشد ۱۰۰درصدی همراه بوده، ولی کارگران این مبلغ را تحت عنوان کمک هزینه مسکن، بسیار جزئی و ناچیز عنوان می‌کنند و آن را حتی برای اجاره یک اتاق ناکافی می‌دانند.

واکنش مثبت بازار نفت به تمدید توافق کاهش تولید

تحلیل کارشناسان از آینده بازار نفت

۴۰ دلار و ۷ سنت در هر بشکه رسید.

به نظر می‌رسد احتمالا روال کاهش تولید نفت تا پایان سال ادامه خواهد یافت. محمد خطیبی، کارشناس انرژی درباره وضعیت فعلی و پیش‌بینی آینده بازار نفت به ایسنسا گفت: مکزیک از همان ابتدا موافق کاهش تولید نبود و آمریکا عهددار کاهش تولید این کشور شد اما مابقی کشورها موافق کاهش تولید هستند و حداقل تا انتهای ماه ژوئیه ادامه خواهد داشت. او با بیسان اینکه بعد از این زمان با توجه به وضعیت بازار و میزان تقاضا از میزان کاهش کاسته خواهد شد، افزود: به میزانی که تقاضا بهبود یابد میزان کاهش تغییر خواهد کرد، به هرحال کشورها به دنبال ایجاد یک توازن در عرضه و تقاضا هستند، خطیبی با تاکید بر اینکه بازار نیازمند مدیریت عرضه است و تا انتهای سال نیز همچنان باید این مدیریت ادامه داشته باشد، گفت: احتمال دارد در ماه‌های آتی میزان کاهش تولید تغییر یابد و کشورها به دنبال افزایش تولید باشند. وی با اشاره به نقش و تاثیر ایران در بازار فعلی نفت، گفت: با توجه به عادی نبودن شرایط ایران و گذراندن دوران تحریم نمی‌توان از ایران و کشورهای که شرایط مشابه ما دارند انتظار ایفای نقش داشت چراکه باید این نقش را کشورهایی ایفا کنند که شرایط آنها عادی است و تولید بالایی دارند.

بالاخره پس از چند ماه از تعیین دستمزد، کارگران موفق شدند دولت و کارفرماها را راضی کنند که ۵درصد دیگر به رقم دستمزد افزوده شود؛ این‌گونه حداقل‌بگیران در سال ۹۹ افزایش ۲۶درصدی در پایه حقوق را خواهند داشت و به این ترتیب حداقل دستمزد یک کارگر مجرد (بدون احتساب سابقه) به رقم ۲ میلیون و ۶۱۰ هزار تومان می‌رسد که نسبت به سال ۹۸ رشد ۴۴.۵درصدی را نشان می‌دهد. این در حالی است که حداقل دستمزد یک کارگر مجرد در سال ۹۸ مبلغ یک میلیون و ۸۰۶ هزار تومان بود.

به گزارش خبرآنلاین، همچنین طبق توافق نمایندگان کارگری با دولت و کارفرمایان، افزایش ۲۰۰ هزار تومانی حق مسکن کارگری تصویب شد؛ به طوری که حق مسکن از ۱۰۰ هزار تومان به ۳۰۰ هزار تومان افزایش یافت که البته این افزایش ۲۰۰ هزار تومانی باید به تصویب هیات وزیران برسد تا قابلیت اجرایی پیدا کند.

بیستم فروردین ماه امسال در نشست نهایی تعیین دستمزد در شورای عالی کار که به تصویب افزایش ۲۱درصدی حداقل مزد منجر شد، در کنار افزایش سایر آیت‌م‌های بسته مزد اعم از بن خواب‌بار و حق سنوات، میزان افزایش کمک هزینه مسکن کارگران ۱۰۰هزار تومان پیشنهاد شد، اما به مرحله بررسی و تصویب نرسید و بر همین اساس به دنبال ابلاغ بخشنامه مزد ۹۹، رقم کمک هزینه مسکن در فیش‌های حقوقی فروردین ماه کارگران همچون سال گذشته ۱۰۰هزار تومان لحاظ شد.

وزیر کار درباره افزایش رقم دستمزد ۹۹ چه گفت؟

وزیر تعاون، کار و رفاه اجتماعی در پایان دویست و نود و دومین جلسه شورای عالی کار در تشریح چگونگی افزایش دوباره رقم دستمزد، گفت: پیشنهاد افزایش ۲۰۰ هزار تومانی حق مسکن کارگران باید برای تصویب به هیات وزیران ارسال شود.

محمد شریعتمداری ادامه داد: ایسن تصمیم در شورای عالی کار با حضور سرپرست وزارت صنعت، معدن و تجارت، نماینده وزیر امور اقتصادی و دارایی، رئیس سازمان ملی استاندارد و نمایندگان تشکل‌های کارگری و کارفرمایی اتخاذ شد.

به گفته وی، علاوه بر افزایش حق مسکن کارگران، در این جلسه برای اصلاح حق سننوات کارگران تصمیم بر آن شد تا مبلغ ۷۸ هزار تومان نیز به حداقل مزد کارگران اضافه شود. شریعتمداری ایزاز امیدواری کرد که نتایج این دو تصمیم در شورای عالی کار، در سال «جهش تولید» به ایجاد شرایط مطلوب کار و تولید در کشور کمک کند.

همچنین علی خدایی، نماینده کارگران در شورای عالی کار درباره نحوه افزایش دستمزد کارگران گفت: براساس مصوبات اخیر پایه حقوق از یک میلیون و ۸۳۵ هزار تومان سه یک میلیون و ۹۱۱ هزار تومان افزایش می‌یابد. حق اولاد از ۱۸۳ هزار و ۵۰۰ تومان به ۱۹۱ هزار تومان افزایش پیدا می‌کند. حقوق یک کارگر مجرد بدون سابقه ۴میلیون و ۶۱۱ هزار تومان خواهد بود. حقوق یک کارگر با یک فرزند بالاتر از ۴میلیون و ۸۰۰ هزار تومان خواهد بود. البته محاسبات دقیق آن را اعلام خواهیم کرد. تاریخ اجرای مصوبه حق مسکن حداکثر از

قیمت نفت در اولین روز کاری بعد از نشست اوپک و اوپک پلاس، با رشدی حدود ۲درصدی قیمت همراه شد تا نفت آمریکا مانند نفت برنت به بالای ۴۰ دلار در هر بشکه برود.

به گزارش ایرنا، رشد قیمت نفت هفته گذشته با زمره‌هایی مبنی بر تمدید توافق کاهش تولید ۹.۷ میلیون بشکه‌ای از سوی اوپک و اوپک پلاس آغاز شد تا آنجا که قیمت نفت برنت بعد از چند ماه به بالای ۴۰ دلار در هر بشکه صعود کرد. این در حالی بود که تا پیش از اجرای توافق کاهش تولید، قیمت نفت به زیر ۲۰ دلار در هر بشکه نیزفته بود اما از ابتدای ماه «مه» که ۹.۷ میلیون بشکه نفت از بازار خارج شد، قیمت‌ها افزایش پیدا کرد.

از همین رو اعضای اوپک و اوپک پلاس برای ادامه این روند، تصمیم گرفتند تا کاهش تولید به این میزان را برای یک ماه دیگر تمدید کنند؛ توافقی که تا پیش از برگزاری جلسه با اما و اگرهایی مواجه بود اما همان‌گونه که وزیر نفت ایران نیز گفت جلسه بدون چالش برگزار و تصمیمات پیش‌بینی‌شده گرفته شد.

این موضوع واکنش مثبت بازار نفت را به دنبال داشت تا آنجا که نفت برنت با رشدی ۱.۷درصدی جای پای خود را در بالای ۴۰ دلار در هر بشکه محکم کرد و ۴۳ دلار و ۴ سنت قیمت خورد. البته شاخص آمریکا نیز ۱.۳درصد بالا رفت و به

بانک نامه



کانون صرافان هشدار داد

خرید و فروش ارز، خارج از سامانه نیما غیرقانونی است

کانون صرافان ایران با انتشار اطلاعیه‌ای نسبت به معامله حواله ارزی خارج از سامانه نیما و خرید و فروش ارزهای خارجی، خارج از سامانه سنا هشدار داد. کانون صرافان اعلام کرد: هرگونه معامله حواله ارزی خارج از سامانه نیما و خرید و فروش ارز خارج از سامانه سنا مطابق قوانین و مقررات غیرقانونی است. در این اطلاعیه، تاکید شده است که عواقب ناشی از این گونه داد و ستدها برعهده معامله‌گران است. سامانه نیما به عنوان محل مبادلات حواله‌های ارزی به شمار می‌رود. صادرکنندگان حواله‌های ارزی ناشی از صادرات را در این سامانه برای فروش عرضه کرده و واردکنندگان برای رفع نیازهای ارزی خود باید از این سامانه اقدام به خرید حواله کنند.

مهندسی اجتماعی در کلاهبرداری بانکی

برنده شدید هم اطلاعات بانکی ندهید!

استفاده از روش‌های مهندسی اجتماعی و گرفتن اطلاعات بانکی با ارائه پیشنهادها جذاب و پرسود، از روش‌هایی است که به سرعت و کلاهبرداری منجر می‌شود و به همین دلیل لازم است افراد در لحظات حساس به‌دستی تصمیم‌گیری کنند و فریب وسوسه‌های مهاجمان را نخورند. به گزارش ایسنا، محمدجواد آذری جهرمی، وزیر ارتباطات و فناوری اطلاعات در صفحه شبکه اجتماعی اینستاگرام نوشت: امروز سه تماس داشتم، همه قربانی کلاهبرداری تلفنی. ۵ میلیون تومان از آنها دزدی شده بود. دزدها خود را مجری رادیو جا زده و گفته‌اند که با حضور وزیر جوان قرعه‌کشی شده و جایزه‌ای برده‌اند. شماره کارت بانکی گرفته و حساب‌شان را خالی کرده‌اند. لطفاً دیگران را هم آگاه کنید تا کلاه سرشان نرود. موضوعی که وزیر ارتباطات به آن اشاره کرده، استفاده از مهندسی اجتماعی برای کلاهبرداری است. مهندسی اجتماعی یا social engineering، سوءاستفاده زیرکانه از تمایل طبیعی انسان به اعتماد کردن است که به کمک مجموعه‌ای از تکنیک‌ها، فرد را به فاش کردن اطلاعات یا انجام کارهایی خاص متقاعد می‌کند. در سیستم مهندسی اجتماعی، مهاجم به جای استفاده از روش‌های معمول و مستقیم نفوذ جمع‌آوری اطلاعات و عبور از دیواره آتش برای دسترسی به سیستم‌های سازمان و پایگاه داده‌های آن، از مسیر انسان‌هایی که به این اطلاعات دسترسی دارند و با استفاده از تکنیک‌های فریفتن، به جمع‌آوری اطلاعات در راستای دستیابی به خواسته‌های خود اقدام می‌کند. برای دفاع در مقابل حملات مهندسی اجتماعی، به شناسایی محرک‌های روانشناسی متقاعدسازی و سپس تکنیک‌های مورد استفاده در حملات نیاز است. در اکثر حملات مهندسی اجتماعی پیشنهاداتی به شما ارائه می‌شود که در نگاه اول بسیار پرسود و جذاب به نظر می‌آیند، اما باید بر وسوسه پاسخگویی به این دسته از پیشنهادات غلبه کرد، زیرا برخی از آنها طعمه‌هایی برای حملات مهندسی اجتماعی هستند. بسیاری از حملات مهندسی اجتماعی نیازی به اطلاعات فنی تخصصی ندارند و لازم نیست که یک متخصص رایانه و یک هکر حرفه‌ای به شما حمله کند، بلکه هر یک از افراد جامعه می‌تواند نقش یک مهاجم را ایفا کند، بنابراین باید همیشه نسبت به محیط اطراف آگاه بود.

مهم‌ترین منبع اطلاعاتی مهاجمان در حملات مهندسی اجتماعی مطالبی است که در مورد افراد در منابعی نظیر اینترنت قرار دارد و به سادگی قابل دسترسی است. به ویژه اطلاعاتی که خود فرد در شبکه‌های اجتماعی منتشر می‌کند. در صورتی که افراد با مطالب شخصی خود آگاهانه رفتار کرده و آنها را در معرض دید عموم قرار ندهند، امکان استفاده از این اطلاعات در حملات مهندسی اجتماعی نیز کاهش خواهد یافت.

نکته مهمی که برای مقابله با حملات مهندسی اجتماعی باید به آن توجه داشت، شناخت اطلاعات ارزشمند و داشته‌های فردی و سازمانی است. در صورتی که هر فرد بداند کدام یک از اطلاعات وی می‌تواند چه ارزشی برای مهاجمان داشته باشد، در زمان ارائه این اطلاعات به دیگران با احتیاط بیشتری عمل کرده و در نتیجه احتمال موفقیت حملات مهندسی اجتماعی کاهش می‌یابد. ساده‌ترین و کارآمدترین راهکار برای مقابله با حملات مهندسی اجتماعی، آموزش افراد و افزایش آگاهی آنهاست. در صورتی که تک‌تک افراد نسبت به محیط خود آگاهی داشته باشند، در لحظات حساس به دسترسی و براساس اصول تصمیم‌گیری کنند و فریب وسوسه‌های مهاجمان را نخورند، دیگر هیچ حمله مهندسی اجتماعی موفق رخ نمی‌دهد.

بانک مرکزی از رشد ۲۴ درصدی تسهیلات بانکی خبر داد

جغرافیای سپرده بانکی در بهمن‌ماه سال گذشته



فرصت امروز: جدیدترین آمارهای بانک مرکزی نشان می‌دهد که مانده تسهیلات بانکی در بهمن‌ماه سال ۹۸ به ۱۸۱۲ هزار میلیارد تومان رسیده که از افزایش ۲۷.۵ درصدی مانده سپرده‌ها و رشد ۲۴.۳ درصدی مانده تسهیلات بانکی در پایان بهمن‌ماه سال گذشته حکایت دارد. همچنین استان تهران و کهگیلویه و بویراحمد به ترتیب دارای بیشترین و کمترین سپرده‌ها و تسهیلات در این مقطع زمانی بوده‌اند.

تازه‌ترین گزارش بانک مرکزی درباره وضعیت کل مانده سپرده‌ها و تسهیلات ریالی و ارزی بانک‌ها و موسسات اعتباری به تفکیک استان‌ها در پایان بهمن‌ماه سال گذشته نشان می‌دهد که مانده کل سپرده‌ها در این مقطع حدود ۲۵۷۸ هزار میلیارد تومان شده که نسبت به مقطع مشابه سال قبل ۲۷.۵ درصد افزایش یافته است. مانده کل سپرده‌ها نیز نسبت به پایان سال ۹۷ حدود ۲۴.۷ درصد افزایش داشته است.

همچنین بیشترین مبلغ سپرده‌ها مربوط به استان تهران با مانده ۱۳۷۳ هزار میلیارد تومان و کمترین مبلغ مربوط به استان کهگیلویه و بویراحمد معادل ۶ هزار و ۹۰۰ میلیارد تومان است. همچنین در دوره مورد بررسی، مانده کل تسهیلات بالغ بر ۱۸۱۲ هزار میلیارد تومان است که نسبت به مقطع مشابه سال ۹۷ معادل ۲۴.۳ درصد رشد داشته است.

به گفته بانک مرکزی، مانده کل تسهیلات در بهمن ۹۸ نسبت به اسفند ۹۷ معادل ۲۰.۱ درصد افزایش یافته بود. نسبت تسهیلات به سپرده‌ها بعد از کسر سپرده قانونی ۷۸.۴ درصد است که نسبت به

مقطع مشابه سال قبل و پایان سال قبل، به ترتیب ۱.۸ و ۲.۹ واحد درصد کاهش نشان می‌دهد. همچنین یکی از علل مهم بالا بودن رقم تسهیلات و سپرده‌ها در استان تهران استقرار دفاتر مرکزی بسیاری از شرکت‌ها و موسسه‌های تولیدی سایر استان‌ها در استان تهران بوده و عمده فعالیت‌های بانکی آنها توسط شعب بانک‌ها و موسسه‌های اعتباری استان تهران انجام می‌شود.

همچنین بررسی آمارهای گزارش اقتصادی اردیبهشت‌ماه شبکه الکترونیکی پرداخت کارت (شاپرک) نشان می‌دهد که تعداد کارت‌های بانکی دارای تراکنش در اردیبهشت ماه امسال به ۱۰۸ میلیون کارت رسید که بیش از ۹۵ درصد آن به کارت‌های برداشت تعلق دارد.

طبق آمارهای شبکه الکترونیکی پرداخت کارت (شاپرک)، در اردیبهشت‌ماه ۹۹ حدود ۱۰۸ میلیون و ۵۳۱ هزار و ۸۵۰ کارت بانکی از جمله کارت‌های اعتباری، برداشت و هدیه و بن کارت حداقل یک تراکنش را داشتند. این در حالی است که در فروردین ماه ۹۸ تعداد ۹۶ میلیون و ۱۲۹ هزار و ۱۵۴ کارت بانکی تراکنش داشتند که نشان از افزایش ۱۲.۸۹ درصدی تعداد کارت‌های بانکی دارای حداقل یک تراکنش در اردیبهشت ۹۹ نسبت به سال گذشته دارد.

بیشترین تعداد کارت بانکی در ایران مربوط به کارت برداشت دارای حداقل یک تراکنش با تعداد ۱۰۳ میلیون و ۳۷۰ هزار عدد تا پایان اردیبهشت ۹۹ است که همین موضوع باعث شده است تا کارت‌های برداشت سهم ۹۵.۲۴ درصدی از کل کارت‌های بانکی تراکنش دار داشته باشند.

نقش بازار سرمایه در تحقق جهش تولید

بخشی از منابع جذب شده را به سوی شرکت‌ها و بنگاه‌های اقتصادی وابسته‌شان سوق می‌دهند. عملاً بنگاه‌های اقتصادی مستقل، در تأمین منابع مالی با کمبود منابع مواجه می‌شوند. حال در شرایط کنونی اقتصادی کشور و با توجه به تحریم‌های ظالمانه اقتصادی و محدودیت‌های بانکی ضروری است از تأمین مالی بانک محور به تأمین مالی بورس محور حرکت کرده و باید به سراغ تأمین مالی از سوی بازارهای سرمایه رفت.

هزینه تأمین مالی در بازار سرمایه با استفاده از ابزارهای تأمین مالی متعدد آن می‌تواند بسیار کمتر از تأمین مالی از مسیر نظام بانکی باشد. از طرفی مزیت دیگر تأمین مالی از طریق بازار سرمایه به کارگیری سرمایه‌های خرد مردمی است که ظرفیت سرمایه‌های را در اقتصاد را فعال و از هدایت به سمت بازارهای غیرمولد که عمدتاً مبتنی بر واسطه‌گری و سفته‌بازی است، جلوگیری خواهد کرد. بازارهای پول و سرمایه می‌توانند مکمل یکدیگر باشند و توأمان به تجهیز منابع مالی بپردازند. با توجه به اینکه فعالیت‌های تولیدی عمدتاً نیازمند زمان هستند و فرآیندی طولانی دارند، بنابراین نقش بازار سرمایه در تجهیز و انتقال منابع مالی به فعالیت‌های سرمایه‌گذاری و توسعه‌های بسیار حائز اهمیت است.

به یقین، بازار سرمایه در شرایط کنونی اقتصاد کشور یک فرصت طلایی محسوب می‌شود که می‌توان از این ظرفیت عظیم برای مردمی‌سازی اقتصاد، ایجاد شفافیت و توسعه عدالت در اقتصاد و همچنین انجام اصلاحات اقتصادی به منظور تحقق اهداف سیاست‌های اقتصاد مقاومتی، استفاده کرد. با توجه به نقش بازار سرمایه در جهش تولید، بازار سرمایه ایران هنوز نتوانسته نقش مناسبی در تجهیز منابع مالی به سوی سرمایه‌گذاری مولد داشته باشد. برای بهبود تجهیز منابع مالی از طریق بازار سرمایه در راستای مقاوم‌سازی اقتصاد از کانال تحقق رشد اقتصادی مستمر و باثبات، اصلاحات سیاستی می‌تواند مسیر حرکت به سمت تأمین مالی بورس محور را هموارتر کند. اقداماتی نظیر شناسایی و برطرف کردن موانع توسعه و تعمیق بازار سرمایه، تدوین حمایت‌های نهادی حاکمیتی از بازار سرمایه و تدوین قوانین بالادستی به منظور حمایت از این بازار و جذب سرمایه‌های خارجی، خروج دولت و بانک‌ها از نگاه‌داری و عرضه سهام مالکیتی و مدیریتی‌شان در بازار سرمایه، فراهم کردن امکانات لازم نظیر تنوع ابزارهای مالی و ایجاد شبکه گسترده معاملات و همچنین تقویت زیرساخت‌های فناوری و تکنولوژی لازم به منظور شبکه‌سازی میان سرمایه‌گذاران و سرمایه‌پذیرها و ارائه آموزش‌های لازم و فرهنگ‌سازی مناسب، می‌تواند کمک شایانی به توسعه بازار سرمایه در کشور کند.

به بیماری هلندی تشدید شده و محدودیت تأمین مالی و منابع ارزان جهت تسهیلات مالی و اعتباری را به عنوان یکی از مهم‌ترین موانع توسعه و پیشرفت بنگاه‌های اقتصادی و بازدارنده توسعه کارآفرینی تبدیل کرده است.

در سال جدید که از سوی رهبر معظم انقلاب تحت عنوان «جهش تولید» نامگذاری شده است، نقش و اهمیت بازارهای پولی و مالی در تأمین، مدیریت و هدایت منابع مالی به سمت بخش‌های مولد اقتصاد، بیش از پیش اهمیت دارد.

اساساً طریقه تأمین مالی به چند صورت است؛ شامل سرمایه‌گذاری‌های مستقیم دولت و نهادهای حاکمیتی، سرمایه‌گذاری‌های خارجی و تأمین مالی از طریق بانک‌ها، موسسات مالی و اعتباری، انتشار اوراق قرضه و نهایتاً بازار سرمایه که عمدتاً بانک‌ها به عنوان اولین گزینه برای تأمین مالی بوده‌اند. لازم به ذکر است که عامل تعیین‌کننده رشد اقتصادی و افزایش تولید ناخالص داخلی GDP، نرخ سرمایه‌گذاری و تأمین مالی است، بنابراین دستیابی به افزایش تولید، جز با افزایش میزان سرمایه‌گذاری و تسهیل فضای کسب و کار امکان‌پذیر نیست. افزایش سرمایه‌گذاری هم مستلزم تجهیز و تأمین منابع مالی داخلی و خارجی بلندمدت و کوتاه‌مدت از طریق بازارهای مالی (بازار پول و سرمایه) است. در صورت برخورداری صنایع از نقدینگی و سرمایه در گردش کافی، شرکت‌ها و بنگاه‌های اقتصادی می‌توانند اقدامات زیادی را در راستای جهش تولید انجام دهند.

متأسفانه نظام مالی مسلط بر بازار مالی ایران، به دلیل عدم توسعه بازار سرمایه، نظام بانک‌محور بوده است. با توجه به مازاد تقاضای مستمر اعتبارات بانکی و نقدینگی بالای کشور، بی‌شک نظام بانکی در اجرای وظیفه کارکردی‌اش یعنی در تجهیز و تخصیص منابع مالی، همواره مشکلات جدی داشته است. در واقع، ابزارهای مهم در اختیار نظام بانکی برای تجهیز منابع که همانا نرخ سود سپرده‌ها و نرخ سود تسهیلات است، عملاً بانک‌ها نقشی در تعیین آن ندارند؛ به طوری که در بررسی آمارهای اقتصادی سالیان اخیر، نرخ سود حقیقی سپرده‌های بانکی منفی بوده است. در این میان بانک مرکزی هم به عنوان سیاست‌گذار ارشد سیاست‌های پولی و نظام اقتصادی کشور، همواره در تلاش برای ایجاد تراز مالی-اقتصادی در بانک‌هاست.

به طور کلی از مهمترین مشکلات اصلی بانک‌ها در تجهیز منابع مالی می‌توان به محدودیت میزان اعتبارات، عدم تناسب نرخ سود سپرده‌ها با نرخ تورم، تداوم تحریم‌ها و عدم دسترسی به منابع خارجی و سپرده قانونی بانک‌ها نزد بانک مرکزی اشاره کرد. همچنین با توجه به اینکه بانک‌ها در ایران صرفاً به واسطه‌گری مالی نمی‌پردازند و

یک کارشناس اقتصادی با بیان اینکه بازار سرمایه ایران هنوز نتوانسته نقش مناسبی در تجهیز منابع مالی به سوی سرمایه‌گذاری مولد داشته باشد، پیشنهاداتی را مطرح کرده است.

امین شاکری در یادداشتی نوشته است: مواجهه بنگاه‌های اقتصادی با تنگنای اعتباری در تأمین مالی سرمایه‌گذاری و سرمایه در گردش، از معضلات و مشکلات دیرینه مدیریت بنگاه‌های اقتصادی در ایران است. بازار پول در ایران به دلایل متعدد، همواره با مازاد تقاضا و کمبود عرضه مواجه بوده است. عدم تعادلی که در مواجهه با شرایط اقتصادی و سیاسی ابتدای دهه ۱۳۹۰ (رکود تورمی و تحریم) موسوم

نوبت اول

آگهی مناقصه عمومی

یک مرحله‌ای شماره ۹۹/۱۸



شرکت توزیع نیروی برق اهواز در نظر دارد خدمات ساماندهی بایگانی الکترونیکی اسناد (اسکن پرونده‌های مشترکین منطقه ۲ و ۴) خود را به شرکت‌های واجد شرایط و دارای تاییدیه اداره کار و امور اجتماعی از طریق مناقصه عمومی واگذار نماید.

– میزان ضمانتنامه شرکت در قرآیند ارجاع کار به مبلغ ۶۱۲/۰۰۰/۰۰۰ ریال می باشد ، که بصورت ضمانتنامه بانکی معتبر ، چک تضمین شده بانکی ، بلوکه از مطالبات و یا وجه نقد به حساب بانک تجارت شعبه شهید چمران به شماره ۱۰۲۸۰۴۰۰۲۰ داخلی ۳۳۴۵ بنام شرکت توزیع نیروی برق اهواز به کارفرما تسلیم گردد.

– زمان و محل و نحوه دریافت اسناد تا تاریخ درج آخرین آگهی بمدت ۵ روز با در دست داشتن فیش واریزی به مبلغ ۲۰۰/۰۰۰ ریال به حساب بانک تجارت شعبه شهید چمران به شماره ۱۰۲۸۰۴۰۰۲۰ آدرسهای زیر مراجعه نمایند:

– پایگاه اینترنتی شرکت توزیع برق اهواز: WWW.AEPDCO.IR

– پایگاه اینترنتی تواتیر: WWW.TAVANIR.ORG.IR

– پایگاه اینترنتی ملی اطلاع رسانی مناقصات www.its.mporg.ir

– تلفن تماس : ۰۶۱۳۴۴۹۰۷۰۰ داخلی ۳۳۴۵

– آخرین مهلت و محل تحویل و بازگشایی پاکات : حداکثر تا ساعت ۱۲:۰۰ مورخ ۹۹/۰۴/۰۷ به دبیرخانه مرکزی شرکت اهواز – بلوار پاسداران جنب شهرک صنعتی تسلیم گردد. بازگشایی راس ساعت ۱۲:۰۰ مورخ ۹۹/۰۴/۰۹ می باشد.

– به پیشنهادهای فاقد سپرده و امضاء ، مشروط ، مخدوش و پیشنهاداتی که بعد از انقضاء مدت مقرر واصل می شود، مطلقاً ترتیب اثر داده نخواهد شد.

– هزینه آگهی مناقصه به عهده برنده مناقصه است.

– سایر اطلاعات و جزئیات در اسناد مناقصه مندرج است.

