

کمبود مواد غذایی در کمین کشورهای مبتلا به کرونا

پریسا یعقوبی، حسن ثاقب
اعضای هیات علمی موسسه مطالعات
و پژوهش‌های بازرگانی

شیوع بیماری کرونا، اقتصاد جهان و کشورهای مبتلا به آن را به شدت تحت تأثیر قرار داده است. برخلاف برآوردهای اولیه مبنی بر اینکه آثار سوء شیوع این بیماری تأثیر چندانی بر اقتصاد جهانی ندارد، اما با گسترش آن به کشورهای اروپایی و آمریکا، اثرگذاری بسیار شدید آن نمایان شد. تأثیر پاندمی کرونا به حدی بود که تمام بازارهای جهانی از جمله نفت و بورس‌ها با کاهش و ریزش شدید مواجه و بنگاه‌های زیادی را به تعطیلی کشاند. این شرایط سبب تشدید بحران بیکاری در کشورها شد تا حدی که متعاقب آن، سازمان‌های بین‌المللی برای اقتصاد جهانی پیش‌بینی رکود نمودند. اهمیت این موضوع تا حدی بود که سه سازمان بین‌المللی شامل سازمان جهانی خواربار و کشاورزی ملل متحد (فاو)، سازمان بهداشت جهانی و سازمان تجارت جهانی بیانیه‌ای را درخصوص احتمال کمبود مواد غذایی در جهان صادر نمودند و هشدار دادند که اگر مقابله کشورها نتوانند «به طور مناسبی» بحران کرونا را کنترل کنند، احتمال کمبود موادغذایی در سراسر جهان وجود خواهد داشت. لذا بایستی باحمایت از تولیدکنندگان..

فرصت امروز

برای کسب وکار آفرینی

رئیس سازمان بورس از ورود ۵۰ هزار میلیارد تومان نقدینگی به بورس در فصل بهار خبر داد

۳ مأموریت مهم بازار سرمایه در ۱۵ سال گذشته

فرصت امروز: اولین نشست خبری سکاندار جدید سازمان بورس روز دوشنبه با حضور خبرنگاران...

اقتصاد ایران در سال گذشته بیشترین میزان نقدینگی را تجربه کرد

کارنامه ۸ ساله نقدینگی

بررسی وضعیت نقدینگی در هشت سال گذشته نشان می‌دهد که اقتصاد ایران در سال گذشته بیشترین میزان نقدینگی را تجربه کرده است، به طوری که نقدینگی در این سال بیش از ۲۰۰۰ هزار میلیارد تومان رشد داشته و براساس پیش‌بینی‌ها امسال احتمالاً به یک میلیون میلیارد تومان هم می‌رسد؛ البته رئیس کل بانک مرکزی اعلام کرده که با فروش سهام دولتی و انتشار اوراق بدهی، حجم نقدینگی کم می‌شود اما کارشناسان این کاهش حجم نقدینگی را مشروط به انجام صحیح عملیات بازار باز بانکی، انتشار اوراق و حمایت دولت از اقدامات بانک مرکزی برای کنترل تورم و نقدینگی می‌دانند. به گزارش ایسنا، نقدینگی میزان حجم پول در گردش است که از مجموع پایه پولی و شبه پول (هرگونه پولی که در بانک سپرده‌گذاری شده اما امکان برداشت از آن به زمان خاصی محدود شده است) خلق می‌شود و رشد بیش از اندازه و خارج از کنترل آن تأثیراتی مخربی چون افزایش تورم و قیمت‌ها بر اقتصاد هر کشوری را دربر خواهد داشت که طبق گفته کارشناسان اقتصادی، برای مهار آن اگر عملیات بازار باز بانکی و انتشار اوراق و عمق بخشیدن به بازار اوراق به درستی عملیاتی شوند و دولت هم از اقدامات بانک مرکزی برای کنترل تورم و نقدینگی حمایت کند، آن وقت موتور خلق پول خاموش می‌شود. علاوه بر این، تأمین و کنترل کسری بودجه، استقراض نکردن دولت از منابع...

چقدر زمان لازم است تا اقتصاد به شرایط عادی بازگردد؟

نگاه کارآفرینان به کرونا

مدیریت و کسب‌وکار



موسسه خیریه سری بنیانگذار
گوگل با پهباد و کشتی هوایی
جان مردم را نجات می‌دهد

- روایت «ویروس» و «وب» در دوران کرونا
- چگونه از افسردگی ناشی از کار فاصله بگیریم
- برندسازی موفق با ۵ اقدام ساده
- پایان رسمی همکاری بنز و بی‌ام‌و
- تعطیلی مجدد فروشگاه‌های اپل در آمریکا
- ۵ دلیل عمده پایین‌بودن ترافیک سایت

تازه‌ترین رتبه‌بندی بهترین دانشگاه‌های جهان منتشر شد

۵ دانشگاه ایرانی در بین ۱۰۰۰ دانشگاه معتبر

تازه‌ترین رتبه‌بندی بهترین دانشگاه‌های جهان منتشر شد و ۵ دانشگاه ایرانی در بین هزار دانشگاه برتر و معتبر دنیا حضور دارند. دانشگاه‌های شریف، امیرکبیر، ایران، تهران و شیراز از جمله دانشگاه‌های ایرانی رتبه‌بندی کیو اس در سال ۲۰۲۱ میلادی هستند. البته حضور این دانشگاه‌ها در این فهرست موضوع جدیدی نیست، چراکه در چند سال گذشته نیز این پنج دانشگاه همیشه در رتبه‌بندی بهترین دانشگاه‌های جهان حضور داشتند و تنها سال گذشته بود که دانشگاه شهید بهشتی هم به لیست ایرانی‌های فهرست کیو اس اضافه شد.

به گزارش خبرآنلاین، رتبه‌بندی دانشگاه‌های «کیو اس» در حالی منتشر شده است که پنج دانشگاه ایرانی نیز در میان هزار دانشگاه برتر و معتبر جهان حضور دارند. دانشگاه‌های شریف، امیرکبیر، ایران، تهران و شیراز به ترتیب پنج دانشگاه برتر ایران در فهرست معتبرترین دانشگاه‌های جهان در سال ۲۰۲۱ هستند.

رتبه ۵ دانشگاه برتر ایران در جهان جدیدترین رتبه‌بندی دانشگاه‌های ایرانی از این قرار است: دانشگاه صنعتی شریف با رتبه ۴۰۹، دانشگاه صنعتی امیرکبیر با رتبه ۴۷۷، دانشگاه تهران با رتبه ۵۹۱، ۶۰۰، دانشگاه ایران با رتبه ۶۰۱ تا ۶۵۰ و در نهایت دانشگاه شیراز با رتبه ۸۰۱ تا ۱۰۰۰. چندی پیش، محمدجواد دهقانی، سرپرست پایگاه استنادی جهان اسلام ISC در این رابطه گفته بود: در رتبه‌بندی کیو اس در سال ۲۰۲۱ دانشگاه‌های صنعتی امیرکبیر و تهران نسبت به سال گذشته دارای رشد رتبه نیز بوده‌اند؛ به طوری که دانشگاه صنعتی امیرکبیر با ۱۲ پله ارتقا از رتبه ۴۸۹ به رتبه ۴۷۷ جهان رسید و دانشگاه تهران نیز با ۵۰ پله رشد از بازه ۶۵۰-۶۰۱ به بازه ۵۹۱-۶۰۰ ارتقا یافت. این در حالی است که تا سال ۲۰۱۶ میلادی فقط دو دانشگاه صنعتی شریف با رتبه ۴۸۰-۴۷۱ و دانشگاه تهران با رتبه ۶۰۰-۵۵۱ در این نظام رتبه‌بندی حضور داشتند. از سوی دیگر رتبه دانشگاه شریف در این فهرست به اندازه کمی پسرفت کرده است و وضعیت دانشگاه ایران و شیراز نیز اصلاً تغییری نکرده است.

رتبه ۵ دانشگاه برتر ایران در جهان جدیدترین رتبه‌بندی دانشگاه‌های ایرانی از این قرار است: دانشگاه صنعتی شریف با رتبه ۴۰۹، دانشگاه صنعتی امیرکبیر با رتبه ۴۷۷، دانشگاه تهران با رتبه ۵۹۱، ۶۰۰، دانشگاه ایران با رتبه ۶۰۱ تا ۶۵۰ و در نهایت دانشگاه شیراز با رتبه ۸۰۱ تا ۱۰۰۰. چندی پیش، محمدجواد دهقانی، سرپرست پایگاه استنادی جهان اسلام ISC در این رابطه گفته بود: در رتبه‌بندی کیو اس در سال ۲۰۲۱ دانشگاه‌های صنعتی امیرکبیر و تهران نسبت به سال گذشته دارای رشد رتبه نیز بوده‌اند؛ به طوری که دانشگاه صنعتی امیرکبیر با ۱۲ پله ارتقا از رتبه ۴۸۹ به رتبه ۴۷۷ جهان رسید و دانشگاه تهران نیز با ۵۰ پله رشد از بازه ۶۵۰-۶۰۱ به بازه ۵۹۱-۶۰۰ ارتقا یافت. این در حالی است که تا سال ۲۰۱۶ میلادی فقط دو دانشگاه صنعتی شریف با رتبه ۴۸۰-۴۷۱ و دانشگاه تهران با رتبه ۶۰۰-۵۵۱ در این نظام رتبه‌بندی حضور داشتند. از سوی دیگر رتبه دانشگاه شریف در این فهرست به اندازه کمی پسرفت کرده است و وضعیت دانشگاه ایران و شیراز نیز اصلاً تغییری نکرده است.

رتبه ۵ دانشگاه برتر ایران در جهان جدیدترین رتبه‌بندی دانشگاه‌های ایرانی از این قرار است: دانشگاه صنعتی شریف با رتبه ۴۰۹، دانشگاه صنعتی امیرکبیر با رتبه ۴۷۷، دانشگاه تهران با رتبه ۵۹۱، ۶۰۰، دانشگاه ایران با رتبه ۶۰۱ تا ۶۵۰ و در نهایت دانشگاه شیراز با رتبه ۸۰۱ تا ۱۰۰۰. چندی پیش، محمدجواد دهقانی، سرپرست پایگاه استنادی جهان اسلام ISC در این رابطه گفته بود: در رتبه‌بندی کیو اس در سال ۲۰۲۱ دانشگاه‌های صنعتی امیرکبیر و تهران نسبت به سال گذشته دارای رشد رتبه نیز بوده‌اند؛ به طوری که دانشگاه صنعتی امیرکبیر با ۱۲ پله ارتقا از رتبه ۴۸۹ به رتبه ۴۷۷ جهان رسید و دانشگاه تهران نیز با ۵۰ پله رشد از بازه ۶۵۰-۶۰۱ به بازه ۵۹۱-۶۰۰ ارتقا یافت. این در حالی است که تا سال ۲۰۱۶ میلادی فقط دو دانشگاه صنعتی شریف با رتبه ۴۸۰-۴۷۱ و دانشگاه تهران با رتبه ۶۰۰-۵۵۱ در این نظام رتبه‌بندی حضور داشتند. از سوی دیگر رتبه دانشگاه شریف در این فهرست به اندازه کمی پسرفت کرده است و وضعیت دانشگاه ایران و شیراز نیز اصلاً تغییری نکرده است.

رتبه ۵ دانشگاه برتر ایران در جهان جدیدترین رتبه‌بندی دانشگاه‌های ایرانی از این قرار است: دانشگاه صنعتی شریف با رتبه ۴۰۹، دانشگاه صنعتی امیرکبیر با رتبه ۴۷۷، دانشگاه تهران با رتبه ۵۹۱، ۶۰۰، دانشگاه ایران با رتبه ۶۰۱ تا ۶۵۰ و در نهایت دانشگاه شیراز با رتبه ۸۰۱ تا ۱۰۰۰. چندی پیش، محمدجواد دهقانی، سرپرست پایگاه استنادی جهان اسلام ISC در این رابطه گفته بود: در رتبه‌بندی کیو اس در سال ۲۰۲۱ دانشگاه‌های صنعتی امیرکبیر و تهران نسبت به سال گذشته دارای رشد رتبه نیز بوده‌اند؛ به طوری که دانشگاه صنعتی امیرکبیر با ۱۲ پله ارتقا از رتبه ۴۸۹ به رتبه ۴۷۷ جهان رسید و دانشگاه تهران نیز با ۵۰ پله رشد از بازه ۶۵۰-۶۰۱ به بازه ۵۹۱-۶۰۰ ارتقا یافت. این در حالی است که تا سال ۲۰۱۶ میلادی فقط دو دانشگاه صنعتی شریف با رتبه ۴۸۰-۴۷۱ و دانشگاه تهران با رتبه ۶۰۰-۵۵۱ در این نظام رتبه‌بندی حضور داشتند. از سوی دیگر رتبه دانشگاه شریف در این فهرست به اندازه کمی پسرفت کرده است و وضعیت دانشگاه ایران و شیراز نیز اصلاً تغییری نکرده است.

رتبه ۵ دانشگاه برتر ایران در جهان جدیدترین رتبه‌بندی دانشگاه‌های ایرانی از این قرار است: دانشگاه صنعتی شریف با رتبه ۴۰۹، دانشگاه صنعتی امیرکبیر با رتبه ۴۷۷، دانشگاه تهران با رتبه ۵۹۱، ۶۰۰، دانشگاه ایران با رتبه ۶۰۱ تا ۶۵۰ و در نهایت دانشگاه شیراز با رتبه ۸۰۱ تا ۱۰۰۰. چندی پیش، محمدجواد دهقانی، سرپرست پایگاه استنادی جهان اسلام ISC در این رابطه گفته بود: در رتبه‌بندی کیو اس در سال ۲۰۲۱ دانشگاه‌های صنعتی امیرکبیر و تهران نسبت به سال گذشته دارای رشد رتبه نیز بوده‌اند؛ به طوری که دانشگاه صنعتی امیرکبیر با ۱۲ پله ارتقا از رتبه ۴۸۹ به رتبه ۴۷۷ جهان رسید و دانشگاه تهران نیز با ۵۰ پله رشد از بازه ۶۵۰-۶۰۱ به بازه ۵۹۱-۶۰۰ ارتقا یافت. این در حالی است که تا سال ۲۰۱۶ میلادی فقط دو دانشگاه صنعتی شریف با رتبه ۴۸۰-۴۷۱ و دانشگاه تهران با رتبه ۶۰۰-۵۵۱ در این نظام رتبه‌بندی حضور داشتند. از سوی دیگر رتبه دانشگاه شریف در این فهرست به اندازه کمی پسرفت کرده است و وضعیت دانشگاه ایران و شیراز نیز اصلاً تغییری نکرده است.

رتبه ۵ دانشگاه برتر ایران در جهان جدیدترین رتبه‌بندی دانشگاه‌های ایرانی از این قرار است: دانشگاه صنعتی شریف با رتبه ۴۰۹، دانشگاه صنعتی امیرکبیر با رتبه ۴۷۷، دانشگاه تهران با رتبه ۵۹۱، ۶۰۰، دانشگاه ایران با رتبه ۶۰۱ تا ۶۵۰ و در نهایت دانشگاه شیراز با رتبه ۸۰۱ تا ۱۰۰۰. چندی پیش، محمدجواد دهقانی، سرپرست پایگاه استنادی جهان اسلام ISC در این رابطه گفته بود: در رتبه‌بندی کیو اس در سال ۲۰۲۱ دانشگاه‌های صنعتی امیرکبیر و تهران نسبت به سال گذشته دارای رشد رتبه نیز بوده‌اند؛ به طوری که دانشگاه صنعتی امیرکبیر با ۱۲ پله ارتقا از رتبه ۴۸۹ به رتبه ۴۷۷ جهان رسید و دانشگاه تهران نیز با ۵۰ پله رشد از بازه ۶۵۰-۶۰۱ به بازه ۵۹۱-۶۰۰ ارتقا یافت. این در حالی است که تا سال ۲۰۱۶ میلادی فقط دو دانشگاه صنعتی شریف با رتبه ۴۸۰-۴۷۱ و دانشگاه تهران با رتبه ۶۰۰-۵۵۱ در این نظام رتبه‌بندی حضور داشتند. از سوی دیگر رتبه دانشگاه شریف در این فهرست به اندازه کمی پسرفت کرده است و وضعیت دانشگاه ایران و شیراز نیز اصلاً تغییری نکرده است.



مهلت ارسال آثار:
پایان شهریور ۱۳۹۹

جوایز جشنواره:
جسم پاسارگاد، دیپلم افتخار و جوایز نقدی برای هر یک از برگزیدگان نامبلغ ۵۰۰ میلیون ریال



کمبود مواد غذایی در کمین کشورهای مبتلا به کرونا

پریسا یعقوبی، حسن ثاقب
اعضای هیات علمی موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی

شیوع بیماری کرونا، اقتصاد جهان و کشورهای مبتلا به آن را به شدت تحت تاثیر قرار داده است. برخلاف برآوردهای اولیه مبنی بر اینکه آثار سوء شیوع این بیماری تاثیر چندانی بر اقتصاد جهانی ندارد، اما با گسترش آن به کشورهای اروپایی و آمریکا، اثرگذاری بسیار شدید آن نمایان شد.

تاثیر پاندمی کرونا به حدی بود که تمام بازارهای جهانی از جمله نفت و بورس ها با کاهش و ریزش شدید مواجه و بنگاه‌های زیادی را به تعطیلی کشاند. این شرایط سبب تشدید بحران بیکاری در کشورها شد تا حدی که متعاقب آن، سازمان‌های بین‌المللی برای اقتصاد جهانی پیش‌بینی رکود نمودند.اهمیت این موضوع تا حدی بود که سه سازمان بین‌المللی شامل سازمان جهانی خواربار و کشاورزی ملل متحد (فاو)، سازمان بهداشت جهانی و سازمان تجارت جهانی بیانیه‌ای را درخصوص احتمال کمبود مواد غذایی در جهان صادر نمودند و هشدار دادند که اگر مقامات کشورها نتوانند «به طور مناسبی» بحران کرونا را کنترل کنند، احتمال کمبود موادغذایی در سراسر جهان وجود خواهد داشت. لذا یابستی با حمایت از تولیدکنندگان موادغذایی در سطح فرآوری و خرده‌فروشی به حفظ زنجیره‌های تأمین مواد غذایی کمک نمود. در غیر این صورت ضمن ایجاد موجی از محدودیت صادرات و کمبود مواد غذایی در بازار جهانی، موجب ایجاد عدم تعادل بین عرضه و تقاضای موادغذایی شده و در نتیجه سبب افزایش نوسانات قیمت می‌شود.

کشورهای مختلف جهان سیاست‌های محدودکننده تجاری مختلفی را برای مبارزه با شیوع کووید-۱۹ در رابطه با محصولات غذایی و کشاورزی اتخاذ کرده‌اند. به عنوان مثال روسیه که بزرگ‌ترین صادرکننده گندم در جهان است، صادرات غلات را از ماه آوریل تا ژوئن ۲۰۲۰ متوقف کرده‌است. ممر نیز که بزرگ‌ترین واردکننده گندم است، واردات غلات را افزایش و صادرات حبوبات را متوقف کرده است.اکثر کشورها مانند قرقیزستان، قزاقستان، پاکستان و هند بر صادرات گندم و برنج از کل تولید را اعمال نموده است. در این میان، کشورهای عربی حوزه خلیج فارس که حدود ۸۰ درصد از نیازهای غذایی آنها وارداتی بود، سزار و کار ویزایزش را برای ذخیره مواد غذایی اتخاذ نمودند و همچنین شبکه زنجیره ارزش و سزار و کارهای الکترونیکی برای امنیت غذایی راهاندازی کردند تا با پیامدهای کووید-۱۹ در این زمینه مقابله کنند.این کشورها به ایجاد سزار و کارهای سریع در عملیات گمرکی جهت تسریع عبور کالاهای اساسی مانند مواد غذایی و دارویی بین خود شدند. از سوی دیگر بررسی سیاست‌های محدودکننده تجاری کشورها در راستای تجارت مواد غذایی نشان می‌دهد که این کشورها، درخصوص مواد غذایی بیشتر از آنکه از ابزارهای تعرفه‌ای و اقدامات احتیاطی و پیشگیرانه بهداشتی و نباتی استفاده کنند در واردات خود ممنوعیت موقت ایجاد کرده‌اند. به عنوان مثال روسیه در انواع محصولات لبنی و گوشت و ماهی، اسسالوادور با حذف موقت تعرفه واردات، اقدام به ایجاد ممنوعیت موقت در خصوص گوشت و ماهی نموده و کشورهای قزاقستان، موریس و آرتانین با استفاده از ابزارهای تعرفه‌ای و اقدامات پیشگیرانه بهداشتی و نباتی در واردات، محدودیت و ممنوعیت موقت ایجاد نمودند.واردات این محصولات از ایران نیز از طرف کشور موریس تا اطلاع ثانوی ممنوع اعلام شده است. در این راستا کشورهای آفریقایی برای مقابله با شیوع بیماری کووید-۱۹ با استفاده از توافقنامه AfCFTA در سال ۲۰۱۸ در جهت تسهیل روابط تجاری و حرکت آزاد کالاها و خدمات حمل ونقل، تجارت مواد غذایی و تجهیزات پزشکی را در اولویت قرار دادند. نظیر همین تمهیدات، از سوی برخی کشورها در رابطه با فراورده‌های دارویی و تجهیزات پزشکی نیز اتخاذ شده است. به عنوان مثال در ۷۹ کشور جهان مانند چین، اتحادیه اروپا، هند، پاکستان و ... صادرات ماسک و تجهیزات محافظتی و ضدعفونی کننده‌ها و مواد اولیه تولید آنها را ممنوع اعلام کرده‌اند. همچنین کشورهای اوکراین، هند و روسیه، ممنوعیت موقت صادرات تجهیزات پزشکی را در پیش گرفتند. آروگونه تعرفه واردات این کالاها را حذف کرده است. علاوه‌براین، برخی کشورها مانند اندونزی، هند، ساحل عاج، قرقیزستان، پاکستان، آفریقایی جنوبی و اوکراین محدودیت صادرات را اعمال نمودند. هند نیز تعرفه واردات تجهیزات کمک تنفسی را کاهش داده است.

در مورد بسیاری از کشورها، سیاست‌های محدودکننده تجاری تا پایان مارس بوده است اما به دلیل طولانی شدن دوره شیوع بیماری، مجدداً بین سه تا شش ماه محدودیت تجاری برای مواد غذایی و کشاورزی با استفاده از مقررات و ابزارهای جاری و اقدامات بهداشتی و گیاهی تمدید شده است. در این میان هند و پاکستان دوره محدودیت‌های تجاری را تا زمان پایان بیماری و الجزایر و کامبوج تا اطلاع ثانوی تعیین کردند. در زمینه فراورده‌های دارویی و تجهیزات پزشکی محدودیت‌های صادراتی اعمال شده، عمدتاً شش ماهه بوده است، اما در این میان کشور تایلند، ممنوعیت صادرات ماسک را تا یک سال و کشور چین واردات برخی اقلام دارویی و پزشکی از آمریکا را به مدت یکسال معاف از تعرفه و اخذ ارزش افزوده کرده است.

اتخاذ سیاست‌های محدودکننده تجاری توسط ایران درخصوص صادرات مواد اولیه تولید ماسک‌های پزشکی و ایطال کلیه مجوزهای صادرات اقلام بهداشتی و محافظت شخصی: در ایران نیز همانند سایر کشورها برای جلوگیری از شیوع ویروس کرونا، از هفتم اسفند سال گذشته (۱۳۹۸) پنج دستورالعمل و بخشنامه گمرکی مبنی بر ممنوعیت صادرات مواد اولیه تولید ماسک‌های پزشکی تا اطلاع ثانوی و همچنین ایطال کلیه مجوزهای صادرات اقلام بهداشتی محافظت شخصی ابلاغ شده است.

با توجه به محدودیت‌های اعمال شده بر صادرات مواد غذایی و کشاورزی که سبب کاهش عرضه این محصولات در جهان و در نتیجه افزایش قیمت آن می‌شود و همچنین هشدارهای سازمان‌های بین‌المللی در این خصوص، بیم افزایش قیمت داخلی این محصولات وجود دارد؛ لذا توجه به موارد ذیل توصیه می‌شود:

• دستنگاه دیپلماسی کشور با رازبنی مناسب به ویژه با کشورهایی مانند هند و روسیه و سایر کشورهای عمده مبدأ اینگونه واردات، از بروز اختلال در روند واردات غلات و سایر مواد غذایی و کالاهای اساسی موردنیاز کشور جلوگیری به عمل آورند.
• دستگاهایی که متولی و سیاست‌گذار تأمین اقلام کشاورزی و غذایی در کشور هستند فرایند زنجیره تأمین (اعم از خرید، تأمین ارز، انتقال کالا به کشور و ...) را به نحو موثر، مدیریت نمایند و با حساسیت بیشتر نسبت به حفظ ذخایر راهبردی کشور، در سقف‌های مصوب شورای عالی امنیت ملی برای این کالاها اقدام لازم را به عمل آورند.

• تمرکز بر خودکفایی تولید در محصولات وارداتی مواد غذایی و بهره‌گیری از سیستم‌های کنترل مدیریت زنجیره تأمین (SCM) در جهت ذخیره مواد غذایی وارداتی.

• ضرورت ایجاد شبکه زنجیره ارزش محلی برای امنیت غذایی همانند توافق کشورهای شورای همکاری خلیج فارس و همچنین توافق‌نامه AfCFTA بین کشورهای آفریقایی.

• استفاده از فناوری اطلاعات و اسناد الکترونیکی در گمرکات کشور برای ترخیص هرچه سریع‌تر کالاهای اساسی از گمرک.

چقدر زمان لازم است تا اقتصاد به شرایط عادی بازگردد؟

نگاه کار آفرینان به کرونا



از طریق اعطای وام‌های با سود پایین»، «تعویق بازپرداخت وام‌ها تا مدتی پس از پایان شیوع ویروس کرونا» و «معافیت مالیاتی در زمان اپیدمی» می‌تواند کمک زیادی برای فعالان اقتصادی باشد. بررسی‌های اقتصادی که تاکنون و در زمان اپیدمی کرونا صورت گرفته، نشان می‌دهد که شیوع ویروس کرونا، بسیاری از بخش‌های اقتصادی از جمله گردشگری، بازرگانی خارجی، بازار سرمایه، بازار ارز، بازار مسکن، کسب و کارهای خُرد، کسب و کارهای عمومی، قیمت کالاها و تولید ناخالص داخلی را تحت تأثیر قرار داده است. با توجه بهضرر و زیان‌های ناشی از شیوع کرونا در اقتصاد ایران، در صورتی که در مورد جبران زیان‌های اقتصادی فورا چاره‌ای اندیشیده نشود و راهکاری عملی در پیش گرفته نشود، آسیب‌های وارده به طور تصاعدی بالا خواهد رفت و بسیاری از کارآفرینان با چالش حذف از چرخه اقتصادی روبه‌رو خواهند شد.

بازگشت اقتصاد به شرایط عادی ۳ ماه طول می‌کشد
 درخصوص پیش‌بینی تأثیر کرونا بر میزان تولید کالا یا ارائه خدمات ظرف سه ماه آینده نتایج به‌دست آمده نشان از کاهش تولید و ارائه خدمات طی سه ماه آینده با ۶۲٫۸ درصد دارد. این کاهش تولید در بخش کشاورزی با ۷۳٫۶ درصد بیشتر نمود را خواهد داشت. نتایج نظرسنجی همچنین نشان می‌دهد که در ۷۶٫۴ درصد از موارد سه ماه و بیشتر زمان لازم است تا اقتصاد به شرایط عادی بازگردد. همچنین در بخش‌های خدمات و صنعت این میزان تقریباً با هم برابر است

درحالی که بخش کشاورزی با ۸۳ درصد زمان بیشتری برای بازگشت صرف خواهد کرد. درباره رعایت پروتکل‌های بهداشتی در محیط کسب و کار برای قطع زنجیره شیوع کرونا و رسیدن به شرایط عادی نیز تنها ۲۰٫۱ درصد از کل کسب و کارها اعلام کرده‌اند که این موارد را رعایت می‌کنند.

در این میان، اعطای تسهیلات و کمک دولتی در دوران شیوع کرونا می‌تواند به صاحبان کسب و کار برای ادامه فعالیت کمک شایانی باشد. در ارتباط با انتظار کارآفرینان از دولت در دوران مشابه شرایط کرونایی برای حمایت از فضای کسب و کار ۴۷٫۳ درصد از پاسخگویان به «تأمین سرمایه در گردش از طریق اعطای وام‌ها یا با سود پایین» اشاره کرده‌اند. از دیگر انتظارات مهم در دوران مشابه کرونا با توجه به پاسخ‌های دریافتی می‌توان به «تعویق بازپرداخت وام‌ها تا مدتی پس از پایان شیوع ویروس کرونا» با ۴۱٫۳ درصد و «معافیت مالیاتی در زمان اپیدمی» با ۳۰ درصد اشاره کرد.

از سوی دیگر، میزان فعالیت کسب و کارهای اقتصادی در زمان شیوع کرونا براساس نتایج این طرح اینگونه است که ۳۸درصد کسب و کارها بر اثر کرونا در اسفند و فروردین فعالیتی نداشته‌اند که این مقدار در اردیبهشت با ۲۱ درصد رسیده است و در مقایسه با ماه‌های اسفند و فروردین فعالیت کسب و کارها در اردیبهشت ۱۷ درصد افزایش داشته است. همچنین ۲۲درصد کسب و کارها در اسفند و فروردین با تمام ظرفیت به فعالیت خود ادامه داده‌اند که با افزایش ۱۲درصدی به ۳۴درصد در اردیبهشت ماه رسیده است. همچنین ۴۰ درصد مابقی نمونه‌ها با حجمی کمتر از ظرفیت کامل در اسفند و فروردین فعالیت داشته‌اند که این عدد در اردیبهشت ماه به ۴۵ درصد رسیده است که حاکی از افزایش تعداد فعالیت کسب و کارها با حجمی کمتر از ظرفیت کامل است.

اثرسنجی کرونا بر فعالیت‌ها و متغیرهای اقتصادی

بیشترین تأثیر کرونا بر جنبه‌های مختلف فعالیت کسب و کارهای اقتصادی براساس نتایج این طرح، اینگونه است که میزان فروش با ۴۸٫۸ درصد در اسفند و فروردین و ۴۵٫۷ درصد در اردیبهشت بیشترین تأثیرپذیری را داشته است. گزینیه‌های جریان نقدینگی، نیروی انسانی، مقدار تولید، بدون تأثیر و میزان پس‌انداز به ترتیب در رتبه‌های بعدی تأثیرپذیری از کرونا قرار دارد. لازم به ذکر است که این رتبه‌بندی در

جمشید پژویان
صبح دوشنبه بر اثر ابتلا به کرونا درگذشت

وداع با اقتصاددان باسابقه

دکترای اقتصاد را در سال‌های ۱۳۵۴ و ۱۳۵۷ از دانشگاه ایالتی یوتا در ایالاتمتحده گذراند. پژویان در سال ۱۳۵۸ به‌عنوان مدیر گروه اقتصاد و مدیریت به تدریس مشغول شد و عضویت در هیات علمی دانشگاه‌های علامه طباطبائی، الزهرار، دانشگاه آزاد و معاون آموزشی دانشکده آموزش از راه دور را در کارنامه داشته است. پژویان اولین رئیس شورای رقابت بود که از زمان تأسیس این سازمان فراق‌و‌ای در تابستان ۸۸ تا آذرماه ۹۲ ریاست این شورا را برعهده داشت و پس از آن ترجیح داد در کسوت استاد اقتصاد در دانشگاه به تدریس مشغول شود. او همچنین از مدافعان سرسخت طرح هدفمندی یارانه‌ها در دولت احمدی‌نژاد بود. حمایت او از این طرح در سال‌های گذشته به حدی پررنگ بود که شایعات

هر دو دوره یکسان بوده است. بیشترین تأثیر کرونا بر جنبه‌های مختلف فعالیت کسب و کارهای اقتصادی در بخش‌های خدمات با ۴۱٫۱ درصد در اسفند و فروردین و ۳۷٫۸ درصد در اردیبهشت بوده است. بیشترین تأثیر کرونا بر جنبه‌های مختلف فعالیت کسب و کارهای اقتصادی در بخش صنعت و معدن با ۴۵٫۹ درصد در اسفند و فروردین و ۴۴٫۴ درصد در اردیبهشت بوده است. بیشترین تأثیر نیز در بخش کشاورزی با ۶۹٫۸ درصد در اسفند و فروردین و ۵۶٫۶ درصد در اردیبهشت بوده است.

همچنین در مورد تعدیل نیروی کار در کل بخش‌های کسب و کار ۳۰ درصد در اسفند و فروردین حداقل یک نفر را تعدیل کرده‌اند و در اردیبهشت ۷ درصد حداقل یک نفر را تعدیل کرده‌اند. همچنین نتایج تعدیل نیرو به‌تفکیک بخش‌های خدمات، در بازه زمانی اسفند و فروردین، در ۲۵ درصد از کل بخش‌های کسب و کار حداقل یک نفر از دورکاری استفاده کرده و در اردیبهشت ۲۰درصد موارد حداقل یک نفر از دورکاری استفاده کرده است. در ماه‌های اسفند و فروردین ۱۵٫۸درصد و در اردیبهشت‌ماه ۳٫۹درصد از کل بخش‌های کسب و کار حداقل یک نفر غیبت موقت داشته‌اند.

در مورد به خدمت گرفتن نیروی جدید انسانی در کل بخش‌های

کسب و کار نیز ۸ درصد در اسفند و فروردین حداقل یک نفر نیروی انسانی جدید به‌کار گرفته شده و در اردیبهشت نیز ۱۱٫۳ درصد حداقل یک نفر نیروی انسانی جدید به‌کار گرفته‌اند. همچنین درخصوص افزایش ساعت کاری در کل بخش‌های کسب و کار ۷٫۹ درصد در اسفند و فروردین حداقل یک ساعت افزایش ساعت کاری وجود داشته است و در اردیبهشت ۸٫۷ درصد حداقل یک ساعت افزایش ساعت کاری داشته‌اند.

مهم‌ترین مشکلات کسب و کارها در بحران کرونا

تأثیر کرونا بر تغییرات قیمت نیز به این شکل بوده است که در کل بخش‌های کسب و کار ۲۴٫۵ درصد در اسفند و فروردین افزایش قیمت داشته‌اند، ۲۲ درصد کاهش قیمت و ۵۳٫۵ درصد تغییر قیمتی نداشته‌اند. این درصدها در اردیبهشت به ترتیب ۲۸ درصد، ۲۰٫۲ درصد و ۵۱٫۹ درصد است. بیشترین عامل تغییر قیمت، تغییر قیمت مواد اولیه با ۳۱٫۳ درصد در اسفند و فروردین و تغییر تقاضا با ۲۲٫۳ درصد در اردیبهشت بوده است.

