

یادداشت

رشد اقتصاد ایران با اصلاح سیاست‌های ارزی

مجید سلیمی پروجنی
تحلیل‌گر اقتصادی

نگاهی به زندگی ایرانیان در طول چهار دهه گذشته نشان می‌دهد که مردم همواره حساسیت زیادی به دلار و قیمت‌های آن داشته‌اند. به جرأت می‌توان گفت که عواملی همچون روابط پرتنش ایران و آمریکا و صادرات نفتی کشورمان که بر پایه دلار بوده، شرایط را برای تثبیت جایگاه دلار به عنوان مهم‌ترین و تاثیرگذارترین ارز خارجی در اقتصادمان آماده کرده است. از سوی دیگر، ساختار صنعتی و چارچوب واردات کشور به شدت وابسته به کشورهای غربی موجب شده که دلار به عنوان ارز مرجع در اقتصاد ایران مطرح شود. طی چند سال گذشته نیز دولت‌ها تلاش کردند که پایه ارزی کشور را به یورو انتقال بدهند که به دلیل حساسیتی که جامعه از نظر تاریخی و از نظر زمانی داشت دلار را کنار نگذاشت و کم و بیش به همین ترتیب دلار به عنوان ارز رایج در بازارهای ارزی کشور مورد استفاده و مورد معامله قرار گرفت. هنوز هم بازار آزاد ارز به جز دلار، ارز دیگری را به رسمیت نمی‌شناسد و به همین دلیل است...

فرصت امروز

برای کسب وکار آفرینی

معاملات خودرو در نمایشگاه‌ها صفر شد

بازار داغ دلال‌بازی

مصرف‌کننده‌ای که نتوانسته در بخت آزمایی قرعه‌کشی شرکت‌های خودروسازی برنده شود امروز سرگردان در بازار منتظر کاهش قیمت‌هاست تا متناسب با هزینۀ خود اقدام به خرید کند اما به نظر می‌رسد با...

شمارش معکوس برای شروع مالیات‌گیری از خانه‌های خالی در تابستان امسال

دریافت مالیات از خانه‌های خالی کلید خورد

همزمان با اوج‌گیری قیمت‌ها در بازار مسکن، بنا به اعلام وزیر راه و شهرسازی، مالیات‌گیری از خانه‌های خالی در تابستان امسال آغاز خواهد شد. به گزارش خبرآنلاین، براساس آمارهای آخرین سرشماری نفوس و مسکن، حدود ۲ میلیون و ۵۰۰ هزار واحد مسکونی خالی در کشور وجود دارد که علت اصلی خالی ماندن این واحدها، قیمت بالای آن به نسبت توان مالی متقاضیان است، یعنی به نوعی واحدهای خالی مانده را می‌توان در شمار واحدهای لوکس به حساب آورد.
موجودی مسکن کل ایران براساس سرشماری نفوس و مسکن سال ۹۵، به ۲۵ میلیون و ۴۱۲ هزار واحد رسیده است. در مقابل، آمار خانه‌های خالی نیز به ۲ میلیون و ۵۸۷ هزار واحد رسیده است، یعنی حدود ۱۰درصد کل واحدهای مسکونی. این آمار نشان می‌دهد بخش زیادی از ساخت‌وسازها در کشور غیرمصرفی، لوکس و متراژ بزرگ بوده که با جنس خانوارها (با ابعاد کوچک‌تر از یک دهه قبل) سازگار نبوده است. با این حساب نسبت خانه‌های خالی به کل موجودی واحدهای مسکونی کشور حدود ۱۰درصد است که نشان می‌دهد از هر ۱۰ خانه در...

آخرین تحولات مسکن پایتخت به روایت بانک مرکزی

هر متر خانه ۴۲درصد گران شد

مدیریت و کسب‌وکار



کارزار تحریم تبلیغات فیس‌بوک
روزبه‌روز بزرگ‌تر می‌شود

۸ پیشنهاد ساده برای اینکه یک مدیر موفق شوید!

۵ استراتژی در مواجهه با یک استخدام بد

گیمیفیکیشن یک بازی نیست!

انجام تحقیقات ویژه برای روابط عمومی

۱۰ عادت بازاریابی تجربی برای برندها

مهم‌ترین طرح ابل برای سال آینده



رئیس کل بانک مرکزی:

صادر کنندگان حداقل ۷۰درصد از در آمد ارزی خود را بازگردانند

گواهی سپرده یورویی جایگزین ریال می‌شود

روحانی: افزایش اجاره‌بها در تهران بیش از ۲۵درصد ممنوع است

ماسک از ۱۵ تیر ماه اجباری می‌شود

بود. در مقطعی که یاری مردم باشد موفق خواهیم شد.

رئیس جمهور با بیان اینکه همه می‌تایم این ویروس از دی ماه در چین شیوع پیدا کرد و از بهمن ماه وارد کشور ما شد، گفت: این ویروس قدم به قدم همه جهان را فرا گرفت و هیچ کشوری را استثنا نکرد. تمام کشورهایی که دچار این گرفتاری شدند به ناچار محدودیت‌هایی را اعمال کردند سپس بعد از مدتی محدودیت‌ها را کاهش داده و یا به کلی آن را برداشتند. در کشور ما نیز این ویروس وارد شد در ابتدا در گیلان و قم شاهد آن بودیم و پس از آن در کشور شیوع پیدا کرد. اکنون نیز شاهد آن هستیم که در هر استانی که بیشتر باران‌داز این ویروس نبوده اکنون شیوع پیدا کرده است. وزارت بهداشت می‌گوید پنج یا شش استان در این باب دچار مشکل است و برخی هم در شرایط هشدار قرار دارند.

وی ادامه داد: شش ماه از این بیماری گذشته تا به امروز نه واکنسی برای آن یافت شده و نه دارویی؛ ممکن است این وضعیت سه یا شش ماه یا یک سال دیگر ادامه پیدا کند پس باید خودمان را برای بلندمدت آماده کنیم من از ابتدا گفتم باید با این ویروس مدت‌ها مواجه بوده و با آن سازگاری داشته باشیم، اما برخی فکر می‌کردند اگر ۱۵ روز در خانه بمانیم مشکل رفع می‌شود البته که این موضوع کمک بزرگی کرد.

روحانی افزود: هنگامی این ویروس وارد هر استانی شد نباید بگذاریم. پیک تنگ پیدا کند. این ویروس با به صورت کله قندی شیوع می‌کند یا که حرکت ویروس به صورت ملایم است. باید که موضوع دوم را در نظر داشته باشیم چراکه اگر شیوع آن ناگهانی و به یکباره باشد بیمارستان‌ها پر از بیمار خواهد شد. اینکه مردم تریا می‌گویند مردم پروتکل‌های بهداشتی را رعایت کنند به این دلیل است که ما با کمترین خسارت از این شرایط عبور کنیم. هنگامی که از آن شرایط عبور کنیم کار سخت می‌شود، ولی همچنان باید موارد بهداشتی را مورد توجه قرار دهیم.

او تصریح کرد: همه مشاغل و همه مردم باید اصول بهداشتی را رعایت کنند و راه دومی نداریم. راهش فقط مراقبت و رعایت اصول بهداشتی است. برای مثال فاصله‌ها رعایت شود از ماسک استفاده کنیم و دستمان را مرتباً بشویم. باید توجه کنیم که محل تجمع محل خطر است محلی که تجمع در آن باشد دارای وضعیت قرمز می‌شود. ممکن است شهر سفید باشد ولی در آن مراسم عروسی، عزا یا یک مهمانی برگزار شود، ممکن است فکر شود آن مراسم به خوبی تمام شود ولی مدتی بعد مهمانان با مشکل روبه‌رو می‌شوند. به همین دلیل باید محل تجمع را منطقه قرمز بدانیم. مرتباً بر این موضوع تاکید می‌شود که ماسک ارزان و ساده در او تصریح کرد: همه مشاغل و همه مردم باید اصول بهداشتی را رعایت کنند و راه دومی نداریم. راهش فقط مراقبت و رعایت اصول بهداشتی است. برای مثال فاصله‌ها رعایت شود از ماسک استفاده کنیم و دستمان را مرتباً بشویم. باید توجه کنیم که محل تجمع محل خطر است محلی که تجمع در آن باشد دارای وضعیت قرمز می‌شود. ممکن است شهر سفید باشد ولی در آن مراسم عروسی، عزا یا یک مهمانی برگزار شود، ممکن است فکر شود آن مراسم به خوبی تمام شود ولی مدتی بعد مهمانان با مشکل روبه‌رو می‌شوند. به همین دلیل باید محل تجمع را منطقه قرمز بدانیم. مرتباً بر این موضوع تاکید می‌شود که ماسک ارزان و ساده در

اسلامی همچنین از ساده‌سازی مقررات ایجاد منطقه آزاد خبر داد و گفت: تسهیل تجارت

و ایجاد صنعت دانش‌بنیان و همچنین ساده‌سازی مقررات و فراهم کردن امکانات برای صنعتگران و بازرگانان از مهم‌ترین مزایای ایجاد منطقه آزاد و امضای تفاهمنامه همکاری بین دبیرخانه شورای عالی منطقه آزاد و منطقه ویژه اقتصادی است.

نداشتند اما تحت چه فشاری هستند. کاهش تولید ملی در تمام کشورهای صنعتی رخ داده است. از طرفی برخی مشاغل برای چند ماه تعطیل شد. ببینید چه ضربه عظیمی بر اقتصاد جهانی وارد شده است. برخی کالاها مثل خودرو ۱۵درصد کاهش تولید پیدا کردند. کرونا یک عارضه جهانی است. سابقه نداشت هیچ بیماری اینقدر در تولید مشکل ایجاد کند. ارزش پول ملی را در همه کشورها پایین آورده است. بورس را پایین کشیده، البته به جز کشور ما که رشد داشته است. بسیاری از کشورهای آسیایی و غیر آسیایی سرمایه‌های‌شان خارج شده است. ما به عنوان کشوری که تحت فشار و تحریم هستیم یک ریال استقراض از بانک مرکزی نداشتیم. انگلیس ۲۳۳ میلیارد پوند از بانک مرکزی‌اش قرض گرفته است.

رئیس‌جمهور افزود: بیماری کرونا جهان را متحول کرده و موجب شده برای کشورهای جهان مشکلات اقتصادی ایجاد شود. به همین دلیل ما در این باب مسئولیت سنگینی داریم. من امروز به ملت ایران می‌گویم کار وزارت بهداشت، کار تولید و حمل و نقل ما افتخارآمیز بود. کار بخش‌های کشاورزی و صنعت، بانک مرکزی، اقتصاد و بورس کاری کم‌نظیر بود. اگر بخواهیم این موارد را با جهان مقایسه کنیم متوجه خواهیم شد که کار عظیمی انجام شده است.

او اضافه کرد: خدمت ملت ایران شهادت می‌دهم تمام مسئولاتی که من می‌شناسم شش ماه است که حتی یک روز استراحت نکردند اگرچه هنوز مشکلاتی برای مردم باقی است، ولی باید توجه کنیم که کار بزرگی انجام شده است. برای مثال تا آنجا که امکان داشت برای معیشتی در نظر گرفته شد. همچنین کمک معیشتی دیگری را برای ۱۸ میلیون خانوار از آبان ماه سال گذشته آغاز کردیم. این کمک‌ها و این اضافه حقوق‌ها حداکثر توان دولت بود و دولت هر چه توانست در این باره انجام داد.

روحانی ادامه داد: امروز بحدالله نه نیاز به استقراض خارجی داریم و نه استقراض از بانک مرکزی. ولی به وحدت، اتحاد، تعامل و همکاری نیاز داریم. بدون این موارد نمی‌توانیم در این شرایط کاری کنیم. باید توجه کنیم که تا پایان سال با کرونا رو به رو هستیم. آنفلوآنزا هم به یاری آن خواهد آمد، باید متحد کنار هم بایستیم. اکنون زمان دعوا نیست در چنین شرایطی زمان دعوای مجلس و دولت یا زمان دعوای قوه قضائیه و مجلس نیست. سه قوه باید در کنار هم متحد باشند و نیروهای مسلح نیز در کنار آنها قرار گیرد و همگی تحت تدابیر مقام معظم رهبری گام برداریم و مردم نیز کامل در صحنه باشند، چراکه بدون یاری مردم موفق نخواهیم

رئیس‌جمهور از اجباری شدن ماسک در مکان‌های سروپوشیده از ۱۵ تیرماه خبر داد و گفت از روز دوشنبه اضافه شدن اجاره‌بها در تهران بیش از ۲۵درصد، در کلاشهرها بیش از ۲۰درصد و در سایر شهرها بیش از ۱۵درصد ممنوع است.

حسن روحانی در جلسه ستاد ملی مقابله با کرونا با گرامیداشت یاد شهید بهشتی و تبریک هفته قوه قضائیه، گفت: شرایط اتفاق افتاده در سال ۶۰ شرایطی بود که قبلاً سابقه‌اش را نداشتیم؛ الان از نظر امنیتی می‌گویم سال ۶۰ سال سختی بود. تلخ‌ترین حادثه از سال ۶۰ ماجرای انفجار دفتر حزب جمهوری اسلامی بود.

او ادامه داد: مخالفین ما فکر می‌کردند ضربه بزرگی وارد کردند و کار تمام است. در شرایطی که رئیس‌جمهور عزل شده بود در ذهن‌شان این بود که این ضربه ضربه نهایی است. اما امام (ره) با آن توان و بیان قوی‌شان با کمک مردم از این ماجرا هم گذر کردند. هفت تیر شرایط کشور را عوض کرد. شعار «ایران پر از بهشتی است» تحول عظیمی در سیاست ایران ایجاد کرد.

رئیس‌جمهور خاطرنشان کرد: در آن دوران ملت شوم آمریکایی‌ها، صدام و منافقین کشور را دچار مشکلات عظیم کرد. شهید بهشتی شخصیت کم‌نظیری بود که در آن حادثه از دست دادیم. به خاطر آن ایام هفته قوه قضائیه نیز در این ایام است. این هفته بسیار مهم را گرامی می‌داریم. در شرایط فعلی کشور تنها راه نزدیکی این سه قوه است. پیش‌تر هم گفتم «پیوند» ما را به «پیروزی» می‌رساند. اگر همه پیوند لازم را داشته باشیم، خداوند پیروزی را نصیبمان خواهد کرد.

به گفته روحانی، در تقویم کشور، خردادماه شروع کار مجلس است. ماه تیر نیز هفته قوه قضائیه است. مرداد هم برای ریاست‌جمهوری و تنفیذ رئیس‌جمهور جدید توسط رهبر معظم است. شهریور نیز هفته دولت است. این چهار ماه همه پشت سر هم در تاریخ کشور قرار گرفته است و همان طور که ماه آن‌ها پشت سر هم است، سال‌شان هم پشت هم قرار می‌گیرند.

وی با بیان اینکه اگر سال ۶۰ سخت‌ترین سال امنیتی بود، سال جاری سخت‌ترین سال اقتصادی کشور و سلامت جهانی است، گفت: فشار اقتصادی از سال ۹۷ آغاز شد و امروز شدیدترین فشار اقتصادی را داریم. در این یک قرن تقریباً بیماری همانند بحران کرونا را نداشتیم و بی‌سابقه است. کمتر سراغ داریم که یک بیماری آنقدر دنیا را تحت فشار قرار دهد. رئیس‌جمهور ادامه داد: ببینید کشورهای اروپایی و آمریکا که تحریم و فشار اقتصادی

وزیر راه و شهرسازی، سقف افزایش نرخ اجاره بها در تهران و سایر شهرها را اعلام کرد و گفت براساس مصوبه ستاد ملی مقابله با کرونا، حداکثر افزایش اجاره بهاى واحدهای مسکونی برای شهر تهران تا ۲۵درصد، کلاشهرهای دیگر حداکثر ۲۰درصد و در سایر شهرها ۱۵درصد تعیین شده است.

محمد اسلامی دبیروز در حاشیه جلسه ستاد ملی مقابله با کرونا، از اجرای مصوبات این ستاد در بازار اجاره از امروز خبر داد و گفت: صبح امروز (یکشنبه) در ستاد ملی مقابله با کرونا تصمیماتی را برای بازار اجاره اخذ کردیم و از دوشنبه تمامی این مصوبات باید اجرا شود.

او در جمع خبرنگاران درباره جزئیات مصوبات ستاد ملی مقابله با کرونا در بازار اجاره مسکن ادامه داد: ستاد ملی مبارزه با کرونا در اردیبهشت مصوبه‌ای صادر کرد که در آن مدت اجاره دو ماه تمدید شد و امروز هم مصوبه دیگری در این زمینه اعلام شد که بر این اساس تمامی قراردادهای اجاره تا سه ماه بعد از پایان شرایط کرونا و اعلام عادی شدن وضعیت سلامت کشور توسط وزارت بهداشت تمدید شود. همچنین حداکثر افزایش نرخ اجاره در

اختیار قرار دهند ولی از سوی دیگر مردم نیز می‌توانند به راحتی در خانه ماسک تهیه کنند. به گفته رئیس‌جمهور، همه ما باید مراقب سالمندان و بیماران زمینهای باشیم. هنگامی که افراد دچار این بیماری می‌شوند به احتمال ۸۰ یا ۸۸درصد نجات پیدا می‌کنند، اما اگر فرد سالمند باشد یا یک بیماری زمینهای داشته باشد با مشکل رو به رو می‌شود. او سپس به مصوبات ستاد ملی مقابله با کرونا اشاره کرد و گفت: امروز در ستاد ملی چندین مصوبه داشتیم. یکی از این مصوبات بسیار مهم در خصوص استان‌هایی بود که برخی شهرستان‌های آن وضعیت قرمزی دارند. اگر هر شهرستانی وضعیت قرمز داشت ستاد استان می‌تواند محدودیت‌های یک هفته‌ای پیشنهاد دهد با هماهنگی‌هایی که صورت خواهد گرفت و با اطلاع و تایید رئیس‌جمهور محدودیت برای یک هفته اجرا شده و یا قابل تمدید خواهد بود.

روحانی ادامه داد: مصوبه مهم دیگر این بود که در هر مکانی که محل تجمع است استفاده از ماسک را اجباری کنیم؛ از هفته آینده ترتیباتی در نظر خواهد بود که از ۱۵ تیرماه تا پایان این ماه ماسک را در این مکان‌ها الزامی کنیم و اگر لازم بود این موضوع را تا مرداد ماه تمدید کنیم، چرا که هر محل تجمعی محلی قرمز است همه باید در این امر نظارت کنند و دست‌ورعمل‌ها را اجرا کنند. اگر در این باره در حوزه قانون نیاز به ماده قانونی است این موضوع نیز مورد توجه قرار گیرد. قوه قضائیه نیز کمک کنند تا ماده‌ای در این باب تهیه شود تا بتوانیم در برخی مکان‌های قرمز و مکان‌های سروپوشیده و دارای اجتماع یا شهرستان‌های قرمز ماسک را الزامی کنیم.

رئیس‌جمهور با اشاره به تلاش دولت برای ساخت مسکن‌های ارزان‌قیمت گفت: امروز گفتیم وزارت مسکن و همچنین وزارت کشور طرح‌هایی برای مسئله مسکن بیاورند. تصویب کنیم تا زمین ارزان‌تر و مصالح ارزان در اختیار سازنده‌ها قرار بگیرد و تسهیلات شهرداری کم شود.

او در ارتباط با تصمیم دولت دوازدهم درباره افزایش اجاره بها نیز گفت: اجاره‌بهای مسکن خیلی از مستاجرین را تحت فشار قرار داده است. مقرراتی گذاشتیم که اضافه‌اجاره‌بها در تهران بیش از ۲۵درصد، در کلاشهرها بیش از ۲۰درصد و در سایر شهرها بیش از ۱۵درصد ممنوع باشد. این میزان اجاره‌بها تا زمانی که وزارت بهداشت و درمان ما شرایط این ویروس را از حالت اضطرار خارج کند ادامه خواهد داشت. از آن تاریخ تا سه ماه بعد می‌توانند با توافق جدید با هم زندگی کنند. یعنی سه ماه هم بعد از پایان کرونا زمان دادیم.

او با بیان اینکه سه‌هول در تجارت، جابه‌جایی، حمل و نقل و ایجاد لجستیک در شهر فرودگاهی امام خمینی (ره) باعث ایجاد تولید دانش تجارت و همچنین ایجاد رقابت در این حوزه می‌شود، ادامه داد: بنگاه‌های تولیدی و تجاری می‌توانند با ایجاد شهر فرودگاهی در فرودگاه امام خمینی(ره) تمرکز خود را در تولید و تجارت در سایر بخش‌ها بیشتر کنند. به اعتقاد اسلامی، سرمایه‌گذاری بخش خصوصی و همچنین ایجاد فرآیند تجارت و افزایش ترانزیت در نزدیک‌ترین نقطه کلونی پایتخت نقش بسیار موثری را در زمینه ایجاد رونق تولید می‌تواند فراهم کند. وزیر راه و شهرسازی همچنین درباره ساخت خانه‌های کوچک متراژ هم گفت: من به هیچ عنوان موافق طراحی این واحدهای مسکونی نیستم و وزارت راه و شهرسازی برنامه‌ای برای ساخت واحدهای کوچک متراژ ندارد. او همچنین در پایان درباره خبری مبنی بر زندگی دو خانوار در یک واحد مسکونی به دلیل گرانی اجاره بها گفت: اخبارهای ضد انقلابی در این خصوص زیاد است و این اخبار به هیچ عنوان اصالت ندارد و زندگی دو خانوار در یک واحد مسکونی کاملاً دروغ است.

چرا حساسیت جامعه به کرونا کمتر شده است؟

تغییر رفتار مردم به اپیدمی کرونا

با اینکه از ابتدای شیوع کرونا در ایران، مردم فاصله‌گذاری اجتماعی را رعایت کردند و همکاری خوبی با دولت داشتند، اما هرچه زمان گذشت، از حساسیت مردم نسبت به کرونا کاسته شد. حال سوال این است که چرا جامعه ایران گوش‌هایش را گرفته و پیام‌های بهداشتی کرونا را دیگر نمی‌شنود؟ یک جامعه‌شناس در پاسخ به این سوال می‌گوید: مردم اصولا با انزوا مشکل دارند و نمی‌توانند محدودیت در روابط اجتماعی را تحمل کنند. از یک سو فشار کرونا را روی شانه‌های خود احساس می‌کنند و از سوی دیگر پیام‌های متناقض و متشتت دریافت می‌کنند و بنابراین حاضر به رعایت محدودیت‌های کرونا نیستند. در این شرایط است که ماسک زدن یا زدن در بین مردم، اهمیت چندانی ندارد و ما شاهد افزایش آمار ابتلا و مرگ و میر در اثر کرونا خواهیم بود.

مهدی قوامی‌پور، دکترای جامعه‌شناسی سیاسی در گفت‌وگو با خبرنگاران، با اشاره به اینکه این روزها مردم به کرونا کم توجه شده‌اند و کمتر پیام‌های بهداشتی کرونا را می‌شنوند، گفت: واکنش مردم ایران در جهان در مقابل محدودیت‌های ناشی از کرونا تقریبا مشابه بوده است. در سراسر دنیا کمابیش دیده شده که مردم مقابل سیاست‌های دولتی قرار گرفته‌اند و حتی شاهد اعتراضاتی در برخی کشورها هستیم. این نشان می‌دهد زخم کهنه و شکاف بین مردم و دولت‌ها و بی‌اعتمادی مردم به سیاستمداران به بهانه یک وضعیت محدودکننده بهداشتی دهان باز کرده و این بی‌اعتمادی خود را اینطور نشان می‌دهد. او درباره اینکه آیا لج بازی بین دولت و مردم را در موضوع کرونا شاهدیم یا اصولا مردم حساسیت خود در رعایت بهداشت را از دست داده‌اند، پاسخ داد: دولت‌هایی در برابر بحران کرونا توانسته‌اند موفق‌تر و با برنامه‌تر عمل کنند که دارای ساختارها و نهادهای کارآمدتری برای پاسخگویی بودند. در این کشورها شاهد همراهی بیشتر مردم با سیاست‌های دولتی هستیم. هر جا دولت‌ها در اجرای وظایف معمول خود نتوانان تر بودند، واکنش مردم در زیرپا گذاشتن محدودیت‌های کنروایی هم تندتر است.