امور تدارکات

نماگر بازار سهام

رشد شاخص بورس از تب و تاب افتاد

روز پرنوسان بورس

شاخص کل بازار سرمایه در سومین روز هفته و نوزدهمین روز خردادماه روزی پرنوسان را پشت سر گذاشت و در حالی که در ساعات ابتدایی روندی صعودی داشت، ناگهان نزولی شد، اما در ادامه رشد کرد و در شرایطی به کار خود پایان داد که از شدت صعود آن کاسته شده بود. در نهایت، شاخص کل بورس ۲ هزار و ۷۱۰ واحد رشد کرد و در ارتفاع یک میلیون و ۱۱۸ هزار واحد رسید. شاخص کل (هم وزن) نیز با ۲ هزار و ۷۳۱ واحد افزایش به ۳۵۶ هزار و ۶۴۹ واحد و شاخص قیمت (هم وزن) با یک هزار و ۸۰۶ واحد رشد به ۲۳۵ هزار و ۸۳۰ واحد رسید. شاخص بازار اول ۴ هزار و ۱۵۰ واحد افزایش و شاخص بازار دوم ۳ هزار و ۵۲۵ واحد کاهش داشت. در معاملات این روز بیش از ۱۰ میلیارد و ۷۱۶ میلیون سهم، حق تقدم و اوراق بهادار به ارزش ۱۳۶ هزار ریال داد و ستد شد.

نمادهای ملی صنایع مس ایران (فملی) با ۲ هزار و ۱۴ واحد، گروه مدیریت سرمایه‌گذاری امید (وامید) با یک هزار و ۷۲ واحد، گسترش نفت و گاز پارسیان (پارسان) با یک هزار و ۴۶ واحد، پالایش نفت اصفهان (شپنا) با ۹۹۴ واحد و سرمایه‌گذاری غدیر (وغدیر) با ۹۵۶ واحد بیشترین تاثیر مثبت را بر شاخص بورس داشتند.

در سوی مقابل نمادهای صنایع پتروشیمی خلیج فارس (فارس) با یک هزار و ۴۹۲ واحد، مخابرات ایران (خابر) با یک هزار و یک واحد، معدنی و صنعتی گل گهر (گگل) با ۹۴۲ واحد، نفت و گاز پتروشیمی تلمین (تلمین) با ۷۷۵ واحد، بانک ملت (وبملت) با ۷۵ واحد، توسعه معادن و فلزات (ومعدان) با ۴۹۷ واحد و پتروشیمی جم (جم) با ۴۸۷ واحد با تاثیر منفی بر شاخص همراه بود. همچنین نمادهای بانک ملت، گسترش سرمایه‌گذاری ایران خودرو، فولاد مبارکه اصفهان، پالایش نفت اصفهان، ملی صنایع مس ایران، بانک تجارت و پالایش نفت بندرعباس از جمله نمادهای پربیننده بورس بودند. گروه فرآورده نفتی هم در معاملات این روز صدرنشین برترین گروه‌های صنعت شد و در این گروه ۹۰۲ میلیون و ۱۴۴ هزار برگه سهم به ارزش ۱۷ هزار و ۶۴۹ میلیارد ریال داد و ستد شد.

شاخص فرابورس هم نزدیک به ۹۲ واحد رشد داشت و بر روی کانال ۱۲ هزار و ۵۸۵ واحد ثابت ماند. در این بازار ۳ میلیارد و ۵۰۴ میلیون برگه سهم به ارزش بیش از ۶۱ هزار و ۳۳۰ میلیارد ریال داد و ستد شد. نمادهای سنگ آهن گهرزمین (ککهر)، پلیمیر آریا ساسول (آریا)، سهامی ذوب آهن اصفهان (ذوب)، اعتباری ملل (وملل)، پتروشیمی مارون (مارون) و پالایش نفت لاوان (شاوان) بیشترین تاثیر مثبت را بر شاخص این بازار داشتند. همچنین نمادهای سرمایه‌گذاری صبا تامین (صبا)، فولاد هرمزگان جنوب (هرمز)، تولید نیروی برق دماوند (دماوند)، مدیریت انرژی تابان هور (وهور)، بانک دی (دی) و گروه سرمایه‌گذاری میراث فرهنگی (سمگا) با تاثیر منفی بر شاخص فرابورس همراه بودند.

رشد ۵۷۸ درصدی بورس در ۲ سال گذشته



ابتدای امسال بیش از ۱۰ ماهه ابتدای سال گذشته سهام جدید خریدند. این ارقام گویای ورود نقدینگی جدید با اصطلاحاً فرّش مانی توسط افراد حقیقی با حجم بالا به بازار سهام است.

سرعت معاملات سهام به شدت افزایش یافته و رکوردهای تاریخی جدیدی را ثبت کرده است. نسبت ارزش معاملات روزانه به ارزش بازار در فروردین ماه به بیش از ۰.۲۱ درصد رسیده است. این عدد نشان می‌دهد که روزانه به طور متوسط روی هر یک ریال از سهام شرکت‌ها، چه میزان معامله صورت می‌گیرد و شاخص مناسبی از سرعت گردش سهام با سرعت معاملات است. (به بیان دیگر در فروردین ماه به ازای هر هزار تومان سهام شرکت‌ها روزانه ۲۱ تومان معامله صورت گرفته است). به منظور مقایسه شرایط فروردین‌ماه با سال‌های گذشته توجه داشته باشید که این رقم در سال ۱۳۹۸ برابر با ۰.۱۴ درصد بوده و در یک دهه اخیر معادل ۰.۰۷ درصد بوده است. با توجه به آنکه حتی وقایع بنیادین کاملاً موثر بر بازار سرمایه (نظیر اجرای برنامه ایجاد بازار ثانویه از سامانه نیما) نیز نتوانستند تا بدین حد بر روند معاملات اثرگذار باشند، ارقام معاملات فروردین‌ماه نشانگر آن است که معاملات سفته‌بازانه بر روی سهام به شدت افزایش یافته با اصطلاحاً سهام داغ شده است.

ورود سرمایه‌گذاران جدید به بازار همچنان ادامه دارد. تعداد شرکت‌کنندگان در عرضه اولیه شستا در تاریخ ۲۷ فروردین‌ماه ۱۳۹۹ از ۲ میلیون نفر فراتر رفته و این در حالی است که میانگین شرکت‌کنندگان در عرضه‌های اولیه سال ۱۳۹۸ حدود ۹۵۰ هزار نفر و برای سال ۱۳۹۷ کمتر از ۲۵۰ هزار نفر بوده است. این اعداد به خوبی گویای افزایش تصاعدی حضور سهامداران خرد در بازار سهام طی ماه‌های اخیر است. برنامه دولت جهت واگذاری بخش زیادی از سهام خود در بنگاه‌های بورسی و فرابورسی در قالب صندوق‌های قابل معامله (ETF) طی سال جاری و سازوکار پیشنهادی برای آن (هر که ملی سقف ۲ میلیون تومان) عملی است که می‌تواند فرآیند صدور کدهای معاملاتی جدید را شدت بخشد.

شاخص بورس چگونه طی ۲ سال بیش از ۵۰۰ درصد صعود کرد؟

رشد قیمتی بازار سهام در دو سال اخیر بی‌سابقه بوده و این رشد آنچنان سریع و قابل توجه بوده که بازار سرمایه در دو سال گذشته رشدی ۵۷۸ درصدی را تجربه کرده است.

به گزارش سننا، در پایان فروردین ۱۳۹۹ ارزش بورس تهران به حدود ۲۶۰۰ هزار میلیارد تومان رسیده که این رقم رشدی ۳۸.۵ درصدی را نسبت به ابتدای سال نشان می‌دهد. رشد ارزش بورس تهران نسبت به ابتدای سال ۹۸ و ۹۷ نیز به ترتیب ۲۷۹ درصد و ۵۷۸ درصد بوده است. به این ترتیب عملکرد بازار سهام پس از شوک ارزی اخیر، بسیار بیشتر از سایر دارایی‌های مالی بوده است.

همچنین باید توجه داشت که رشد فعلی بورس در مقایسه با عملکرد تاریخی بازار سهام نیز بسیار بیشتر بوده به شکلی که در تجربه شوک ارزی ابتدای دهه ۱۳۹۰، بازار سهام کمتر از ۳۰۰ درصد رشد را تجربه کرده این در حالی است که در آن زمان، قیمت نفت و کالاهای پایه در سطوحی بسیار بالاتر از امروز قرار داشت.

بازار سهام رکورد رشد ماهانه عجیبی را طی فروردین ماه ثبت کرده است. رشد ۳۸.۵ درصدی ارزش بورس طی فروردین ماه، بیشترین میزان رشد ماهانه بورس در یک دهه اخیر بوده است. حتی بدون در نظر گرفتن اثرات عرضه سهام شستا بر رشد بازار، باز هم نرخ رشد بورس در فروردین ماه به رقم ۳۴.۶ درصد می‌رسد که این رقم نیز در مقایسه با رکوردهای قبلی (۳۳.۱ درصد در مرداد ۱۳۹۷) بسیار بالاتر است. شایان ذکر است که میانگین رشد ماهانه ارزش بازار در یک دهه اخیر معادل ۳.۲ درصد بوده و مجموع این اعداد به خوبی بیانگر ابعاد عجیب رشد بازار سهام در فروردین ماه سال جاری است. توجه به این مسئله که به دلیل تعطیلات آغاز سال، فروردین نسبت به سایر ماه‌ها همواره دارای کمترین روزهای کاری است و به دلیل نیمه تعطیل بودن بسیاری از شرکت‌ها و نهادهای سرمایه‌گذاری غالباً با رکود معاملاتی همراه است، موجب استنتاج این گزاره می‌شود که در فروردین ۱۳۹۹ یکی از منحصر به فردترین ماه‌های تاریخ بازار سهام رقم خورده است.

بازار سهام در کنار رشد قیمتی، شاهد رونق محسوس معاملاتی است. بررسی میانگین ارزش روزانه معاملات سهام در بورس تهران نشان می‌دهد که این رقم در هفته پایانی فروردین به حدود ۸ هزار میلیارد تومان طی روز رسیده است. به منظور مقایسه توجه داشته باشید که میانگین روزانه ارزش معاملات در سال ۱۳۹۸ فقط حدود ۲.۱ هزار میلیارد تومان بوده است و در سال ۱۳۹۷ این رقم کمتر از یک هزار میلیارد تومان بوده است. مبنای اقتصاد بیانگر آن است که افزایش قیمت و افزایش مقدار معاملات تا یک بازار تنها یک علت دارد و آن هم انتقال تابع تقاضا به سمت بالاست.

آگهی فراخوان عمومی شناسایی سرمایه‌گذار



اداره کل بندر و دریانوردی استان خوزستان - منطقه ویژه اقتصادی بندر امام خمینی (ره) در نظر دارد بمنظور توسعه و رونق بندر کوچک نسبت به شناسایی و ارزیابی فعالان اقتصادی که از توانمندی مالی، فنی و تخصصی مناسب برخوردار باشند جهت سرمایه‌گذاری و بهره‌برداری و مدیریت بندر شادگان به روش BOT اقدام نماید.

شرایط الزامی متقاضیان سرمایه‌گذاری:

۱- درج موضوع فعالیت انجام فعالیت‌های بندری و دریایی در اساسنامه
۲- کسب حداقل ۱۰ امتیاز در شاخص توان مالی، ۱۰ امتیاز در شاخص سابقه کار و ۵ امتیاز در شاخص توان تجهیزاتی در بخش ارزیابی کیفی

۳- کسب حداقل امتیاز ۵۵ از جدول شاخص‌های ارزیابی توان انجام کار، طبق مفاد مندرج در جدول شماره یک و کسب حداقل شرایط الزامی در کسب امتیازات

تبصره ۱: بدیهی است در صورت عدم احراز مدارک و یا عدم کسب امتیازات فوق مدارک شرکت جهت بررسی در مرحله ی بعد (مفروضات مدل کسب و کار) مورد ارزیابی قرار نخواهد گرفت.

مدارک مورد نیاز و نحوه ارائه مدارک:

. توان مدیریت و برنامه ریزی

. توان مالی

. سابقه کار

. توان تجهیزاتی

. حسن سابقه

. مهلت و محل تسلیم پاکات حاوی اسناد:

متقاضیان می‌توانند از تاریخ ۹۹/۰۳/۲۰ تا پایان وقت اداری مورخ ۹۹/۰۴/۰۸ با مراجعه به دبیرخانه امور قراردادها و نیز سایت lets.mporg.ir نسبت به دریافت اسناد ارزیابی کیفی و تحویل مدارک خود به آدرس: دبیرخانه مرکزی اداره کل بندر و دریانوردی استان خوزستان - منطقه ویژه اقتصادی بندر امام خمینی (ره) - واقع در طبقه ی همکف - ساختمان مرکزی - (صندوق پستی ۱۵۹، کد پستی ۶۳۵۷۱۳۸۴۲۰) - تلفن ۴۰۰۱-۰۶۱۵۲۲۸۰ فاکس ۰۶۱۵۲۲۸۰-۲۲۲۶۹۰۰ تسلیم و رسید دریافت نمایند.

لطفاً جهت کسب اطلاعات بیشتر با شماره تلفن ۰۶۱۵۲۲۸۵۰۸۵ و ۰۶۱۵۲۲۸۰۰۲۹ تماس حاصل فرمایید.

روابط عمومی اداره کل بندر و دریانوردی استان خوزستان
منطقه ویژه اقتصادی بندر امام خمینی (ره)

آگهی شرکت فولاد مبارکه



ردیف	نوع فراخوان	شماره	موضوع	مهلت ارسال مدارک	مدیریت مرتبط
۱	مناقصه عمومی	۴۸۴۸۵۰۹۶	راهبری، تعمیرات و نگهداری ایستگاه و شبکه ریلی شرکت فولاد مبارکه و فولاد سبا	۹۹/۳/۲۲	قراردادهای خرید
۲	مناقصه عمومی	۴۸۵۰۶۱۴۷	طراحی خرید، نصب و راه اندازی قراضه گیر جدید برای خط اسکین پاس ۲	۱۳۹۹/۰۳/۲۶	برنامه ریزی خرید
۳	مناقصه عمومی	۴۸۵۰۹۳۲۹	حفاظت، آبیاری و نگهداری فضای سبز و نظافت محوطه ها و معابر عمومی مجتمع فولاد سبا شرکت فولاد مبارکه	۱۳۹۹/۰۳/۲۹	قراردادهای خرید
۴	مناقصه عمومی	۴۸۵۰۷۲۰۹	انجام عملیات باز طراحی تهیه و متریال ساخت و نصب اسکراب بالرهای برشسبک و سنگین و کرکتیو ۳ و ۴	۱۳۹۹/۰۳/۳۱	برنامه ریزی خرید
۵	مزایده عمومی	۹۹۴۰۰۰۴۳	فروش اقلام ضایعاتی	۱۳۹۹/۰۳/۳۱	قراردادهای خرید

مناقصات و مزایدهات: جهت دریافت اسناد و کسب اطلاعات بیشتر به نشانی www.msc.ir لینک مناقصات و مزایدهات بخش خرید و تأمین کنندگان مراجعه و طبق راهنمای موجود، نسبت به انتخاب مناقصه مورد نظر از طریق سیستم ارتباط با تأمین کنندگان (SRM) اقدام نمایند.

سایر فراخوان‌ها: جهت کسب اطلاعات بیشتر به نشانی www.msc.ir بخش اطلاعیه‌ها، فراخوان مربوطه مراجعه بفرمایید.

کد آگهی: ۹۹۱۱۸

اخبار

پل مرزی ایران و ترکمنستان افتتاح می‌شود

سخنگوی گمرک ایران از افتتاح پل مرزی ایران و ترکمنستان خبر داد. به گزارش گمرک ایران، «سید روح‌اله لطیفی» توضیح داد: پل جدید مرزی سرخس، با حضور مسئولین محلی به صورت ویدئوکنفرانسی توسط وزرای راه و شهرسازی جمهوری اسلامی ایران و وزیر ساختمان و معماری ترکمنستان و استانداران آخال و خراسان رضوی و سفرای دو کشور به صورت رسمی افتتاح می‌شود. سخنگوی گمرک ایران افزود: افتتاح این پل مهم، یکی از دستاوردهای طرفین برای بازگشایی مرزهای زمینی و ریلی بوده است و تا روزهای دیگر مرزهای دو کشور دوباره برای تبادل کالای تجاری فعال خواهد شد. وی اظهارداشت: براساس اعلام سفیر کشورمان در عشق‌آباد ۲۱ خرداد روز بازگشایی رسمی مرزهای مشترک، خواهد بود که در صورت تغییر در زمان بندی بازگشایی به اطلاع خواهد رسید.

بلیت قطار از اول تیرماه ۲۰درصد گران می‌شود

معاون مسافری شرکت راه آهن جمهوری اسلامی ایران خبر داد که مصوبه افزایش ۲۰درصدی قیمت بلیت قطار از ابتدای تیرماه در تمام مسیرهای ریلی اجرایی می‌شود. «میرحسین موسوی» روز دوشنبه ۱۹ خرداد در نشست خبری که در محل ساختمان راه آهن برگزار شد، گفت: این افزایش قیمت هیچ ربطی به ضررهای ناشی از ویروس کرونا و یا جبران فاصله‌گذاری اجتماعی ندارد. وی گفت: افزایش قیمت‌ها براساس دستورالعمل‌های تعریف شده دو سال است که انجام می‌شود، سال گذشته نیز به طور متوسط ۲۲درصد قیمت بلیت قطارها افزایش یافت. موسوی گفت: از سال ۹۴ تا ۹۷ هیچ افزایش قیمتی در بلیت قطارها نداشتیم اما در سال ۹۷ حدود ۱۰درصد و در سال گذشته افزایش ۲۲درصدی را داشتیم. افزایش قیمت‌ها نیز براساس میزان افزایش هزینه شرکت‌های مسافری و همچنین تورم عمومی سالیانه مشخص می‌شود. معاون مسافری شرکت راه آهن جمهوری اسلامی ایران ادامه داد: شرکت‌های ریلی پیشنهاد افزایش ۴۰درصدی را داشتند نهایتاً مصوبه شورای عالی ترابری روی افزایش ۲۰درصدی موافقت داشت. موسوی توضیح داد: مصوبه شورای عالی ترابری افزایش قیمت بلیت قطار به صورت متوسط ۲۰درصد است به این معنا که شرکت‌های مسافری این اختیار را دارند که با توجه به هزینه، درآمد، تقاضا و عرضه در برخی مسیرها به عنوان مثال ۱۵درصد و در برخی مسیرها ۲۵ افزایش قیمت دهند.

مدیرکل دفتر میوه‌های گرمسیری اعلام کرد:

ارزآوری ۵۰۰ میلیون دلاری صادرات میوه‌های گرمسیری

مدیرکل دفتر میوه‌های گرمسیری و نیمه‌گرمسیری از صادرات ۶۲۰ هزار تنی محصولات گرمسیری و نیمه‌گرمسیری به ارزش حدود ۵۰۰ میلیون دلار در سال گذشته خبر داد. به گزارش روز دوشنبه وزارت جهاد کشاورزی، «زهره جلیلی مقدم» مهم‌ترین برنامه‌های این دفتر در زمینه میوه‌های گرمسیری و نیمه‌گرمسیری را تولید نهال و ساماندهی وضعیت نهالستان‌ها و توسعه باغات در مناطق مستعد و اراضی شیب‌دار عنوان کرد و افزود: اصلاح باغ‌های درجه دو، حذف و جایگزینی باغ‌های درجه سه به منظور اقتصادی کردن تولید محصولات باغی، در دستور کار است. وی گفت: افزایش عملکرد در واحد سطح به منظور ارتقای ضریب بهره‌وری از نهاده‌ها، توسعه مکانیزاسیون باغات برای کاهش هزینه تولید، استقرار نظام مدیریت پس از برداشت، توسعه صنایع فراآوری، بسته‌بندی و درجه‌بندی محصول، توسعه پوشش بیمه‌ای و هدفمند کردن برنامه‌ها نیز از دیگر فعالیت‌های در دست اقدام است. به گفته وی اجرای برنامه‌های عملیاتی همچون حمایت از به کارگیری روش‌های نوین باغی، کاربرد سایه‌بان در باغ‌ها برای افزایش بهره‌وری آب و پیشگیری از ناسامانی‌های فیزیولوژیکی نیز در حال اجرا است. مدیرکل دفتر میوه‌های گرمسیری و نیمه‌گرمسیری با اشاره به اینکه سطح زیر کشت میوه‌های گرمسیری و نیمه‌گرمسیری در ایران ۷۳۰ هزار هکتار است، یادآور شد: حدود ۸۰۱ میلیون تن محصول در این باغات تولید می‌شود. وی سهم میوه‌های گرمسیری و نیمه‌گرمسیری در تولیدات باغی را حدود ۴۰درصد عنوان کرد و ادامه داد: مهمترین میوه‌های گرمسیری و نیمه‌گرمسیری به ترتیب و به لحاظ میزان تولید، مرکبات، خرما، انار و انجیر است. وی با بیان اینکه در تولید مرکبات جایگاه هفتم جهان را داریم، گفت: باغداری و باغبانی با توجه به دقت در کشت و نوع گونه و رقم یک سرمایه‌گذاری طولانی مدت است زیرا هدف از تولید آن تازه‌خوری، فراآوری و صادرات بازار است.

معاون بندری سازمان بنادر اعلام کرد

وجود ۴.۲ میلیون تن کالای اساسی در بنادر

معاون امور بندری و اقتصادی سازمان بنادر و دریانوردی ضمن رد کردن برخی اظهارات مبنی بر معطلی بیش از ۲ میلیون تن نهاده دامی در بنادر کشور گفت: سازمان بنادر در ترخیص و خروج این کالاها نقشی نداشته و این امر به مراجعه صاحبان کالا و صدور مجوزهای لازم از ارگان‌هایی همچون گمرک، وزارت صمت، سازمان استاندارد، بانک مرکزی و ... برمی‌گردد. فرهاد منتصر کوهساری در گفت و گو با ایسنا، با بیان این مطلب اظهار کرد: کالاهای اساسی و دامی در کنترل بازار نقش اساسی را ایفا می‌کنند و در حال حاضر عدم ترخیص به موقع این کالاها باعث بروز مشکلاتی برای بنادر کشور خواهد شد. سازمان بنادر برای خروج کالاهای اساسی و دامی هیچ مشکلی ندارد و از تسریع در خروج کالا توسط بخش خصوصی و دولتی استقبال می‌کند. وی افزود: تسریع در خروج کالا از بنادر با هدف تنظیم بازار و کنترل قیمت تمام شده، جلوگیری از ماندگاری زیاد کالا، استفاده از انبارهای خارج از بنادر به عنوان مراکز نگهداری و توزیع کالا به جای استفاده از انبارهای بنادر با هدف گذر کالا نه مرکز نگهداری و توزیع کالا را از جمله دلایلی عنوان کرد که می‌تواند سرعت تخلیه و بارگیری کالا از بنادر کشور را دوچندان کند. معاون امور بندری و اقتصادی سازمان بنادر و دریانوردی از تجار و صاحبان کالاهای اساسی خواست تا تسریع در خروج کالاها از بنادر را در اولویت قرار دهند و گفت: در حال حاضر حدود ۴/۲ میلیون تن موجودی کالاهای اساسی در انبارها و سیلوی غلات بنادر کشور وجود دارد که فضای زیادی را اشغال نموده و بازدهی محوطه‌های بندری را به شدت کاهش داده است که در صورت ترخیص و خروج ضمن جبران کمبود کالا، به بنادر برای پذیرش شناورهای بیشتر و بهبود کیفیت خدمات بندری کمک می‌کند.



اینکه به دلیل یارانه‌ای بودن آرد، صادرات نان‌های صنعتی مجوز ندارد، تصریح کرد: بسا این حال ظرفیت صادرات این محصول وجود دارد و به دلیل مجاورت با کشورهایی مثل عراق و افغانستان می‌توانیم فعالیت‌های مشترک در زمینه نان‌های صنعتی انجام دهیم یا دانش فنی خود را صادر کنیم. همچنین می‌توانیم کارخانه تولیدی را به نزدیک‌ترین نقطه مرزی برسانیم و انواعی از نان‌های صنعتی که برای رستوران‌ها یا برای برخی بیماری‌ها و رژیم‌های غذایی تولید می‌شود احتمالاً توان تولید آن در کشورهای همسایه وجود ندارد صادر کنیم. البته امروز بالا بودن هزینه حمل و نقل باعث شده تولیدکنندگان سعی کنند محل تولید و مصرف را به هم نزدیک کنند.

همچنین به گفته وی ماشین‌آلات ایرانی که برای تولید نان صنعتی و شیرینی و شکلات استفاده می‌شود، کیفیت قابل قبولی دارند و حتی در برخی کشورهای اروپایی و روسیه هم از این ماشین‌آلات استفاده می‌شود و قابلیت خوبی برای صادرات دارند که در این زمینه باید بخش خصوصی اقدامات لازم را انجام دهد و دولت بیشتر نقش برنامه‌ریزی دارد.

به اینکه نان یک کالای استراتژیک است، قیمت آن بیش از سایر کالاهای اساسی کنترل می‌شود.

البته به گفته مروت‌پور نان صنعتی مشمول قیمت‌گذاری نیستند، اما قیمت‌ها کنترل می‌شود.

به گفته دبیر انجمن صنفی کارفرمایان کارخانجات نان صنعتی ماشینی ایران اگر دولت قیمت آرد را برای همه صنوف آزاد کند در بازار محصول باکیفیت‌تر و با قیمت واقعی به دست می‌آید و فساد و رانت ناشی از چند نرخ بی‌بهره آرد نیز از بین خواهد رفت.

به گفته وی با توجه به شرایط فعلی ممکن است تولیدکنندگان قیمت را ۱۵ تا ۲۵درصد افزایش دهند، اما درصد دقیق افزایش قیمت مشخص نیست و بسته به نرخ مواد اولیه، نوع واحد تولیدی و هزینه سربرار آن و براساس قیمت تمام شده، قیمت‌ها افزایش خواهد یافت.

همچنین قیمت این محصول در ماه‌های آینده هم قابل پیش‌بینی نیست.

چرا نان صنعتی صادر نمی‌شود؟

مروت‌پور ضمن اشاره به اهمیت صنایع غذایی در ایران و با بیان

رکورد ۵۰ ساله مصرف آب در تهران شکسته شد

بیشتر است.

وی با بیان اینکه در استان تهران سامانه آب بسیار قوی وجود دارد، افزود: ۱۸ هزار کیلومتر شبکه اصلی و انتقال، ۲ میلیون و ۷۰۰ هزارمترمکعب مخزن در استان تهران و ۳ میلیون و ۴۰۰ هزار مترمکعب مخزن در شهر تهران به علاوه ۱۵۰۰ حلقه چاه و ۷ تصفیه‌خانه آب شرب در تهران وجود دارد که می‌توانند آب مورد نیاز این استان و شهر تهران را تامین کنند.

معاون نظارت بر بهره‌برداری شرکت آبفا استان تهران با تاکید بر لزوم صرفه‌جویی در مصرف آب شرب گفت: با وجود همه این امکانات، اما بازمهم این شبکه با محدودیت مواجه است و اگر میزان مصرف مردم از توان شبکه فراتر رود ممکن است با مشکل مواجه شویم.

معاون نظارت بر بهره‌برداری شرکت آبفا استان تهران با بیان اینکه امسال علاوه بر گرما، شیوع بیماری کرونا نیز دلیل افزایش مصرف آب در استان و شهر تهران است ادامه داد: میزان مصرف آب در استان تهران در ۱۱ خردادماه از ۳ میلیون و ۶۸۰ هزار مترمکعب عبور کرد که این رقم در مقایسه با مدت مشابه ۵۰ سال گذشته یک رکورد است. گرمی‌نژاد با اشاره به اینکه مقدار آب مصرفی تهران در ۱۱ خردادماه در سال‌های گذشته در اوج مصرف در ماه‌های تیر و مرداد اتفاق می‌افتاد، گفت: این میزان مصرف که با افزایش گرمای هوا اتفاق افتاد نشان می‌دهد که زمسان اوج مصرف ۴۵ روز زودتر شروع شده است.