اما در مورد تغییرات فروش در کل بخش‌های کسب و کار نیز ۷۰ درصد در اسفند و فروردین کاهش فروش داشته‌اند، ۱۶٫۱ درصد افزایش فروش و ۱۳٫۱ درصد بدون تغییر بوده‌اند. این درصدها در اردیبهشت به ترتیب ۶۶٫۸، ۱۶٫۷ و ۱۶٫۶ درصد است. در کل بخش‌های کسب و کار ۶۳ درصد در اسفند و فروردین کاهش تولید داشته‌اند، ۱۵٫۳ درصد افزایش تولید و ۲۱٫۲ درصد بدون تغییر بوده‌اند. این درصدها در اردیبهشت به ترتیب ۵۷٫۲، ۱۶٫۵ و ۲۶٫۳درصد است. به گفته پژوهشکده آمار، مهم‌ترین مشکل در تمامی کسب و کارها طی اسفند و فروردین پرداخت حقوق و دستمزد با ۲۵ درصد بوده و بازپرداخت وام‌ها و پرداخت اجاره با ۲۱ درصد در رتبه‌های بعدی قرار دارند. اردیبهشت ماه نیز پرداخت حقوق و دستمزد با ۲۹ درصد، بازپرداخت وام‌ها با ۲۱ درصد و پرداخت اجاره با ۱۴ درصد در رتبه‌های بعدی قرار دارند. مهم‌ترین راهکار در کل کسب و کارها نیز دریافت وام از بانک‌ها با ۴۴درصد است و دریافت وام از شرکت‌های مالی خرد یا افراد حقیقی و کاهش هزینه‌های عملیاتی (مانند تعدیل نیرو و کاهش حقوق) در رتبه‌های بعدی قرار دارند. همچنین فروش اینترنتی با ۲۲٫۴ درصد در اسفند و فروردین و با ۲۵٫۲ درصد در اردیبهشت به‌عنوان مهم‌ترین راهکار برای عبور از دوران کرونا در نظر گرفته شده است. فروش اقساطی و فروش با تخفیف نیز در رتبه‌های بعدی راهکارها قرار دارند.

متعددیی نیز در مورد تاثیرگذاری او بر تیم اجرایی هدفمندی یارانه‌ها مطرح شد، چنانچه خودش در این باره گفته بود: «حدود ۴۰ سال است که من به روش پرداخت یارانه در ایران انتقاد دارم و در تمام کلاس‌های دانشگاهی نیز مرتباً این موضوع را تکرار کرده‌ام. آنچه بنده در کلاس‌های دانشگاهی عنوان می‌کردم مورد پسند بسیاری از دانشجویان بود و برخی از کسانی که این سیاست را اجرایی کردند نیز از دانشجویان سابق من بودند که متأثر از صحبت‌های تئوری صورت گرفته، اقدام به اجرای این طرح کردند. از این‌رو شایعه شد که من تنورپسین دولت بودم.» روزنامه «فرصت امروز» درگذشت جمشید پژویان را به خانواده او و جامعه علمی کشور تسلیت می‌گوید.
روحش شاد و خدایش بیامرزاد.



جهانگیری در جلسه شورای عالی توسعه صادرات غیرنفتی:

صادرات غیرنفتی مهم‌ترین پیشران اقتصادی است

نهمین جلسه شورای عالی توسعه صادرات غیرنفتی کشور روز گذشته به ریاست معاون اول رئیس جمهور برگزار شد و اسحاق جهانگیری با تأکید بر اینکه امسال موضوعی مهمتر از توسعه صادرات غیرنفتی برای اقتصاد کشور وجود ندارد، گفت: توسعه صادرات غیرنفتی امسال برای کشور از هر امر دیگری واجب‌تر است و همه دستگاه‌های مرتبط با امر صادرات باید برای تحقق هدف‌گذاری ۴۱ میلیارد دلار صادرات غیرنفتی برای سال ۹۹ بسیج شوند. به گزارش پایگاه اطلاع‌رسانی دولت، جهانگیری ادامه داد: اگر به دنبال جهش تولید، حفاظت از اشتغال موجود و تأمین ارز موردنیاز برای واردات مواد اولیه تولید هستیم، باید توسعه صادرات غیرنفتی را در اولویت نخست برنامه‌های خود قرار دهیم و دستگاه‌های اجرایی نیز باید بدانند که اصلی‌ترین و مهم‌ترین وظیفه آنها در سال جاری این است که موانع را از پیش روی توسعه صادرات غیرنفتی بردارند. معاون اول رئیس جمهور از صادرات غیرنفتی به عنوان مهم‌ترین پیشران اقتصادی کشور یاد کرد و افزود: اگر توسعه صادرات غیرنفتی محقق شود بخش تولید، اشتغال و تأمین ارز را به دنبال خود به حرکت وامی‌دارد و بسیاری از مشکلات را برطرف خواهد کرد.

جهانگیری با اشاره به برخی مشکلات و موانع نظیر تحریم‌ها و شرایط کرونایی تصریح کرد: اگر چه با مشکلات و موانع پیچیده روبه‌رو هستیم، اما از ظرفیت‌های گسترده و توان مدیریتی بالا در کشور برخوردار هستیم و قادر خواهیم بود با اتکا به این ظرفیت‌ها مشکلات و موانع پیش رو را برطرف کنیم.

معاون اول رئیس جمهور با تأکید بر اینکه نباید توانمندی و ظرفیت‌های کشور را دست کم بگیریم تصریح کرد: نباید تسلیم مشکلات و سختی‌ها شویم و باید با جدیت برای حل مسائل و مشکلات کشور تلاش کنیم تا بتوانیم با سربرلندی از این مقطع دشوار عبور کنیم. جهانگیری افزود: تجربه دوران شیوع کرونا نشان داد که کشور از ظرفیت‌های ویژه‌ای در بخش‌های مختلف از جمله در حوزه دانش‌بنیان برخوردار است چرا که فعالان عرصه دانش‌بنیان توانستند ظرف چهار ماه علاوه بر تأمین نیازهای داخلی در تجهیزات و اقلام بهداشتی و درمانی، تولید این کالاها را به نقطه‌ای برسانند که امروز آمادگی صادرات به کشورهای دیگر را نیز دارند. معاون اول رئیس جمهور ممنوع کردن صادرات غیرنفتی را بزرگ‌ترین ضربه به صادرات کشور دانست و گفت: پیدا کردن بازار صادراتی کار آسانی نیست و یک صادرکننده باید سال‌ها دوندگی داشته باشد تا بتواند بازار صادراتی پیدا کند و اگر هر یک از بازارهای صادرات کشور از دست برود، به سختی می‌توان این کمبود را جبران کرد. در مواقعی که نیاز به اعمال محدودیت در صادرات وجود دارد نیز باید از طریق تعرفه و عوارض این محدودیت را اعمال کرد.

جهانگیری با اشاره به برخی طراحی‌ها و توطئه‌های خارجی برای تضعیف موقعیت ترازیتی ایران و کاهش درآمدهای کشور از این محل، از وزارتخانه‌های امور خارجه و راه و شهرسازی خواست برنامه‌ریزی‌های لازم را برای تقویت ترازیت کشور و افزایش درآمدها از این محل انجام دهند.

معاون اول رئیس جمهور همچنین با اشاره به موانع و مشکلات پیش روی تبادلات بانکی خاطرنشان کرد: تهاوت روش بسیار خوبی است که می‌تواند نیازهای داخلی را بدون مبادلات بانکی برطرف کند و اتساق بازرگانی ایران باید از طریق ایجاد تعامل گسترده میان بخش خصوصی کشور با بخش خصوصی کشورهای هدف صادراتی، بسترهای لازم را برای افزایش صادرات و واردات از طریق تهاوتر فراهم کند. جهانگیری از بازگشت ارز حاصل از صادرات به چرخه اقتصاد کشور به عنوان دغدغه ملی یاد کرد و گفت: حمایت از صادرکنندگان یک اولویت مهم است اما ارز حاصل از صادرات باید به چرخه اقتصاد کشور برگردد و مشخص باشد که ما به ازای صادرات، کالا وارد کشور شده است. معاون اول رئیس جمهور با اشاره به گزارش‌های ارائه‌شده مبنی بر افزایش تقاضا برای دریافت کارت بازرگانی جهت انجام صادرات گفت: دریافت کارت بازرگانی برای صادرات نباید به ابزاری برای دریافت ارز و یا انجام برخی تخلفات تبدیل شود. لازم است با اعمال برخی نظارت‌ها و تعیین سقف برای سال نخست فعالیت صادرکنندگان، در صورت بازگرداندن ارز از سوی صادرکننده، اجازه صادرات به میزان بیشتر برای سال‌های بعد به صادرکنندگانی که برای اولین بار اقدام به صادرات می‌کنند، داده شود. جهانگیری از وزارت صنعت، معدن و تجارت خواست کارگروهی را با عضویت دستگاه‌های مرتبط با امر صادرات به صورت هفتگی برگزار و موانع پیش روی صادرکنندگان را مورد بررسی قرار دهند و گزارش این جلسات نیز به صورت هفتگی ارائه شود. در این جلسه که وزیر امور خارجه، سرپرست وزارت صنعت، معدن و تجارت، معاون علمی و فناوری رئیس جمهور، رئیس کل گمرک، رئیس اتاق بازرگانی ایران و رئیس سازمان ملی استاندارد نیز حضور داشتند، رئیس سازمان توسعه تجارت گزارشی از عملکرد صادرات غیرنفتی طی سال ۹۸ و الزامات موردنیاز به منظور تحقق اهداف کثی صادرات غیرنفتی در سال جاری ارائه کرد. رئیس سازمان توسعه تجارت همچنین گزارشی از اهداف صادراتی به تفکیک گروه‌های کالایی و طبقه‌بندی کشورهای هدف در سال ۹۹ ارائه کرد و به تشریح برش استانی هدف‌گذاری ۴۱ میلیارد دلاری صادرات غیرنفتی و راهکارهای تحقق آن در سال جاری پرداخت. او همچنین گزارشی از عملکرد کارگروه توسعه صادرات در سال ۱۳۹۸ ارائه کرد و با اشاره به اینکه جلسات این کارگروه به صورت مستمر و هفتگی برگزار می‌شود، عمده‌ترین موضوعات مطرح شده در جلسات کارگروه سال ۱۳۹۸ و تصمیمات اتخاذشده در این کارگروه را مطرح کرد. اختصاص بخشی از درآمد عوارض صادراتی به تقویت زیرساخت‌های توسعه صادرات، تقویت ساختار، تشکیلات و بودجه نمایندگی‌های جمهوری اسلامی ایران در ۲۰ کشور منتخب صادراتی در سال ۹۹، تدوین برنامه جامع برای تقویت و افزایش سهم ترازیت در سبد صادرات خدمات کشور و تصویب آیین‌نامه اجرایی حمایت از توسعه صادرات نرم‌افزار و اصلاح آیین‌نامه حمایت از صادرات خدمات فنی و مهندسی از جمله موضوعاتی بود که در این جلسه مورد بحث و تبادل نظر قرار گرفت و تصمیمات لازم اتخاذ شد.

حال ناخوش ۳ شاخص مسکن



این معنا در نظر بگیریم، باید گفت برای بسیاری از اقتصاددان‌ها مفهوم قیمت ذاتی نیز مورد پذیرش نیست و معتقدند قیمت، همان چیزی است که در بازار بین خریدار و فروشنده به تعادل می‌رسد و تحقق پیدا می‌کند بنابراین در کوتاه‌مدت یا بلندمدت، احتمال کاهش قیمت در بازار مسکن وجود ندارد.

به گفته وی، هر چند قیمت‌های مسکن از نظر تاریخی در حد به نسبت بالایی قرار دارد، اما این سطح قیمت‌ها، کم‌سابقه نیست؛ یعنی برخلاف بازار سهام که در آن شاخص‌های قیمتی از میانگین تاریخی خود فاصله زیادی گرفته‌اند، در بازار مسکن پیرامون سقف میانگین‌های تاریخی خود قرار دارند و به طور معمول در انتهای دوره‌های افزایش قیمت مسکن، به چنین نقطه‌ای می‌رسیم. در گذشته نیز چنین تجربه‌ای را داشتیم بنابراین با اینکه قیمت‌ها بالااست، اما با توجه به شرایط تورمی احتمال اینکه قیمت‌ها سقوط کند، بسیار ضعیف است. در حال حاضر دو دیدگاه جدی درباره بازار مسکن در دو سر طیف دیده می‌شود. عده‌ای معتقدند قیمت‌ها سقوط خواهد کرد که احتمال آن با توجه به تورم فعلی ضعیف است. عده دیگر نیز انتظار دارند قیمت‌ها جهش‌های چشمگیری داشته باشد که احتمال چنین واقعه‌ای نیز در بازار مسکن زیاد نیست، اما به‌طور کلی روند صعودی قیمت در بازار مسکن با توجه به وضعیت تورمی ادامه پیدا خواهد کرد.

۲ عامل مهم و اساسی افزایش قیمت مسکن

سلطان محمدی با بیان اینکه بعید است که دخالت‌های کوتاه‌مدت در بازار مسکن تأثیر تعیین‌کننده بر سطح قیمت‌ها در این بازار بگذارد، می‌افزاید: دولت نقش عمده‌ای در تعیین جهت‌گیری بازار مسکن ندارد. واقعیت اینکه بیش از ۹۵درصد عرضه مسکن توسط خانوارها و بخش خصوصی انجام می‌شود. عرضه مسکن در طول چند سال گذشته به نسبت پایین بوده زیرا شرایط سرمایه‌گذاری در بخش ساخت و ساز مهیا نبوده است. از طرف دیگر، توان خانوارها برای خرید مسکن افزایش پیدا نکرده است.

به اعتقاد او، افزایش قیمتی که در حال حاضر مشاهده می‌شود تا حد زیادی ناشی از وضعیت تورمی است که بر بیشتر بازارها و همچنین کالاهای سرمایه‌ای اثرگذار بوده و مشابه آن را در بازار سهام، ارز و فلزات می‌بینیم. عامل دیگری که بر افزایش قیمت مسکن تأثیرگذار بوده، کاهش نرخ سود بانکی است.

این کارشناس مسکن به نتیجه معکوس مداخلات دولتی در بازار مسکن اشاره می‌کند و ادامه می‌دهد: با توجه به شرایط تورمی سپرده‌گذاری در بانک‌ها، سپرده‌گذار را با زیان مواجه می‌کند، بنابراین افراد برای حفاظت از دارایی‌های خود در برابر تورم به انواع دارایی‌های

گزارش مرکز آمار ایران از بخش مسکن در زمستان سال گذشته نشان می‌دهد سه شاخص مهم بازار مسکن یعنی «قیمت زمین»، «قیمت واحد مسکونی» و «اجاره» افزایشی بوده‌اند. متوسط قیمت فروش هر متر مربع زمین یا زمین ساختمان مسکونی کلنگی در زمستان پارسال ۴ میلیون و ۶۸۰ هزار تومان بوده، که نسبت به پاییز ۱۳۹۸ افزایش ۱۵.۳درصدی و نسبت به زمستان سال ۱۳۹۷ افزایش ۶۳.۴درصدی داشته است. متوسط قیمت فروش هر مترمربع واحد مسکونی نیز در سراسر کشور ۴ میلیون و ۸۴۵ هزار تومان بوده که نسبت به پاییز ۱۳۹۸ افزایش ۱۵.۷ درصدی و نسبت به زمستان سال ۱۳۹۷ افزایش ۶۵.۶ درصدی یافته است. همچنین متوسط اجاره ماهانه به‌علاوه ۳درصد ودیعه در زمستان گذشته ۱۶ هزار و ۶۰ تومان بوده که افزایش ۴۴.۶درصدی را نسبت به زمستان ۱۳۹۷ نشان می‌دهد.

به موازات گزارش مرکز آمار ایران، آمارهای بانک مرکزی نیز گویای افزایش قیمت‌ها در مناطق شهری تهران است. به گفته بانک مرکزی، متوسط قیمت خرید یک متر مربع واحد مسکونی در تهران در دومین ماه سال با افزایش ۳۳.۹ درصدی نسبت به اردیبهشت سال ۱۳۹۸ به ۱۶ میلیون و ۹۷۰ هزار تومان رسید. این افزایش قیمت‌ها در بازار اجاره نیز مشاهده می‌شود؛ به‌طوری که نرخ اجاره واحدهای مسکونی در اردیبهشت امسال نسبت به سال گذشته در تهران ۲۸.۵ درصد و در کل کشور ۳۱.۱ درصد افزایش یافته است.

تورم، مانع شکست روند صعودی مسکن

در حالی که آمارهای بانک مرکزی و مرکز آمار از افزایش قیمت مسکن خبر می‌دهند، برخی از کارشناسان، معتقد به‌وجود حباب در بازار مسکن هستند و انتظار فروکش کردن قیمت‌ها را دارند. این در حالی است که به عقیده یک کارشناس اقتصاد مسکن، مسئله اصلی این بازار، کمبود عرضه است که با مداخلات مقطعی جبران نمی‌شود. به‌اعتقاد مهدی سلطان‌محمدی، راهکار بنیادین برای حل مسائل کنونی بازار مسکن، اصلاحات کلان اقتصادی است.

او در گفت‌وگو با ایرناپلاس، تورم را مانع شکست روند صعودی در بازار مسکن می‌داند و در پاسخ به این سوال که آیا بازار مسکن حبابی شده و در آینده شاهد سقوط قیمت‌ها خواهیم بود، می‌گوید: اصطلاح حباب در بازار زیاد به کار برده می‌شود، اما باید توجه داشته باشیم که بسیاری از اقتصاددانان‌ها اساساً معتقد به وجود پدیده‌ای به‌عنوان حباب در بازارها نیستند. زمانی که مفهوم حباب به کار برده می‌شود، منظور این است که قیمت‌های کنونی از قیمت‌های ذاتی فاصله گرفته‌اند و به‌زودی احتمال سقوط قیمت‌ها وجود دارد. اگر خواهیم حباب را به

کدام اقتصادهای نفتی از سقوط قیمت نفت بدترین ضربه را خوردند؟

دام نفتی به روایت اوایل پرایس

مستقل شورلاین گروه آن را فاجعه تمام عیار خوانده است. در نیجریه، تولیدکنندگان نفت مستقل در حدود یک پنجم یا ۴۰۰ هزار بشکه در روز تولید نفت نیجریه سهم دارند. تولیدکنندگان مستقل نیجریه که زیر بار بدهی قرار دارند در شرایط نامساعدی قرار دارند به دلیل اینکه اکثر این شرکت‌ها دارایی‌های‌شان را شش سال قبل که قیمت نفت حدود ۱۰۰ دلار در هر بشکه بودند خریدند.

برای شرکت دولتی NNPCاوضاع بهتر نیست و این شرکت از شرکا و تأمین‌کنندگانش درخواست کرده است هزینه‌های‌شان را ۳۰ تا ۴۰ درصد کاهش دهند. این شرکت قصد دارد تا پایان سال ۲۰۲۱ حدود ۱۰ دلار در هر بشکه از هزینه‌های تولید خود بکاهد. با توجه به اینکه نیجریه به قیمت ۱۴۴ دلار هر بشکه نفت برای سودآوری نیاز دارد، این رقم کافی به نظر نمی‌رسد.

• ونزوئلا: با در نظر گرفتن بحران اقتصادی عمیقی که ونزوئلا در آن فرو رفته است، گفتن اینکه سقوط قیمت نفت تا چه حد به مشکلات این کشور اضافه کرده، دشوار است. این کشور بزرگ‌ترین ذخایر نفت جهان را در اختیار دارد و با این حال شمار دکل‌های حفاری نفت فعال این کشور به یک حلقه کاهش پیدا کرده و میلیاردها بشکه نفت استخراج نشده مانده در حالی که این کشور دچار مشکلات مالی و اقتصادی است. علاوه بر تحریم‌های آمریکا علیه صادرات نفت ونزوئلا، تولید نفت این کشور به ۵۷۰ هزار بشکه در روز کاهش پیدا کرده است. • بحرین: افزودن بحرین به فهرست کشورهایی که به دلیل سقوط قیمت نفت دچار مخاطره شده‌اند، قابل بحث است. این کشور به عنوان دست نشاندۀ سعودی‌ها ممکن است در صورت وجود مشکل واقعی

با سقوط قیمت نفت در هفته‌های گذشته بسیاری از اقتصادهای نفتی به دردسر افتادند. در همین راستا، اوایل پرایس در گزارشی به بررسی بازیگران بازار نفت پرداخته که در پی سقوط قیمت‌های نفت در وضعیت خطیری قرار گرفته‌اند.

• عمان: تحلیلگران ممکن است در ارزیابی نقش عمان به عنوان میانجی در یک منطقه پررویداد اغراق کرده باشند اما در اینکه این کشور از نظر مالی به دردرس افتاده است، هیچ تردیدی وجود ندارد. مشکلات عمان با توجه به حساسیت این کشور به شوک‌های قیمت نفت، دور از انتظار نیست. در واقع عمان یکی از آسیب‌پذیرترین تولیدکنندگان نفت در این زمینه است. طبق گزارش موسسه اعتبارسنجی فیچ، عمان به قیمت ۸۲ دلار هر بشکه نفت برنت نیاز دارد و این حداقل قیمتی است که این کشور برای متوازن کردن بودجه‌اش به آن نیاز دارد در حالی که قیمت نفت برنت اکنون نصف این سطح هم نیست.

• آنگولا: آنگولا که دومین تولیدکننده بزرگ نفت آفریقا است، به درآمدهای نفتی خود متکی است که در حدود ۹۰درصد از کل درآمد صادراتی این کشور سهمیم است. ارزش صادرات نفت آنگولا در ماه مه نسبت به آوریل نیمی کاهش پیدا کرد و برای آنگولا حدود ۳۸۰ میلیون دلار درآمد از فروش نفت در این ماه به همراه آورد. طبق آمار اوپک، تولید این کشور از ۱.۴۰۲ میلیون بشکه در روز در مارس به ۱.۳۱۳ میلیون بشکه در روز در آوریل و سپس به ۱.۲۸۰ میلیون بشکه در روز در ماه مه کاهش پیدا کرد.

• نیجریه: نیجریه که بزرگ‌ترین تولیدکننده نفت آفریقا است، با بحران تولیدکنندگان نفت مستقل مواجه است که شرکت نفتی

بانک نامه

دلار در مرز ۱۹ هزار تومان درجا زد

سکه ۱۶۱ هزار تومان بالا رفت

فرصت امروز: پس از دو روز افزایش متوالی نرخ ارز، قیمت دلار روز دوشنبه در صرافی‌های بانکی در آستانه ورود به کانال ۱۹ هزار تومان توقف کرد. صرافی‌های بانکی هر دلار را در این روز بدون تغییر به همان قیمت ۱۸ هزار و ۸۰۰ تومان به فروش رساندند. نرخ خرید دلار از مردم نیز در صرافی‌ها برابر با ۱۸ هزار و ۵۰۰ تومان اعلام شد. صرافان غیربانکی اما دلار را به قیمت‌هایی پایین‌تر از این رقم از مردم خریداری می‌کنند. قیمت یورو نیز به تأسی از دلار بدون تغییر قیمت به نرخ ۲۰ هزار و ۹۰۰ تومان فروخته شد. صرافی‌های بانکی همچنین هر یورو را به نرخ ۲۰ هزار و ۶۰۰ تومان از مردم خریداری کردند. همواره افزایش فاصله نرخ خرید و فروش ارز از نظر معامله‌گران سیگنالی است که بازارساز به بازار مخابره می‌کند تا نشان دهد قیمت‌ها در روزهای آتی کاهش یابد.

در همین حال، قیمت هر قطعه سکه تمام بهار آزادی طرح جدید در بازار آزاد تهران با رشد ۱۶۱ هزار تومانی نسبت به روز یکشنبه به نرخ ۸ میلیون و ۲۱۵ هزار تومان فروخته شد. همچنین هر قطعه سکه تمام بهار آزادی طرح قدیم نیز ۸ میلیون و ۱۰۰ هزار تومان قیمت‌گذاری شد. قیمت نیم سکه نیز ۴ میلیون و ۱۵۰ هزار تومان، ربع سکه ۲ میلیون و ۳۰۰ هزار تومان و هر قطعه سکه گرمی یک میلیون و ۲۲۰ هزار تومان اعلام شد. هر گرم طلای خام ۱۸ عیار نیز ۸۱۲ هزار و ۴۰۰ تومان و هر مثقال طلا هم ۳میلیون و ۵۵۸ هزار تومان به فروش رسید. بهای اونس نیز به یک هزار و ۷۴۸ دلار افزایش یافت.

در صورت حذف یارانه‌بگیران

تکلیف اقساط وام یک میلیونی چه می‌شود؟

در حالی اقساط وام یک میلیونی یارانه‌بگیران از محل یارانه نقدی واریزی در هر ماه کسر می‌شود که در صورت حذف یارانه‌بگیر، مسئولیت پرداخت این اقساط به بانک‌ها برعهده دولت خواهد بود. به گزارش ایسنا، پرداخت وام یک میلیونی برای حدود ۲۳ میلیون خانوار یارانه‌بگیر، طرحی بود که با پیشنهاد بانک مرکزی و برای حمایت از اقشار آسیب‌پذیر در اردیبهشت ماه به اجرا درآمد؛ به طوری که هر خانوار می‌توانست با اعلام تقاضا و قرار گرفتن در لیستی که از سوی وزارت کار، تعاون و رفاه اجتماعی و سازمان هدفمندی یارانه‌ها به بانک مرکزی ارائه می‌شد، این تسهیلات را دریافت کند.

جرایم پرداخت وام یک میلیونی از این قرار بود که ابتدا پیش‌بینی شد با سود ۱۲درصد و با پرداخت ۲۴ ماهه به حساب یارانه‌بگیران واریز و اقساط آن از همان حساب یارانه کسر شود. اما با توجه به اینکه در این شرایط مبلغ اقساط به حدود ۴۷ هزار تومان می‌رسید و خانوار یک نفره در تامین قسط به مشکل برمی‌خورد و از سوی دیگر سود آن برای این تسهیلات بالا به نظر می‌رسید، اینگونه تغییر کرد که سود ۱۲درصدی به نوعی بین دولت و مردم تقسیم شود که ۴درصد را یارانه‌بگیر و ۸درصد دیگر را دولت بپردازد و اقساط از ۲۴ به ۳۰ ماه افزایش یابد. در این حالت قسط پرداختی به ۳۵ هزار تومان در هر ماه کاهش پیدا کرد.

در حالی حدود ۲۱ میلیون خانوار طی چند مرحله وام یک میلیونی را دریافت کردند که این روزها برخی یارانه‌بگیران می‌گویند اخیرا یارانه آنها واریز نشده و به نظر می‌رسد یارانه‌شان قطع شده باشد و این سوال برای آنها مطرح است که در این شرایط قسط وام یک میلیونی آنها چگونه پرداخت خواهد شد؟

در این رابطه، لازم به توضیح است که قسط یارانه‌بگیران حذف شده برعهده دولت خواهد بود. این در حالی است که طبق مصوبه هیات وزیران در رابطه با سازوکار پرداخت وام یک میلیونی در صورت قطعی یارانه خانوار مانده اصل و سود در تعهد دولت بوده و سازمان برنامه و بودجه مکلف است آن را در لوایح بودجه سنواتی پیش‌بینی و به نظام بانکی بازگرداند.

بر این اساس، شاید در ظاهر ماجرا اینگونه به نظر برسد این حذف به ضرر دولت تمام خواهد شد و باید قسط وام را بپردازد، ولی در اصل اینگونه نیست. مثلا برای یک خانوار پنج نفره که قرار است در هر ماه حدود ۲۲۷ هزار و ۵۰۰ تومان برای‌شان یارانه واریز شود، فقط در این حالت یک قسط ۳۵ هزار تومانی به جای او پرداخت خواهد شد که بسیار به صرفه‌تر از پرداخت یارانه خواهد بود. به عبارتی هزینه کمتر از پنج ماه یارانه این خانوار برابر وام یک میلیونی است که در این حالت هزینه پرداخت وام برای دولت به طور حتم به صرفه‌تر از ادامه پرداخت یارانه خواهد بود.

در حال حاضر دولت در هر سال برای حدود ۷۸ میلیون یارانه‌بگیر حدود ۴۲ هزار میلیارد تومان یارانه پرداخت می‌کند، این در حالی است که هزینه وام یک میلیونی که برای حدود ۲۱ میلیون خانوار به ۲۱ هزار میلیارد تومان می‌رسد.



سازمان آگهی‌ها

۰۲۱۳۳۷۹۰۸۶۰

اقتصاد ایران در سال گذشته بیشترین میزان نقدینگی را تجربه کرد

کارنامه ۸ ساله نقدینگی



بیش از ۲۰۰۰ هزار میلیارد تومانی مواجه شده است. علاوه بر این، نقدینگی در سال‌های ۹۲ و ۹۳ به ترتیب ۴۶۰ هزار و ۷۰۰ میلیارد تومان، ۶۳۹ هزار و ۵۰۰ میلیارد تومان و ۷۸۲ هزار و ۳۰۰ میلیارد تومان بوده است. همچنین سال‌های ۹۴ و ۹۵ هر یک به ترتیب دارای ۱۰۱۷ هزار و ۲۰۰ میلیارد تومان و ۱۲۵۳ هزار و ۳۰۰ میلیارد تومان نقدینگی بوده‌اند و ۱۵۲۹ هزار و ۹۰۰ میلیارد تومان و ۱۸۸۲ هزار و ۸۰۰ میلیارد تومان رقم نقدینگی در سال‌های ۹۶ و ۹۷ است.

وضعیت نقدینگی از سال ۱۳۹۰ تا ۱۳۹۸

سال	میزان نقدینگی
۱۳۹۰	۳۵۴ هزار و ۲۰۰ میلیارد تومان
۱۳۹۱	۴۶۰ هزار و ۷۰۰ میلیارد تومان
۱۳۹۲	۶۳۹ هزار و ۵۰۰ میلیارد تومان
۱۳۹۳	۷۸۲ هزار و ۳۰۰ میلیارد تومان
۱۳۹۴	۱۰۱۷ هزار و ۲۰۰ میلیارد تومان
۱۳۹۵	۱۲۵۳ هزار و ۳۰۰ میلیارد تومان
۱۳۹۶	۱۵۲۹ هزار و ۹۰۰ میلیارد تومان
۱۳۹۷	۱۸۸۲ هزار و ۸۰۰ میلیارد تومان
۱۳۹۸	بیش از ۲۴۰۰ هزار میلیارد تومان

از منابع بانکی، استقرار نظام نظارتی بر بانک‌ها که مانع خلق نقدینگی شود و کنترل و کاهش نرخ سود بانکی نیز از دیگر ملزومات مهار رشد نقدینگی است. همچنین سهراب دل‌انگیزان، تحلیلگر اقتصادی درباره وضعیت نقدینگی در سال‌جاری پیش‌بینی می‌کند که امسال معادل یک میلیون میلیارد تومان نقدینگی خلق شود که با این وضعیت، سهم هر ایرانی از تورم بیشتر از ۳۳ هزار تومان خواهد بود. در این زمینه براساس جدیدترین اعلام رئیس کل بانک مرکزی، در سال جاری با فروش سهام دولتی و انتشار اوراق بدهی حجم نقدینگی قرار است کم شود که البته کارشناسان نیز تحقق این امر را مشروط به موارد ذکرشده در بالا می‌دانند.

همچنین بررسی وضعیت نقدینگی در هشت سال گذشته نشان می‌دهد که نقدینگی در سال ۱۳۹۰ معادل ۳۵۴ هزار و ۲۰۰ میلیارد تومان و در پایان سال گذشته طبق جدیدترین آمار اقتصادی منتشرشده از سوی بانک مرکزی بیش از ۲۴۰۰ هزار میلیارد تومان بوده که با رشد ۳۱درصدی مواجه شده است و سهم پول از این میزان ۴۲۷ هزار میلیارد تومان و سهم شبه پول از نقدینگی در اسفند سال گذشته معادل ۲۰۴۴۸ هزار میلیارد تومان بوده که به ترتیب نسبت به سال قبلش ۴۹۸ و ۲۸درصد افزایش یافته است بنابراین اقتصاد ایران در هشت سال گذشته بیشترین میزان نقدینگی و کمترین را در سال ۱۳۹۸ و ۱۳۹۰ تجربه کرده و از سال ۱۳۹۰ تا ۱۳۹۸ نقدینگی با رشد

رئیس کل بانک مرکزی از دلایل انتظار برای کاهش قیمت دلار می‌گوید

امکان‌سنجی عبور از التهاب دلار

بانک مرکزی و در رأس آن عبدالناصر همتی، رئیس کل بانک مرکزی خبر از بازگشت وضعیت در بازار ارز بدهند؟

هرچند رئیس کل بانک مرکزی قیمت واقعی دلار را صراحتا اعلام نکرده است اما می‌گوید طبق داده‌های اقتصادی قیمت کنونی ارز در بازار واقعی نیست و قیمت‌ها پایین‌تر از این محدوده قرار می‌گیرند. این در حالی است که قیمت در هر بازار تحت تاثیر عرضه و تقاضا تعیین می‌شود و به این ترتیب کمبود ارز حتی به صورت مصنوعی می‌تواند در تعیین قیمت بالاتر برای آن موثر واقع شود.

جدا از این مولفه استاندارد همتی به ابزارهایی است که نهاد تحت تصدی‌اش برای مدیریت بازار ارز در اختیار دارد؛ ابزارهایی که البته هیچ‌گاه به طور شفاف درباره آنها سخنی گفته نشده است اما در یک سال و اندی گذشته با استفاده از آنها بانک مرکزی مهار بازار ارز را در دستور کار قرار داده است. همتی تاکید دارد نهاد تحت تصدی‌اش پس از وقایع آبان ۹۸، ورود ایران به لیست سیاه FATF و حتی افت شدید قیمت نفت توانسته است نسبت به اعاده ثبات اقدام کند. حالا نه‌تنها وی این بحران را موقتی می‌داند بلکه همکاری‌اش در راهروهای ساختمان بلندمرتبه میرداماد نیز می‌گویند وضعیت در بازار ارز عادی خواهد شد. در دیگر سوی شهر و در میدان فردوسی اما آنها که هنوز به رغم تمام محدودیت‌ها در خیابان مشغول معامله ارز هستند، از بالاتر رفتن قیمت‌ها سخن می‌گویند و بر طبل گرانی می‌کوبند. رفتار بازارهای موازی ارز نیز نشان از رشد قیمت‌ها دارد. رصد بازار مسکن، خودرو و طلا و سکه گواه این مدعاست.

صادرکنندگان دلار را برمی‌گردانند؟

همتی تاکید دارد صادرکنندگان باید تنه ارزهای صادراتی‌شان را به کشور بازگردانند، این تاکید از سوی سایر دستگاه‌های اجرایی نیز دیده می‌شود. پایان تیرماه مهلتی است که از سوی همتی برای بازگرداندن ارزهای صادراتی مشخص شده است. اعلام اسامی متخلفین و ابطال کارت بازرگانی و ... اقداماتی است که پس از بی‌توجهی صادرکنندگان

اجرای خواهد شد. حالا اما هرچند کره جنوبی وضعیت خاصی را ایجاد کرده است، مذاکرات با عراق، شرایط تازماری را پیش روی بازار ارز قرار می‌دهد. آل اسحاق رئیس اتاق بازرگانی ایران و عراق گفته است این توافق می‌تواند زمینه را برای بازپرداخت بدهی برقی عراق به ایران نیز فراهم کند.