به اعتقاد وی، درباره ایران باید دو بخش جامعه و دولت را به صورت مجزا بررسی کنیم. دولت به سه دلیل ضعف اقتصادی، عدم وجود ساختارها و نهادهای کارآمد برای مقابله با انتشار ویروس کرونا و گسترش‌گیری مرزها و عدم کنترل کامل ورود و خروج از آنها، عملاً نتوانست با یک قرنطینه کوتاه‌مدت به مقابله با گسترش ویروس کرونا بپردازد. بنابراین، از یک سو دولت در برخورد با خطر شیوع کووید-۱۹، هشدارهایی برای پیشگیری و فاصله‌گذاری فیزیکی، استفاده از ماسک و ... می‌دهد و از سوی دیگر تلاش می‌کند برای عبور کم‌تنش‌تر از بحران اقتصادی ناشی از این بیماری، شرایط کشور را عادی‌سازی کند. این سیاست یک بام و دوهوای دولت، موجب افزایش بی‌اعتمادی مردم می‌شود.

او با بیان اینکه مهمترین موضوعی که در تحلیل وضعیت ناشی از بحران کرونا تا به امروز جامعه‌شناسان کمتر به آن پرداخته‌اند، جایگاه ویژه و حیاتی زندگی روزمره برای افراد است، ادامه داد: اصولا از طریق زندگی روزمره ن‌تنها واقعیت‌های اجتماعی شکل می‌گیرند، بلکه ما موفق به ساماندهی خود می‌شویم. در واقع، زندگی روزمره که چرخه‌ای از تکرار و توالی‌هاست افراد را از تریخ انتخاب‌های بی‌پایان نجات می‌دهد و به ما امکان می‌دهد تا در درون آن ادامه حیات دهیم. حالا بحران ناشی از کرونا و لزوم فاصله‌گذاری فیزیکی باعث شده کانونی‌ترین نقطه واقعیت اجتماعی ما مورد تهدید قرار بگیرد. انسان تنها موجود رابطه‌مند است و کرونا هستی ما یعنی روابط اجتماعی انسانی را به چالش کشیده است. در نتیجه مردم در سراسر دنیا نسبت به موضوع فاصله‌گذاری فیزیکی نگران هستند و تمایل دارند هرچه زودتر از این وضعیت خلاص شوند.

به اعتقاد قوامی‌پور، سقراط می‌گفت زندگی ناآزموده ارزش زیستن ندارد. عموم ما مردم توان آزمودن جزء به جزء زندگی را نداریم. زندگی روزمره به سامندی ایجاد می‌کند تا از انتخاب‌های کشنده و نامحدود فرار کنیم. حالا وقتی کرونا آمده زندگی روزمره را نشانه گرفته، ما شکل دیگری از زندگی که در چارچوب پروتکل‌های بهداشتی باشد را نه تجربه کرده‌ایم و نه توان اجرای آن را داریم. جوامع در سطح جهان، با این پروتکل‌ها مقابله می‌کنند. اگر می‌خواهیم این پروتکل‌ها بخشی از زندگی روزمره مردم باشد، نیازمند زمان طولانی است تا این پروتکل‌ها به جزئی از تجربه روزمره زندگی ما تبدیل شوند.

این دکترای جامعه‌شناسی سیاسی در مورد اینکه چرا جامعه پیام‌های بهداشتی کرونا را نمی‌شنود، گفت: جامعه این پیام‌ها را نمی‌شنود چون تشتت در پیام‌ها داریم. ما مراجع مختلفی داریم که پیام‌های مختلفی درباره کرونا را به صورت مستمر به مردم می‌دهند. یک مرجع واحد پیام بهداشتی صادر نمی‌کند. شما از وزارت بهداشت جز اعلام آمار روزانه کشته‌شدگان و بیماران چیزی نمی‌بینید. روزانه می‌گویند این تعداد بیمار شناسایی یا فوت شدند ولی جامعه احساس نمی‌کند کاری درباره جلوگیری از همه‌گیری کرونا انجام می‌شود. کسی شک ندارد در بیمارستان‌ها، پزشکان و پرستاران دارند تلاش می‌کنند ولی موضوع اینجاست که برخورد با کرونا نباید محدود به بخش‌های خاص و ایزوله بیمارستانی باشد، بلکه باید در حوزه عمومی، دولت مشارکت شهروندان در مقابله با کرونا را به یاری بطلبند.

او با بیان اینکه امروز هر کسی یک طور وضعیت کرونا را از لحاظ اقتصادی، اجتماعی و حتی بهداشتی تحلیل می‌کند و پیام بهداشتی می‌دهد، افزود: شما حتی نمی‌دانید واقعا ماسک زدن خوب است یا باعث افزایش کرونا می‌شود. شستن دست‌ها با الکل یا پوشیدن دستکش خوب است یا باعث افزایش همه‌گیری بیماری کرونا یا مشکلات پوستی می‌شود؟ جامعه پیام‌های بسیار زیاد و بعضی متناقضی را دریافت می‌کند که احساس می‌کند اشباع شده است و کم کم دچار بی‌تفاوتی می‌شود. در این وضعیت جامعه گوش‌هایش را گرفته است و دیگر نمی‌خواهد پیامی بشنود.

به اعتقاد این جامعه‌شناس، هر گونه دعوت به انزواى انسان‌ها، گویی شلیک به قلب و مغز آنهاست. انسان‌ها نمی‌توانند انزوا را بپذیرند. دعوت به انزوا راهکار مناسبی نیست. ما باید راهکاری برای حضور اجتماعی انسان‌ها در عین رعایت بهداشت را پیدا کنیم. قرنطینه یک ضرورت کوتاه‌مدت است و نمی‌تواند به عنوان یک راهکار بلندمدت و ادامه‌دار در نظر گرفته شود. باید به فکر راهکارهای دیگری برای جلب مشارکت مردم در فراهم کردن محیط بهداشتی باشیم. راهکاری که از قرنطینه، پیام بهداشتی و اعلام آمار عبور کند و مشارکت سازمان‌های مردم نهاد و جامعه مدنی را بطلبد.

اپلیکیشن‌ها به جنگ کرونا می‌روند

زمانی برای شناسایی کرونا



تجاوز گرانه به حریم خصوصی است. فنون سنتی ردیابی تماس‌ها شامل ردگیری همه افراد و مکان‌هایی می‌شود که یک فرد که ابتلایش به بیماری تشخیص داده شده، با آن‌ها داشته است. طبق اعلام سازمان بهداشت جهانی، افراد مبتلا به بیماری ترغیب می‌شوند که فهرست همه تماس‌هایی را که با دیگران داشته‌اند شناسایی کنند و به آن‌ها اطلاع بدهند.

اکنون با توجه به اینکه چالش جهانی شیوع ویروس کرونا و افزایش شمار مبتلایان به کووید- ۱۹ به مقیاس بسیار بزرگ و بی‌سابقه‌ای رسیده، ده‌ها شرکت حوزه فناوری از جمله اپل و گوگل امیدوار هستند که این فرآیند خودکار شوند و به‌شکل دیجیتالی درآیند. با اتکا به تماس‌های فرد که به‌صورت دیجیتالی و نه از روی حافظه تعیین می‌شود، این امید افزایش پیدا کرده که شرکت‌های حوزه فناوری بتوانند مسیر بیماری را به‌شکلی ردیابی کنند که قبلا با این وضوح سابقه نداشته است، اما تلاش برای رسیدن به این نتیجه دوراهی‌های اخلاقی زیادی را پیش رو قرار داده است.

سیستم ردیابی تماس‌ها متکی است به تمام راه‌های ممکنى که می‌توان رد مکان حضور فرد را گرفت، مثل نقل‌وانتقال‌های کارت اعتباری و دوربین‌های نظارتی. یک استارت‌آپ حوزه فناوری شاید حتی از هوش مصنوعی هم برای رصد فرد از طریق دوربین‌های مدار بسته استفاده کند تا مراقب باشد افرادی که در خیابان راه می‌روند فاصله امن ۲.۵ متری را حفظ کنند.

توانایی چشمگیر کشور چین در خم‌کردن منحنی نمودار مبتلایان به کووید-۱۹ در این سرزمین تا حدی به این امر برمی‌گردد که قطور یک دولت اقتدارگرا می‌تواند از چنان فناوری‌هایی بهره بگیرد تا با ویروس مقابله کند. غرب به دنبال تکرار موفقیت چین در چنین تلاش‌هایی است اما بدون اینکه به یک دولت اقتدارگرا تبدیل شود بنابراین وقتی اپل و گوگل برنامه خود را برای ساخت اپلیکیشن ردگیری افراد در اواسط ماه آوریل اعلام کردند، تاکید کردند که به مسائل مربوط به حریم خصوصی افراد هم توجه خواهند داشت.

راه‌حلی که این دو شرکت ارائه کرده‌اند با امواج بلوتوث کار می‌کند. ابزاری که بلوتوثش روشن باشد، هر ۱۵ دقیقه سیگنالی می‌فرستد و اگر فرد به ویروس کووید-۱۹ مبتلا شده باشد، سیگنال افرادی که از نزدیک با او تماس داشته‌اند، در گوشی‌اش ذخیره شده و اپلیکیشن آن‌ها را نیز خبر می‌کند که با یک فرد مبتلا تماس داشته‌اند یا با فرد تماس نزدیک داشته‌اند که بعدا مشخص شده به بیماری مبتلا بوده است. بدین ترتیب، افراد می‌توانند خود را به مراکز درمانی برسانند و تست ابتلا به کرونا بدهند. البته که این کار بخشی از حریم خصوصی افراد را رصد می‌کند اما عده‌ای بر این اعتقاد هستند که در بحران جاری ایرانی نخواهد داشت بخشی از حریم خصوصی افراد برای خیر بزرگ‌تر اجتماعی زیر پا گذاشته شود. حال باید دید که در آینده این اپلیکیشن‌ها چطور کار خود را ادامه خواهند داد و شرکت‌های حوزه فناوری آیا به قول خود برای حفظ حریم خصوصی کاربران، وفادار خواهند ماند یا خیر.

مسئله اصلی در این اپلیکیشن‌های جدید این است که رابطه مستقیمی وجود دارد بین اینکه چقدر این ابزارها می‌توانند در کنترل یک شیوع جدید موثر باشند یا اینکه چقدر امکان تجاوز به حریم خصوصی را ایجاد می‌کنند. برخی از فعالان دفاع از حریم خصوصی نگران هستند که این اپلیکیشن‌ها کار خود را با کمک به ردیابی تماس‌های بیمارانی که تازه مبتلا شده‌اند شروع کنند اما در نهایت کارشان به آنجا بینجامد که عملا به «گذرنامه‌های ایمنی بهداشتی» تبدیل شوند که شهروندان نیاز داشته باشند برای اینکه مثلا قبل از استفاده از وسایل حمل‌ونقل عمومی یا تماشای بازی‌های ورزشی در استادیوم‌ها، آن را به کار بگیرند برای اینکه وضعیت سلامتی خود را روی تلفن‌های هوشمندشان نشان دهند.

حتی دونالد ترامپ، رئیس‌جمهور آمریکا نیز اخیرا وارد این بحث شده است. او که راه‌حل اپل – گوگل را «جالب» خوانده، در اوایل ماه آوریل هشدار داده است که «ما در این بحث بیشتر مشکلات مربوط به قانون اساسی داریم تا مشکلات فنی. بسیاری از مردم با این کار مشکل دارند.»

شرکت‌های اپل و گوگل اصرار دارند که فناوری آن‌ها برای نهادهای عمومی بهداشتی بدون محدودیت در دسترس است، به این شرط که مقررات حریم خصوصی آن‌ها را زیر پا نگذارند. غول‌های حوزه فناوری به امید اینکه تا جای ممکن افراد بیشتری را به استفاده از این ابزارها تشویق کنند، نظارت‌های شدید بر موارد خصوصی کاربران را قدغن کرده‌اند و خواسته‌اند که افراد مختار باشند تصمیم بگیرند از اطلاعات شخصی‌شان استفاده شود یا نه. احاطه شدید این شرکت‌ها بر نرم‌افزارها به آن‌ها همین حالا هم امکان داده تاثیر زیادی بر موفقیت یا شکست هر اپلیکیشن بهداشت عمومی داشته باشند.

حاصل این موازنه بین دولت‌ها و شرکت‌های بزرگ حوزه فناوری می‌تواند کمک کند به تخمین اینکه جهان با چه سرعتی می‌تواند در ماه‌هایی که هنوز واکنسنی برای بیماری کووید-۱۹ آماده نشده، از وضعیت قرنطینه و خالی‌کردن اماکن عمومی عبور کند و به زندگی معمول خود باز گردد. با این حال، منتقدان هنوز نگران هستند که استفاده از این اپلیکیشن‌ها باعث تاکید بیش از حد روی فقط یک راه‌حل برای مسئله پیچیده‌ای شود که جهان طی دهه‌های اخیر با مشابه آن روبرو نشده بوده است.

اشکان سلطانی، پژوهشگر مستقل حوزه حریم خصوصی و مدیر سابق بخش فناوری کمیسیون تجارت فردار در این زمینه می‌گوید: «همه ناامید و مستأصل هستند. این شرایط دنیایی آرمانی برای فناوری است؛ ما به دنبال فناوری هستیم تا نجات‌مان دهد.» اپلیکیشن‌های ردیابی تماس فرد با دیگران وقتی که با دیگر ابزارها ترکیب شود، مثلا با فاصله‌گیری اجتماعی و آزمایش‌های گسترده ابتلا به کرونا و ایزوله کردن مبتلایان، می‌توانند به «تکستن زنجیره ابتلا» کمک کنند، اما سلطانی اضافه می‌کند که «هدف این اپلیکیشن‌ها و چگونگی فروش آن‌ها می‌تواند معین کند که آن‌ها راه‌حلی فوری برای این بحران هستند یا نه.»

حتی بدون استفاده از ابزارهایی که در جیب نمی‌ی که در جمعیت جهان جا خوش کرده است، ردگیری تماس‌های افراد ذاتا یک عمل

با شیوع کرونا، بسیاری از غول‌های فناوری به طراحی اپلیکیشن‌های کاربردی برای شناسایی ویروس کرونا دست زده‌اند، اما به موازات استقبال از این اپلیکیشن‌ها، بحث‌ها درباره نقض حریم خصوصی کاربران نیز بیشتر شده است.

به گزارش فایننشال تایمز، وقتی استیو جابز کشف کرد که شرکت گوگل دارد یک پلتفرم تلفن هوشمند را پیش می‌برد که با آیفون شرکت اپل رقابت کند، با همسایه خود در دره سیلیکون اعلام «جنگ هسته‌ای» کرد. حالا در مواجهه با همه‌گیری جهانی کرونا که جان میلیون‌ها انسان را تهدید می‌کند، بیش از یک دهه خصومت بین ارزشمندترین شرکت‌های جهان متوقف شده است. اپل و گوگل با توسل به «روح همکاری» جدید مشترکا سیستمی را توسعه می‌دهند تا گسترش ویروس کرونا را ردیابی کنند. یکی از افرادی که به این پروژه نزدیک است، می‌گوید: «ما به این مسئله به‌منزله خطری وجودی که بخش زیادی از بشریت را با خطر روبرو کرده است، نگاه می‌کنیم. رقبا برای یک خیر بزرگ‌تر کنار هم قرار گرفته‌اند.»

این غول‌های فناوری در حال ساختن یک سیستم ردیابی تماس افراد هستند، تا به کسانی که در معرض خطر ابتلا به کرونا هستند، هشدار دهد. آزمایش اولیه این سیستم در هفته‌های گذشته انجام شده و طی ماه‌های آینده این ابزار مستقیما در پلتفرم‌های گوشی‌های هوشمندی وارد خواهد شد که مورد استفاده میلیاردها نفر از مردم است. هدف این دو شرکت این است که به مقامات بهداشتی سراسر جهان ابزارهای ردیابی بیماری را ارائه کنند تا به این ترتیب بتوانند افراد مبتلا به کرونا را جدا کنند و اقتصاد را بازگشایی کنند.

اما ورود این اپلیکیشن‌ها باعث بروز بحث‌هایی درباره نقض حریم خصوصی کاربران شده است، چراکه این کار عملا باعث می‌شود که شرکت‌های اپل و گوگل به اطلاعات کاربران دسترسی بیشتری پیدا کنند و با توجه به بحث‌هایی که بر سر حریم خصوصی در شرکت‌های حوزه فناوری پیش آمده، چنین اپلیکیشن‌هایی باعث جنگ و جدال تازه‌ای بین دره سیلیکون و دولت‌های سراسر جهان خواهد شد. بسیاری از دولت – ملت‌ها بهترین افکار و عقاید خود را در اینکه چه فناوری‌ای می‌تواند بهترین کاربرد را برای مقابله با شیوع بیماری داشته باشند، دارند. این افکار ردیابی جزئیات حرکت فیزیکی مردم و ایجاد پایگاه‌های داده عظیم اطلاعات درباره شهروندان‌شان را هم شامل می‌شود.

اگر دولت‌ها فشار وارد آورند تا دسترسی بیشتری به داده‌هایی داشته باشند که این اپلیکیشن‌ها نیاز دارند، شاید افکار عمومی هم با آن‌ها موافقت کنند. لسلی جان، استادیار دانشکده کسب‌وکار هاروارد که تحقیقاتش متمرکز است بر روان‌شناسی تصمیم‌گیری درباره حریم خصوصی، می‌گوید: «میزان نگرانی مردم از حریم خصوصی‌شان بستگی دارد به اینکه چقدر مزیت نسبی به دست می‌آورند. در دورانی که مردم نگران مرگ و زندگی هستند، شهروندان شاید بیشتر تمایل داشته باشند که اطلاعات خود را برای اینکه سلامت بیشتری داشته باشند در اختیار دیگران بگذارند.»

کرونا اقتصاد ایران را ۱۶درصد کوچک‌تر می‌کند

وضعیت تورم در ۳ دهه گذشته

کاهش هزینه رخ دهد. اگر دولت بودجه خود را کاهش ندهد هر روز با مشکلات بیشتری مواجه می‌شود.

خوانساری ادامه داد: اگر تأمین کسری از طریق چاپ اسکناس باشد باز منجر به رشد پایه پولی می‌شود بنابراین بهترین راه عرضه اوراق بدهی است و بانک مرکزی نیز باید آن را با قیمت جذاب برای بازار چاپ کند. اگر دولت نتواند ۴ هزار میلیارد تومان را از طریق اوراق قرضه عرضه کند این کسری از طریق رشد پایه پولی آشکار می‌شود و منجر به تورم بیشتر می‌شود. افزایش درآمدهای مالیاتی از طریق توسعه پایه‌های مالیاتی نیز راهکار دیگر حل مشکلات اقتصادی است.

به گفته خوانساری، عرضه سهام اولیه در بورس، راه دیگر جبران کسری بودجه است که هم بازار بورس وسعت یابد و هم از استقراض بانک مرکزی جلوگیری شود.

او با اشاره به رشد تورم در سه دهه گذشته گفت: با توجه به مشکلاتی که در اقتصاد ایران وجود داشته مدیریت برخی شاخص‌ها دشوار شده و در ۲۹ سال گذشته تنها در یک سال تورم تک‌رقمی بوده است. برآوردها در نرخ تورم نشان می‌دهد در ۲۸ سال گذشته نرخ تورم دو رقمی بوده و طی ۱۰ سال این نرخ بیش از ۲۰درصد ثبت شده است. این در حالی است که میانگین آمار جهانی ۲۵درصد بوده است.

رئیس اتاق بازرگانی تهران ادامه داد: در سال ۱۳۷۴ نرخ تورم در اقتصاد ایران به ۴۸درصد رسید و رکوردشکن شد. در سال ۱۳۹۷ و ۱۳۹۸ نیز نرخ تورم بسیار بالا رفت و در سه ماهه ابتدایی امسال نیز به



قیمت تمام‌شده آب در تهران ۲۵۰۰ تومان

نفس آب در تابستان به شماره افتاد

بالاخره کرونا اثر خود را در مصرف میزان آب در هفته‌ها و ماه‌های گذشته نشان داد و نفس‌های شبکه توزیع آب از نخستین روزهای تابستان به شماره افتاد.

در سال‌های گذشته، رشد سالانه سه تا پنج درصدی مصرف آب شرب در کشور با توجه به افزایش جمعیت و توسعه ساخت‌وسازها در مناطق شهری، قابل پیش‌بینی و پذیرفته شده بود اما افزایش نزدیک به ۱۲درصدی مصرف آب شهر تهران در چند هفته گذشته، پدیده‌ای بی‌سابقه به شمار می‌رود. بی‌تردید یکی از دلایل موثر در این رشد ناگهانی مصرف را می‌توان اوج‌گیری دوباره همه‌گیری بیماری کرونا دانست زیرا همزمان با این پدیده منحوس، حجم مصرف آب شرب نیز نسبت به سال‌های گذشته به‌ویژه در مناطق شهری با شتاب بیشتری در حال افزایش است.

در این زمینه، مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب استان تهران دیروز در نشست خبری، قیمت تمام‌شده آب در تهران را ۲۵۰۰ تومان اعلام کرد و گفت: قیمت تمام شده آب در هر متر مکعب ۲۵۰۰ تومان است که از مردم به ازای هر متر مکعب ۷۰۰ تومان اخذ می‌شود و این در حالی است که قیمت آب کانادا یک دهم ایران تخمین زده شده است.

محمدرضا بختیاری با بیان اینکه ایران یک کشور فقیر به لحاظ آبی است، گفت: میزان بارندگی در ایران ۴۵۰ میلیمتر تخمین زده شده است که این عدد تقریباً ۵۰درصد بارندگی دنیاست، بنابراین باید گفت که ایران یک کشور فقیر در حوزه منابع آبی است. همچنین ۹۰درصد کشور در منطقه خشک، فراخشک و نیمه خشک قرار گرفته که ۳درصد کشور در منطقه مرطوب و ۷درصد در منطقه نیمه مرطوب واقع شده است که در این بین تهران در بخش نیمه خشک قرار دارد.

او با اشاره به وضعیت منابع آبی استان تهران افزود: در حال حاضر مخازن سدهای تهران یک میلیون و ۱۸۵ میلیون متر مکعب آب دارد که این عدد نسبت به سال قبل کاهش یافته و شاهد ۸۵ میلیون کسری مخازن سدهای تهران هستیم که علت این مسئله استفاده بیش از حد نرمال آب شرب نسبت به سال‌های گذشته است. ۲۵درصدی به گفته وی، از ابتدای اسفندماه سال ۱۳۹۸ با افزایش ۲۵درصدی مصرف آب شرب مواجه بودیم تا جایی که اکنون میزان مصرف به ۳ میلیون و ۷۰۰ متر مکعب افزایش یافته و این میزان مصرف تاکنون در تاریخ آب تهران اتفاقی نیفتاده است.

بختیاری با بیان اینکه در حال حاضر تمام تصفیه‌خانه‌های تهران با کل ظرفیت مشغول به فعالیت هستند، گفت: از ابتدای اسفند که با افزایش مصرف رو به رو شدیم، حتی لحظه‌ای شاهد قطع آب به دلیل کمبود منابع آب نبودیم و تنها در غرب تهران در برخی مناطق به دلیل بروز مشکلات فنی قطع آب رخ داد که در سریع‌ترین زمان ممکن نیز برطرف شد.

مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب استان تهران با اشاره به کیفیت بالای آب تهران گفت: آبی که در حال حاضر در استان تهران توزیع می‌شود، بالاترین کیفیت را دارد و این در حالی است که حتی در برخی کشورهای اروپایی در آب غیرشرب ویروس کرونا دیده شده اما در استان تهران نته‌تها در آب شرب بلکه در فاضلاب خام نیز هیچ اثری از ویروس کرونا نیست و با اطمینان می‌توانیم بگوییم آبی که در شبکه شرب جریان دارد از بالاترین کیفیت برخوردار است. به گفته او، بالاترین میزان کلر استاندارد دنیا در آب شرب تهران استفاده می‌شود و مردم با خیال راحت می‌توانند از این آب سالم بهره‌مند شوند، اما تنها خواهش از مردم این است که در مصارف غیرضروری خود صرفه‌جویی داشته باشند البته در حال حاضر بالای ۷۰درصد مردم رعایت می‌کنند اما بخشی از افزایش مصرفی که شاهد آن هستیم غیرقابل انکار است.