اما واگرهای تشکیل شورای تجارت

مشکلات متعددی روبه‌رو است. یکی از بزرگ‌ترین مشکلاتی که تجار در کشور با آن مواجه‌اند، دشواری در اخذ انواع گواهی و مجوز برای انجام امور است، که اخذ این مجوزها هم زمانبر و هم هزینه‌بر است. بسا این وجود، دولت با ایجاد انواع شوراها و کمیته‌ها، اخذ این‌گونه مجوزها را برای تجار دشوارتر و انگیزه ادامه‌فعالیت در بخش‌های مختلف اقتصاد را از آنها سلب می‌کند.

شورای تجارت سدی در برابر تولیدکنندگان و تجار

میرمحمد حشمتی، کارشناس مسائل اقتصادی در گفت‌وگو با خبرنگار صنعت، تجارت و کشاورزی گروه باشگاه خبرنگاران جوان، اظهار کرد: تشکیل اینگونه شوراها و کمیته‌ها در زمینه تولید و تجارت، نمی‌تواند دردی از تجار دوا کند ضمن اینکه ممکن است در کار آنها تداخل ایجاد کند. وی افزود: دولت با تشکیل انواع شوراها یک سد جدید در راه تجارت ایجاد می‌کند چراکه فعالان این حوزه در انجام امور خود باید از فیلتر این شوراها و کمیته‌ها عبور کنند.

این کارشناس اقتصادی با بیان اینکه دولت باید راه تجارت را هموار

دبیر انجمن صنفی کارفرمایان کارخانجات نان صنعتی ماشینی ایران از افزایش قیمت مواد اولیه تولید نان صنعتی و در نتیجه احتمال افزایش قیمت این محصول در سال جاری خبر داد، ولی گفت که میزان دقیق این افزایش قیمت مشخص نیست.

علیرضا مروت‌پور در گفت‌وگو با ایسنا، با اشاره به اینکه قیمت تمام شده کالا تابع قیمت مواد اولیه است، تصریح کرد: در سال جاری حقوق کارگران حدود ۲۱درصد افزایش داشته است؛ همچنین قیمت شکر، روغن و مواد پیهودهنده نیز بالا رفته و نرخ خمیرمایه در سال جاری چند نوبت گران شده است.

اخیرا سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان اعلام کرد که طبق تصمیم ستاد تنظیم بازار نرخ شکر درب کارخانه از ۴۰۵۰ تومان به ۶۳۰۰ تومان افزایش یافت و به زودی سازمان حمایت قیمت بسته‌بندی‌های این کالا را براساس قیمت مبنای ۶۳۰۰ تومان تنظیم و ابلاغ خواهد کرد.

وی افزود: بنابراین دولت به صرف اینکه آرد یارانه‌ای در اختیار تولیدکنندگان قرار می‌دهد نمی‌تواند قیمت را کنترل کند، اما با توجه

خبرگزاری صدا و سیما به نقل از معاون نظارت بر بهره‌برداری شرکت آبفا استان تهران نوشت کولرهای آبی ۴۰۰ لیتر در روز آب مصرف می‌کنند که این موضوع در زمان اوج مصرف، مشکل‌ساز است.

محمدرضا کرمی‌نژاد با اشاره به اینکه با نصب سایبان بر روی کولرها، مصرف آنها به ۱۲۰ تا ۱۳۰ لیتر در روز کاهش می‌یابد، افزود: هم‌اکنون در تهران بیش از ۳ میلیون دستگاه کولر آبی وجود دارد که در زمان اوج مصرف بیش از ۴۰ تا ۵۰ درصد از کل آب شرب تولیدشده در تهران را مصرف می‌کنند.

وی با تاکید بر لزوم رعایت نکات استاندارد درخصوص کولرها گفت: میزان مصرف کولرهای آبی از سرانه مصرف یک نفر در تهران

دولت به تازگی تصمیم به تشکیل شورای تجارت گرفته که طبق گفته کارشناسان، این شورا نمی‌تواند درمانی برای مشکلات تجار باشد. به گزارش خبرنگار صنعت، تجارت و کشاورزی گروه باشگاه خبرنگاران جوان، دولت به تازگی در راستای حل مشکلات موجود در بخش تجارت، تصمیم به تشکیل شورای تجارت خارجی در سازمان توسعه تجارت گرفته است که با موافقت بسیاری از نهادهای دولتی مواجه شده است. تجارت یکی از مهم‌ترین بخش‌های هر کشوری است که با بسیاری از بخش‌های مهم دیگر همچون تولید، نیروی انسانی و درآمدهای کشور در ارتباط مستقیم قرار دارد.

بر این اساس، حمایت از تمام افرادی که در زمینه تجارت فعالیت دارند از مهم‌ترین وظایف دولت‌ها است، در غیر این صورت بسیاری از بخش‌های اقتصادی کشور با مشکل و اختلال مواجه می‌شوند. تجارت در ایران به دلیل واردات و صادرات گسترده‌ای که به صورت روزانه در آن انجام می‌گیرد بسیار فعال است و در میان کشورهای هم‌رده تقریباً حرف اول را می‌زند، اما این بخش نیز کم و بیش با

اخبار

معاون وزیر راه خبر داد

توافق با نیروی انتظامی برای جریمه بدهکاران آزادراه‌ها

مدیرعامل شرکت ساخت و توسعه زیربناهای حمل و نقل کشور از توافق وزیر راه و شهرسازی و نیروی انتظامی برای جریمه کردن مالکان خودروی که عوارض آزادراه‌های الکترونیکی را پرداخت نکرده‌اند، خبر داد و گفت اگر این اتفاق بیفتد و اجباری برای پرداخت عوارض به وجود بیاید انگیزه سرمایه‌گذاران برای الکترونیکی شدن آزادراه‌ها بیشتر می‌شود در غیر این صورت با مشکل جدی مواجه خواهیم شد. به گزارش ایسنا، دو سال گذشته الکترونیکی شدن پرداخت عوارض آزادراه‌های کشور در دستور کار قرار گرفت و اجرایی شد که در این میان چهار آزادراه تهران – ساوه، قزوین – زنجان، تهران – قزوین و تهران – قم در اواخر سال ۱۳۹۷ الکترونیکی شدند و آزادراه‌های دیگر نیز طی سال گذشته به جمع آزادراه‌های الکترونیکی پیوستند، اما در این میان برخی از رانندگان با وجود ارسال پیامک عوارض خود را پرداخت نکردند.

بهنام داوودی –مدیرکل بهره‌برداری آزادراه‌های کشور– مردامه سال گذشته اعلام کرد: از زمانی که سیستم پرداخت الکترونیکی عوارض برخی آزادراه‌ها که در مرحله اول و آزمایشی اجرایی شده است، نه‌تنها میزان تردهای صورت گرفته را به صورت کامل پیمایش می‌کنیم بلکه به بسیاری از اهدافی که در ابتدای اجرای این طرح مدنظرمان بود نیز رسیده‌ایم. اما تاکنون بیش از نیمی از کسانی که از آزادراه الکترونیکی استفاده کردند عوارض‌شان را پرداخت نکردند. این اتفاق همچنان ادامه پیدا کرده و کار به جایی رسید که هم‌اکنون سرمایه‌گذاران بخش خصوصی با وجود اینکه باید درصد زیادی از سرمایه خود ناشی از راه‌اندازی آزادراه را از طریق عوارض به دست بیاورند موفق به دریافت عوارض به صورت الکترونیکی از مردم نشدند و به همین دلیل استقبالی برای ادامه این طرح نمی‌کند. خیرالله خادمی – معاون وزیر راه و شهرسازی و مدیرعامل شرکت ساخت و توسعه زیربناهای حمل و نقل کشور – در گفت‌وگو با ایسنا در این باره اظهار کرد: بر اساس تفاهم‌نامه امضاشده وزیر راه و شهرسازی با فرمانده نیروی انتظامی مقرر شد تا پلیس برای رانندگان بدهکار که عوارض الکترونیکی آزادراه‌شان را پرداخت نکردند پیامک ارسال کند و اگر مردم با وجود مهلت پلیس برای پرداخت عوارض نسبت به پرداخت آن اقدام نکنند جریمه برای رانندگان و مالکان خودروی بدهکار در نظر بگیرند.

وی افزود: در هفته جاری نیز جلسه دیگری برای اجرای این تفاهم‌نامه با پلیس داریم که امیدواریم به زودی این طرح اجرایی شود که تصور می‌کنیم تاثیر بسزایی در این زمینه داشته باشد.

معاون وزیر راه و شهرسازی اعلام کرد: اگر با اجرایی شدن طرح پلیس و جریمه کردن مردم هم در بازگشت عوارض الکترونیکی به نتیجه نرسیم سرمایه‌گذاران قطعاً استقبالی از الکترونیکی شدن دیگر آزادراه‌های کشور نخواهند کرد و حتی ممکن است مجبور شویم آزادراه‌هایی که الکترونیکی هستند به حالت قبل برگردانیم بنابراین در این زمینه استقبال و مشارکت مردم را نیاز داریم. در غیر این صورت طرح الکترونیکی کردن عوارض آزادراهی با مشکل جدی مواجه خواهند شد.

آلمان ۱۳۰ میلیارد یورو برای ترویج استفاده از خودروهای الکتریکی اختصاص داد

دولت آلمان در راستای تشویق شهروندان به خرید خودرو برقی، ۱۳۰ میلیارد یورو اختصاص داده است که شامل اعطای یارانه به خودروسازان، معافیت مالیاتی و نصب ایستگاه شارژ در پمپ‌بنزین‌ها می‌شود. به گزارش زومیت، دولت آلمان قصد دارد به‌عنوان بخشی از برنامه انگیزشی ۱۳۰ میلیارد یورویی، در تمام پمپ بنزین‌های این کشور ایستگاه‌های شارژ خودروی الکتریکی نصب کند. به گزارش رویترز، این بسته انگیزشی شامل اعطای یارانه به خریداران خودروهای برقی و وضع مالیات برای جریمه مالکان خودروهای بزرگ و شاسی‌بلندهای آلوده‌کننده می‌شود.

طبق آمار اداره حمل‌ونقل موتوروی آلمان، از ۱۶۸،۱۴۸ خودرو ثبت‌شده در ماه مه، تنها ۳/۳درصد برقی بوده‌اند. در سال ۲۰۱۹، کمتر از ۲درصد خودروهای جدید ثبت‌شده در آلمان، الکتریکی بودند. کارشناسان می‌گویند فروش کم خودرو برقی می‌تواند به دلیل نگرانی درباره شارژ آنها باشد. دیه‌گو بیاسی، رئیس و بنیان‌گذار Quercus Real Assets به رویترز گفت:

ما می‌دانیم که ۹۷درصد دلایل نخریدن خودروهای برقی، نگرانی از ظرفیت پیمایش خودروی الکتریکی است. این حرکت دولت آلمان، تلاش در جهت رفع این نگرانی قلمداد می‌شود، زیرا همان‌طور که می‌دانید پمپ‌بنزین‌ها همیشه باز هستند.

انگلا مرکل، صدراعظم آلمان سال گذشته دستیابی به یک میلیون ایستگاه شارژ برقی را در سراسر آلمان تا سال ۲۰۳۰ به‌عنوان هدف دولت برای ترویج استفاده از انرژی‌های پاک اعلام کرد. با تضمین اینکه پمپ‌بنزین‌ها نیز بتوانند امکان شارژ خودروهای برقی را فراهم کنند، دولت آلمان به سمت این هدف حرکت می‌کند، اما چنین اقداماتی هنوز هم کافی نخواهد بود. تعداد پمپ‌بنزین‌های آلمان در سال ۱۹۶۵ حدود ۴۰ هزار واحد بود، ولی هم‌اکنون این کشور فقط حدود ۱۵۰۰۰ پمپ بنزین دارد. برای اینکه خرید خودروهای برقی رایج و تقویت شود، آلمان به حداقل ۷۰،۰۰۰ ایستگاه شارژ معمولی و ۷،۰۰۰ ایستگاه شارژ سریع نیاز دارد. به گزارش رویترز، خودروهایی که بیش از ۹۵ گرم دی‌اکسیدکربن در هر کیلومتر منتشر می‌کنند، از ماه ژانویه سال ۲۰۲۱ شاهد افزایش مالیات وسایل نقلیه موتوروی خواهند بود. باتوجه به اینکه میانگین انتشار خودروهای آلمانی در هر کیلومتر بیش از ۱۵۰ گرم است، تعداد خودروهای زیادی با این قانون مشمول جریمه می‌شوند. در ماه مه، این سطح به حدود ۱۵۵ گرم افزایش یافت. طبق قانون جدید، هرچه خودروها آلوده‌تر باشند، جریمه‌های آنها افزایش خواهد یافت. دولت آلمان با هدف تشویق خریداران به خرید خودروهای الکتریکی کوچک ساخت داخل، مالیات بر ارزش افزوده را برای آن وسایل نقلیه از ۱۹درصد به ۱۶ درصد کاهش می‌دهد. به‌طور هم‌زمان، مشوق‌های دولت برای خودروهای برقی با قیمت کمتر از ۴۵،۰۰۰ دلار به بیش از ۶،۷۰۰ دلار افزایش می‌یابد. این یارانه در ترکیب با مشوق ۳،۲۰۰ دلاری برای خودروسازان، قیمت خودروهای برقی را به میزان قابل توجهی کاهش می‌دهد. خودروهای الکتریکی لوکس و گران‌قیمت نیز تا حدودی از مزایای این طرح بهره خواهند برد. در بخش دیگری از طرح دولت آلمان، میلیاردی دلار برای اسقاط اتوبوس‌های دیزلی (متعلق به شبکه حمل‌ونقل خصوصی یا عمومی) کنار گذاشته شده است.

تاکید ۳ نهاد نظارتی بر برخورد با محتکران خودرو



خرید و فروش خودرو در بازار اشاره شده و در مصوبات آن آمده است اقداماتی از قبیل:

– اعمال نظرات بر عدم پذیرش انواع خودرو سواری صفر کیلومتر برای نگهداری با هدف سودجویانه و دلالی در سطح کلیه پارکینگ‌ها و مراکز نگهداری خودرو و اطلاع‌رسانی مراتب از طریق نصب پارچه نوشته، بنر و … در این اماکن

– کنترل و نظارت بر عدم تحویل هرگونه خودرو سواری فاقد پلاک انتظامی از طریق شرکت‌های خودروساز و نمایندگی‌های ذی‌ربط و منوط شدن تحویل خودرو مشتری به الصاق پلاک بر روی خودرو پیش مستمر و نظارت بر جابه‌جایی انواع خودرو سواری با همکاری نیروی انتظامی و پلیس راهور با هدف ممانعت از دپوی خودروهای صفر کیلومتر یا بدون پلاک موجود در پارکینگ‌ها در اماکن غیررسمی با اهداف سودجویانه

– تشدید بازرسی‌های شناسایی اطلاعات محور که طی روزهای آتی به شکل جدی در دستور کار عوامل بازرسی، تعزیرات و پلیس راهور ناجا قرار خواهد داشت.

همچنین در ادامه این بیانیه آمده است: در این راستا ضمن

آخرین خبر از خودروهای دپوشده

بدون ثبت سفارش اتفاقی نمی‌افتد

پرس و جوی آخرین وضعیت ترخیص خودروهای دپوشده از مهرداد ارونقی –معاون فنی و امور گمرکی ایران– از این حکایت دارد که هنوز زمانی برای تمدید ثبت سفارش انجام نشده ولی در دست بررسی است. وی با بیان اینکه طبق مصوبه ۲۹ بهمن سال گذشته هیات وزیران مهلت ترخیص خودروها مشمول بند (۳) مصوبه دی ماه ۱۳۹۷ بود و به مدت سه ماه تمدید شد، گفت: بنابراین مهلت سه ماه تعیین شده فقط خودروهای مشمول این بند را شامل می‌شود و در دو بند دیگر مصوبه هیچ محدودیت زمانی تعیین نشده است. ارونقی ادامه داد: بر این اساس خودروهای بالای ۲۵۰۰ سسی سسی که مستثنی شده‌اند، خودروهای مربوط به جانبازان و همچنین آنهایی که دارای پرونده قضایی که حکم برائت آنها صادر شده است در قید زمان نبوده و امکان ترخیص بدون تمدید مهلت مصوبه از سوی هیات وزیران همچنان برقرار است.

وی با بیان اینکه از تعداد ۵۱۰۸ دستگاهی که باقی مانده بود و باید طی مصوبه بهمن ماه ترخیص می‌شدند ۱۳۸۹ دستگاه ترخیص شده و ۳۷۱۹ دستگاه باقی مانده است، افزود: از بین خودروهای باقی مانده ۲۴۷۱ دستگاه هیچ نیازی به تمدید زمان مصوبه برای ترخیص ندارند و با طی تشریفات قانونی قابل ترخیص از گمرک است.

معاون فنی و امور گمرکی گمرک ایران با بیان اینکه از ۱۳۴۸ دستگاه دیگر برای ترخیص نیازمند تمدید زمان از سوی هیات دولت

جلسه شهرداری تهران با مسئولان ایران خودرو

آمادگی تحویل ۸۰۰ اتوبوس تا پایان سال

در حوزه حمل و نقل عمومی گفت: هشت سال است که اتوبوس جدیدی وارد ناوگان حمل و نقل عمومی تهران نشده و تلاش شهرداری بر این است که هرچه زودتر اتوبوس‌های جدید وارد شبکه حمل و نقل شهر تهران شود. دولت هم بر این موضوع تاکید دارد که در نزدیک‌ترین زمان دست کم ۵۰۰ دستگاه اتوبوس به سیستم حمل و نقل شهر تهران اضافه شود. شهردار تهران افزود: در صورتی که تولیدکنندگان داخلی ظرفیت تولید و تامین اتوبوس برای تجهیز شبکه حمل و نقل شهر تهران را

رئیس سازمان حمایت مصرف‌کنندگان، رئیس پلیس راهور ناجا و رئیس سازمان تعزیرات حکومتی طی بیانیه‌ای مشترک بر کنترل بازار خودرو و برخورد با محتکران به منظور آرامش خاطر مصرف‌کنندگان تاکید کردند. به گزارش خبرگزاری مهر به نقل از سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان، در راستای چگونگی اقدام مشترک و مؤثر جهت رفع التهاب بازار خودرو و جلوگیری از انباشت و احتکار خودرو صفر کیلومتر و نحوه برخورد با متخلفین، سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان به همراه پلیس راهور ناجا و سازمان تعزیرات حکومتی با صدور بیانیه‌ای مشترک ضمن تاکید بر ضرورت حفظ آرامش فضای روانی بازار نسبت به استفاده از تمامی اختیارات و ضوابط و مقررات موضوعه جهت ساماندهی بازار و ناامن‌سازی عرصه فعالیت دلالان و سودجویان تاکید کردند.

در این بیانیه بر نظارت‌های پیشگیرانه و برخوردهای تعزیری و قضائی در قالب همکاری مشترک سه جانبه، با بهره‌گیری از ظرفیت سازمان‌های صنعت، معدن و تجارت و ادارات کل تعزیرات حکومتی در سراسر کشور توأم با همکاری نزدیک پلیس راهور ناجا با لحاظ سه محور اساسی مدیریت تولید و عرضه، مدیریت تقاضا و نظارت بر

معاون فنی گمرک ایران با اعلام اینکه هنوز تصمیمی در رابطه با تمدید زمان ترخیص خودروهای دپوشده اتخاذ و ابلاغ نشده است، گفت که ۱۱۴۸ دستگاهی که نیاز به تمدید زمان دارند، عمدتاً فاقد ثبت سفارش هستند و تا وقتی در مورد آنها اقدامی نشود عملاً اتفاق خاصی در ترخیص این خودروها نمی‌افتد.

به گزارش ایسنا، بعد از موافقت هیات دولت در ۲۹ بهمن سال گذشته برای ترخیص خودروهای باقی مانده در گمرک‌ها و بنادر، حدود ۵۱۰۸ دستگاه امکان ترخیص پیدا کردند، اما با اتمام این مهلت مشخص شد که فقط ۱۳۸۹ دستگاه ترخیص شده و مابقی همچنان باقی مانده است. این در حالی است که گفته شد بخشی از این خودروهای باقی مانده نیازمند تمدید زمان بوده و بخشی دیگر در قید زمان نیستند و امکان ترخیص برای آنها همچنان وجود دارد. از سویی از آن دسته که نیازمند تمدید زمان بود تعدادی بدون ثبت سفارش بوده و لازم بود تا وزارت صمت برای آنها اقدام لازم را انجام دهد.

اما اکنون حدود ۲۰ روز از پایان زمان سه ماهه گذشته و همچنان از سوی وزارت صمت و یا دولت تصمیمی در رابطه با تمدید زمان این خودروها اعلام نشده است، در حالی که ظاهراً رابزنی‌هایی با دولت برای تمدید زمان و ایجاد سازوکاری در رابطه با تعیین تکلیف این خودروها در دستور کار قرار دارد.



دانش‌بنیان‌ها به حوزه امنیت غذایی ورود می‌کنند



چند سالی است که معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری به دنبال تحقق برنامه‌های مرتبط با بالا بردن امنیت غذا در کشور است. این مهم بارها از سوی معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری هم مورد تأکید قرار گرفته است. همین موضوع هم ستاد توسعه زیست‌فناوری معاونت علمی را بر آن داشت تا طی فراخوانی از همه دانش‌بنیان‌ها برای مشارکت در توسعه امنیت غذا دعوت کند.

این فراخوان با هدف تحقق اقتصاد دانش‌بنیان در حوزه امنیت غذایی منتشر شده است. قرار بر این است که دانش‌بنیان‌ها در سه حوزه زراعت و باغبانی، دام، طیور و آبزیان و صنایع غذایی با ستاد توسعه زیست‌فناوری معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری همکاری کنند.

دریچه

«پارک اقتصاد دیجیتال» احداث می‌شود

پیشرفت‌های ماندگار و قابل توجهی دست می‌یابند؛ اقتصاد دانش‌بنیان ایران نیز به کمک جوانان فعال و نوآور، در حوزه اقتصاد دیجیتال و دانش‌بنیان، شاهد رشد و توسعه است. امیدواریم این همکاری‌ها به رونق اقتصادی و پیشرفت بیشتر کشور در این حوزه‌ها منجر شود.

وی افزود: پاسخ فشار حداکثری، جهش تولید در کشور است تا یک جهش مهم را در حوزه اقتصادی رقم بزند؛ جهشی که مبتنی بر جوانان و براساس بیانیه گام دوم انقلاب شکل می‌گیرد.

وزیر ارتباطات و فناوری اطلاعات با بیان اینکه گام‌های تسهیلگر دولت در دو اقتصاد دیجیتال و اقتصاد دانش‌بنیان با تأکیدات رئیس جمهوری و تلاش‌های اثرمند معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری نمود یافته است، افزود: ایجاد پارک‌های فناوری به ویژه پارک‌های اقتصاد دیجیتال یکی از همین فعالیت‌هاست و پارک فناوری پردیس نمونه‌ای بارز از تلاش‌های دولت در این راستا به شمار می‌رود.

آذری جهرمی تعامل میان وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات و معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری را زمینه‌ساز رونق اقتصاد دیجیتال دانست و گفت: تصمیم بر این شد تا در فضای ۳۰ هکتاری جدید پارک فناوری پردیس، پارک اقتصاد دیجیتال احداث شود. این پارک نماد همکاری اقتصاد دانش‌بنیان و اقتصاد دیجیتال خواهد بود. استارت‌آپ‌ها و شرکت‌های فناور این حوزه، آماده فعالیت در بهره‌برداری اولیه هستند و تلاش می‌کنیم روند حضورشان در این بستر را سرعت بخشیم.

ایجاد بزرگ‌ترین دیتاسنتر شبکه ملی اطلاعات در پارک فناوری پردیس وزیر ارتباطات و فناوری اطلاعات از ایجاد بزرگ‌ترین مرکز داده در فضای پارک فناوری پردیس خبر داد و افزود: در کنار پارک فناوری پردیس، ایجاد بزرگ‌ترین مرکز داده شبکه ملی اطلاعات را در برنامه داریم که این مجموعه، پارک فناوری پردیس را به قطب مرکز داده کشور بدل می‌کند. به گفته آذری جهرمی، فاز نخست این مرکز داده در مردادماه سال جاری به بهره‌برداری می‌رسد که ظرفیت را برای خدمات پایه شبکه ملی اطلاعات فراهم خواهد کرد.

وی با بیان اینکه گام نخست یعنی زیرساخت‌های لازم و گام دوم تسهیلگری برای جوانان و ایجاد توانمندی در فضای مجازی است، ادامه داد: گام مهم بعدی، ایجاد بازار برای این کسب‌وکارها خواهد بود که امیدوارم با همکاری همه دستگاه‌ها و حذف انحصار محقق شود تا جوانان فناور قوت و قدرت را برای کشور به ارمغان بیاورند.

آذری جهرمی از تلاش‌های معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری قدردانی کرد و افزود: معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری، زحمات زیادی برای توسعه اقتصاد دانش‌بنیان کشیده‌اند و خلاقانه و خوش فکر، زیست بوم اقتصاد دانش‌بنیان را رونق داده‌اند، امید دارم با همکاری میان زیست‌بوم اقتصاد دانش‌بنیان و اقتصاد دیجیتال، زمینه پیشرفت و توانمندی کشور فراهم شود.

توافق برای رونق زیست‌بوم اقتصاد دیجیتال براساس این موافقتنامه، پارک اقتصاد دیجیتال در زمینی به مساحت ۳۰ هکتار در ضلع شرقی پارک فناوری پردیس با هدف ایجاد مجموعه‌های مشکل از واحدهای فناور و نوآفرین مبتنی بر حوزه فناوری اطلاعات و ارتباطات و اقتصاد دیجیتال و ایجاد و گسترش امکانات تحقیقات کاربردی و توسعه‌ای، انتقال و بومی‌سازی فناوری و همچنین تولید محصولات و خدمات با فناوری بالا و سایر فعالیت‌های موردنیاز احداث می‌شود.

همچنین کمیته راهبری برای تصمیم‌گیری و هماهنگی در اجرای موضوعات این موافقتنامه، مشکل از دو نفر نماینده از سوی وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات و دو نفر نماینده معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری تشکیل خواهد شد.

صبح دپروز سورنا ستاری معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری و محمدجواد آذری جهرمی وزیر ارتباطات و فناوری اطلاعات توافقنامه راه‌اندازی پارک اقتصاد دیجیتال را امضا کردند تا زیست‌بوم کسب‌وکارهای فناور و دانش‌بنیان این حوزه بر بستر پارک فناوری پردیس رونق بیشتری بگیرد. همچنین فضای کار اشتراکی اقتصاد دیجیتال نیز در این مراسم افتتاح شد. سورنا ستاری، معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری، در حاشیه امضای توافقنامه احداث پارک اقتصاد دیجیتال، این توافق‌نامه را بستری برای توسعه زیست‌بوم کسب‌وکارهای دیجیتال دانست و گفت: با ایجاد پارک اقتصاد دیجیتال بر بستر ۳۰ هکتاری پارک فناوری پردیس، زمینه‌ای فراهم می‌شود تا کسب‌وکارهای دانش‌بنیان و استارت‌آپ‌های حوزه اقتصاد دیجیتال، فناوری اطلاعات و ارتباطات در کنار دیگر حوزه‌های فناورانه‌ای که در زیست بوم پردیس رشد می‌کنند به توسعه و پیشرفت لازم برسند.

احداث شهر ۱۰۰۰ هکتاری پردیس در آینده نزدیک ستاری از رونق زیست‌بوم فناورانه پردیس گفت و ادامه داد: بیش از ۱۱ هزار میلیارد تومان حاصل فروش شرکت‌های این زیست‌بوم در سال گذشته بوده است و به زودی برنامه ۱۰۰۰ هکتاری شدن پردیس و تبدیل شدن به شهر فناوری، محقق خواهد شد.

وی افزود: هر روزه در این پارک فناوری اتفاقات خوبی رخ می‌دهد و شرکت‌های دانش‌بنیان و استارت‌آپ‌های مستقر در این پارک، به طور مستمر موفقیت‌های تازه‌ای را رقم می‌زنند.

معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری، رونق زیست بوم اقتصاد دانش‌بنیان را محاصل نگاه ویژه مقام معظم رهبری به جوانان و اقتصاد دانش‌بنیان، همدلی و تعامل نهادهای اثرگذار در هیأت دولت، دیگر دستگاه‌ها و همراهی جامعه دانست و گفت: حمایت‌های همه‌جانبه رئیس جمهوری و اعضای هیات دولت موجب ایجاد زیست بوم بسیار خوبی برای رونق اقتصاد دانش‌بنیان با راه‌اندازی پارک‌های فناوری شده که یکی از نمونه‌های موفق این پارک‌ها در پردیس شکل گرفته است.

ستاری، توسعه همکاری‌ها با وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات را گامی مهم در رونق کسب‌وکارهای دانش‌بنیان و استارت‌آپی فعال در اقتصاد دیجیتال و فضای مجازی دانست و ادامه داد: جا دارد از همکاری وزیر ارتباطات و فناوری اطلاعات در حمایت از استارت‌آپ‌ها و اقتصاد دیجیتال تشکر کنم. وی در این برنامه‌ها همراه بوده و پیشگام توسعه اقتصاد دیجیتال هستند.

ستاری ابراز امیدواری کرد با تداوم این همکاری‌ها، تحولات خوبی در حوزه اقتصاد دیجیتال رخ دهد.

«پارک اقتصاد دیجیتال» نماد همکاری زیست‌بوم اقتصاد دیجیتال و دانش‌بنیان

محمدجواد آذری جهرمی، وزیر ارتباطات و فناوری اطلاعات نیز در حاشیه مراسم امضای توافق‌نامه ایجاد پارک اقتصاد دیجیتال از رونق اقتصاد این حوزه فناوری و اقتصاد دانش‌بنیان به عنوان فصل مشترک تعاملات میان معاونت علمی و وزارت ارتباطات یاد کرد و افزود: پیوندی که میان دو نهاد معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری و وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات در توسعه اقتصاد دانش‌بنیان و اقتصاد دیجیتال وجود دارد، مستحکم بوده و امروز با توافق برای ایجاد پارک اقتصاد دیجیتال، این تعامل مستحکم‌تر می‌شود.

وی با بیان اینکه همکاری‌ها برای شکل‌گیری پارک اقتصاد دیجیتال، مهم‌ترین نماد تعامل اثرمند میان معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری و وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات در توسعه اقتصاد فناوری‌محور است، ادامه داد: اقتصادهایی که در شرایط تحریم بتوانند خود را رشد دهند به



تغییر DNA انسان؛ راه‌حلی احت

که می‌توانند حتی در فضای خلأ هم دوام بیاورند. در برابر پرتوها مقاومت بیشتری دارند. در حال بررسی راه‌هایی مثل محافظ فضاپیما یا فضاوردان هستند؛ بنابراین، اگر ایمنی تمام‌وقت از فضاوردان هم چندان دور از ذهن نباشد. اخلاقی چه پیامدهایی دارد؟ مأموریتی طولانی با اطمینان صحبت کنیم. تاردیگریدها و از جمله داینوکو کوس رادیودوران‌ها، منبعی ط در زیست‌شناسی هستند. ممکن است در آینده فضاوردان با برداشت ویژگی‌های رفتاری مسافت‌های دورتری از مریخ را صفر کنند. ششوند. برای مثال، می‌توان مأموریتی سرنش که اقیانوسی زیر سطح یخی آن وجود دارد، مشتری قرار گرفته است. میسون می‌گوید تشعشعات قرار خواهد گرفت و اگر محافظ ما با مهندسی ژنتیک می‌توان احتمال ارسال

مهندسی ژنتیک بخش بزرگی از آینده مریخ را تشکیل خواهد داد. آیا انسان برای سکونت در مریخ مجبور خواهد بود ساختار ژنتیکی خود را تغییر دهد؟ به گزارش زومیت، شاید انسان آینده مجبور باشد برای سکونت در مریخ، تغییراتی روی بدن خود اعمال کند. ناسا مأموریت‌های سرنشین‌دار به مریخ را در دهه ۲۰۳۰ آغاز خواهد کرد، اما چنین وضعیتی برای فضاوردان دشوار خواهد بود و آنها در معرض مقدار زیادی پرتوهای شدید و جاذبه کم و شرایط نامناسب دیگر قرار خواهند گرفت. البته این پیش‌نشان باید بتوانند در شرایطی مناسب به زمین بازگردند.

شاید داستان برای افرادی که قصد بازگشت ندارند، کمی متفاوت باشد. به‌عقیده متخصصان، اگر فضاوردان بخواهند سالم و ایمن روی مریخ یا هر سیاره دیگری غیر از زمین دائم اقامت کنند، باید کمی ساختار ژنتیکی خود را تغییر دهند. کندا لینچ، اخترزیست‌شناس و میکروپ‌شناس مؤسسه سیاره‌ای و قمری در هوستون، در نشست با عنوان «انتقال به مریخ: مشکلات مستعمره‌سازی فضا» می‌گوید:

در صورتی که هدف انسان کار و زندگی و تشکیل خانواده و اقامت در مریخ باشد، شاید لازم باشد از مهندسی ژنتیک و دیگر فناوری‌های پیشرفته کمک گرفت. این فناوری‌ها در چنین وضعیتی ضرورت پیدا خواهند کرد. امروزه، ارتقای ژنتیکی صرفاً به رمان‌های علمی-تخیلی محدود نیست. برای مثال، دانشمندان در آزمایشگاه موفق شدند ژن‌های تاردیگرید در سلول‌های انسانی وارد کنند. تاردیگریدها موجودات کوچک و سرسختی هستند

شرکت‌های خلاق برتر مورد تقدیر قرار می‌گیرند

صنایع دیداری و شنیداری، میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی، طراحی و معماری، گیاهان دارویی و طب سنتی، هنرهای تجسمی و هنرهای نمایشی و نشر، چاپ و یادگیری الکترونیک نیز

دیگر حوزه‌های این جشنواره را شامل می‌شوند. علاوه بر این، شرکت‌های خلاق که در دیگر حوزه‌ها نیز فعالیت می‌کنند در این جشنواره پذیرفته می‌شوند.

دبیر خانه این جشنواره اعلام کرده است که ارزیابی و رتبه‌بندی در هر حوزه در میان شرکت‌های خلاق فعال در همان حوزه انجام خواهد گرفت و ملاک‌های ارزیابی هر حوزه ممکن است با حوزه دیگری متفاوت باشند.

همچنین این جشنواره علاوه بر شرکت‌های خلاق بخشی را نیز به مراکز همکار در زیست بوم توسعه صنایع خلاق اختصاص داده است. مبادی شناسایی، رسانه‌های همکار، دستگاه‌های اجرایی همکار و کارگزاران از جمله این مراکز همکار محسوب می‌شوند.



برنامه شرکت‌های خلاق به موازات قانون حمایت از شرکت‌های دانش‌بنیان، سعی کرده است تا فعالان فناور در حوزه صنایع نرم و هویت‌ساز و علوم انسانی را ترغیب کند تا ایده‌های خود را در قالبی

نوآورانه و نظام‌مند دنبال کنند. اولین برای تولیدات مشابه خارجی باشد، اما به دلیل واردات محصولات مشابه خارجی و استفاده از دستگاه‌های خارجی در مراکز دولتی در بسیاری از موارد نتوانسته‌ایم محصولات خود را جایگزین کنیم.

محصولات تولیدی این شرکت دانش‌بنیان در بیشتر صنایع و مراکز تحقیقاتی مانند نفت، گاز، پتروشیمی، غذا و دارو و صنعت قابل کاربرد است که اگر خرید محصولات ایرانی در بازار نهادینه شود به راحتی این محصولات می‌تواند بخش بزرگی از نیاز کشور را مرتفع کند.

محصولات این شرکت قابلیت صادرات به دیگر کشورها را دارد و در آینده‌ای نزدیک و با بهتر شدن شرایط بازار جهانی برای صادرات محصولات اقدام خواهند کرد.

لزوم پوشش رسانه‌ای موفقیت‌ها و افتخار آفرینی‌های نخبگان مورد تاکید قرار گرفت

تفاهم‌نامه همکاری بنیاد نخبگان البرز و روزنامه جام‌جم البرز با هدف معرفی و الگوسازی نخبگان و سرآمدان شاخ استان به امضا رسید. به گزارش پایگاه اطلاع‌رسانی بنیاد ملی نخبگان، نظر به تأکید مقام معظم رهبری (مدظله‌العالی) در استفاده صحیح از ظرفیت‌های علمی نخبگان و لزوم حرکت انقلابی در مسیر رفیع موانع و مشکلات تولید دانش و جنبش نرم‌افزاری، تفاهم‌نامه‌ای میان بنیاد نخبگان البرز و روزنامه جام‌جم البرز به امضا رسید. در این تفاهم‌نامه که با هدف نهادینه کردن فرهنگ نخبگانی امضا شد، طرفین جهت برنامه‌ریزی برای شناسایی مستعدان، سرآمدان و نخبگان بومی استان البرز براساس معیارهای مصوب بنیاد ملی نخبگان همکاری می‌کنند.



یادداشت



کار آفرینی که یک روستا را با ۴۵ میلیون تومان احیا کرد

کار، جوهره زندگی و بیکاری، آفت آن است و از این رو دولت‌ها همواره ایجاد شغل را به عنوان یکی از اولویت‌های اصلی برنامه‌های‌شان، مطرح کرده‌اند و با این باور که اشتغال‌زایی، عامل مهمی در رشد و شکوفایی اقتصادی و رفاه عمومی محسوب می‌شود، برای تحقق آن، برنامه‌های گوناگونی را تدوین و اجرا می‌کنند. به گزارش تسنیم اما سؤال اینجاست که آیا اشتغال‌زایی فقط با سرمایه‌گذاری‌های کلان امکان‌پذیر است، یا با سرمایه‌های اندک هم می‌توان در این راه قدم برداشت و به نتایج مطلوب رسید؟ به‌خصوص آنکه در اکثریت کشورهای، زنان از امکانات کمتری نسبت به مردان برای ایجاد اشتغال و درآمد برخوردارند و برای انتخاب شغل و حرفه هم، با محدودیت‌هایی رو به رویند.

برنامه ملی اشتغال روستایی از بهمن ماه سال ۹۶ با تلفیق منابع چهار موسسه عامل (بانک توسعه تعاون، بانک کشاورزی، پست بانک و صندوق کار آفرینی امید) با هدف حمایت از توسعه و ایجاد اشتغال پایدار در مناطق روستایی و عشایری شروع و عملیات اجرایی آن از اردیبهشت ماه ۹۷ آغاز شد. قرار بود این طرح که کمک به افزایش عدالت اجتماعی و رفیع محرومیت، حفظ محیط زیست و ارزش‌های قومی، فرهنگی و اجتماعی و جلوگیری از مهاجرت از اهداف اجرای آن است با پرداخت تسهیلات پاره‌نهار با اختصاص ۱۵ میلیارد دلار از منابع صندوق توسعه ملی آغاز شود تا با تخصیص مرحله‌ای منابع این صندوق به چهار موسسه عامل مجری طرح و تلفیق منابع داخلی بانک‌ها در مجموع معادل ریالی ۱۲ هزار میلیارد تومان برای اشتغال روستایی و عشایری اختصاص یابد.

اما افراد زیادی در روستاهای محروم هستند که سهمی از اشتغال روستایی نداشته و ندارند. صفر آقاغفاری، یکی از کارآفرینانی است که صدایش خسته بود اما پرامید است. خسته از بی‌حمایتی اما امیدوار به آینده‌ای که برای خود ترسیم کرده بود. صفر آقاغفاری به رغم اینکه در روستای فتح مقصود نمین اردبیل موقعیتی برای کار نداشت اما آنجا ماند تا ثابت کند به هیچ وجه حاضر به مهاجرت نیست.

وی در آنجا کار خود را آغاز کرد و آن را گسترش داد و علاوه بر خود چهار نفر دیگر را نیز شافل کرد. صفر آقاغفاری درباره کار خود توضیح می‌دهد: روستای ما از نظر مراتع، بسیار غنی است و می‌تواند مکانی مناسب برای پرورش دام باشد اما متأسفانه به دلیل نداشتن امکانات اولیه مانند گاز، آب لوله‌کشی و همچنین بهداشت کافی بسیاری از اهالی این روستا به شهرهای اطراف و شهرهای بزرگ مهاجرت کردند در صورتی که آبادانی از راه روستا می‌گذرد، اما متأسفانه به این اصل توجه نمی‌شود. وی به مشکلات زندگی در روستای فتح مقصود اشاره می‌کند و می‌افزاید: با وجود اینکه لوله‌کشی گاز تا ۵ کیلومتری این روستا آمده و نزدیک ۱۰۰ نفر جمعیت دارد و در تابستان حتی این تعداد افزایش پیدا می‌کنند، اما مردم روستا از نعمت آب و گاز محروم هستند و از نفت برای گرم کردن خانه‌های خود استفاده می‌کنند. به اداره گاز هم زیاد مراجعه کرده‌ایم، ولی توجهی نمی‌کنند و می‌گویند: جمعیت روستای شما برای برخورداری از نعمت گاز، کمتر از حد استاندارد است.

همچنین برای حل مشکل گاز این روستا چندین بار به فرمانداری مراجعه کرده و نامه نوشته‌ایم که هیچ نتیجه‌ای نداشته و حتی به ما گفتند که در آن روستا سکونت نداشته باشید و به روستاهای نزدیک مهاجرت کنید و حتی به دلیل کثرت مراجع، مدتی به ما اجازه ملاقات با مسئولین را نمی‌دادند.

با این حال ما در روستا ماندیم و با کمک بسیج و سپاه پاسداران نه تنها اشتغال‌زایی برای خودمان ایجاد کردیم بلکه توانستیم به صورت غیرمستقیم برای افراد دیگر نیز شغل ایجاد کنیم.

آقاغفاری می‌گوید: چندین سال پیش که تصمیم به اشتغال‌زایی گرفتیم، به رغم اینکه همه به ما می‌گفتند که حتی برای تحصیل فرزندان‌تان باید به روستاهای اطراف مراجعه کنید به بسج سازندگی رفتیم و ایده خود برای اشتغال را شرح دادیم که مورد توجه آنها قرار گرفت.

بسیج سازندگی سه وام ۱۵ میلیون تومانی، جمعاً ۴۵ میلیون تومان به ما داد

کار، جوهره زندگی و بیکاری، آفت آن است و از این رو دولت‌ها همواره ایجاد شغل را به عنوان یکی از اولویت‌های اصلی برنامه‌های‌شان، مطرح کرده‌اند و با این باور که اشتغال‌زایی، عامل مهمی در رشد و شکوفایی اقتصادی و رفاه عمومی محسوب می‌شود، برای تحقق آن، برنامه‌های گوناگونی را تدوین و اجرا می‌کنند. به گزارش تسنیم اما سؤال اینجاست که آیا اشتغال‌زایی فقط با سرمایه‌گذاری‌های کلان امکان‌پذیر است، یا با سرمایه‌های اندک هم می‌توان در این راه قدم برداشت و به نتایج مطلوب رسید؟ به‌خصوص آنکه در اکثریت کشورهای، زنان از امکانات کمتری نسبت به مردان برای ایجاد اشتغال و درآمد برخوردارند و برای انتخاب شغل و حرفه هم، با محدودیت‌هایی رو به رویند.

برنامه ملی اشتغال روستایی از بهمن ماه سال ۹۶ با تلفیق منابع چهار موسسه عامل (بانک توسعه تعاون، بانک کشاورزی، پست بانک و صندوق کار آفرینی امید) با هدف حمایت از توسعه و ایجاد اشتغال پایدار در مناطق روستایی و عشایری شروع و عملیات اجرایی آن از اردیبهشت ماه ۹۷ آغاز شد. قرار بود این طرح که کمک به افزایش عدالت اجتماعی و رفیع محرومیت، حفظ محیط زیست و ارزش‌های قومی، فرهنگی و اجتماعی و جلوگیری از مهاجرت از اهداف اجرای آن است با پرداخت تسهیلات پاره‌نهار با اختصاص ۱۵ میلیارد دلار از منابع صندوق توسعه ملی آغاز شود تا با تخصیص مرحله‌ای منابع این صندوق به چهار موسسه عامل مجری طرح و تلفیق منابع داخلی بانک‌ها در مجموع معادل ریالی ۱۲ هزار میلیارد تومان برای اشتغال روستایی و عشایری اختصاص یابد.

اما افراد زیادی در روستاهای محروم هستند که سهمی از اشتغال روستایی نداشته و ندارند. صفر آقاغفاری، یکی از کارآفرینانی است که صدایش خسته بود اما پرامید است. خسته از بی‌حمایتی اما امیدوار به آینده‌ای که برای خود ترسیم کرده بود. صفر آقاغفاری به رغم اینکه در روستای فتح مقصود نمین اردبیل موقعیتی برای کار نداشت اما آنجا ماند تا ثابت کند به هیچ وجه حاضر به مهاجرت نیست.

وی در آنجا کار خود را آغاز کرد و آن را گسترش داد و علاوه بر خود چهار نفر دیگر را نیز شافل کرد. صفر آقاغفاری درباره کار خود توضیح می‌دهد: روستای ما از نظر مراتع، بسیار غنی است و می‌تواند مکانی مناسب برای پرورش دام باشد اما متأسفانه به دلیل نداشتن امکانات اولیه مانند گاز، آب لوله‌کشی و همچنین بهداشت کافی بسیاری از اهالی این روستا به شهرهای اطراف و شهرهای بزرگ مهاجرت کردند در صورتی که آبادانی از راه روستا می‌گذرد، اما متأسفانه به این اصل توجه نمی‌شود. وی به مشکلات زندگی در روستای فتح مقصود اشاره می‌کند و می‌افزاید: با وجود اینکه لوله‌کشی گاز تا ۵ کیلومتری این روستا آمده و نزدیک ۱۰۰ نفر جمعیت دارد و در تابستان حتی این تعداد افزایش پیدا می‌کنند، اما مردم روستا از نعمت آب و گاز محروم هستند و از نفت برای گرم کردن خانه‌های خود استفاده می‌کنند. به اداره گاز هم زیاد مراجعه کرده‌ایم، ولی توجهی نمی‌کنند و می‌گویند: جمعیت روستای شما برای برخورداری از نعمت گاز، کمتر از حد استاندارد است.

همچنین برای حل مشکل گاز این روستا چندین بار به فرمانداری مراجعه کرده و نامه نوشته‌ایم که هیچ نتیجه‌ای نداشته و حتی به ما گفتند که در آن روستا سکونت نداشته باشید و به روستاهای نزدیک مهاجرت کنید و حتی به دلیل کثرت مراجع، مدتی به ما اجازه ملاقات با مسئولین را نمی‌دادند.

با این حال ما در روستا ماندیم و با کمک بسیج و سپاه پاسداران نه تنها اشتغال‌زایی برای خودمان ایجاد کردیم بلکه توانستیم به صورت غیرمستقیم برای افراد دیگر نیز شغل ایجاد کنیم.

آقاغفاری می‌گوید: چندین سال پیش که تصمیم به اشتغال‌زایی گرفتیم، به رغم اینکه همه به ما می‌گفتند که حتی برای تحصیل فرزندان‌تان باید به روستاهای اطراف مراجعه کنید به بسج سازندگی رفتیم و ایده خود برای اشتغال را شرح دادیم که مورد توجه آنها قرار گرفت.

بسیج سازندگی سه وام ۱۵ میلیون تومانی، جمعاً ۴۵ میلیون تومان به ما داد

بهبینه‌سازی پرمصرف‌ترین ماده پس از آب؛ بتن ژئوپلیمری تولید شد

محققان دانشگاه صنعتی امیرکبیر موفق به ساخت بتن ژئوپلیمری شدند که نسبت به بتن معمولی دوام و استحکام بیشتری دارد. همچنین این نوع از سیمان جدید دوستدار محیط زیست است.

بتن یکی از پرمصرف‌ترین مواد پس از آب است و در تمام دنیا برای ساختن آن از سیمان معمولی استفاده می‌شود. آن آنجایی که بتن‌ها در معرض آسیب قرار دارند، پس تولید بتنی مقاوم و بادوام یکی از دغدغه‌های این حوزه است.

از سویی برای تولید یک تن سیمان یک تن دی اکسید کربن تولید می‌شود و به شدت تولید آن برای محیط زیست به علت تولید گازهای گلخانه‌ای آسیب‌زا است. به همین دلیل کارخانه‌های تولید سیمان یکی از صنایع آلوده‌کننده محیط زیست هستند.

پس محققان همواره دغدغه تولید سیمانی را داشتند که این موارد را در آن رفع کنند و تحقیقات متعددی نیز در این زمینه انجام شده است تا محصولی بادوام و دوستدار محیط زیست تولید شود. در همین زمینه نیز محققان دانشگاه امیرکبیر

محققان دانشگاه صنعتی امیرکبیر موفق به ساخت بتن ژئوپلیمری شدند که نسبت به بتن معمولی دوام و استحکام بیشتری دارد. همچنین این نوع از سیمان جدید دوستدار محیط زیست است.

بتن یکی از پرمصرف‌ترین مواد پس از آب است و در تمام دنیا برای ساختن آن از سیمان معمولی استفاده می‌شود. آن آنجایی که بتن‌ها در معرض آسیب قرار دارند، پس تولید بتنی مقاوم و بادوام یکی از دغدغه‌های این حوزه است.

از سویی برای تولید یک تن سیمان یک تن دی اکسید کربن تولید می‌شود و به شدت تولید آن برای محیط زیست به علت تولید گازهای گلخانه‌ای آسیب‌زا است. به همین دلیل کارخانه‌های تولید سیمان یکی از صنایع آلوده‌کننده محیط زیست هستند.

پس محققان همواره دغدغه تولید سیمانی را داشتند که این موارد را در آن رفع کنند و تحقیقات متعددی نیز در این زمینه انجام شده است تا محصولی بادوام و دوستدار محیط زیست تولید شود. در همین زمینه نیز محققان دانشگاه امیرکبیر



مالی برای مستعمره‌سازی مریخ

اروپا یکی از قمرهای محتمل منظومه شمسی برای وجود حیات فرازمینی است. یکی از اولویت‌های مأموریتی ناسا، انجام اکتشافات رباتیک روی این قمر است. این سازمان در اواسط دهه ۲۰۲۰، فضاپیمایی به‌نام اروپا کلیپر را پرتاب خواهد کرد که با پرواز بر فراز اروپا، سکونت‌پذیری این قمر را بررسی خواهد کرد. تاکنون نماند کنگره هم دستور ساخت سطح‌نشین اروپا را به ناسا صادر کرده است.

مهندسی ژنتیک صرفاً به فضانوردان یا استعمارگران فضایی محدود نیست. به گفته لینچ، پیشرفت‌های اخیر در زمینه زیست ترکیبی نویدبخش آینده‌ای است که در آن میکروپ‌های طراح به استعمارگران در محکم کردن جا پای آنها در مریخ کمک خواهند کرد. لینچ معتقد است:

با انجام برخی کارها، می‌توانیم در مریخ مصالحی تولید کنیم و با آن مصالح سکونتگاه‌های خود را بسازیم. تمام این احتمالات در دست بررسی قرار دارند.

برخی پژوهشگران پیشنهاد استفاده از میکروپ‌های طراح را برای زمینی‌سازی مریخ می‌دهند تا مریخ را به جایی مسکونی برای انسان تبدیل کنند. این احتمال مشکلات اخلاقی زیادی به‌دنبال خواهد داشت؛ به‌ویژه با توجه به این مسئله که مریخ در گذشته‌های دور میزبان حیات بوده و امروز هم احتمال وجود حیات در دریاچه‌های زیرزمینی آن بسیار است. تغییر دائمی ژنوم انسان برای محافظت در برابر تشعشعات با هر دلیل دیگری هم می‌تواند مشکلات اخلاقی متعددی به دنبال داشته باشد.

زند. به گفته کریستوفر میسون، متخصص نگاه کرنل نیویورک، سلول‌های مهندسی‌شده ال‌حاضر، ناسا و دیگر سازمان‌های فضایی در محافظت دارویی برای محافظت فیزیکی از معیارها اثبات شود، شاید محافظت ژنتیکی میسون می‌گوید: دستکاری ژنتیکی از نظر لانی در پیش داریم و هنوز نمی‌توانیم درباره میکروپ‌های اکستروموفیل (گرما دوست‌ها) بیبی برای رفتارها و استعداد‌های خارق‌العاده نده از آنها استفاده کنیم.

سازی موجوداتی مثل تاردیگرید، می‌توانند و حتی وارد محدوده‌های خطرناک کیهانی بین‌دار به اروپا و قمر مشتری را تدارک دید علاوه‌براین، اروپا در قلب کمربند تشعشعات : «اگر به اروپا برسیم، بدن انسان زیر بمباران ناسبی نداشته باشد، مرگ او حتمی است.» ل فضانوردان به قمر اروپا را هم بررسی کرد.

هدست تحریک مغزی برای کاهش اضطراب تولید شد

عصبی مفید واقع شود. آلزایمر، افسردگی، اضطراب و مواردی مشابه از جمله بیماری‌هایی هستند که هدست نوری تحریک مغزی می‌تواند به عنوان یک مکمل در درمان آنها مورد توجه کادر پزشکی قرار گیرد.

چناری در ادامه افزود: این دستگاه با یک چهارم قیمت مشابه خارجی بومی سازی شده است و در حال حاضر در حال نهایی کردن آخرین تست‌های بالینی است. امیدوار هستیم با اخذ تمامی مجوزهای لازم، این دستگاه در سید درماتی کشور قرار گیرد. مدیرعامل شرکت نورآزما فناوری با اشاره به شکل‌گیری هسته‌های فناور در حوزه لیزر و فوتونیک، افزود: نمونه خانگی این دستگاه از فناوری LED استفاده می‌کند و دستگاه مورد استفاده در کلیتیک‌ها می‌تواند از لیزر استفاده کند. نظر به جدید بودن این نوع فناوری‌ها، با توجه به حمایت‌های صورت گرفته توسط ستاد توسعه فناوری‌های فوتونیک، لیزر، مواد پیشرفته و ساخت معاونت علمی، ایران توانسته جزو کشورهایی قرار گیرد که در صف اول دسترسی به این فناوری‌های نوظهور حوزه پزشکی قرار دارند.

ساخت یک دستگاه خانگی هدست نوری که به وسیله آن می‌توان اضطراب و استرس را کاهش داد، یک دستاورد قابل توجه علمی در حوزه پزشکی است که فناوران جوان ایرانی کسب کرده‌اند.