یحیی آل‌اسحاق درباره جزئیات این بدهی به ایلنا، گفته است: آقای همتی اخیرا همراه هیاتی برای مذاکره درباره نحوه تسویه حساب‌ها و مبادلات مالی و ارزی به عراق رفته است. در این سفر نحوه تسویه حساب بدهی عراق به ایران که ناشی از صادرات برق و انرژی به این کشور است، مشخص شد. این بدهی به علت صادرات مداوم برق ایران به عراق مرتباً تغییر می‌کند اما اکنون در حد ۳ تا ۴ میلیارد دلار است. او ادامه داد: ایران برای حل و فصل تسویه حساب‌ها توافقاتی انجام داده و سیستمی را ایجاد کرده است. طی توافقات سفر همتی به عراق مقرر شد تا از محل مطالبات ایران در حوزه برق و انرژی از عراق، خریدهای ایران از طریق بانک مرکزی به فروشنده تسویه شود. ارز موردنیاز برای کالاهای خریداری شده توسط ایران را عراق می‌پردازد و کالا بدون دخالت عراق و از مبدأ فروشنده به کشور می‌آید، مبالغ درواقع از طلب ایران پرداخت می‌شود.

آل‌اسحاق تصریح کرد: پرداخت پول از طریق واحدی است که TBI عراق آن را به عهده دارد. ما در اولین فرصت سفارشات کالایی خود را خواهیم داد و مقداری از طلب‌مان را از طریق واردات کالاهای غیرتحریمی وصول خواهیم کرد. متأسفانه نمی‌توانیم کالاهای تحریمی را به این طریق وارد کنیم.

به نظر می‌رسد شمارش معکوس برای عادی‌سازی وضعیت در بازار ارز آغاز شده است، بازپرداخت بدهی عراق به ایران در کنار تلاش برای آزادسازی منابع ایران در دیگر کشورها و بازگشت ارزهای حاصل از صادرات غیرنفتی سه مولفه‌ای است که بازار ارز را تحت تاثیر قرار خواهند داد.

نماگر بازار سهام

صعود چشمگیر بورس در سومین روز پیاپی

شاخص بورس صعودی ماند

شاخص کل بورس در سومین روز هفته به روند صعودی خود ادامه داد و با رشد ۴۰ هزار و ۷۱۹ واحدی در ارتفاع یک میلیون ۳۴۱ هزار واحد ایستاد. شاخص کل (هم وزن) نیز با ۸ هزار و ۱۰۳ واحد افزایش به ۴۱۹ هزار و ۳۱۴ واحد و شاخص قیمت (هم وزن) با ۵ هزار و ۳۴۹ واحد رشد به ۲۷۶ هزار و ۸۰۶ واحد رسید. شاخص بازار اول ۳۰ هزار و ۱۷۶ واحد و شاخص بازار دوم ۸۰ هزار و ۷۳۰ واحد افزایش داشت. در معاملات روز دوشنبه بیش از ۹ میلیارد و ۴۳۷ میلیون سهم، حق تقدم و اوراق بهادار به ارزش ۱۲۴ هزار و ۵۳ میلیارد ریال داد و ستد شد.

نمادهای فولاد مبارکه اصفهان (فولاد) با ۳ هزار و ۵۰۷ واحد، صنایع پتروشیمی خلیج فارس (فارس) با ۳ هزار و ۲۱۱ واحد، ملی صنایع مس ایران (فملی) با ۳هزار و ۵۲ واحد، شرکت سرمایه‌گذاری تامین اجتماعی (شتتا) با ۲ هزار و ۱۱۰ واحد، معدنی و صنعتی گل گهر (گلگ) با یک هزار و ۵۲۶ واحد، نفت و گاز پتروشیمی تامین (تاپیکو) با یک هزار و ۳۰۲ واحد، معدنی و صنعتی چادرملو (کچاد) با یک هزار و ۲۷۱ واحد و بیشترین تاثیر مثبت را بر شاخص بورس داشتند. در مقابل نمادهای خدمات انفورماتیک (رافتور) با ۳۸۷ واحد، نفت بهران (شبهرن) با ۲۱۴ واحد، پارس مینو (غپینو) با ۱۶۲ واحد، گروه بهمن (خبهمن) با ۱۵۹ واحد، تولدی فولاد سپید فراب کوپر(کوپر) با ۱۵۹ واحد و بانک سینا (وسینا) با ۱۴۱ واحد با تاثیر منفی بر شاخص همراه بود.

همچنین نمادهای بانک ملت، فولاد مبارکه اصفهان، بانک تجارت، ملی صنایع مس ایران، بانک صادرات ایران، گسترش سرمایه‌گذاری ایران خودرو و سالمین در گروه نمادهای پربیننده قرار داشتند. گروه بانکها هم در معاملات این روز صدرنشین برترین گروه‌های صنعت شد و در این گروه ۳ میلیارد و ۴۵ هزار برگه سهم به ارزش ۱۴ هزار و ۹۹۵ میلیارد ریال داد و ستد شد. شاخص فرابورس نیز بیش از ۲۵۱ واحد رشد داشت و بر روی کانال ۱۴ هزار و ۷۱۵ واحد ثابت ماند. در این بازار ۲ میلیارد و ۷۴۷ میلیون برگه سهم به ارزش بیش از ۵۵ هزار و ۹۱۶ میلیارد ریال داد و ستد شد.

نمادهای سهامی ذوب آهن اصفهان (ذوب)، سرمایه‌گذاری صبا تامین (صبا)، فولاد هرمزگان جنوب (هرمز)، پتروشیمی تندگویان (شگویا)، هلدینگ صنایع معدنی خاورمیانه (میدکو)، بیمه پاسارگاد (پباس) و بانک دی (دی) تاثیر مثبت بر شاخص این بازار را داشتند. همچنین نمادهای پتروشیمی زاگرس (زاگرس)، ویتانا (غویتا)، بیمه کوثر (کوثر)، کشت و صنعت شهیداب ناب خراسان (غشهادب)، صنایع ماشین‌های اداری ایران (مادیرا)، جنرال مکانیک (رنیک)، کشتیرانی دریای خزر (حخزر)، اعتباری ملل (وملل) و گروه کارخانجات صنعتی تبرک (تبرک) با تاثیر منفی بر شاخص این بازار همراه بودند.

مدیرعامل فراپورس خبر داد

اصلاح قواعد معاملاتی

اوراق تسهیلات مسکن

مدیرعامل فراپورس ایران از اصلاح قواعد معاملاتی اوراق تسهیلات مسکن در بازار فراپورس خبر داد. به گزارش پایگاه خبری بازار سرمایه، امیر هامونی با اشاره به معاملات اوراق تسهیلات مسکن در بازار عنوان کرد: این اوراق شامل اوراق تسهیلات مسکن بانک مسکن در نماد «تسه» و بانک ملی در نماد «تملی» است که در بازار فراپورس معامله می‌شود و با توجه به بررسی‌های انجام شده ضرورت ایجاد تغییری در قوانین معاملاتی این بازار در دستور کار فراپورس قرار گرفت. هامونی هدف از اصلاح قواعد معاملاتی اینس اوراق در بازار را دستیابی به اهدافی نظیر بهبود روند معاملات اوراق تسه و تملی، کشف قیمت بهتر این اوراق و کنترل هیجانات اعلام کرد و افزود: با تدابیری که برای معاملات این اوراق اندیشیده شده امیدواریم شاهد مدیریت هرچه بهتر و واقعی‌تر شدن قیمت اوراق تسهیلات مسکن در بازار باشیم.

معاملات کل سال ۹۸، رقم ۸۳۰ هزار میلیارد تومان بوده است که در حال حاضر به ۸۷۰ هزار میلیارد تومان رسیده است. همچنین تعداد کدهای صادره در کل سال پیش ۸۲۰هزار کد بوده که در سه ماهه نخست امسال به یک میلیون و ۶۰۰ هزار کد رسیده است.

رئیس سازمان بورس تاکید کرد: تسهیل ورود و پذیرش شرکت‌ها به بازار سرمایه در سطح کلان کشور مطرح و پیگیری شد تا تسهیلگری برای اینگونه شرکت‌ها ایجاد شود و یک امتیاز مالیاتی نیز به شرکت‌ها داده می‌شود تا بتوانند تامین مالی آسان انجام دهند.

او ضمن اشاره به برخی اختلالات هسته معاملات نیز گفت: برای بهبود اوضاع در این زمینه، دو اقدام کوتاه مدت و بلندمدت در دستور کار نهاد ناظر بازار قرار دارد. در گام اول و در اقدام کوتاه مدت به دنبال خرید نرم‌افزار لازم هستیم. اما قطعاً این اقدام کافی نیست. همچنین در اقدام پایدار و بلندمدت سامانه معاملاتی ملی، طراحی و بهره‌برداری از آن عملیاتی خواهد شد.

دبیر شورای عالی بورس به موضوع اصلاح حد دامنه نوسان و حجم مینا اشاره کرد و گفت: اصلاح حد دامنه نوسان و حجم مینا نیاز به مطالعه بیشتر دارد اما مطالعات آن آغاز شده و امکان اصلاح آن وجود دارد.

وی در پاسخ به این سوال که آیا احتمال برخورداری از رانت اطلاعاتی در بازار سرمایه وجود دارد یا خیر؟ گفت: اطلاعات شرکت‌ها به سرعت و مستقیم روی سامانه کدال قرار می‌گیرد و شرکت‌ها حداقل ۱۶ مرتبه در سال گزارش‌های مالی خود را در کدال منتشر می‌کنند. بازار سرمایه نماد شفافیت اقتصاد کشور است و احتمال برخورداری از رانت اطلاعاتی در این بازار نزدیک به صفر است.

به گفته قالیباف اصل، هر کسی در هر جایی و با هر ابزاری در بازار سرمایه اختلال ایجاد کند، دستکاری قیمت انجام دهد یا توسط هر فردی حق سهامداران نادیده گرفته شود نهاد ناظر بازار سرمایه به موضوع ورود می‌کند.

رئیس سازمان بورس در پایان با اشاره به ثبت نام ۹ میلیون و ۵۰۰ هزار نفر در سجام گفت: تعداد کدهای معاملاتی در سال ۹۸ به میزان ۸۲۰ هزار کد معاملاتی بوده و این در حالی است که در سه ماه ابتدایی سال ۹۹ این عدد به یک میلیون و ۶۰۰ هزار کد معاملاتی رسیده است. در سال ۹۸ دو میلیون و ۹۵۰ هزار نفر در سجام ثبت نام کردند که در سال ۹۹ به ۹ میلیون و ۵۰۰ هزار نفر رسیده که بیش از ۶ میلیون نفر احراز هویت هم شده‌اند.

قیمت فعلی سهام پیش‌خور شده است، گفت: بیش از آنکه رشد نرخ دلار بخواهد از درپچه سسنی بر روند بازار تاثیرگذار باشد به طور حتم بیشتر از اینها بر نسبت P/E شرکت‌ها تاثیر نمی‌گذارد.

این کارشناس بازار سرمایه با تاکید بر اینکه بحث انتظارات تورمی از جمله مسائلی است که اکنون در مورد رشد نرخ دلار مورد توجه قرار گرفته است، گفت: با رشد نرخ دلار، انتظارات تورمی در کشور تشدید می‌شود که در این راستا همه آحاد مردم با سرمایه کمی که در اختیار دارند نمی‌توانند به بازار مسکن ورود کنند و در مورد بازار دلار هم با برخی از متنوعیت‌های معاملاتی مواجه خواهند بود، به همین دلیل بهترین حوزه برای سرمایه‌گذاری که دولت هم در حال حمایت از آن است بازار سرمایه خواهد بود.

وی خاطرنشان کرد: رشد نرخ دلار در روزهای اخیر در شکل افزایش انتظارات تورمی منجر به این می‌شود که افراد به دنبال نگهداری از ریال نباشند و در بورس اقدام به خرید سهم کنند مگر اینکه آن سهم به لحاظ شاخص سودآوری یعنی نسبت قیمت به سود و نسبت قیمت به فروش از قیمت اصلی فاصله گرفته باشد.

ویسی‌زاده با بیان اینکه با توجه به رشد نرخ دلار در چند وقت اخیر و نیز وضعیت فعلی کشور به نظر می‌رسد روند صعودی بازار در میان مدت ادامه‌دار باشد، گفت: در کنار ادامه رشد بازار سهام، از اینجا به بعد شاهد ایجاد اصلاحاتی هم در این بازار هستیم و کمتر شاهد رشد دو ماه ابتدایی سال و رشد فراگیر بازار در همه سهم‌ها خواهیم بود.

سلامت نظام بازار به صورت خاص در سازمان بورس در جهت ارتقای شفافیت عملیاتی می‌شود و در عین حال کنترل و پایش ریسک، اصلاح قوانین و مقررات هم در دستور کار قرار دارد.

به گفته قالیباف اصل، لایحه ارتقای نظام مالی در دستور کار قرار دارد تا با بررسی کانون‌ها و فعالان بازار سرمایه به صورت یک برنامه مهم در بازار سرمایه عملیاتی شود.



او سپس به ورود ۵۰ هزار میلیارد تومان نقدینگی به بازار سرمایه در فصل بهار اشاره کرد و گفت: سال ۹۸ به میزان ۳۰ هزار میلیارد تومان وارد این بازار شد که در سه ماه ابتدایی امسال این رقم به ۵۰ هزار میلیارد تومان رسیده است.

بنا بر اعلام پایگاه خبری بازار سرمایه، قالیباف اصل در مقایسه سه ماهه نخست سال ۹۹ با دوره مشابه سال گذشته اعلام کرد: ارزش

گرانی دلار با رشد بورس چه می‌کند؟

نقش دلار در صعود بورس

دلیل کرونا با کاهش قیمت همراه شده بودند اما اکنون قیمت‌ها به نرخ قبل از شیوع ویروس کرونا بازگشته است. مهرآور به کمک افزایش نرخ دلار به رشد شرکت‌های صادرات محور اشاره کرد و افزود: قیمت دلار و همچنین نرخ کامودیتی‌ها به سرعت تاثیر خود را بر بازار سرمایه می‌گذارد، به طور معمول سرمایه‌گذاران بر سیگنال‌هایی که از بازار ارز اعلام می‌شود بسیار حساس هستند و بلافاصله شاهد تاثیر آن در محاسبات ارزش جایگزینی و نرخ فروش محصولات شرکت‌ها خواهیم بود. این کارشناس بازار سرمایه به تاثیر مثبت قیمت دلار بر بازار سرمایه تاکید کرد و گفت: افزایش قیمت دلار تنها زمانی تاثیر منفی خود را بر معاملات بورس ایجاد می‌کند که قرار باشد در کنار بازار سرمایه بازاری جداگانه برای بازار دلار ایجاد شود.

وی به کنترل مصرف دلار در کشور تاکید کرد و گفت: براساس پیش‌بینی‌های صورت گرفته مصرف دیگری در کشور برای دلار وجود ندارد بنابراین به نظر نمی‌رسد قیمت ارز بیش از اینها افزایش یابد و بازار ارز به عنوان بازاری رقیب برای بورس مطرح شود.

مهرآور درباره احتمال افزایش مجدد قیمت دلار در بازار گفت: میزان افزایش نرخ دلار در کشور وابسته به سیاست بانک مرکزی، تعامل در نظر گرفته شده در بانک مرکزی و دستورالعمل‌های صادر شده است.

این کارشناس بازار سرمایه گفت: صحبت‌های اخیر همتی نشان می‌دهد که قیمت دلار بیشتر از اینها نباید رشد کند و با برنامه‌هایی که قرار است در دستور کار قرار دهند نرخ ارز در معرض کنترل قرار خواهد گرفت.

وی افزود: عوامل متعددی بر رشد بازار سرمایه و افزایش قیمت سهام تاثیرگذار است که دلار جزو یکی از آنها تلقی می‌شود و این شاخص می‌تواند تاثیر زیادی را بر روی شرکت‌های صادرات‌محور داشته باشد. مهرآور با بیان اینکه دولت و نظام حساب ویژه‌ای را در بورس باز کرده است، گفت: مسئولان در صدد هستند تا بازار سرمایه را بیش از همه سال‌ها به مردم معرفی کند و از طریق آموزش راه‌های ورود به این بازار، سرمایه‌های مردم در اختیار مردم را به سمت این بازار سوق دهند و در انتها وارد تولید کنند.

همچنین وحید ویسی‌زاده، کارشناس بازار سرمایه با بیان اینکه رشد شاخص بورس ادامه‌دار است، گفت: به طور سنتی بازار سرمایه ایران بازاری است که سهام بزرگ و کامودیتی محور ارزش زیادی از بازار را به خود اختصاص داده است، همیشه افزایش نرخ دلار با تاخیر در رشد سودآوری شرکت‌های اصلی بورس اثر مثبت داشته که در دو سال اخیر و نیز در بحران ارزی سال ۹۱ و ۹۲ هم شاهد این موضوع بودیم. وی افزود: اکنون در برخی از سهام شاهد تاثیرگذاری رشد نرخ دلار بر سودآوری برخی از شرکت‌ها به صورت مستقیم و در برخی دیگر به صورت غیرمستقیم هستیم.

ویسی‌زاده با بیان اینکه بخش زیادی از رشد نرخ ارز از گذشته بر

فرصت امروز: اولین نشست خبری سکاندار جدید سازمان بورس روز دوشنبه با حضور خبرنگاران برگزار شد و حسن قالیباف اصل از پاسخگویی و شفافیت به عنوان اولویت نخست سازمان بورس نام برد. قالیباف اصل همچنین از واگذاری سهام دولتی، آزادسازی سهام عدالت و افزایش نقش بورس در تامین مالی بخش مولد اقتصاد به عنوان سه ماموریت مهم بازار سرمایه در ۱۵ سال گذشته یاد کرد و اتمام این ماموریت‌ها را رسالت نهاد ناظر بازار سرمایه دانست.

رئیس سازمان بورس با بیان اینکه سازمان بورس به عنوان نهاد ناظر متولی شفافیت بازار سرمایه است، گفت: پاسخگویی و شفافیت از اولین اولویت‌های سازمان بورس و اوراق بهادار است. فراموش نکنیم که سازمان بورس به عنوان نهاد ناظر متولی شفافیت بازار سرمایه است، بنابراین خود این نهاد باید پاسخگو باشد و شفاف عمل کند. البته بخشی از شفافیت بازار سرمایه محصول تلاش رسانه‌ها است و سازمان بورس تعامل بیشتر با رسانه‌ها را در دستور کار خود قرار داده است.

قالیباف اصل افزود: توجه آحاد جامعه به بورس معطوف شده و در این شرایط، به فرهنگ‌سازی، آموزش و ارتقای دانش مالی بیش از گذشته نیاز داریم و همراهی رسانه‌ها با نهاد ناظر بازار سرمایه راهگشای سختی‌ها است. امیدوارم با کمک رسانه‌ها شاهد افزایش آگاهی عمومی جامعه نسبت به سرمایه‌گذاری صحیح در بازار سرمایه باشیم.

او افزایش نقدشوندگی، بهبود زیرساخت‌های مبتنی بر فناوری اطلاعات، ارتقای سواد مالی، توسعه منابع انسانی و افزایش نقش بازار سرمایه در تامین بنگاه‌های اقتصادی را از اهداف مهم سازمان بورس دانست و گفت: شاخص نقدشوندگی بازار سرمایه رشد چشمگیری را تجربه کرده با این حال سازمان بورس با توسعه نهادها و ابزارهای مالی جدید به دنبال بهبود این شاخص است.

به گفته وی، مقررات صندوق توسعه تامین مالی مصوب و ابلاغ شده است تا به سهام‌شاور بازار کمک کند. همچنین افزایش ظرفیت تامین مالی از مهمترین رسالت‌ها و فلسفه وجودی بازار سرمایه است و در سال ۹۹ هم انتشار اوراق بدون ضامن در بازار سرمایه برای شرکت‌هایی که رتبه‌بندی سطح بالا دریافت کرده‌اند، اجرایی شد.

رئیس سازمان بورس ادامه داد: ارتقای جایگاه بین‌المللی بازار سرمایه ایران هم از جمله اهداف جاری سازمان است. افزایش سواد مالی در کشور نیز از راهبردهای ویژه نهاد ناظر است. همچنین ارتقای

قیمت دلار از جمله مسائلی است که به دلیل وابستگی آن با قیمت جهانی محصولات می‌تواند تاثیرگذارترین شاخص بر روند معاملات بازار سرمایه ایران باشد. هرچند که نرخ دلار را نمی‌توان تنها عامل تاثیرگذار بر تعیین مسیر شاخص بورس دانست چرا که بورس در کنار قیمت دلار تحت تاثیر دیگر عوامل مانند میزان ورود نقدینگی به این بازار، اتفاقات سیاسی و مسائل اقتصادی در داخل کشور که در راستای تصمیمات مسئولان حاضر در دولت اتخاذ می‌شود قرار خواهد گرفت.

به گفته اکثر کارشناسان تا چند وقت گذشته ورود گسترده حجم نقدینگی به بورس تنها عامل تاثیرگذار در ایجاد روزهای بی‌سابقه رشد بازار بود، حال اکنون قیمت دلار در کنار ورود سرمایه‌گذاران تازه وارد و گسترده‌گی حجم ورود نقدینگی‌ها به این بازار باعث یکه‌تازی بورس ایران نسبت به دیگر بازارهای موازی برای سرمایه‌گذاری شده است. با توجه به قیمت‌گذاری محصولات جهانی با نرخ دلار هرگونه تغییری در نرخ ارز به مراتب بر قیمت محصولات و روند معاملات بورس تاثیرگذار خواهد بود و به مراتب تغییری را بر ارزش سهام شرکت‌های حاضر در بورس ایجاد می‌کند.

قیمت دلار در بازار سرمایه ایران را می‌توان به عنوان یکی از ستون‌های اصلی تعیین‌کننده روند معاملات این بازار تلقی کرد، طبق تجربیات به دست آمده افزایش قیمت دلار، سهام شرکت‌های صادرات محور را در بورس افزایشی و در مقابل با توجه به اینکه افزایش نرخ دلار می‌تواند باعث افزایش هزینه تولید در بنگاه‌های تولیدی و شرکت‌ها شود بنابراین منجر به کاهش ارزش سهام شرکت‌های واردات‌محور خواهد شد.

براساس بررسی‌های صورت گرفته سهام شرکت‌های پالایشگاهی، پتروشیمی، فلزی، معدنی و ... از افزایش قیمت دلار منتفع خواهند شد و در اکثر مواقع سهام شرکت‌هایی مانند خودرویی‌ها، صنایع دارویی و غذایی که مواد اولیه آنها از خارج کشور تامین می‌شود تاثیر منفی را از افزایش قیمت دلار خواهند گرفت.

با توجه به اینکه بیش از ۷۰ درصد از شرکت‌های حاضر در بورس کامودیتی محور و متأثر از نرخ کالاهای جهانی هستند، بنابراین با ایجاد هرگونه نوسانی در قیمت دلار می‌توان شاهد تاثیر آن در بازار سرمایه و افت و خیز قیمت سهم‌های شاخص‌ساز بازار سرمایه بود.

با وجود اقدامات زیادی که از سوی بانک مرکزی به منظور کنترل قیمت ارز صورت گرفته و برنامه‌های زیادی از سوی رئیس بانک مرکزی برای این بازار مطرح شده است اما اخیراً شاهد رشد بی‌محابای قیمت ارز در بازار هستیم که این موضوع باعث تاثیرگذاری بر بازار سرمایه، افزایش قیمت سهام شاخص‌ساز و نیز رشد بی‌وقفه شاخص بورس شده است.

قیمت دلار روز یکشنبه دوم تیرماه به مرز قیمتی ۲۰ هزار تومان نزدیک شد و در چند روز گذشته شاهد تاثیر افزایش قیمت دلار در بازار سهام بودیم، حال سوالی که ذهن بسیاری از فعالان بازار را به خود مشغول کرده مقصد نهایی رشد قیمت دلار و میزان تاثیرپذیری بازار سرمایه از این افزایش بی‌وقفه قیمتی است،

در این زمینه، حمیدرضا مهرآور در گفت و گو با ایرنا، گفت که بازار در روزهای اخیر رشد بسیار خوبی را تجربه کرد که می‌توان بخشی از آن را ناشی از افزایش قیمت دلار و قسمت دیگر را مربوط به ورود نقدینگی مازاد در کشور به این بازار دانست.

وی ادامه داد: رشد برخی از صنایع مانند پتروشیمی ناشی از رشد قیمت جهانی پتروشیمی در سطح دنیا بود که تا چند وقت گذشته به



شرکت آب منطقه‌ای مازندران

هدر دادن آب تجدید زندگی آینده فرزندان ماست

هفته صرفه‌جویی گرامی باد

آگهی فراخوان مزایده عمومی

نوبت اول

در راستای اجرای شیوه‌نامه اجرایی فعالیت‌های گردشگری، تفریحی و توریستی در منابع و تاسیسات آبی و پیامون آنها شرکت آب منطقه‌ای مازندران در نظر دارد محدوده سد البرز (لفور) را برابر شرایط مندرج در اسناد مزایده جهت انجام ساخت و بهره‌برداری از طرح فعالیت‌های گردشگری، تفریحی، توریستی حداکثر برای مدت ۲۵ (بیست و پنج) سال به متقاضیان واجد صلاحیت به صورت اجاره واگذار نماید.

کلیه مراحل مزایده از دریافت اسناد تا پیشنهاد مزایده‌گران و بازگشایی پاکات از طریق درگاه سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) به آدرس www.setadiran.ir انجام خواهد شد و لازم است مزایده‌گران در صورت عدم عضویت قبلی مراحل ثبت نام در سایت مذکور و دریافت گواهی امضاء الکترونیکی را جهت شرکت در مزایده محقق سازند.

لذا از کلیه متقاضیان واجد شرایط دعوت می‌گردد تا در صورت تمایل در مهلت دریافت اسناد مزایده به سامانه مزبور مراجعه نمایند

تاریخ انتشار آگهی مزایده در سامانه روز چهارشنبه مورخ ۹۹/۴/۴ می‌باشد.

موضوع مزایده: اجاره و بهره‌برداری از فضای پیرامونی سد مخزنی البرز جهت ایجاد طرح تفریحی، گردشگری و توریستی برای مدت حداکثر ۲۵ (بیست و پنج سال)

مبلغ و نوع تضمین شرکت در مزایده: معادل ۳/۰۰۰/۰۰۰/۰۰۰ (سه میلیارد) ریال به صورت ضمانت‌نامه معتبر بانکی و یا واریز وجه نقدی به حساب به شرح مندرج در اسناد مزایده

زمان و مهلت دریافت اسناد مزایده از سایت: تا ساعت ۱۴ روز چهارشنبه مورخ ۹۹/۴/۱۱

آخرین مهلت ارائه پیشنهاد: ساعت ۱۴ روز شنبه ۹۹/۴/۲۱

زمان بازگشایی پاکات: ساعت ۹ صبح روز یکشنبه مورخ ۹۹/۴/۲۲

اطلاعات تماس مزایده‌گزار جهت دریافت اطلاعات بیشتر در خصوص اسناد مزایده و ارائه پاکت‌های الف: آدرس: مازندران – ساری کیلومتر ۳ ساری قائم شهر – کد پستی ۹۸۶۴۳-۴۸۱۵۸-۴ تلفن: ۰۱۱-۳۳۳۴۷۸۰ (۰۱۱) پست تصویری ۰۱۱-۳۳۳۴۷۸۰ (۰۱۱)

روابط عمومی شرکت آب منطقه‌ای مازندران

تاریخ انتشار نوبت اول: ۹۹/۴/۳

تاریخ انتشار نوبت دوم: ۹۹/۴/۳

اخبار

تنظیم بازار لوازم خانگی با قیمت گذاری یک هزار و ۵۰۰ قلم کالا

تابش گفت در راستای تصمیمات اخیر ستاد تنظیم بازار، اقدام به قیمت گذاری برای هزار و ۵۰۰ قلم لوازم خانگی در قالب ۳۲ شرکت از ۴۰ شرکت موجود در سامانه ۱۲۴ کرده است. به گزارش باشگاه خبرنگاران جوان، عباس تابش رئیس سازمان حمایت مصرف کنندگان و تولیدکنندگان در رابطه با جزئیات جلسه دیروز ستاد تنظیم بازار اظهار کرد: یکی از موضوعاتی که در جلسه ستاد تنظیم بازار بررسی شد، اقدامات انجام شده درخصوص ساماندهی بازار لوازم خانگی بود و نهادهای مربوط اقدامات خود را ارائه و گزارش دادند. وی افزود: سازمان حمایت مصرف کنندگان در راستای تصمیمات اخیر ستاد تنظیم بازار، اقدام به قیمت گذاری برای هزار و ۵۰۰ قلم لوازم خانگی در قالب ۳۲ شرکت از ۴۰ شرکت موجود در سامانه ۱۲۴ کرده است. رئیس ستاد تنظیم بازار بیان کرد: کالاها براساس معیارهای معین در سامانه ۱۲۴ قیمت گذاری شده‌اند و مصرف کنندگان در صورت مشاهده هر گونه تخلف می‌توانند از طریق روش های از قبل تعیین شده نسبت به ثبت شکایت خود اقدام کنند. تابش ادامه داد: برند و قیمت تمام اقلام لوازم خانگی باید در سامانه ۱۲۴ ثبت شود و در صورتی که شرکت یا برندی به غیر از این سامانه ۱۲۴ اقدام به قیمت گذاری کند، سازمان تعزیرات حکومتی و حمایت مصرف کنندگان با این واحدها برخورد خواهند کرد. وی تصریح کرد: ۳۲ شرکتی که هم اکنون کالاهای خود را در سامانه ۱۲۴ ثبت نکرده‌اند، حدود ۹۸ درصد از فروش بازار سهم دارند، اما ۸ شرکت باقی مانده از سهم کمتری برخوردارند. به گفته رئیس ستاد تنظیم بازار، ثبت کالا در سامانه ۱۲۴ هم اکنون ادامه دارد و شرکت‌ها همچنان می‌توانند نسبت به این مهم اقدام کنند. تابش افزود: در جلسه این روز ستاد تنظیم بازار به سازمان پشتیبانی امور دام مکلف شد که تا پایان این هفته مرغ منجمد به بازار عرضه کند. وی بیان کرد: عرضه مناسب کالا در بازار، قیمت گذاری صحیح و برخورد با متخلفان سه حلقه اساسی برای تنظیم بازار هستند که هر کدام نقش به خصوصی در این خصوص دارند. رئیس ستاد تنظیم بازار با اشاره به قیمت گذاری محصولات لبنی اظهار کرد: هم اکنون ۱۰ قلم از کالاهای لبنی مکلف به قیمت گذاری هستند و قیمت‌ها پیش از عرضه در بازار باید در ستاد تنظیم بازار و سازمان حمایت مصرف کنندگان تصویب شوند، اما مابقی محصولات لبنی باید براساس مصوبات هیأت تصویب قیمت، اقدام به قیمت گذاری و ثبت در سامانه ۱۲۴ کنند.

زمره واردات ۲ میلیون تن گندم

خلف وعده مسئولان در خرید تضمینی پای دلالان را به بازار گندم باز کرد

مطالبات گندمکاران همچنان با تاخیر پرداخت می‌شود که ادامه این روند آینده تولید گندم را در معرض خطر قرار می‌دهد. به گزارش باشگاه خبرنگاران جوان، چند سالی است که بی‌تدبیری در قانون خرید تضمینی گندم به اوج خود رسیده و علی رغم وعده و وعیدهای مختلف مسئولان، مطالبات گندمکاران همچنان با تاخیر پرداخت می‌شود که استمرار این روند، آینده تولید این محصول استراتژیک را در معرض خطر قرار می‌دهد. در شرایط فعلی تحریم که تامین امنیت غذایی کشور و بی‌نیازی به کشورهای دیگر از اهمیت بالایی برخوردار است، تاخیر چند هفته‌ای در پرداخت مطالبات گندمکاران، پای دلالان به چرخه خرید گندم را باز کرده است چراکه کشاورزان بسیاری از استان‌ها برای کشت دوم محصول نیاز به نقدینگی دارند یا به سبب نوسان نرخ نهاده‌های دامی، بخشی از گندم تولیدی به عنوان خوراک دام مورد استفاده قرار می‌گیرد که بی‌توجهی به این روند منجر به تکرار داستان خرید تضمینی گندم در سال گذشته خواهد شد.

ماجرای تنها به اینجا ختم نمی‌شود چراکه با وجود پیش‌بینی تولید بیش از ۱۴ میلیون تن گندم، زمره‌های واردات این محصول به گوش می‌رسد که این امر نتیجه به ثمر نشستن تلاش وارداتی‌ها در پی نقض قانون خرید تضمینی گندم است و در صورت تحقق، حاصل تلاش کشاورزان بر باد می‌رود.

محمدشفیع ملک‌زاده، رئیس نظام صنفی کشاورزی و منابع طبیعی در گفت و گو با خبرنگار صنعت، تجارت و کشاورزی باشگاه خبرنگاران جوان از ورود دلالان به چرخه خرید تضمینی گندم خبر داد و گفت: از همان ابتدا که قیمت خرید تضمین‌ها بسیار پایین اعلام شد، کشاورزان حاضر به فروش با این نرخ نبودند.

وی افزود: در استان‌های جنوبی دلالان با ورود به امر خرید با قیمت‌های بالاتر گندم تولیدی را از کشاورزان خریداری می‌کند. ملک‌زاده ادامه داد: با توجه به افزایش هزینه‌های تولید، کشاورزان برای تامین نقدینگی مورد نیاز چاره‌ای جز فروش محصول به دلالان ندارند.

رئیس نظام صنفی کشاورزی و منابع طبیعی ادامه داد: دلالان با ورود به چرخه خرید، بخشی از گندم تولیدی را خریداری می‌کنند که با تاخیر در روند پرداخت، این موضوع شدت می‌گیرد.

وی با بیان اینکه سالیانه ۱۱ میلیون تن گندم در داخل مورد استفاده قرار می‌گیرد، گفت: زمانی که دولت نتواند گندم مصرفی مورد نیاز کشور را تامین کند، چاره‌ای جز واردات ندارد. همانگونه که سال قبل علی رغم پیش‌بینی ۱۴ میلیون تن گندم، دولت ۶.۵ تا ۷ میلیون تن گندم خریداری و مابقی را از طریق واردات تامین کرد. این مقام مسئول مقرون به صرفه نبودن قیمت‌ها را علت اصلی کاهش میزان خرید تضمینی گندم از کشاورزان اعلام کرد و گفت: با وجود افزایش هزینه‌های تولید، خرید تضمینی گندم با چنین نرخ‌های ظلم آشکار است. وی درباره آخرین تصمیمات وزارت گندم بیان کرد: شنیده‌ها حاکی از آن است که سال قبل برای تامین بخشی از نیاز کشور واردات صورت گرفت، اما آمار دقیقی از میزان واردات در دسترس نیست. رئیس نظام صنفی کشاورزی و منابع طبیعی ادامه داد: امسال با استمرار تاخیر در نحوه پرداخت مطالبات، بخشی از گندم تولیدی از چرخه خرید دولتی خارج می‌شود که با این وجود دولت برای تامین گندم مصرفی کشور چاره‌ای جز واردات ندارد که این امر ضمن خروج ارز از کشور منجر به واردات گندم تولیدی بی‌کیفیت به کشور می‌شود.