وی با بیان اینکه پیش‌بینی می‌شود که با افزایش گرما میزان مصرف به ۴ میلیون متر مکعب نیز برسد گفت: این عدد ۳۰درصد بیشتر از حجم دریاچه چیتگر تخمین زده شده لذا لازم است مردم مدیریت مصرف را سرلوحه خود قرار دهند.

مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب استان تهران با تاکید بر اینکه علی‌رغم افزایش ۱۷درصدی بارش‌ها حجم مخازن تهران کاهش یافته است، گفت: در هفته گذشته مصرف لحظه‌ای شهر تهران به ۵۲ هزار لیتر در ثانیه افزایش یافت که این اعداد بسیار قابل توجه است البته باید گفت که در حال حاضر عمده سازمان‌ها و مشترکان رعایت می‌کنند و دستورالعملی که در این بین برای سازمان‌ها در نظر گرفته‌ایم، آنها را وادار به صرفه‌جویی در مصرف آب کرده است اما اگر سازمانی رعایت نکند، آب آن سازمان را به صورت موقت قطع خواهیم کرد. بختیاری درخصوص پرداخت قبوض آب مشترکان در استان تهران هم گفت: به لحاظ رعایت حال مردم تا پایان اردیبهشت ماه پرداخت قبوض اختیاری بود که در آن شرایط نیز برخی از مردم نسبت به پرداخت اقدام کردند، اما برخی از مناطق تهران همچنان قبوض را نپرداخته‌اند که برای آنها شرایط تسطیص در نظر گرفته شده است. وی سپس به نحوه تأمین آب پرریش اشاره کرد و ادامه داد: شرکت آب و فاضلاب موظف به تأمین آب است، اما در شرق تهران به ویژه در منطقه پردیس مشکل آب رفت وجود دارد به همین دلیل باید به مسئله بارگذاری جمعیت توجه می‌شد. در حال حاضر برای تأمین آب پردیس، رودهن و بومهن حدود ۴۰ میلیون متر مکعب آب در سال در نظر گرفته شده که ۱۰ میلیون آن متعلق به منطقه و ۳۰ میلیون دیگر از سد لتیان تأمین می‌شود. به توجه به اینکه منطقه ظرفیت آب ندارد هیچ راهی به جز اجرای پروژه لار به کلان نداریم. مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب استان تهران با اشاره به وجود چاه‌های غیرمجاز در تهران گفت: در حال حاضر بیش از ۳۰ هزار چاه غیرمجاز در تهران وجود دارد که برای سر و سامان دادن به آن نیز برنامه‌هایی صورت گرفته است.

وی با بیان اینکه در چند ماه اخیر به دلیل مشکلاتی که پیش آمده مطالبات ما بسیار افزایش یافت به طوری که در حال حاضر بیش از ۵۰۰ تا ۶۰۰ هزار تومان از مشترکان خانگی و غیرخانگی طلب داریم. علاوه بر این دو برابر این عدد به پیمانکاران و بخش‌های دیگر بدهکار هستیم.

بختیاری با اشاره به تبصره سه نیز گفت: این تبصره برای مناطق پایین شهر ماهی ۱۰۰۰ تومان و برای مناطق بالاشر ۲۰۰۰ تومان در نظر گرفته شده که امسال براساس آنچه که تصویب شده مقداری افزایش خواهد داشت اما میزان افزایش بسیار ناچیز خواهد بود.



خردادماه منتشر کرده است، به آمار وزارت راه و شهرسازی نزدیک است. طبق گزارش وزارت راه و شهرسازی، «تعداد معاملات در خرداد امسال ۲۲ هزار و ۴۶ فقره بوده است که در مقایسه با ماه گذشته ۴۳٫۵درصد کاهش و در مقایسه با خردادماه سال گذشته، ۸۰٫۳درصدافزایش یافته است. همچنین متوسط قیمت هر مترمربع واحد مسکونی آپارتمانی در خرداد امسال ۱۷ میلیون و ۲۰۸ هزار تومان ثبت‌شده که در مقایسه با ماه گذشته ۱۲٫۱درصدافزایش و در مقایسه با مدت مشابه سال قبل، ۴۲٫۱درصدافزایش را نشان می‌دهد. متوسط قیمت معامله‌شده هر مترمربع واحد آپارتمانی در شهر تهران ۱۹ میلیون و ۷۱ هزار تومان ثبت شده است.» نکته جالب این است که اتحادیه مشاوران املاک، آمار و ارقام هر دو مرجع آماری در زمینه بازار مسکن را قبول ندارد. چندی پیش، مصطفی‌قلی خسروی، رئیس اتحادیه مشاوران املاک با توجه به آمار اردیبهشت‌ماه گفته بود که متوسط قیمت ۱۶ میلیون و ۹۷۰ هزارتومانی بانک مرکزی و ۱۷ میلیون و ۶ هزار و ۶۰۰ تومانی وزارت راه را برای هر مترمربع واحد مسکونی در تهران قبول نداریم.

معاملات نسبت به سال گذشته ۸۰درصد بیشتر شد

به گفته بانک مرکزی، بررسی توزیع تعداد واحدهای مسکونی معامله‌شده در شهر تهران به تفکیک متر بنا در خردادماه سال ۱۳۹۹ حاکی از آن است که از مجموع ۱۰۷۷۸ واحد مسکونی معامله‌شده، واحدهای تا پنج سال ساخت با سهم ۳۸٫۹درصدی بیشترین سهم را به خود اختصاص داده‌اند. سهم مذکور در مقایسه با خردادماه سال قبل و متوسط انباری این خانه‌ها را هم نمی‌تواند اجاره کند؛ چه برسد، حدود ۰٫۸ واحد درصدا کاهش یافته و در مقابل به سهم واحدهای با قدمت ۶ تا ۱۰ و بیش از ۲۰ سال ساخت افزوده شده است.

شمارش معکوس برای شروع مالیات‌گیری از خانه‌های خالی در تابستان امسال

دریافت مالیات از خانه‌های خالی کلید خورد

هزار واحد داخل شهر تهران و حدود ۲۵۰ هزار واحد خارج از شهر تهران است. واحدهایی که خارج از شهر تهران است، به طور معمول واحدهای کوچک و بدون امکانات و یا کم امکانات است که خالی مانده است. واحدهای دیگری هم که در شهر تهران خالی مانده، عموماً واحدهای لوکس و لاکچری و متراژ بزرگ در شمال تهران هستند که دهک‌های ضعیف و متوسط حتی انباری این خانه‌ها را هم نمی‌توانند اجاره کنند. اگر این خانه‌ها وارد شبکه عرضه هم شود، دهک ضعیف و متوسط انباری این خانه‌ها را هم نمی‌تواند اجاره کند؛ چه برسد، به خانه را، چراکه الگوی ساخت، متناسب با دهک ضعیف و متوسط جامعه نیست.

با این وجود، بنا به اعلام وزیر راه و شهرسازی، مالیات‌گیری از خانه‌های خالی تابستان امسال شروع می‌شود. به گفته محمد اسلامی، بسیار خوشبین هستیم که در همین تابستان برگه‌های مالیاتی برای کسانی که خانه‌های خالی دارند، صادر شود.

او در یک برنامه رادیویی در توضیح جریان دریافت مالیات از خانه‌های خالی، اعلام کرد: براساس یکی از مواد قانون مالیات‌های مستقیم، وزارت راه و شهرسازی مکلف به ایجاد سامانه ملی املاک و اسکان در کشور است تا سازمان امور مالیاتی از این سامانه برای شناسایی خانه‌های خالی و در عین حال مالیات‌ستانی استفاده کند. البته این وزارتخانه دسترسی به آمار و اطلاعات املاک و ساختمان‌ها را در کشور ندارد، چون اراضی را واگذار می‌کند، بنابراین تعداد واحدهای مسکونی ساخته شده، صدور پروانه ساختمانی و گواهی پایان کار بیشتر در حوزه شهرداری‌ها، دهیاری‌ها و سازمان ثبت اسناد و املاک قرار دارد.

وزیر راه و شهرسازی عنوان کرد: بهمن ماه سال گذشته سامانه ملی املاک و اسکان در کشور رونمایی شد و این سامانه هم‌اکنون برای سازمان امور مالیاتی قابل استفاده است، اما این سازمان معاذیر قانونی دارد. متأسفانه برای هر کاری در کشور یک‌سری موانع را خود قانون به وجود می‌آورد؛ آن هم اینکه برخی دستگاه‌ها برای در اختیار قرار دادن اطلاعات خود به دستگاه‌ها و سازمان‌های دیگر منع قانونی دارند. اگرچه با توجه به اقدامات و تلاش‌های صورت گرفته، به زودی این معاذیر قانونی برطرف خواهد شد. سازمان امور مالیاتی نیز به موازات بارگذاری اطلاعات لازم را در این سامانه آغاز کرده است.

اسلامی متذکر شد: ۲میلیون واحد مسکونی بدون استفاده در کشور وجود دارد که اگر این واحدها در بازار عرضه شوند، بی‌تردید گشایشی در زندگی مردم و کسب و کارها به‌وجود خواهد آمد.

فرصت امروز: گزارش تحولات بازار مسکن شهر تهران در خردادماه امسال از سوی بانک مرکزی منتشر شد و هر متر خانه در خردادماه ۹۹ در تهران نسبت به همین ماه در سال گذشته تا بیش از ۴۲درصد گران شده است. به گفته بانک مرکزی، در خرداد امسال متوسط قیمت خرید و فروش یک مترمربع زیربنای واحد مسکونی معامله شده از طریق بنگاه‌های معاملات ملکی تهران ۱۸ میلیون و ۹۵۰ هزار تومان بوده که نسبت به ماه مشابه سال قبل ۴۲٫۵درصدافزایش دارد. این در حالی است که در میان مناطق بیست ودوگانه شهر تهران، بیشترین متوسط قیمت هر متر خانه ۴۱ میلیون و ۲۰۰ هزار تومان در منطقه یک و کمترین آن با قیمت ۸ میلیون و ۸۹۰ هزار تومان در منطقه ۱۸ بوده است که هر یک از آنها با افزایش ۵۳٫۶درصدی در منطقه یک و ۴۷٫۶درصدی در منطقه ۱۸ همراه بوده است. گزارش بانک مرکزی از تحولات بازار مسکن شهر تهران در خردادماه امسال را در ادامه می‌خوانید.

مقایسه ارقام بانک مرکزی و وزارت راه و شهرسازی

بانک مرکزی گزارش تحولات بازار مسکن شهر تهران در خردادماه سال ۱۳۹۹ را منتشر کرد. براساس گزارش بانک مرکزی، در خردادماه سال ۱۳۹۹، تعداد معاملات آپارتمان‌های مسکونی شهر تهران به ۱۰٫۸ هزار واحد مسکونی بالغ شد که نسبت به ماه مشابه سال قبل ۸۰٫۱درصدافزایش نشان می‌دهد. در ماه مورد گزارش، متوسط قیمت خریدوفروش یک مترمربع زیربنای واحد مسکونی معامله‌شده از طریق بنگاه‌های معاملات ملکی شهر تهران ۱۸۹٫۵ میلیون ریال بود که نسبت به ماه مشابه سال قبل ۴۲٫۵درصدافزایش نشان می‌دهد.

به نظر می‌رسد آماری که بانک مرکزی درباره وضعیت بازار مسکن در

همزمان با اوج‌گیری قیمت‌ها در بازار مسکن، بنا به اعلام وزیر راه و شهرسازی، مالیات‌گیری از خانه‌های خالی در تابستان امسال آغاز خواهد شد.

به گزارش خبرنگاران، براساس آمارهای آخرین سرشماری نفوس و مسکن، حدود ۲ میلیون و ۵۰۰ هزار واحد مسکونی خالی در کشور وجود دارد که علت اصلی خالی ماندن این واحدها، قیمت بالای آن به نسبت توان مالی متقاضیان است، یعنی به نوعی واحدهای خالی مانده را می‌توان در شمار واحدهای لوکس به حساب آورد.

موجودی مسکن کل ایران براساس سرشماری نفوس و مسکن سال ۹۵، به ۲۵ میلیون و ۴۱۲ هزار واحد رسیده است. در مقابل، آمار خانه‌های خالی نیز به ۲ میلیون و ۵۸۷ هزار واحد رسیده است. یعنی حدود ۱۰درصد کل واحدهای مسکونی. این آمار نشان می‌دهد بخش زیادی از ساخت‌وسازها در کشور غیرمصرفی، لوکس و متراژ بزرگ بوده که با جنس خانوارها (با ابعاد کوچک‌تر از یک دهه قبل) سازگار نبوده است. با این حساب نسبت خانه‌های خالی به کل موجودی واحدهای مسکونی کشور حدود ۱۰درصد است که نشان می‌دهد از هر ۱۰ خانه در کشور، حداقل یکی خالی است.

البته بنا به اظهارات اخیر معاون مسکن و ساختمان وزیر راه و شهرسازی، برای طرح مالیات از خانه‌های خالی نباید محدودیت سال قرار داد و انتخاب سال ۹۵ برای این طرح قابل قبول نیست، اما سازمان امور مالیاتی به دلیل آنکه اطلاعات واحدهای مسکونی پیش از این سال را نداشته، این سال را انتخاب کرده است.

به گفته محمود محمودزاده، براساس سرشماری که در کشور در حوزه ساخت و ساز و مسکن در کشور انجام شده، بخش عمده‌ای از واحدهای مسکونی در کشور در چرخه اقتصادی کشور نیستند. به عبارتی، ۱۰درصد از واحدهای مسکونی کشور در این چرخه نیستند و برخی از آن‌ها قابل سکونت نیستند و تعدادی فرسوده شده و امکان سکونت در آنجا وجود ندارد.

در این میان، به اعتقاد نایب رئیس اول اتحادیه مشاوران املاک، تعداد خانه‌های خالی در کشور کمتر شده است؛ چون بخشی از این خانه‌های خالی، خانه‌هایی بود که در حوزه مسکن‌مهر و اطراف شهرهای بزرگ وجود داشت که آب و برق و گاز و امکانات نداشتند که بخشی ساماندهی و به شبکه عرضه وارد شده است.

به گفته حسام عقایی، تقریباً در استان تهران ۵۰۰ هزار واحد مسکونی خالی وجود دارد. از این ۵۰۰ هزار واحد مسکونی، حدود ۲۵۰

یادداشت

رشد اقتصاد ایران با اصلاح سیاست‌های ارزی

 	
 	

نگاهی به زندگی ایرانیان در طول چهار دهه گذشته نشان می‌دهد که مردم همواره حساسیت زیادی به دلار و قیمت‌های آن داشته‌اند. به جرأت می‌توان گفت که عواملی همچون روابط پرتنش ایران و آمریکا و صادرات نفتی کشورمان که بر پایه دلار بوده، شرایط را برای تثبیت جایگاه دلار به عنوان مهم‌ترین و تاثیرگذارترین ارز خارجی در اقتصادمان آماده کرده است.از سوی دیگر، ساختار صنعتی و چارچوب واردات کشور به شدت وابسته به کشورهای غربی موجب شده که دلار به عنوان ارز مرجع در اقتصاد ایران مطرح شود. طی چند سال گذشته نیز دولت‌ها تلاش کردند که پایه ارزی کشور را به یورو انتقال بدهند که به دلیل حساسیتی که جامعه از نظر تاریخی و از نظر زمانی داشت دلار را کنار نگذاشت و کم و بیش به همین ترتیب دلار به عنوان ارز رایج در بازارهای ارزی کشور مورد استفاده و مورد معامله قرار گرفت. هنوز هم بازار آزاد ارز به جز دلار، ارز دیگری را به رسمیت نمی‌شناسد و به همین دلیل است که تغییر ارزهای بین‌المللی به سرعت در ایران خودش را نشان نمی‌دهد، ولی این مسئله درباره دلار آمریکا صحت ندارد. دلار آمریکا به صورت رسمی و توسط بازار و بانک مرکزی تعیین می‌شود و با تعیین آن، سایر ارزهای بین‌المللی تعیین قیمت می‌شوند. نگاهی به سرنوشت اقتصاد ایران در چهار دهه گذشته گویای این حقیقت است که به هنگام التهابات بازار دلار، سایر بازارها نیز دنباله‌رو دلار می‌شوند. به بیان دیگر، سایر قیمت‌ها در بازارهایی همچون طلا، خودرو، مسکن هر کدام با ضرب معینی خودشان را با قیمت دلار تطبیق می‌دهند. نرخ ارز بارها و بارها در اقتصاد ایران سرکوب شده است. به طور نمونه، نگاهی به روند نرخ ارز در دهه ۸۰ شمسی به ما خواهد گفت که متوسط قیمت دلار در طول ۱۰سال تنها ۳۰درصد افزایش پیدا کرده است، ولی این سرکوب قیمتی باافاصله با یک جهش قوی در سال‌های ۹۰ و ۹۱ جبران شده است.

این جهش‌های سنگین نتوانست درسی به دولتمردان بدهد؛ چراکه یک‌بار دیگر در فاصله سال‌های ۹۲ تا ۹۶ تاکتیک تثبیت نرخ ارز در شرایط بالابودن درآمدهای ارزی را پیش برد و این بار به شکل سنگین‌تری و با افزایش عجیب نرخ ارز مواجه شد و در سال ۹۷ جهش بالای ۲۰۰درصد را تجربه کرد. یکی از بهانه‌هایی که دولتمردان با کمک آن، نرخ ارز را سرکوب می‌کرده‌اند، این بوده که جامعه آمادگی لازم را برای پذیرش افزایش قیمت ارز ندارد. به همین دلیل هم در طول چند دهه گذشته هرگونه اصلی در سازوکار ارزی کنار گذاشته شد. اقتصاد ایران در سطح کلان به اقتصاد جهانی وصل شده و استقلال اقتصادی، به معنای اینکه بتواند تحولات مرتبط با متغیرهای کلان مثل تولید ملی، سرمایه‌گذاری و بازارهای گوناگون را از درون تنظیم کند، ندارد. دست‌کم از دهه ۱۳۴۰ تاکنون مدیران اقتصادی دولت‌ها یسار گرفته‌اند که درآمدهای ارزی حاصل از صادرات نفت و گاز و فرآورده‌های‌شان را تبدیل به ریال کرده و در هزینه‌های جاری و عمرانی دولت‌ها خرج کنند. متأسفانه تاکنون نتوانسته‌ایم اقدام جدی و عملی برای ایجاد بازار ارز در کشور داشته باشیم. اصلاح سیاست‌های ارزی در ایران با تصحیح ساختارهای کنونی تقریبا غیرممکن خواهد بود. وقتی روند نرخ ارز طی سال‌های گذشته را بررسی می‌کنیم، می‌بینیم که هر زمان درآمدهای ارزی دولت کاهش پیدا کرده، به تبع آن ارزش پول کشورهای خارجی در بازار داخلی تقویت شده و به دنبال آن، تورم نیز بالا رفته است. در ایران تا همین امروز نهاد بانک مرکزی به نیابت از حاکمیت، اصلی‌ترین انحصارگر در سمت عرضه بوده و نیز در سمت تقاضا نیز گروهی از بزرگ‌ترین انحصارهای دولتی و نیز شماری از واردکنندگان سمت تقاضا را تشکیل می‌داده‌اند و به همین دلیل بوده که در ایران بازار ارز هرگز گسترده نبوده و عمق نداشته است. در چنین شرایطی قدرت اصلی بازار در دست‌ان دولت و بانک مرکزی بوده که می‌توانسته‌اند نرخ‌های اصلی بازار ارز را تعیین کنند.

مجموعه رویدادهای شتاب‌دهنده نرخ تورم، راه را برای تاسیس بازار ارز به معنای واقعی در ایران تا همین روزها مسدود کرده است. این روزها اما کفگیر ارزی به ته دیگ خورده است و سیاستمداران نیز فهمیده‌اند دیگر نمی‌توان از تاسیس بازار ارز به معنای اینکه در آن بازیگران در سمت عرضه و تقاضا پرشمار شوند، اجتناب کرد. از طرف دیگر، با وجود اینکه دولت و بانک مرکزی فشارهای سنگینی بر صادرکنندگان برای بازگرداندن ارز وارد کرده‌اند، اما با این حال صادرات غیرنفتی رشد چشمگیری را تجربه کرده است. نرخ ارز در حالی در کشور ما لنگرگاه تورمی شده است که در بسیاری از کشورها، نرخ ارز خاصیت‌های سیاست‌گذاری دیگری از جنس سیاست‌های صنعتی و تجاری دارد. به طور نمونه، اگر یک کشور بخواهد از صنعت و صادرات خود حمایت بیشتری کند، نرخ ارز را افزایش می‌دهد و از این طریق، قیمت‌های محصولات خود را در بازارهای بین‌المللی بالا می‌برد. با این تفاسیر، برای اینکه اثرات مثبت تعدیل نرخ ارز در کشور نسبت به جنبه‌های منفی آن سنگینی کند، نیاز است که تغییرات ساختاری در وضعیت کنونی صورت گیرد. عده‌ای معتقدند رشد نرخ ارز است که باعث گران شدن کالاهای داخلی و بالابردن تورم می‌شود، ولی باید قبول کنیم که رشد نقدینگی است که تورم را جابه‌جا می‌کند و همین رشد نقدینگی است که تمام بازارها را به حرکت درمی‌آورد.

افزایش قیمت سکه در بازار قیمت دلار بالا رفت

هر قطعه سکه تمام بهار آزادی طرح جدید در بازار آزاد تهران با ۱۸۸ هزار تومان افزایش به ۸ میلیون و ۷۰۸ هزار تومان فروخته شد. هر قطعه سکه تمام بهار آزادی طرح قدیم نیز ۹ میلیون و ۴۵۰ هزار تومان قیمت‌گذاری شد. همچنین نیم سکه ۴ میلیون و ۴۳۰ هزار تومان، ربع سکه ۲ میلیون و ۴۵۰ هزار تومان و هر قطعه سکه گرمی یک میلیون و ۳۰۰ هزار تومان تعیین قیمت شد. هر گرم طلای خام ۱۸ عیار ۸۵۵ هزار و ۶۰۰ تومان و هر مثقال طلا نیز ۳ میلیون و ۷۰۶ هزار تومان به فروش رسید. قیمت دلار در صرافی‌های بانکی نیز با ۲۰۰ تومان افزایش قیمت به بهای ۱۹ هزار و ۵۰ تومان فروخته شد. نرخ خرید هر دلار در تابلوی صرافی‌های بانکی ۱۸ هزار و ۹۰۰ تومان و فروش ۱۹ هزار و ۵۰ تومان بود که نسبت به شنبه ۲۰۰ تومان افزایش داشت. قیمت خرید هر یورو نیز ۲۱ هزار تومان و نرخ فروش آن ۲۱ هزار و ۱۰۰ تومان شد.

رئیس کل بانک مرکزی: صادرکنندگان حداقل ۷۰درصد از درآمد ارزی خود را بازگردانند

گواهی سپرده یوروی جایگزین ریال می‌شود



تقویت منافع ملی کشور می‌شود.

وی یس‌آ‌آور شد: خوشبختانه صادرکنندگان عمده که همان پتروشیمی‌ها و صنایع فولاد هستند، ارز خود را به کشور بازگردانده‌اند و امیدواریم سایر صادرکنندگان نیز نسبت به بازگشت ارز حاصل از صادرات خود اقدام کنند.

رئیس کل بانک مرکزی ضمن قدردانی از صاحب‌نظران و کارشناسان اقتصادی که نظرات خود را درباره مسائل روز اقتصادی کشور عنوان می‌کنند، گفت: به آنان اطمینان می‌دهم که بانک مرکزی در سیاست‌گذاری‌های خود شفاف و مسئولانه رفتار می‌کند. همتی تصریح کرد: رشد پایه پولی طبق آخرین گزارش بانک مرکزی از ابتدای امسال تا پایان خرداد، در مجموع، با احتساب خرید ارز، منابع مقابله با کرونا و تنخواه دولت، ۸.۸درصد بوده است. همچنین در این جلسه، رئیس اتاق بازرگانی ایران، با بیان اینکه در شرایط فعلی کشور، همه از تنش‌ها و اتفاقات اثر می‌پذیرند، عنوان کرد: فعالان اقتصادی از مجموعه اتفاقاتی که در شرایط فعلی اقتصادی رخ می‌دهد، آسیب می‌بینند و از اثرات آن مستثنی نیستند و ما نیز نسبت به این قبیل مسائل حساس هستیم. غلامحسین شافعی با اشاره به اینکه باید با در نظر داشتن مسائل صادرکننده نسبت به تصمیم‌گیری درخصوص آنها اقدام کرد، گفت: در هر قشری، افرادی هستند که از شرایط خاص کشور، سوءاستفاده می‌کنند، اما نباید به خاطر عده‌ای قلیل، تصمیماتی اتخاذ کرد که سایرین نیز از آن متضرر شوند.