به گزارش مرکز ارتباطات و اطلاع‌رسانی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، صنایع و حوزه‌های متنوعی توسط ستاد توسعه فناوری‌های فوتونیک، لیزر، مواد پیشرفته و ساخت پوشش داده می‌شود. این ستاد بخشی از توان خود را معطوف به حوزه پزشکی کرده است و در این راستا طرح‌های درخشانی توسط فناوران جوان دانشگاهی به مرحله تجاری‌سازی رسیده است. دستگاه هدست نوری تحریک سطوح مغزی با استفاده از LED و لیزر یکی از طرح‌های حمایت شده توسط این ستاد است که در صورت اجازه پزشکی، می‌تواند به عنوان یک دستگاه قابل حمل در منزل مورد استفاده بیماران قرار گیرد. مریم چناری، مدیرعامل شرکت نورآزما فناوری در این باره گفت: این دستگاه با تاباندن نور به سطوح مختلف مغزی می‌تواند در التیام و کاهش عارضه‌های مختلف مغزی و



کارگاه برندینگ

BRAND

انتقاد ایلان ماسک از آمازون

<div><div> </div></div>	به قلم: آوری هار تمانس خبرنگار
مترجم: امیر آل علی	

ایلان ماسک به یکی از چهره‌های جنجالی ایسن روزها تبدیل شده است. در کنار موفقیت‌های اخیر وی که بزرگترین آن ارسال دو فضاپورد با سفینه اسپیس ایکس به ایستگاه فضایی است، وی اظهارنظرهای بسیار جنجالی‌ای داشته و بسیاری از برندها را مورد هدف قرار داده است. آقای ماسک در جدیدترین انتقاد خود به سراغ آمازون و شخص جف بزوس رفته است. درواقع به عقیده او زمان تجزیه آمازون فرا رسیده است و این شرکت به علت تنوع فعالیت‌های خود، به خوبی نمی‌تواند همه بخش‌ها را مدیریت کند. ماجرا از آنجایی شروع می‌شود که فردی که نام الکس برنسون موفق نشد تا کتاب جدید خود در زمینه ویروس کرونا را در آمازون به فروش برساند. درواقع مدیران این سایت امکان انجام این اقدام را برای وی مهیا نکردند که با واکنش تند آقای ماسک همراه بود. در این کتاب تئوری‌های جنجال‌برانگیزی در رابطه با ویروس کرونا وجود دارد. برای مثال در این کتاب برای افراد زیر ۴۰ سال که زمینه بیماری را ندارند، امکان ابتلا به ویروس کرونا وجود نداشته و بزگنمایی در این رابطه تنها سیاست‌های برخی از دولت‌ها محسوب می‌شود. به همین خاطر وی در وب‌سایت خود اعلام کرده است که محتوای کتاب باعث شده است تا آمازون اقدام به سانسور و ایجاد مانع برای به فروش رساندن آن شده است. با توجه به این امر که محتوای کتاب با اظهارنظرهای آقای ماسک در زمینه ویروس کرونا همخوانی زیادی دارد، بدون شک این مخالفت به دلیل همفکری وی با نویسنده است. در این رابطه بیانیه رسمی آمازون اخیرا منتشر شده که براساس آن این اتفاق تنها بر اثر یک اشتباه صورت گرفته و مشکل این نویسنده به صورت کامل حل شده است. همچنین انتقاد ایلان ماسک نیز بی معنا و بدون تاثیر در این تصمیم اعلام شده است. حال باید دید که آیا این انتقاد منجر به واکنش مستقیم موسس آمازون آقای جف بزوس نیز خواهد شد؟

منبع: **msn.com**

سرمایه‌گذاری KFC بر روی هوش مصنوعی

<div><div> </div></div>	به قلم: دیانا کریستی کارشناس بازاریابی و تبلیغات
ترجمه: علی آل علی	

برند KFC در تازه‌ترین اقدامش برای بهبود وضعیت کسب و کار بر روی فناوری هوش مصنوعی سرمایه‌گذاری کرده است. این اقدام در راستای پیش‌بینی هرچه بهتر عملکرد مشتریان و ارائه خدمات مناسب به آنها صورت گرفته است. در این مسیر منطقه مهنتن نقطه شروع برای استراتژی تازه شرکت محسوب می‌شود. امروزه صنعت فست فود دارای رقابت بسیار گسترده‌ای است. با توجه به تعطیلی اغلب رستوران‌ها در دوران کرونا نیاز به شروع مجدد کسب و کار در زمانی کوتاه بیش از هر زمان دیگری احساس می‌شود. نکته مهم در این میان تلاش برای شناسایی رفتارهای مشتریان و آشنایی با سلیقه‌های تازه آنهاست. در غیر این صورت راه‌اندازی مجدد کسب و کار همراه با فرآیند آزمون و خطای گسترده‌ای خواهد بود.

فناوری هوش مصنوعی یکی از امیدهای اصلی برندهای فعال در زمینه فست فود برای شناسایی هرچه سریع‌تر عادت‌های تازه مشتریان است. بدون تردید سلیقه و نحوه استفاده از محصولات فست فود از سوی مشتریان در طول دوران کرونا تغییرات بسیار زیادی داشته است. آگاهی از این نکات برای ساماندهی کمپین‌های بازاریابی بهتر و معرفی غذاهای تازه ضروری خواهد بود.

اقدام KFC در راستای استفاده از هوش مصنوعی اهمیت سازگاری با شرایط تازه را نشان می‌دهد. بسیاری از برندها نسبت به این نکته توجه کافی ندارند. گام بعدی برند KFC برای توسعه استفاده از هوش مصنوعی بازار کاناداست. به این ترتیب آنها ابتدا کیفیت طرح‌شان را نسبت به مقیاس آمریکای شمالی ارزیابی خواهند کرد.

منبع: **marketingdive.com**

اقدام تحسین‌برانگیز الکس اوهانیان

<div><div> </div></div>	به قلم: تیلور هتمیکر خبرنگار
مترجم: امیر آل علی	

کشته شدن جرج فلوید به دست پلیس نژادپرست آمریکایی باعث بروز اعتراض‌های گسترده و حتی خشونت‌آمیز در بسیاری از ایالت‌های آمریکا شده است. در این رابطه موسس ردیت که همسر مشهورترین تنیس‌باز سیاه‌پوست جهان خانم سرنا ویلیامز است در اقدامی تحسین‌برانگیز روشی جالب را برای مقابله با نژادپرستی انجام داده و با استعفا از جایگاه خود، اعلام کرده است که یک فرد سیاه‌پوست باید جایگزین وی شود. وی در رابطه با دلیل این اقدام خود، کمک برای از بین بردن فرهنگ نادرست نژادپرستی عنوان کرده است. درواقع وی عقیده دارد که هر فردی باید در حد توان خود در این رابطه اقدام کند تا دیگر شاهد چنین اتفاقاتی نباشیم. همچنین این اقدام باعث خواهد شد تا وی بتواند الگوی خوبی برای فرزندان خود باشد، با این حال وی اقدامات خود را تنها به این تصمیم شجاعانه محدود نکرده و قرار است که تمامی درآمد اسمال خود را صرف حمایت از کمپین‌های اعتراضی کند. در این رابطه آقای هافمن از دیگر افراد کلیدی شرکت اعلام کرده است که از این تصمیم تاثیرگذار، کاملا حمایت خواهد کرد. ذکر این نکته ضروری است که اوهانیان همراه با هافمن و شورترز در سال ۲۰۰۵ این شبکه را تاسیس کرده‌اند. به همین خاطر برای این استعفا، نظر دو نفر دیگر نیز بسیار مهم خواهد بود. حال باید دید که آیا این اقدام به یک روش در بین مدیران دیگر نیز تبدیل خواهد شد؟

منبع: **techcrunch.com**

<div><div> </div></div>	به قل: دارین چراسو کارشناس بازاریابی و تبلیغات
ترجمه: علی آل علی	

اکنون کسب و کارها دوباره شروع به فعالیت کرده‌اند. بسیاری از کسب و کارها در طول دوران شیوع ویروس کرونا فرصتی برای فعالیت و جلب نظر مخاطب هدف نداشتند. همین امر اوضاع اقتصادی آنها را به شدت نامناسب ساخت. حال با بازگشایی دوباره کسب و کارها شمار قابل توجهی از کارآفرینان و صاحبان کسب و کار به دنبال طراحی و ارائه کمپین‌های بازاریابی دیجیتال در تابستان خواهند بود. آنها باید بازگشت قدرتمندانه‌ای به عرصه کسب و کار داشته باشند. در غیر این صورت امکان تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف و جبران بخشی از ضررها سه ماه اخیر را نخواهند یافت.

بدون تردید سرنوشت تمام کمپین‌های بازاریابی مانند هم نیست. این نکته در حوزه بازاریابی دیجیتال بیش از هر بخش دیگری قابل مشاهده است. بسیاری از برندها علی رغم سرمایه‌گذاری مناسب در حوزه بازاریابی دیجیتال با شکست مواجه می‌شوند. اگر کسب و کار ما در شروع دوباره فعالیت شرکت‌ها با چنین مشکلی مواجه شود، وضعیت کاری برای ما بیش از اندازه دشوار می‌شود بنابراین هدف اصلی ما در مقاله پیش رو بررسی دلایل اصلی شکست کمپین‌های بازاریابی دیجیتال خواهد بود. ما این بحث را در قالب هشت بخش مجزا مورد بررسی قرار می‌دهیم. تلاش برای پرهیز از هر کدام از چالش‌ها و ایرادهای مورد بحث به تاثیرگذاری هرچه بیشتر کمپین شما کمک خواهد کرد.

فقدان برنامه‌ریزی پیرامون کمپین برند

دلیل نخست شکست کمپین‌های بازاریابی فقدان برنامه کاربردی برای جلب نظر مخاطب هدف است. بدون تردید هر کاری نیازمند برنامه‌ریزی است. چالش اصلی تلقی ساده‌انگارانه برخی از صاحبان کسب و کار نسبت به وضعیت فعالیت بازاریابی است. نتیجه این امر تولید محتوا بدون توجه به سلیقه و نیازهای اصلی مشتریان است. بی‌تردید مشاهده عدم علاقه مخاطب هدف برای تعامل با برند ما در پی تولید چنین محتواهایی طبیعی خواهد بود.

اگر ما بدون برنامه‌ریزی دست به فعالیت بازاریابی بزنیم، درست مانند دور ریختن پول خواهد بود. امروزه تیم‌های بازاریابی برای کوچک‌ترین فعالیت‌شان نیز دارای برنامه مشخص هستند. بهترین راهکار در این میان تلاش برای استفاده از داده‌های در دسترس پیرامون برندمان است. اطلاعاتی نظیر وضعیت کنونی شرکت، سلیقه مشتریان و همچنین ارزیابی فعالیت رقبا مهم‌ترین نقش و منفعت را برای ما خواهد داشت.

برخی از برندها در حوزه بازاریابی اهداف بسیار بلندپروازانه‌ای طراحی می‌کنند. اغلب اوقات رسیدن به چنین اهدافی غیرممکن است بنابراین شما در زمینه طراحی اهداف باید واقع‌نگر باشید. در غیر این صورت به طور حتم با شکست مواجه خواهید شد.

گوش ندادن به مخاطب هدف

آخرین باری که با مشتریان‌تان درباره یک موضوع صحبت کردید، چه زمانی بود؟ بسیاری از برندها پاسخ مناسبی برای این پرسش ندارند. امروزه فاصله میان برندها و مشتریان بسیار زیاد شده است. این امر در کنار افزایش انتظار مشتریان از برندها موجب بروز مشکلات عمده‌ای می‌شود. ما باید همیشه به نظرات و ایده‌های مشتریان احترام بگذاریم. در غیر این صورت نه‌تنها کمپین‌های بازاریابی ما، بلکه کل فرآیند تولید محصول نیز دچار مشکل خواهد شد.

بسیاری از برندها برنامه‌ای برای تعامل با مخاطب هدف و مشتریان‌شان ندارند. همین امر فرصتی طلایی برای سایر برندها به منظور جلب نظر مشتریان آنها فراهم می‌سازد. به این ترتیب آنها دیگر توانایی فروش محصولات‌شان به مخاطب هدف و مشتریان برندشان را نخواهند داشت. امروزه ریزش مشتریان پدیده‌ای رایج در میان کسب و کارها محسوب می‌شود. دلیل اصلی این امر فقدان ارتباط مناسب میان برندها و مشتریان است. امروزه خریداران علاقه‌مند به تاثیرگذاری بر روی برندهای مورد علاقه‌شان هستند بنابراین ما باید چنین احساسی را در آنها ایجاد کنیم. در غیر این صورت تمام فرآیند بازاریابی و کسب و کارمان دچار مشکل خواهد شد.

امروزه ایجاد ارتباط پایدار با مشتریان کار چندان دشواری نیست. به لطف توسعه شبکه‌های اجتماعی امکان تاثیرگذاری بسیار بیشتر بر روی مخاطب هدف و ارتباط نزدیک با آنها فراهم شده است بنابراین یکی از اهداف شما در شبکه‌های اجتماعی باید ارتباط نزدیک با مشتریان و تحلیل سلیقه‌شان باشد. محصولات موفق در زمینه فروش و بازاریابی همیشه از نظرات و سلیقه مشتریان بهره گرفت‌ه‌اند بنابراین ما نیز در این بخش باید از تجربه برندهای موفق در حوزه همکاری با مشتریان استفاده کنیم.

عدم استفاده از گونه درست کمپین دیجیتال

دستیابی به مخاطب هدف و ترغیب وی به سوی خرید از برند نیازمند تمرین زیادی است. ایراد برخی از برندها استفاده از الگوهای بازاریابی دیجیتال نامناسب است. شاید در ابتدا این نکته عجیب به نظر برسد، اما دلیل آن آگاهی بسیار محدود از بازاریابی و انواع آن است. یکی از اشتباهات رایج در این میان استفاده از کانال‌های ارتباطی نامناسب است. این امر شامل استفاده از شبکه‌های اجتماعی با حضور اندک مخاطب هدف برندمان است.

همکاری میان بازاریابی و توسعه و تحقیقات در اغلب برندها ضروری است. فقط در این صورت امکان تبدیل داده‌های متنوع به اطلاعات کاربردی برای برندها وجود دارد. وقتی ما در شبکه‌های اجتماعی که مخاطب هدف‌مان در آنها حضور ندارند، فعالیت کنیم، شناسی برای جلب نظر مخاطب هدف نخواهیم داشت.

اگر شما در زمینه فروش تجهیزات مربوط به برگزاری مراسم عروسی فعالیت دارید، باید تبلیغات‌تان را در فضاهای متنوعی قرار دهید. اشتباه برخی از برندها تمرکز بر روی تبلیغات در گوگل با کلیدواژه‌های مشخص است. به این ترتیب وقتی کاربران گوگل عبارت عروسی را جست‌وجو کنند، تبلیغ شما برای آنها به نمایش درخواهد آمد. نکته مهم در این میان ضرورت شخصی‌سازی به

بررسی خطرات پیش رو در بازاریابی تابستانی کسب و کارها

چرا کمپین‌های بازاریابی دیجیتال شکست می‌خورند؟

تمام افراد از آن آگاهی خواهند یافت. این امر ضرورت عیب‌یابی محصولات پیش از تولیدشان را پیش می‌کشد. اگر ما توانایی ارائه محصولاتی با نقص اندک به بازار را نداشته باشیم، به تدریج از عرصه کسب و کار حذف خواهیم شد. بدون تردید این نکته بسیار دشوار و غم‌انگیز است بنابراین ما باید تمام تلاش‌مان برای تاثیرگذاری مناسب بر روی مخاطب هدف را به کار گیریم.

توجه به بازخوردهای مشتریان درباره محصولات قبلی یا حتی کمپین‌های پیشین امکان صورت‌بندی نمونه‌های بهتر کمپین را فراهم می‌سازد. بسیاری از برندها در این میان به بخش روابط عمومی و خدمات مشتریان به مثابه کلید موفقیت در عرصه بازاریابی نگاه می‌کنند. آنها با تعامل مناسب با مشتریان امکان بهره‌مندی از صادقانه‌ترین توصیه‌ها و نظرات مشتریان را پیدا خواهند کرد. شما نیز در عرصه بازاریابی باید دقیقاً همین الگو را مدنظر قرار دهید. در غیر این صورت شناسن چندانی برای جلب نظر مشتریان نخواهید داشت.

امروزه بازارهای مختلف پر از محصولات بی‌کیفیت و نامناسب است. اگر ما در این میان محصولات جذابی برای مخاطب هدف داشته باشیم، سطح تاثیرگذاری به مراتب بیشتری را تجربه خواهیم کرد. کمپین‌های بازاریابی همیشه در پشتیبانی از محصولات شکل می‌گیرند بنابراین ضعف هر کدام از آنها بر دیگری اثر مستقیم خواهد داشت.

بودجه اندک برای بازاریابی

استفاده از بودجه‌های اندک برای بازاریابی به هیچ روی ایده مناسبی نخواهد بود. بسیاری از برندها در تلاش برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف به سراغ تعیین بودجه‌های اندک می‌روند. استدلال آنها امکان موفقیت در حوزه بازاریابی با بودجه‌های اندک است. اگرچه هنوز هم امکان موفقیت در حوزه بازاریابی با استفاده از ایده‌های جذاب وجود دارد، اما این امر به معنای عدم نیاز به بودجه نیست. بازاریابی در تمام شبکه‌های اجتماعی نیازمند اختصاص مقدار مناسبی بودجه است. در غیر این صورت هیچ برندی توانایی رقابت با دیگران را نخواهد داشت.

یکی از چالش‌های مهم در زمینه تعیین بودجه بازاریابی بحث امکان استفاده از الگوی بازاریابی ارگانیک است. این شیوه در طول سال‌های اخیر توجه بسیار زیادی را جلب کرده است. توصیه ما در این بخش شامل توجه بسیار بازاریابی ارگانیک است. برندها فقط در صورت ترکیب بازاریابی ارگانیک و پولی امکان موفقیت برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را دارند بنابراین تلاش برای اتکای صرف بر روی بازاریابی پولی هیچ نتیجه مناسبی برای برندها در پی نخواهد داشت.

یکی از الگوهای محبوب در زمینه بازاریابی پولی مربوط به پرداخت در ازای هر کلیک است. این شیوه طرفدارهای بسیار زیادی در سراسر دنیا دارد. اگر ما بودجه اندکی برای اجرای این کمپین داشته باشیم، کمپین‌مان به سرعت پایان خواهد یافت. همانطور که در بخش‌های قبلی بحث کردیم، دوام یک کمپین برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف اهمیت بسیار زیادی دارد بنابراین ما باید این نکته را همیشه در ذهن داشته باشیم. منظور ما در این بخش ضرورت استفاده از بودجه‌های بسیار کلان نیست. نکته مهم استفاده از بودجه‌هایی مناسب با برنامه و اهداف برندمان است. فقط در این صورت امکان تاثیرگذاری مناسب بر روی مخاطب هدف را خواهیم یافت.

دشوار ساختن فرآیند خرید

کمپین‌های بازاریابی تاثیرگذار بسیار زیادی بر روی مشتریان دارند. این نکته در مورد محصولات جذاب و کاربردی نیز صادق است. نکته مهم در این میان ساده‌سازی فرآیند خرید مشتریان از برندمان است. در غیر این صورت خیری از خرید مشتریان از برندمان نخواهد بود.

بسیاری از برندها در فرآیند جلب نظر مخاطب هدف دشواری‌های بسیار زیادی ایجاد می‌کنند. هدف نهایی اغلب برندها از بازاریابی معطوف به فروش بیشتر است. حال اگر فرآیند فروش برند ما بسیار دشوار باشد، امکان تاثیرگذاری بر روی مشتریان از بین خواهد رفت. امروزه اغلب برندها شیوه‌های خرید محصولات را تا جای ممکن ساده می‌کنند. همین امر آنها را قادر به تاثیرگذاری بر روی مشتریان و فروش محصولات متنوع می‌سازد. نکته مهم بعد در این میان بیان نکات به صورت ساده در کمپین‌های بازاریابی است. برخی از برندها بدون هیچ دلیل مشخصی در تلاش برای استفاده از اصطلاح‌های دشوار در کمپین‌های بازاریابی‌شان هستند. نتیجه این امر همیشه مواجهه با شکست در عرصه بازاریابی است.

ما امروزه در دنیای پر از مفاهیم پیچیده زندگی می‌کنیم بنابراین خودمان نباید با کاربرد بی‌جای آنها اقدام به دشوار ساختن فرآیند بازاریابی کنیم. ایراد اساسی‌ای پیدا کند. مشاهده چند باره یک کمپین پیام‌های بازاریابی‌شان است. توصیه ما در این بخش تلاش برای همکاری با برخی از بازاریاب‌های کارکنشته یا حتی ارائه محتوای تبلیغاتی به صورت آزمایشی به برخی از مشتریان وفادار است.

استفاده از بازخوردهای آنها برای بهبود کیفیت کمپین همیشه ایده مناسبی محسوب می‌شود. هرچه ما از نظرات مختلف برای بهبود کیفیت کمپین‌مان بیشتر استفاده کنیم، امکان تاثیرگذاری ر روی مشتریان بیشتر خواهد شد. این نکته بستگی به میزان علاقه ما برای استفاده از نظرات و توصیه‌های دیگران در حوزه بازاریابی است.

طراحی کمپین‌های بازاریابی دیجیتال یکی از سخت‌ترین کارها در دنیای کسب و کار است. بسیاری از برندها در فرآیند ساماندهی چنین کمپین‌هایی با مشکلات فراوان مواجه می‌شوند. هدف اصلی ما در این مقاله بررسی اشتباهات و ایرادهای اصلی برندها در زمینه بازاریابی دیجیتال بود بنابراین شما با پرهیز از چنین اشتباهاتی امکان تجربه موفقیت‌های بیشتر را خواهید داشت. نکته پایانی در این مقاله ضرورت کاربست تمام نکات در کنار هم است بنابراین شما باید در تلاش برای پرهیز از تمام هشت اشتباه مورد بحث به صورت همزمان باشید. همچنین برخی دیگر از توصیه‌ها و نکات کاربردی نیز باید لحاظ شود. دست‌رسی به توصیه‌های بیشتر از طریق بررسی هرچه عمیق‌تر نظرات مشتریان و همچنین همکاری نزدیک با تیم‌های بازاریابی فراهم می‌شود.

منبع: **https://newsfsanantonio.com**

مراتب بیشتر محتوا برای مخاطب هدف است. فقط در این صورت ما امکان تاثیرگذاری مناسب بر روی مخاطب هدف را خواهیم داشت. بسیاری از برندها نسبت به این نکته مهم بی‌توجه هستند. بررسی مشخصاتی نظیر سن و محل سکونت افراد برای نمایش محتوای تبلیغاتی اهمیت بالایی دارد. امروزه هرچه توانایی برندها برای شخصی‌سازی بهینه محتوای تبلیغاتی بیشتر باشد، نتیجه‌بخشی بیشتری حاصل خواهد شد.

کمپین بازاریابی شما در صورت ناکامی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف فقط هزینه بیشتر روی دست‌تان خواهد گذاشت. شما باید نسبت به تجربه ناموفق دیگر برندها برای یادگیری نکات اساسی و اشتباهات رایج اقدام کنید. فقط در این صورت امکان کاهش ضررهای احتمالی و افزایش شناس موفقیت را خواهید داشت.

هدف‌گذاری نامناسب بر روی مشتریان

گاهی اوقات شکست کمپین‌های بازاریابی به دلیل هدف‌گذاری نادرست بر روی مشتریان است. بدون تردید تمام مشتریان حاضر در یک بازار دارای ویژگی‌های مناسب برای کسب و کار ما نیستند بنابراین ما باید دست به انتخاب از میان انبوه مشتریان بزنیم. اشتباه نخست برخی از برندها تلاش برای تاثیرگذاری بر روی تمام مشتریان یک بازار است. آنها به این ترتیب تمام بودجه و توانایی‌شان را صرف کاری غیرممکن می‌کنند. شاید در نگاه نخست این شیوه بازاریابی بسیار جذاب به نظر برسد، اما در نهایت هیچ تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف ندارد.



امروزه هنر بازاریابی شامل تقسیم‌بندی مشتریان و انتخاب طیف مناسب برای برندمان است. بی‌توجهی به این نکته عواقب بسیار ناگواری برای برندها در پی دارد. یکی از اتفاقات ناخوشایند در این میان ارائه محتوای نامناسب به مشتریان است. اگر فردی علاقه‌مند به حوزه کاری ما نیست، نمایش محتوای تبلیغاتی به وی موجب نارضایت‌اش خواهد شد.

امروزه ابزارهای جدید کار هدف‌گذاری بر روی مشتریان را ساده‌تر کرده است. فناوری هوش مصنوعی در بسیاری از پلتفرم‌های بازاریابی کاربرد دارد. این امر موجب افزایش توانایی برندها برای تحلیل داده‌های مربوط به مشتریان شده است. نتیجه این امر تاثیرگذاری بیشتر بر روی مخاطب هدف در مقایسه با شیوه‌های دیگر است. وقتی ما مشتریان علاقه‌مند به کسب و کارمان را داشته باشیم، فرآیند تاثیرگذاری بر روی آنها بسیار ساده‌تر خواهد بود.

فقدان بردباری و صبر در میان برندها

اغلب اوقات کمپین‌های بازاریابی دیجیتال به دلیل عجله بیش از اندازه برندها با شکست مواجه می‌شود. بدون تردید زمان مشخصی برای بازاریابی در حوزه دیجیتال وجود ندارد. نتیجه‌بخشی کمپین‌های مختلف در طول زمان حاصل خواهد شد، با این حال بازه زمانی مناسب برای تاثیرگذاری کمپین‌ها شامل ۶ تا ۱۲ ماه است بنابراین اگر در مدت زمانی کمتر از بازه فوق اقدام به اتمام کمپین کردیم، نباید انتظار نتیجه مناسبی داشته باشیم. مخاطب هدف باید اندکی با کمپین ما آشنایی پیدا کند. مشاهده چند باره یک کمپین بازاریابی از سوی مخاطب هدف همیشه ایده نامناسبی نیست. البته شرط مهم در این میان امکان تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف براساس ایده‌های جذاب است.

بدون تردید نمایش چند باره محتوای کسمل‌کننده برای مخاطب هدف کمترین جذابیتی ندارد بنابراین ما باید به دنبال تحلیل سلیقه مشتریان و سپس نمایش چند باره محتوای‌مان باشیم. نتیجه این امر تاثیرگذاری به مراتب بیشتر کمپین ما بر روی مخاطب هدف است. هرچه صبر و شکیبایی ما در زمینه بازاریابی دیجیتال بیشتر باشد، نتایج بهتری کسب خواهیم کرد. ایراد اصلی برندها در این میان ناتوانی برای صبر و تحمل در زمینه بازاریابی است. به این ترتیب آنها پس از چند هفته فصد اتمام کمپین و طراحی محتوایی دیگر را دارند. این امر مخاطب هدف را گیج خواهد کرد. توصیه نهایی من در این بخش ضرورت ارائه زمانی مناسب به مخاطب هدف برای مشاهده محتوای‌مان است. پس از ۶ تا ۱۲ ماه نمایش محتوا امکان شروع برنامه‌ریزی برای طراحی یک محتوای تازه وجود خواهد داشت.

توجه اندک به بازخوردهای نامناسب مشتریان

شهرت منفی برندها در زمینه ارائه خدمات پس از فروش یا حتی تولید محصولات به صورت نامناسب امر تازه‌ای نیست. امروزه با توسعه فناوری آنلاین اطلاع‌رسانی در این باره بسیار سریع‌تر شده است بنابراین اگر محصول ما دارای عیب آشکاری باشد، به سرعت

ایستگاه بازاریابی

بازار یابی دیجیتال با محوریت امنیت سایبری

ترجمه: علی آل علی

بازاریابی دیجیتال در برنامه بسیاری از برندها جای دارد. امروزه اغلب برندها در تلاش برای سرمایه‌گذاری هرچه بیشتر بر روی حوزه بازاریابی دیجیتال هستند. دلیل این امر حضور گسترده کاربران در فضای آنلاین محسوب می‌شود. نکته مهم در این میان توجه به بحث امنیت سایبری است. بسیاری از برندها در فرآیند جلب نظر مخاطب هدف از بحث‌های امنیتی غافل می‌شوند. شاید در نگاه نخست این نکته بیش از اندازه وسواس گونه به نظر برسد، اما تاثیرگذاری قابل توجهی بر روی فعالیت برندها دارد.

براساس گزارش موسسه Finance Online تا سال ۲۰۲۱ مقدار خسارت‌های امنیتی در فضای آنلاین به بیش از ۶ میلیارد دلار خواهد رسید. نکته جالب اینکه چنین آماری فقط مربوط به حوزه تجاری است، با این حساب برندها باید برنامه دقیقی برای مقابله با خسارت‌های ناشی در این حوزه داشته باشند.

متأسفانه مقدار هزینه‌های موردنیاز برای تامین امنیت سایبری برندها در آینده افزایش خواهد یافت. اگر شرکت‌ها همچنان نسبت به مسائل امنیتی سایبری بی‌توجه باشند، احتمال وقوع خسارت‌های جبران‌ناپذیر افزایش خواهد یافت. هدف ما در این مقاله بررسی تاثیر رعایت نکات امنیت سایبری بر روی بازاریابی دیجیتال است. به این ترتیب شما می‌توانی تاثیرگذاری بسیار بهتری بر روی مخاطب هدف خواهید داشت.