وزیر نیرو گفت در حال حاضر میزان صادرات برق به افغانستان کم

است اما یکی از پروژه‌های وزارت نیرو سرمایه گذاری برای احداث یک

خط ۲۲۰ کیلوولت جدید است که طبیعتا با احداث این خط ظرفیت

صادرات به افغانستان افزایش می‌یابد.

به گزارش ایسنا، رضا اردکانیان روز دوشنبه در حاشیه نشست با

حنیف اتمر سرپرست وزارت خارجه افغانستان در جمع خبرنگاران و در

پاسخ به ایسنا در خصوص اقدامات صورت گرفته برای افزایش صادرات

برق به کشور افغانستان گفت: صادرات برق به افغانستان و سایر

کشورهای همسایه یکی از اجزای طرح جامع همکاری‌های اقتصادی

است لذا آنچه بنا داریم این است که سهم خودمان را در توسعه صنعت

برق کشور همسایه و برادرمان افغانستان ایفا کنیم.

وی با بیان اینکه ۲۰ پروژه برقی برای کشور افغانستان تعریف شده

است، تصریح کرد: این پروژه‌های بیست‌گانه بعد از سفر سال گذشته

من به کشور افغانستان طراحی شد که شامل ایجاد ظرفیت تعمیر برای

توربین‌های آسیب‌دیده در افغانستان، ایجاد ظرفیت تعمیر برای هزاران

ترانس آسیب‌دیده در افغانستان و همچنین شامل کاهش تلفات انرژی

در شبکه توزیع افغانستان و ایجاد ظرفیت‌های تخصصی آموزش نیروی

انسانی می‌شود.

وی افزود: طبیعتا تا زمانی که این کشور نیاز داشته باشد و امکان آن

نیز برای ما فراهم باشد صادرات برق خواهیم داشت و اکنون به دنبال

ایجاد راهکارهایی برای توسعه صادرات به این کشور هستیم.

وزیر نیرو با بیان اینکه وزارت نیرو به عنوان مسئول کمیسیون

مشترک همکاری اقتصادی مشترک جمهوری اسلامی ایران و جمهوری

اسلامی افغانستان میزبان سرپرست وزارت خارجه افغانستان بوده است،

گفت: این مسئله توفیقی برای ما است که گفت و گوهای بسیار سازنده

برای استفاده حداکثری در جهت توسعه روابط اقتصادی در فرصت

باقی‌مانده دولت دوازدهم داشته باشیم.

وی افزود: ۱۱ ماه پیش در سفری که به کابل داشته‌ام محورهای مهم

برای همکاری اقتصادی مطرح شد که مسائل مختلفی مربوط به وزارت

نیرو و وزارتخانه‌های دیگر را دربرمی‌گرفت امروز نیز این امکان فراهم

شد تا بعد از استقرار دولت جدید در کابل این محورها را مرور کنیم و

به نتایج خوبی برسیم.

وی اظهار امیدواری کرد که در آینده نزدیک شاهد اثرات خوب سفر

مسئول عراقی به تهران در راستای توسعه روابط اقتصادی باشیم که

البته تاکنون نیز توافقات خوبی صورت گرفته است.

وزیر نیرو افزود: از جمله این توافقات می‌توان به برگزاری دو نمایشگاه

تخصصی برای عرضه ظرفیت خدمات فنی و مهندسی ایران در کابل

و هرات در سال جاری و همچنین برگزاری اجلاس ششم کمیسیون

مشترک همکاری‌های اقتصادی دو کشور در کابل اشاره کرد.

وی با بیان اینکه تا آن زمان سند جامع همکاری‌های درازمدت دو

کشور نهایی و امضا خواهد شد، تاکید کرد: در چارچوب کلی این

سند و فعالیت‌های کمیسیون مشترک پروژه‌های متعددی را در زمینه

انرژی‌های با منشا تجدیدناپذیر، تجدیدپذیر و انرژی‌های فسیلی تعریف

کرده‌ایم؛ به گونه‌ای که ۲۰ پروژه برقی در نظر گرفته شده و پیش‌بینی

می‌شود که هرچه زودتر به مرحله اجرا برسد.

به گفته وی، در عرصه آب و محیط زیست با توجه به اینکه با

خواهران و برادران افغانستانی در دو حوزه آبریز مشترک به تعبیری

زندگی در سرزمین مشترک داریم همکاری‌های خوبی در قالب

همکاری‌های آبی بین دستگاه‌های مذکور وجود دارد که در آن زمینه

نیز صحبت‌های خوبی مطرح شده است. به ویژه در مورد اجرای توافقات

مربوط به معاهده هیرمند و بحث‌های که در حوضه آبریز مشترک

هریرود مورد علاقه دو کشور بوده توافقاتی صورت گرفته است.

اردکانیان اظهار کرد: همچنین در اواخر پاییز قطعه سوم راه آهن

خواف - هرات را افتتاح خواهیم کرد و این یک جلوه دیگری از سرعت

دادن به پروژه‌های اقتصادی مشترک دو کشور است.

او در پاسخ به سوالی مبنی بر اینکه آیا توافقات امروز مشکلات حق‌آبه

کشاورزان هیرمند و سیستان را حل می‌کند، گفت: آنچه که کشاورزان

در مورد حق‌آبه، مطرح می‌کنند، عمدتا داخلی است و از رودخانه‌ها و

قنوات و سایر منابع حق‌آبه‌هایی دارند. آنچه بین ما و افغانستان مطرح

می‌شود مربوط به معاهده سال ۵۱ است.

خبری از قاچاق دام نیست؛ ثبات نرخ گوشت در بازار

دریافت حق کنسلی هستند چراکه این افراد با علم و آگاهی اقدام به بستن قرارداد کرده‌اند و شکایتی در این مورد نباید داشته باشند. این مقام مسئول با ارائه مثالی این حق کنسلی را تشریح کرد و گفت: فرض کنید تالاری با مشتری در ۲۰ خرداد قرارداد بسته، بعد از آن مشتری تاریخ مراسم را تغییر داده و به دلیل شرایط کرونایی ۲۰ تیر مراسم خواهد گرفت، اما همچنان در این تاریخ به دلیل تصمیم ستاد ملی مقابله با کرونا تالارها همچنان بسته هستند و در نهایت مشتری تاریخ ۲۰ شهریور را برای برگزاری مراسم تعیین می‌کند، اما در زمان بازگشایی تالارها در نهایت مراسم را لغو کرده و واریزی خود را طلب می‌کند در این مرحله تالار مجاز است تا براساس قوانین حق کنسلی بگیرد.

براساس شرایط و قوانینی که اعمال شده اقدام به جذب مشتری می‌کنند و در صورتی که قوانین را زیر پا بگذارند و دیگر تابع آن چارچوب مشخص شده فعالیت نکنند، با آنها برخورد خواهد شد. رئیس اتحادیه تالارهای پذیرایی و تجهیز مجالس با تاکید بر اینکه تالارها در صورت بستن قرارداد در ماه‌های مشخص حق کنسلی ندارند، ادامه داد: روال کار در این زمان این‌گونه است، در صورتی که تالاری در ماه‌های مهر، آبان، آذر و دی قراردادی بسته باشد نباید افراد را در صورت کنسلی مراسم جریمه و از آنها حق کنسلی دریافت کند. ابراهیمی‌نیا تشریح کرد: اگر تالاری در ماه‌هایی که درگیر مشکلات کرونا بودیم قراردادی را با مشتریان ببندد و هم‌اکنون آن مشتری مراسم خود را کنسل کنند، تالارها مجاز به

در تولید ۹۰درصد واکسن دام خودکفا هستیم

تلفاتی از تب کریمه کنگو نداشتیم

و گفت: ایران با تولید یک میلیون و ۴۰ هزار تن تخم مرغ رتبه ۹ بزرگ‌ترین تولیدکننده دنیا را در اختیار دارد. او افزود: ایران تا سال ۹۶ سالیانه ۳ هزار و ۵۰۰ تن تخم مرغ وارد می‌کرد، در حالی که هم‌اکنون یکی از ارزان‌ترین ماده‌های پروتئینی دنیا را در اختیار مصرف کنندگان قرار می‌دهیم.

این مقام مسئول با اشاره به اینکه دولت به دنبال افزایش سرانه مصرف گوشت مرغ نیست، بیان کرد: براساس برنامه‌ها، دولت به دنبال افزایش سرانه ۳۲ و نیم کیلوگرمی مصرف مرغ در کشور نیست، بلکه برنامه‌ریزی شده است که سرانه مصرف گوشت قرمز در کشور ارتقا یابد. رئیس سازمان دامپزشکی کشور از توقف خام‌فروشی نهاده‌های دامی به تولیدکنندگان دام و طیور خبر داد و گفت: نهاده‌های دام و طیور در اختیار کارخانه‌های خوراک دام قرار می‌گیرد تا با تبدیل آنها به خوراک آماده، این محصول با شرایط کیفی بهتری در اختیار مصرف کنندگان قرار گیرد.

به گفته او، براساس بررسی‌های انجام شده با تحقق این امر ۱۳درصد

در مصرف نهاده‌های دامی در کشور صرفه‌جویی انجام می‌شود.

ماکنعلی با اشاره به اینکه ضرب تبدیل نهاده‌ها در کارخانه‌های خوراک دام به‌سود می‌یابد، اظهار کرد: با جلوگیری از خام‌فروشی نهاده‌ها، ضرب تبدیل مصرف این محصولات بهبود می‌یابد به طوری که از ۹ و نیم میلیون تن ذرت مصرفی در کشور سالانه یک میلیون

تومان صرفه‌جویی صورت گیرد.

این مقام مسئول افزود: ۲۵ میلیون تن ظرفیت تبدیل خوراک دام در کارخانه‌های خوراک دام کشور وجود دارد که پاسخگوی نیاز فعلی است.

پیگیر فعالیت مراکز درمانی دامپزشکی از شهرداری هستیم

او در ارتباط با بسته شدن مراکز درمانی دامپزشکی اظهار کرد: اقدام شهرداری تهران برای گذاشتن جدول و نیوجرسی در مقابل مراکز درمانی دامپزشکی را در جلسه‌ای در مجلس با حضور شهرداری تهران، نظام دامپزشکی کشور و سازمان دامپزشکی مطرح کردیم و مقرر شد که شهرداری پیگیری کند که آیا فعالیت‌های مراکز درمانی دامپزشکی حول محور فعالیت‌های سلامت محور به حساب می‌آیند یا خیر، اما براساس اطلاعات واصله این پیگیری‌ها جواب نداده است.

رئیس سازمان دامپزشکی اضافه کرد: با توجه به اینکه فعالیت‌های مراکز درمانی دامپزشکی سلامت محور است، نامه‌ای به شهرداری تهران نوشتم و پیگیر آن هستیم که مشکلات این بخش رفع شود.

او با اشاره به دلایل پلمب شدن مراکز درمانی دامپزشکی گفت: دلیل تمام این اتفاقات و پلمب شدن مراکز درمانی دامپزشکی بروز بیماری کووید- ۱۹ است که شهرداری تهران نیز براساس تصمیم ستاد ملی مبارزه با کرونا اقدام به پلمب مراکز درمانی دامپزشکی می‌کند که امیدواریم مشکل این بخش رفع شود.

اخبار

پیشنهاد افزایش ۵۰ درصدی در قطعات خودرو

دبیر انجمن قطعه‌سازان با اشاره به اینکه در صورت عدم تعدیل قیمت‌ها امکان فعالیت خودروسازان وجود ندارد، افزایش ۵۰ درصدی برای قیمت قطعات را مناسب دانست. به گزارش جی پلاس، دبیر انجمن صنایع همگن قطعه‌سازان با بیان اینکه اگر خودروسازان قیمت خرید را تعدیل نکنند، فعالیت برای قطعه‌سازان غیرممکن خواهد بود، گفت: امروز قطعه‌سازان بر سر دوراهی ضرر و زیان هستند و در این رابطه باید حمایت‌های لازم از تولیدکنندگان این بخش صورت گیرد. آرش محبی‌نژاد با اشاره به اینکه قیمت فعلی قطعات خریداری شده توسط خودروسازان از تولیدکنندگان با دلار ۱۱ هزار تومانی است، اظهار داشت: در حال حاضر دلار بیش از ۸۰ درصد گران شده اما هیچ تغییری در قیمت محصولات قطعه‌سازان با شرکت‌های خودروساز اعمال نشده است. وی با بیان اینکه قیمت مواد اولیه با افزایش قیمت دلار رشد قابل توجهی پیدا کرده است، افزود: علاوه بر این نرخ دستمزد و هزینه‌های تولید نیز بسیار افزایش پیدا کرده است، به نحوی که قطعه‌ساز امروز با افزایش فزاینده هزینه‌ها رویه‌روست. دبیر انجمن صنایع همگن قطعه‌سازان کشور با تأکید بر اینکه اگر خودروسازان قیمت‌ها را تعدیل نکنند، فعالیت برای قطعه‌سازان غیرممکن خواهد بود، گفت: امروز قطعه سازان بر سر دوراهی ضرر و زیان هستند و در این رابطه باید حمایت‌های لازم از تولیدکنندگان این بخش صورت گیرد. محبی‌نژاد با بیان اینکه خودروسازان نیز به دلیل قیمت‌گذاری‌های دستوری نمی‌توانند تغییرات آنچنانی را در قیمت‌های قطعات اعمال کنند، تصریح کرد: درحال حاضر به نظر ما باید یک افزایش ۵۰ درصدی در قیمت محصولات ما اعمال شود، علاوه بر این شناور بودن قیمت قطعات هم باید اجرایی شود تا بخشی از مشکلات قطعه‌سازان در تأمین هزینه‌های تولید برطرف شود.

مراجعه روزانه بیش از ۵ هزار خودرو به مراکز معاینه فنی

مدیرعامل ستاد معاینه فنی خودروهای تهران درباره آخرین میزان مراجعه شهروندان به مراکز معاینه فنی و سامانه نوبت‌دهی برخط توضیحاتی داد. حسین مقدم در گفت‌وگو با باشگاه خبرنگاران جوان، در تشریح آخرین وضعیت مراجعه شهروندان به مراکز معاینه فنی گفت: آمار مراجعه شهروندان به مراکز معاینه فنی در طول روز عددی نزدیک به ۵ هزار و ۲۰۰ دستگاه خودرو است، به عقیده ما این تعداد مراجعه شکل عادی حضور شهروندان در مراکز معاینه فنی است. مدیرعامل ستاد معاینه فنی خودروهای تهران در پاسخ به این سوال که تا به امروز چند درصد از ظرفیت نوبت‌دهی برخط از سوی شهروندان اشغال می‌شود، بیان کرد: در حال حاضر ۶۰درصد ظرفیت مراکز معاینه فنی از طریق نوبت‌دهی برخط اشغال می‌شود و این اتفاقی نیز زمانی رخ می‌دهد که ساعت فعالیت مراکز در حال پیک مراجعه باشند. مقدم ادامه داد: زمانی که شرایط حضور در مراکز معاینه فنی عادی باشد، شهروندان رغبتی به استفاده از نوبت‌دهی برخط ندارند و از همین رو در سال ۹۹ با قاوی شهرداری تهران تفاهم‌نامه‌ای امضا کردیم تا بتوانیم لینک نوبت‌دهی برخط مراکز معاینه فنی را در سامانه تهران من داشته باشیم. او تصریح کرد: برنامه‌ای در دست اجرا داریم تا بتوانیم براساس آن در برخی از مراکز ساعات انتهایی فعالیت روزانه را به نوبت دهی بر خط اختصاص دهیم و لازمه این اقدام فرهنگ‌سازی در بین شهروندان جهت استفاده از این امکان است. مدیرعامل ستاد معاینه فنی خودروهای تهران با تأکید بر اینکه شهروندان می‌توانند با استفاده از نوبت‌دهی برخط ثبت نام خود را انجام و پس از پرداخت هزینه آن به مرکز دلخواه خود مراجعه کنند، گفت: در کنار آن که هشتت مرکز معاینه فنی در تهران در سامانه نوبت‌دهی برخط فعال هستند، ۳ مرکز شقایق، چمران و دماوند نیز از ساعت ۱۶ تا ۱۷ به نوبت‌دهی برخط می‌پردازند. مقدم در پاسخ به این سوال که چه خودروهایی مشمول دریافت معاینه فنی در سال ۹۹ هستند، گفت: خودروهای مدل ۹۴ (۲۰۱۵) به قبل مشمول دریافت معاینه فنی هستند.

عدم واریز سهم شهرداری تهران از جرایم راهنمایی و رانندگی

معاون حمل و نقل و ترافیک شهرداری تهران از عدم واریز سهم شهرداری تهران از جرایم راهنمایی و رانندگی گلایه کرد و گفت جرایم راهنمایی و رانندگی تهران براساس قانون باید صرف حل مشکلات تهران اعم از توسعه حمل و نقل عمومی و توسعه مترو شود. به گزارش اقتصادآنالاین، «سید مناف هاشمی « صبح روز یکم تیرماه در شورای مدیران حوزه حمل و نقل و ترافیک که با حضور «محمد علیخانی» رئیس کمیسیون عمران و حمل و نقل شورای اسلامی شهر در معاونت حمل و نقل و ترافیک بر گزار شد با اشاره به اینکه باید برای منابع و بودجه تصویب شده شهرداری تهران برنامه‌ریزی داشته باشیم، گفت: توسعه مترو یکی از اولویت‌های مدیریت شهری است و بهره‌برداری از ۱۲ ایستگاه در خط ۷ و ۶ تا پایان سال در دستور کار قرار دارد از این رو باید ۵۰ درصد بودجه حمل و نقل و ترافیک از سوی معاونت برنامه‌ریزی در اختیار ما قسار گیرد. معاون حمل ونقل و ترافیک شهرداری تهران از مجتمع‌های ایستگاهی مترو به عنوان یکی از منابع درآمدی شهرداری در بخش حمل و نقل یاد کرد و تصریح کرد: کسب بالغ بر ۵ هزار میلیارد تومان درآمد از طریق مجتمع‌های ایستگاهی مترو هدف‌گذاری شده است و معتقدم مسیرهای که برای رسیدن به منابع مالی طی می‌کنیم تحقق‌پذیر است. هاشمی با بیان اینکه برای تکمیل و تجهیز خط ۶ و ۷ مترو با دستور شهردار تهران مقرر شد ۱۰۰ میلیارد تومان برای خط ۶ و ۱۰۰ میلیارد تومان برای خط ۷ از سوی شهرداری تهران در اختیارمان قرار گیرد، تصریح کرد: تاکنون برای خط ۶ و ۷ مترو بالغ بر ۱۵ هزار میلیارد تومان هزینه شده این در حالی است که هدف‌گذاری بهره‌برداری از ۱۲ تا ۱۴ ایستگاه تا پایان سال جاری در این دو خط حدود ۳ هزار میلیارد تومان نیاز دارد، اما برابر توافقاتی که با پیمانکاران داشتیم اکنون با تزریق ۱۳۰۰ میلیارد تومان می‌توانیم درصد بیشتری از کار را به سرانجام برسانیم . معاون شهردار تهران در ادامه به منابع دولت اشاره کرد و گفت: به عنوان مثال سالانه بالغ بر ۱۰۰۰ میلیارد تومان از طریق دوربین‌های ثبت تخلف شهرداری تهران به عنوان جرایم رانندگی به خزانه دولت واریز می‌شود که برابر قانون سسه‌می از آن به شهرداری تهران تعلق می‌گیرد این در حالی است که متاسفانه دولت این پول را به شهرداری پرداخت نکرده است.

افزایش هیجان تقاضای خودرو با طرح‌های فروش خودروسازان



شورای اسلامی تأکید کرد: قیمت یکی از مولفه‌های مهم اقتصادی است که همواره مصرف‌کننده را راهنمایی می‌کند و تداوم این روش‌ها، تب موجود در بازار و هیجان تقاضای خودرو را افزایش خواهد داد. کریمی ضمن اشاره به آمار ۶ تا ۷ میلیونی متقاضیان خرید خودرو در طرح‌های فروش و پیش‌فروش خودروسازان بیان کرد: قطعاً بازار خودرو نیازمند این تعداد خودرو نیست و این تعداد متقاضیانی که در طرح‌های پیش‌فروش ثبت نام کرده‌اند، قطعاً در آمار مصرف‌کنندگان واقعی خودرو در کشور جای نمی‌گیرند زیرا این میزان مصرف‌کننده در کشور وجود ندارد.

وی درخصوص روش قرعه‌کشی در طرح‌های فروش خودروسازان تصریح کرد: شکاف قیمتی موجب شده تا حجم انبوه متقاضیان به صف خرید متقاضیان خودرو بپیوندند و روش قرعه‌کشی اگرچه روش نسبتاً عادلانه است و فرصت برابری به تمام متقاضیان در آزمایش شانس خود برای تحصیل خودرو و برخورداری از امتیاز کسب رانت حاصل از مابه‌التفاوت قیمت کارخانه و بازار می‌دهد اما به هر حال

عضو کمیسیون اقتصادی مجلس یازدهم شورای اسلامی درخصوص طرح‌های خودروسازان مبنی بر فروش فوق‌العاده و پیش‌فروش خودرو و راهکارهای مدیریت تقاضا در بازار به نکاتی اشاره کرد.

علی‌اکبر کریمی در گفتگو با خبرنگار خبر خودرو، درخصوص طرح پیش‌فروش و فروش فوق‌العاده خودرو اظهار داشت: نقش طرح‌های فروش در بازار خودرو صرفاً به منزله نظم‌دهی به صف انبوه متقاضیان خودرو است و به لحاظ منطقی و اقتصادی مزیتی برای آن متصور نیست.

وی با بیان اینکه افزایش قیمت خودرو در بازار در مقایسه با قیمت کارخانه عامل ایجاد رانت است، گفت: یک نوع رانتی ایجادشده که نتیجه مابه‌التفاوت قیمت خودرو و بازار است و مردم را برای حضور گسترده در عرضه خرید فوری با پیش‌خريد که همراه با ایجاد تعهد برای خودروسازان مبنی بر تحویل خودرو در ماه‌های آینده است، با هدف کسب سود از رانت ایجادشده، تشویق می‌کند.

نماینده مردم اراک، کمیجان و خنداب در یازدهمین دوره مجلس

سهم بازار در بسته جدید فروش خودرو چقدر است؟

هزار دستگاه خودرو نیز در چارچوب طرح مشارکت در تولید در اختیار متقاضیان قرار گیرد بنابراین جمع اعداد مذکور نشان‌دهنده این است که در مجموع ۹۰۰ هزار دستگاه خودرو تا پایان سال جاری در این سه طرح عرضه خواهد شد.

از آنجا که تولید یک میلیون و ۲۰۰ هزار دستگاه خودرو از سوی مسئولان ارشد وزارت صمت برای سال جاری هدف‌گذاری شده است، به نظر می‌رسد الباقی تولید خودروسازان که ۳۰۰ هزار دستگاه را شامل می‌شود، صرف عمل به تعهدات معوق خواهد شد.

با توجه به این هدف‌گذاری و برنامه‌ریزی صورت‌گرفته برای توزیع خودروهای تولیدی در طرح‌های فروش خودروسازان، به نظر می‌رسد سیاست‌گذار کلان خودرو برنامه‌ای برای عرضه خودرو صفر به بازار در نظر نگرفته است و این مسئله به نوعی نقطه کور این برنامه محسوب می‌شود.

پیش‌تر خودروی صفر بازار از مسیر طرح‌های فروش فوری (طرح فروش فوق‌العاده فعلی) و طرح پیش‌فروش شرکت‌های خودروساز تأمین می‌شد، اما با اعمال محدودیت‌هایی از قبیل عدم امکان خرید و فروش خودروهای عرضه‌شده در طرح‌های جدید فروش خودروسازان به مدت یک سال و همچنین خارج شدن خودرو از شمول گارانتی در صورت عدم مراجعه به نمایندگی، بیش از پیش تأمین خودروی صفر در بازار با چالش مواجه شد.

همچنین باید به این نکته نیز توجه کرد که در میان سه طرح مدنظر سیاست‌گذار کلان خودرو، دو طرح فروش فوق‌العاده و پیش‌فروش بیش از طرح مشارکت در تولید مورد توجه متقاضیان قرار دارد. از آنجا که طی دو سال گذشته تیراژ تولید خودروسازان با افت همراه بوده و آنها نتوانسته‌اند به میزان نیاز بازار خودرو تولید کنند، مشخص است که عرضه ۸۰۰ هزار خودرو طی سال‌جاری در قالب دو طرح

متقاضیانی که نمی‌توانند نیاز خود را از طریق طرح‌های فروش خودروسازان تأمین کنند، چیست؟

بسته جدید فروش خودرو که یک ماه پیش توسط سیاست‌گذار خودرویی کشور رونمایی شد اگرچه توهم توزیع عادلانه و رساندن خودرو به دست مصرف‌کننده واقعی را دارد، اما در عمل دست بسیاری از متقاضیان را از بازار کوتاه کرده است.

به گزارش پدال نیوز، بسته جدید فروش خودرو که یک ماه پیش توسط سیاست‌گذار خودرویی کشور رونمایی شد؛ اگرچه توهم توزیع عادلانه و رساندن خودرو به دست مصرف‌کننده واقعی را دارد، اما در عمل دست بسیاری از متقاضیان را از بازار کوتاه کرده است. پیش از این خودروسازان با عرضه ۳۰ درصدی از فروش روزانه خودرو در قالب فروش‌های فوری، موظف به تأمین خودروی موردنیاز بازار بودند، حال آنکه در طرح جدید، فروش و عرضه به‌طور فصلی و کمتر از قبل است و از سوی دیگر منتخبان قرعه‌کشی هم تا یک سال حق معامله و فروش خودروی خریداری‌شده را ندارند. بنابراین بسیاری از دست‌اندرکاران خودرویی پیش‌بینی می‌کنند که با تداوم طرح‌های جدید فروش، بازار طی ماه‌های آتی، خودرویی برای معامله نداشته باشد.

براساس اعلام وزارت صنعت، معدن و تجارت شرکت‌های خودروساز موظف هستند که علاوه بر برنامه‌ریزی برای به‌روزرسانی تحویل خودروهای معوقه به مشتریان خود، سازبر محصولات تولیدی را در قالب سه طرح فروش فوق‌العاده، پیش‌فروش و مشارکت در تولید عرضه کنند.

توزیع خودرو در سه طرح یادشده به این صورت برنامه‌ریزی شده است که ۱۵۰ هزار دستگاه خودرو تا پایان سال‌جاری در فروش فوق‌العاده میان متقاضیان توزیع خواهد شد. همچنین قرار است ۷۵۰ هزار دستگاه خودرو نیز در قالب پیش‌فروش عرضه شود و حدود ۲۰۰

با خودرو مانند تایر، لوازم یدکی و ... به وجود آمده نیز متأثر از همین قضیه است.

این کارشناس حوزه خودرو تصریح کرد: در کشورهای توسعه‌یافته بخش اعظمی از تولید ناخالص ملی از محل صنعت خودرو تأمین می‌شود. خودروسازی اقتصاد بزرگی را به خود اختصاص داده و با وجود پیچیدگی‌های فراوان در این صنعت، اگر مبانی مربوط به آن را رعایت نکنیم با مشکلاتی که در حال حاضر در صنعت خودرو کشور به وجود آمده مواجهه خواهیم شد.

خلخاللی خاطر نشان کرد: در حال حاضر سیاست‌هایی مانند قرعه‌کشی در فروش خودرو موجب کاهش قیمت‌ها در بازار شده اما نسبت عرضه و تقاضا در این پیش‌فروش‌ها متعادل نیست چرا که

چتر حمایت بیمه‌ای از استارت‌آپ‌ها گسترده‌تر می‌شود

طرح ملی «پوشش بیمه تکمیلی تیم‌های استارت‌آپی و آزادکارها» برای اعضای پردیس‌های نوآوری یا کارآفرینان، آغاز شد. این طرح برای توسعه چتر حمایت بیمه‌ای استارت‌آپ‌های ایرانی تدوین شده است.

به گزارش مرکز ارتباطات و اطلاع‌رسانی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، در سال‌های اخیر ده‌ها پردیس نوآوری در کشور تاسیس شده است که تیم‌های استارت‌آپی، صاحبان ایده و خلاقیت در آنها مستقر شده‌اند و ایده‌های خود را به محصولات و خدمات فناورانه تبدیل می‌کنند. توسعه بیمه تکمیلی نوآوران در میان این اعضا از جمله ابتکاراتی است که به همت شبکه فناوری و نوآوری ایران انجام گرفته است.



دریچه

گسترش فناوری اطلاعات و تاثیرات آن بر شناخت اجتماعی

عذرا جهانی تابش / عضو هیأت علمی پژوهشکده علوم شناختی

شده است. درواقع، پیدایش عصب‌شناسی شناختی-اجتماعی به زمانی بر می‌گردد که روانشناسان اجتماعی مطالعه بیماران آسیب مغزی را آغاز کردند و مقارن با آن، فناوری‌های تصویربرداری از مغز مانند برش‌نگاری انتشار پوزیترون و تصویربرداری تشدید مغناطیسی کارکردی مغز به طور وسیع مورد استفاده قرار گرفت. این فناوری‌ها امکان مطالعه مغز افراد را در حین انجام فعالیت‌های شناختی و اجتماعی از جمله ادراک اجتماعی و قضاوت فراهم کرده است.

در مطالعات عصب‌شناسی شناختی-اجتماعی به آزمودنی تکلیفی ارائه می‌شود و درحین انجام آن تکلیف از مغز او تصویربرداری انجام می‌شود تا مشخص شود کدام بخش مغز او فعال شده است. با استفاده از فناوری تصویربرداری تاکنون بیست و یک نقطه از مغز شناسایی شده است که در حین فعالیت‌های شناخت اجتماعی فعال می‌شوند. البته، نباید فراموش کرد که این یافته‌ها تنها در محدوده تکلیف طراحی شده اعتبار دارند و الزاماً قابل تعمیم به موارد دیگر نیستند.

روانشناسان همواره علاقه‌مند به شناسایی ارتباط ذهن و بدن و آنچه در نورون‌های مغز می‌گذرد بوده‌اند. برای مدت‌های مدیدی، روانشناسان اجتماعی تصور می‌کردند تعاملات و شناخت اجتماعی بسیار پیچیده‌تر از آن هستند که بتوان با روش‌های ناپیوسته و تکراری که در روانشناسی اولیه وجود داشت سنجیده شوند. اما، اینک علم با استفاده از ابزارهای مدرن تصویربرداری مغز در جایگاهی قرار گرفته است که می‌تواند همبسته‌های عصبی فعالیت‌های ذهن را مشخص کند؛ کاری که در گذشته هرگز قادر به انجام آن نبوده است.

منبع: isti.ir

توسعه فناوری اطلاعات و ارتباطات و تشکیل شبکه‌های اجتماعی تأثیر بسزایی بر شناخت اجتماعی داشته است و موجب تحولات اجتماعی و سیاسی در جوامع بشری شده است. حجم اطلاعاتی که اینک از طریق شبکه‌های اجتماعی در اختیار مردم قرار می‌گیرد به صورت روزافزونی افزایش می‌یابد، به طوری که مقوله داده‌های حجیم و نحوه پردازش آن خود به یک رشته جدید علمی تبدیل شده است. داده‌های خام و اطلاعاتی که اینک در شبکه‌های جهانی در اختیار پژوهشگران قرار دارد اطلاعات ذی‌قیمتی را برای مطالعات اجتماعی فراهم ساخته است.

پژوهشگران می‌توانند با تحلیل اطلاعات موجود در شبکه‌های اجتماعی الگوهای حاکم بر شناخت گروه‌های مختلف اجتماعی در یک جامعه معین را ترسیم کنند. مثلاً فرض کنید بخواهیم الگوی حاکم بر ذهن جوانان ایرانی را مطالعه کنیم، بیشتر جوانان ایرانی در شبکه تلگرام فعال هستند و روزانه محتویات ذهنی خود را بدون تحفظ بر روی این شبکه ثبت می‌کنند.

با تحلیل این اطلاعات به خوبی می‌توان پی برد که فضای حاکم بر ذهن جوانان ایرانی چیست و مسائل مهم آنها کدام است. یکی از فناوری‌هایی که برای استفاده از داده‌های حجیم به کمک پژوهشگران شناخت اجتماعی آمده است شبکه‌های عصبی مصنوعی است که به کمک آن می‌توان داده‌های مربوط به موضوع خاص را از روی شبکه جمع‌آوری و سپس بر روی آنها پژوهش لازم را انجام داد.

همچنین علاقه‌مندی روانشناسان اجتماعی به مطالعه همبسته‌های عصبی رفتارهای اجتماعی، منجر به شکل‌گیری یک حوزه میان رشته‌ای به نام عصب‌شناسی شناختی- اجتماعی

۴ چیزی که می‌تواند یک رهبر را درهم بشکند

و برای دیگر تخصص‌ها متخصصین همان حوزه را به کار بگیرد.

شرکت در تمام جلسات

این می‌تواند برای‌تان یک تجربه مثبت باشد که یک زبردست در جلسه به جای شما حضور داشته باشد و سپس آنچه رخ داده است را به صورت مختصر توضیح دهد. انجام این کار موجب صرفه‌جویی در زمان می‌شود بنابراین اصرار نداشته باشید که در تمام جلسات حضور پیدا کنید.

داشتن ارتباط کم

رهبران موفق به ارتباطات‌شان بسیار اهمیت می‌دهند، همواره با کارکنان‌شان در ارتباطند و از اینکه چندین بار یک پیام را تکرار کنند، هراس ندارند. آنها گاهی اطلاعات و داده‌های مشابه را چندین بار تکرار می‌کنند؛ ارائه اطلاعات مشابه از طریق کانال‌های مختلف، این احتمال را افزایش می‌دهد که کارکنان در واقع یادشان بماند.

منبع: Success/ucan

برای فهمیدن آنچه که کارآفرینان پیش‌رو و مدیران اجرایی انجام می‌دهند، تا شرکت‌های سودآور، نوآورانه و موفق داشته باشند، نیازی نیست به دوردست‌ها نگاه کنید، کافی است در مورد چیزهایی که از انجام آن اجتناب می‌کنند بدانید. مانند کریپتون برای سوپرمن، برخی از فعالیت‌ها برای هر کسب و کاری سمی هستند. در اینجا چهار چیز که رهبران هوشمند با هر هزینه‌ای از انجام آن اجتناب می‌کنند را معرفی خواهیم کرد.

تلاش برای تصمیم‌گیری بی‌عیب و نقص

«فلج شدن توسط تجزیه و تحلیل» نقص جدی برای بسیاری از مدیران اجرایی است. ذهنیتی که شما هرگز نمی‌توانید داده‌های کافی داشته باشید فقط شرکت‌تان را به عقب نگه می‌دارد.