رئیس اتاق بازرگانی ایران با بیان اینکه مشتاقیم به اقتصاد کشور کمک کنیم، اظهار کرد: با فعالان اقتصادی نسبت به تنگناهای پیش روی اقتصاد کشور و بانک مرکزی آگاهی‌م و باید مشکلات بازگشت ارز حاصل از صادرات را به صورت مشترک حل کنیم و در این زمینه آماده هرگونه همکاری و همراهی هستیم.

گفتنی است در این جلسه همچنین رئیس اتاق بازرگانی تهران و سایر اعضای هیأت رئیسه اتاق ایران مسائل موردنظر خود را مطرح کردند.

اقتصادی و اعضای اتاق بازرگانی در تأمین درآمدهای غیرنفتی کشور گفت: اتاق بازرگانی می‌تواند با رهنمودهای خود به فعالان اقتصادی و هدایت آنان، به وظیفه کلیدی خود در شرایط ویژه فعلی کشور عمل کند، در همین راستا، باید تلاش کنیم مسائل را با همکاری یکدیگر برطرف کنیم.

رئیس شورای پول و اعتبار با بیان اینکه بانک مرکزی با فعالان اقتصادی و اتاق بازرگانی ایران همسو است، گفت: ما در بانک مرکزی با فعالان اقتصادی در اتاق بازرگانی ایران اختلاف نظری نداریم و باید با کمک یکدیگر تلاش کنیم از خروج سرمایه از کشور جلوگیری کنیم. در همین راستا تلاش ما بر این است که واردات را روان کنیم و ارز حاصل از صادرات را به کشور بازگردانیم. البته ذکر این نکته ضروری است که اولویت بانک مرکزی تأمین ارز برای کالاهای اساسی و دارو و پس از آن تأمین مواد اولیه کارخانجات است.

رئیس کل بانک مرکزی گفت: شرایط صادرکنندگان و فشارهایی که به لحاظ شرایط تحریمی و زمان دریافت ارز حاصل از صادرات وجود دارد را درک می‌کنیم و همکاری لازم را در این زمینه خواهیم داشت اگر هم صادرکنندگان اعتراضی به نرخ پایه صادراتی محاسباتی در گمرک دارند حداقل ۷۰درصد ارز حاصل از صادرات خود را که پیش از این نسبت به بازگشت آن متعهد شده بودند را به کشور بازگردانند تا بشود در مورد آن در فرصت مناسب مذاکره و تصمیم‌گیری کنیم.

او هدف از برگزاری این جلسات را برطرف کردن مسائل در فضایی دوستانه عنوان کرد و گفت: با توجه به شرایط و مشکلات فراوانی که به واسطه تحریم‌ها به کشور تحمیل شده است، ضروری است با درک مشترک برای بهبود فضای کسب و کار در کشور تلاش کنیم. رئیس شورای پول و اعتبار با بیان اینکه در اداره کشور نباید صرفاً بر درآمدهای نفتی متکی بود، گفت: به دلیل شرایط ظالمانه ناشی از تحریم‌ها، این درآمدها نیز کاهش یافته است. در چنین شرایطی باید تلاش کنیم به راهکاری مشترک برای افزایش درآمدهای غیرنفتی و بازگشت ارز حاصل از صادرات ببیندیشیم، چراکه این کار موجب

بیمه پاسارگاد برند محبوب مردمی شد

رشد ۷۷۴درصدی قیمت سهام «بپاس»

گفتنی است، جشنواره برند محبوب به‌عنوان گسترده‌ترین نظرسنجی مردم در زمینه محبوبیت برندها، بستری برای شناسایی برندهای محبوب مردم فراهم کرده است تا ضمن شناسایی برندهای خوشنام ایرانی توسط مردم، زمینه معرفی این برندهای معتبر را فراهم آورد.

لازم به ذکر است که بیمه پاسارگاد در سال گذشته نیز یکی از شرکت‌های بیمه محبوب به انتخاب مردم بوده است.

در این جشنواره از نظرسنجی کاربران برای شناسایی میزان محبوبیت شرکت‌های فعال در هر یک از گروه‌های کالا و خدمات استفاده می‌شود. شرکت‌کنندگان در نظرسنجی که استفاده‌کنندگان از این برندها هستند، با توجه به ویژگی‌های تأثیرگذار در محبوبیت یک برند، آن‌ها را در گروه‌های مختلف رتبه‌بندی می‌کنند.

هر سهم یک هزار و ۱۶۳ ریال سود شناسایی کرد که نسبت به مدت مشابه سال قبل از آن ۹۷درصد افزایش داشته است و همچنین سود خالص آن به ۵۹۳ میلیارد تومان رسید، بر همین اساس سود انباشته این شرکت خصوصی با افزایش ۱۰۹درصدی نسبت به مدت مشابه سال قبل به رقم ۵۴۳ میلیارد تومان رسید.

همچنین در هفتمین دوره سالانه نظرسنجی برای انتخاب برندهای محبوب سال، بیمه پاسارگاد یکی از سه برند منتخب با آرای مردمی در میان شرکت‌های بیمه شناخته شد.

جشنواره برند محبوب که امسال هفتمین دوره آن در حال برگزاری است، هر سال در طیف گسترده برندهای فعال در گروه‌های مختلف کالا و خدمات کشور، اقدام به نظرسنجی مردمی درخصوص میزان محبوبیت برندهای معتبر کشور می‌کند.

سرپرست پژوهشکده پولی و بانکی تشریح کرد

مزیت‌های اوراق گام نسبت به سایر ابزارهای تامین مالی تولید

می‌کند، می‌تواند این اوراق را در بازار سرمایه بفروشد و کسانی که خریدار این اوراق هستند پول آن را تأمین می‌کنند و در نهایت دارنده ورقه با مراجعه به بانک صادرکننده با یک سود معینی پول ورقه را از بانک دریافت می‌کند و این فرآیند خاتمه پیدا می‌کند.

محمدی اظهار داشت: مزیت این اوراق نسبت به سایر ابزارها مانند تسهیلات مستقیم این است که قدرت خلق پول کمتری دارد، بنابراین تورم‌زایی در این حالت بسیار ناچیز است و ویژگی اوراق گام نسبت به ال سی داخلی این است که ال سی داخلی فقط یک بار گردش می‌کرد در حالی که اوراق گام می‌تواند چند دست بین تولیدکنندگان گردش کند و در نهایت می‌تواند در بازار سرمایه قبل از اینکه بانک پول آن را پرداخت کند به پول تبدیل شود.

وی تصریح کرد: در یک مرحله اوراق گام بعد از اینکه از دست تولیدکنندگان به دست سرمایه‌گذاران بازار سرمایه رسد می‌تواند به پول تبدیل شود بدون اینکه بانک صادرکننده اوراق گام، پولی داده باشد. یعنی بانک صادرکننده در سررسید پول اوراق گام را پرداخت خواهد کرد و از این جهت ابزاری است که قبل از آنکه روی تقاضای جامعه تأثیر بگذارد، به تولید کمک می‌کند و قبل از آنکه اثر تورمی دارد ارائه دهد و آن شرکت نیز می‌تواند در حلقه تولیدات خود این اثر را به گردش در بیاورد و در نهایت تولیدکننده آخری که اوراق را دریافت

عملکرد مطلوب بیمه پاسارگاد، همراه با فضای مثبت بازار سرمایه رشد ۷۷۴درصدی قیمت سهام «بپاس» در طول ۱۵ ماه گذشته را رقم زد.

به گزارش بانکداری ایرانی و براساس آمار و اطلاعات ثبت‌شده در سامانه بازار سرمایه قیمت هر سهم «بپاس» در ابتدای سال گذشته ۵هزار و ۳۱۷ ریال معامله می‌شد که در طول سال گذشته روند صعودی را طی کرد و در آخرین روز کاری در سال گذشته با افزایش ۲۴۸درصدی به قیمت یک هزار و ۱۹۶ ریال رسید.

قیمت سهام بیمه پاسارگاد در سال جاری روند پرشتاب‌تری در پیش گرفت؛ به طوری که در سومین روز تابستان ۹۹ به قیمت ۴۱ هزار و ۱۹۰ ریال رسید و شاهد رشد ۳۱۲درصدی بود. این شرکت بیمه‌ای که در فرابورس ایران فعال است در گزارش پایانی سال مالی ۹۸ برای

سرپرست پژوهشکده پولی و بانکی با تشریح مزیت‌های اوراق گام

نسبت به سایر ابزارهای تامین مالی تولید، گفت اثر تورم‌زایی این اوراق نسبت به سایر ابزارها بسیار ناچیز است.

به گزارش خبرنگار ایپنا، دکتر شاپور محمدی در گفت و گو با خبرگزاری صدا و سیما با بیان اینکه طرح گام (گواهی اعتبار مولد) فرصتی برای تحقق شعار سال است، اظهار داشت: جهش تولید امسال یکی از اهداف اصلی بانک مرکزی است و برای اینکه این هدف تحقق پیدا کند، بحث اوراق گام مطرح شده است.

وی درباره نحوه کارکرد این اوراق گفت: اوراق گام به این شکل عمل می‌کند که اگر یک تولیدکننده به تولیدکننده دیگری بدهی داشته باشد، می‌تواند لزوماً پول پرداخت نکند، بلکه از بانک‌های تجاری اوراق گام را دریافت کند و به تولیدکننده طلبکار بدهد و آن تولیدکننده نیز به تولیدکننده قبل از خود که مواد اولیه و تجهیزات را از آن خریده اوراق را ارائه کند.

سرپرست پژوهشکده پولی و بانکی ادامه داد: در نهایت بعد از سپری شدن یک ششم زمان اوراق تا زمان سررسید در نظام تولیدی کشور می‌تواند در بازار سرمایه تبدیل به پول نقد شود که این کار کمک می‌کند بدون اینکه خلق پول زیادی صورت بگیرد به چندین برابر بتوان بدهی تولیدکنندگان را با یکدیگر تسویه کرد و از این جهت ابزار

نماگر بازار سهام



شاخص بورس در آستانه ورود به کانال ۱.۵ میلیونی

کدام سهامداران سود بیشتری کردند؟

معاملات بازار سرمایه در دومین روز هفته در حالی به پایان رسید که شاخص کل صعودی بود اما شاخص کل با معیار هم وزن روند نزولی داشت و به نظر می‌رسید سهامداران شرکت‌های بزرگ از سود بیشتری برخوردار بودند. شاخص کل بورس در روز یکشنبه ۲۵ هزار و ۶۷۷ واحد رشد کرد و در ارتفاع یک میلیون و ۴۹۱ هزار واحد ایستاد. شاخص کل (هم وزن) نیز با یک هزار و ۴۴۳ واحد کاهش به ۴۴۰ هزار و ۱۷ واحد و شاخص قیمت (هم وزن) با ۹۵۲ هزار واحد افت به ۲۹۰ هزار و ۳۹۲ واحد رسید. شاخص بازار اول ۲۲ هزار و ۲۳ واحد و شاخص بازار دوم ۳۸ هزار و ۶۸۰ واحد کاهش داشت. در معاملات این روز بیش از ۱۶ میلیارد و ۱۷۹ میلیون سهم، حق تقدم و اوراق بهادار به ارزش ۲۰۷ هزار و ۷۸۶ میلیارد ریال داد و ستد شد.

نمادهای صنایع پتروشیمی خلیج فارس (فارس) با ۳ هزار و ۳۸۷ واحد، فولاد مبارکه اصفهان (فولاد) با ۲ هزار و ۹۷۱، بانک پارسیان (وپارس) با ۲ هزار و ۶۰۰ واحد، ملی صنایع مس ایران (فملی) با ۲ هزار و ۴۴۷ واحد، شرکت سرمایه‌گذاری تامین اجتماعی (شستا) با ۲ هزار و ۱۴۵ واحد، پالایش نفت اصفهان (شسپنا) با یک هزار و ۴۸۵ واحد و بانک ملت (بوملت) با یک هزار و ۳۸۱ واحد بیشترین تاثیر مثبت را بر شاخص بورس داشتند.

در سوی مقابل نمادهای پتروشیمی پارس (پارس) با یک هزار و ۷۶ واحد، فولاد خوزستان (فخوز) با ۷۲۵ واحد، پتروشیمی جم (جم) با ۵۷۰ واحد، پتروشیمی پردیس (شپدیس) با ۳۸۶ واحد، س. صنایع شیمیایی ایران (شیران) با ۳۷۸ واحد، سرمایه‌گذاری دارویی تامین (تاپیکو) با ۳۶۵ واحد، پتروشیمی شازند (شاراک) با ۳۴۸ واحد و فجر انرژی خلیج فارس (ف فجر) با ۳۲۲ واحد تاثیر منفی بر شاخص همراه بود.

همچنین نمادهای بانک ملت، بانک تجارت، پالایش نفت اصفهان، ملی صنایع مس ایران، گسترش سرمایه‌گذاری، فولاد مبارکه اصفهان و گلوکوزان در گروه نمادهای پربیننده قرار داشتند. گروه فلزات اساسی هم در معاملات این روز صدرنشین برترین گروه‌های صنعت شد و در این گروه یک میلیارد و ۳۲۲ میلیون برگه سهم به ارزش ۳۰ هزار و ۱۱۳ میلیارد ریال داد و ستد شد. شاخص فرابورس نیز بیش از ۳۲ واحد رشد داشت و بر روی کانال ۱۶ هزار و ۶۳ واحد ثابت ماند. در این بازار ۳ میلیارد و ۷۵۱ میلیون برگه سهم به ارزش بیش از ۶۶ هزار و ۸۴۶ میلیارد ریال داد و ستد شد.

نمادهای سنگ آهن گهرزمین (کگهر)، سهامی ذوب آهن اصفهان (ذوب)، پتروشیمی مارون (مارون)، توسعه مولد نیروگاهی چهارم (یچهرم)، پتروشیمی تندگویان (شگویا)، مدیریت انرژی تابان هور (وهور)، شرکت آهن و فولاد ارفع (ارفع)، گروه صنایع کاغذ پارس (چکاپا)، اعتباری ملل (وملل)، پالایش نفت شیراز (شسراز)، نیروگاه زاگرس کوثر (بزاگرس) و پالایش نفت لاوان (شلاوان) تاثیر مثبت بر شاخص این بازار را داشتند. همچنین نمادهای پتروشیمی زاگرس (زاگرس)، فولاد هرمزگان جنوب (هرمز)، سهامی ذوب آهن اصفهان (ذوب)، گروه سرمایه‌گذاری میراث فرهنگی (سمگا)، بیمه کوثر (کوثر)، گروه توسعه مالی مهر آیندگان (ومهان)، سرمایه‌گذاری صبا تامین (صبا)، توکاریل (توریل) و ویتنا (غویتا) با تاثیر منفی بر شاخص این بازار همراه بودند.

هیات مدیره سازمان بورس تصویب کرد

کاهش ۲۰ درصدی کارمزد معاملات بازار سرمایه

سازمان بورس کاهش ۲۰ درصدی کارمزد معاملات را به مدیران عامل بورس، فرابورس، سپرده‌گذاری مرکزی، مدیریت فناوری و رایان بورس اعلام کرد که از اول مردادماه اجرایی می‌شود.

به گزارش پایگاه خبری بازار سرمایه ایران، هیات مدیره سازمان بورس و اوراق بهادار با هدف کاهش هزینه‌های سرمایه‌گذاری، تشویق سرمایه‌گذاران فعال در بازار سرمایه و انجام اقدامات لازم به منظور حمایت از حقوق و منافع سرمایه سرمایه‌گذاران در بازار اوراق بهادار از طریق تخصیص کارمزد ارکان به صندوق تثبیت بازار سرمایه و صندوق سرمایه‌گذاری مشترک توسعه بازار سرمایه، کاهش و تخصیص کارمزدهای ارکان بازار از معاملات سهام و حق تقدم سهام در بورس اوراق بهادار تهران و فرابورس را تصویب کرد.

شاخص بورس در ۲ ماه چقدر رشد کرد؟

شاخص بورس از ابتدای امسال در مدت ۶۲ روز معاملاتی، با ثبت بیش از ۹۰۶ هزار واحد رشد، یازدهمی ۱۷۶ درصدی را در این مدت نصیب سرمایه‌گذاران خود کرده است.

به گزارش مهر، در جریان معاملات بورس و اوراق بهادار در سال جاری در مدت ۶۲ روز معاملاتی، تعداد ۵۳۵ میلیارد و ۹۹۳ میلیون سهم و حق تقدم به ارزش ۵۷۶۲ هزار و ۴۴۱ میلیارد ریال در ۷۸ میلیون و ۲۴۰ هزار و ۱۸ دفعه در بورس و اوراق بهادار مورد معامله قرار گرفته است. همچنین بررسی معاملات بازار سهام به تفکیک بازار نشان می‌دهد در این مدت ۳۱۹ میلیارد و ۹۱۴ میلیون سهم به ارزش ۲۹۱۶ هزار و ۵۶۷ میلیارد ریال در ۳۵ میلیون و ۵۷ هزار و ۱۲ نوبت در بازار اول، ۲۰۱ میلیارد و ۷۴۳۹۱۴ میلیون سهم به ارزش ۲۶۴۰ هزار و ۵۸۶ میلیارد ریال در ۴۲ میلیون و ۱۶۳ هزار و ۱۶ نوبت در بازار دوم، ۱۹ میلیون و ۸۰۰ هزار برگه به ارزش ۱۹ هزار و ۵۴۹ میلیارد ریال در ۵ هزار و ۳۴۸ نوبت در بازار بدهی، ۱۴۸۰ هزار قرارداد به ارزش ۲،۴۰۵ میلیارد ریال در ۵۳ هزار و ۹۸۲ نوبت در بازار مشتقه و ۱۴ میلیارد و ۳۱۵ میلیون واحد از صندوق‌های سرمایه‌گذاری قابل معامله در بورس تهران به ارزش ۱۸۳ هزار و ۵۳۳ میلیارد ریال در ۹۶۰ هزار و ۶۶۰ نوبت مورد معامله قرار گرفته است

شاخص کل نیز که معاملات امسال بورس را از ارتفاع ۵۱۲ هزار و ۹۰۰ واحد آغاز کرده است، تاکنون با ۹۰۶ هزار و ۵۵۳ واحد رشد، معادل ۱۷۶،۷۵ درصد افزایش را به ثبت رسانده است. شاخص بازار اول نیز در این مدت با رشد ۷۰۴ هزار و ۴۲۴ واحدی و شاخص بازار دوم با رشد یک میلیون و ۶۶۳ هزار و ۳۲ واحدی به ترتیب ۱۹۴،۲ و ۱۵۲،۸۴ درصد افزایش داشته‌اند.

مدیرعامل بورس کالا در مجمع عمومی از توسعه ابزارهای مالی خبر داد

بورس کالا در مسیر تبدیل به بزرگ‌ترین بازار کالایی منطقه



پیش از آن بودیم که حکایت از تداوم فعالیت و رشد بازارها دارد.

سلطانی‌نژاد عنوان کرد: بورس کالای ایران در سیزدهمین سال فعالیت خود توانسته به عنوان یکی از مهم‌ترین ارکان بازار سرمایه نقش پررنگ و اثرگذاری در اقتصاد کشور به خصوص در برآورده کردن نیاز بخش‌های مختلف اقتصاد به ویژه صنایع فلزی، پتروشیمی و شیمیایی ایفا کند.

به گفته وی، کشف قیمت بر مبنای عرضه و تقاضا، کاهش هزینه‌های مبادلات به واسطه تسهیل دسترسی به اطلاعات بازار، افزایش نقدشوندگی بر پایه ایجاد بازار ثانویه برای معاملات، ایجاد سازوکار تامین مالی و سوق دادن آن به سمت صنایع توجیه‌پذیر و همچنین ایجاد امکان پوشش ریسک از جمله کارکردهای بورس کالای ایران در راستای رونق اقتصادی و جهش تولید به شمار می‌رود.

سلطانی‌نژاد اظهار داشت: بورس کالای ایران در سال ۹۹ که با شعار «جهش تولید» نام گذاری شده است در صدد است با به کارگیری ظرفیت‌ها و توانمندی‌های خود در بازار سرمایه همچون گذشته سهم شایانی در حمایت از زنجیره تولید کشور از طریق ارتقای شفافیت، کارایی و سلامت بازار داشته باشد.

مدیرعامل بورس کالای ایران سپس به اهم دستاوردهای سال ۹۸ در بازارهای مشتقه، مالی و فیزیکی اشاره کرد و گفت: راه‌اندازی قراردادهای آتی پسته، ایجاد زیرساخت‌های لازم جهت مدیریت ریسک لحظه‌ای قراردادهای آتی و راه‌اندازی تابلوی آنلاین جدید اختیار معامله از مهم‌ترین اقدامات بازار مشتقه بود؛ پذیرش و انتشار اوراق سلف موازی استاندارد محصولات و شرکت‌های جدید، راه‌اندازی معاملات گواهی سپرده زعفران، زیره سبز و پسته و پذیرش ۱۱ انبار برای این محصولات، پذیرش خزانه سکه طلای جدید و راه‌اندازی معاملات گواهی سپرده کالایی سکه طلا و همچنین افزایش ظرفیت خزانه‌های سکه و تدوین دستورالعمل معاملات حق امتیاز نیز از مهم‌ترین اقدامات بازار مالی در سال ۹۸ بود.

سلطانی‌نژاد در ادامه استقرار سامانه جدید مدیریت تضامین، ثبت ۵۴ عرضه‌کننده جدید، انتقال سیستمی وجوه جرائم توسط اتاق پایاپای، راه‌اندازی سیستم تسویه خودکار قراردادهای نقدی، راه‌اندازی سیستم تسویه نقدی- اعتباری و هماهنگی با بانک مرکزی درخصوص امکات

مدیرعامل بورس کالای ایران در اعلام برنامه‌های کلان سال ۹۹ از تمرکز ویژه این بورس بر توسعه ابزارهای مالی جدید خبر داد و گفت بورس کالا در تلاش است تا به بزرگ‌ترین بازار کالایی مشکل منطقه و مرجع پایدار قیمت کالاها و اوراق بهادار مبتنی بر کالا که در تولید آن‌ها دارای مزیت هستیم، تبدیل شود.

به گزارش پایگاه خبری بازار سرمایه ایران، مجمع عمومی عادی سالانه و فوق‌العاده شرکت در بورس کالای ایران صبح یکشنبه با حضور سهامداران این شرکت در مرکز همایش‌های بین‌المللی رازی برگزار شد که مدیرعامل بورس کالای ایران علاوه بر تشریح دستاوردهای سال ۹۸، اهم برنامه‌های این بورس در سال ۹۹ را تشریح کرد.

حامد سلطانی‌نژاد در ابتدای سخنرانی خود در مجمع عمومی به پیام هیات مدیره بورس کالا به سهامداران این شرکت اشاره کرد و گفت: بورس کالای ایران در راستای تحقق رهنمودها و منویات مقام معظم رهبری در سال ۹۸ با شعار سال «رونق تولید» به عنوان بزرگترین بازار مشکل معاملات کالایی و اوراق بهادار مبتنی بر کالا در کشور با مجموع ارزش معاملات نزدیک به ۱۷۰ هزار میلیارد تومان تلاش کرده است ضمن تعاملات سازنده و نزدیک با تمامی فعالان اقتصادی و با معرفی ظرفیت‌های متعدد سخت‌افزاری و نرم‌افزاری بورس کالا به تلاش عرصه‌های تولید، فعالان بازارهای مالی و تدوین‌کنندگان سیاست‌های اقتصادی کشور، ابزارهایی راهگشا و تسهیلگر جهت رسیدن به رونق تولید در عرصه اقتصاد ملی ارائه کند.

او با بیان اینکه بورس کالا در تلاش است تا به بزرگ‌ترین بازار کالایی مشکل منطقه و مرجع پایدار قیمت کالاهایی که در تولید آن‌ها دارای مزیت هستیم تبدیل شود، گفت: در بازار داخلی ضمن ایجاد درکی مشترک از توانمندی‌ها و ظرفیت‌های موجود، بورس کالا همچون سنوات گذشته به عنوان بستری امن و قابل اتکا جهت پاسخگویی به نیازهای بازار فعالان اقتصادی در راستای تحقق اهداف سال ۹۸ فعالیت کرد.