امنیت سایبری چیست؟

بحث از امنیت سایبری بدون تعریف دقیق آن غیرممکن است. امروزه مردم برداشت‌های بسیار متنوعی از این موضوع دارند بنابراین ما باید به طور روشن به تعریف محدوده‌های این امر بپردازیم. براساس تعریف‌های معتبر از سوی کارشناس‌های امنیت سایبری این مفهوم فرآیند حفاظت از رایانه‌ها، سرورها و داده‌ها در برابر حملات سایبری است. هدف نهایی در این فرآیند جلوگیری از درز اطلاعات مهم شرکت به بیرون است. ما در ادامه مقاله کنونی به برخی از نکات مهم برای بازاریابی بهتر با توجه به مقوله‌های امنیتی خواهیم پرداخت. کاربست همزمان تمام این نکات ضریب امنیتی فعالیت بازاریابی بردتان در فضای آنلاین را به شدت افزایش خواهد داد.

امنیت اینترنتی

استفاده از اتصال‌های اینترنتی مطمئن برای بازاریابی اهمیت بالایی دارد. بسیاری از برندها همکاری مشخصی با یک اپراتور اینترنت دارند بنابراین استفاده از سایر اتصال‌های برای بارگذاری محتوای آنلاین غیرضروری خواهد بود.

اطمینان از امنیت اپلیکیشن‌ها

استفاده از اپلیکیشن‌های مختلف بر روی گوشی‌های هوشمند برای ویرایش محتوا امر رایجی محسوب می‌شود. نکته مهم در این میان توجه به امنیت سایبری بردمان در تعامل با چنین نرم‌افزارهایی است. بسیاری از اپ‌های ناشناخته در فضای آنلاین نوعی بدافزار محسوب می‌شوند بنابراین استفاده از آنها امکان دسترسی هرکها به اطلاعات مهم شرکت را افزایش می‌دهد. توصیه اساسی ما در این بخش استفاده از اپ‌های معتبر و دانلودشان از پایگاه‌های معتبر است. در غیر این صورت ریسک‌های امنیتی برای بردتان پیش خواهد آمد.

امنیت اطلاعات

ذخیره‌سازی اطلاعات شرکت باید در سرورهای مطمئن و امن صورت گیرد. برخی از شرکت‌های بزرگ دارای سرورهای اختصاصی هستند. توصیه ما در این مورد همکاری با تیم‌های امنیتی برای افزایش ضریب ایمنی سرورهاست. هر سروری امکان مواجهه با حملات سایبری را دارد. نکته مهم همکاری تیم‌های امنیتی حرفه‌ای و ماهر برای کاهش درز اطلاعاتی در پی چنین حملاتی است.

اعتبار کنونی بسیاری از برندها به دلیل توانایی‌شان در زمینه حفاظت از اطلاعات مشتریان است. اگر اطلاعات مشتریان مورد سرقت قرار گیرد، بخش قابل توجهی از اعتبار برندها نابود می‌شود بنابراین شما برای ادامه فعالیت و تعامل با مخاطب هدف نیز باید به این نکته توجه داشته باشید.

افزایش سطح آگاهی کارمندان

بسیاری از حملات سایبری به دلیل سهل‌انگاری‌های کارمندان در زمینه بارگذاری محتوای بازاریابی یا دیگر انواع اطلاعات در فضای آنلاین روی می‌دهد. توصیه اساسی ما برای شما تلاش برای همکاری با موسسه‌های امنیتی به منظور ارتقای سطح دانش کارمندان از حوزه امنیت سایبری است. امروزه بسیاری از برندها با مشکلات امنیتی دست و پنجه نرم می‌کنند. بهره‌مندی از کارمندان حرفه‌ای و دارای دانش تخصصی در زمینه بازاریابی برای بهبود سطح بازاریابی شرکت امری ضروری محسوب می‌شود.

امروزه تیم‌های بازاریابی بسیار زیادی توانایی تولید محتوای جذاب را دارند. با این حال تعداد بازاریاب‌های آگاه از نکات امنیت سایبری به شدت کم است. ما باید برای موفقیت هرچه بیشتر در این حوزه اقدام به کسب کرده‌اند. این امر مزیت رقابتی همچنین مصاحبه با بازاریاب‌ها پیش از استخدام کنیم.

افزایش شهرت شرکت در پی رعایت نکات امنیت سایبری

امروزه بسیاری از برندها دارای شهرت‌های جهانی هستند. چنین برندهایی به طور معمول اطلاعات بسیار گسترده‌ای از مشتریان در اختیار دارند. نکته مهم در این میان حفاظت از اطلاعات موردنظر در برابر حملات آنلاین است. این امر اعتبار و شهرت برندها را به شدت افزایش می‌دهد. یکی از برندها بسیار معتبر در این زمینه ایل است. آنها در طول دهه‌های متعددی به طور مداوم اطمینان مشتریان در زمینه حفظ اطلاعات‌شان را کسب کرده‌اند. این امر مزیت رقابتی قابل توجهی برای چنین برندی محسوب می‌شود.

منبع: azbimedia.com

چالش‌های برگزاری مراسم‌های تجاری همزمان

بررسی تکنیک‌های برگزاری مراسم‌های تجاری به صورت همزمان

خواهد بود؟

- موضوعات اصلی و محورهای سخنرانی در مراسم شما کدامند؟
- سخنران‌های مناسب برای حضور در مراسم شما شامل چه افرادی

با کدام سطح از تخصص‌اند؟

- آیا برگزاری چنین مراسم با اهداف اصلی و بلندمدت شرکت شما هماهنگی دارد؟

اکنون ما به برخی از پرسش‌های اساسی درباره ضرورت برگزاری مراسم بازاریابی پاسخ داده‌ایم. اکنون باید به دنبال راهکارهایی اساسی برای اجرای مراسم باشیم. اگر پاسخ شما به پرسش‌های فوق مثبت است، معنی آن ضرورت بازاریابی همزمان برای توسعه کسب و کارتان خواهد بود. نکات مطرح در ادامه این مقاله شما را برای طراحی دقیق تمام جزئیات راهنمایی خواهد کرد.

۱.بررسی داده‌های تاریخی برگزاری مراسم‌های همزمان

بدون تردید ما نخستین برند در زمینه برگزاری مراسم‌های بازاریابی همزمان نیستیم. این نکته اهمیت بسیار زیادی برای توجه به تجربه سایر برندها دارد. برخی از کسب و کارها به طور مداوم در تلاش برای طراحی مراسم‌های تجاری به صورت درون سازمانی هستند. در این میان نقش اطلاعات و داده‌های معتبر از سایر شرکت‌ها کاملا خالی است.

امروزه انکای برنامه‌های شرکت بر بنیان‌های آماری و داده‌های معتبر اهمیت بسیار زیادی دارد. موفقیت مداوم برندهای بزرگ در مواجهه با کسب و کارهای کوچک از همین نکته ناشی می‌شود بنابراین شما باید



برنامه‌ای دقیق برای جلب نظر مخاطب هدف داشته باشید. این امر با توجه به افزایش رقابت در حوزه بازاریابی اهمیت بسیار بیشتری دارد. برخی از برندها برای جلب نظر مخاطب هدف دست به تحلیل داده‌ها در مقیاس‌های عظیم می‌زنند. اگر ما در این میان نسبت به استفاده از داده‌های معتبر بی‌توجه باشیم، بخش قابل توجهی از اعتبار بردمان نابود خواهد شد.

بررسی تجربه برندهای دیگر در زمینه برگزاری مراسم‌های تجاری امکان پرهیز از اشتباهات رایج را فراهم خواهد ساخت. بی‌تردید هیچ مراسم بازاریابی عاری از اشتباه نیست. نکته مهم در این میان ضرورت بررسی اشتباهات مراسم‌های قبلی برای ارائه کیفیت برتر به مخاطب هدف است.

برخی از برندها در زمینه برگزاری مراسم‌های تجاری سابقه طولانی دارند. استفاده از تجربیات قبلی برای بهبود سطح اجرای مراسم‌ها ضروری است. هرچه تجربه یک برند در برگزاری مراسم‌های بازاریابی بیشتر باشد، توانایی بالاتری برای جلب نظر مخاطب هدف خواهد داشت. این نکته در تحلیل نهایی برای تعامل با مخاطب هدف اهمیت حیاتی دارد.

۲.توجه به بخش توسعه و تحقیقات

اگر شما زمان و منابع کافی در اختیار دارید، تلاش برای تعامل با مخاطب هدف ایده بسیار مناسبی خواهد بود. برخی از برندها دارای بخش توسعه و تحقیقات نیستند. توصیه ما در این مورد تلاش برای راه‌اندازی این بخش، دست‌کم برای مراسم، است.

اگر شما بودجه و زمان کافی برای ایجاد تیم توسعه و تحقیقات را ندارید، تلاش برای همکاری با برخی از برندهای دیگر یا حتی آژانس‌های بازاریابی مناسب خواهد بود. همکاری میان برندها همیشه شانس تولید محتوای جذاب‌تر و جلب نظر مخاطب هدف در مقیاسی وسیع‌تر را به همراه دارد. نکته مهم در این میان هماهنگی میان اهداف برند ما و سایر برندهای همکار است. در غیر این صورت جدال‌های بسیار زیادی بر سر جهت‌دهی و تعیین اهداف اصلی مراسم به وجود خواهد آمد.

۳.تعیین اهداف اصلی

پس از آنکه شما اطلاعات موردنیاز برای ساماندهی کمپین‌تان را به دست آوردید، باید به دنبال تعیین اهداف اصل باشید. شاید این نکته جای تعجب داشته باشد. بسیاری از برندها پیش از طراحی مراسم به سراغ تعیین اهداف می‌روند، اما ما در این مقاله تعیین اهداف را در مرحله سوم قرار داده‌ایم. نکته مهم در این بحث مربوط به تعیین اهداف براساس اطلاعات و داده‌های معتبر است. امروزه بسیاری از برندها اهداف بسیار بلندپروازانه‌ای برای مراسم‌های تجاری‌شان تعیین می‌کنند. بدون تردید دستیابی به اهداف بیش از اندازه ایده‌آل غیرممکن است. بنابراین ما باید براساس امکانات موجود و در دسترس بردمان به تعیین اهداف بپردازیم.

برخی از اهداف مهم برای فعالیت برندها در قالب پرسش‌های ذیل

مورد بررسی قرار گرفته است:

- آیا شما قصد توسعه قلمرو بردتان را دارید؟

به قلم: تیم کوک طراحی مراسم‌های تجاری
--

ترجمه: علی آل علی

امروزه یکی از ترندهای مشهور در زمینه برگزاری مراسم‌های تجاری مربوط به مدیریت همزمان چند مراسم در کنار هم است. بسیاری از برندها برای توسعه کسب و کارشان یا همکاری دیگر شرکت‌های علاقه‌مند اقدام به استفاده از المان‌های جذاب برای مخاطب هدف به منظور برگزاری مراسم‌های جذاب می‌کنند. این نکته دارای اهمیت بسیار زیادی است. هدف ما در این مقاله بررسی شیوه‌های تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف از طریق برگزاری مراسم‌های تجاری به سبک نوین است.

بدون تردید برنامه‌ریزی برای مدیریت مراسم‌های تجاری دارای دشواری‌های بسیار زیادی است. اغلب برندها در راستای رونمایی از مراسم‌های جذاب مجبور به سرمایه‌گذاری هنگفتی می‌شوند بنابراین اگر برنامه‌ریزی موردنظر موفقیت‌آمیز نباشد، بخش قابل توجهی از بودجه شرکت از بین خواهد رفت. نکته مهم در این میان ضرورت ارزیابی نکات مختلف برای طراحی مراسم‌های مناسب است. اشتباه اغلب برندها تلاش برای ساماندهی امور به صورت مرکزی از طریق هیأت مدیره است. ما در بسیاری از موارد نیازمند کمک افراد دارای تخصص و حتی کارمندان شرکت‌مان هستیم. در غیر این صورت فرآیند طراحی مراسم‌های تجاری با دشواری بسیار زیادی همراه خواهد شد.

ما در این مقاله هدف بررسی مدیریت همایش‌های تجاری به صورت همزمان یا تمرکز بر جلب نظر مخاطب هدف را داریم. در ادامه برخی از مهم‌ترین نکات در این زمینه را مورد بررسی قرار خواهیم داد.

مراسم‌های تجاری همزمان چیست؟

مراسم تجاری مورد بحث در این مقاله از تعداد زیادی همایش همزمان تشکیل می‌شود. این مراسم‌ها به طور معمول به صورت پشت سر هم در طول یک روز اجرا می‌شود. نکته جالب اینکه هر کدام از رویدادهای مربوط به همایش در موقعیت‌های جغرافیایی مختلف با هدف جلب نظر دامنه متنوعی از مخاطب هدف صورت می‌گیرد بنابراین طراحی چنین برنامه‌هایی از عهده یک برند خارج است. اگرچه برخی از برندهای بزرگ و بین‌المللی اقدام به مدیریت چنین همایش‌هایی به صورت انفرادی می‌کنند، اما کسب و کارهای دارای بودجه محدودتر باید به دنبال همکاری با دیگر برندها باشند.

مزیت اصلی چنین همایش‌هایی، علی‌رغم هزینه‌های بالا، امکان دسترسی به دامنه وسیعی از مشتریان است. بدون تردید هر برند برای دستیابی به مخاطب هدف بردنش باید هزینه‌های قابل توجهی را انجام دهد. این نکته اهمیت بسیار زیادی برای برندها دارد. هرچه توانایی یک برند برای کاهش هزینه‌های جاری و بهره‌برداری بهتر از توان بازاریابی‌اش بیشتر باشد، موفقیت نهایی بیشتری کسب خواهد کرد.

طراحی و اجرای مراسم‌های تجاری همزمان

پیش از آنکه ما به سراغ برگزاری چنین مراسم‌هایی باشیم، باید اهداف اصلی بازاریابی بردمان را مشخص کنیم. بسیاری از کسب و کارها پس از شروع فرآیند بازاریابی متوجه اهداف اصلی‌شان می‌شوند. این نکته اهمیت بسیار زیادی دارد. اگر ما از همان ابتدا نسبت به اهداف اصلی بردمان آگاهی داشته باشیم، بسیاری از کارهای فرعی و جانبی را انجام نخواهیم داد. این امر به معنای امکان پس‌انداز هرچه بیشتر بودجه‌مان برای برنامه‌های اصلی خواهد بود.

یکی از نکات مهم در فرآیند طراحی مراسم‌های تجاری همزمان توجه به دلیل اصلی اجرای آنهاست. هدف اصلی برند ما از طراحی چنین برنامه‌ای چیست؟ بسیاری از برندها در پاسخ به این پرسش هیچ نکته قابل توجهی ندارند بنابراین اغلب برندها صرفا برای جلب نظر مخاطب هدف به شیوه رقبای دست به چنین کار پرهزینه‌ای می‌زنند.

پس از اینکه هدف اصلی برند ما برای بازاریابی از طریق برگزاری مراسم‌های همزمان مشخص شد، باید به دنبال نمونه‌های موفق این فرآیند باشیم. ما همیشه امکان یادگیری نکات تازه از طریق بررسی تجربه دیگر برندها را خواهیم داشت. به عنوان مثال، اگر هدف ما برگزاری مراسم همزمان در چهار شهر لندن، شیکاگو، برلین و توکیو است، باید طرح‌های قبلی برگزاری مراسم در هر کدام از شهرهای فوق را مورد بررسی قرار دهیم. همچنین باید دلیل مشخصی برای انتخاب شهر موردنظر داشته باشیم. در غیر این صورت فرآیند اجرای مراسم با مشکلات بسیار زیادی مواجه خواهد شد.

بسیاری از اوقات مدیران ارشد شرکت‌ها دلیل خاصی برای انتخاب یک شهر به عنوان یکی از مراکز اصلی برگزاری کمپین ندارند. صرف حضور شمار بالایی از مشتریان در یک بازار دلیل مناسبی نیست. بدون شک هر برند دارای مشتریان هدف خاص خود است بنابراین ما باید در عمل تعداد مشخصی از مشتریان را برای کسب و کارمان انتخاب کنیم. این امر به تمام فعالیت‌های برند ما جهت خواهد داد.

اشتباه رایج میان برندها در زمینه بازاریابی از طریق مراسم‌های تجاری مربوط به تفکیک اهداف محلی از بین‌المللی است. اگر برند ما در بازاریایی محدود فعالیت دارد، نیاز چندانیه به مراسم‌های همزمان در سطح جهانی نخواهد داشت. با این حساب پیش از تعیین بودجه برای بازاریابی بین‌المللی به نیازهای اصلی شرکت‌تان توجه داشته باشید. ایراد اصلی برخی از برندهای فعال در مقیاس محلی بی‌توجهی به این نکته مهم است. همیشه صرف هزینه‌های بالا به معنای موفقیت در حوزه بازاریابی نیست. تعیین هدفمند بودجه برای امور بازاریابی اهمیت به مراتب بیشتری در این حوزه دارد.

استفاده از داده‌ها برای چارچوب‌بندی استراتژی

امروزه تمام اقدامات برندها باید براساس داده‌های معتبر صورت گیرد. برخی از برندها پیش از طراحی کمپین‌های بازاریابی اقدام به بررسی وضعیت بازار هدف در طول سال‌های گذشته می‌کنند. همچنین بررسی تغییرات سلیقه مشتریان نیز در چارچوب تحلیلی آنها جای دارد. نتیجه این امر امکان بازاریابی بهتر برای جلب نظر مخاطب هدف است.

اگر شما نیز به دنبال اجرای مراسم‌های بازاریابی به صورت همزمان هستید، باید به چند نکته مهم توجه داشته باشید. نکات ذیل در قالب پرسش‌های کاربردی طراحی شده است. پاسخگوی به هر کدام از پرسش‌های ذیل نقش مهمی در ساماندهی کمپین بازاریابی شما خواهد داشت:

- مخاطب هدف برند شما چه کسانی هستند؟

- آیا برگزاری چنین مراسم‌هایی برای جلب نظر مشتریان هدف مفید



هدیه رهنما

درس‌های آمازون برای کسب و کارهای B2B

به قلم: کریستوفر رایان
ترجمه: علی آل‌علی

امروزه آمازون یکی از غول‌های مهم در عرصه خرده‌فروشی و بازاریابی محسوب می‌شود. سطح گستردگی ترافیک این سایت در سال گذشته موجب شروع ارائه خدمات تبلیغاتی از سوی آنها شد.

به این ترتیب برندها برای تبلیغ محصولات‌شان امکان همکاری تبلیغاتی با آمازون را دارند. بی‌تردید انتقادهای و ناراضیاتی‌های بسیار زیادی از شیوه فعالیت آمازون وجود دارد. برخی از انتقادهای مربوط به سطح فعالیت آمازون و ضربه به کسب و کارهای کوچک است.

برخی دیگر نیزم مربوط به تعامل نامناسب تیم مدیریتی آمازون با کارمندانش است. صرف‌نظر از انتقادهای مورد بحث، وضعیت برند آمازون در طول سال‌های متمادی بی‌انگیز ثابت آنها در عرصه خرده‌فروشی آنلاین است. هدف اصلی ما در مقاله کنونی بررسی درس‌های تجربه آمازون برای کسب و کارهای B2B است.

۱. ارائه خدمات مشتریان باکیفیت

یکی از نکات مهم برای موفقیت در زمینه کسب و کارهای B2B ارائه خدمات مشتریان باکیفیت است. وقتی ما در این سطح مشغول به فعالیت هستیم، امکان تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف به شدت دشوار خواهد بود. دامنه وسیع گزینه‌های در دسترس برای مشتریان در حوزه B2B ریسک‌ها بسیار زیادی برای ما ایجاد خواهد کرد. ما با ارائه خدمات مشتریان باکیفیت امکان پرهیز از ریزش مشتریان را خواهیم داشت.

تجربه آمازون در این زمینه بیانگر موفقیت آنها در زمینه حفظ مشتریان‌شان است. امروزه آمازون دارای دامنه وسیعی از مشتریان وفادار است. بخش قابل توجهی از سود این شرکت نیز معطوف به همین مشتریان وفادار است. هر برندی که قصد موفقیت در زمینه خرده‌فروشی را داشته باشد، باید به جلب مداوم رضایت مشتریان از طریق خدمات جانبی توجه کند. در غیر این صورت امکان فعالیت مناسب را از دست می‌دهد.

۲. ساده‌سازی فرآیند دسترسی مخاطب به برندگان

هر برندی با ارائه راهکاری منحصر به فرد پا به عرصه کسب و کار می‌گذارد. نکته مهم در این میان تاکید بر روی دسترسی ساده مخاطب به برندگان است.

این امر از طریق بازاریابی و تبلیغات مناسب در شبکه‌های اجتماعی و موتورهای جست‌وجو صورت می‌گیرد. امروزه کمتر کسب و کاری بدون استفاده از الگوهای تبلیغاتی امکان موفقیت در عرصه کسب و کار را دارد.

یکی از تجربه‌های منفی در زمینه کسب و کارهای B2B مربوط به واگذاری مشتریان به رقبا به خاطر ناتوانی در زمینه ارائه اطلاعات مناسب است. ما همیشه باید اطلاعات موردنیاز مشتریان را در اختیار داشته باشیم. بنابراین پیش از شروع فعالیت در حوزه کسب و کار نسبت به گردآوری اطلاعات موردنیاز مطمئن شوید.

۳. ارائه اطلاعات عمیق درباره محصولات

معرفی محصولات برای خرده‌فروشی اهمیت بالایی دارد. بسیاری از کاربران فقط به خاطر مشاهده محتوای جذاب آمازون درباره محصولات مختلف به سایت آن سر می‌زنند. هرچه توضیحات ما درباره محصولات مختلف بیشتر باشد، شانس بالاتری برای جلب نظر مخاطب هدف خواهیم داشت. همکاری با برندهای تولیدکننده محصولات برای ارائه اطلاعات مناسب به مشتریان گزینه منطقی محسوب می‌شود. بسیاری از برندها در این زمینه همکاری نزدیکی با خرده‌فروشی‌ها دارند. تنها نکته مهم در این میان ضرورت برقراری برخی تماس‌ها با مشتریان است. به این ترتیب ما امکان کسب موفقیت بهینه در تعامل با مشتریان از طریق ارائه اطلاعات کاربردی را خواهیم داشت.

۴. همکاری با رقبا در صورت نیاز

گاهی اوقات ورود به یک بازار تازه دشواری‌های بسیار زیادی دارد.

آمازون برای توسعه جهانی کسب و کارش اقدام به همکاری با بسیاری از شرکت‌های مختلف کرده است. این امر شامل همکاری با برخی از رقبای مستقیم نیز هست. ما باید در همکاری با دیگر برندها منافع بلندمدت‌مان را مدنظر قرار دهیم. در غیر این صورت امکان جلب نظر مخاطب هدف به صورت کاربردی فراهم نخواهد شد.

برندهایی نظیر آمازون از ابتدا در بازارهای جهانی حضور نداشته‌اند. این فرآیند به صورت خرد و اندک در طول زمان شکل گرفته است بنابراین عجله بیش از اندازه برای ورود به بازارهای مختلف نامناسب خواهد بود.

۵. تمرین برای ادامه نوآوری

بازاریابی و خرده‌فروشی همیشه پیوند تنگاتنگی با هم داشته‌اند.

این نکته مربوط به ارائه خدمات مختلف و متنوع برای سهولت خرید مشتریان نیز می‌شود. نکته مهم در این میان توجه به تداوم نوآوری‌های برندگان است. بسیاری از کسب و کارها در ابتدای ورود به یک بازار نوآوری‌های بسیار جالبی دارند، با این حال پس از گذشت اندک زمانی دیگر خبری از نوآوری‌های موردنظر نیست.

این امر تاثیر بسیار منفی بر روی ذهنیت مشتریان از برندها خواهد داشت. توصیه ما در این بخش تقلید از فرآیند توسعه آمازون است.

آنها در طول زمان به صورت تدریجی خدمات هرچه بیشتر و نوآورانه‌تری به مشتریان ارائه کردند. این امر امکان تداوم حضور آنها در بازارهای مختلف را فراهم کرد. اگر چنین نوآوری‌هایی نبود، آمازون هرگز امکان تداوم فعالیت در بازارهای مختلف را پیدا نمی‌کرد.

منبع: customerthink.com

شغل‌هایی که تا ۵۰ سال آینده از بین خواهند رفت



دستگاه‌های عکاسی و فیلمبرداری به حدی بالا خواهد رفت که هر فردی قادر خواهد بود تا بالاترین کیفیت کار کند. همچنین دیگر نیازی به ویرایش وجود نداشته و تمامی تغییرات به دلخواه شما توسط خود دستگاه انجام خواهد شد.

۱۴- وکیل

وکلا نیز تا ۵۰ سال آینده وجود نداشته و هوش مصنوعی قادر خواهد بود تا تمامی مشکلات حقوقی شما را در کمترین زمان برطرف کند. این امر به معنای پایان کار دادگاه و مشاهده قاضی نیز است. درواقع دیگر زمان افراد برای رفع مشکلات حقوقی تلف نشده و همه چیز توسط هوش مصنوعی انجام می‌شود. در این رابطه حتی حسابداری نیز وضعیت مشابه را پیدا خواهد کرد.

۱۵- پزشک

تمامی حوزه‌های پزشکی، به ربات‌ها واگذار خواهد شد. برای مثال تمامی عمل‌ها بدون درصدی خطا، توسط این افراد انجام می‌شود. این امر می‌تواند باعث شود تا هزینه‌های درمانی، کاهش پیدا کند. برای مثال در حال حاضر هر یک از متخصصین، رقم‌های خاص خود را دارند، با این حال این مسئله برای ربات‌ها وجود نداشته و آنها سطحی یکسان را ارائه خواهند کرد. همچنین خستگی برای آنها بی‌معنا بوده و این امر باعث می‌شود تا امکان خدمت‌رسانی شبانه‌روزی و کار در بدترین شرایط آب‌وهوایی نیز میسر باشد.

۱۶- مترجم

در جهان ۵۰ سال آینده، یادگیری زبان به امری بی‌معنا تبدیل خواهد شد. درواقع تکنولوژی به حدی پیشرفته می‌شود که شما می‌توانید سریعاً جملات را به زبان خود دریافت کرده و صحبت‌های خود را مطرح کنید. این امر با کیفیتی فوق‌العاده و حتی با تفکیک لهجه‌ها خواهد بود.

۱۷- کارمند بانک

در جهان آینده هیچ کارمندی نخواهیم بود و این مسئله تنها به بانک‌ها محدود نمی‌شود. درواقع دورکاری به شیوه اصلی فعالیت تبدیل شده و عملاً دیگر نیازی به حضور در بانک وجود نخواهد داشت. به همین خاطر حتی ممکن است شاهد عدم وجود شعبه‌های مختلف باشیم.

۱۸- فروشنده

در جهان آینده هیچ فردی به عنوان فروشنده فعالیت نخواهد کرد. درواقع پیش‌بینی‌ها حاکی از آن است که بیش از ۹۰ درصد خریدها به صورت اینترنتی انجام شود. در کنار این موضوع باقی نیاز برندها، توسط ربات‌ها انجام می‌شود.

۱۹- آهنگ‌ساز

تا ۵۰ سال بعد شما تنها کافی است تا متن خود را بخوانید تا ابزارهای ساخت موسیقی، بهترین آهنگ را برای شما انتخاب کنند. همچنین در مجالس و مهمانی‌ها نیز شاهد دی‌جی نخواهیم بود.

۲۰- نجار

تمامی مراحل ساخت انواع وسایل چوبی از مرحله قطع درخت تا اقدامات جزئی، به صورت کامل توسط ربات‌ها انجام داده خواهد شد، با این حال برخی نظریه‌ها حاکی از آن است که دیگر از چوب استفاده نشده و هیچ درختی قطع نخواهد شد. در هر صورت، دیگر شاهد چنین شغلی نخواهیم بود.