برعهده گرفتن نقش‌های زیاد

رهبران هوشمند شرکت‌هایی را ایجاد نمی‌کنند که به طور کامل مسئولش باشند. هیچ کس نمی‌تواند در هر جنبه‌ای از کسب و کار متخصص باشد. تخصص خود را بشناسید و آن را دنبال کنید

سلول‌های سرطانی در خون با محصول ایران ساخت رصد می‌شود

عمل جراحی بخشی از بافت مبتلا به بیماری برداشته می‌شود. پس از جراحی درمان‌های بعدی مانند شیمی‌درمانی برای کنترل بیماری انجام می‌شود. در اینجا قبل از شروع شیمی‌درمانی سرطان‌شناسان با

استفاده از کیت «سی تی سی» جداسازی و شمارش سلول‌های سرطانی در خون فرد بیمار را انجام می‌دهند. وی همچنین بیان کرد: درمان ادامه می‌یابد. اما پس از گذشت زمانی باید از شیوه درمانی مطمئن شد و اینکه این شیوه درمانی اثربخش بوده است یا خیر. پس بار دیگر نیاز به کیت «سی تی سی» است. با اندازه‌گیری سلول‌های سرطانی در خون فرد اگر تعداد آنها تغییر نکرده باشد یا با افزایش همراه باشد باید خط درمان را تغییر داد. به گفته وی، نمونه آزمایشگاهی این محصول داخلی طراحی و ساخته شده است و با شرکت در دوره‌های

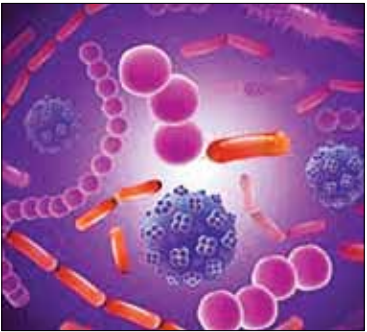
پیش‌شتابدهی مرکز فناوری‌های همگرا معاونت علمی برای ورود به بازار آماده شدیم. این دوره‌ها کمک بزرگی بود تا بازار محصول را شناسایی کنیم و مطابق با نیاز مصرف‌کننده به تولید دست بزنیم.

متخصصان کشور موفق به تولید نمونه کیتی برای جداسازی و شمارش سلول‌های سرطانی در خون فرد بیمار شدند که کمک بزرگی برای پزشکان است تا از شیوه درمان خود اطمینان یابند. گاه یک

سلول در بدن رشدی غیرطبیعی را پیش می‌گیرد. به طور غیر قابل‌کنترلی تکثیر می‌شود و سرطان به وجود می‌آید. درمان این بیماری اکنون دغدغه متخصصان بسیاری است. محققان با ابزار علم و فناوری به جنگ این بیماری رفته‌اند.

به طور کلی حدود عامل مرگ و میر بیماران مبتلا به سرطان متاستاز یا پخش و انتقال سلول‌های توموری در گردش خون است. اما شیمی‌درمانی یکی از درمان‌های رایج این بیماران است. اینکه پس از این شیوه درمانی بدن چه پاسخی به بیماری داده برای ادامه درمان بسیار مهم است.

در این زمینه متخصصان کشور نوعی کیت جداسازی و شمارش سلول‌های سرطانی از خون طراحی و تولید کرده‌اند. مهدی رحیمیان از اعضای این تیم فناور گفت: در برخی بیماران مبتلا به سرطان با



حضور رشته‌های تخصصی در پارک‌های علم و فناوری تقویت می‌شود

حوزه لیزر دعوت کرده است تا از امکانات این مجموعه بازدید کنند. در آخرین فراخوان پارک فناوری پردیس معاونت علمی و فناوری، این مجموعه از مدیران صنعت لیزر کشور دعوت کرده است تا ضمن

بازدید از امکانات مختلف این پارک، با توانمندی‌ها و ظرفیت شرکت‌های عضو پارک آشنا شوند. این بازدید با هدف شناسایی ظرفیت‌های فنی و دانشی شرکت‌های عضو پارک در حوزه‌های اپتیک، الکترونیک، دیجیتال، مکانیک و طراحی صنعتی مرتبط با صنعت لیزر و در نهایت برون‌سپاری موضوعات تحقیقاتی و تولیدی به شرکت‌های توانمند برگزار می‌شود. شرکت‌هایی که در این حوزه فعالیت می‌کنند، می‌توانند توانمندی خود را به اداره کل سرمایه‌گذاری و بومی‌سازی این مجموعه معرفی کنند. متقاضیان می‌توانند برای معرفی توانمندی خود یا کسب اطلاعات بیشتر به آدرس اینترنتی پارک علم و فناوری پردیس معاونت علمی به نشانی <https://techparkir/> مراجعه کنند.



پارک‌های علم و فناوری تحت حمایت معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، امکانات متعددی به شرکت‌های مستقر در پارک و صنایع بزرگ کشور عرضه می‌کنند، ارائه خدمات تخصصی به

رشته‌های علمی از جمله اقلام پیش‌بینی شده در بسته خدماتی ارائه شده از سوی این مراکز است. به گزارش مرکز ارتباطات و اطلاع‌رسانی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، پارک‌های علم و فناوری تاسیس شده در سراسر کشور، بسته‌های حمایتی مختلفی را به شرکت‌ها و تیم‌های فناور مستقر در این پارک‌ها عرضه می‌کنند. مراکز خدماتی متعدد مستقر در پارک‌های علم و فناوری سراسر کشور، اعم از مرکز رشد فناوری نخبان، شبکه فن بازار، مرکز شتابدهی و نوآوری و دیگر مراکز حمایتی، وظیفه

پشتیبانی از این تیم‌ها و شرکت‌های نوآور را برعهده دارند. پارک علم و فناوری پردیس معاونت علمی نیز در شمال شرقی تهران با حمایت معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری از شرکت‌های بزرگ فعال در



شرکت‌های خلاق با تخفیف ویژه اصول صادرات می‌آموزند

با حمایت مرکز تعاملات بین‌المللی علم و فناوری معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، «کارگاه بلندمدت آنلاین صادرات عملیاتی در سال ۲۰۲۰» برگزار می‌شود. شرکت‌های دانش‌بنیان و خلاق با تخفیف ویژه می‌توانند در این دوره آموزشی شرکت کنند. کارگاه بلندمدت آنلاین صادرات عملیاتی در سال ۲۰۲۰ با سرفصل‌های «مستری‌یابی بین‌المللی و اصول صادرات»، «قراردادخوانی و قراردادنویسی در صادرات» و «مکانیسات بازرگانی در صادرات» از ۳۱ خردادماه آغاز شده و به مدت ۶ هفته برگزار خواهد شد. شرکت‌های دانش‌بنیان و خلاق با تخفیف ویژه ۲ میلیون تومانی در این رویداد فناورانه شرکت می‌کنند.

یادداشت



تیک‌تاک بخش‌هایی از پشت‌صحنه الگوریتم پیشنهاد محتوای خود را شرح داد

ضعف‌های خاص خود را دارد که خود شرکت هم به آن اشاره می‌کند. تیک‌تاک در پست خود به «حباب فیلتر» اشاره می‌کند که به‌عنوان یکی از ضعف‌های مهم در تمامی الگوریتم‌های پیشنهاددهی در شبکه‌های اجتماعی شناخته می‌شود. این الگوریتم‌ها با درگیر کردن کاربر با محتوای دلخواه، او را از تجربه‌های جدید و حتی نظرهای مخالف محروم می‌کنند. به‌علاوه، احتمالاً کاربر پس از مدتی با انبوهی از ویدئوهای مشابه و تکراری روبه‌رو می‌شود. تیک‌تاک تصمیم گرفته است روی بهبود همین بخش در توسعه‌های آتی تمرکز کند. البته درحال‌حاضر این شبکه اجتماعی راهکارهایی هم ارائه می‌کند تا تجربه کمی بهینه‌سازی شود. به‌عنوان مثال، در فید For You اپلیکیشن، هیچ‌گاه دو ویدئو با صدا یا از تولیدکننده مشابه پشت‌سرهم نمایش داده نمی‌شود.

یکی از برتری‌های مهم الگوریتم تیک‌تاک در مقایسه با رقبای، در مدیریت دقیق محتوای آزاددهنده دیده می‌شود. یوتیوب به‌دلیل ضعف الگوریتم در این بخش، تاکنون با انتقادهای شدیدی مواجه شده است. تیک‌تاک حتی در برخی مواقع محتوای دارای درون‌مایه قانونی را هم در سیستم پیشنهاددهی ارائه نمی‌کند. سران شبکه اجتماعی مذکور اعتقاد دارند نمایش ناگهانی برخی از انواع محتوا حتی در صورت قانونی‌بودن، شاید برای برخی از کاربران آزاددهنده باشد. باین‌حال، برخی گروه‌های اجتماعی خاص هم از الگوریتم تیک‌تاک گلّه‌مند هستند که محتوای آنها را در صفحه پیشنهاد نمایش نمی‌دهد.

درنهایت، پست وبلاگی تیک‌تاک جزئیات زیادی از الگوریتم پیشنهاددهی سرویس ارائه می‌کند. ارائه چنین جزئیاتی از اپلیکیشن کمی‌سابقه به‌نظر می‌رسد که حتی اطلاعاتی برای بهینه‌سازی اختصاصی‌کردن فید برای هر کاربر را نیز شامل می‌شود. الگوریتم تیک‌تاک یکی از دلایل اصلی موفقیت آنها است که حتی در خود پلتفرم هم موضوع بحث و گفت‌وگوی بسیاری از کاربران محسوب می‌شود.

بسیاری از کاربران تیک‌تاک تلاش می‌کنند با راهکارهای متنوع، الگوریتم تیک‌تاک را به‌سمت خود متمایل کنند تا محتوای آنها بیش از دیگران پیشنهاد داده شود. آنها حتی روش‌های گوناگون را در داخل اپلیکیشن به بحث و گفت‌وگو می‌گذارند. چنین کاربرانی با ارائه اطلاعات گوناگون و تنظیمات متعدد تلاش می‌کنند تا سیستم پیشنهاددهی تیک‌تاک را به سمت خود متمایل کنند. اطلاع‌رسانی اخیر شرکت و کنارزدن پرده‌ها برای نمایش بهتر جزئیات الگوریتم، به کاربران عادی امکان می‌دهد فید را بسته به نیاز خود شخصی‌سازی کنند؛ رویکردی که شاید تلاش‌های تولیدکنندگان محتوا برای دورزدن الگوریتم را تا حدودی خنثی کند.

منبع: THEVERGE/zoomit



تیک‌تاک نیز مانند بسیاری از شبکه‌های اجتماعی، برای پیشنهاد محتوا به کاربران از الگوریتم هوش مصنوعی استفاده می‌کند. این شبکه اجتماعی جزئیاتی از الگوریتم خود را منتشر کرده است.

سیستم پیشنهاددهی تیک‌تاک مانند بسیاری از پلتفرم‌ها و اپلیکیشن‌های شبکه‌های اجتماعی با استفاده از الگوریتم‌هایی کار می‌کند که با بهره‌گیری از ابزارها و عوامل متنوع، محتوا را برای هر کاربر شخصی‌سازی می‌کند. تیک‌تاک اکنون در پستی وبلاگی، سیستم فید پیشنهاددهی خود را توضیح و با انتشار برخی نکات، شخصی‌سازی فید را برای جلوگیری از نمایش محتوای بی‌ربط به کاربران آموزش داده است.

الگوریتم پیشنهاددهی تیک‌تاک با استفاده از عوامل ورودی متعددی کار می‌کند که رویکردی شبیه به یوتیوب در اندازه‌گیری و نظارت بر تعامل و جذابیت محتوا برای کاربر دارد. روش تعامل کاربران با اپلیکیشن تأثیر زیادی روی پیشنهاددهی ارائه‌شده می‌گذارد. به عنوان مثال، ارسال کامنت یا دنبال کردن حساب کاربری می‌تواند به‌عنوان عاملی مهم در تعامل و جذابیت محتوا برای کاربر به حساب بیاید. به‌بیان ساده، اگر کاربری فقط ویدئوهای جذاب از حیوانات خانگی را دنبال و تنها آنها را لایک کند، تیک‌تاک هم ویدئوهای مرتبط با همین موضوع را بیشتر نمایش می‌دهد. با استفاده از همین الگوریتم و عامل می‌توان موضوع‌هایی را شناسایی کرد که دلخواه کاربر نیستند.

تعامل کاربر، تنها بخشی از معادله تنظیم فید تیک‌تاک محسوب می‌شود. تیک‌تاک می‌گوید بخش توضیحات ویدئو که می‌تواند شامل توضیحات، هشتگ، صدا و... باشد و تنظیمات گوشی هوشمند و حساب کاربری هر فرد، در شخصی‌سازی فید تأثیرگذارند. تنظیمات زبان و کشور محل سکونت و حتی نوع دستگاه کاربر هم روی فید تأثیر می‌گذارند تا سیستم بیشتر به سمت بهبود تجربه کاربری حرکت کند. البته تنظیمات و مشخصات دستگاه و حساب کاربری قطعاً تأثیر کمتری در مقایسه با عوامل دیگر در شخصی‌سازی فید کاربران دارند.

همان‌طور که گفته شد، تیک‌تاک مانند یوتیوب تمرکز زیادی بر تعامل کاربران می‌کند. اگر کاربری ویدئو را تا پایان تماشا کند، به‌معنای عامل مهمی مبنی‌بر علاقه او به موضوع در حال بحث شناخته می‌شود. در بخش دیگری از پست توضیحی تیک‌تاک، گفته می‌شود سیستم پیشنهاددهی و الگوریتم تنظیم فید بیش از حساب کاربری روی محتوای پست‌ها متمرکز می‌شود.

سیستم پیشنهاددهی تیک‌تاک را می‌توان یکی از سیستم‌های قوی در میان شبکه‌های اجتماعی دانست؛ به‌همین دلیل، کاربران پلتفرم اعتیاد زیادی به آن پیدا می‌کنند. به‌گواه کارشناسان فناوری، به‌محض ورود به تیک‌تاک و تنظیم و پیکربندی مناسب فید، دل‌کنندگان آن دشوار خواهد بود. البته درنهایت الگوریتم پیشنهاددهی تیک‌تاک هم



و کشتی هوایی جان مردم را نجات می‌دهد

گیتس و ایلان ماسک ندارد. GSD در زمان شیوع کووید-۱۹ نیز فعالیت داشته که شامل راه‌اندازی مرکز تست کرونا در کالیفرنیا و تأمین منابع برای ۸ ایالت می‌شود.

براساس گزارش جدید، نیمی از کارکنان GSD سابقه نظامی دارند، البته شاید چنین موضوعی برای همه افراد هیجان‌انگیز نباشد. استفاده از افراد نظامی باعث می‌شود که تیم امداد و نجات عملکرد بهینه‌تری داشته باشد و با بلایای طبیعی مانند یک دشمن برخورد کند.

در حالی که اطلاعاتی از انگیزه برین برای راه‌اندازی این تیم امداد و نجات نداریم، یکی از پولدارترین افراد جهان بی‌سر و صدا در حال نجات جان هزاران نفر است.

ه رساند. همان‌طور که گوگل برای کارمندان ماساچوست در محل کار در نظر گرفته، برخی از ن‌های جدید لذت می‌برند. این موسسه پس سال ۲۰۱۵ شکل گرفت. کشتی ۸۰ میلیون شک و چندین پیراپزشک نزدیک این منطقه روستاهای مختلف ساخت.»

دیگر میلیاردرهای سیلیکون ولی مانند بیل

بذرهای هیبریدی تولید شد

هوایی ایران دانست و گفت: در این مجموعه که متشکل از اعضای هیات علمی و متخصصان اصلاح نباتات، بیوتکنولوژی، بیماری‌های گیاهی، زراعت و ... است، ایجاد خط‌های مناسب برای ایجاد هیبرید از روش‌های اصلاح کلاسیک و دابل هاپلوئیدی استفاده می‌شود. مدیرعامل این شرکت دانش‌بنیان همچنین گفت: ما در شرکت با تکیه بر دانش بومی و اعتماد به متخصصان ایرانی توانستیم به حوزه تولید بذر هیبرید (F1) صیفی‌جات مهم ورود کنیم. میزان گردش مالی واردات بذر هیبرید صیفی‌جات به ده‌ها میلیارد دلار در سال می‌رسد که در صورت تحقق اهداف چند ساله شرکت نگین بذر دانش باعث جلوگیری از خروج این مقدار ارز از کشور می‌شود.

محصول اصلی این شرکت، تولید بذر هیبرید صیفی‌جات است که در حال حاضر تولید تجاری بذر خیار انجام شده است و بذر سایر محصولات مانند گوجه و فلفل هم به زودی تجاری‌سازی خواهد شد.

متخصصان کشور موفق به تولید بذر هیبرید با خواص ویژه شدند. این محصول دانش‌بنیان با عملکرد خود مقاومت در برابر بیماری‌ها و آفات را افزایش می‌دهد و یکی دیگر از نگرانی‌های کشاورزان یعنی کیفیت پایین را رفع می‌کند.

این روزها توان و تخصص نیروی انسانی با تولید محصولات دانش‌بنیان خودنمایی می‌کند. متخصصانی که در حوزه‌های گوناگون با سلاح علم وارد میدان شده‌اند. کشاورزی یکی از حوزه‌های مهمی است که اقدامات فناورانه در توسعه آن تأثیر چشمگیری دارد. در همین راستا یک شرکت دانش‌بنیان با فعالیت در زمینه اصلاح بذر صیفی‌جات گوناگونی مانند خیار، گوجه، فلفل، بادمجان، پیاز، هندوانه، خربزه و دانه روغنی کنگد باعث تولید محصولات باکیفیت شده است.

مریم گل‌آبادی، مدیرعامل شرکت دانش‌بنیان نگین بذر دانش هدف اصلی این مجموعه را تولید بذر هیبرید با عملکرد بالا، کیفیت مطلوب، مقاوم به بیماری‌ها و آفات و سازگاری با شرایط آب و



ایجاد زیرساخت‌های لازم برای تجاری‌سازی صنعت خودروهای الکتریکی

فعالان مرتبط با صنعت خودروی الکتریکی از جمله شرکت بهینه‌سازی مصرف سوخت، انجمن خودروسازان ایران، ایران خودرو، سایپا، سازمان استاندارد، بیمه جمهوری اسلامی ایران، سازمان محیط زیست، ایدرو، پژوهشگاه نیرو، انجمن قطعه‌سازان، وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات، اعضای هیات علمی دانشگاه، فعالان بخش خصوصی و ...

برگزار شد. در این نشست تخصصی، منوچهر منطقی دبیر ستاد توسعه فناوری‌های فضایی و حمل و نقل پیشرفته معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، ضمن تشریح اهداف بلندمدت ستاد، از همه شرکت‌کنندگان در نشست دعوت به همکاری و همیاری در توسعه خودروهای الکتریکی در کشور کرد.

وی با بیان ضرورت توسعه حمل و نقل الکتریکی در کشور از همه سازمان‌ها و متخصصان و بازیگران این عرصه خواست در مسیر ایجاد زیرساخت‌های لازم برای تجاری‌سازی این صنعت و توسعه آن همکاری‌های لازم را داشته باشند.

نشست تخصصی پیشران‌های توسعه خودروی الکتریکی با حضور طیف وسیعی از بازیگران این عرصه در ستاد توسعه فناوری‌های فضایی و حمل و نقل پیشرفته معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری برگزار شد.

به گزارش مرکز ارتباطات و اطلاع‌رسانی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، نشست تخصصی پیشران‌های توسعه خودروی الکتریکی به همت گروه خودروی ستاد توسعه فناوری‌های فضایی و حمل و نقل پیشرفته معاونت علمی و فناوری با هدف توسعه این صنعت و بررسی وضعیت فعلی و چشم‌انداز آینده آن با حضور طیف وسیعی از بازیگران این عرصه برگزار شد. در این نشست تخصصی، راهکارهای تسهیلگری و حمایت از توسعه اکوسیستم وسایل حمل و نقل الکتریکی در کشور مورد بررسی قرار گرفت.

نشست تخصصی پیشران‌های توسعه خودروی الکتریکی در کشور توسط ستاد توسعه فناوری‌های حوزه فضایی و حمل و نقل پیشرفته و با همکاری دبیرخانه برنامه آینده‌نگاری صنعت حمل و نقل جاده‌ای با استقبال و مشارکت طیف وسیعی از متخصصان و



پایان رسمی همکاری بنز و بی‌ام و

به قلم: ایگور باتیفاسییس خبرنگار
مترجم: امیر آل علی

هنوز یک سال از شروع همکاری دو ابر قدرت آلمانی خودروسازی جهان نگذشته است که خبر پایان آن، باعث تعجب بسیاری شده است. درواقع این دو برند قرار بود تا بر روی نسل جدید اتومبیل‌های خودران فعالیت کنند که قادر به انجام اقداماتی نظیر رانندگی در بزرگراه و پارک کردن خودرو حتی تحت سخت‌ترین شرایط نیز می‌باشد. با این حال همانطور که مدیر فورد این طرح را بیش از حد رویاپردازانه توصیف کرده بود و رسیدن به این سطح را طی ۳ سال عملاً غیرممکن می‌دانست. همه چیز مطابق انتظار پیش نرفته و هزینه بالای اجرای آن حداقل در کوتاه مدت، باعث شده است تا این دو برند، طرح خود را به حالت تعلیق درآورند. درواقع به نظر می‌رسد که جامعه نیز هنوز برای پذیرش چنین طرحی آمادگی نداشته و این امر می‌تواند به یک شکست تبدیل شود. در این بین برخی از افراد نیز اختلافات بین این دو برند را دلیل جدایی می‌دانند، با این حال با توجه به این امر که همچنان برخی از همکاری‌ها ادامه خواهد داشت، این فرضیه را نمی‌توان منطقی تصور کرد. همچنین در بیانیه‌های رسمی اعلام شده است که این جدایی، کاملاً دوستانه انجام شده و احتمالاً شاهد پیگیری این طرح در چند سال آینده خواهیم بود. در این رابطه نظرسنجی‌هایی نیز انجام شده است که برطبق آن، رانندگان تمایلی به این حجم از اتوماتیک شدن فرآیند رانندگی ندارند. درواقع اگر قرار نباشد تا افراد خود اقدام به رانندگی کنند، دیگر مواردی نظیر فرمان‌پذیری، سرعت، شتاب و بسیاری از موارد دیگر بی‌معنا خواهد بود. همه چیز در امکانات رفاهی خلاصه می‌شود. حال باید دید که با اتمام این طرح، تمرکز این دو برند بر روی چه طرح‌های دیگری خواهد رفت.

منبع: engadget.com

تاثیر اعتراضات ضدنژادپرستانه بر روی پیسی

پیسی و صرف نظر از ادامه برندسازی برای آنت جمیما

به قلم: مگان پوینسکی کارشناس بازاریابی و برندسازی
ترجمه: علی آل علی

برند پیسی در تازه‌ترین اقدامش اعلام انصراف از ادامه برندسازی برای برند آنت جمیما را اعلام کرده است. براساس گزارش رسمی مسئولان پیسی این برند در پایان سال جاری با نامی دیگر به فعالیتش ادامه خواهد داد. هنوز نام جدید آنت جمیما به طور رسمی تایید نشده است. نکته جالب در این میان قدمت بالای برند موردنظر در عرصه تولید شربت‌های کبک و سایر مواد خوراکی صبحانه است. این شرکت از سال ۱۸۸۹ با همین نام مشغول به فعالیت بوده است، با این حساب اقدام پیسی برای تغییر نام آن بسیار عجیب و جنجالی به نظر می‌رسد.

کریستین کورففل، یکی از مدیران ارشد پیسی، در مورد دلیل تغییر نام این برند بر روی ریشه‌های نژادپرستانه آن تاکید دارد: «ما اخیراً نسبت به ریشه‌های نژادپرستانه نام گذاری برند آنت جمیما آگاهی پیدا کرده‌ایم، با این حساب دیگر ادامه برندسازی برای این زیرشاخه‌مان تحت همین نام منطقی نخواهد بود.»

استفاده از تصویر یک پیرزن سیاه پوست به عنوان لوگوی اصلی برند آنت جمیما از سوی پیسی همراه با ریشه‌های نژادپرستانه ارزیابی شده است. همین امر مدیران شرکت را به منظور جلوگیری از بروز اعتراضات مشتریان و دیگر واکنش‌های منفی به سوی اقدام سریع ترغیب کرده است. مدیران ارشد پیسی در تلاش برای تحول برندشان در راستای جلب توجه تمام گروه‌های نژادی در سراسر دنیا هستند. نخستین نکته مهم در این میان تلاش برای پرهیز از کاربرد المان‌های نژادپرستانه است.

بی‌تردید اعتراضات اخیر در ایالات متحده نسبت به نژادپرستی نقش مهمی در تصمیم تازه پیسی داشته است. آینده کلی کسب و کارها در بازار ایالات متحده و دیگر نقاط جهان همراه با تلاش بیشتر برای توجه به المان‌های نژادپرستانه و حذف آنها از فعالیت‌شان است. در غیر این صورت واکنش مشتریان به آنها بسیار تند و خشن خواهد بود.

منبع: marketingdive.com

تعطیلی مجدد فروشگاه‌های اپل در آمریکا

به قلم: هچرهادن روزنامه‌نگار
مترجم: امیر آل علی

اگرچه مدت زمان زیادی از بازگشایی فروشگاه‌های اپل نگذشته است، با این حال با توجه به روند صعودی تعداد مبتلایان به این ویروس در آمریکا، مدیران این شرکت تصمیم گرفتند تا بار دیگر فعالیت فروشگاه‌های خود را متوقف کنند. در بیانیه رسمی اعلام شده است که هیچ چیز مهم‌تر از سلامت افراد نبوده و امید است که هرچه زودتر همه چیز به شرایط عادی بازگردد، با این حال برخی از افراد عقیده دارند که ویروس کرونا تنها دلیل این تصمیم نبوده و اعتراضات ضدنژادپرستی در آمریکا که با خسارت به تعداد زیادی از فروشگاه‌ها همراه بوده است، از دیگر دلایل این تصمیم محسوب می‌شود. درواقع ممکن است دلیل دیگر این تصمیم حفظ امنیت فروشگاه‌ها تا زمان آرام‌تر شدن اوضاع باشد. پس از انتشار این خبر، ارزش سهام اپل با اندکی کاهش مواجه شد. حال باید دید که برنامه اپل برای جبران ضررهای این مدت و عقب ماندن از طرح‌های خود، چه خواهد بود. درواقع این خبر در حالی منتشر شده است که سایر برندهای بزرگ آمریکایی تصمیمی را در این رابطه اتخاذ نکرده‌اند.

منبع: wsj.com



شما تنها به کیفیت محصول، محدود خواهد شد که در بازار به شدت رقابتی حال حاضر، نمی‌توان توقع داشت که محصول شما، به مراتب بهتر از سایرین باشد.

۴- تا حد امکان برای خود اعتبار به دست آورید

معتبر بودن کمک خواهد کرد تا افراد بتوانند با سرعت بیشتری به اطمینان لازم برای خرید خود دست پیدا کنند. در این رابطه صحبت کردن هیچ‌گونه فایده‌ای نداشته و شما باید سند و مدرک ارائه دهید. بدون شک در هر حوزه‌ای، انواع گواهی‌نامه‌ها وجود دارد که باعث خواهد شد تا اعتبار برند شما افزایش پیدا کند. همچنین مشتری‌سازی از بین افراد شناخته شده و یا همکاری با آنها، از دیگر مواردی است که باعث خواهد شد تا اعتمادسازی بهتری شکل گیرد.

۵- تاثیر مثبت ایجاد کنید

برای ایجاد تاثیر مثبت، شما با تنوع بسیار بالایی برخوردار خواهید بود. برای مثال حمایت از یک نهاد دغدغه‌مند نسبت به محیط زیست، یکی از اقداماتی است که در حال حاضر به تدریج پرطرفدار تبدیل شده است. علت این امر به این خاطر است که در چند سال گذشته، ضرورت توجه به این بخش، اهمیت بالاتری را پیدا کرده است. با این حال شما در این رابطه باید به خصوصیات جامعه هدف خود نیز توجه داشته باشید. به صورت کلی، هر اقدامی که باعث شود تا تصویر ذهنی از برند شما در وضعیت بهتری قرار گیرد، بسیار مهم خواهد بود.

منبع: influencive.com

محدوده خود را گسترش داد. برای مثال برخی از افراد در ابتدا یک برند شخصی را برای خود ایجاد می‌کنند. پس از رسیدن به جایگاه موردنظر خود، با یک برند دیگر ادغام شده و یا برندسازی جدیدی را انجام می‌دهند. این امر باعث خواهد شد تا زمینه رشد برای آنها مهیاتر باشد.

۲- اهداف مشخصی داشته باشید

هدف شما از ایجاد برند چیست؟ درواقع اگر هدف شما صرفاً حضور در یک عرصه تجاری باشد، اقدامات شما در یک راستا قرار نخواهد گرفت. در نهایت با چنین وضعیتی، امکان رشد سریع عملاً غیرممکن خواهد بود. در این رابطه مشورت گرفتن از افراد باتجربه، می‌تواند به شما برای پیدا کردن اهداف کارآمد، کمک بسیار خوبی باشد. با این حال به صورت یک قاعده کلی، تا زمانی که احساس نیاز در این زمینه وجود ندارد، بهتر است تا به دنبال برندسازی نباشید.

۳- داستان‌سرایی را جدی بگیرید

اگرچه داستان‌سرایی یک شیوه رایج در زمینه تولید محتوا محسوب می‌شود، با این حال در این بخش منظور از آن کمی متفاوت بوده و شما باید یک داستان جذاب برای دلیل ایجاد برند خود را بیان کنید. این امر باعث خواهد شد تا مخاطبان شما تحت تاثیر قرار گیرند. برای مثال همه شما با این مورد مواجه شده‌اید که وقتی یک نفر از داستان ایجاد برند خود صحبت کرده است، به علت شناخت بالاتری که دارید، تمایل به استفاده از آن کاملاً جدی شده است. این امر در حالی است که اگر زمینه آشناییی شکل نگرفته باشد، بدون شک شانس موفقیت

به قلم: کوین لایس کارشناس حوزه برندینگ
مترجم: امیر آل علی

یکی از اشتباهات بزرگ افراد در زمینه برندینگ این است که در ابتدا روش‌های بسیار سخت را انتخاب کرده و این امر باعث می‌شود تا به موفقیت‌های سریع موردنیاز برای تداوم اقدامات خود، دست پیدا نکنند. این امر در حالی است که همواره روش‌های ساده‌تری وجود دارد که برای شروع کار شما، بهترین گزینه خواهد بود. بدون شک پس از کسب تجربه لازم و بهبود شرایط، فرصت برای پرداختن به اقدامات سخت‌تر نیز خواهد بود. نکته جالب این است که بسیاری از برندها، پس از انجام اقدامات ساده، دیگر نیازی به انجام موارد سخت را احساس نکرده و این امر یکی دیگر از دلایلی است که این اقدام را کاملاً حیاتی می‌دانیم. در ادامه به بررسی راهکارهای بسیار ساده‌ای خواهیم پرداخت که باعث می‌شود تا روند برندسازی و ارتقای آن، با سرعت خوبی همراه باشد.

۱- متمرکز فعالیت کنید

نکته‌ای که در ابتدا باید به آن توجه داشته باشید این است که شما باید حوزه مشخصی را برای خود انتخاب کنید. درواقع بیش از حد بزرگ بودن برای شروع کار، یک ریسک جدی محسوب شده و آمارها در این رابطه حاکی از آن است که اکثر چنین برندهایی با شکست مواجه می‌شوند. در این راستا پس از کسب پیشرفت‌های لازم، می‌توان

به قلم: لوکاس ماتنی نویسنده حوزه تکنولوژی و شبکه‌های اجتماعی
مترجم: امیر آل علی

درست در زمانی که تصور می‌شود یک شبکه اجتماعی دیگر ظرفیت رشد چندانی را نخواهد داشت، شگفتی رقم می‌خورد. این امر درست اتفاقی است که در رابطه با توئیتر شاهد آن هستیم. این شبکه در راستای کسب جایگاه بهتری در بازار پررقیب خود، اعلام کرده است که به کاربران اجازه ارسال

انقلاب توئیتر در زمینه ارسال محتوا

یکی از تردیها این است که قابلیت جدید، امکان فعالیت افراد ناشنوا را کاملاً از بین خواهد برد که مدیران توئیتر در این رابطه اعلام کرده‌اند که فعال فوق، مراحل اولیه خود را سپری می‌کند و درست به مانند هر مورد دیگر، بهبودهایی را خواهد داشت. درواقع اگرچه نمی‌توان زمان دقیقی را برای حل این مشکل اعلام کرد، با این حال برطرف شدن آن در دستور کار قرار دارد. حال باید دید که واکنش‌ها به این قابلیت جدید چه خواهد بود.

منبع: techcrunch.com

ایستگاه بازاریابی

۵ دلیل عمده پایین‌بودن ترافیک سایت

به قلم: جیسون گان نویسنده حوزه سئو و مدیریت سایت
مترجم: امیر آل‌علی

بدون شک هدف اصلی هر سایتی، رسیدن به تعداد مخاطبان بالا است. با این حال این امر برای بیش از ۶۰ درصد سایت‌هایی که ایجاد می‌شود، رخ نمی‌دهد. اگرچه دلایل مختلفی برای این موضوع وجود دارد، با این حال برخی از این موارد کاملاً مشترک بوده و می‌توان آنها را موانع اصلی نام برد. در ادامه به بررسی این پنج مورد خواهیم پرداخت.

۱-عدم استفاده از تکنیک‌های سئو

نکته مهمی که در زمینه سئو باید توجه داشته باشید این است که روش‌های آن به صورت مداوم در حال به‌روزرسانی بوده و ممکن است دیگر یک تکنیک که در پنج سال گذشته مورد استفاده قرار می‌گرفته است، بهترین انتخاب موجود محسوب نشود. تحت این شرایط ضروری است تا همواره به دنبال جدیدترین‌ها باشید. با توجه به این امر که حوزه مذکور کاملاً تخصصی است، استفاده از فردی حرفه‌ای نیز یک انتخاب کاملاً مناسب خواهد بود.

۲-محتوای بی‌کیفیت

با توجه به این امر که رقابت در تمامی عرصه‌ها به بالاترین حد خود رسیده است، حتی عملکردی متوسط را هم باید ضعیف تلقی کرد. درواقع مخاطب حال حاضر از گزینه‌های مختلفی برخوردار بوده و این امر طبیعی است که موارد ضعیف را نادیده بگیرد. به همین خاطر توصیه می‌شود که به جای تلاش برای اقداماتی نظیر تبلیغات که هزینه بسیار بالایی را نیز به همراه دارد، در ابتدا اطمینان پیدا کنید که محتوای شما از نظر مخاطب، بسیار خوب و حرفه‌ای خواهد بود. درواقع ممکن است تصورات شما با نظر واقعی جامعه هدف، تفاوت‌هایی را داشته باشد. همچنین این نکته را فراموش نکنید که در هر جامعه‌ای، مخاطبان تفاوت‌هایی را با یکدیگر دارند به همین خاطر بسیار مهم است که بهترین‌لحن ممکن را انتخاب کنید.