مدیرعامل بورس کالای ایران ادامه داد: بورس کالای ایران که در سال ۹۷ رتبه نخست را در میان بورس‌های کشور از نظر مجموع کل ارزش معاملات به خود اختصاص داده بود، در سال ۹۸ نیز شاهد رشد ۵۶ درصدی ارزش مجموع معاملات بازار فیزیکی در مقایسه با سال

آیامی دانید:

تنظیم درجه‌ی اسپیلت روی ۲۴، حدود ۲۵ درصد در کاهش مصرف برق موثر خواهد بود؟!

روابط عمومی شرکت برق استان گلستان



فراهم کردن شرایط خرید کالای ایرانی برای مشتریان داخلی



دولت صورت گرفت.

رئیس کمیسیون صنایع و معادن مجلس شورای اسلامی ادامه داد: دولت باید از تولیدکنندگان حمایت کند تا بتوانیم به محصولات با کیفیت برسیم. با اعلام سال جهش تولید برنامه وزارت صمت بر افزایش ۳۴ درصد تولید نسبت به سال گذشته است. او بیان کرد: باید به فکر تولیدکننده بود و تسهیلاتی برای آن‌ها در نظر گرفت. برای کاهش قاچاق باید فکر ارتقا کیفیت محصولات تولیدی باشیم که این کار با دلگرمی تولیدکننده انجام می‌شود. تالاری پشستی گفت: باید بتوانیم نیاز بازار داخلی را تامین کنیم و نگاهی جدی‌تر به توسعه بازارهای صادراتی داشته باشیم. عزم صنعتگران برای کمک به تحقق اهداف عالی باید بیش از گذشته جزم شود و برنامه‌های اجرایی در واحدهای تولیدی را اجرا کند.

رئیس کمیسیون صنایع و معادن مجلس شورای اسلامی ادامه داد: از دولت تقاضا داریم که به مشکلات تولیدکنندگان رسیدگی کنند و همه دست به دست دهیم مشکلات را برطرف کنیم. تالاریشتی گفت: باور دارم با توان تولیدکنندگان می‌توانیم موانع را از سر راه برداریم و این توان بالقوه در کشور تبدیل به توانمندی بالفعل شود. به گفته این مقام مسئول باید بتوان محصولات داخلی را ارتقا و جایگزین محصولات خارجی کرد. باید منشأ نظر در ارتقا محصولات فعالیت تولیدکنندگان باشد، باید ساز و کاری ایجاد کرد تا مشتریان داخلی بتوانند به راحتی کالای ایرانی را بخرند.

قیمت تخم مرغ اعلام شد

تولیدی صورت گرفته و توزیع گسترده و کافی تخم مرغ با حداقل سود عمده و خرده‌فروشی در مراکز یادشده در حال انجام است. صادرات تخم مرغ متوقف شد همچنین براساس تصمیمات کارگروه تنظیم بازار به منظور استفاده از ظرفیت تشکل‌ها و اتحادیه‌های تولیدی، تنظیم بازار تخم مرغ برعهده اتحادیه مرکزی مرغداران میهن قرار گرفته و در شرایطی که قیمت تخم مرغ در کشور روند افزایشی داشته است، با هماهنگی صورت گرفته با اتحادیه ذی‌ربط صادرات تخم مرغ تا زمان تنظیم بازار داخلی متوقف شد.

وزن آن در حدود ۲۰۰۰۰ تومان تعیین شد. همچنین سازمان حمایت تاکید کرده که فروش تخم مرغ با قیمت‌های بالاتر از قیمت مصوب تخلف و در صورت مشاهده برخورد قانونی لازم با متخلفان، قانونی خواهد شد. این در حالی است که سازمان‌های صمت استانی صورت می‌گیرد. تولیدکنندگان و در روزهای اخیر قیمت هر شانه تخم مرغ در سطح خرده‌فروشی‌ها به ۳۲ هزار تومان هم رسیده است. البته طبق اعلام سازمان حمایت هماهنگی لازم با سازمان میادین میوه و تره بار شهرداری، فروشگاه‌های زنجیره‌ای و تشکل‌های

اکبری گفت: باید ساز و کاری ایجاد کرد تا مشتریان داخلی بتوانند به راحتی کالای ایرانی را بخرند. به گزارش باشگاه خبرنگاران جوان، عزت الله اکبری تالاری پشستی رئیس کمیسیون صنایع و معادن مجلس شورای اسلامی گفت: صنعت لوازم خانگی بخش مهمی از صنعت ملی است که با داشتن بیش از ۶۰۰ واحد تولیدی در سراسر کشور به اشتغال مستقیم و غیر مستقیم بیش از هزار نفر کمک کرده است. او در خصوص بحث صادرات لوازم خانگی بیان کرد: صادرات باید فناور محور باشد تا بتوان با نمونه‌های خارجی رقابت کرد. تجمیع واحدهای تولیدی در شهرک‌های صنعتی حومه پایتخت که دارای زیرساخت‌های لازم و بالفعل هستند، کار پسندیده‌ای بود که توسط

سازمان حمایت طی اطلاعیه‌ای اعلام کرد که قیمت هر شانه تخم مرغ ۳۰ عددی بسته به وزن آن، حدود ۲۰۰۰۰ تومان تعیین شده و با هرگونه افزایش قیمت تخم مرغ بیش از نرخ مصوب برخورد قانونی خواهد شد. به گزارش ایسنا، در این اطلاعیه علت افزایش قیمت تخم مرغ، افزایش هزینه‌ها از جمله حقوق و دستمزد، حمل و نقل، خوراک و ... و همچنین حفظ و استمرار تولید، عنوان شده که بر این اساس سقف قیمت هر کیلوگرم تخم مرغ در مرغداری حداکثر ۹۵۰۰۰ ریال قیمت مصرف‌کننده هر شانه تخم مرغ ۳۰ عددی بسته به

اخبار

چرا اجرای طرح الگوی کشت محقق نشد؟

شفاف‌سازی قیمت خرید تضمینی محصولات پیش‌نیاز الگوی کشت

بنابر اعلام وزارت جهاد کشاورزی، فاز اول الگوی کشت از شهریورماه اجرا می‌شود اما کارشناسان این زمان را برای برنامه‌ریزی تولید سال آینده دیر می‌دانند. به گزارش باشگاه خبرنگاران جوان، با وجود تصویب لایحه الگوی کشت از سال ۸۸ در مجلس شورای اسلامی و تذکرات متعدد به وزارت جهاد کشاورزی، اما این مصوبه به بهانه‌های مختلف اجرا نشد. این در حالی است که بنابر اظهارات وزیر جدید کشاورزی و معاونان این وزارتخانه، فاز اول مصوبه الگوی کشت از شهریور امسال اجرا می‌شود و بدین منظور قطب‌های تولید محصولات در کشور مشخص شده و با در نظر گرفتن اقتصاد تولید، طرح آماده اجرا شده است. اجرایی نشدن این طرح طی سال‌های اخیر مشکلات زیادی برای کشاورزان ایجاد کرد و باعث دورریزی محصولاتی همچون گوجه فرنگی، پیاز و سیب زمینی و متضرر شدن تولیدکنندگان در سال‌های متوالی شد، از این رو نمایندگان تشکل‌ها و اتحادیه‌های صنفی معتقدند که وزارت جهاد کشاورزی به عنوان متولی تولید تا پایان تیرماه باید الگوی کشت متناسب با شرایط هر منطقه را اعلام کند تا کشاورزان بتوانند برنامه‌ریزی‌های لازم برای کشت را انجام دهند تا همانند سال‌های قبل با کشت سلیقه‌ای، بازار خرده پا ایجاد نکنند که مدیریت آن دشوار باشد. ماجرا تنها به اینجا ختم نمی‌شود چراکه معاونت امور زراعت وزارت جهاد کشاورزی از تعرفه‌های ترجیحی انرژی در استان‌های مختلف به عنوان ابزار حمایتی خبر داده است به طوری که قیمت حامل‌های انرژی در استان‌ها را برای کشاورزان طوری تنظیم کنند که کشت آنها مطابق با الگوی کشت تعریف شده پیش رود، تا با متفاوت بودن قیمت حامل‌های انرژی در استان‌ها، کشاورزان در مسیر اجرای الگوی تولید قرار بگیرند. محمد شفیع ملکزاده، رئیس نظام صنفی کشاورزی و منابع طبیعی در گفت و گو با خبرنگار صنعت، تجارت و کشاورزی باشگاه خبرنگاران جوان با انتقاد از بی‌توجهی به مصوبه اجرای الگوی کشت اظهار کرد: ابزارهای لازم برای اجرای مصوبه الگوی کشت در وهله اول جمع‌آوری اطلاعات دقیق از بخش کشاورزی و اجرای آمایش سرزمین است. وی با اشاره به اینکه اجرای مصوبه الگوی کشت مستلزم آمار و اطلاعات دقیق است، افزود: وزیر جهاد کشاورزی، فردی را برای تهیه سیستم یکپارچه اطلاعاتی گذاشته است تا اطلاعات دقیق را بر مبنای راست‌آزمایی جمع‌آوری کند که پیش‌نیاز مصوبه الگوی کشت است.

برنامه‌ای برای افزایش قیمت شکلات نداریم

افت ۳۰درصدی فروش شیرینی و شکلات

مغازه‌ای گفت با توجه به گسترش کرونا، کاهش قدرت خرید خانوار و همچنین افت فروش طی ماه‌های اخیر، برنامه‌ای برای افزایش قیمت شکلات نداریم. جمشید مغازه‌ای، رئیس انجمن بیسکویت، شیرینی و شکلات در گفت و گو با باشگاه خبرنگاران جوان، با اشاره به چالش‌های پیش روی تولیدکنندگان شکلات اظهار کرد: بازار گانسی دولتی، روغن موردنیاز یک ماهه صنعت را تامین کرده و هم‌اکنون کارخانه‌ها با مشکل کمبود شکر رو به رو هستند. او افزود: علی‌رغم آنکه شکر بالاتر از نرخ مصوب توزیع می‌شود، اما به سبب کمبود عرضه، تولیدکنندگان شیرینی و شکلات در تنگنا هستند. مغازه‌ای ادامه داد: اگرچه نرخ مصوب هر کیلو شکر ۶ هزار و ۲۰۰ تومان تعیین شده است، اما هم‌اکنون با نرخ ۷ هزار و ۶۰۰ تا ۷ هزار و ۹۰۰ تومان به میزان کافی در دسترس تولیدکنندگان نیست.

رئیس انجمن بیسکویت و شکلات از کاهش ۳۰درصدی فروش شکلات و شیرینی خبر داد و گفت: با گسترش ویروس کرونا، تقاضا برای خرید شیرینی و شکلات به دلیل لوکس بودن این کالا در سبد مصرفی کاهش یافته است. او با اشاره به اینکه برنامه‌ای برای افزایش قیمت شیرینی و شکلات نداریم، بیان کرد: با گسترش ویروس کرونا و کاهش قدرت خرید خانوار در افزایش قیمت باید احتیاط کرد، در غیر این صورت افت بیشتری شامل این صنعت می‌شود. این مقام مسئول درباره آخرین وضعیت صادرات شیرینی و شکلات گفت: با گسترش ویروس کرونا و بسته شدن مرزها، از آنجایی که صادرات تا حدودی احتیاط‌پذیر است، به دلیل فسادپذیری کالا باید احتیاط بیشتری در صادرات صورت گیرد.

مغازه‌ای ادامه داد: سال گذشته مجموع ارزآوری حاصل از صادرات شکلات، ۴۰۰ تا ۵۰۰ میلیون دلار بوده که نسبت به مدت مشابه سال ما قبل ۲۰ تا ۳۰درصد کاهش یافته است.

رئیس انجمن بیسکویت، شیرینی و شکلات در پایان تصریح کرد: با توجه به شرایط فعلی مرزها و کمبود مواد اولیه نمی‌توان پیش‌بینی دقیقی راجع به صادرات تا پایان سال داشت.

۲۰ پیشنهاد عملیاتی برای رفع رسوب کالا

از تشکیل کمیته ترخیص تا پیاده‌سازی کامل مقررات متروکه

معاون فنی گمرک ۲۰ پیشنهاد عملیاتی و قانونی برای رفع چالش رسوب کالا در گمرکات و بنادر کشور ارائه کرده است. به گزارش خبرنگار اقتصادی خبرگزاری تسنیم، مهرداد جمال ارونقی معاونت فنی گمرک جمهوری اسلامی ایران در مکاتبه با مدیرکل پیشگیری امنیتی و انتظامی قوه قضائیه پیشنهاداتی را در راستای رفع مشکلات مربوط به دیو، ایستایی و رسوب احتمالی کالاهای وارده به قلمرو سیاسی کشور مطرح کرده است. این مشکلات در حوزه‌هایی نظیر بنادر، مناطق آزاد تجاری-صنعتی و ویژه اقتصادی و اماکن گمرکی، پیشنهادات کارشناسی ذیل ارائه می‌گردد. باید توجه داشت در صورت تصویب و اقدام درخصوص موارد پیشنهادی، موضوع انباشت یا رسوب کالاها در بنادر، مناطق ویژه و آزاد، همچنین گمرکات کشور، به حداقل خواهد رسید. با عنایت به اینکه پیشنهادات ارائه شده ناظر بر آینده است، جهت تعیین تکلیف موارد قبل و حال حاضر نیز پیشنهادات لازم ارائه گردیده است:

در این مجموعه پیشنهادات به مواردی مثل تشکیل کمیته ویژه ترخیص کالا به ریاست وزیر اقتصاد، تامین ارز فوری کالاهای اساسی و با تعیین سقف زمانی برای افتتاح مجوز ثبت سفارش کالاهای وارداتی و همچنین متروکه شدن فوری کالاهایی که صاحبان آنها برای ترخیص به گمرک مراجعه نمی‌کند، اشاره شده است.

ورود مجلس به موضوع افزایش نرخ بیمه شخص ثالث

نماینده مردم بناب در مجلس با بیان اینکه مردم توان پرداخت حق بیمه برای دریافت بیمه شخص ثالث خودرو را ندارند، از ورود مجلس به این موضوع برای تعدیل قیمت‌ها خبر داد. محمد باقری بنایی در گفت‌وگو با خبرنگار خبرگزاری خانه ملت با اشاره به افزایش افسار گسیخته نرخ بیمه شخص ثالث خودرو، اظهار کرد: این موضوع نیاز به ساماندهی دارد؛ در حال حاضر ا فشار متوسط جامعه قادر به پرداخت رقم در نظر گرفته شده برای خودروی خود نیستند. نماینده مردم بناب در مجلس یازدهم با یادآوری اینکه البته افزایش نرخ بیمه شخص ثالث به تبع افزایش نرخ دیه در کشور بوده است، افزود: در عین حال نرخ بیمه نیاز به تعدیل دارد تا همگان قادر به بیمه خودروی خود باشند. وی با بیان اینکه افزایش نرخ بیمه و بیمه نشدن خودروها آسیب‌های جبران‌ناپذیری برای جامعه به دنبال دارد، ادامه داد: قطعا مجلس به ویژه کمیسیون اجتماعی و کمیسیون اقتصادی به این موضوع ورود خواهد کرد تا با در نظر گرفتن منابعی برای شرکت‌های بیمه در بودجه سال آینده، نرخ بیمه را تا حدی تعدیل کنیم. بنایی یادآور شد: در حال حاضر نرخ بیمه سالانه ۲ میلیون تومان آن هم برای خودرویی که خودروی ارزنده‌ای نبوده به هیچ عنوان منطقی نیست و این ارقام باید مورد تجدید نظر قرار گیرد. عضو کمیسیون اقتصادی مجلس تصریح کرد: وظیفه مجلس نظارت بر حسن اجرای قانون است و در این زمینه نیز با استفاده از بعد نظارتی مجلس منجر به اصلاح قیمت‌ها خواهیم شد.

برای هر خودرو چند بار کارت سوخت صادر می‌شود؟

پس از سهمیه‌بندی بنزین، استفاده از کارت سوخت الزامی شد. در این بین درخواست‌های متعددی برای دریافت کارت سوخت المثنی به وجود آمد که طبق گفته‌های سخنگوی شرکت ملی پخش فرآورده‌های نفتی، محدودیتی برای توزیع کارت سوخت المثنی برای متقاضیان وجود ندارد. به گزارش بخش اقتصادی سایت خبرمهم، فاطمی کاهی، با بیان اینکه لازم است افراد در نگهداشت کارت سوخت خود دقت کافی را داشته باشند، تصریح کرد: اگر به هر دلیلی مالک خودرو تقاضای کارت سوخت المثنی داشته باشند، کارت برای آن فرد صادر می‌شود. وی با تاکید بر اینکه این موضوع به معنای این نیست که برای هر خودرو دو بار کارت سوخت صادر شود، اظهار کرد: در شرایط مفقود شدن کارت یا دلایل دیگر کارت سوخت المثنی جدید صادر می‌شود و این مسئله محدودیتی ندارد. از بامداد روز جمعه ۲۴ آبان، بنزین سهمیه‌بندی شد و بر این اساس قیمت بنزین معمولی سهمیه‌ای (ماهانه ۶۰ لیتر برای خودروهای شخصی) از قرار هر لیتر ۱۵۰۰ تومان، قیمت بنزین معمولی غیرسهمیه‌ای از قرار هر لیتر ۳۰۰۰ تومان و قیمت بنزین سوپر نیز از قرار هر لیتر ۳۵۰۰ تومان تعیین شد. کنترل مصرف سوخت با توجه به میانگین بالای مصرف سوخت، افزایش توان صادرات، مبارزه با قاچاق سوخت و اختصاص منابع حاصل از مدیریت مصرف به مردم به ویژه اقشار ضعیف و کم‌درآمد به صورت مستقیم و نیز کاهش آلودگی هوا در کلانشهرها و شهرها از جمله اهداف اجرای طرح سهمیه‌بندی بنزین اعلام شده است.

چگونه می‌توان میزان تقاضای واقعی بازار خودرو را مشخص کرد؟

بازگشت تحریم‌ها و به همراه آن افت تولید شرکت‌های خودروساز منجر به ایجاد شکاف عمیق قیمتی میان کارخانه و بازار شد. حال در شرایطی وضعیت موجود زمینه‌ساز ورود سرمایه‌های سرگردان به بازار شده که تقاضای واقعی و کاذب به نوعی درهم تنیده و امکان تفکیک میان آنها سخت و دشوار شده است. به گزارش پال نیوز، همزمان با رومایی از بسته فروش خودرو از اواخر اردیبهشت‌ماه و قرعه‌کشی میان متقاضیان فروش فوق‌العاده و پیش‌فروش، اظهارنظرهای زیادی در مورد تقاضای واقعی و کاذب از سوی مسئولان صنعتی کشور شنیده می‌شود. به‌طوری‌که سرپرست وزارت صمت در اظهارانی بخشی از تقاضای موجود در بازار خودرو را کاذب و ناشی از سوداگری می‌داند و معاون طرح برنامه وی نیز تقاضای واقعی بازار را یک میلیون و ۱۰۰ هزار دستگاه خوانده است. این اظهارنظرها همراه با ثبت حدود ۶ میلیون متقاضی آن هم برای ۲۵ هزار خودرو در فروش فوق‌العاده کلید خورد. حال با توجه به شرایط کنونی سیاست‌گذار کلان خودرو به دنبال آن است تا با اتخاذ سیاست‌هایی، امکان تفکیک میان این دو تقاضا را مهیا و با برنامه‌ریزی منطقی به تقاضای واقعی پاسخ داده و زمینه را برای خروج تقاضا به قصد کسب سود از بازار مهیا کند. مسئولان ارشد وزارت صمت و مدیران خودروساز با استناد به تحلیل‌های کارشناسی صورت گرفته معتقدند نیاز واقعی بازار خودرو در حال حاضر یک میلیون تا یک میلیون و ۱۰۰ هزار دستگاه است، این در حالی است که تعداد افراد شرکت‌کننده در دو طرح فروش فوق‌العاده و پیش‌فروش نزدیک به ۶ میلیون نفر بود. حال این سوال مطرح است که چگونه می‌توان میزان تقاضای واقعی بازار را مشخص کرد؟ بازار خودرو در سال ۹۶ یعنی سال برجام، تقاضای معادل یک میلیون و ۴۰۰ هزار دستگاه را در خود جای داده بود که با توجه به فاصله اندک میان قیمت‌های بازار و کارخانه می‌توان گفت بخش قابل توجهی از این تعداد تقاضا را تقاضای واقعی تشکیل می‌داد با این حال بازگشت تحریم‌ها سبب شد تا تیراژ تولید خودروسازان با افت همراه شود. کاهش عرضه خودروسازان و به دنبال آن شرایط حاکم بر اقتصاد کشور از آغاز تحریم‌ها سبب شد خودرو از صف کالاهای مصرفی جدا شود و در میان کالای سرمایه‌ای قرار گیرد. در این میان فاصله قیمتی کارخانه و بازار باعث شد تا بازار این کالای برای دارندگان سرمایه‌های سرگردان جذاب شود. کلید تقاضای کاذب، با ورود این سرمایه‌ها به بازار خودرو زده شد. با اوج‌گیری تقاضا برای این کالا طی دو سال گذشته به نظر می‌رسد متر و معیار مشخصی برای تمیز دادن تقاضای واقعی و کاذب در بازار خودرو نداشته باشد. با این شرایط در علم اقتصاد در مورد «تفکیک تقاضا» عنوان شده که اساسا نمی‌توان تفکیکی میان تقاضاهای موجود در بازار قائل شد. همچنین تاکید شده که تقسیم تقاضا به تقاضای واقعی و غیرواقعی جایی در علم اقتصاد ندارد زیرا هر تقاضایی که در بازار ابراز می‌شود فارغ از اینکه قصد متقاضی آن، استفاده مستقیم از آن کالا است یا به دنبال این است که از سود خرید و فروش آن کالا استفاده کند، به‌عنوان تقاضای واقعی محسوب شده و باید طرف عرضه به تقاضای ارائه‌شده پاسخ مناسب بدهد. حال که سیاست‌گذار کلان خودرو به دنبال این است که تقاضای واقعی را از تقاضا به منظور کسب سود تمیز دهد و با یک برنامه‌ریزی اصولی، خودرو را به دست مصرف‌کننده واقعی برساند به نظر می‌رسد که نیاز است ابتدا پارامترهای مؤثر بر تقاضای واقعی بررسی شود. آنچه مشخص است، تقاضای واقعی برای خودرو از یک‌سری پارامترها تاثیر می‌پذیرد، تعداد گواهینامه‌های رانندگی صادرشده در هر سال را می‌توان به‌عنوان اولین آیتم اثرگذار در این زمینه مورد توجه قرار داد. آیتم بعدی که باید در این زمینه مورد توجه باشد ضریب نفوذ خودرو در جامعه است. بررسی‌ها نشان می‌دهد ضریب نفوذ خودرو در کشور در مقایسه با کشورهای پیشرفته کمتر است و این مسئله روی بحث تقاضای واقعی اثرگذار است.



به نمایشگاه‌دار برای فروش نمی‌سپارد و خود به صورت مستقیم ضمن انتشار آگهی در فضای مجازی اقدام به فروش می‌کند. البته در این میان بازار دلالی هم رونق دارد و آنها هم برای کسب سود بیشتر بر طبل گرانی خودرو زده و رقم‌های غیرواقعی را اعلام می‌کنند. جالب اینجاست هنوز مسئولان فکری به حال بازار نکرده و به نوعی آن را رها کرده‌اند تا در نهایت خود به سمت ارزانی و رونق پیش رود. مشاهده قیمت‌ها در بازار نشان می‌دهد هنوز افزایش قیمت‌ها در خانواده ۲۰۶ ادامه دارد. پژو ۲۰۶ تیپ ۲ که دو هفته پیش ۱۱۸ تا ۱۱۹ میلیون تومان به فروش می‌رسید امروز ۱۲۸ میلیون تومان رسیده و پژو ۲۰۶ تیپ ۵ هم از ۱۵۵ میلیون تومان به ۱۷۰ میلیون تومان رسیده است. علاوه بر این سمند EF۷ دوگانه‌سوز هم ۱۶۲ میلیون تومان، پراید ۱۳۱ قیمت ۷۶ میلیون تومانی را ثبت کرده است. تیبیا ۲ هم ۹۱ میلیون تومان، تیبیا معمولی ۸۷ میلیون تومان و پژو پارس ۱۵۴ میلیون تومان قیمت‌گذاری شده است.