۲۱- کتابدار

در کتابخانه‌ها و کتاب‌فروشی‌ها افرادی حضور دارند که شما را برای رسیدن به کتاب مدنظر خود، راهنمایی می‌کنند. با این حال در آینده ربات‌ها این اقدام را انجام خواهند داد، با این حال برخی از افراد عقیده دارند که با توجه به این امر که در جهان آینده درخت قطع نخواهد شد، دیگر شاهد کتاب‌های چاپی نیز نبوده و همه چیز الکترونیکی می‌شود. تحت این شرایط دیگر کتابخانه و کتابفروشی فیزیکی، بی‌معنا خواهد بود.

اگرچه تمامی این موارد کاملاً جذاب هستند، با این حال دغدغه‌هایی نیز وجود دارد. درواقع با حذف این مشاغل، ممکن است شاهد بیکاری گسترده نیز باشیم که خود چالشی جدی خواهد بود. با این حال اگر این روند، مسیر طبیعی خود را طی کند، بدون شک فرصت وقف داده شدن با شرایط جدید وجود خواهد داشت. درواقع قرار نیست که تمامی این تغییرات دقیقاً پس از پایان ۴۹ سال آینده، رخ دهد.

منبع: thestacker.com

حرفه نباشیم. درواقع در ۵۰ سال آینده هر فردی که دستگاه‌های لازم را تهیه کرده باشد، یک نقشه‌بردار خواهد بود.

۶- مامور راهنمایی و رانندگی

این وظیفه به صورت کامل به پهبادها و ربات‌ها واگذار خواهد شد. درواقع حتی ممکن است که این اتفاق برای نیروی پلیس نیز اتفاق بیفتد. این امر می‌تواند باعث شود تا دیگر شاهد خشونت مأموران و تکرار حادثه‌هایی نظیر کشته شدن جرح فلویید نباشیم. تحت این شرایط طبیعی است که دیگر افرادی به عنوان مامور پارکینگ استخدام نشوند.

۷- تعمیرکار

تمامی وسایل در جهان ۵۰ سال آینده به حدی پیشرفته خواهند بود که سیستم عیب‌یاب خودکار داشته و این امر باعث می‌شود که حتی افرادی که اصلاً فنی نیستند، با انجام اقداماتی که بیان می‌شود، به سادگی تمامی مشکلات و نقص‌ها را برطرف کنند. همچنین دیگر شاهد مأمورانی برای خواندن عدد کنترها برای تعیین رقم قبض نخواهیم بود و این امر به سیستم‌های خود دستگاه واگذار خواهد شد.

۸- کارگر معدن

همه ما با این جمله مشهور مواجه شده‌ایم که سخت‌ترین شغل دنیا، کار در معدن است. در واقع در کنار حجم کار، سلامت این افراد نیز در معرض تهدید جدی قرار دارد. به همین خاطر طبیعی است که در جهان ۵۰ سال آینده، مسئله ایمنی تمامی افراد، اولویت بالاتری را پیدا کرده و این اقدامات به ربات‌ها واگذار شود، با این حال این امر نیز طبیعی است که گرایش جهانی به سمت انرژی و منابع جایگزین خواهد بود. به همین خاطر شاهد کاهش شدید نیاز به کار در این بخش نیز خواهیم بود.

۹- مهندس کامپیوتر

تا ۵۰ سال آینده تکنولوژی به حدی پیشرفت خواهد کرد که دیگر رایانه‌ها خود قادر به تحلیل و انجام اقدامات مورد نیاز خواهند بود. تحت این شرایط دیگر کار با این دستگاه‌ها بی‌معنا بوده و تنها کافی است تا خواسته خود را به صورت شفاهی مطرح کنید. همچنین تایپ کردن نیز دیگر به صورت کامل از بین می‌رود.

۱۰- کارگر رستوران

هر اقدامی در رستوران از آشپزخانه تا تحویل غذا، توسط ربات‌ها انجام خواهد شد. این امر کمک می‌کند که شاهد کیفیت یکسان خدمات در سراسر جهان باشیم، با این حال تردیدهایی در این رابطه وجود دارد. درواقع برخی از افراد بر این باور هستند که اگر ربات‌ها به صورت کامل قادر به آشپزی خواهند بود، دیگر چه دلیلی وجود دارد که فردی به رستوران مراجعه کند. درواقع تنها کافی است تا یکی از این ربات‌ها را در آشپزخانه خود داشته باشد، با این حال برخی دیگر نیز بر این باور هستند که قیمت بالای چنین ربات‌هایی، باعث می‌شود تا همچنان صنعت رستوران‌داری به قوت خود باقی بماند.

۱۱- دامدار

دامداری تا ۵۰ سال آینده به صورت کامل صنعتی خواهد شد. در این رابطه پیش‌بینی می‌شود که گرایش به گیاه‌خواری افزایش پیدا کرده و تولید گوشت به علت تاثیرات زیست محیطی و افزایش گرمای زمین، دیگر به مانند سابق طرفدار نداشته باشد. ذکر این نکته ضروری است که نه‌تنها دامداری، بلکه پرورش حیوانات نیز از بین خواهد رفت. با این اقدام شاهد کاهش شیوع بیماری‌های مشترک با انسان و حیوانات خواهیم بود. همچنین این موضوع می‌تواند به معنای پایان تجارت حیوانات باشد. نکته مهم دیگر این است که مسئله فوق برای صنعت کشاورزی نیز رخ خواهد داد.

۱۲- داور

در هر ورزشی داور به علت این امر که با خطای انسانی همراه است، با اعتراض‌هایی همراه بوده و تکنولوژی VAR باعث شده است تا درصد اشتباهات تا حد زیادی کاهش پیدا کند، با این حال در ۵۰ سال آینده در راستای به صفر رساندن احتمال خطا و عدم کاهش سرعت بازی‌ها، همه چیز به تکنولوژی واگذار خواهد شد. درواقع دوربین و هوش مصنوعی، نقش داور را ایفا خواهد کرد. با این حال هنوز مشخص نیست که کدام ورزش، پتانسیل میزبان نخستین بازی بدون داور خواهد بود، با این حال شانس ورزش‌های تک نفره و دو نفره، طبیعتاً بیشتر است.

۱۳- عکاس

اگرچه عکاسی و فیلمبرداری در حال حاضر یک حرفه پولساز محسوب می‌شود. با این حال تا ۵۰ سال آینده میزان پیشرفت

به قلم: اندرو لیوا کارشناس حوزه تجارت و کسب‌وکار

مترجم: امیر آل‌علی

ویروس کرونا با تمامی مشکلاتی که به وجود آورده است، مزیت‌هایی را نیز داشته که از جمله آنها می‌توان به فرصتی برای تجدید قوای طبیعت و رسیدن به پیشرفت سریع اشاره کرد. درواقع تصور این امر که تقریباً تمامی برندها از طریق دورکاری فعالیت کرده و فروش اینترنتی در صدر قرار گیرد، پیش‌بینی محسوب می‌شود که برای تحقق آن به هفت سال زمان نیاز بود، با این حال این ویروس باعث سرعت بخشیدن به این مسئله شده است. در این رابطه آینده‌نگری به یکی از موضوعات مهم تبدیل شده و بسیاری از افراد نسبت به جهان پسا‌کرونا اظهارنظرهایی را مطرح کرده‌اند، با این حال ما در این مقاله قصد داریم که پا را فراتر گذاشته و بخشی از جهان را در ۵۰ سال آینده به تصویر بکشیم. اگر شرایط کسب و کار در ۱۰۰ سال گذشته را مورد تحلیل قرار دهید، متوجه این امر خواهید شد که بسیاری از فرصت‌های شغلی آن زمان، اکنون دیگر وجود نداشته و به صورت کامل از بین رفته است. حتی در چند سال اخیر نیز شاهد نمونه‌هایی از این اتفاق بوده‌ایم. به همین خاطر طبیعی است که برخی از شغل‌های رایج حال حاضر تا ۵۰ سال آینده به صورت کامل از بین بروند. در این رابطه نگاهی به آنها خواهیم داشت.

۱- راننده تاکسی

اگرچه هم‌اکنون در مراحل اولیه اتومبیل‌های خودران قرار داریم، با این حال این تکنولوژی بدون شک تا ۵۰ سال آینده به نقطه ایده آل رسیده و امکان استفاده آن توسط تمامی افراد مهیا خواهد شد. تحت این شرایط طبیعی است که ناوگان حمل و نقل عمومی شاهد هوش مصنوعی به جای راننده باشد. این مسئله از چند نظر بسیار مهم است. نخست آنکه دیگر شاهد درگیری بین راننده و مسافران نخواهیم بود و همه چیز مطابق خواست مشتری می‌شود و میزان تصادف‌ها نیز عملاً به صفر می‌رسد. این امر به معنای آن است که مسافر با سهولت و امنیت بالاتری مواجه خواهد بود. همچنین پیش‌بینی می‌شود که تنها تاکسی‌های اینترنتی وجود داشته باشد. این نکته را فراموش نکنید که به صورت کامل شغل رانندگی از بین خواهد رفت. به همین خاطر شاهد این مسئله در اتوبوس، قطار و مترو نیز خواهیم بود.

۲- پست

درواقع اگرچه صنعت پست نابود نخواهد شد، با این حال دیگر شاهد حضور افراد در بخش‌های مختلف آن خصوصاً تحویل کالا نخواهیم بود. این مسئله به صورت کامل به ربات‌ها واگذار می‌شود. این امر باعث می‌شود تا امنیت محصولات نیز افزایش چشمگیر پیدا کرده و شاهد سرعت بالاتری در تحویل باشیم. در حال حاضر نیز شاهد استفاده از پهباد و ربات در برندهایی نظیر آمازون هستیم.

۳- خلبان

خلبانی نیز از جمله افرادی محسوب می‌شوند که در ۵۰ سال آینده شغل خود را از دست خواهند داد. این اقدام به صورت کاملاً بی‌نقص، توسط هوش مصنوعی انجام خواهد شد. درواقع در حال حاضر نیز امکان پرواز خودکار، در اکثر هواپیماها وجود داشته و تا ۵۰ سال آینده، این وضعیت به حدی پیشرفت خواهد کرد که همه چیز توسط هوش مصنوعی انجام خواهد شد، با این حال تنها شغل خلبانی از بین رفته و این وضعیت برای بخش‌های مرتبط نظیر مهمانداری، افراد حاضر در فرودگاه و برج مراقبت نیز خواهد بود.

۴- جوابگوی تلفن

در حال حاضر تنها بخش اولیه شماره تماس برندها، به صورت خودکار است. پس از آن مشتری به صورت مستقیم با افراد حاضر در هر بخش، صحبت خواهد کرد. این مسئله در ۵۰ سال آینده به صورت کامل به صورت خودکار انجام شده و هوش مصنوعی تمامی نیازها را با سرعتی فوق‌العاده انجام خواهد داد. این مسئله در هزینه‌های شرکت‌ها بسیار تاثیرگذار بوده و باعث می‌شود تا امکان پاسخ سریع در هر زمانی از شبانه‌روز مهیا باشد.

۵- نقشه‌بردار

اگرچه ابزارهای مختلفی در حال حاضر برای نقشه‌برداری وجود دارد، با این حال استفاده از آنها توسط فردی متخصص انجام می‌شود. در ۵۰ سال آینده ابزارها به حدی پیشرفته خواهند شد که تمامی اقدامات را به صورت کامل انجام داده و باعث می‌شود که هر فرد تنها نیاز خود را مطرح کند. به همین خاطر حتی ممکن است دیگر شاهد تدریس این

اخبار

دکتر سید عباس موسوی رئیس دانشگاه علوم پزشکی مازندران خبر داد :

بستری شن تعداد ۵۸ بیمار مشکوک به کرونا



ساری - دهقان : طرف ۲۴ ساعت گذشته تعداد ۵۸ بیمار مشکوک به کرونا بر اساس تشخیص بالینی در بیمارستان های تحت پوشش دانشگاه علوم پزشکی مازندران در سطح استان بستری شدند طرف همین مدت تعداد ۶۶ نفر از افراد مشکوک بستری شده ، از بیمارستان ها مرخص شدند و تکمیل روند درمانی خود را در منزل ادامه خواهند داد. هم اکنون ۲۷۷ نفر بیمار مشکوک به ویروس کرونا با علائم تنفسی حاد مشکوک به کرونا بر اساس تشخیص بالینی در این مراکز بستری هستند.
تاکید می گردد مردم و اصناف در راستای کاهش انتقال ویروس کرونا در مازندران ، فاصله گذاری اجتماعی و دستوراتعمل‌های بهداشتی را با حساسیت بیشتری رعایت کنند. رعایت فاصله فیزیکی، استفاده از ماسک، ضدعفونی دائم سطوح، شستشوی دست‌ها هر یک ساعت یکبار، پرهیز از سفر های غیر ضرور از مهمترین راه‌های پیشگیری از ابتلا به کرونا است.

ارسال الکترونیکی قبوض مشترکین برق منطقه ای خوزستان

اهواز - **شبنم قجاوند:** مدیر دفتر خدمات مشترکین و وصول درآمد شرکت برق منطقه ای خوزستان از ارسال الکترونیکی صورتحساب های برق مشترکین این شرکت خبر داد.

کیومرث زمانی گفت : با برنامه ریزی های انجام شده در اواخر سال ۹۸ و اخذ اطلاعات پست الکترونیکی رسمی مشترکین جهت دریافت صورتحساب ها، اولین قبوض صادره سال ۹۹ مشترکین برق منطقه ای خوزستان بصورت الکترونیکی برای آنها ارسال شد. وی با بیان اینکه برای اطمینان از دریافت صورتحساب ها به موازات آن قبوض مربوطه به صورت پستی نیز ارسال شده است، تصریح کرد: بزودی و در سال جاری امکان دسترسی به قبوض از طریق پورتال شرکت فراهم و رقم بدهی صورتحساب های صادره بصورت پیامک نیز برای نمایندگان معرفی شده مشترکین ارسال خواهد شد و پس از اجرایی شدن مراحل مذکور، ارسال پستی قبوض نیز به طور کامل حذف می شود.
مدیر دفتر خدمات مشترکین و وصول درآمد شرکت برق منطقه ای خوزستان توسعه دولت الکترونیک و کاهش زمان ارسال قبوض تمامی مشترکین از یک هفته به یک ساعت را از مزایای این طرح برشمرد و افزود: کاهش نیاز به مراجعه حضوری و خطرات ناشی از آن جهت پرسنل شرکت (بخصوص در شرایط انتشار کرونا)، افزایش وصول درآمد به دلیل تسریع در ارسال قبوض و آگاهی مشترکین از بدهی خود جهت پرداخت، استفاده بهینه از نیروی انسانی و صرفه جویی در مصرف کاغذ مزایای این طرح است.

مجموع مشترکین گاز در گیلان به یک میلیون و ۱۰۰ هزار مشترک رسید

رشت - **علی قلی پور:** در اردیبهشت امسال بیش از ۴ هزار و دویست مشترک به جمع مشترکین گاز طبیعی در گیلان افزوده شده است.

حسین اکبر مدیرعامل شرکت گاز استان گیلان از جذب ۴ هزار و دویست و سی مشترک جدید در اردیبهشت امسال خبر داد و گفت: این تعداد نسبت به مدت مشابه سال گذشته بیش از ۶۸ درصد رشد داشته است.مدیرعامل شرکت گاز استان گیلان با اعلام این خبر اظهار داشت: با جذب این تعداد مشترکین جدید، مجموع مشترکین گاز طبیعی در گیلان به بالای یک میلیون و یکصد هزار مشترک رسیده است.مهندس اکبر اظهار داشت: خوشبختانه با گازرسانی گسترده به اقصی نقاط استان، همه شهرها و دو هزار و ۳۵ روستای استان برخوردار از گاز می باشند و متوسط بهره مندی گاز مشترکین گیلانی به بالای ۹۸ درصد رسیده است.وی با اشاره به افزایش تعداد مشترکین گاز طبیعی بر لزوم توجه بیشتر به موضوع آموزش و اشاعه فرهنگ مصرف بهینه و ایمن گاز طبیعی تاکید کرد و گفت: این شرکت با همکاری نهادهای مختلف نظیر استانداری، صدا و سیما و همچنین ارتباط مستمر با اصحاب محترم رسانه تمام تلاش خود را در جهت نهادینه کردن فرهنگ مصرف گاز به کار بسته است. مدیرعامل شرکت گاز استان گیلان در خاتمه از همه مشترکین گاز درخواست نمود تا با رعایت نکات ایمنی، شرکت گاز را در زمینه ارائه خدمات هرچه بهتر یاری نمایند.

ایمن سازی تقاطع ها و ایجاد سه دوربرگردان در محور ایلام – مهران در حال انجام است

ایلام - **منصوری:** معاون راهداری اداره کل راهداری و حمل و نقل جاده ای استان ایلام از تعریض و بهسازی ۶ کیلومتر از مسیر مهران - دهلران و مهران - صالح آباد به منظور ایمن سازی تقاطع ها و ایجاد سه دوربرگردان در این مسیر چهارخطه که با نصب نیوجرسی جداسازی شده است خبر داد.
محمدرضا رضایی اظهار داشت: این پروژه به منظور بالا بردن ضریب ایمنی راهها و سهولت در تردد و همچنین دسترسی کاربران جاده ای به اماکن و اراضی طرفین جاده دردستور کار قرار گرفت.
وی اعتبار هزینه شده در اجرای این پروژه را ۵۰ میلیارد یال عنوان کرد و افزود: عملیات خاکی پروژه بصورت آمانی و توسط اکپه‌های شهرداری مهران انجام و عملیات تعریض پل‌ها و اجرای عملیات تکمیلی لایه‌های روسازی توسط پیمانکار اجرایی می شود.

گاز سوز کردن رایگان خودروهای عمومی

شاهرود - **حسین بابامحمدی:** مدیر شرکت ملی فرآورده های نفتی منطقه شاهرود از آغاز ثبت نام جهت گاز سوز کردن خودروهای عمومی بصورت رایگان خبر داد.
دکتر علی اکبر عربعامری با اشاره به اجرایی شدن مصوبه شورای اقتصاد مبنی بر حمایت از تولید کارخانه ای گفت: ثبت نام و نوبت دهی در سایت **GCR.niopdc.ir** ، به جهت دوگانه سوز کردن ۱۴۶۴۰۰۰ خودروی باری و مسافری عمومی آغازشده است

حمایت کارکنان دیبا از ۲۰۰ کودک بی سرپرست

همدان - **فاطمه صنیعی وحید:** مدیرعامل تولیدی پوشاک شرکت دیبا با اشاره به حمایت کارکنان این مجموعه از ۲۰۰ کودک بد سرپرست و بی‌سرپرست گفت: با اجرای این طرح می‌خواهیم کمکی برای تامین حداقل معیشت زندگی این افراد باشیم و با ایجاد انبازه در بین کارکنان فضای محیا کنیم تا به همنوع خود کمک کنند هرچند در نگاه اول شاید این مبالغ ناچیز باشد، اما وقتی جمع شود رقم آن چشمگیر خواهد شد.
مدیرعامل تولیدی پوشاک شرکت دیبا با اشاره به حمایت کارکنان این مجموعه از ۲۰۰ کودک بد سرپرست و بی‌سرپرست گفت: با اجرای این طرح می‌خواهیم کمکی برای تامین حداقل معیشت زندگی این افراد

باشیم و با ایجاد انگیزه در بین کارکنان فضای محیا کنیم تا به همنوع خود کمک کنند هرچند در نگاه اول شاید این مبالغ ناچیز باشد اما وقتی جمع شود رقم آن چشمگیر خواهد شد.
وی افزود: در این خصوص مذاکراتی با کمیته امداد شد تا افراد از طرف آن‌ها معرفی شوند و برای هر کارمندشرکت دیبا مشخص شود که حامی چه کسی خواهدشد.
لطفاً با اشاره به اینکه برای شروع این امر خیر هر یک از عزیزان با مبلغ پایه کمک می‌کنند خاطر نشان ساخت: کارکنان می‌توانند با رضایت خودمی سقف کمک را افزایش دهند.
وی با اشاره به اینکه بعد از اعلام ایده از سوی شرکت با استقبال کارکنان روبه‌رو شدیم تصریح کرد: امیداست با اجرایی شدن این طرح بتوانیم از کودکان بی‌سرپرست و بد سرپرست حمایت کرده و لاقفل دغدغه ی این عزیزان را در خصوص تحصیل را بر طرف کنیم.
مدیرعامل تولیدی پوشاک شرکت دیبا گفت: علاوه بر مجموعه دیبا با تولیدکنندگان دیگر در تعامل هستیم تا آن‌ها نیز از این طرح حمایت کنند، به فرض مثال تاگی مجموعه دیبا لباس این عزیزان را تامین کرد، مجموعه‌های دیگر در تهیه کیف و کفش یا دیگر ملزومات آنان را یاری کنند.
رضا لطفی افزود: با توجه به فعالیت ۱۸ ساله تولیدی دیبا در حال حاضر ۲۰۰ نفر به‌طور مستقیم و ۸۰۰ نفر به‌طور غیرمستقیم با مجموعه همکاری می‌کنند، و این طرح تا زمانی که مجموعه دیبا در حال فعالیت باشد به قوت خود باقی خواهد ماند.

تبریز - **ماهان فلاح:** پنجاه و نهمین جلسه شورای گفت‌وگوی دولت و بخش خصوصی آذربایجان شرقی با حضور نماینده ولی فقیه در استان، استاندار و مسئولان دستگاه‌های اجرایی استان، تعدادی از نمایندگان مجلس، مسئولان دستگاه قضایی، نمایندگان اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تبریز و تشکل‌های فعال بخش خصوصی بر گزار شد.
در این جلسه آخرین وضعیت اجرای مصوبات شورای گفت‌وگو، مسائل و مشکلات مربوط به تأمین نهادهای دامی و برخی مواد اولیه تولید و همچنین مشکلات ناشی از شیوع کرونا در بخش‌های تولیدی و خدماتی و راهکارهای جبران آسیب‌های واردشده مورد بحث و تبادل نظر قرار گرفت.
در این جلسه همچنین ۱۵ نفر از چهره‌های برجسته بخش‌های دولتی، خصوصی و نهادهای مردمی که در رزمایش کمک مؤمنانه و کمک به خانواده‌های نیازمند آسیب‌دیده از کرونا مشارکت فعال داشتند، از سوی استاندار آذربایجان شرقی و نماینده ولی فقیه در استان مورد تجلیل و قدردانی قرار گرفتند.

نماینده ولی فقیه در آذربایجان شرقی: شورای گفت‌وگو در جهت عملی کردن جهش تولید تلاش کند

نماینده ولی فقیه در آذربایجان شرقی در این جلسه توجه به رونق تولید را دغدغه همیشگی رهبر معظم انقلاب در نام‌گذاری سال‌ها در یک دهه اخیر عنوان کرد و گفت: رهبر انقلاب با ملاحظه ظرفیت‌های بالقوه اقتصاد ایران، امسال هم شعار جهش تولید را مطرح کردند.
حجت‌الاسلام سیدمحمدعلی اله‌اشتم افزود: کاهش درآمدهای نفتی، محدودیت واردات و خروج شرکت‌های بزرگ از بازار ایران به دلیل تشدید تحریم‌ها و کاهش ارزش پول ملی از جمله دلایلی است که توجه به بخش تولید را بیش از پیش ضروری می‌سازد .
وی، حمایت از صنایع پایین‌دستی، بازتوزیع حمایت‌های دولتی به بخش تولید، استفاده از روش‌های نوین تولیدی و تکمیل زنجیره ارزش داخلی را از مهم‌ترین راهکارهای تحقق شعار جهش تولید برشمرد و ابراز امیدواری کرد اعضای شورای گفت‌وگوی دولت و بخش خصوصی استان در جهت عملی کردن این راهکارها تلاش کنند.
واردات برخی اقلام خاص نظیر نهادهای دامی در اختیار چند نفر خاص است



استاندار آذربایجان شرقی هم دوگانگی و تضاد در سیاست‌های اقتصادی را از موانع اصلی رونق تولید عنوان کرد و گفت: تمرکزگرایی و عدم واگذاری اختیارات به استان‌ها از دیگر مشکلات این بخش است.
دکتر محمدرضا پورمحمدی با انتقاد از انحصاری بودن واردات نهادهای دامی و برخی اقلام خاص، اظهار داشت: این موضوع را بارها تذکر داده‌ایم، اما هنوز اتفاقی نیفتاده است و متأسفانه واردات برخی اقلام خاص نظیر نهادهای دامی در اختیار چند نفر خاص است.
وی افزود: در شرایطی که برخی افراد با استفاده از ارز دولتی اقدام به واردات نهادهای می‌کنند، به تولیدکنندگانی که بدون درخواست ارز، قصد واردات دارند مجوز داده نمی‌شود که این دوگانگی و تضاد در اجرای سیاست‌ها مانع مهمی بر سر راه تولید است.
پورمحمدی با تأکید بر اینکه انحصار در واردات نهادهای دامی باید رفع شود، افزود: موضوع منطقی‌ای شدن صدور مجوز واردات را به مراجع تصمیم گیر پیشنهاد و تحقیق آن را پیگیری خواهیم کرد.
استاندار آذربایجان شرقی همچنین از همکاری و تعامل سیستم بانکی استان با بخش تولید قدردانی کرد و گفت: بانک‌ها متصافا همکاری خوبی با تولیدکنندگان داشته‌اند؛ اما برخی از موارد در اختیار بانک‌های استان نیست

پورمحمدی با اشاره به تصمیمات دولت برای حمایت از واحدهای تولیدی آسیب‌دیده از کرونا، گفت: افزایش رسته‌های شغلی آسیب‌دیده،

دره‌شتاد و هشتمین جلسه شورای گفتگوی دولت و بخش خصوصی استان اصفهان مطرح شد:

تشکیل کنسر سیوم بانکی برای کمک به واحدهای تولیدی، صنعتی و سرمایه گذاری استان

به منظور راه اندازی دومین پنجره واحد کسب و کار کشور در اصفهان شد. رضایی در ادامه با تاکید بر اینکه کرونا را تمام شده تلقی نکند و هنوز وارد دوران پاس‌کرونا نشده ایم، تحقق ایمنی جمعی برای بهبود وضعیت موجود را بسیار مهم دانست و خواستار به روز شدن مطالعات این حوزه برای کاهش حداکثری تبعات این ویروس مهلک شد. وی در ادامه بر لزوم افزایش تعامل و ارتباط دستگاه‌های اجرایی استان اصفهان با وزارتخانه ها و سازمان های مرکزی تاکید کرد.

رضایی از سفر قریب الوقع سرپرست وزارتخانه صنعت، معدن و تجارت به اصفهان و طرح مشکلات صنوف مختلف استان با وی خبر داد.
استاندار اصفهان در ادامه به معرفی طرح هایی با قابلیت جذب سرمایه گذار پرداخت و گفت: اجرای این طرح‌ها نه تنها برای سرمایه گذار ارزش افزوده خواهد داشت بلکه برای پیشرفت استان نیز مفید خواهد بود.



کل امور اقتصادی و دارایی استان و استفاده از پتانسیل های موجود در اتاق بازرگانی و دیدگاه های کارشناسی پارلمان بخش خصوصی اصفهان

بازدید شهردار منتخب بندر بوشهر از روند اجرایی پروژه های عمرانی

در شهر بوشهر و اینکه به دلیل موقعیت خاص اقتصادی یک شهر مسافر پذیر می باشد خواستار تسریع در اتمام پروژه تقاطع غیر همسطح شهید سردار سلیمانی به همراه رعایت نکات فنی و استانداردهای لازم شدند.
وی با اشاره به این‌که بوشهر به عنوان یک قطب اقتصادی بزرگ در کشور محسوب می شود یادآور شد مدیریت شهری بایستی با تمام تلاش زیرساخت‌های مسیر رشد و شکوفایی بندر بوشهر را فراهم نماید.
ایشان در ادامه عنوان نمودند تعهد پیمانکار در این خصوص دقت و تسریع در اجرای پروژه بوده و شهرداری نیز به نوبه خود تلاش می کند موانع موجود در سسر راه پیشرفت اجرای پروژه‌ها را نیز با همکاری دستگاه‌های ذیربط حل نماید.
وی تاکید داشت بازدیدها به صورت مستمر و منظم انجام خواهد شد و از همه توان خود برای بهبودبازی در در کوتاهترین زمان استفاده خواهیم کرد.