۳-عدم همکاری با سایرین

اگر تنها به سایت اصلی خود محدود باشید، در بهترین حالت با سرعت رشد پایینی مواجه خواهید شد. این امر ممکن است باعث شود تا سایر رقبای، به صورت کامل توجه جامعه هدف شما را به سمت خود جلب کرده باشند. به همین خاطر شما باید به سرعت رشد خود نیز توجه داشته باشید. در این رابطه همکاری با سایر برندها و افراد تاثیرگذار نظیر اینفلوئنسرها باعث خواهد شد تا رشدی انفجاری را تجربه کنید. همچنین نکته دیگری که باید به آن توجه داشته باشید این است که محتوایهای شما باید تنوع بسیار بالایی را داشته باشد تا قدرت جذب مخاطبان مختلف را داشته و به پایگاهی جامع در عرصه خود تبدیل شوید.

۴-تجربه کاربری نامناسب

بسیاری از سایت‌ها از نظر مخاطب جذابیت و راحتی لازم را ندارند. در این رابطه تنها سرعت بالای سایت ملاک نبوده و نوع طراحی، امکانات موجود و هماهنگی با تلفن‌های همراه نیز از دیگر موارد تعیین‌کننده محسوب می‌شود. در این رابطه ضمن نظرسنجی، ضروری است تا همه چیز را به صورت مداوم بررسی کنید. در نهایت مشاهده اقدامات انجام شده از سوی سایر برندها نیز در این رابطه می‌تواند راهنمای عمل شما باشد.

۵-حضور نامناسب در شبکه‌های اجتماعی

اگر بخواهیم بزرگترین پلنگه حال حاضر افراد در استفاده از اینترنت را نام ببریم، شبکه‌های اجتماعی گزینه‌ای بدون رقیب خواهند بود و درواقع به طور میانگین هر فردی حداقل دو ساعت از زمان خود را به آن اختصاص می‌دهد. تحت این شرایط فعالیت در آنها کاملاً حیاتی خواهد بود. نکته‌ای که باید به آن توجه داشته باشید این است که سرعت مشاهده مطالب یک سایت در مقایسه با محتوایهای شبکه اجتماعی بسیار پایین بوده و شما می‌توانید از آن به عنوان مبلغ سایت اصلی خود استفاده کنید. در نهایت این اقدام شما باعث می‌شود تا محتواها، فضای بیشتری جهت دیده شدن را داشته باشند.

منبع: **azbigmedia.com**

بازگشت فولکس واگن به عرصه بازاریابی

به قلم: دینا کریستی کارشناس بازاریابی و تبلیغات
ترجمه: علی آل‌علی

فولکس واگن پس از رسوایی ناشی از نمایش تبلیغ نژادپرستانه در ماه‌های اخیر دوباره پروتکل بازاریابی‌اش را به‌روز رسانی کرده است. اگرچه این برند هنوز هم درگیر رسوایی‌های بازاریابی و تبلیغات در سال جاری است، اما امید بسیار زیادی برای بهبود وضعیتش دارد. پس از ماه‌ها انتقاد کوبنده نسبت به فعالیت این غول آلمانی اکنون شرایط برای فعالیت این برند بسیار مساعدتر شده است.

دلیل اصلی انتقادها به کمپین بازاریابی فولکس واگن در ماه‌های اخیر تحت عنوان تمسخر سیاه‌پوستان آریزایی شده است. بر این اساس در کمپین موردنظر بازگرن نقش سیاه‌پوست به طور مداوم از سوی یک دست بزرگ و سفید مورد ضربه و پرت شدن قرار می‌گرفت. تجربه کمپین موردنظر برای فولکس واگن درس‌های زیادی به همراه داشت. البته این نکته بسا هزینه بالایی نیز همراه بود. نتیجه این درس‌ها در کمپین تازه فولکس واگن به خوبی قابل مشاهده است. بر این اساس در کمپین تازه این برند چند زوج جوان از نژادهای مختلف در حال گفت‌وگو و بازی‌های سرگرم‌کننده به تصویر کشیده شده‌اند. هدف از کمپین موردنظر نمایش فضایی تعاملی میان گروه‌های نژادی مختلف است.

بسیاری از برندها در دوران فعالیت‌شان با مشکلات بازاریابی و تبلیغات مواجه شده‌اند. بدون تردید فولکس واگن آخرین برند مواجه با چنین مشکلاتی نیست. نکته مهم تلاش برای رهایی از بار مشکلات و انتقادهای قبلی به منظور شروع دوباره فعالیت در عرصه بازاریابی است. فولکس واگن با بهره‌گیری از تیم بازاریابی مجرب و تحلیل بازخوردها منفی به کمپین قبلی‌اش به خوبی فرصت بازسازی پروتکل‌های بازاریابی‌اش را پیدا کرده است. این نکته باید به مثابه راهنمای کاربردی از سوی دیگر برندها نیز مورد بررسی قرار گیرد.

استفاده از شبکه‌های اجتماعی برای بازاریابی امر تازه‌ای نیست. بسیاری از برندها به منظور توسعه کمپین‌های بازاریابی‌شان از شبکه‌های اجتماعی استفاده می‌کنند. نکته مهم در مورد فولکس واگن استفاده از ابردادها و تحلیل آنها با نرم‌افزارهای دارای هوش مصنوعی برای تاثیرگذاری بیشتر بر روی مخاطب هدف است.

منبع: **marketingdive.com**

بازاریابی با هدف توسعه کسب و کار در دوران بی‌ثباتی کرونا

برنامه‌ریزی با دشواری‌های بسیار زیادی مواجه هستند. وقتی شرایط کسب و کار به طور مداوم در حال تغییر است، ما نیز باید فضای مناسب برای تغییرات سریع و در لحظه برندمان ایجاد کنیم. ایراد اصلی برنامه‌های بازاریابی اغلب برندها در شرایط کرونایی تلاش برای ایجاد نوعی ثبات است. وقتی عرصه بازاریابی و به طور کلی کسب و کار فاقد چنین ثباتی است، بنابراین تلاش برای ایجاد ثبات از سوی ما به طور قطع همراه با شکست خواهد بود.

بدون تردید مخاطب هدف ما در عرصه بازاریابی دارای مشکلات مختلفی است بنابراین ما باید براساس نیازهای روز مشتریان اقدام به طراحی پاسخ‌ها و پیشنهادهای بازاریابی کاربردی کنیم. گروه‌بندی مشتریان در قالب‌های گوناگون امری ضروری برای تولید کمپین‌های بازاریابی تاثیرگذار است.

برندهای بزرگ همیشه براساس تفاوت‌های موجود در نیازها و سلیقه مشتریان اقدام به شخصی‌سازی محتوای بازاریابی‌شان می‌کنند. نکته مهم در این میان شناخت درست مشتریان و تلاش برای تاثیرگذاری بر روی آنهاست. ما فقط در این صورت شانس کافی برای تعامل با مخاطب هدف را خواهیم داشت.

طراحی استراتژی‌های بازاریابی باید مورد بازبینی کلی قرار گیرد. هدف سنتی از طراحی استراتژی بازاریابی ایجاد نوعی ثبات در فعالیت برند است. شرایط کنونی دنیای کسب و کار هرگونه ثباتی را نفی می‌کند بنابراین ما باید به دنبال رویکردهای دیگری برای انطباق با شرایط ناپایدار کنونی باشیم.

۷. آگاهی از خطرهای پروژه‌های بلندمدت

اکنون اغلب شرایط و فرآیندهای کسب و کار در بازارهای مختلف دستخوش تغییر شده است. این نکته برای برندها شرایط دشواری را ایجاد کرده است. با این حساب هرگونه ثباتی دست نیافتنی خواهد بود. شاید در ادامه با کاهش دشواری‌های بازاریابی در فعالیت کسب و کارها نوعی افق مثبت برای ثبات برندها قابل آریابی باشد. با این حال وضعیت کنونی به هیچ وجه اینگونه نیست. نکته مهم در ایسن میان تلاش برای پرهیز از برنامه‌ریزی‌های طولانی مدت است. این نکته شرایط دشواری برای برندها ایجاد خواهد کرد.

اغلب برندها تمایل به برنامه‌ریزی طولانی مدت برای بازاریابی و تبلیغات دارند. بنابراین پرهیز از چنین رویکردی برای آنها بسیار دشوار خواهد بود. توصیه ما در این بخش ترک کامل رویکردهای بلندمدت در عرصه بازاریابی نیست. بدون تردید هر برندی نیازمند برنامه‌ریزی مقطعی است. توصیه اساسی ما آگاهی از ریسک‌های موجود در وضعیت کنونی برای فعالیت طولانی مدت در عرصه بازاریابی است.

اگر شما از ریسک‌های حوزه بازاریابی بلندمدت به خوبی آگاهی دارید، امکان نوعی برنامه‌ریزی برای مقابله با تاثیرات منفی شرایط کنونی، با دشواری‌های فراوان، وجود خواهد داشت. با این حال هرگز راهکار ساده و یکدستی برای موفقیت بازاریابی پیش روی‌تان نیست.

۸. بهینه‌سازی فرآیندهای جاری

پیش از پایان بحث پروژه‌های طولانی مدت بازاریابی باید به یک نکته دیگر نیز اشاره کنیم. این نکته مربوط به بهینه‌سازی فرآیندهای جاری برند است. بدون تردید تمام کسب و کارها در شرایط مختلف نیازمند طراحی آگوشهای بازاریابی برای جلب نظر مخاطب هدف هستند. نکته مهم در این میان استفاده از شیوه‌های متنوع برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف است.

وقتی ما از ایجاد تنوع و تاثیرگذاری بیشتر فرآیندهای بازاریابی صحبت می‌کنیم، باید بهینه‌سازی فرآیندهای بازاریابی جاری را نیز مدنظر قرار دهیم. بسیاری از برندها در طول سال‌های متمداری از یک الگوی بازاریابی استفاده می‌کنند. این امر دشواری‌های بسیار زیادی در بلندمدت ایجاد خواهد کرد. توصیه ما در این بخش ایجاد بخش خدمات مشتریان برای ارائه سرویس‌های مطلوب به مشتریان و همچنین آگاهی از نظرات آنها برای بهینه‌سازی فرآیند بازاریابی برندهاست.

بدون تردید وپروس کرونا تاثیر بسیار منفی بر روی وضعیت کسب و کارها داشته است. با این حال مزیت بازاندیشی کلی بر روی فرآیندهای بازاریابی کنونی برندها را نیز به ارمغان آورده است. یی‌که در وضعیت عادی کمتر برندی اقدام به بازاندیشی در بنیان‌های فعالیت بازاریابی‌اش می‌کرد.

۱۹.اخذ رویکرد آنلاین

بسیاری از برندها هنوز هم درگیر چالش‌های اساسی در سطح تصمیم‌گیری برای مقابله با تاثیرات ناگوار وپروس کرونا هستند. بی‌تردید این نکته عجیب به نظر می‌رسد. امروزه برندهای بزرگ در کمترین زمان ممکن توانایی مدیریت شرایط کنونی را پیدا کرده‌اند. بنابراین توانایی برخی از برندها برای سازگاری با شرایط جاری امری عجیب خواهد بود.

یکی از ترندهای مهم بازاریابی در طول مدت شیوع کرونا استفاده از پلتفرم های آنلاین برای تاثیرگذاری بیشتر بر روی مخاطب هدف است. بازاریابی دیجیتال در طول سه ماه اخیر توسعه بسیار زیادی پیدا کرده است بنابراین ما نیز باید از شیوه موردنظر به خوبی استفاده کنیم. بسیاری از برندها در طول ماه‌های اخیر با تمرکز بر روی بازاریابی آنلاین موفق به توسعه کسب و کارشان شده‌اند.

بی‌تردید در هر شرایط بحرانی برخی از برندها رویکردهای بهتری اخذ می‌کنند. نکته مهم برای کسب و کارهای میان‌رده و کوچک تلاش برای الگوبرداری از رویکرد موفق برندهای بزرگ است. این امر بدون هزینه‌ای گزاف موجب موفقیت در عرصه کسب و کار را فراهم خواهد کرد.

وقتی ما به سراغ رویکرد آنلاین برای بازاریابی و تعامل با مخاطب هدف می‌رویم، باید اطلاع‌سانی قوی داشته باشیم. در غیر این صورت امکان تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف از بین خواهد رفت. نکته مهم در اینجا بیان دشواری‌های فعالیت کنونی در عرصه کسب و کار است. برخی از برندها چنین نکته‌ای را با مشتریان به اشتراک نمی‌گذارند. نتیجه این امر ناتوانی برندهای موردنظر برای کنترل انتظارات مشتریان است.

۱۰. ارتباط‌تان با مشتریان را قطع نکنید

تعامل با مشتریان همیشه دارای اهمیت است. برخی از برندها پس از شیوع بحران کرونا کانال‌های ارتباطی‌شان با مخاطب هدف را مورد بی‌توجهی قرار دادند. نتیجه این امر فراموشی برندهای موردنظر از سوی مشتریان‌شان بود بنابراین شما باید در هر شرایطی ارتباط سازنده‌تان با مخاطب هدف را حفظ کنید.

وقتی ما در تعامل مداوم با مشتریان هستیم، آگاهی از شرایط جاری بسیار ساده‌تر خواهد بود بنابراین چنین نکته‌ای دارای مزیت‌های دوطرفه برای برندها و مشتریان خواهد بود.

۱۱. تولید محتوای تعاملی تر

تعامل با مخاطب هدف فقط با بیان شعارهای جذاب امکان‌پذیر نیست. ما باید در عمل نیز اقدامات مفیدی برای جلب نظر مشتریان انجام دهیم. یکی از توصیه‌های اساسی ما در این میان تلاش برای تولید محتوای تعاملی‌تر است. چنین محتوایهای تاثیرگذاری به مراتب بیشتری بر روی مشتریان دارد. همچنین موجب جلب نظر مشتریان و ترغیب‌شان برای ارائه بازخورد به برند ما خواهد شد.

بدون تردید بازاریابی در شرایط کنونی امر بسیار دشواری محسوب می‌شود. نکته مهم تلاش برای یافتن راهکارهایی به منظور مدیریت شرایط سخت کنونی است. هدف ما در این مقاله بررسی دشواری‌های بازاریابی و ارائه برخی از راهکارهای مناسب بود.

منبع: **business.com**

کروناست. بسیاری از برندها در جست‌وجو برای یافتن پیام‌های بازاریابی به سراغ الگوهای بسیار قدیمی می‌روند. شاید این الگوه در شرایط عادی همچنان تاثیرگذاری مناسبی بر روی مخاطب هدف داشته باشد، اما شرایط شیوع وپروس کرونا نوع دیگری از ترندها را طلب می‌کند.

بی‌تردید تلاش برای ایجاد ترندهای برتر برای هر برندی دشوار خواهد بود. نکته مهم در این میان ارزیابی وضعیت بازاریابی برندهای بزرگ و تلاش برای تقلید از آنهاست. فقط در این صورت ما بدون صرف هزینه‌های گزاف امکان تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را خواهیم داشت.

برندهای بزرگ دارای الگوی منحصر به فردی برای طراحی پیام‌های بازاریابی هستند. تیم‌های توسعه و تحقیقات آنها از شیوه‌های بسیار متنوعی برای بازاریابی استفاده می‌کنند. اگر ما به عنوان یک کسب و کار کوچک به دنبال راه‌اندازی بخش توسعه و تحقیقات باشیم، باید مقدار بسیار زیادی از بودجه‌مان را صرف کنیم. این امر اغلب از سوی برندها با تردید همراه است بنابراین راهکار جایگزین تلاش برای تقلید از فعالیت بازاریابی برندهای بزرگ است.

نکته مهم در این میان ایجاد تمایز میان تقلید و الگوبرداری از برندهای بزرگ با کپی برداری است. ما همیشه باید تغییراتی در پیام اصلی برندهای مدنظرمان ایجاد کنیم. در غیر این صورت مخاطب هدف به سختی متوجه ویژگی منحصر به فرد تبلیغات شما خواهد شد.

امروزه مشتریان هوشمندی بسیار زیادی در بررسی تبلیغات دارند. اگر ما پیام تبلیغاتی دیگر رقبایا بدون هیچ تغییری در کمپین‌مان پیاده کنیم، به سرعت با واکنش‌های منفی آنها مواجه خواهیم شد بنابراین برای حفظ جایگاه برندمان هم که شده، باید تغییراتی اساسی در پیام‌های بازاریابی ایجاد کنیم.



بدون شک کسب و کارها در شرایط کنونی هنوز هم تحت تاثیر تردیده‌های مشتریان برای خرید کالا و خدمات هستند. نکته مهم در این میان ایجاد انگیزه و ترغیب مشتریان برای خرید است. بهترین نمونه در این میان برندهای فعال در زمینه اجاره خودرو هستند. این برندها براساس الگوی رایج توانایی تاثیرگذاری چندانی برای فروش بیشتر در شرایط کنونی را ندارند، با این حال در بازار ایالات متحده اقدام به تبلیغات گسترده برای عید پاک کردند. این امر موجب ترغیب هرچه بیشتر مشتریان برای اجاره خودرو، حتی در شرایط دشوار کرونایی، شد. این ایده باید از سوی بسیاری از برندها مورد استفاده قرار گیرد. ما همیشه امکان استفاده از ایده‌های جذاب برای توسعه کسب و کارمان را داریم. نکته مهم در این میان بهره‌گیری از الگوهای شخصی‌سازی شده برای برندمان است.

۴.ارزایی فرآیند بازاریابی و فروش

تحلیل عملکردهای بازاریابی و فروش برای برندها مزیت‌های بسیار زیادی دارد. براساس گزارش موسسه مک کنزی، آریزایی دوباره فعالیت فروش از سوی برندها حداکثر تا ۵۰ درصد افزایش فروش را همراه خواهد آورد. امروزه بسیاری از برندها در سطح شعاری متفول به ارزیابی مجدد کمپین‌های بازاریابی‌شان هستند، با این حال کمترین اقدام واقعی در این حوزه انجام نمی‌دهند بنابراین گام نخست برای موفقیت در این عرصه تغییر دیدگاه‌مان به فرآیند بازنگری در کمپین‌های بازاریابی است.

بی‌تردید همه ما توصیه‌هایی در زمینه بازاریابی و فروش خوانده‌ایم. شاید برخی از برندها چنین توصیه‌هایی را اجرا نیا کنند، با ایسن حال تاثیرگذاری توصیه‌ها و تکنیک‌های مختلف با هم تفاوت بنیادی دارد. نکته مهم از نظر ما در این بخش تلاش برای ارزیابی انتقادی فرآیند بازاریابی و فروش برندمان است. ما همیشه امکان تمجید از فرآیندهای جاری را داریم، اما ایسن امر کمک چندانی به برند ما نخواهد کرد بنابراین انتقاد از فرآیندهای جاری امری ضروری در میان کسب و کارهای مختلف خواهد بود.

انتقاد از فرآیندهای بازاریابی و فروش نوعی فشار مضاعف برای یافتن راهکارهای بهتر ایجاد می‌کند. نکته مهم در این میان ادراک تیم بازاریابی و فروش شرکت از انتقادهای ماست. اگر آنها برداشت نامناسبی از انتقادهای ما داشته باشند، فرآیند تعامل درون سازمانی با دشواری‌های بسیار زیادی همراه خواهد شد بنابراین ما باید انتقادهای‌مان نسبت به فرآیند بازاریابی را در نهایت دقت و به صورت دوستانه بیان کنیم.

۵. ترک الگوهای بازاریابی بی‌ثمر

اغلب برندها در فرآیند بازاریابی بر روی استفاده از تمام شیوه‌های در دسترس تاکید دارند. نکته مهم در این میان تلاش برای استفاده از الگوهای همراه با نتیجه‌بخشی بیشتر است. بودجه شرکت‌ها برای بازاریابی همیشه با محدودیت همراه است بنابراین برنامه‌ریزی به منظور استفاده درست از چنین بودجه‌ای ضروری خواهد بود.

برخی از شیوه‌های بازاریابی در کسب و کارهای مختلف دارای تاثیرگذاری موردنظر نیستند. این امر در میان برندهای مختلف کاملاً طبیعی محسوب می‌شود بنابراین ما در زمینه انتخاب رویکرد بازاریابی برندمان باید نسبت به تمام الگوها و نکات جانبی توجه داشته باشیم. در غیر این صورت امکان تاثیرگذاری بسر روی مخاطب هدف را نخواهیم داشت.

شاید بیان حوزه‌های نامناسب برای بازاریابی و تبلیغات برای تمام کسب و کارها امکان‌پذیر نباشد، با این حال اشاره اجمالی به این حوزه بی‌فایده نخواهد بود. یکی از حوزه‌های دارای کمترین بازده برای برندها مربوط به بخش تبلیغات تلویزیونی است.

امروزه کاربران توجه بسیار اندکی به شبکه‌های تلویزیونی دارند. این امر نوعی بحران برای چنین مخاطب‌هایی محسوب می‌شود. نکته مهم در اینجا تلاش ما برای استفاده بهتر از الگوهای جایگزین بازاریابی است. فقط در این صورت فرصت کافی برای جلب نظر مخاطب هدف پدیدار خواهد شد.

۶. ضرورت طراحی استراتژی بازاریابی

برنامه‌ریزی در شرایط کنونی دشواری‌های بسیار زیادی دارد. اغلب برندها برای

به قلم: ماکسیم بابیچ کارشناس کسب و کار
ترجمه: علی آل‌علی

امروزه عرصه کسب و کار درگیر تغییر و تحولات بسیار سریعی است. اغلب کارآفرینان در چنین فضای باید به سرعت نسبت به تغییر شیوه‌های کسب و کار، بازاریابی و مدیریت برند اقدام کنند. در غیر این صورت توانایی تاثیرگذاری بر روی مشتریان را نخواهند داشت. چالش اصلی در این میان سختی‌های موجود در راه توسعه کسب و کار در شرایط بی‌ثبات بازارهای مختلف است. بدون تردید معرفی برخی از فناوری‌های نوین مانند هوش مصنوعی و یادگیری ماشینی اهمیت بسیار زیادی دارد، اما همچنان مشکل اصلی پابرجا باقی مانده است.

هر چقدر در مورد دشواری‌های سازگاری با شرایط متغیر کسب و کار صحبت کنیم، هیچ‌کدام به اندازه شیوع وپروس کرونا برای اهالی کسب و کار شگفت‌آور نبوده است. وپروس کرونا بی‌ثباتی در عرصه کسب و کار را آشکار ساخته است. این امر در بازارهای مهم، حتی آنهایی که دارای ثبات حادقایی بودند نیز قابل مشاهده است. با این حساب وضعیت برای فعالیت برندها بسیار دشوار شده است. هدف ما در این مقاله بررسی شیوه‌های توسعه کسب و کار در شرایط بی‌ثباتی ناشی از وپروس کروناست. بدون تردید این شرایط به تنهایی وضعیت ناگوار کنونی را پدید نیاورده است. نکته مهم در این میان ترکیب این عامل با سایر بی‌ثباتی‌های طبیعی و ذاتی عرصه کسب و کار است. ما در ادامه به بررسی ۱۱ نکته و راهکار عملی برای رهایی از دشواری‌های موجود در مسیر توسعه کسب و کار خواهیم پرداخت.

۱.اهمیت تبلیغات

بسیاری از برندها به محض شروع یک بحران در عرصه جهانی شروع به حذف بودجه بخش بازاریابی می‌کنند. این نوع بردیج‌بش به نوعی در میان تمام کسب و کارها قابل مشاهده است. شاید در نگاه نخست این اقدام برای پیشگیری از بروز بحران‌های مالی سننگین برندها طبیعی باشد، با این حال تحلیل ما در این بخش بر روی ضرورت حفظ جایگاه برندمان حتی در شرایط ناگوار وپروس کروناست.

اغلب برندها در طول هفته‌های گذشته فعالیت‌شان را دوباره شروع کرده‌اند. نکته جالب در این میان مواجهه اغلب شرکت‌های غیرفعال در زمینه بازاریابی و تبلیغات در طول کرونا با فقدان جذابیتی برای مشتریان است. شاید همین شرکت‌ها تا پیش از شیوع کرونا جذابیت‌های بسیار زیادی برای مشتریان داشتند، اما اکنون کمترین تغییر و ترغیبی در مشتریان ایجاد نمی‌کنند.

بسیاری از کارشناس‌ها کاهش تمایل مشتریان برای خرید از برندها را تحت دشواری‌های مالی ناشی از کرونا تحلیل می‌کنند. بدون تردید این رویکرد برای تحلیل مشکلات جاری اهمیت بالایی دارد، با این حال تمام وضعیت جاری بر این اساس قابل تحلیل نیست. توجه ما در این بخش بر روی موفقیت برخی از برندهای فعال در زمینه بازاریابی تبلیغات در طول دوران اوج کرونا در مقایسه با رقبای غیرفعال‌شان است. بر این اساس هرچه برندها در این بحران دارای فعالیت بیشتری از نظر بازاریابی بودند، توانایی حفظ و حتی جلب نظر مشتریان تازه‌شان افزایش پیدا کرده است. این نکته در ابتدای شیوع وپروس کرونا به خوبی مدنظر برخی از برندهای بزرگ قرار گرفت. همین نکته آنها را نسبت به سایر برندهای محلی متمایز کرد.

شاید برخی از برندها به دلیل مشکلات مالی ناشی از کرونا توانایی سرمایه‌گذاری برای بخش بازاریابی را نداشته باشند بنابراین ظاهراً چنین برندهایی عذر موجهی برای افعال در عرصه بازاریابی و تبلیغات دارند. نکته مهم در این میان یافتن فرصت‌ها و منابع مالی مناسب برای فعالیت در عرصه بازاریابی و تبلیغات است. اگر ما به دنبال ادامه حضور در بازار و رقابت با دیگر برندها هستیم، باید هرگونه شرایط دشواری را نیز پشت سر بگذاریم. در غیر این صورت ادامه فعالیت‌مان، به ویژه در دوران پساکرونا در سبایه‌ای از ابهام قرار خواهد گرفت.

یکی از صنعت‌های موفق در زمینه تبلیغات و کسب سود از این طریق در دوران کرونا حوزه مد و پوشاک است. بدون تردید این صنعت در طول دوران کرونا با افت فروش وحشتناکی مواجه شد. دلیل این امر نیز دغدغه‌های مهم‌تر مشتریان برای خرید بود. بنابراین در ابتدا مشتریان هیچ تمایلی برای خرید محصولات برندهای بزرگ این عرصه نشان نمی‌دادند. نکته مهم در این میان ارزیابی درست برندهای فعال در صنعت مد از ماهیت موقتی ایسن دوران بود. به این ترتیب با ادامه سرمایه‌گذاری در بخش بازاریابی موفق به جلب نظر مشتریان در مدت زمانی طولانی شدند. اکنون با افت شرایط بسیار بحرانی کرونا دوباره مشتریان این برندها اقدام به خرید انواع پوشاک می‌کنند.

۲.ارزایی ترندهای موجود در بازار

آیا شما تصمیم به عدم کاهش بودجه بخش بازاریابی گرفته‌اید؟ این نکته یکی از تصمیم‌های مهم مدیریتی شما در طول سال جاری خواهد بود، اما به تنهایی برای موفقیت کسب و کارتان کافی نیست. مسئله اساسی در این میان انتخاب ترندهای بازاریابی و تبلیغات مناسب است. امروزه بسیاری از برندها مشغول به سرمایه‌گذاری در بخش بازاریابی هستند، اما تعداد بسیار اندکی از آنها توانایی تاثیرگذاری مثبت بر روی مخاطب هدف را دارند.

پیام‌های بازاریابی ما در تمام وضعیت‌ها باید ارجاع مستقیمی به نیازهای مشتریان داشته باشد. در غیر این صورت توانایی جلب نظر مخاطب هدف را نخواهند داشت. اشتباه برخی از برندها در طول دوران شیوع وپروس کرونا فقدان توجه به نیازهای اساسی مشتریان بود. برخی از برندها مانند جنرال موتورز، علی‌رغم فقدان تخصص در زمینه تولید لوازم بهداشتی، با هدف حمایت از مشتریان اقدام به تولید تجهیزات موردنیاز تیم‌های پزشکی و انواع ماسک‌های کاربردی کرد. این نکته شاید در ابتدا بسیار عجیب به نظر ساده به نظر برسد، با این حال تاثیرگذاری بسیار بالایی بر روی ذهنیت مشتریان از یک برند دارد.

امروزه مرز میان فعالیت‌های بازاریابی و اقدامات اساسی برندها بسیار خدشه‌پذیر شده است. ما باید به دنبال راهکارهایی برای توسعه نام برندمان در وضعیت‌های مختلف باشیم.

یکی از بهترین گزینه‌ها در این میان فعالیت بازاریابی با محوریت نیازهای مشتریان در طول اوج وپروس کروناست.

بدون تردید برندها در طول دوران شیوع وپروس کرونا دشواری‌های بسیار زیادی از نظر جلب نظر مخاطب هدف دارند. یکی از توصیه‌های اساسی ما در این میان تلاش برای درک دشواری‌های عمیق مشتریان است. بدون تردید ما در طول شیوع وپروس کرونا از منظر کسب و کار چالش‌های بسیار زیادی را تجربه کرده‌ایم. این نکته در افق دید مشتریان نیز وجود دارد. نکته مهم در اینجا تلاش برای مشاهده وضعیت ناپایدار وپروس کرونا از نقطه نظر مشتریان است. وقتی ما درک درستی از وضعیت مشتریان در شرایط کنونی پیدا کنیم، امکان تحلیل دقیق‌تر به صورت کاربردی‌تر را نیز خواهیم یافت. ایراد اصلی بسیاری از برندها در زمینه بازاریابی استفاده از کلیشه‌های قدیمی است. نتیجه این امر ناتوانی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف است. وقتی کمپین‌های بازاریابی ما شباهت بسیار زیادی به رقبا داشته باشد، در عمل توانایی تاثیرگذاری مناسب بر روی مشتریان را از دست خواهیم داد. تبلیغات موفق در طول تاریخ همیشه یک پیام تازه و جذاب برای مخاطب هدف داشته‌اند. دشواری‌های یافتن پیام جذاب و تازه برای مخاطب هدف بر هیچ کس پوشیده نیست بنابراین ما باید خود را آماده فعالیتی همراه با سختی قابل توجه در عرصه بازاریابی کنیم.

۳.تنظیم پیام‌های بازاریابی

بررسی ترندهای بازاریابی گامی دیگر برای بهبود شرایط برندمان در طول بحران



تفاوت‌های اساسی حوزه مد و پوشاک با کسب و کارهای کوچک

به قلم: کیتی مسراسمیت کارآفرین حوزه مد و پوشاک
ترجمه: علی آل علی

بسیاری از کارآفرینان ایده‌های جذابی برای فعالیت در عرصه مد و پوشاک دارند. تصور اغلب مردم از صنعت مد و پوشاک مانند سایر حوزه‌های کاری است بنابراین در نگاه نخست نباید تفاوت معناداری میان صنعت پوشاک و دیگر کسب و کارهای کوچک باشد. این پیشفرض اغلب اوقات کارآفرینان را در دام ساده‌انگاری بسیار وسیعی گرفتار می‌سازد. امروزه بسیاری از کسب و کارهای کوچک در صنعت مد و پوشاک با گذشت تنها چند ماه از فعالیت‌شان با شکست‌های عمده مواجه می‌شوند. مسئله مهم در اینجا تفاوت میان کسب و کارهای کوچک با حوزه مد و پوشاک است. اگر ما از تفاوت‌های موردنظر آگاهی نداشته باشیم، به احتمال زیاد با شکست‌های سنگین مواجه خواهیم شد.

هدف ما در مقاله کنونی بررسی برخی از تفاوت‌های بنیادی عرصه مد و پوشاک با سایر کسب و کارهای کوچک است. ما در این راستا بر روی چهار نکته اساسی تاکید خواهیم داشت.

۱. ضرورت نظارت بر تمام جزئیات

راه‌اندازی کسب و کاری کوچک در زمینه مد و پوشاک نیازمند توجه گسترده به نحوه فعالیت برندمان است. بسیاری از کسب و کارهای کوچک در سایر حوزه‌های کاری با استفاده از خدمات جانبی و همچنین امکان همکاری با مدیران میان رده کارشان را شروع می‌کنند. با این حال وضعیت کسب و کارهای عرصه مد و پوشاک بسیار متفاوت است. اگر شما قصد فعالیت در زمینه طراحی لباس‌های مختلف را داشته باشید، باید بر روی تمام جزئیات فعالیت برندتان نظارت داشته باشید. در غیر این‌صورت امکان تأثیرگذاری مناسب بر روی مخاطب هدف را نخواهید داشت.

امروزه تقسیم کار در برندهای مختلف امری طبیعی است، با این حال در عرصه مد و به ویژه طراحی لباس شما تنها هستید. البته گاهی اوقات امکان همکاری‌های بسیار محدود با دیگران وجود دارد، اما در مقیاسی وسیع شما باید به صورت انفرادی کار کنید.

۲. تغییرات مداوم صنعت مد و پوشاک

نگاهی به تغییر سلیقه مردم در زمینه انتخاب پوشاک اهمیت بسیار زیادی دارد. این امر بیانگر تغییرات مداوم و سریع در حوزه مد و پوشاک است. بسیاری از برندها توانایی مدیریت تغییرات در این حوزه را ندارند. به همین خاطر همیشه با مشکلاتی عمیق برای بازاریابی مواجه هستند.

وقتی ما در عرصه مد و پوشاک فعالیت داریم، علاوه بر آمادگی برای تغییرات سریع باید به عنوان یکی از عناصر فعال در زمینه ایجاد تغییر نیز نقش‌آفرینی کنیم. در غیر این صورت به طور مداوم با مشکلاتی برای جلب نظر مخاطب هدف مواجه خواهیم بود. برندهای بزرگ در صنعت مد به طور مداوم در حال اعمال تغییراتی هستند. این امر به آنها برای فعالیت بهینه در عرصه کسب و کار و مد کمک می‌کند.

ترندهای بازاریابی و طراحی لباس در صنعت مد و پوشاک به طور فصلی در حال تغییر است. شاید این نکته در ابتدا مدنظر بسیاری از کارشناسان‌ها و کارآفرینان علاقه‌مند برای فعالیت در این حوزه قرار نگیرد، اما تأثیر بسیار زیادی بر روی فعالیت بلندمدت برندها دارد.

۳. توانایی ایجاد تمایز با رقبا

امروزه برندهای بسیار زیادی در صنعت مد و پوشاک فعالیت دارند. این نکته دارای اهمیت بسیار زیادی برای برندهای فعال در این صنعت است. وقتی ما در تلاش برای بازاریابی و تأثیرگذاری بر روی مخاطب هدف هستیم، باید تمایزهای قابل درکی با دیگر برندها داشته باشیم. در غیر این صورت مخاطب هدف کمترین توجهی به ما نخواهد کرد.