دولت منابع مالی قطعه‌سازان را مستقیما تامین کند

بخش اعظمی از آن به واردات قطعه از خارج مربوط می‌شود که به دلیل تحریم و مشکلات نقل و انتقال ارز خودروسازان در خرید قطعات از خارج با موانعی مواجه هستند و مادامی که مشکلات سیاسی کشور حل و فصل نشود این موضوع به قوت خود باقی خواهد ماند. رزمخواه با بیان این مطلب که حذف ارز نیمایی و جایگزینی آن با ارز صادراتی موجب افزایش هزینه‌های قطعه‌سازان شده، خاطرنشان کرد: ارز صادراتی پاسخگوی نیازهای ارزی قطعه‌سازان نیست چراکه تمام قطعه‌سازان امکان دسترسی به ارز حاصل از صادرات را ندارند و تنها بخشی از قطعه‌سازان از این امر منتفع خواهند شد بنابراین قطعه‌سازانی که به مرحله صادرات قطعه دست پیدا نکرده‌اند با مشکلاتی مواجه خواهند شد.

در فضای مجازی رونق داشته و هر کس با توجه به شرایط و قیمت دلار اقدام به تعیین قیمت‌ها برای انواع خودروهای داخلی می‌کند. شرایط امروز بازار خودرو در حالی هر روز بدتر از روز گذشته می‌شود که با توجه به سیاست‌های مسئولان قرض‌ار بود ضمن تعیین قیمت‌های جدید بازار خودرو کنترل شده و حتی در قالب طرح‌های ویژه فروش توسط خودروسازان نیاز مشتریان در خرید خودرو تأمین شود، اما متأسفانه نه تنها بازار مدیریت نشده بلکه بی‌سامانی قیمت‌ها و رونق دلال‌بازی خرید را برای مصرف‌کننده واقعی سخت‌تر از گذشته کرده است.

در حال حاضر قیمت انواع خودروهای داخلی نسبت به دو هفته گذشته ۱۵ تا ۲۰ درصد گران شده و هنوز هم روند افزایشی ادامه کرد. در این شرایط آن دسته از فروشندگان خودرو که محصولات را از کارخانه تحویل گرفته‌اند هر روز با مشاهده افزایش قیمت ارز برای حفظ سرمایه خود رقم‌های مختلفی را برای خریداران آن‌هم فضای مجازی اعلام می‌کنند به نوعی کسی دیگر خودروی خود را

مصرف‌کننده‌ای که نتوانسته در بخت‌آزمایی قرعه‌کشی شرکت‌های خودروسازی برنده شود امروز سرگردان در بازار منتظر کاهش قیمت‌هاست تا متناسب با هزینه خود اقدام به خرید کند اما به نظر می‌رسد با وضعیت فعلی خرید خودرو برای مردم مشکل‌تر از گذشته شود.

به گزارش خبرنگار اقتصادی خبرگزاری تسنیم، در طول روزهای اخیر افزایش قیمت ارز عاملی شد تا رکود خرید و فروش در بسیاری از بازارها از جمله خودرو به وجود آید. البته بازار خودرو به واسطه قیمت‌های غیرمنطقی چند ماهی است با بی‌ رغبتی خریداران روبه‌رو است اما در دو هفته اخیر روند صعودی قیمت ارز باعث شد تا دیگر مشتری تمایلی به خرید خودرو در بازار نداشته باشد. در حال حاضر وقتی با نمایشگاه‌داران خودرو صحبت می‌کنیم از نبود مشتری گله‌مند بوده و می‌گویند ماشین ایرانی بیشتر دست دلالان یا مردم است ما خرید و فروش آنچنانی نداریم به نحوی که شاید روزانه معاملات به یک یا دو تا نرسد، از آن طرف بازار دلالی

عضو هیأت مدیره انجمن همگن قطعه‌سازان استان تهران از عدم به رسمیت شناخته‌شدن صنعت قطعه‌سازی و عدم تأمین نقدینگی مستقیم قطعه‌سازان توسط دولت انتقاد کرد.

محسن رزمخواه در گفت‌وگو با خبرنگار خبرخودرو، عنوان کرد: با توجه به اینکه دولت صنعت قطعه‌سازی را به رسمیت نمی‌شناسد و آن را زیرمجموعه‌ای از صنعت خودروسازی در نظر گرفته، کمک‌های مالی به قطعه‌سازان را از طریق خودروسازان انجام می‌دهد. این در حالی است که بارها پیشنهاد شده که کمک به صنعت قطعه سازی به صورت مستقیم انجام شود. زیرا هر زمانی که تأمین منابع مالی قطعه‌سازان از طریق خودروسازان انجام شده صرف جبران کسری نقدینگی خودروسازان شده و سهم ناچیزی از آن در اختیار قطعه‌سازان

قرار گرفته است. وی ادامه داد: علی رغم قول‌های وزارت صمت برای کمک به قطعه‌سازان اما تاکنون اقدامی در این زمینه صورت نگرفته و قطعه‌سازان با مشکل نقدینگی مواجه هستند. براساس برآوردهای انجام‌شده کمبود نقدینگی قطعه‌سازان در سال ۹۹ حدود ۲۰ هزار میلیارد تومان است و اگر دولت بتواند چنین رقمی را به صورت مستقیم (نه از طریق خودروسازان) در اختیار صنعت قطعه‌سازی قرار دهد قطعا تحول عظیمی در این صنعت به وجود خواهد آمد.

عضو هیأت مدیره انجمن همگن قطعه‌سازان استان تهران با اشاره به تأثیر کمبود نقدینگی قطعه‌سازان بر افزایش خودروهای ناقص تصریح کرد: کمبود قطعه خودروهای ناقص ناشی از دو مسئله است. قسمت ناچیزی از آن به امور داخلی و کمبود نقدینگی قطعه‌سازان برمی‌گردد

خودروسازان نقشی در تعیین قیمت خودرو ندارند

وی با بیان اینکه خودروساز با وجود تولید خودرو نقش حائز اهمیتی در تعیین قیمت ندارد، گفت: دولت با هدف تنظیم بازار در قیمت‌گذاری دخالت می‌کند و از طرف دیگر متقاضی نیز نقشی در کمیت، کیفیت، قیمت و انتخاب خودرو ندارد. نایب رئیس کمیسیون صنایع و معادن در مجلس شورای اسلامی بیان کرد: چرخه ناقص تولید خودرو منجر به نارضایتی خودروساز و متقاضی ناشی از زیاندهی تولید و عدم عرضه با قیمت واقعی شده و در این میان نوک پیکان افزایش قیمت‌ها نیز به سوی دولت نشانه رفته است.

جدی همچنین افزایش قیمت خودرو با وجود رکود بازار را ناشی از هیجانات کاذب دانست و گفت: تعداد ثبت نام‌کنندگان در طرح‌های فروش برای یک خودرو، نشانگر تقاضای بالا و عدم تناسب آن با عرضه است. وی تاکید کرد: در شرایطی که خودروسازان ملزم به پیروی از قیمت‌های دستوری شده‌اند و آن را عامل زیان می‌دانند، انگیزه افزایش تیراژ متناسب با تقاضا کاهش می‌یابد و همین امر موجب افزایش خودبه‌خودی قیمت‌ها در اوج رکود می‌شود. این نماینده مجلس شورای اسلامی ادامه داد: به این ترتیب خودرو

نایب رئیس کمیسیون صنایع و معادن در مجلس شورای اسلامی تاکید کرد افزایش خودبه‌خودی قیمت خودرو ناشی از هیجانات کاذب و الزام خودروسازان به پیروی از قیمت‌های دستوری است. علی جدی درخصوص دلایل افزایش قیمت خودرو اظهار داشت: عبور از موضوع افزایش قیمت خودرو به آسانی امکان‌پذیر نیست و این امر نیازمند اقدامات ریشه‌ای است. وی با بیان اینکه تعادلی میان عرضه و تقاضا برقرار نیست، گفت: در بازار سایر کشورها عرضه و تقاضا متأثر از یکدیگر هستند در حالی که در داخل کشور، نقطه مخالف این وضعیت را شاهد هستیم و در صورت عدم اصلاح، مشکلاتی نظیر افزایش قیمت خودرو را شاهد خواهیم بود. نماینده مردم شیروان در مجلس شورای اسلامی افزود: در هیچ جای دنیا، عرضه‌کننده محصول، قیمت و شرایط را برای تقاضا مشخص نمی‌کند بلکه تقاضا، تعیین‌کننده شرایط عرضه و بازار است. جدی ضمن تایید این موضوع که افزایش نرخ ارز و قیمت مواد اولیه در افزایش قیمت خودرو مؤثر است، گفت: میزان این تاثیر اگر زیاد باشد، متقاضی نیز تاثیر آن را بر قیمت‌ها درک می‌کند اما نوسانات قیمتی، غیرواقعی و ناشی از انحصاری بودن خودرو است.

بازار قطعات و تجهیزات بندری توسعه می‌یابد

یکی از اهداف زیست‌بوم فناوری و نوآوری در کشور توسعه بازارهای داخلی و بین‌المللی محصولات و خدماتی است که توسط متخصصان و جوانان ایرانی تولید می‌شود. یکی از صناعی که به شدت به محصولات فناورانه بومی نیاز دارد صنعت دریایی است؛ نیازهایی که قرار است با برگزاری یک رویداد فناورانه برای دانش‌بنیان‌ها و استارت‌آپ‌ها پاسخ داده شود.

مسیر بومی‌سازی صنایع بزرگ کشور از گذرگاه زیست‌بوم فناوری و نوآوری می‌گذرد. این گذرگاه به همت متخصصان و جوانان ایرانی هموار شده تا مسیری باشد برای تامین نیازهای داخلی با محصولات ایرانی. این اتفاق در دل زیست‌بوم فناوری و نوآوری معنا گرفته است؛ زیست‌بومی که در این چند سال با برگزاری رویدادهای فناورانه غنی‌تر و پرجمعیت‌تر شده است.



دریچه

روایتی تازه از زیست‌بوم استارت‌آپی ایران

مهدی عظیمیان زواره – مدیرکل توسعه شعب و پردیس‌های پارک فناوری پردیس و رئیس مرکز شتابدهی نوآوری

رقابت اقتصادی روزافزون در بین کشورهای جهان از یک سو و ارتقای فناوری‌های ارتباطی از سوی دیگر، باعث شده است تا کشورها در راستای توسعه اقتصادی خود علاوه بر توجه به منابع اقتصادی موجود، به دنبال ایجاد فعالیتهای اقتصادی نوین باشند. یکی از این فعالیته‌ها که اکثر کشورهای توسعه‌یافته و همچنین درحال توسعه به دنبال آن هستند، رشد و توسعه زیست‌بوم نوآوری و فناوری است. امروزه ارزش افزوده‌ای که یک زیست‌بوم فناوری و نوآوری پویا می‌تواند ایجاد نماید به مراتب بیشتر از ارزشی است که منابع زیرزمینی می‌تواند برای یک کشور خلق کند.

اصلی‌ترین پیشران زیست‌بوم نوآوری و فناوری، سرمایه‌انسانی است. در حال حاضر جوانان دارای مدارج عالی علمی در ایران به عنوان یک سرمایه عظیم تلقی می‌شوند. این منابع انسانی سرشار، اگر به صورت مناسب سازماندهی شوند، یک فرصت کم‌نظیر برای توسعه زیست بوم فناوری و نوآوری کشور محسوب می‌شوند. با این وجود، استفاده از این سرمایه انسانی برای توسعه زیست بوم، نیازمند یک موتور محرک است. این موتور محرک از زیرساخت‌های نرم‌افزاری و سخت‌افزاری تشکیل شده است. زمانی می‌توان شاهد اثربخشی این عوامل و زیرساخت‌ها در توسعه زیست‌بوم نوآوری و فناوری بود که ایجاد و توسعه این زیرساخت‌ها در قالب یک استراتژی مشخص و توسط یک نهاد آشنا به ادبیات فناوری و نوآوری انجام گیرد.

در صورت تشکیل یک زیست بوم پویا و حرکت صحیح آن می‌توان به حل مشکلاتی از قبیل بیکاری، معضلات اجتماعی، وابستگی افراطی به واردات امیدوار بود.

شکل‌گیری این زیست بوم و به عبارتی اکوسیستم، باعث جایگزینی روحیه کارآفرینی به جای روحیه کارمندی می‌شود که خود می‌تواند بار بزرگی از روی بودجه عمومی بردارد.

ایجاد این زیست بوم در کشور به صورت موجی بالنده از اوایل دهه ۹۰ شمسی شکل گرفت و در شکل‌گیری آن، معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری به عنوان بازیگر اصلی این جریان مطرح و شناخته شد. این معاونت تلاش کرد با شناخت دقیق ابعاد پدیده، نسبت به مدیریت، راهبری و هدایت آن و مهمتر از همه، بومی‌سازی فناوری اقدام کنند، در این بین دانش و تجربه پارک فناوری پردیس به عنوان یک نهاد قدیمی در عرصه فناوری کشور و زیرمجموعه معاونت علمی و فناوری، در شکل‌گیری این پدیده اثر قابل توجهی داشت.

در این راستا مرکز شتابدهی نوآوری با دستور معاون محترم علمی و فناوری رئیس جمهور، ذیل سازمان پارک فناوری پردیس، فعالیت خود را با محوریت کمک به شکل‌گیری و توسعه زیست‌بوم استارت‌آپی در کشور آغاز کرد.

سیاست‌های این مرکز در مسیر راهبری و مدیریت این زیست‌بوم، برمبنای توسعه همه جانبه زیست بوم استارت‌آپی کشور با محوریت بخش خصوصی و توسعه متوازن فعالیت استارت‌آپی در تمام استان‌های کشور استان‌های کشور برنامه‌ریزی شده است. گسترش فعالیت‌ها در حوزه‌های مختلف فناوری به ویژه حوزه‌های دارای اولویت در کشور و تلاش برای ورود بازیگران بالقوه این عرصه به فعالیتهای استارت‌آپی پایه‌گذاری شد و

پمپ‌های فشار قوی به صنایع رسید

پمپ‌های انتقال سیال یکی از تجهیزات مهم و اثرگذار در صنایع گوناگونی مانند نفت، گاز و فولاد هستند. نبود آنها تزریق مواد شیمیایی به چاه‌های نفت، لوله‌ها و مخازن را با مشکل مواجه می‌کند.

اکنون یک شرکت دانش‌بنیان با تکیه بر توان و تخصص نیروی داخلی خود طراحی و ساخت پمپ‌های صنعتی را انجام می‌دهد. در گذشته این تجهیزات وارداتی بود، اما از آنجا که دانش، توان و تخصص بومی‌سازی این فناوری در کشور وجود داشت. پس متخصصان در یک شرکت دانش‌بنیان برای بومی سازی آن اقدام کردند و موفق شدند. اکنون صنایع این پمپ‌ها را با کیفیتی بالا و قیمتی ارزان‌تر از داخل تهیه می‌کنند. آرش شورش، مدیر شرکت دانش‌بنیان پترو رهان پمپ گفت: پمپ‌های پلانجری یا پمپ‌های تزریقی و پرفشار یکی از محصولات دانش‌بنیان تولیدی ما است. در زمان تزریق مواد شیمیایی با درون چاه یا لوله نیاز است این مواد با فشاری بالاتر از فشار موجود در تاسیسات موردنظر وارد شوند. در این صورت نیاز به این تجهیزات



است. البته علاوه بر صنایع نفت، گاز و پتروشیمی در سایر صنایع مانند مواد غذایی و فولاد نیز کاربرد دارند. وی ادامه داد: اکنون با تکیه بر توان و تخصص نیروی انسانی داخل دانش فنی ساخت این تجهیزات را بومی کرده‌ایم و در مجموعه‌های همچون مجتمع گاز پارس جنوبی، نفت و گاز گچساران و شرکت مناطق نفت خیز جنوب این محصول جایگزین نمونه‌های خارجی شده است، چراکه از نظر کیفیت در حد نمونه‌های خارجی است و از سویی استفاده از آن مزایایی دارد که می‌توان به قیمت ارزان‌تر، وجود خدمات پس از فروش و ارائه قطعات یدکی اشاره کرد. شورش همچنین بیان کرد: از نظر فناوری ساخت قطعات گوناگون پمپ مانند سوپاپ‌ها، تجهیزات هیدرولیک و قدرت پمپ‌ها بومی‌سازی شده است. از سویی دانش فنی ساخت پلانجرها نیز بومی شده است. پلانجرها از جنس سرامیک هستند و دما و فشار بالا را تحمل می‌کنند از سویی مقاومت آنها به سایش بالا است.



کارزار تحریم تبلیغات فیس‌بوک

جالب‌توجهی را در توجیه حرکت خود بیان می‌کند. در بخش تبلیغ علیه معترضان به نژادپرستی را در پلتفرم خود می‌News اشاره می‌کنند که در فیس‌بوک به‌عنوان منبع خبر Caller هم به‌عنوان منبع بررسی حقایق خبری ذکر می‌ش با ناسیونالیست‌های سفیدپوست همکاری نزدیک دارند و به طرفداران کارزار، فیس‌بوک چشمان خود را به روی فعالیت در ادامه، بخشی از درخواست‌ها و بیانه‌های کارزار ضد

• پشتیبانی بیشتر از افرادی که هدف نژادپرستی، دین‌ست یک سیستم مجزا برای مدیریت کاربرانی ایجاد شود دیگر، هدف بی‌عدالتی قرار گرفته‌اند. این سیستم باید از کار تشکیل شود.

0 قابلیت مخصوص آزار یا صدمه در پلتفرم تعریف شده مستقیم برای مطرح کردن نگرانی‌های خود با کارمندان فیس‌بوک

0 اطلاعات کاملی پیرامون گزارش‌های دریافت‌شده مرتبط فیس‌بوک بگوید که در سال ۲۰۱۹ چه تعداد گزارش در ارتباط با واکنش‌ها و اقدام‌های شرکت به گزارش‌ها نیز باید منتشر • توقف درآمدزایی از اطلاعات غلط و محتوای آزاردهنده • سازوکارهای داخلی برای هر نوع محتوا در هر یک از محتوای غلط یا نفرت‌پراکنی را به‌صورت خودکار حذف کند

• پرتال تبلیغات در تمامی محصولات فیس‌بوک تغییر کند آن‌ها چند مرتبه در محتوایی نمایش داده شده که بعداً به • امکان درخواست بازگشت وجه برای تبلیغات نمایش دهد • اثبات عملکرد: گزارش‌ی شفاف و نظارت‌شده از توجه و ا

کارزاری علیه فیس‌بوک به راه افتاده است تا هرگونه درآمدزایی از تبلیغات در این پلتفرم را با تمرکز بر جلوگیری از نفرت‌پراکنی، تحریم کند. به گزارش زومیت، فیس‌بوک هدف سازمانی اصلی خود را این‌گونه تعریف می‌کند: «قدرت دادن به مردم برای ساختن یک جامعه و نزدیک‌تر کردن مردم جهان به یکدیگر». بسیاری کاربران و کارشناسان اعتقاد دارند غول شبکه‌های اجتماعی خصوصاً در ماه‌های اخیر در مسیری کاملاً برخلاف مأموریت و هدف اصلی قرار گرفته است. از نظر آن‌ها، فیس‌بوک به سمت ایجاد جدایی و اختلاف در جهان پیش می‌رود؛ حرکتی که تنها در مسیر اهداف رشد و افزایش تعامل در پلتفرم انجام می‌شود تا درنهایت به سودآوری بیشتر فیس‌بوک بینجامد. درواقع آن‌ها دیگر توجهی به تأثیر حرکت خود بر جامعه و حتی دموکراسی در نقاط گوناگون جهان ندارند.

در روزهای اخیر که ناآرامی‌ها در ایالات متحده اوج گرفت، فشار و انتقاد بر فیس‌بوک هم بیشتر شد. چند روز پیش، ائتلافی شامل گروه‌های مدنی Color of Change، NAACP، ADL، Sleeping Giants، Free Press و Common Sense Media تشکیل شد تا از تبلیغ‌دهنده‌های پلتفرم درخواست کنند که در ماه ژوئیه ۲۰۲۰، نمایش تبلیغ در فیس‌بوک و اینستاگرام را متوقف کنند. آن‌ها کارزاری به‌نام Stop Hate for Profit راه‌اندازی کردند که هدف آن، احطار دادن به غول شبکه‌های اجتماعی برای کنترل هرچه بیشتر نفرت‌پراکنی و نژادپرستی در پلتفرم‌هاست.

گروه مدنی Color of Change در بیانیه‌ای پیرامون کارزار اخیر علیه فیس‌بوک می‌گوید: فیس‌بوک مسئولیت رشد نفرت، تعصب و تبعیض را در پلتفرم خود نمی‌پذیرد. مسیرهای گوناگون از درآمدزایی از نفرت‌پراکنی تا سرکوب آرای مخالف و خصوصاً جلوگیری از شنیده شدن صدای سیاه‌پوستان، منجر به چنین رخدادی شده‌اند. همین روند باعث می‌شود تا فیس‌بوک مسیر مبتنی بر نژادپرستی خود را ادامه دهد و سالانه ۷۰ میلیارد دلار از شرکت‌های گوناگون درآمد کسب کند. شرکت‌ها امروز باید تصمیمی مهم بگیرند تا در سرکوب‌های نژادپرستانه علیه سیاه‌پوستان، با فیس‌بوک همکاری نکنند.

کارزار اخیر درواقع تلاش می‌کند تا شرکت‌های فعال در فیس‌بوک را به تفکر بیشتر دعوت کند. به‌رحال تعداد زیادی از شرکت‌ها به‌صورت عمومی حمایت خود را از جنبش ضدنژادپرستی Black Lives Matter اعلام کرده‌اند. آن‌ها اکنون باید با دقت بیشتر به عملکرد خود نگاه کنند چون شاید هزینه تبلیغات خود را در شرکتی انجام می‌دهند که به‌صورت واضح با ارزش‌های مذکور مخالفت می‌کند. وب‌سایت رسمی کارزار اخیر علیه فیس‌بوک، جزئیات

شتاب‌دهنده‌ها تا سقف ۵میلیارد ریال تسهیلات دریافت می‌کنند

آسیب‌ها در امان نماندند. معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری از همان روزهای نخست شیوع ویروس کرونا، تلاش کرد تا ضمن تامین محصولات موردنیاز برای مقابله با کرونا، آسیب‌های پیش

آمده برای این مراکز را نیز جبران کند. برای کاهش آثار این آسیب‌ها، بسته‌های حمایتی تدوین شده است که توسط صندوق نوآوری و شکوفایی پرداخت می‌شود.

از جمله بازیگران مهم زیست بوم نوآوری کشور که توسط معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری ایجاد شده‌اند، شتاب‌دهنده‌های شرکت‌های دانش‌بنیان هستند، این شتاب‌دهنده‌ها، با بهره‌گیری از منتورها و مدیران باتجربه، تیم‌ها و استارت‌آپ‌های فناور را به شرکت‌های دانش‌بنیان بالنده و

پویا تبدیل می‌کنند. برای کاهش آسیب‌های احتمالی که در اثر شیوع ویروس کرونا به این شتاب‌دهنده‌ها وارد شده است، بسته تسهیلات متفاوتی در نظر گرفته شده است.

شتاب‌دهنده‌ها یکی از بازیگران زیست بوم فناوری و نوآوری در کشور هستند که به کمک آنها افزایش تعداد شرکت‌های دانش‌بنیان سرعت گرفته است، اما هم‌زمان با شیوع کرونا در کشور در کنار سایر

کسب و کارها، آنها نیز از آسیب‌های ویروس جدید در امان نماندند. پس با در نظر گرفتن بسته حمایتی ویژه خدمت‌رسانی به آنها تسهیل می‌شود. بازیگران گوناگونی در زیست بوم فناوری و نوآوری نقش‌آفرینی می‌کنند. در طول شش سال اخیر، صدها شتاب‌دهنده، مرکز رشد، پارک علم و فناوری، کارخانه‌های نوآوری و صندوق‌های مالی در سراسر کشور تاسیس شده است. بیش از ۵ هزار شرکت دانش‌بنیان و ۶ هزار استارت‌آپ در کشور، از خدمات این مراکز استفاده می‌کنند.