گذار باشد و همچنین نکات فنی توضیحاتی ارائه دادند .
مهندس فردين خورشيديان در اين بازدید با توجه به نقش تردد و ساماندهی وسائط نقلیه

جلسه ستاد خرید گندم در سال زراعی جاری در شهرستان آشتیان بر گزار شد



مزارع به خصوص سن غلات که گامی موثر در راستای جهش تولید خواهد بود پیش بینی تولید بیش از ۳۰ هزار تن گندم را خواهیم داشت. همچنین

در ۲ ماهه سال جاری محقق شد،

تولید بیش از یک میلیارد و هشتصد میلیون کیلووات ساعت انرژی در نیروگاه شهید رجایی



بخشودگی جرایم بانکی و معافیت‌های مالیاتی بیشنهادهای شورای گفت‌وگوی دولت و بخش خصوصی استان است که به ستادهای ملی اعلام خواهد شد.
وی همچنین نسبت منابع و مصارف بانک‌های دولتی استان را قابل قبول دانست و گفت: نسبت مصارف به منابع بانک‌های خصوصی استان کمتر از سه درصد است که این نسبت باید اصلاح شود.
یوسف دادوی، رئیس مجمع نمایندگان آذربایجان شرقی و نماینده مردم سراب در مجلس شورای اسلامی نیز در این جلسه آمادگی نمایندگان استان را برای پیگیری حل مشکلات بخش خصوصی استان اعلام کرد و گفت: با تمام وجود در خدمت فعالان بخش تولید هستیم.

امنیت سرمایه‌گذاری، خصوصی‌سازی واقعی و همراهی نظام بانکی؛

الزامات اساسی جهش تولید

سیدمحمدرضا میرتاج‌الدینی، نماینده مردم تبریز، اسکو و آذرشهر هم امنیت سرمایه‌گذاری، خصوصی‌سازی واقعی و همراهی نظام بانکی را الزامات اساسی جهش تولید عنوان کرد و گفت: حمایت واقعی از بخش خصوصی در رفغ انحصار است و این موضوع از سوی نمایندگان مجلس پیگیری خواهد شد.
رئیس اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تبریز هم در تشریح عملکرد شورای گفت‌وگوی دولت و بخش خصوصی استان در سال ۹۸، گفت: در سال گذشته ۹ جلسه این شورا بر گزار شد که ۴۵ مصوبه ملی و ۵۲ مصوبه استانی داشت.
یونس ژاله گفت: انتقال سپرده‌های مردم به بانک‌های خصوصی به استان از جمله مصوبات این شورا در سال گذشته بود که منجر به ابلاغ مصوبه ملی مبنی بر جذب ۵۰ درصد از منابع این بانک‌ها در استان شد.
وی با بیان اینکه برخی از مصوبات نیز به دلیل شرایط اقتصادی و شیوع بیماری کرونا اجرا نشد، افزود: ایجاد پنجره واحد سرمایه‌گذاری با هدف تسریع در صدور مجوزها یکی از این مصوبات بود که امسال اجرای آن در ۵ استان از جمله آذربایجان شرقی الزامی شده است.
ژاله همچنین معوقات بانکی، کمبود نقدینگی، قطع زنجیره تأمین و کاهش ظرفیت تولید به دلیل عدم تأمین مواد اولیه را از جمله مهم‌ترین مشکلات بخش تولید پس از شیوع بیماری کرونا اعلام کرد و خواستار حمایت دولت از واحدهای تولیدی آسیب‌دیده از کرونا شد.

وقتی یک مدیر عامل واقعی می شوید که سازمان تان مهمتر از عنوان شغلی تان باشد



حتی اگر مدیرعامل شرکت را تاسیس کرده باشد، این سمت، تنها یک عنوان باشکوه برای کسی است که بر کار تعداد انگشت‌شماری از کارکنان نظارت می‌کند. آیا بیشتر مدیران عامل فقط کلاس می‌گذارند؟ مشاور مدیریت استیو توبک به طور قطع این طور فکر می‌کند. وی در یکی از مقالات قدیمش به نام «چرا بیشتر مدیران عامل شایاند» از تمایل بسیاری از مردم به دادن عنوان مدیرعامل به خودشان ابراز تاسف می‌کند. وی می‌نویسد:

شاید من کمی شوخی می‌کنم اما خودتان می‌دانید در مورد چه چیزی حرف می‌زنم. موقعیتی که قبلاً نشان‌دهنده یک مدیر سازمان واقعی با تیمی اجرایی، یک هیأت مدیره، رئیس یک سازمان و مسئولیت‌های خیلی زیاد بود امروزه توسط هر کس با شغل آزاد یا کسی که فقط فکر می‌کند ایده اقتصادی خوبی دارد، ربوده شده است. اکنون سوال این است که: یک مدیرعامل چه موقع مدیرعاملی «واقعی» است؟ در اینجا برخی از ویژگی‌های آنها را شرح می‌دهیم. من معتقدم که کار مدیرعامل وقتی شروع می‌شود که تعداد کارکنان شرکت به حدود ۲۰ نفر برسد. تا قبل از آن این شغل بیشتر شبیه نقش یک مدیر محصول است. مدیران عامل در این مرحله سعی می‌کنند که یک محصول مناسب را توسعه دهند و مقداری درآمد

کسب کنند. موقعیت واقعی مدیرعامل وقتی شروع می‌شود که یک سازمان کامل با تمام توابع اصلی‌اش وجود دارد. این گذار معمولاً با ۲۰ تا ۳۰ کارمند شروع می‌شود و وقتی این تعداد به ۵۰ نفر برسد یک نقش تمام وقت مدیرعاملی وجود دارد.

در این مرحله، یک مدیرعامل باید اقدامات با ظرفیت فردی خود همانند نوشتن کد، فروش، توسعه کپی و ... را متوقف کرده و به رهبر کل سازمان تبدیل شود. این امر مستلزم مسئولیت‌های کلیدی مدیرعامل است:

- ایجاد و داشتن یک دید کلی
- اتخاذ تصمیمات تاثیرگذار بر توابع چندگانه
- عرضه منابع موردنیاز سازمان
- ساختن یک فرهنگ و ارائه عملکرد

برخی معتقدند که به منظور درجه‌بندی سازمان، مدیران عامل موسس باید در برخی نقاط با مدیران عامل حرفه‌ای جایگزین شوند. من الزاماً با این نظر موافق نیستم چراکه مراحل مختلف یک سازمان نیازمند مهارت‌های متفاوتی است، موسس‌های شرکت می‌توانند جهش بیابند و این افراد معمولاً بهترین شخص برای رشد سازمان هستند.

یک کارآفرین که دارای مهارت‌های لازم برای تاثیرگذاری بر ۵۰ تا ۱۰۰ نفر است مطمئناً می‌تواند به عنوان مدیرعامل باقی بماند و با این سمت انطباق یابد. بسیاری از مدیران عامل موسس، سازمان خود را رهبری می‌کنند مثل مارک زاکربرگ، لری الیسون، بیل گیتس یا جف بزوس.

بزرگترین عاملی که مشخص می‌کند که یک موسس خاص می‌تواند مدیرعامل دائمی باشد یا نه این است که آیا وی می‌تواند از یک متخصص به یک تعمیم‌دهنده تبدیل شود یا نه. بسیاری از مدیران عامل به محدوده آسایش خود باز می‌گردند؛ حوزه تخصصی‌ای که در آن به عنوان یک عامل فردی سرآمد هستند و سایر بخش‌های کسب و کار را نادیده می‌گیرند. آنها از به کارگیری یک رویکرد متعادل در سراسر طیف کسب و کار عاجزند.

دو پس‌زمینه شایع در مراحل اولیه مدیرعاملی، فروش یا فناوری است. کسانی که نمی‌توانند مدیرعامل موفق شوند افرادی هستند که زمان زیادی را صرف یک حوزه خاص می‌کنند. برای مثال آنها تمام زمان خود را صرف تلاش برای فروش یا عقد یک قرارداد بزرگ می‌کنند و به اندازه کافی به سایر حوزه‌های کسب و کار توجه نمی‌کنند.

اگر یک مدیرعامل بیشتر وقت خود را صرف یک نقش خاص کند نقش مدیرعاملی خود را تضعیف می‌کند و نمی‌تواند به طور صحیح با چالش‌های منحصر به فرد مقابله کرده یا هیأت رئیسه را راضی نگه دارد. جیم شلکسر نویسنده کتاب «مدیران عامل موفق تنبلند» می‌گوید که مدیران عامل باید راهی برای خروج از این انحصار نقش بسا حالت بازیکنی بیابند. آنها باید با استعداد خود نقش یک فرد مشارکت‌دهنده را در سیستم ایفا کنند.

همانطور که توباک در مقاله‌اش می‌نویسد:

مدیر ارشد اجرایی یک عنوان احمقانه نیست. یک شغل واقعی است. یک کار حقیقی، یک حرفه واقعی و نیازمند تجربه گسترده، دانشی وسیع و تلاشی طاقت‌فرسا برای رسیدن به اوج دنیای سازمان است به هر حال اگر شما مدیرعامل شده‌اید یا آرزوی مدیرعامل شدن را دارید، نباید آن را دست‌کم بگیرید. درک مسئولیت‌های منحصر به فرد نقش مدیرعامل در اولویت است. یکی دیگر از کلیدهای موفقیت این است که همواره در حال یادگیری باشید. برخی از بهترین مدیران عامل کسانی هستند که دائماً در حال افزودن به دانش و مهارت‌های خود در راه خدمت به سازمان‌شان هستند.

منبع: [entrepreneur/ucan](#)

۵ عادت رفتاری رهبران موفق؛ این عادت‌ها برخلاف چیزی هستند که تصور می‌کنید

برای ترغیب شدن به انجام تمرین‌های تواضع، هیچ راهی بهتر از تمرین آنها وجود ندارد. هر زمان که اعتبارات به دست آمده در موفقیت را با دیگران به اشتراک بگذارید، در واقع این اخلاق را تقویت کرده‌اید.

نکات حاشیه‌ای

زمانی که ما رویکرد فروتنانه را در پیش بگیریم، اتفاقات جالبی رخ خواهند داد که دریچه‌ای را به سوی دستاوردهای ممکن باز می‌کند. ما ذهن باز و کنجکاوی را به جای حفاظت از نقطه نظرات خود انتخاب می‌کنیم. با تمرین‌های تواضع، تمایل ما به یادگیری از دیگران بیشتر می‌شود. بی‌نقص بودن را کنار می‌گذاریم و تلاش می‌کنیم که در لحظه زندگی کنیم. اعمال این روش‌ها همچنین در تقویت ارتباطات نیز نقش اساسی دارد، علاوه بر اینکه اضطراب را کاهش داده و باعث افزایش اعتماد به نفس متقابل می‌شود.

مسلط شدن به فروتنی، مزایای رقابتی شفاف و روشنی را دربر دارد. منبع: [INC/ucan](#)

برای رسیدن به نتایج بهتر و دستیابی سریع‌تر به آنها از این عبارت استفاده کنید: «حق با شماست.»

۳. کنترل رفتار خود را از دست ندهید

اگر به اشتباه در مسیر موعظه کردن دیگران افتاده‌اید و یا اینکه به فرار رسیده که رفتار خود را زیر ذره بین قرار دهید. آیا تحمیل عقیده و نقطه نظر خودتان باعث نادیده گرفتن مصلحت و احتیاط خواهد شد؟ فکر نمی‌کنید که اصلاح رفتار دیگران به نوعی بازتاب‌دهنده نیازهای خود شماست؟

۴. از همتایان خود نتایج را ببرید

آیا از نتایج عملکرد خود در مسیر رهبری بی‌اطلاع هستید؟ پس ببرید. برای پرسیدن سوال «عملکرد من چگونه است؟» به تواضع نیاز دارید و حتی برای شنیدن پاسخ نیز باید تواضع به خرج دهید.

۵. یک نمونه را برای خود در نظر بگیرید

توصیف می‌شوند؛ نیروی عزم و اراده این افراد می‌تواند تمرکز را از مسائل حاشیه‌ای برداشته و آن را روی مسائل بااهمیتی که به شناخت همکاری دیگران منجر می‌شود، قرار دهد. آنها با استفاده از این روحیه می‌توانند به طور مستمر به نتایج موردنظر خود برسند.

برونا مارتینوزی، مدیر [Clarion Enterprises](#) و نویسنده کتاب [The Leader as a Mench](#) می‌گوید: «به همان آدمی تبدیل شوید که دیگران می‌خواهند از او پیروی کنند.»

در ادامه با پنج عادت رفتاری آشنا می‌شوید که فروتنی را در افراد ایجاد می‌کند.

۱. از حرف زدن بیش از اندازه پرهیز کنید

اجازه دهید که سایر افراد نیز در معرض توجه و تماشای عموم قرار بگیرند. به یاد داشته باشید که قدرت رهایی‌سازی ویژه‌ای در این استراتژی نهفته است.

۲. سه لغت جادویی

اصلاً جای تعجب نیست که تعداد کمی از رهبران، این اصول را تمرین می‌کنند؛ چراکه اغلب، برداشت اشتباهی از آنها صورت می‌گیرد. حتماً می‌دانید که تواضع و فروتنی، یکی از صفاتی است که وجود آن در مدیران و رهبران کاری بسیار حائز اهمیت است، اما این لغت در افراد مختلف، اثرات متفاوتی دارد، بنابراین در اکثر مواقع، تصور اشتباهی از آن صورت می‌گیرد. برخی تصور می‌کنند که تواضع در مدیران، به معنای عدم اعتماد به نفس یا ترسو بودن است. برخی نیز بر این باورند که نگرش نرم این صفات اخلاقی باعث می‌شود که در سختی و خشونت فضای کسب و کار دوام نیاورند.

که البته این حرف، با حقیقت فاصله زیادی دارد.

این لغت برای اولین بار در کتاب [Good to Great](#) نوشته جیم کالینز، توجه بسیاری را به خود جلب کرد. کالینز دریافت که در وجود برخی رهبران، ترکیب متناقضی از اراده حرفه‌ای شدید و فروتنی شخصی مفرط دیده می‌شود. این افراد با لغت «فروتین»

استارت‌آپ‌ها چطور از پیشنهادات مشاوران کاربرد استفاده می‌کنند؟

خیلی از افرادی که سابقه کاری بالایی دارند، مهارت‌های خود را به عنوان مشاور در اختیار استارت‌آپ‌ها قرار می‌دهند، اما تنها شرکت‌های بزرگ از خدمات مشاوران بهره می‌برند. به ندرت پیش می‌آید کسب و کارهای کوچک و استارت‌آپ‌ها به دنبال مشاوره گرفتن از افراد حرفه‌ای باشند. اکنون قصد داریم روش‌هایی برای ارائه مشاوره به استارت‌آپ‌ها بیان کنیم. مشاور، فرد کاربلدی است که می‌تواند گزارش تهیه کند، ارائه خوبی داشته باشد و اعضای هیأت مدیره را به انجام کاری مجاب کند. به دلیل اینکه استارت‌آپ‌ها در ابتدای کار خود کارمندان زیادی ندارند و هر روز مشکلات جدیدی جلوی‌شان ظاهر می‌شود؛ تمایل چندانی به استفاده از خدمات مشاوران متخصص ندارند.

مارتین زویلینگ، مؤسس و مدیرعامل شرکت مشاوره به استارت‌آپ‌ها و کسب و کارهای نوپاست. او چند سال قبل در شرکت IBM کار می‌کرد و تجربیات ارزشمندی به دست آورده است، اکنون به‌عنوان مشاور در استارت‌آپ‌های سیلیکون ولی فعالیت دارد، اما بعد از مدتی دریافت آنها خیلی به دنبال مشاور نیستند و حتی از کسانی که مدت زیادی در کسب و کارهای بزرگ فعالیت داشته‌اند فاصله می‌گیرند. استارت‌آپ‌ها به دنبال استخدام افرادی هستند که بتواند چالش‌های جدید کسب و کار را برای‌شان حل کند. زویلینگ تجربه کافی در مدیریت، بازاریابی و سرمایه‌گذاری دارد و در نظر دارد به جای مشاوره دادن، خدمات چالش‌برانگیز بیشتری به کسب و کارها ارائه دهد. افراد زیادی هستند که می‌خواهند از دنیای کسب و کارهای بزرگ بیرون بیایند و روانه دنیای استارت‌آپ‌ها شوند. در ادامه مقاله، مواردی را معرفی می‌کنیم که به ملحق شدن شما به دنیای استارت‌آپ‌ها کمک می‌کند.

مشغول آزادکاری شوید

آزادکاری یا فعالیت با قرارداد پیمانی نیازمند نقش اجرایی به جای نقش مشاوره‌ای است. استارت‌آپ‌ها و کسب و کارهای کوچک همیشه نیاز به مدیر اجرایی موقت دارند. فرد متخصصی که به دنبال شغل‌هایی با قرارداد طولانی مدت نیست، اصطلاحاً آزادکار نامیده می‌شود.

در هر کاری که مهارت دارید، خود را متخصص بنامید

اینکه خود را به عنوان متخصص بازاریابی، طراحی یا مدیر پروژه معرفی کنید برای فعالیت به عنوان مشاور کافی نیست. متخصصان کسانی هستند که کارهای مفید انجام می‌دهند نه اینکه تنها به دیگران پیشنهاد بدهند. پس فعالیت بیشتری در شبکه‌های اجتماعی داشته باشید تا به عنوان فردی فعال در حوزه کاری خود شناخته شوید.

برای ارائه گزارش از اعداد و ارقام استفاده کنید

قراردادها و توافقات آن در مدت زمان مشخص نوشته می‌شوند. پس همیشه کاری که می‌توانید در مدت زمان مشخص انجام دهید را در نظر بگیرید؛ مثلاً فردی که به عنوان بازاریاب فعالیت دارد، باید بگوید در پروژه‌های قبلی چه تعداد مشتری را از طریق تبلیغات وارد سایت کرده و چند نفر از بازدیدکنندگان از سایت خرید کرده‌اند. ارائه پیشنهاد برای بهبود فرآیند کار کافی نیست و باید همراه با اعداد و ارقام باشد.

فعالیت خود را به بخشی از شرکت محدود نکنید

رهبری کردن در یک شرکت تنها به شغل‌های مهم محدود نیست بلکه تمام مراحل را دربر می‌گیرد. آزادکارها می‌توانند میزان حقوق درخواستی خود را براساس خدماتی در نظر بگیرند که برای هر بخش از شرکت انجام می‌دهند.

کسب و کارها را به عنوان مشتری در نظر بگیرید

معمولاً فرد مشاور به‌عنوان یک متخصص همه کاره معرفی می‌شود، اما وقتی که کسب و کار به عنوان مشتری لحاظ شود، نظرش اهمیت بیشتری خواهد داشت. چنین رابطه‌ای تمام جنبه‌های موردنیاز چون اعلام رضایت، تاییدکردن و پیشنهاددادن مشاور به دیگر کسب و کارها را شامل می‌شود.

از تمام مدل‌های ارتباطی استفاده کنید

خیلی از مشاوران تنها از یک روش ارتباطی استفاده می‌کنند و برنامه زمانی مرتبی برای صحبت با مشتریان خود دارند. شاید این روش در گذشته جواب می‌داد، اما امروزه راه‌های بیشتری برای برقراری ارتباط وجود دارد. ایمیل، پیامک، تلفن و شبکه‌های اجتماعی از جمله راه‌های ارتباطی هستند که مورد استفاده قرار می‌گیرند. پس خود را به یک روش محدود نکنید و از روشی استفاده کنید که مشتریان دوست دارند.

از مدل‌های جدید کسب و کار استفاده کنید

اگر مشتری می‌خواهد فرآیندها را به طور غیررسمی انجام دهد، باید خود را با شرایط وفق دهید؛ در غیر این صورت همانند فردی جدا از فرهنگ سازمانی استارت‌آپ به نظر خواهید رسید. اگر کارمندان استارت‌آپ در شهر یا کشورهای دیگر هستند، باید براساس روش کاری آنها عمل کنید نه اینکه از آنها بخواهید استراژی‌ی‌شان را به خاطر شما تغییر دهند.

به جای پیشنهاددادن، نتیجه ارائه بدهید

تنها ارائه پاورپوینت به عنوان نتیجه یک کار شناخته نمی‌شود. اگر مشتری به خدمات و پشتیبانی نیاز دارد، باید کاری تحویل دهید که شامل خدمات سفارشی‌سازی شده، پیاده‌سازی شده و آموزش آنها باشد. پس تنها ارائه پیشنهادات ساده هیچ فایده‌ای نخواهد داشت. یادتان باشد هر فرد آزادکار به تنهایی یک برند است و نمی‌تواند از اعتبار نام شرکت استفاده کند. راه‌اندازی یک وب‌سایت حرفه‌ای، فعالیت در شبکه‌های اجتماعی و شرکت در کنفرانس‌ها راهی جدید برای تبلیغات و ایجاد ارتباط با دیگران است و خودتان باید به دنبال تبلیغ کردن خودتان باشید.

امروزه تعداد استارت‌آپ‌ها و کسب و کارهای کوچک رو به فزونی است و فرصت زیادی برای ارائه خدمات مشاوره به شرکت‌های بزرگ وجود دارد، اما یادتان نرود استارت‌آپ‌ها و کسب و کارهای کوچک به دنبال استخدام افرادی هستند که بخشی از کار را به عهده بگیرند، نه اینکه فقط چند پیشنهاد ساده و مفید ارائه دهند. کار کردن در کسب و کارهای نوپا تجربیات جالب و ارزشمندی به دنبال دارد.

منبع: **inc/ucan**

فرصت امروز

روزنامه مدیریتی - اقتصادی

سه‌شنبه | ۲۰ خرداد ۱۳۹۹ | شماره ۱۵۵۸ | 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، پلاک۱۴۹

دفتر مرکزی: ۸۸۳۱۷۷۳۸

سازمان آگهی‌ها: ۸۸۳۲۰۹۶۰

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

WWW.FORSATONLINE.COM

INFO@FORSATONLINE.COM



اگر از موفقیت می‌ترسید این کارها را انجام دهید

افسانه‌ای باشیم؟ اما واقعا شما چه کسی نیستید؟ شما جزوی از وجود خداوند هستید. اینکه شما نقش ناچیزی در دنیا داشته باشید بی‌معناست. هیچ نکته مثبتی در مورد کوچک کردن خود برای اینکه دیگران احساس ناامنی نکنند، وجود ندارد. ما همه باید همانند کودکان بدرخشیم. ما متولد شدیم تا با جلال خداوند که درون ماست آشنا شویم. این شامل تعدادی از ما نمی‌شود بلکه همه ما را شامل می‌شود و وقتی بگذاریم که نور درون‌مان بدرخشد، به صورت ناخودآگاه به دیگران نیز اجازه درخشش می‌دهیم. با آزادسازی خود از ترس‌های‌مان به صورت خودکار حضورمان دیگران را نیز از ترس‌های‌شان آزاد می‌کند.

تکنیک‌های فراوانی وجود دارند که می‌توانید برای مقابله با ترس به چشم آمدن از آن استفاده کنید. یکی از روش‌های مورد علاقه من استفاده کردن از کلمه «اگرچه» است. کافی است بگویید «اگرچه (موقعیت و احساس خود را بگویید) حاضر هستم/خوشحال هستم که (احساسی که می‌خواهید داشته باشید بیان کنید)» برای مثال: «اگرچه باید در مقابل کلاس صحبت کنم و احساس شرمندگی می‌کنم، حاضر هستم یک سخنرانی عالی ارائه بدم و احساس خوبی داشته باشم.»

۳. ترس از تغییر

تغییر یک پدیده طبیعی و بخشی از زندگی است. هیچ چیز ثابت باقی نمی‌ماند. موفقیت به صورت ذاتی به این معناست که باید چیز متفاوتی را تجربه کنید، چیزی که در گذشته نداشت‌اید. موفقیت به این دلیل که شما در حال ورود به منطقه‌ای ناشناخته هستید می‌تواند ترسناک باشد. تصور کنید که در تمام زندگی‌تان اضافه‌وزن داشته‌اید، لاغر بودن برای اولین بار در زندگی چگونه خواهد بود؟ زمانی که لاغر شدید چگونه باید لباس بپوشید؟ چگونه باید رفتار کنید؟ یا چه کسانی می‌توانید معاشرت کنید؟ تغییر می‌تواند شگفت‌انگیز یا کلافه‌کننده و یا رهایی‌بخش یا ترسناک باشد، اما همچنین اجتناب‌ناپذیر نیز است.

راه‌حل

اگر تغییر اجتناب‌ناپذیر باشد (که هست)، بنابراین اولین کاری که باید انجام دهید این است که بدانید واقعا چه چیزی را می‌خواهید. زندگی که خواهان آن هستید را توصیف کنید بدون هیچ قضاوتی. آن را در کاغذی یادداشت کنید. اکنون می‌توانید با به اشتراک گذاشتن نگرش زندگی خود با شخصی که او را دوست دارید و به او اعتماد دارید، پیوستن به گروهی که هدف یکسانی دارند، گرفتن یک مربی و یا خواندن کتابی مربوط به هدف‌تان حمایت کسب کنید.

منبع: **Lifhack/ucan**

می‌آوریم و به دست نمی‌آوریم، چیزی که می‌بخشیم و نگه می‌داریم، چیزی که برای داشتنش هر کاری انجام می‌دهیم و کاری انجام نمی‌دهیم. به طور خلاصه، پول با درستی و صداقت ما رابطه‌ای پیچیده دارد.

خودفروخته بودن، بیش از حد بلندپرواز بودن، خودخواه بودن، سطحی‌نگر بودن، تعدادی از برچسب‌هایی هستند که ما از آنها ترس داریم زیراکه باعث بد جلوه دادن ما در میان مردم می‌شوند.

راه‌حل

شما نمی‌توانید همه را راضی نگه دارید، مهم نیست که چقدر خوب یا مهربان هستید همه از شما خوش‌شان نخواهد آمد؛ در عوض بر اینکه در خدمت چه کسی و چرا در خدمت او هستید، تمرکز کنید این افراد می‌توانند در خانه، در کسب و کار یا در جامعه شما باشند. مشخص کنید که چه چیزی از خود را می‌خواهید به دیگران ببخشید. عشریه یک تمرین معنوی است که بسیاری از افراد موفق آن را دنبال می‌کنند که در آن درصدی از درآمد خود که معمولاً ۱۰درصد است را به یک سازمان مذهبی یا خیریه می‌بخشند. شما هم می‌توانید عشریه‌ای از زمان و انرژی خود را به افراد دیگر بدون در نظر گرفتن چیزی در ازای آن، اختصاص دهید.

به عبارت دیگر، با بخشش به صورت منظم، کمال خود را حفظ کنید.

۲. ترس از به چشم آمدن

ترس از به چشم آمدن می‌تواند شما را به زانسو در بیاورد. در گذشته، من ایده‌های درخشان بسیاری داشتم که به من کمک می‌کرد به صورت آنلاین بیشتر به چشم بیایم، اما من هیچ‌کدام از آنها را عملی نکردم. دلیلش هم این بود که من به خود می‌گفتم که من این همه توجه را نمی‌خواهم یا این همه کار سخت ارزش تلاش را ندارد.

اما حقیقت ماجرا این بود که من نگران خارق‌العاده شدن بودم. همرنگ جامعه شدن آسان است، که این امر به معنای طردنشدن یا نگران نبودن در مورد احتمال اینکه کسی از شما احساس نارضایتی کند، خواهد بود.

راه‌حل

این نقل‌قول از ماریان ویلیامسون را بخوانید. هر بار که این متن را بخوانید حس خواهید کرد که به تازگی تحصیل کرده‌اید. عمیق‌ترین ترس، ناکافی بودن‌مان نیست. عمیق‌ترین ترس ما این است که ما بیش از اندازه قدرتمند هستیم. تاریکی وجود ما را نمی‌ترساند بلکه این نور وجود ماست که باعث ترس‌مان می‌شود. ما از خودمان می‌پرسیم، من که هستم که بتوانم، بالاستعداد، زیبا