یکی از نکات عجیب در مورد فعالیت برندها در شرایط کنونی ناتوانی آنها برای تأثیرگذاری مناسب بر روی مخاطب هدف است. این امر با توجه به شباهت برخی از برندها در زمینه تولید پوشاک و حتی کمپین‌های بازاریابی به هم بیش از هر زمان دیگری قابل تامل است. هرچه توانایی ما برای تأثیرگذاری بر روی مخاطب هدف به شیوه‌ای منحصر به فرد کمتر باشد، شانس بسیار پایین‌تری برای جلب نظر مخاطب هدف خواهیم داشت.

۴. استفاده از مشتریان به عنوان منبع ایده

استفاده از مشتریان به عنوان منبع ایده‌پردازی در کسب و کارها دشواری بسیار زیادی دارد. اغلب برندها، به ویژه برندهای فعال در عرصه‌های تخصصی، نسبت به این نکته تردیدهای اساسی دارند. مزیت اصلی صنعت مد و پوشاک امکان استفاده ساده و راحت از مشتریان برای ایده‌پردازی است.

امروزه هیچ ممنوعیتی برای ایجاد تنوع در طرح‌های مربوط به لباس‌ها نیست. در این میان نظر خواهی از مشتریان در شبکه‌های اجتماعی تأثیر بسیار زیادی بر روی نتیجه نهایی کار برندها دارد. بسیاری از ایده‌های بازاریابی جذاب در صنعت مد و پوشاک از دل همین همکاری میان برندها و مشتریان بیرون آمده است بنابراین ما حتی امکان استخدام برخی از مشتریان دارای ایده‌های جذاب به عنوان طراح را نیز خواهیم داشت. این امر سطح ارتباط میان برندها و مخاطب هدف در صنعت مد و پوشاک را به خوبی نشان می‌دهد.

منبع: smallbusinessbonfire.com



هر بخش از اقدامات خود در نظر گرفت که باعث می‌شود تا تمایل به انجام سریع‌تر آنها افزایش پیدا کند. این امر در حالی است که در حالت عادی، ممکن است تأخیرهایی را در حین انجام کار خود ایجاد کنید که نتیجه آن طولانی شدن بیش از حد یک اقدام خواهد بود.

۳- وقت‌گذراندن در کنار خانواده را جدی بگیرید

شما می‌توانید استرس و خستگی ناشی از یک روز کاری سخت را با گذراندن وقت در کنار خانواده خود به صورت کامل برطرف کنید. برای این منظور تنها کافی است تا برنامه‌ریزی مناسبی داشته باشید. در این رابطه به دنبال اقدامات بیش از حد بزرگ نباشید. این امر می‌تواند باعث شود تا خستگی شما افزایش یابد. همچنین توجه داشته باشید که در زمان حضور در کنار خانواده، باید دغدغه‌های کاری را فراموش کنید. در این رابطه عدم چک کردن ایمیل‌ها یک اقدام کاملاً سودمند خواهد بود.

۴- مطالعه داشته باشید

مطالعه نه تنها یک اقدام ضروری برای افزایش موفقیت‌های کاری و زندگی شخصی است بلکه باعث خواهد شد تا آرامش بیشتری را به دست آورید. در این رابطه خود را محدود به تعداد مشخصی از صفحات یک کتاب نکرده و حتی چند دقیقه را نیز مورد توجه قرار دهید. در این رابطه اگر تمایل دارید که استراحتی را به چشمان خود بدهید، توصیه می‌شود که از کتاب‌های صوتی استفاده کنید.

۵-مدیتیشن

مدیتیشن از جمله اقداماتی محسوب می‌شود که علی‌رغم تأثیر فوق‌العاده بر روی سلامت ذهن و جسم، به فضای خاصی نیاز نداشته و شما می‌توانید آن را حتی در کمترین فضاها نیز انجام دهید. تنها کافی است تا یک بار این اقدام را به شکل درست انجام داده باشید تا به اقدام مورد علاقه شما تبدیل شود.

۶-اخبار را مورد بررسی قرار دهید

بررسی اخبار خصوصاً مواردی که ارتباط مستقیم را به حوزه کاری شما دارد. یک اقدام کاملاً مهم است. با این حال این امر تنها مزیت اقدام مذکور نبوده و شما می‌توانید با درگیر کردن خود به اخبار، برای چند دقیقه ذهن خود را منحرف کرده و آرامش بیشتری را به دست آورید. در نهایت با توجه به این امر که همواره اخبار جدیدی را مطالعه می‌کنید، این امر کمک خواهد کرد تا در محل کار حس درگیر شدن

مشاغل بزرگ است.

تفاوت فکر کردن خوب است اما یک جنبه مهم آن اثرگذاری متفاوت است. بخش مهم یادگیری باید در راستای حفظ و مدیریت سرمایه‌گذاری باشد. خلاقیتی که می‌تواند منحصر به فرد شود ایده‌های کارآموزان را متمایز کند، توانمندی در حل مسأله‌ای است که فرد دیگری نتوانسته قبلاً به آن فکر کند و آن را برطرف کند. از این رو، تفاوت اندیشیدن یک استعداد مفید است اما برجسته کردن ویژگی‌های منحصر به فرد مانند اجراکردن و پایداری است که شما را متمایز خواهد کرد. پایداری و اثرگذاری: سرمایه‌گذاران ریسک‌پذیر که نشانه‌هایی از انعطاف‌پذیری و توانایی تفکر طولانی مدت در آنها دیده می‌شود موفق می‌شوند. سرمایه‌گذاری‌های پایدار که ماهیت نوآوری دارند، در اغلب طرح‌ها برنده خواهند شد. پویایی فوق‌العاده‌ای در مدل کسب و کار وجود دارد؛ مدلی که می‌تواند منجر به نتایج چشمگیر در رشد هر سرمایه‌گذاری شود.

دانشجویان علی‌رغم داشتن جایگاه‌ها دانشجویی، مایلند ضمن انتخاب کارآفرینی، ریسک کنند. سیستم آموزش سنتی نتوانسته به پایداری مشاغل کمک چندانی کند. در سیستم آموزش جدید، دیگر نیاز کم به پرورش کارمندان خوب و سربازان مطیع نیست، بلکه سیستم آموزش کارآفرینی به گونه‌ای طراحی شده است که دانش‌آموزان را به فکر کردن، نوآوری و خلاقیت در محصولات و خدمات جدید تشویق می‌کند.

مهارت‌های اصلی موردنیاز برای کارآفرین چیست؟ می‌توانیم مهارت‌های موردنیاز را در سه گروه زیر طبقه‌بندی کنیم:

به قلم: انجمن کارآفرینان جوان

مترجم: امیر آل علی

اگرچه عجیب به نظر می‌رسد، با این حال افسردگی ناشی از کار، با سرعتی فوق‌العاده بالا در حال تبدیل شدن به یک تهدید جدی برای کارمندان است. تحت این شرایط صحبت کردن پیرامون این موضوع، به امری حیاتی تبدیل شده است. مهم‌ترین دلیل این امر، درگیر شدن با روزمرگی و استرس مداوم کاری است که در درازمدت، سلامت افراد را با بدترین تهدیدها مواجه خواهد ساخت. تحت این شرایط سوالی که مطرح است این است که چگونه می‌توان احتمال درگیر شدن به چنین وضعیتی را کاهش داد؟ اگرچه نظرات در این رابطه متفاوت است، با این حال انجمن کارآفرین‌های جوان، به بررسی کارآمدترین و در عین حال ساده‌ترین راهکارها پرداخته است که در ادامه آنها را مورد بررسی قرار خواهیم داد.

۱-به فضای آزاد بروید

قرار داشتن در یک محیط ثابت بدون شک برای هر فردی ناخوشایند خواهد بود. به همین خاطر توصیه می‌شود که اقداماتی نظیر زمان صرف ناهار را در محیط‌های آزاد نظیر پارک نزدیک محل کار خود انجام داده و فرصتی برای تغییر محیط، ایجاد کنید. در این رابطه روانشناس‌ها نیز عقیده دارند که گیاهان کمک بسیار خوبی برای بهبود روحیه و کاهش استرس ناشی از کار هستند. اگر به این اقدام خود کمی پیاده‌روی را نیز اضافه کنید، در بازگشت به شرکت، با انرژی به مراتب بیشتری مواجه خواهید شد.

۲-سرگرمی برای خود داشته باشید

سرگرمی‌ها کمک خواهد کرد تا افراد از وضعیت حال حاضر فاصله گرفته و دقایقی را به کاری بپردازند که کاملاً مطابق علاقه آنها است. برای مثال ممکن است یک بازی در گوشی تلفن همراه شما، سرگرمی مورد علاقه‌تان باشد. در این رابطه هر اقدامی که حسی خوب را در شما ایجاد کند، گزینه‌ای کاملاً مناسب خواهد بود با این حال توجه داشته باشید که لازم است تا از زنگ هشدار استفاده کنید، در غیر این صورت ممکن است زمان از دست شما خارج شده و بیش از حد درگیر سرگرمی خود شوید. در نهایت این سرگرمی را می‌توان به عنوان پاداش

مترجم: شیدا انصاری

آیا آموزش کارآفرینی مهم است؟ آیا می‌توان با استفاده از آموزش کارآفرینی از شکست در استارت‌آپ پیشگیری کرد؟ بیشتر محققان معتقدند کارآفرینی را نمی‌توان تدریس کرد و فقط می‌توان از طریق چرخه «تلاش، شکست، یادگیری، تکرار» آن را آموخت.

اگرچه پشت سر گذاشتن این مراحل صحیح است اما «یادگیری-تمرین-امتحان-شکست» الگوی پیشرفته‌ای است که می‌تواند مورد استفاده قرار گیرد. از این رو به طور قطع می‌توان یک برنامه آموزشی کارآفرینی ایجاد کرد که تأثیر زیادی در مراحل شروع استارت‌آپ و رشد کارآفرینان دارد.

در این مطلب می‌خواهیم به اهمیت آموزش کارآفرینی به منظور کاهش احتمال شکست در ابتدای مسیر بپردازیم.

باید جزئیات زیر را مورد توجه قرار دهیم:

۱. عملکرد کارآفرین

۲. انگیزه

۳. مهارت‌های کارآفرینی

۴. مهارت‌های شغلی

بسیاری از تحقیقات نشان داده است که تدریس و آموزش می‌تواند به عنوان زیرساختی برای یادگیری مهارت کارآفرینی و راه‌اندازی کسب و کار باشد.

تأکید این نوع آموزش بر پیشبرد توانمندی‌های فرد کارآفرین است. این مدل بیشتر مربوط به شرکت‌های نوپا، مشاغل کوچک و مدیریت

چگونه از افسردگی ناشی از کار فاصله بگیریم

با روزمرگی کاهش پیدا کند. درواقع اگرچه نمی‌توان اقدامات اصلی را متنوع ساخت، با این حال می‌توان با انتخاب چنین مواردی، اتفاقات جدیدی را رقم زد.

۷-به موسیقی گوش دهید

موسیقی به حدی تأثیرگذار است که برخی از افراد از آن برای درمان بیماری‌ها استفاده می‌کنند. در این رابطه تنها کافی است تا به یک موسیقی گوش دهید تا پس از آن شاهد تغییر فوق‌العاده روحیه خود باشید. تحت این شرایط ضروری است تا این اقدام، به عادت روزانه شما تبدیل شود.

۸-ورزش کردن

ورزش کردن باعث خواهد شد تا تناسب اندام شما حفظ شده و آستانه تحمل شما در برابر سختی‌ها افزایش پیدا کند. با این حال علت انتخاب این امر، هیچ یک از این دلایل نیست. درواقع تأثیر لحظه‌ای ورزش این است که افراد اعتماد به نفس بالاتری را پیدا می‌کنند که این امر باعث خواهد شد تا تأثیر افکار منفی، به پایین‌ترین میزان خود برسد. به همین خاطر هرگاه که احساس ناتوانی کردید، تنها کافی است تا چند حرکت ساده ورزشی را انجام دهید. در این رابطه حتی خواندن نیز می‌تواند باعث شود تا روحیه شما ارتقا پیدا کند. با این حال این امر باید در فضایی انجام شود که مزاحمتی برای سایر کارمندان، شکل نگیرد.

۹-گوشی تلفن همراه خود را کنار بگذارید

یکی از عادات‌های بسیار بد افراد در محل کار این است که به صورت مداوم از گوشی تلفن همراه خود برای اقداماتی نظیر چک کردن شبکه‌های اجتماعی، استفاده می‌کنند. این امر در حالی است که نتایج آخرین تحقیقات نشان می‌دهد استفاده مداوم از گوشی تلفن همراه خود عاملی برای خستگی و حتی افسردگی خواهد بود. همچنین در دسترس بودن مداوم این وسیله، می‌تواند تمرکز شما را نیز نابود کند.

۱۰-مصرف قهوه را متوقف کنید

مصرف روزانه قهوه، نتایج بسیار بدی را به همراه خواهد داشت. در این رابطه توصیه می‌شود که در زمینه نوشیدنی‌های خود، تنوع داشته باشید. درواقع قهوه، تنها باید هفته‌ای یکبار مصرف شود. با این اقدام در وضعیت خود شاهد تغییرات مثبتی خواهید بود.

منبع: influencive.com

گروه ۱

کنجکوی برای شناسایی حوزه‌های مسئله‌ساز

درک محیط کسب و کار، محیط اقتصادی

درک تقاضا و عرضه

تحقیق در مورد راه حل با خلاقیت و تفکر طراحی

ایده‌های تلفیقی: باز کردن ایده‌ها و مسائل، بحث کردن، جمع‌بندی

گروه ۲

مدیریت زمان

کارایی عملکرد

مدیریت مالی

انعطاف‌پذیری

گروه ۳

برقراری ارتباط

شکه‌سازی

برندسازی

برای درک کسب و کارها و مدل‌های جدید کسب و کار، کارآفرینی یکی از محبوب‌ترین موضوعات در دانشگاه‌ها و مراکز آموزشی جهان تبدیل شده است. به عنوان مثال آموزش کارآفرینی در برنامه درسی مدارس برتر کسب و کار در هند آغاز شده است. اصطلاح کارآفرینی باید کم از مفهوم «تمایل به ریسک‌پذیری» فاصله گرفته و بیشتر به «روش نوآورانه تفکر، برنامه‌ریزی و سازماندهی» بپردازد. تفکر نوآورانه در مدیریت حرفه‌ای شکل جدید سرمایه‌گذاری‌های امروزی بسیار حائز اهمیت است. هدف اصلی این است که در یک بازار رقابتی جهانی بتوان کسب و کاری را راه‌اندازی و حفظ کرد.

منبع: entrepreneur/modirinfo

اخبار

مدیرعامل پالایشگاه گاز ایلام

کاهش گازهای ارسالی به مشعل اولویت برنامه‌های سال ۹۹ پالایشگاه ایلام

ایلام – منصوری: مدیرعامل شرکت پالایش گاز ایلام از برنامه ریزی برای کاهش گاز ارسالی به مشعل خبر داد و گفت: این مهم از اولویت های اصلی این پالایشگاه در سال جاری خواهد بود. به گزارش روابط عمومی، دکتر “روح اله نوریان” افزود: دریافت کامل محصولات اتان و گاز مایع خام به‌عنوان خوراک از سوی پتروشیمی ایلام، راهاندازی کمپرسورهای Off Gas که روزانه ۱۵۰ هزار مترمکعب به تولید می‌افزاید و استفاده از گاز فلش به‌جای استفاده از گاز شیرین‌شده برای زباله‌سوزهای واحد گوگرد از تمهیداتی است که می‌تواند در کاهش گازهای ارسالی به مشعل و افزایش بهره وری تولید بسیار مؤثر باشد.

وی ادامه داد: در حال حاضر عمده اتان تولیدی به خط سراسری تزریق و بخشی از آن به‌عنوان گاز مصرفی بویلرهای تولید بخار مصرف می شود ضمن اینکه بخشی از گاز مایع خام تولیدی از طریق کیسول های مخصوص حمل LPG با کامیون به عسلویه منتقل می شود. نوریان با بیان این که در حوزه پایداری و ارتقاء تولید و فروش محصولات در سال گذشته با وجود شرایط تحریم، این شرکت عملکرد موثقی داشته است، اظهار داشت: با افزایش ۷ درصدی گاز ترش به‌عنوان خوراک ورودی، ضمن حفظ پایداری تولید و کاهش توقفات، در مقایسه با سال ۹۷ گاز شیرین تزرفی به خط سراسری ۱۰ درصد مبیانات گازی یک درصد و تولید گوگرد نیز ۷ درصد افزایش داشته است. وی در ادامه، افزود:در حوزه فروش محصولات تولیدی نیز، مبیانات گازی ۵ درصد، گوگرد دانه بندی شده (پالستیلی) ۲۰ درصد افزایش داشته و حتی با توجه به اعلام نیاز برق منطقه ای غرب و عقد قرارداد با مدیریت شبکه برق، ضمن استفاده از ظرفیت مازاد نیروگاه این شرکت، فروش برق نیز ۷۵ درصد رشد داشته است. وی به تحقق اهداف عملیاتی و تمهیدات تولید این شرکت در سال گذشته اشاره و خاطرنشان کرد: خوشبختانه تولید گوگرد بالاتر از تعهد تولید بوده و تمهیدات شرکت در بخش تولید گاز شیرین و دیگر محصولات حدود ۹۷ درصد محقق شده است. مدیرعامل شرکت پالایش گاز ایلام به کسب تقدیرنامه ۵ ستاره تعالی سازمانی با رتبه ۹ در بین شرکت های زیر مجموعه شرکت ملی گاز ایران، به‌عنوان یک دستاورد مهم در حوزه مدیریت و ارتقاء سازمان اشاره و اظهار داشت: کسب رتبه دوم سلامت اداری، احراز رتبه نخست پژوهش و فناوری بین شرکت‌های پالایشی گاز، دریافت تندیس سیمین مسئولیت‌های اجتماعی و همچنین اخذ گواهینامه‌های مدیریتی همچون اخذ ممیزی انرژی و دریافت گواهینامه استاندارد معیار مصرف انرژی نیروگاه، استاندارد ایزو ۱۶۰۰۰ در حوزه مونو-خانه‌ها یا اخذ گواهینامه استاندارد آزمایشگاه ایزو ۱۷۰۲۵ که توفیقی منحصر به فرد بوده و آزمایشگاه این پالایشگاه را به‌عنوان یک آزمایشگاه مرجع دربین پالایشگاه های گاز کشور معرفی نموده که موضوعات تنها بخشی از موفقیت های این پالایشگاه در سال گذشته بوده است.

مدیر شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی منطقه ساری :

امکان افزایش ذخیره سازی بنزین فراهم شد

ساری – خبرنگار فرصت امروز: مدیر شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی منطقه ساری گفت : زیر ساخت های لازم به منظور ذخیره سازی فرآورده بنزین در تاسیسات شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی منطقه ساری فراهم شد. به گزارش روابط عمومی ، سبحان رجب پور مدیر شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی منطقه ساری بیان کرد : زیر ساخت های لازم به منظور ذخیره سازی حداکثری فرآورده بنزین در تاسیسات نفتی شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی منطقه ساری توسط پرسنل تر تلاش مهندسی فراهم و آماده بهره برداری شده است . سبحان رجب پور ادامه داد : با توجه به سیاستهای کلان وزارت نفت به منظور استفاده حداکثری از امکانات شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی ایران به منظور ذخیره سازی بنزین با اقدام شبانه روزی واحد مهندسی پخش فرآورده های نفتی منطقه ساری بخش قابل توجهی از ظرفیت انبار نفت شهید اسماعیلی و شهید تندگویان آماده بهره برداری شده است . وی افزود : این عملیات با لایروبی و تغییرات و تعمیرات مورد نیاز مخازن منتخب محقق شده و به ذخیره سازی بنزین اختصاص یافت . رجب پورضمن قدردانی از زحمات شبانه روزی همکاران و مهندسی شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی منطقه ساری برای راه اندازی این پروژه اظهار کرد : از طریق اصلاح مسیرهای موجود امکان ذخیره سازی بنزین در تاسیسات نفتی شهید تندگویان نکا با در نظر گرفتن چرخه صادرات فراهم شد. مدیر منطقه ساری اذعان کرد : نیروهای جوان و فعال واحد مهندسی شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی منطقه ساری با تعریف پروژه های مهم و کارآمد در تلاش هستند تا انبار نفت شهید اسماعیلی ساری و شهید تندگویان نکا را فعال و به روز نگه داشته و در بالاترین سطح کیفی و آمادگی قرار دهند .

مدیرعامل شرکت برق منطقه ای خوزستان خبر داد :

پور ادامه داد : با توجه به سیاستهای کلان وزارت نفت به منظور استفاده حداکثری از امکانات شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی ایران به منظور ذخیره سازی بنزین با اقدام شبانه روزی واحد مهندسی پخش فرآورده های نفتی منطقه ساری بخش قابل توجهی از ظرفیت انبار نفت شهید اسماعیلی و شهید تندگویان آماده بهره برداری شده است . وی افزود : این عملیات با لایروبی و تغییرات و تعمیرات مورد نیاز مخازن منتخب محقق شده و به ذخیره سازی بنزین اختصاص یافت . رجب پورضمن قدردانی از زحمات شبانه روزی همکاران و مهندسی شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی منطقه ساری برای راه اندازی این پروژه اظهار کرد : از طریق اصلاح مسیرهای موجود امکان ذخیره سازی بنزین در تاسیسات نفتی شهید تندگویان نکا با در نظر گرفتن چرخه صادرات فراهم شد. مدیر منطقه ساری اذعان کرد : نیروهای جوان و فعال واحد مهندسی شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی منطقه ساری با تعریف پروژه های مهم و کارآمد در تلاش هستند تا انبار نفت شهید اسماعیلی ساری و شهید تندگویان نکا را فعال و به روز نگه داشته و در بالاترین سطح کیفی و آمادگی قرار دهند .

مدیرعامل شرکت برق منطقه ای خوزستان خبر داد :

مصرف برق کهگیلویه و بویراحمد در وضعیت قرمز، خوزستان زرد

اراک – شبنم فجائود: مدیرعامل شرکت برق منطقه ای خوزستان گفت: مصرف برق استان کهگیلویه و بویراحمد در محدوده قرمز مصرف قرار دارد که لازم است برای حفظ پایداری شبکه برق، کاهش مصرف در دستور کار مشترکین قرار گیرد. محمود دشت بزرگ اظهار کرد: بر طبق نقشه مصرف برق کشور روز شنبه (۳۱ خرداد)، استان کهگیلویه و بویراحمد به همراه ۵ استان دیگر در محدوده قرمز مصرف قرار گرفته که مشترکان می توانند با کاهش ۱۰ درصدی مصرف برق خود، از حالت قرمز خارج و به پایداری شبکه برق کمک کنند.

وی بیان کردن در همین روز استان خوزستان و کلاشهر اهواز نیز در وضعیت زرد مصرف قرار گرفتند و لزوم کاهش ۵ درصدی مصرف از سوی مشترکین برای رسیدن به وضعیت سبز در این استان ضروری است تا در این شرایط کرونایی در امر برق رسانی خللی ایجاد نشود و خاموشی ها ناخواسته ناشی از فشار به شبکه، رخ ندهد. مدیرعامل شرکت برق منطقه ای خوزستان تصریح کرد: پیک مصرف برق در روز شنبه در دو استان تحت نظارت این شرکت ۷ هزار و ۵۵۱ مگاوات بوده که نسبت به مدت مشابه در سال قبل ۳.۵ درصد رشد را نشان می دهد. دشت بزرگ با درخواست از مشترکین برای رعایت الگوی مدیریت مصرف برق؛ تاکید کرد:از مصرف کنندگان تقاضا می کنیم که برای بالا بردن امنیت شبکه و کاهش خاموشی ها در این گرمای شدید و حفظ آسایش مردم که برای مقابله با کرونا در منزل مانده اند، مصارف غیر ضروری خود را از ساعات اوج مصرف برق (۱۴ تا ۱۷ و ۲۱ تا ۲۳) به سایر ساعات شبانه روز منتقل کنند.

درمنطقه ده عملیات انتقال گاز:

ایمنی شبکه انتقال گاز به شهرستان عسلویه افزایش یافت

بوشهر- رضا حیدری: مدیرمنطقه ده عملیات انتقال گاز از راه اندازی سیستم قطع خودکارمسیرهای تغذیه گازرسانی به شهرستان عسلویه(خط لوله ششم سراسری) با هدف افزایش ایمنی شبکه انتقال گاز خبرداد. به گزارش روابط عمومی منطقه ده عملیات انتقال گاز، حمید خدری مدیرمنطقه با بیان اینکه منطقه ده عملیات به‌عنوان گلوگاه انتقال گازکشور، موظف به انتقال ایمن و پایدار گازاست، تاکید کرد: با ایجاد زیرساخت های ایمنی شبکه وتجهیزات، علاوه برافزایش ضربه ایمنی انتقال گاز، موجبات تداوم گازرسانی و آرامش دینفعان نیز فراهم می گردد. وی ادامه داد: درهمین راستا درجهت ایمنی بیشترتاسیسات تامین گازبخش های مختلف مصرف، عملیات راه اندازی سیستم قطع خودکارشیر6 اینچ، محدوده خط لوله ششم سراسری دربرنامه عملیاتی سال جاری قرارگرفت که خوشبختانه پس ازبرنامه ریزی و هماهنگی با دیسپچینگ شرکت ملی گازایران و همچنین شرکت گاز استان بوشهربه انجام رسید. خدری تصریح کرد: اجرای این سیستم مستلزم ایجاد ۲ انشعاب ۲/۱ اینچی ازمسیرهای تغذیه عملکردخظ ۶ اینچ گازرسانی به شهرستان عسلویه بود، که پس از انجام مراحل ایمنی، حفاری، تخریب دیواره بتنی اطراف محل انشعاب، برشکاری و جوشکاری و رادیوگرافی صورت گرفت. خدری با اشاره براینکه اجرای عملیات یادشده نقش بسزایی درافزایش ایمنی و پایداری شبکه انتقال گاز در شهرستان عسلویه ونیز پدافند غیرعامل را به همراه دارد، افزود: اجرای طرح های پدافند غیرعامل در راستای افزایش پایداری زیرساخت های شبکه انتقال گاز ازجمله اهداف این منطقه می باشد که خوشبختانه اقدام های موثری برای نیل به این هدف در سطح منطقه انجام گرفته است

ایران زرسین

اخبار

همزمان با فرارسیدن هفته قوه قضاییه، نشست خبری رئیس کل و مسئولان قضایی استان قم در سالن همایش دادگستری برگزار شد

قضات در صدور و انشای رأی از استقلال کامل برخوردار هستند و چه از درون سازمان، چه بیرون سازمان سفارش پذیر صورت نخواهد گرفت و قاضی پرونده بر اساس وظیفه دینی و قانونی خود رأی را با استقلال کامل صادر و انشاء خواهد کرد. مظفری در خصوص اتهام ویژه دستگاه قضایی استان در برخورد با جرائم خاص گفت: به منظور سرعت و قاطعیت در برخورد با جرائم خاص، معاونتی با همین نام در دادگستری قم ایجاد شده و در حوزه‌های امنیتی، اقتصادی و اجتماعی به پرونده‌ها از بدو تشکیل پرونده تا صدور رای رسیدگی خواهد کرد. حجت الاسلام و المسلمین مظفری تصریح کرد: در هر زمان و هر مکان که جان و مال مردم تهدید شود، دستگاه قضایی اجازه سوء استفاده را نخواهد داد و با قاطعیت و برابر قانون در برابر تجاوز کنندگان به حقوق مردم خواهیم ایستاد. وی گفت: بخش عمده‌ای از انرژی دستگاه قضایی مربوط به رسیدگی به پرونده‌های اقتصادی است، و بر اساس همین وظایف، شعبه ویژه رسیدگی به جرائم اخلاخ گران اقتصادی تشکیل شده است و اولین جلسه دادگاه به مربوط به شرکت سینا شیمی برگزار شد و قضات دادگاه مشغول به تدوین کلمه پرونده در دو بخش تعیین مجازات برای متهمین پرونده و برگرداندن حقوق بیت‌المال هستند. مظفری افزود: با توجه به دستور ریاست معظم قوه قضائیه روند رسیدگی به جرائم اقتصادی این روند رسیدگی به موقع و با دقت ادامه خواهد داشت و دستگاه قضایی در خصوص حفظ حقوق مردم و بیت المال از هیچ قصوری چشم پوشی نخواهد کرد.



حجت الاسلام والمسلمین مظفری اظهار کرد: حدود ۱۰۰۰ نفر پرسنل قضایی و اداری با رویکرد صحیح و سازنده انجام وظیفه می‌کنند و سالانه حدود ۲۵۰ هزار پرونده به دادگستری و شورای حل اختلاف وارد می‌شود. و با توجه به تمهیدات ویژه‌ای که در دستور کار قرار گرفته، بخشی از پرونده‌ها که بخاطر شرایط خاص معوق بوده مورد رسیدگی قرار گرفته و انتظار می‌رود در آینده نیز با لحاظ این تمهیدات از رسوب پرونده‌ها جلوگیری شود. حجت الاسلام و المسلمین مظفری با اشاره به تعداد پایین پرونده‌های نقض شده افزود: منابع انسانی شایسته و فرهیخته و دقت در روند دادرسی باعث شده نسبت به میانگین کشوری تعداد آرای نقض شده پایین‌تر از میانگین کشوری باشد. وی استقلال در امر قضا را از شاخص دستگاه قضایی برشمرد که همه روزه پایین می‌شود و تصریح کرد:

استاندار آذربایجان شرقی:

عادی‌انگاری مهم‌ترین عامل افزایش مبتلایان به کرونا است

تست‌های مثبت را داشته‌ایم. مومحدحسین صومی افزود: شهرستان‌های اهر، بناب، میانه، هریس، تبریز، شستر، مراغه و چاراویماق از نظر آمار جمعی مبتلایان، بالاتر از میانگین استانی قرار دارند و وضعیت سه شهرستان بناب، مراغه و چاراویماق قرمز است. وی با بیان اینکه در هر منطقه‌ای که توصیه‌های بهداشتی رعایت شده، روند مدیریت بیماری بهتر بوده است، افزود: با وجود شبهاتی که در خصوص مدیریت بیماری در استان مطرح می‌شود، اما بررسی‌ها نشان می‌دهد که در زمان مداخلات اجتماعی نظیر تعطیلی مدارس، تعطیلی مراکز عمومی و قرنطینه بیماران، آمار مبتلایان و فوتی‌ها به شکل محسوسی کاهش یافته است.

بهترین راه جلوگیری از انتشار ویروس کرونا

صومی با اشاره به تحلیل اپیدمیولوژیک بیماری کرونا در استان، گفت: بر اساس این تحلیل، آموزش صومی، رعایت فاصله‌گذاری اجتماعی و استفاده از ماسک، بهترین راه جلوگیری از انتشار ویروس کروناست. رئیس دانشگاه تبریز هم در این جلسه با ارائه گزارشی از اقدامات انجام‌یافته برای استمرار فعالیت‌های آموزشی و پژوهشی در دانشگاه‌های استان، گفت: دانشگاه‌های استان در دوران کرونا، صد درصد وظایف آموزشی خود را در قالب آموزش مجازی انجام داده‌اند. میرضا مجیدی با بیان اینکه در بخش پژوهش نیز امکانات لازم برای دانشجویان فراهم شده است، افزود: در بخش فناوری، فرصت جدیدی برای دانشگاه‌ها ایجاد شد و دانشگاهیان ما توانستند در زمینه تولید اقلام بهداشتی و محصولات فناورانه مرتبط، قدم‌های خوبی بردارند. در این جلسه پس از بحث و تبادل نظر در خصوص اقدامات و راهکارهای لازم برای پیشگیری از شیوع بیشتر کرونا، مقرر شد گروه‌های مشترک نظارت با حضور دستگاه‌های مسئول برای نظارت بر فعالیت واحدهای صنفی و همچنین برگزاری اجتماعات در اماکن عمومی تشکیل و با متخلفان برخورد قانونی شود. برگزاری امتحانات پایان سال دانشگاه‌ها به صورت مجازی با پیشنهاد هیات امنای دانشگاه‌های استان، استمرار فعالیت کتابخانه‌ها و سالن‌های غذاخوری با ۵۰ درصد ظرفیت و رعایت پروتکل‌های بهداشتی و افزایش تولید برنامه‌های آموزشی در صداوسیما استان از دیگر مصوبات این جلسه بود.



برخورد کنند. وی همچنین بر جلوگیری از تشکیل اجتماعات در پارک‌ها، بوستان‌ها و اماکن گردشگری تأکید کرد و گفت: امیدواریم شرایط به نحوی نباشد که دوباره مجبور به تعطیلی پارک‌ها شویم. استاندار آذربایجان شرقی، افزایش آمار مبتلایان و فوتی‌های ناشی از کرونا در روزهای اخیر را ناشی از عدم رعایت توصیه‌های بهداشتی عنوان کرد و گفت: البته در هفته‌های اخیر، تعداد تست‌های انجام‌شده نیز افزایش یافته و روند بیماری‌های هدفمند شده؛ با این حال آن‌چه به شیوع بیشتر بیماری دامن زده، عادی‌انگاری شرایط و عدم رعایت توصیه‌های بهداشتی است.

تجمع مردم در رستوران‌ها و اجتماعات خانوادگی مهم‌ترین عامل شیوع کرونا معاون سیاسی، امنیتی و اجتماعی استاندار آذربایجان شرقی هم در این جلسه تجمع مردم در رستوران‌ها و اجتماعات خانوادگی را مهم‌ترین عامل شیوع کرونا دانست و گفت: متأسفانه شاهد بی‌تفاوتی بخشی از مردم نسبت به خطر شیوع این بیماری هستیم. علیرا راستگو با تأکید بر رعایت مصوبات ستاد مقابله با کرونا، از دستگاه‌های مسئول خواست تا با واحدهای صنفی که با رعایت نکردن پروتکل‌های بهداشتی، سلامتی مردم را به خطر می‌اندازند، برخورد کنند. رئیس دانشگاه علوم پزشکی تبریز هم با اعلام اینکه به طور میانگین روزانه ۳۵۰ مورد جدید ابتلا به کرونا در استان شناسایی می‌شود، افزود: در حال حاضر ۳۳ درصد از تست‌های انجام‌شده در استان مثبت است و در دو هفته گذشته، بیشترین تعداد

قم – خبرنگار فرصت امروز: در ابتدای این نشست که با حضور خبرنگاران و اصحاب رسانه استان برگزار گردید، حجت الاسلام و المسلمین مظفری رئیس کل دادگستری قم ضمن خیر مقدم به حاضرین و گرامیداشت یاد و خاطره شهید دکتر بهشتی و شهدای هفتم تیر گفت: همواره اصحاب رسانه در اطلاع رسانی خدمات و اقدامات در کنار دستگاه قضایی بوده‌اند و با اطلاع رسانی صحیح و به موقع در خصوص مسایل اجتماعی باعث می‌شوند جامعه درک صحیحی از موضوع داشته باشند. وی در ادامه با اشاره به استقبال از همکاری با رسانه‌ها ابراز داشت امیدواریم شرایط مساعدی برای همکاری با رسانه‌ها بیش از پیش فراهم آید و با استفاده از ظرفیت رسانه‌ها قدم‌های موثری در اطلاع رسانی دستگاه قضایی برداشته شود. حجت الاسلام والمسلمین مظفری گفت: نوع مأموریت دستگاه قضایی محدودیت‌هایی را برای اطلاع رسانی بوجود آورده است. اما در دوره تحول و با عنایت ویژه رئیس معظم قوه قضائیه، اقدامات مناسبی در خصوص شفاف سازی و اطلاع رسانی صورت گرفته و تلاش داریم تا جایی که قانون و شرایط پرونده‌ها اجازه دهد اصحاب رسانه را از وضعیت پرونده‌ها مطلع سازیم و اعتقاد بر آن است که اطلاع رسانی به موقع در حال مسایل اجتماعی و حقوقی موثر خواهد بود. رئیس کل دادگستری استان قم افزود: یکی از برنامه‌ها و اهداف دستگاه قضایی در هفته قوه قضائیه ارتقای آگاهی‌های حقوقی و قضایی آحاد جامعه است تا همه از نوع جرم پیشگیری صورت گیرد و هم در مراجعه به مجتمع‌های قضایی کمتر دچار مشکل شوند.