اما شیوع ویروس کرونا در کشور، کسب و کارهای مختلفی را دچار آسیب کرد. شتاب‌دهنده‌ها و پردیس‌های نوآوری نیز از این



۱۰۷ طرح پژوهشی برای حمایت پذیرفته شد

صندوق حمایت از پژوهشگران و فناوران معاونت علمی حمایت از ۱۰۷ طرح پژوهشی محققان کشور در حوزه‌های علوم پزشکی، ریاضی و فیزیک، علوم دامی و دامپزشکی و شیلات را مصوب کرد تا اقدامات فناورانه در این حوزه‌ها با سرعت بیشتری انجام شود.

انجام حمایتی متوازن از محققان صندوق حمایت از پژوهشگران و فناوری معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری را بر آن داشت تا برای سرعت بخشیدن به فعالیت‌های فناورانه محققان فراخوان‌هایی را در طول سال منتشر کند. در همین راستا مردادماه سال گذشته بود که نخستین فراخوان برپایه حمایت از پژوهش‌های محققان سراسر کشور منتشر شد.



یادداشت

حملات تشنجی زودهنگام تشخیص داده می شود

تشخیص زودهنگام این بیماران از صرع واقعی و درمان‌های توانبخشی شناختی این بیماران ارائه شود.

به گفته این محقق، صرع با فعالیت غیرطبیعی مغز ایجاد می‌شود و تشنج‌ها ممکن است، هر فرآیندی که مغز در آن دخیل است را تحت تأثیر قرار دهد. علائم و نشانه‌های تشنج می‌تواند شامل گیجی موقت، حملات خیره‌شدن، حرکات ناگهانی غیرقابل کنترل در بخش‌های از اعضای بدن، از دست دادن هوشیاری یا توجه، علائم روانی مانند ترس و اضطراب باشد.

سی منی در ادامه افزود: در اجرای این طرح پژوهشی ۴۰ بیمار با حملات صرع واقعی، ۴۰ بیمار با حملات تشنجی سایکوتیک و ۴۰ فرد سالم مورد مطالعه قرار گرفتند که اختلال توجه و تمرکز، ریسک‌پذیری و حافظه کوتاه‌مدت در تمامی افراد سنجیده شد. سپس تمام افراد مطالعه تحت آ‌ار ای‌ا با استفاده از آلفا تنگاری تشدید مغناطیسی قرار گرفتند و نواحی پیشانی مغز آن‌ها بررسی شد.

وی درباره دستاوردهای این پژوهش گفت: نتایج به دست آمده نشان داد که گروه بیماران در ارزیابی‌های شناختی نمره کمتری را نسبت به گروه سالم به دست آوردند، همچنین اختلال در توجه و تمرکز و حافظه کوتاه‌مدت در گروه بیماران تشنجی سایکونژیک بیشتر از بیماران مبتلا به صرع است.

این محقق با بیان اینکه تغییرات مواد متابولیک به صورت از دست دادن نورون نیز در ناحیه پیشانی و تالاموس گروه بیماران دیده شد که این میزان تغییرات با تعداد حملات بیماری، اختلال توجه و تمرکز و حافظه کوتاه مدت بیماران ارتباط منفی داشت، گفت: این یافته ها می تواند در بهبودی بیماری و درمان توانبخشی شناختی این بیماران حائز اهمیت باشد.

تغییرات شناختی و متابولیکی مغز در بیماران مبتلا به حملات تشنجی سایکوزنیک و صرع عنوان طرح پژوهشی است که با هدف تشخیص زودهنگام بیماری حملات تشنجی و کمک به درمان‌های توانبخشی بیماران در مرکز آموزشی درمانی لقمان حکیم به اجرا در آمد.

صرع از شایع‌ترین بیماری‌های عصبی است که حدود نیم تا یک درصد از جمعیت جهان به آن مبتلا هستند و حمله تشنجی سایکوزنیک ۲۵ تا ۳۰ درصد افراد مراجعه‌کننده به مراکز تشنج را تشکیل می‌دهند. متخصصان و محققان با انجام این طرح پژوهشی در مسیر کمک به این بیماران قرار گرفتند. این طرح با حمایت ستاد توسعه علوم و فناوری‌های شناختی معاون علمی اقتصاد دانش‌بنیان انجام شد.

لیلا سی منی، مجری این طرح تحقیقاتی گفت: تاکنون محققان به بررسی اختلالات شناختی (توجه، حافظه، یادگیری) در این دو گروه از بیماران به صورت مجزا پرداخته‌اند که بعضی مطالعات از وجود اختلاف و برخی دیگر بر فقدان آن دلالت دارد.

وی ادامه داد: همچنین مطالعات تصویربرداری با تکنیک های مختلف انجام شده است که تغییرات ساختاری و عملکردی در نواحی مختلف مغز به ویژه در ناحیه پیشانی را نشان داده است. معمولاً در این بیماران تشخیص دقیق به طور میانگین ۸ تا ۱۲ سال بعد از شروع بیماری صورت می گیرد و در این مدت بیمار داروهای ضدصرع مصرف می کند.

وی همچنین بیان کرد: تاکنون، تغییرات متابولیکی (شیمیایی) مغز در بیماران با حملات تشنجی سایکوزنیک و ارتباط آن با اختلال شناختی در ناحیه پیشانی بررسی نشده است و هدف از اجرای این پژوهش بررسی این تغییرات و مقایسه آن با افراد مصروع و سالم است تا راهکارهای لازم برای

تکمیل سبد داروهای زیستی

۵۷۰ میلیون دلار به خزانه کشور برمی گردد

ایران موجود است که تعدادی از این داروها، داروی منوکلونال آنتی‌بادی و تعدادی داروی نو ترکیب هستند.

کسب ۵۰ درصد از بازار جهانی زیستی توسط ایران در حال حاضر با در نظر گرفتن میزان صادرات و رفع نیازهای بازار داخل، زیست فناوری ایران بین ۴۰ تا ۵۰ درصد از حجم بازار جهانی زیست فناوری را در اختیار دارد. این در حالی است که مصطفی قانع دبیر ستاد توسعه زیست فناوری چند سالی است که بر ضرورت کسب ۳۰ درصد از بازار جهانی زیستی توسط ایران تأکید دارد. عددی که حدود ۲۰ میلیارد دلار صرفه جویی ارزی به دنبال دارد.

براساس گزارش اخیر شاخص جهانی نوآوری در سال ۲۰۱۹، بخش عمده نیاز بازار دارویی ایران توسط شرکت‌های داخلی تأمین می‌شود و ۷۰ درصد از بازار داخلی ۴۵ میلیارد دلاری دارو، در اختیار شرکت‌های داخلی است.

نام ایران در میان کشورهای سازنده و تولیدکننده داروهای زیستی به ثبت رسیده است؛ داروایی که در روزهای اوج تحریم‌ها و فقط با تکیه بر دانش‌های علمی خودمان تولید شدند. در حال حاضر حدود ۵۰ داروی ارزبر زیستی در لیست داروهای کشور ثبت شده که تاکنون ۲۲ قلم از آنها بومی‌سازی شده است.

براساس اعلام ستاد توسعه زیست‌فناوری معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری واردات داروهای زیستی سالانه حدود یک میلیارد دلار، ارزیابی به اقتصاد کشور تحمیل می‌کند. اما داروهای زیستی در کشور تاثیر زیادی در کاهش ارزی کشور دارد. اگر داروهای باقی مانده در این لیست هم در کشور تولید شود حدود ۵۷۰ میلیون دلار دیگر به خزانه کشور بازمی‌گردد. در حال حاضر تعداد داروهای زیست فناوری موجود در بازار جهانی ۱۴۶ قلم است و از این تعداد، دو دارو در بازار

۱۳۹ شرکت نوپا در حوزه فناوری‌های پیشرفته تاسیس شد

خدمات مشاوره توسعه کسب و کار»، «تامین تجهیزات و امکانات آزمایشگاهی» و «سرمایه گذاری به صورت توافقی توسط پایگاه تخصصی همکار» از جمله حمایت‌های مرکز تعاملات بین‌المللی علم



و فناوری معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری به مقاضیان است. این برنامه، متخصصان ایرانی خارج از کشور که دارای سابقه فعالیت در شرکت‌های فناوری در دیگر کشورها دارند را هدف گرفته است. کسانی که به عنوان کارشناس، مشاور، محقق بخش تحقیق و توسعه (R&D) و مدیر یکی از موسسات یا شرکت‌های شاخص علمی، فناوری، پژوهشی و صنعتی خارج از کشور فعالیت می‌کنند می‌توانند از این تسهیلات استفاده کنند. البته افرادی که دارای تجربه راهاندازی کسب‌وکار هستند هم شامل این طرح

تاکنون ۱۳۹ شرکت نوپای ایرانی توسط بیش از ۳۰۰ نفر از متخصصان ایرانی در حوزه فناوری‌های پیشرفته تأسیس شده است. این شرکت‌ها در قالب برنامه همکاری با متخصصان و کارآفرینان ایرانی، خارج از کشور، راه‌اندازی شده‌اند.

شرکت‌هایی نوپا در حوزه فناوری‌های پیشرفته‌ای مانند فناوری اطلاعات، سسول‌های بنیادی، زیست‌فناوری، نانوفناوری و علوم شناختی. این شرکت‌ها در قالب شرکت‌های نوپا در مراکز نوآوری و شتاب‌دهنده‌ها، پارک‌های فناوری و دانشگاه‌ها ایجاد شده‌اند و پس از کسب حمایت‌های مادی و معنوی از معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری و سرمایه‌گذاران خطرپذیر، رشد کرده‌اند. این شرکت‌ها با هدف فراهم کردن شرایط مناسب برای توسعه فناوری‌های نوپهر

و پیشرفته در کشور ایجاد شده‌اند. «تسهیل ارتباطات با مراکز و سازمان‌های پژوهشی و صنعتی ذی‌ربط»، «تامین محل استقرار توسط پایگاه تخصصی همکار در صورت درخواست متقاضی و ارائه

۴۵ شرکت در پارک فناوری سلامت مستقر شدند

دارای رده سه زیست محیطی نیز می‌توانند با رعایت شرایط قانونی برای استقرار در مجموعه پارک پردیس معاونت علمی درخواست دهند. این مسئله باعث شده است تا یک امتیاز قابل توجه برای شرکت‌های فناور



و دانش‌پنسان عضو پارک فناوری سلامت ایجاد شود. به گفته وی، در حال حاضر حدود ۴۵ شرکت در پارک فناوری سلامت مستقر هستند و در حوزه‌های گوناگونی مانند ساخت تجهیزات پزشکی، زیست فناوری و ساخت دارو فعالیت دارند. صدور مجوز قطعی پارک فناوری سلامت از سوی وزارت بهداشت، یک ظرفیت قانونی جدید را برای مجموعه پارک سلامت ایجاد خواهد کرد. وی همچنین بیان کرد: پارک فناوری سلامت به عنوان یکی از اجرای اصلی تشکیل‌دهنده ناحیه نوآوری پردیس محسوب می‌شود.

بی‌شک با توسعه فعالیت‌های ناحیه نوآوری، پردیس، فعالیت‌های پارک فناوری سلامت نیز در هر دو حوزه کمی و کیفی گسترش خواهد یافت و امیدوار هستیم با استفاده از پتانسیل این پارک، شاهد موفقیت‌های بیشتری در حوزه فناوری سلامت در کشور باشیم.

پارک فناوری سلامت در مجموعه پارک پردیس معاونت علمی برای توسعه فعالیت‌های زیست بوم فناوری و نوآوری در حوزه بهداشت و درمان و پزشکی فعالیت می‌کند. این پارک به تازگی موفق به اخذ مجوزهای



قطعی فعالیت شده است و بر این اساس حوزه خدمات خود را گسترش می‌دهد. محسن پیلان‌نژاد، مدیر کل دفتر برنامه‌ریزی و امور اقتصادی پارک فناوری پردیس معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری گفت: پیش از این نیز شرکت‌های فعال در حوزه سلامت و بهداشت و تجهیزات پزشکی در مجموعه پارک پردیس معاونت علمی مستقر بوده‌اند. تاسیس پارک فناوری سلامت باعث ایجاد یک مجموعه پویا و بالنده از شرکت‌های فعال در این حوزه شده است که به هم‌افزایی و افزایش بهره‌وری در فعالیت آنها کمک می‌کند. فاز دوم پارک پردیس معاونت علمی دربرگیرنده شرکت‌های فعال در این حوزه است و به کانون تشکیل پارک فناوری سلامت تبدیل شده است. پیلان‌نژاد در ادامه گفت: خوشبختانه با پیگیری معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری در هیأت دولت، در حال حاضر شرکت‌های

مهم ترین طرح اپل برای سال آینده

به قلم: آرون مامیت خبرنگار

مترجم:امیر آل علی

بدون شک همه افراد پس از شنیدن طرح جدید اپل، به گزینه‌هایی نظیر افزایش چشمگیر قدرت پردازنده و یا افزایش تعداد لنز دوربین گوشی‌های این برند فکر می‌کنند. این امر درست اقدامی است که اپل امسال به کمک آن موفق شد تا پرفروش‌ترین گوشی سال را با سه دوربین که تاکنون نمونه آن توسط این برند تولید نشده بود، عرضه کند. با این حال بزرگترین طرح این شرکت برای سال آینده، ارتباط مستقیمی با گوشی‌های هوشمند خود نداشته و در حوزه‌ای است که کمتر کسی می‌تواند آن را تصور کند. عرضه هدست AR و VR با توجه به این امر که دو تکنولوژی مذکور، مورد توجه بسیاری قرار گرفته است، یک تصمیم کاملاً درست محسوب شده و پیش‌بینی می‌شود که اپل بتواند در این حوزه نیز کاملاً درخشان باشد. نکته جالب در رابطه با این هدست، کیفیت بسیار بالای تصاویر است. در بیانیه‌ای رسمی اعلام شده است که کیفیت آنها به حدی بالا خواهد بود که تشخیص مرز میان مجازی و حقیقی بودن، بسیار سخت خواهد شد. همچنین قرار است که در زمینه کیفیت صدا نیز اقدامات نوآورانه‌ای صورت گیرد تا تجربه‌ای به مخاطب انتقال پیدا کند که در هیچ نمونه دیگری وجود نخواهد داشت. حال باید دید که واکنش برندهای رقیب این حوزه، به این قدرت‌نمایی اپل چه خواهد بود.

منبع: digitaltrends.com

مایکروسافت تیمز در دسترس کاربران عادی قرار گرفت

به قلم: تام وارن خبرنگار

مترجم:امیر آل علی

قرنطینه خانگی و امنیت بسیار پایین برند زوم، باعث شده است تا نیاز بازار به برنامه‌های تماس تصویری و برگزاری وبینار، افزایشی چشمگیر را پیدا کند. در این رابطه مایکروسافت اعلام کرده است که از امروز، خدمت‌رسانی به کاربران عادی را نیز شروع کرده است. این امر در حالی است که اسکایپ به عنوان یکی از قدیمی‌ترین برندهای فعال در زمینه تماس تصویری، زیرمجموعه این برند محسوب شده و در چند سال اخیر جایگاه خود را از دست داده است. به همین خاطر بسیاری از تحلیلگران عقیده داشتند که اقدام بعدی مایکروسافت، طرحی متفاوت برای بهبود شرایط اسکایپ خواهد بود. با این حال در بیانیه‌ای رسمی اعلام شده است که همچنان حمایت‌های لازم از اسکایپ انجام خواهد شد و نگرانی‌ای در این زمینه وجود ندارد. درواقع به عقیده مدیران این شرکت، برنامه تیمز نسخه پیشرفته‌تری است و هر کدام قادر خواهند بود تا سهم خوبی را در بازار رونق گرفته حال حاضر، داشته باشند. از دیگر بخش‌های جذاب این برنامه، قابلیت Safe است که به کاربران اجازه خواهد داد تا اطلاعات خود را به صورت رمزنگاری دو مرحله‌ای ارسال کرده و از بابت امنیت اطلاعات مهم خود، خاطری کاملاً آسوده را داشته باشند. در حال حاضر کاربران اندروید و آی او اس می‌توانند از این قابلیت استفاده کنند. حوال باید دید که میزان استقبال‌ها از این طرح تا چه اندازه موفقیت‌آمیز خواهد بود.

منبع: theverge.com

انتقاد مجدد ایلان ماسک از آمازون

به قلم: ماریا خوزه والرو روزنامه‌نگار

مترجم:امیر آل علی

در چند وقت اخیر کمتر برند آمریکایی بوده است که مورد انتقاد ایلان ماسک قرار نگرفته باشد. وی در جدیدترین اظهارنظر خود بار دیگر آمازون را مورد هدف قرار داده و عملکرد جف بزوس را بیش از حد تقلیدکارانه عنوان کرده است. علت این امر به این خاطر است که به تازگی برند Zoox توسط این شرکت خریداری شده که در زمینه تولید فناوری اتومبیل‌های خودران فعالیت دارد. درواقع برندی که خریداری شده است، شباهت کاری بسیاری را به تسلا داشته و اکنون با خرید آن توسط آمازون، به قدرت به مراتب بیشتری دست پیدا کرده است. همین امر نیز باعث شده است تا ایلان ماسک به علت در خطر دیدن جایگاه برند خود (تسلا) چنین صحبتی را مطرح کند. درواقع پیش‌بینی می‌شود که هدف آمازون این است که فرآیند تحویل سفارش‌ها را با وسایل نقلیه خودران انجام دهد تا دیگر نیازی به استخدام راننده نباشد. درواقع این شرکت به عنوان یکی از ارزشمندترین برندهای حال حاضر جهان، در حال آماده کردن خود برای جهان آینده است. در این رابطه برخی از تحلیلگران علت اصلی این انتقاد را در انتظار آقای ماسک از جف بزوس دانسته‌اند. درواقع آمازون می‌توانست با صرف هزینه کمتر از تسلا بخواهد تا در این زمینه کمک‌هایی را داشته باشد. با این حال این نخستین باری نیست که موسس تسلا و اسپیس ایکس، از آمازون انتقاد می‌کند. درواقع با توجه به این‌ امر که Blue origin تحت مدیریت جف بزوس به عنوان رقیب اصلی اسپیس ایکس در فناوری فضایی محسوب شده و اقدامات مهمی را برای همکاری با ناسا انجام داده است چند ماه قبل شاهد انتقاد تند دیگری بودیم. با این حال بعید به نظر می‌رسد که این بار، شاهد واکنش ثروتمندترین فرد حال حاضر جهان نباشیم. درواقع ممکن است طی روزهای آینده یک تنش لفظی بین این دو کارآفرین مشهور رخ دهد. درواقع چیزی که کاملاً اثبات شده است این است که رابطه ایلان ماسک و جف بزوس در روزهای سیاهی به سر می‌برد.

منبع: financialpost.com

۱۰ عادت بازاریابی تجربی برای برندها



- واقعیت یافتن: روابط انسان‌ها انکارناپذیر است. استفاده از ماجراهای واقعی، افراد و احساسات واقعی می‌توانند به ارتباط واقعی و نهایی منجر شوند.
- انجام یک هدف: بازاریابی بمعنا، برقراری ارتباط با علل، گروه‌ها و انجمن‌های خیریه به منزله آهنربای تجربی است.
- تمرکز: در برترین و بهترین تجربیات، مخاطبان خاص هدف قرار می‌گیرند.
- داستان‌گویی: استفاده از تجربیات برای گفتن داستان مربوط به برند که افراد با آن ارتباط برقرار نمایند، آن را درک کنند و مایل باشند به آن بپیوندند.
- عادت ۳. سفارشی‌سازی
- حتی دو نفر هم نباید تجربه یکسانی داشته باشند.
- مشارکت‌های مختلف: طراحی تجربه زنده و آنی را فراهم می‌کند که شرکت‌کنندگان بتوانند به روش‌های مختلف و طی مدت‌هایی متفاوت به مشارکت بپردازند.
- تماشای آن: کسب اطلاعات و یادگیری از معاملات، رفتار و چگونگی تعامل اهداف مدنظر.
- تراکنش‌های اصلی و واقعی: بهترین محل خرید جایی است که امکان خرید کردن موقع کسب تجربه زنده و آنی را فراهم می‌کند.
- استفاده از کیف پول دیجیتال: ظهور پلتفرم‌های پرداخت دیجیتال و گردش پول این فرصت را برای برندها فراهم می‌کند که هنگام تجربه بتوانند محصولات و کالاهای خود را بفروشند.
- عادت ۲. تجارب، محتوا محسوب می‌شوند
- تجارب برند به ابزاری برای رسیدن به محتوای هدایت بازاریابان و پلتفرم توزیع محتوا تبدیل شده‌اند.
- کارخانه محتوا: در نظر گرفتن تجربه به عنوان کانال اصلی تامین محتوا برای کل بازاریابی آمیخته.
- خودتولید: طراحی یک مشارکت که مخاطب را به جذب و به اشتراک‌گذاری محتوا در حلقه‌های اجتماعی ترغیب می‌کند.
- مطالعه و بررسی برند: هیچ گروه تمرکز بهتر و مطالعات تحقیقاتی دقیق‌تری درباره بازار وجود ندارد مگر حضور در تجربه زنده.
- قدرت کاربران: جذب مخاطبان با اهداف مدنظر که نه‌تنها برای برند، مطرح هستند بلکه برای موقعیت برد – برد محتوای سنگینی را به اشتراک می‌گذارند.
- عادت ۱. ایده‌های برجسته و بی‌پروا
- هیچ چیزی بیشتر از ایده‌های تازه و خلاق بر موفقیت تجربه تاثیر نمی‌گذارد.
- قدرت عمل: اگر می‌خواهید رهبر بازاریابی تجربی شوید مانند «رهبران بازاریابی تجربی» عمل کنید، ممتاز باشید و کاری را انجام بدهید که دیگران انجام نداده‌اند.
- موضوع را باور داشته باشید: بهترین کمپین آن است که با تازه‌ترین و بدیع‌ترین ایده و تجربه موضوع مربوطه همراه باشد.
- برنامه‌ریزی قسمت به قسمت: برنامه‌های تاثیرگذار بازاریابی تجربی، نه بخشی از آن بلکه قسمتی از استراتژی بلندمدت هستند. طراحی کمپین‌هایی که می‌توانند طی ماه‌ها یا حتی سال‌ها زنده باشند.
- تست و ریسک: در بیشتر موارد ایده‌های بزرگ، بیش از آنکه متمرکز بر گروه باشند نتیجه فکر افراد هستند. از شرط‌بندی روی ایده‌های بزرگ یا از ریسک در زمینه ایده‌های بزرگ و آزمودن آنها هراسی به دل راه ندهید.