تبریز – ماهان فلاح: استاندار آذربایجان شرقی گفت: عادی‌انگاری شرایط و عدم رعایت توصیه‌های بهداشتی در هفته‌های اخیر، موجب افزایش تعداد مبتلایان و فوتی‌های ناشی از کرونا در استان شده است و بر این اساس، رعایت فاصله‌گذاری و توصیه‌های بهداشتی به صورت جدی مورد تأکید ستاد مقابله با کروناست. دکتر محمدرضا پورمحمدی در بیست و یکمین جلسه ستاد استانی مقابله با کرونا، با اشاره به آخرین وضعیت شهرستان‌های استان از نظر شیوع این بیماری، گفت: تنها سه شهرستان بناب، مراغه و چاراویماق در استان وضعیت قرمز دارند و وضعیت کلی استان نیز زرد است. وی با بیان اینکه افزایش آمار مبتلایان در یک روز، ملاک ارزیابی وضعیت نیست، افزود: طبق معیارهای وزارت بهداشت، در صورتی که یک استان در ۱۴ روز متوالی، به ازای هر یکصدهزار نفر جمعیت، سه نفر بستری داشته باشد وضعیت آن قرمز خواهد بود.

سیاست جدید ستاد ملی فاصله‌گذاری پویا متناسب با وضعیت هر شهرستان و استان است

رئیس ستاد استانی مقابله با کرونا در ادامه اعمال محدودیت‌های جدید را منوط به هماهنگی با ستاد ملی مقابله با کرونا دانست و گفت: سیاست جدید ستاد ملی، فاصله‌گذاری پویا متناسب با وضعیت هر شهرستان و استان است و در هر حال، ایجاد محدودیت‌های جدید باید به تصویب ستاد ملی برسد. پورمحمدی با تأکید بر رعایت جدی توصیه‌های بهداشتی توسط آحاد مردم و واحدهای صنفی، گفت: رعایت فاصله‌گذاری و استفاده از ماسک، رعایت بهداشت فردی و عدم حضور در اجتماعات، مهم‌ترین راه‌های پیشگیری از شیوع بیشتر ویروس کرونا هستند. وی ضمن قدردانی از نقش آفرینی صداوسیمای مرکز آذربایجان شرقی در زمینه اطلاع‌رسانی به مردم، از صداوسیما و سایر رسانه‌ها خواست تا بیشتر از قبل مردم را نسبت به خطرات بیماری کرونا و راه‌های پیشگیری از آن آگاه کنند.

دستگاه‌های مسئول نظارت خود را بیشتر کنند پورمحمدی با انتقاد از تشکیل دورهمی‌ها و اجتماعات خانوادگی به بهانه مراسم عروسی و عزا، گفت: هیچ مجوزی برای برگزاری این اجتماعات صادر نشده و دستگاه‌های مسئول باید نظارت خود را در این زمینه بیشتر کرده و با تخلفات

در نشست کمیسیون مبارزه با قاچاق کالا و ارز استان مرکزی؛

مزایای استفاده از "سامانه سدف" تشریح شد

در اولویت اول دانست و از اعضای حاضر در جلسه خواست به صورت تخصصی در مورد سامانه درخواست فرآورده‌های نفتی (تجارت آسان) و نحوه تامین سوخت دستگاه‌های مورد نظر، پیشنهادات و راهکارهای خود را ارائه دهند. سپس نمایندگان دستگاه‌ها و سایر اعضای عضو این کمیسیون، در مورد نحوه دریافت سوخت دستگاه‌های تحت امر خود از جمله سوخت مربوط به بخش کشاورزی، سهمیه واحدهای مربوط به سازمان دامپزشکی استان، وضعیت انشعاب لوله کشی گاز در برخی از صنایع، تامین سوخت دستگاه‌های مربوط به راهداری‌ها، شهرداری‌ها و دیهاری‌ها، تامین سوخت کارخانه سیمان دلیجان و بخش ایزوگام استان بحث و تبادل نظر کردند. استاندار استان مرکزی (آقازاده) در پایان این نشست، از عملکرد اعضای کمیسیون مبارزه با قاچاق کالا و ارز استان تقدیر و تشکر کرد و گفت: انتظار می رود از طرف ستاد شرکت ملی پخش فرآورده‌های نفتی ایران به استانها به عنوان بازوان اصلی خود در امر مبارزه با پدیده شوم قاچاق بیشتر حساب کنند تا بتوان همه با هم در این مسیر برای تحقق اهداف توسعه اقتصادی و استفاده بهینه از فرآورده‌های نفتی به عنوان سرمایه‌های ملی کشور گام‌های موثری برداریم.



و پس از آن به کل کشور تسری پیدا کرده است. وی با اذعان به اینکه "سامانه سدف" یک سامانه ملی است که تا کنون در کشور مشابهی برای آن یافت نشده و این در جهت تحقق دولت الکترونیکی بوده است. شفاف‌سازی، احراز هویت، کوتاه کردن زمان دریافت سوخت، جلوگیری از رفت و آمد مشتریان به شرکت و ثبت مشخصات درخواست کننده به ویژه شماره تلفن همراه برای ارسال پیام کوتاه و اطلاع رسانی به مشتریان را از خصوصیات بارز این سامانه برشمرد. طاعتی دبیر کمیسون نیز طی سخنانی، مبارزه با قاچاق کالا و ارز به ویژه قاچاق سوخت در سطح استان را

هادی خانیکی در وبینار «مصرف‌گرایی رسانه‌ای در بحران» مطرح کرد

روایت «ویروس» و «وب» در دوران کرونا



برابر معلومات بشری قرار داده و در این میان باید ضمن توجه به نوپیدی بودن آن، از تجارب جهانی موفق و ناموفق در این زمینه بهره بگیریم. به گفته وی، ویژگی‌های نوپیدی و عالمگیر بودن کروناویروس، عرصه اطلاع‌رسانی را در شرایطی قرار داده که عمل کردن به شیوه‌های قبلی را کافی و مطلوب نمی‌دانیم.

خانیکی ادامه داد: در این شرایط ویروس و وب در کنار هم روایتی ساخته‌اند که در حوزه اجتماعی باید به یک شیوه و در حوزه درمان و پیشگیری باید به شیوه‌ای دیگر عمل کنیم. او با بیان اینکه کرونا علاوه بر بهداشت تن، توجه بشر را به بهداشت روان و بهداشت اجتماعی جلب کرد، گفت: کرونا با خود فرهنگ انزوا و فرهنگ قرنطینه را به همراه آورد که در این شرایط باید به فراتر از درمان و به حوزه‌های معرفتی، فرهنگی، سیاسی و اقتصادی توجه شود. وی با بیان اینکه کرونا پدیده چندوجهی ارتباطات را می‌طلبد، گفت:

در این شرایط نیازمند به‌کارگیری ارتباطات بحران و پاسخگویی به جامعه‌ای هستیم که دچار محدودیت‌هایی شده و باید با الزامات آن کنار بیاید.

خانیکی با بیان اینکه این شرایط دریافت رسانه‌ای ما را در معرض تغییر قرار می‌دهد، افزود: در بحران کرونا به رسانه‌هایی روی می‌آوریم که در گذشته برای ما کشف شده نبود و این اجبار و پرتاب‌شدگی، مصرف رسانه‌ای و دریافت ما را در معرض تغییر قرار داده است. او با تأکید بر اینکه علوم ارتباطات بسیار فراگیرتر از رسانه‌هاست، گفت: در مسئله اپیدمی‌ها، بیش از هر چیز به بازسازی، ترمیم و ایجاد اشکال جدیدی از ارتباطات نیاز داریم. در این شرایط انسان از زیست اجتماعی خارج شده و مدام به قطع روابط اجتماعی تشویق می‌شود، در چنین وضعیتی فرد در موقعیتی قرار می‌گیرد که باید بداند با چه ساز و کاری می‌تواند با حال، گذشته و آینده خود ارتباط برقرار کند.

کرونا تمام رفتارهای اجتماعی، سیاسی، فرهنگی و آموزشی و اعتقادی را تحت تأثیر قرار داد، افزود: در شرایط کرونا جنبه‌های مثبت وب نمایان شد. استفاده از فضای وب جامعه را تعاملاتی‌تر کرد و اشکال تازه‌ای از مصرف رسانه‌ای را در جامعه ایجاد کرد. همچنین افزایش

رئیس کرسی ارتباطات علم و فناوری یونسکو، رجحان صداقت بر امید، تلاش برای دسترسی به منابع رسمی، معتبر و مسئولیت‌پذیر و رعایت فاصله با ساختارهای حاکمیتی و حرکت به سمت استقلال منابع را از نکات ضروری در ارائه دستورالعمل‌ها برای ترویج سلامت عمومی و اطلاع‌رسانی در دوران کرونا عنوان کرد و گفت: این مسائل از مهمترین اصول فعالیت ارتباطی و رسانه‌ای در دوران شیوع کرونا است که باید مورد توجه قرار بگیرد.

به گزارش ایسنا، دکتر هادی خانیکی، رئیس کرسی ارتباطات علم و فناوری یونسکو در وبینار تخصصی «مصرف‌گرایی رسانه‌ای در بحران؛ فرصت‌ها و چالش‌ها با محوریت بحران کووید-۱۹»، با بیان اینکه کرونا باعث پرتاب جامعه به وضعیتی جدید شد، گفت: در مسئله اپیدمی کرونا، به طور خاص به بازسازی، ترمیم و ایجاد اشکال جدیدی از ارتباطات اجتماعی و رسانه‌ای نیاز داریم.

او با بیان اینکه اپیدمی کرونا بر جنبه‌های زیستی، اجتماعی و ارتباطی زندگی انسان‌ها اثر گذاشته است، گفت: در مواجهه جامعه جهانی با پدیده کرونا دو جنبه آن به لحاظ زیستی و بهداشتی درمانی و جنبه اطلاعات و اطلاع‌رسانی با شکل‌گیری اصطلاح «اینفودمی» مورد توجه قرار گرفته است.

وی با اشاره به شکل‌گیری اصطلاح «اینفودمی» توسط سازمان جهانی بهداشت و ورود آن به ادبیات بیماری کرونا، افزود: اینفودمی به اطلاعات پیرامون کرونا و شیوع آن اشاره دارد که با سرعتی باورنکردنی مسئله ویروس را دنبال می‌کند، در این میان فعالان رسانه‌ای و کاربران رسانه‌های اجتماعی با به پای ویروس به تبادل اخبار و اطلاعات درباره آن می‌پردازند.

خانیکی با بیان اینکه جامعه در این شرایط درگیر دو وضعیت بحرانی است، گفت: پیش آمدن وضعیت غیرمنتظره و تهدیدزا و الزام‌آور کردن واکنش زودهنگام نسبت به آن برخی از ویژگی‌های این شرایط بحرانی است.

این استاد پیشکسوت حوزه ارتباطات با تأکید بر ضرورت توجه به اپیدمی کرونا و اپیدمی اطلاعات مرتبط با آن شامل اطلاعات علمی و شبه علمی و شایعات مرتبط با کرونا، عنوان کرد: تنها راهکار در شرایط اینفودمیک توجه به الزامات و سازوکارهای ارتباطات بحران است. وی با اشاره به دو ویژگی نوپیدی و عالم‌گیری ویروس کرونا، ادامه داد: این دو ویژگی ویروس کرونا را از اپیدمی‌های قبلی تفکیک می‌کند. در جوامع هر روز شاهد چهره ناشناخته دیگر کرونا و نحوه درگیر شدن شهروندان با این ویروس هستیم. ویروس کرونا مجهولات بسیاری را در

حرف‌شان را بهتر می‌شود. به اعتقاد وی، زمانی‌که رسانه‌های داخلی مرجعیت خود را از دست داده و یا اعتبار نهادهای رسمی ضعیف شود، میل به اخبار منفی بیشتر می‌شود، در این شرایط باید تلاش کرد گسست‌های بین نهادهای حاکمیتی و حرفه‌ای و تخصصی کم شود.

او با اشاره به پیام پروتکل‌های برخی ارگان‌های بین‌المللی در اوایل شیوع کرونا، عنوان کرد: در آن زمان تأکید شد که برای ترویج سلامت عمومی صداقت بر امید ارجحیت دارد. اگر در امر اطلاع‌رسانی صداقت را مورد پرسش و چالش قرار دهیم، نمی‌توانیم مباحث مربوط به امیدواری را مطرح کنیم.

این استاد ارتباطات با تأکید بر عنصر مبتنی بر اعتماد و اثربخشی در ارتباطات سلامت، گفت: اگر اعتماد باشد دستورالعمل‌ها اثربخش خواهد بود و رساندن جامعه به ادراک مشترک از خطر محقق می‌شود، در حالی‌که امروز چندگانگی فهم از خطر در جامعه وجود دارد.

خانیکی با بیان اینکه به حداقل رساندن بیم و نگرانی در سطح جامعه منجر به بدعملی و بی‌عملی می‌شود، گفت: عدم قطعیت‌های مرتبط با اپیدمی باید به درک مشترک در سطح جامعه تبدیل شود. به عنوان نمونه نمی‌توان در رابطه با علائم کرونا، درمان آن، زمان اتمام اپیدمی و ... با قطعیت مطلبی را عنوان کرد.

او با اشاره به پروتکل‌های ارتباطات بحران، گفت: در این رابطه بر سه عنصر تأکید شده است: نخست اینکه درباره آنچه می‌دانید و آنچه واضح نمی‌دانید صادقانه صحبت کنید. دانش اندک منجر به قطعیت در ارائه دستورالعمل شده و مرجعیت رسانه‌ای را از بین می‌برد. دوم اینکه زمانی‌که درباره ترس و ادراک صحبت می‌کنید به جامعه هم فکر کنید، ارتباط از شنیدن شروع می‌شود، دلیل عدم شنیدن و عدم حساسیت جامعه به برخی حرف‌ها و دستورالعمل‌ها همین است. سوم اینکه مدیریت شایعات، اینفودمیک‌ها و اخبار جعلی مسئله مهم بعدی است که برای مدیریت آن نباید تنها به تکذیبیه اکتفا کرد، بلکه باید از نهادها و افرادی که برای جامعه مرجعیت دارند، کمک گرفته شود.

خانیکی در پایان با بیان اینکه در شرایط بحران کرونا به عملکرد رسانه‌ها نمره قبولی می‌دهم، با اشاره به تغییرات ایجادشده در رسانه‌ها به دنبال شیوع کرونا، گفت: اجبارهایی در رسانه‌ها رخ داد، رسانه‌های نوشتاری در حوزه انتشار محدود و مجبور شدند خود را با شرایط جدید وفق دهند. امروز با نوع جدیدی از روزنامه‌نگاری مواجه هستیم و حتی صدا و سیما مجبور شد برخی از سیاست‌های گذشته خود را تغییر دهد.

لایوهای اینستاگرامی، افزایش تولیدات فرهنگی آنلاین و افزایش تغییرات در حوزه فرهنگ، سوگواری‌ها، جشن‌ها و سایر مناسک برخی دیگر از تغییرات ناشی از اپیدمی کرونا بود. به عبارت دیگر کرونا تجربه زیست بوم‌های فرهنگی را در جوامع تغییر داد.

خانیکی با بیان اینکه اپیدمی کرونا باعث برجسته شدن علمی مانند اپیدمیولوژی در علوم پزشکی و ارتباطات در علوم اجتماعی شد، ادامه داد: حوزه ارتباطات و رسانه‌ها باید خود را با این شرایط سازگار کرده و قدرت ارتباطات انسانی، همبستگی‌های جمعی و قدرت استفاده از این ظرفیت‌ها را افزایش دهند.

وی با بیان اینکه بین ضرورت اینفودمیک و ارتباطات بحران و ارتباطات سلامت پیوندهای نزدیکی شکل گرفته، عنوان کرد: این مسئله ضرورتی است که مراکز علمی و پزشکی را به هم نزدیک می‌کند. خانیکی همچنین بر ضرورت نزدیکی بیشتر علوم مختلفی همچون اقتصاد، مدیریت، فرهنگ، ارتباطات، روان‌شناسی، جامعه‌شناسی و پرتاب شود و در حوزه‌هایی مانند اقتصاد و آموزش خود را سریعاً برای فعالیت در این شرایط آماده کند.

او با اشاره به بحث نیاز رسانه‌ها در این شرایط، ادامه داد: در شرایط مقابله با شیوع کرونا، برای اطلاع‌رسانی و رساندن پیام نمی‌توان تنها به کنشگران رسانه‌ای دستورالعمل داد، بلکه باید به ساختارها و جامعه مخاطبان نیز توجه کرد. در این شرایط باید بر سر چند اصل به توافق برسیم. جامعه ما به صورت خاص و جامعه جهانی به صورت عام با دو مسئله بحرانی روبه‌روست؛ مسئله اول بحران‌های طبیعی مانند کم آبی و گرم شدن زمین و زلزله و ... و دیگری جامعه‌ای که همواره در معرض تهدید و دائماً دستخوش تغییر است، ما همیشه در مقطع حساس هستیم و لذا زیستن در بحران باید جزئی از زندگی ما باشد. با این قیدها، جامعه ما برای مدیریت بحران سه الزام بزرگ دارد: حکمرانی خوب (مدیریت درست‌تر شرایط)، توانمندسازی جامعه مدنی (تقویت جامعه مدنی و نهادهای مدنی) و تقویت شهروند مسئول.

خانیکی با تأکید بر اینکه پیام هر چقدر جذاب باشد تنها در شرایط و موقعیت‌های خاص شنیده می‌شود، گفت: افراد جامعه پیامی را می‌شنوند و به آن عمل می‌کنند که با واقعیت زندگی آنها سازگار باشد. در این رابطه مسئله اعتماد سیاسی، فرهنگی و اجتماعی و همچنین مسئله توزیع‌کننده پیام مطرح می‌شود، اینکه پیام از طریق چه نهادی توزیع می‌شود. در این رابطه ستادهای فرماندهی باید از نهادهای مدنی، علمی و شبکه‌های اجتماعی مدد بگیرند، از جاهایی که جامعه

۱۲ سایت برای افزایش دانسته‌ها در زمینه فناوری اطلاعات

 به قلم: سارا وایت کارشناس حوزه فناوری
 مترجم:امیر آل علی

یکی از بخش‌های پولساز و بسیار مهم برای هر برندی، IT یا فناوری اطلاعات است. در شرایط حال حاضر و شیوع ویروس کرونا، بهترین زمان جهت تقویت مهارت‌ها شکل گرفته است. با این حال هزینه بالای دوره‌های آموزشی، خود مانعی جدی محسوب می‌شود. به همین خاطر در ادامه به بررسی دو سایتی خواهیم پرداخت که آموزشی حرفه‌ای و در عین حال رایگان را در اختیار عموم قرار می‌دهند. نکته مهم این است که تمامی این دوره‌ها با ارائه مدرک همراه بوده و این امر ارزشمند بودن آنها را بیشتر کرده است.

Alison.com-۱

در این سایت دوره‌های مختلفی وجود دارد تا افراد قدرت انتخاب بالایی را داشته باشند. همچنین تنوع موضوعی آنها نیز بسیار بالا بوده و باعث می‌شود تا مرجع بسیار خوب و جامعی باشد. شیوه بسیار جالب این سایت، ایجاد دو سطح در رابطه با هر موضوع است. برای مثال شما می‌توانید در زمینه امنیت شبکه، صرفا مباحث مقدماتی را سپری کرده و پس از امتحان نهایی، مدرکی را دریافت کنید. پس از آن می‌توانید دوره را ادامه داده و کامل‌ترین مدرک ممکن را داشته باشید. این امر کمک خواهد کرد تا افرادی که نیازی به مباحث بیش از حد تخصصی ندارند هم بتوانند مدرکی را در اختیار داشته باشند. در نهایت شما می‌توانید حق اشتراک ماهانه ۹ دلاری را خریداری کنید تا این سایت برای شما اقدام به تبلیغات کرده و بتوانید فرصت شغلی مناسبی را پیدا کنید.

Codeacademy-۲

در این سایت انواع زبان برنامه‌نویسی که بیش از ۱۰ مورد است، آموزش داده می‌شود. اگرچه تمامی این مباحث رایگان است، با این حال شما می‌توانید با پرداخت ۱۹,۹۹ به ازای هر ماه، به امکانات بیشتری نظیر مشاوره دسترسی داشته باشید.

Coursera-۳

این سایت در بین افرادی که تجربه گذراندن دوره‌های آموزش آنلاین را داشته‌اند، کاملا شناخته شده است. اگرچه در این سایت تمامی آنچه که در زمینه برنامه‌نویسی نیاز دارید را یاد خواهید گرفت با این حال برای دریافت مدرک نیز به صرف هزینه‌ای نه‌چندان زیاد خواهد بود که با توجه به دوره شما، ارقام متفاوتی را شامل می‌شود.

Dash General Assembly-۴

اگرچه در این سایت انواع آموزش‌های غیررایگان وجود دارد، با این حال برای جذب مخاطب بخشی از مباحث آنها به صورت رایگان در اختیار عموم قرار دارد که شامل برنامه‌نویسی و اصول توسعه وب است. نکته جالب این است که برای هر بخش، انواع تمرین‌ها در نظر گرفته شده است که باعث خواهد شد تا صرفا مباحث تئوری را نداشته و به خوبی موارد را یاد بگیرید.

EdX-۵

نکته مهم این دوره‌ها، برگزاری آنها از سوی دانشگاه‌ها و مدارس است. این امر باعث شده است تا موارد را به صورت کاملا آکادمیک یاد بگیرید. برای مثال یکی از مراکز این سایت دانشگاه هاروارد است با این حال دوره‌ها به صورت آنلاین بوده و شما باید در زمان مشخص، ثبت نام را انجام دهید. در غیر این صورت مجبور به مشاهده فایل‌های ویدئویی از قبل ضبط شده خواهید بود. درواقع ایجاد کلاس و تعامل افراد با یکدیگر به یادگیری بهتر منجر شده و میزان رضایت افراد از این دوره‌ها، رقم باورنکردنی بیش از ۹۰درصد است.

Harvard Online Learning-۶

دانشگاه هاروارد به عنوان یکی از مراکز علمی برتر جهان، انواع جزوه، سخنرانی و به صورت کلی تمامی انواع مطالب آموزشی را در اختیار افراد قرار می‌دهد تا دوره آموزشی جامعی شکل گیرد، با این حال تمامی حوزه‌های فناوری اطلاعات، رایگان نبوده و شما باید به این نکته نیز توجه داشته باشید.

Khan Academy-۷

از سال ۲۰۰۶ این سایت در زمینه تولید دوره‌های آنلاین کاملا فعال و حرفه‌ای اقدام کرده است. انجام تبلیغات برای برندهای مختلف باعث شده است تا مدیران این سایت بتوانند برخی از دوره‌ها را به صورت کاملا رایگان و یا با هزینه بسیار پایین بر گزار کنند. زیرنویس به اکثر زبان‌های دنیا، از دیگر مزیت‌های ویدئوهای آموزشی سایت مذکور، محسوب می‌شود.

Microsoft Learn-۸

این امر که یکی از معتبرترین برندهای حال حاضر حوزه فناوری، خود اقدام به تولید دوره‌های آموزشی نماید، خود باعث می‌شود تا ارزش آن بسیار بالا باشد، با این حال برای کسب مدرک، شما مسیر نسبتا سختی را خواهید داشت که شامل دو دوره امتحان است. با این حال اگر دوره‌ای را بخواهید که مربی مستقیما اقدام به آموزش شما نماید، نیاز دارید که مبالغی را پرداخت کنید.

MIT OpenCourseWare-۹

موسسه فناوری ماساچوست که یکی از مراکز علمی معتبر محسوب می‌شود، دوره‌های عملی خود را به صورت آنلاین نیز ارائه می‌کند. درواقع شما می‌توانید در محیط کلاس نیز حضور داشته باشید. اگرچه از فعالیت این سایت مدت زمان زیادی نمی‌گذرد، با این حال تاکنون بیش از ۱۰۰ دوره آموزشی را ایجاد کرده و طرفداران بسیاری را دارد. با این حال تمامی دوره‌ها رایگان نبوده و شما باید در ابتدا یک آزمون تعیین سطح را داشته باشید.

Skillshare-۱۰

نکته بسیار جالب این سایت، امکان فعالیت به عنوان مدرس است. درواقع این سایت شما را در سود دوره، سهیم خواهد کرد. همچنین برای استفاده نامحدود از تمامی امکانات، شما باید حق اشتراک ماهانه ۱۵ دلاری و یا سالانه ۹۹ دلاری را پرداخت کنید.

Udacity-۱۱

در زمینه هوش مصنوعی، رایانش ابری، تبلیغات اینترنتی، سنو، شبکه‌های اجتماعی و برنامه‌نویسی این سایت حاوی انواع دوره‌ها با شیوه‌های متفاوت است، با این حال جهت دریافت مدرک، شما باید هزینه‌ای را پرداخت کنید. در نهایت برندهایی نظیر آمازون و گوگل، طی قراردادی متعهد شده‌اند تا بخشی از نیاز استخدای خود را از بین کاربران این سایت انتخاب کنند. به همین خاطر نیز نمره بالاتر شما، به معنای شانس بیشتر جهت استخدام خواهد بود. دوره‌های این سایت بسیار طولانی بوده و به صورت معمول، به ۱۲ ماه زمان نیاز خواهید داشت.

Udemy-۱۲

از دیگر سایت‌های کاملا شناخته شده در زمینه آموزش آنلاین، اودمی است که تنها برخی از دوره‌های آن رایگان بوده و شما با تنوع مربی بالایی مواجه خواهید بود. نکته مهم دیگر این است که هزینه دوره‌های پولی آن نیز پایین بوده و توصیه می‌شود که صرفا به خاطر رایگان نبودن اکثر موارد، این سایت را از فهرست خود خارج نکنید.

منبع:**cio.com**

فرصت امروز

روزنامه‌مدیریتی-اقتصادی

| سه‌شنبه | ۳ تیر ۱۳۹۹ | شماره ۱۵۶۷ | 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

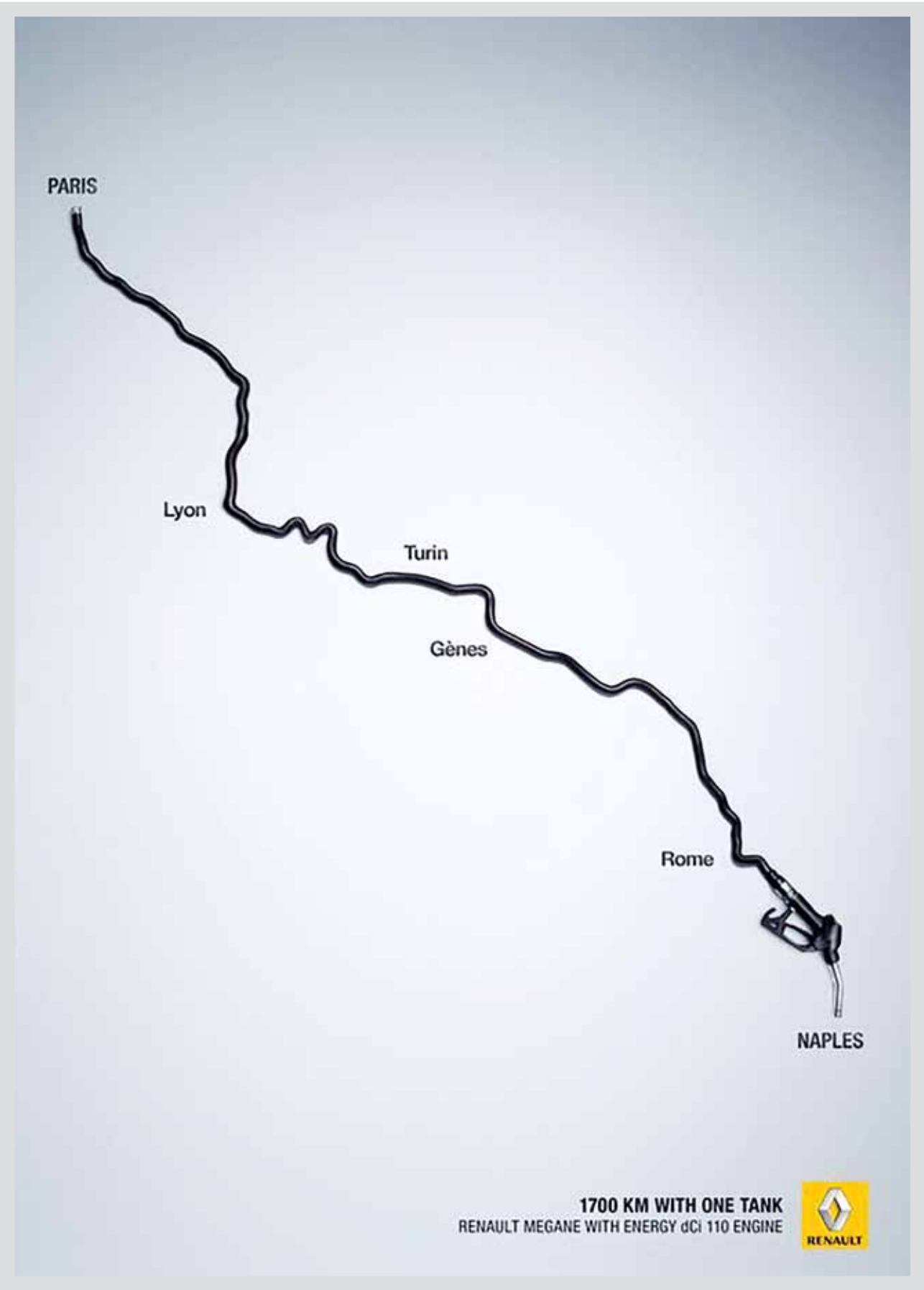
دفتر مرکزی: ۸۸۳۱۷۷۳۸

سازمان آگهی‌ها: ۸۸۳۲۰۹۶۰

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

WWW.FORSATONLINE.COM

INFO@FORSATONLINE.COM



مسیر موفقیت

چند ویژگی شخصیتی که مانع دستیابی به موفقیت می‌شود

را کاهش می‌دهد. انکار اشتباه و مقصر دانستن دیگران سبب می‌شود موفقیت دور از دسترس‌تان باشد؛ زیرا با انکار ضعف و اشتباهات خود آنها را تکرار می‌کنید و هیچ وقت هم به دنبال بهبود نخواهید بود.

کمال‌گرایی

تمام افراد دارای نقص‌هایی در شخصیت خود هستند. با کمال‌گرا بودن همه چیز به ضررتان تمام می‌شود. شاید کمال‌گرایی جنبه‌های مثبتی داشته باشد، اما در بیشتر مواقع روحیه‌تان را از بین می‌برد؛ زیرا با این تفکر هیچ وقت از دستاوردهای‌تان لذت نخواهید برد. همیشه به محدودیت‌های خود احترام بگذارید و تا جای ممکن به دنبال بهبود آنها باشید. روحیه کمال‌گرایی باعث شکل‌گیری تفکر صفر یا صد می‌شود، در این صورت فرد با عدم دستیابی به بهترین نتایج، هیچ انگیزه‌ای برای تلاش ندارد و بهترین نتیجه را هم از دست می‌دهد.

خودشیفتگی

اگر تنها خود را لایق بهترین‌ها می‌دانید و با سوءاستفاده از دیگران روی این مسئله اصرار دارید، باید بدانید کسانی هستند که خود را بالاتر از شما می‌دانند و این احساس خودشیفتگی باعث می‌شود از جمع دوستان‌تان متفرق شوید. پس به استعدادهای دیگران احترام بگذارید و حقیقت را بپذیرید. در این صورت می‌توانید روابط دوستانه‌تری با افراد بهتر از خودتان برقرار کنید و برای بهبود شرایط زندگی‌تان از آنها کمک بگیرید. به جز موارد مذکور، ویژگی‌های شخصیتی دیگری هم هستند که روی زندگی ما تأثیر می‌گذارند. پس زمانی را به تفکر درباره خودتان و کنار گذاشتن ویژگی‌های منفی اختصاص دهید. وقتی بتوانید احساسات و عادات خود را مدیریت کنید، از موفقیت خود جلوگیری نخواهید کرد. پس همیشه منطقی رفتار کنید تا موفقیت نزدیک‌تان باشد.
منبع: inc/ucan

مسئولیت‌پذیری و برنامه‌ریزی درست را در خود نهاده‌ینه کنید.

دمدمی مزاج بودن

اگر در رابطه با احساسات، اعتقادات و روابط اجتماعی با دیگران واکنش‌های متضادی در خود احساس می‌کنید، سعی کنید این مسئله را به طور شخصی برای خودتان حل کنید، حتی اگر مجبور به گوشه‌گیری شوید. دمدمی مزاج بودن سبب می‌شود در ذهن دیگران نامطمئن به نظر برسید. توصیه می‌کنیم احساس اقتدار را در خود پرورش دهید تا در ضمیر ناخودآگاه دیگران احساس اطاعت و احترام نسبت به شما شکل گیرد.

حسادت

برخی افراد نسبت به دارایی و شرایط دیگران، احساس حسادت می‌کنند. آن‌ها بدون این که به دنبال ریشه مشکلات باشند، دیگران را برای ایین ناکامی سرزنش می‌کنند. حتماً می‌دانید حسادت یکی از گناهان بزرگ است. حسادت باعث می‌شود تمام دستاوردهایی که در زندگی کسب کرده‌اید را از دست بدهید، همیشه روی کمبودهای خود تمرکز کنید و افسوس بخورید.

خودبزرگ‌بینی

اگر خود را بالاتر از دیگر افراد می‌دانید و فکر می‌کنید شایسته احترام‌های خاصی هستید و مقررات عرف جامعه درباره شما صدق نمی‌کند؛ پس خود را بهتر از دیگران دانسته و از جامعه جدا می‌شوید. این احساس خودبزرگ‌بینی هیچ فایده‌ای برای‌تان ندارد. بدترین دست‌آورد تفکر ضعف در برقراری رابطه با دیگران است که عامل اصلی برای موفقیت به حساب می‌آید.

احساس قربانی‌بودن

احساس قربانی دانستن خود سبب نادیده گرفتن اشتباهات شخصی می‌شود و قدرت مسئولیت‌پذیری‌تان