منبع: hormond

- خود را تکرار می‌کنند، اما مخاطبان هدف تمایل کمتری به مشارکت مجدد در تجربه یکسان دارند.
- اصلاح و به روز کردن: درک و تشخیص «موارد تاثیرگذار» و «موارد بی‌تاثیر» کلید اصلی اصلاح و به‌روزرازی تجربیات جاری است.
- تعیین میزان بازگشت سرمایه: تحلیل تجربه باید به کسب دیدگاهی منجر شود که عناصر خاص برنامه فروش را ترغیب می‌کند. در این صورت، بازاریابان می‌توانند در کمپین‌های آتی از این عناصر استفاده بیشتر و بهینه کنند.
- مرتبط ساختن کمپین‌ها: تجربه‌های موفق و برتر هر سال طراحی می‌شوند تا مرتبط و هماهنگ موجب مشارکت‌های مستقل و جدید بشوند اما، به شیوه‌ای که هدف تجربیات پیشین به قوت خود باقی باشند.
- عادت ۷. طراحی برای صفحات نمایش
- فراهم کردن تجربه ذهنی از طریق تجهیزات است.
- ارتباط: ارائه فرصتی به مشتریان هدف برای مشارکت در تجربه با استفاده از تجهیزات و دستگاه‌های خود.
- کنترل تامایی: فعالیت از طریق فناوری برتر مشارکت‌های بلندمدت را ترغیب می‌کند و اغلب، مشوق تجربیاتی است که می‌توانند به اشتراک گذاشته شوند و قابل اشتراک‌گذاری هستند.
- ریموت مخصوص بینندگان: از این طریق مخاطبان می‌توانند بدون حضور فیزیکی در سایت، با یکدیگر در ارتباط باشند و به مشاهده تجربیات بپردازند. بازاریابان هوشمند با این روش تجربه بینندگان را در ذهن طراحی می‌کنند.
- صفحه‌یاب: مخاطبان مدنظر تشویق می‌شوند با عناصر مختلف تجربه در دستگاه‌های مختلف به مشارکت بپردازند.
- عادت ۶ واردکردن محصول در زندگی افراد
- استفاده از تجربیات زنده برای انجام آنچه تاکنون تبلیغ نمی‌شده است.
- ویژگی تبدیل: طراحی و ارائه تجربیاتی که به ویژگی‌های محصول معنا می‌دهد.
- مرحله‌بندی تبادلات: شامل فرصت خرید محصول طی تجربه می‌شود.
- مشارکت، معادل درک است: هرچه مشارکت در تجربه بیشتر باشد مشتریان مدنظر درک بهتر و بیشتری از برند، محصول یا خدمات خواهند داشت.
- حفظ سادگی: مخاطب ظرفیت محدودی برای به خاطر سپاری و به یادآوردن دارد. به جای زیاده‌گویی، بر پیام‌های کلیدی و موارد اصلی متمرکز شوید.
- عادت ۵. مشارکت ایجادشده توسط کاربر
- طراحی تجربیاتی که تا روشن شدن هدف آغاز نمی‌شوند.
- کوتاه‌مدت و بلندمدت: تجربیات تاثیرگذار و اثربخش ارائه‌دهنده مشارکت‌های خود تولید یا مدت زمان‌های مختلف هستند.
- حضارنی با ارزش خالص زیاد: برقراری مشارکت‌های مختلف برای مخاطبان مختلف. ارائه تجربه به مشتریانی که نسبت به سایر مخاطبان احتمال بیشتری دارد که خرید کنند.
- ایجاد یک مسیر: استفاده از تعاملات خودتولید برای هدایت اهداف از طریق یک فضا و محیط.
- تجربیات اتوماتیک و خودکار: پوشش تجربیات و رسانه اجتماعی به عنوان پلتفرم اصلی برای تعاملات.
- عادت ۴. اثربخشی و تاثیرگذاری

- اغلب افراد می‌پرسند که چه برندهایی بهترین تجربیات را ارائه می‌کنند و کدام یک از بازاریابی تجربی، استفاده کارآمدتر و موثرتری دارند؟ نمی‌توان یک برند را نام برد که بر همه برندها ارجحیت داشته باشد اما به یقین، موارد زیادی وجود دارند که کد آنها رمزگشایی شده‌اند. به این ترتیب بین کاربران بسیار موفق چهار ویژگی استراتژیک مشترک وجود دارد:
- وابستگی به استراتژی: برندها یک نقشه راه خاص را توسعه و سطح‌بندی می‌کنند تا با بازاریابی تجربی به اهداف دست یابند.
- ترکیب متوازن: تجربیات برند با باقی بازاریابی آمیخته‌ای مرتبط هستند که اغلب به عنوان محرک راهنمای استراتژی استفاده می‌شوند یا ارائه‌دهنده محتوا را هدایت می‌کنند.
- هدف قطعی: مخاطبان مدنظر به دقت، تعیین و مجزا می‌شوند و از طریق بازاریابی تجربی درگیر مشارکت می‌شوند.
- ایده‌های تهورآمیز: «شهامت و بی‌باکی» و همچنین «تمایل به ریسک‌پذیری» کلید موفقیت استفاده از مشارکت در تجربه است. در زمینه‌ای که برندها را وارد زندگی می‌کند ایده‌های بزرگی مطرح می‌شوند.
- زمانی که تجارب شرکت‌ها را مقایسه و مرتبط می‌کنیم، درمی‌یابیم که بهترین کاربران بازاریابی تجربی ۱۰ عادت خاص مشترک دارند.
- عادت ۱۰. تمرکز بر آزمون هدایت
- استفاده از بازاریابی تجربی به منظور مشارکت طولانی‌مدت‌تر که تست، نمونه یا نمایش محصول یا خدمات را ارتقا می‌دهد. نکات کلیدی:
 - تسریع پذیرش: «امتحان کردن»، می‌تواند قصد خرید را تسریع کند. وقتی هدف مدنظر یک محصول را امتحان می‌کند پیشروی در جهت رأس قیف خرید سرعت می‌یابد.
 - فرا رفتن از نمونه: بازاریابان هوشیار از حفظ مشتری یک نمونه کالا فراتر می‌روند و در مقابل، تجربه‌ای برای مشارکت در امتحان کردن محصول طراحی می‌کنند.
 - طراحی آزمون‌های طولانی: طبق نتایج مطالعات، مشارکت طولانی برابر با تجربه عمیق‌تر است. کاربران موفق بازاریابی تجربی برنامه‌هایی تهیه می‌کنند که گفت و گوهای طولانی و مشارکت با اهداف مدنظر را ایجاد کند.
 - ارزیابی افزایش فروش: برنامه «امتحان کردن» برخی از تجربیات قابل ارزیابی است. بازاریابان موفق فرآیندهایی مناسب دارند تا حرکت فروش در زمان واقعی را ثبت و ارزیابی کنند.
 - عادت ۹. به یاد ماندنی کردن تجربه
 - هدف و مشتریان مدنظر، این تجربه را فراموش نخواهند کرد و می‌توان آن را دوباره برای روزها، هفته‌ها و سال‌ها به اشتراک گذاشت.
 - ایجاد حافظه: طراحی تجربیات با عناصر در محل که برای مخاطب هدف این امکان را فراهم سازد که تجربه یادشده را دوباره تجربه کنند.
 - پشتیبانی روابط: طراحی تجربه و به منظور استفاده از تماس تجربی بلندمدت برای توسعه یک رابطه بلندمدت.
 - برطرف‌سازی ناهنجاری‌ها: آگاهی از اقدامات سایر برندها و توسعه تجربیات برند به منظور رشد هر صف و بازار.
 - استفاده از ابزار دیجیتال: ساخت ابزار و پلتفرم‌هایی که احیای تجربه و تماس با شرکت را برای مصرف‌کنندگان آسان می‌کند.
 - عادت ۸. وقتی تجربه‌ای تاثیرگذار بود دوباره همان را تکرار نکنید
 - بهترین برندها در مقابل وسوسه تکرار کمپین‌های بازاریابی تجربی مقاومت می‌کنند.
 - ذخیره کردن در فراموش کنید: بسیاری از بازاریابان صرفا تجربیات

ایستگاه بازاریابی

گیمیفیکیشن یک بازی نیست!

گیمیفیکیشن یا بازی‌وارسازی، کار را به بازی تبدیل کرده است. وقتی در حال رقابت با دیگران برای کسب امتیازات هستید، کارها و وظایف خود را هم انجام می‌دهید. فشار روی سازمان‌ها برای ایجاد درگیری ذهنی افراد باعث شده تا اساتید قدیمی، جذاب باشد. گیمیفیکیشن به این معنا نیست که پشت سیستم کامپیوتری خود در دفتر کار، کنسدی کراش بازی کنید. این رویکرد شامل به کارگیری عناصر و قواعد بازی در محیطی خارج از فضای بازی است. تبدیل کار به بازی، روندی عظیم در کسب و کار شده است. پژوهش‌ها در سال ۲۰۱۷ نشان می‌دهد که ۹۰ درصد خرده‌فروشان طی پنج سال آینده، می‌خواهند روش‌های گیمیفیکیشن را در کسب و کار خود استفاده کنند. در حقیقت بازی‌ها، عناصر زیادی دارند که باعث افزایش درگیری ذهنی می‌شود. به همین دلیل بازی‌های معروفی مانند مونوپولی، پوکر و هلو می‌تواند برای نوجوانان و حتی بزرگسالان، تا ابد ادامه یابد. هدف غایی این است که بازیکنان وارد وضعیت جریان یا غرقگی شوند؛ جایی که به طور کامل در تجربه زیسته بازی غوطه‌ور هستند. انگار آنها در دریای بازی، غرق شده‌اند. این مفهوم در علم روانشناسی کاربرد زیادی دارد و به حالت ذهنی افراد اشاره دارد که در حسن انجام یک کنش یا فعالیت خاص، تمام تمرکز فرد روی آن اقدام بوده و گذر زمان را احساس نمی‌کند. رسیدن به این حالت تمرکزی در نهایت باعث افزایش رضایت و خشنودی افراد می‌شود.

حالت ایده آل در بازی، این است که زمان را از دست بدهید. به همین دلیل کاربنوها هیچ ساعتی روی دیوارها ندارند و حتی پنجره‌ای در آنها وجود ندارد. اکثر کارکردهای گیمیفیکیشن به این درجه نرسیده‌اند، اما تلاش‌هایی برای تبدیل فعالیت‌های کسالت بار به فعالیت‌های جذاب انجام شده است. همین تغییرات کوچک بهتر از پذیرش وضعیت کسالت بار موجود است. مثلا شرکت مایکروسافت در کشور هند، راه حل هوشمندانه‌ای برای انگیزش کارمندان در نظر گرفته است. کارمندان بخش برنامه‌نویسی که اشتباهات زیادی در کدنویسی دارند، به یک مسابقه دعوت شده‌اند که هرچه خطاهای کدنویسی آنها کمتر باشد، جایزه می‌گیرند. در نتیجه بین کارکنان شرکت، رقابت شکل گرفته است. برخی عناصر بازی که سازمان‌ها می‌توانند استفاده کنند شامل موارد زیر می‌شود:

- یادگیری با حل مسئله
- ایجاد توازن بین ساختار و اکتشاف موارد جدید
- تعیین اهداف کوتاهمدت و بلندمدت
- ارائه بازخوردهای سریع و دقیق
- تعیین جایزه برای ارائه پیشنهادات خلاقانه در توسعه محصولات و خدمات سازمان
- رقابت سالم و دوستانه در محیط کم‌خطر

انجام تحقیقات ویژه برای روابط عمومی

انجام تحقیقات ویژه برای روابط عمومی معمولا هزینه خیلی زیادی ندارد، چراکه سئوالات مرتبط با آنها، معمولا به یک پیمایش تلفنی عمومی و کلی اضافه می‌شوند که سازمان‌های فعال در حوزه رأی‌گیری‌های گسترده، آنها را به شکل هفتگی برگزار می‌کنند بنابراین به جای آنکه هر کدام از شرکت‌های مشاور، پیمایش جداگانه‌ای را برای هر کدام از مشتریان خود انجام دهند، آنها باید هزینه‌های مربوط را بین چندین مشتری پخش و یک پیمایش گسترده‌تر را انجام دهند، آنها باید هزینه‌های مربوطه را بین چندین مشتری پخش و یک پیمایش گسترده‌تر را انجام دهند تا افراد پاسخ‌دهنده به سئوالات مرتبط با موضوعات گوناگون، پاسخگو باشند.

تحقیقاتی که قبل از وقایع تاریخی و روزهای خاص سال انجام می‌دهند، دارای جذابیت‌های زیادی هستند؛ درواقع نتایج این تحقیقات در رسانه‌ها، اهمیت زیادی دارد. داده‌های مرتبط با پیش‌بینی تعداد کادوهایی که برای روز مادر خریداری می‌شوند و پیش‌بینی فروش لباس‌های مخصوص روز هالووین، داده‌هایی بسیار مناسب و جذابی برای روزنامه‌ها و اخبار، محسوب می‌شوند. البته، حجم زیادی از این داده‌ها، تقریبا تکراری هستند. به همین خاطر شورای بین‌المللی مراکز خرید، داده‌های تکراری را حذف و هر سال به اطلاعات جدید و برجسته توجه بیشتری می‌کنند.

درست همانند «ان آف اف»، سایر گروه‌های تجاری در ایالت متحده، پیمایش‌های منظمی را انجام می‌دهند. مشابه با شورای بین‌المللی مراکز خرید، پرسشنامه‌های «ان آف اف» نیز برای مشخص کردن اطلاعات مرتبط با سایر خانوار، با کمک تلفن به کار برده می‌شوند و این کار قبل از وقوع رویدادهای خاص، همانند فرارسیدن فصل تعطیلات یا رفتن کودکان به مدرسه، انجام می‌شود. سئوالات معمولا مرتبط با پیش‌بینی هزینه‌های مصرف‌کنندگان و اقلام موردنظر آنها، هستند. البته به مکان‌هایی که افراد از آنها خرید می‌کنند نیز توجه خواهد شد. رسانه‌ها به مقدار زیادی برای تهیه تغذیه آماری و تهیه گزارشات مرتبط با مراکز خرید متکی به این پیمایش‌ها هستند.

باید توجه داشته باشید که بعد از به اتمام رسیدن رویدادها، شما نمی‌توانید که به شکل مشروع ووجه، کارهایی که مصرف‌کنندگان واقعا انجام داده‌اند، انجام دهید. این پیمایش‌ها بیشتر جنبه تبلیغات عمومی دارند و کاربرد دیگری نخواهند داشت.

منبع: hormond



بهترین ایده‌های فروش و تبلیغات که شما را در بازار رقابتی پیروز می‌کند

بروشور تهیه کنید

بهتر است محصولات خود را در قالب بروشور به مشتریان معرفی کنید.

کارت پستال بدهید

در مناسبت‌های خاص کارت‌پستال‌هایی تهیه کرده و در اختیار مشتریان خود بگذارید.

خبرنامه داشته باشید

از طریق خبرنامه به طور منظم با مشتریان خود ارتباط برقرار کنید و تمام اتفاقات و رویدادهای مرتبط با کسب و کار را در اختیار آن‌ها بگذارید.

ارسال تبلیغات به مشتری

گاهی بهتر است تبلیغات را به طور مستقیم برای مشتری ارسال کنید. برای این منظور کاتالوگ و بروشورهای تبلیغاتی را برای مشتریان خود پست کنید.

ارسال ایمیل تبلیغاتی

ایمیل گروهی بنویسید و تبلیغات خود را در یک زمان به تعداد زیادی از مشتریان ارسال کنید

تقویم تبلیغاتی داشته‌باشید

تمام اطلاعات مربوط به محصولات خود را در تقویم‌های تبلیغاتی بگنجانید و آن را در اختیار مشتریان احتمالی قرار دهید.

تبلیغات بصری کار گشاست

نباید تأثیر تبلیغات بصری را دست کم بگیرید. مثلاً در مقابل فروشگاه خود بالن و عروسک‌های بادی بگذارید و کسب و کار خود را تبلیغ کنید.

گچ‌نوشته‌های تبلیغاتی

در جاهای پررفت و آمد که در معرض دید افراد زیادی هستند با گچ پیام تبلیغاتی بنویسید. شاید در مقابل سینما یا کافی‌شاپ، جملات گچ نویس را روی تخته‌های کوچک دیده باشید!

از آژانس‌های تبلیغاتی کمک بگیرید

می‌توانید برای تبلیغ محصولات خود از نیروی متخصص آژانس‌های تبلیغاتی یا سازمان‌های بازاریابی کمک بگیرید. البته باید از مهارت و صلاحیت این مؤسسات اطمینان یابید.



بازی‌های واقعیت جایگزین

این نوع بازی‌ها در دنیای واقعی یا به صورت آنلاین قابل انجام است. این بازی‌ها می‌توانند با محصولات و خدمات شما مرتبط باشند. شاید شرکت‌کنندگان با دعوت از دوستان و آشنایان خود به این بازی‌ها، افراد بیشتری را با محصولات و برند شما آشنا کنند.

ایمیل انوما تک‌بفرستید

ایمیل اتوماتیک هم کارساز است. وقتی مشتری در فروشگاه اینترنتی شما، خرید خود را نهایی نمی‌کند او را از طریق ایمیل اتوماتیک مطلع کنید.

آگهی بازرگانی داشته‌باشید

می‌توانید کسب و کار خود را در قالب آگهی بازرگانی تبلیغ کنید. تلویزیون و رادیو بهترین محل برای پخش تبلیغات شملت. می‌توانید تبلیغات خود را قبل از پخش برنامه‌های محبوب و پرطرفدار نشان دهید.

در روزنامه و مجله تبلیغ کنید

محصولات و خدمات خود را در روزنامه‌ها و مجلات تبلیغ کنید. با این روش می‌توانید مشتریان بیشتری را هدف قرار دهید.

وب‌سایتی اختصاصی راه‌اندازی کنید

برای داشتن یک وب‌سایت اینترنتی حتماً نباید کسب و کار مدرنی داشته باشید. پس با سستی‌ترین کسب و کارها هم یک وب‌سایت اینترنتی راه‌اندازی کرده و نام مناسبی برای آن انتخاب کنید.

تبلیغات اینترنتی انجام دهید

تبلیغات اینترنتی تأثیر زیادی روی جذب مشتری دارد. پس بتر تبلیغاتی خود را در وب‌سایت‌های پربازدید قرار دهید. در این برها می‌توانید سئوال ساده‌ای بپرسید و به افرادی که پاسخ درست را ارسال می‌کنند تخفیف یا جایزه دهید.

تبلیغ در شبکه‌های اجتماعی

محصولات و خدمات خود را در قالب ویدئویی جذاب و دیدنی در شبکه‌های اجتماعی تبلیغ کنید. با این کار شاهد جذب مشتریان زیادی خواهید بود.

از تجربه خوب مشتریان، ویدئو بسازید

از مشتریانی که از محصولات و خدمات شما رضایت دارند بخواهید از تجربیات خود ویدئو تهیه کنند، سپس این ویدئوها را در صفحات اجتماعی کسب و کار خود قرار دهید.

پیام صوتی تهیه کنید

موسیقی یا پیام صوتی ویژه‌ای برای برند خود بسازید و در تبلیغات خود از آن بهره ببرید.

روی محصولات خود کد QR بزنید

مشتریان از طریق اسکن کد QR می‌توانند به صفحه خرید محصول وارد شوند.

تبلیغات محیطی

در مکان‌های مختلف بیلبوردهای تبلیغاتی نصب کنید و در دید افراد بیشتری بگذارید.

بازاریابی نامحسوس

افرادی را به عنوان بازاریاب استخدام کنید تا در بین مردم درباره محصولات شما حرف بزنند و مشتریان بیشتری را به خرید ترغیب کنند.

ارسال تبلیغات به صورت پیام صوتی

تبلیغات و تخفیف‌های استثنایی خود را در قالب پیام صوتی به گوش مشتریان برسانید. برای اینکه روش مذکور تأثیرگذاری بیشتری داشته باشد، خواندن متن را به یک فرد صدپایه واگذار کنید.

آدمک‌های تبلیغاتی داشته‌باشید

حتماً در جلوی برخی فروشگاه‌ها با آدمک‌های تبلیغاتی مواجه شده‌اید؛ آدمک‌هایی که پوشش جذابی دارند و در جاهای پررفت و آمد به تبلیغ محصولات شما می‌پردازند.

از دیدگاه‌های مثبت مشتریان، استفاده کنید

از افرادی که محصولات شما را امتحان کرده‌اند و از آن رضایت دارند بخواهید درباره آن محصول صحبت کنند، از این صحبت‌ها در تبلیغات خود استفاده کنید.

در شبکه‌های اجتماعی در ارتباط باشید

شبکه‌های اجتماعی تأثیرگذاری فوق‌العاده‌ای دارند. بهتر است در شبکه‌های اجتماعی چون اینستاگرام، تلگرام و ... با مشتریان خود در ارتباط باشید.

اگر کسب و کاری اختصاصی دارید و می‌خواهید مشتری‌های بیشتری نسبت به رقبای خود داشته باشید، باید ایده‌های خلاقانه فروش و تبلیغات را به کار بگیرید تا بتواند شما را در بین رقبیان به موفقیت برساند. در ادامه بهترین ایده‌های فروش را معرفی می‌کنیم.

تبلیغات را می‌توان مرز میان موفقیت و شکست دانست. اکنون سؤالی که مطرح می‌شود: «چطور باید محصول و خدمات خود را به مشتری معرفی کنیم؟»

در ادامه مقاله تعداد زیادی از ایده‌های فروش و تبلیغات را معرفی می‌کنیم که با استفاده از آن‌ها می‌توانید محصول خود را در دید مشتریان قرار دهید و خرید آسان و به صرفه‌ای را برای‌شان فراهم کنید:

محصولات خود را حراج کنید

می‌توانید در مناسبت‌های مختلف برای مشتریان خود تخفیفاتی در نظر بگیرید، البته حراج‌ها نباید خیلی هم زیاد باشد؛ زیرا در این صورت مشتریان همیشه منتظر حراج‌ها خواهند ماند.

مسابقه برپا کنید

برای مشتریانی که خرید بیشتری دارند مسابقه یا قرعه‌کشی برگزار کنید. می‌توانید یکی از محصولات خود را به عنوان جایزه به برندگان بدهید.

هدیه‌ای تبلیغاتی بدهید

محصول یا کالایی که نام برند شما روی آن ثبت شده، به عنوان هدیه تبلیغاتی برای مشتریان خود در نظر بگیرید. با این کار مشتریان به خرید یکی از محصولات و خدمات شما ترغیب خواهند شد.

کارت خرید بدهید

اگر تعداد خریده‌های مشتریان از سقف مشخصی بالاتر است برای آن‌ها کارت تخفیف در نظر بگیرید و یکی از محصولات خود را به آن‌ها هدیه بدهید.

به قشر خاصی تخفیف دهید

محصولات خود را با تخفیف ویژه در اختیار قشر خاصی مانند کارمندان یک سازمان یا اعضای یک انجمن قرار دهید.

با کالای دست دوم معاوضه کنید

باید برای مشتریان وفادار خود ارزش قائل شوید. مثلاً به جای یک محصول قدیمی، کالایی جدید را با تخفیف در اختیار مشتری وفادار قرار دهید.

قفسه‌بندی و ویترین جذاب داشته‌باشید

باید محصولات خود را به شیوه خلاقانه در ویترین بچینید. محصولات خود را به شکل هرمی بزرگ یا دیگر شکل‌ها در قسمتی از فروشگاه به نمایش بگذارید.

رایگان ارسال کنید

باید برای مشتریان خود ارسال رایگان در نظر بگیرید. مشتریان همیشه به دنبال کلمه «رایگان» هستند. قطعاً ارسال رایگان روشی خواهد بود که سبب ترغیب مشتری می‌شود.

فروش اقساطی داشته‌باشید

بهتر است برای مشتریان اقساط در نظر بگیرید تا آسان‌تر بتوانند خرید کنند.

تخفیف سفارشی دهید

مشتریان می‌توانند محصولات شما را تبلیغ کنند تا از تخفیفات سفارشی بهره ببرند. در این روش به مشتریانی که شما را تبلیغ و به مشتریان جدید معرفی می‌کنند، تخفیف می‌دهید.

محصولات را در قالب پکیج ارائه دهید

پیشنهاد می‌کنیم محصولات کم‌فروش را به همراه محصولات پر فروش در یک بسته قرار دهید. با این روش مشتریان را به خرید ترغیب می‌کنید و محصولات کم‌طرفدار را هم به فروش می‌رسانید.

تشویق به خرید

توصیه می‌کنیم محصولات گران‌قیمت خود را در معرض دید مشتری بگذارید و مشتریان خود را دربرابر برتری این محصولات و دلایل گران بودن آن‌ها توجیه کنید.

محصول مکمل را بفروشید

وقتی مشتری یکی از محصولات شما را خریداری کرد، از این فرصت استفاده کنید و دیگر محصولاتی که در کنار آن محصول قابل استفاده هستند را به او پیشنهاد دهید.

بن خرید بدهید

از طریق تابلوی اعلانات در جاهای شلوغ، بروشور یا بسته‌های پستی، بن‌های خرید را تبلیغ کنید

امکان ارتقای محصولات را اطلاع دهید

اگر این امکان وجود دارد تا امکانات و قابلیت‌های بیشتری به محصول خریداری شده توسط مشتری اضافه شود، حتماً این موضوع را به اطلاع او برسانید.

ارائه بهتر خدمات پس از فروش

بدانید محصول شما تا چه زمانی بدون مشکل به حیات خود ادامه می‌دهد و از چه زمانی شروع به فرسودگی می‌کند. باید با مشتریان خود ارتباط برقرار کنید تا خدمات پس از فروش برای آن‌ها آسان‌تر شود.

گارانتی ارائه دهید

ارائه ضمانت‌نامه محصول و خدمات شما سبب جلب اعتماد مشتری شده و شما را قابل اعتماد نشان می‌دهد.

قوانین بازگشت محصول را سخت نکنید

نباید درباره قوانین بازگشت کالا سختگیری کنید. فردی که به صورت لحظه‌ای اقدام به خرید می‌کند، بیشتر به دنبال کالاهایی خواهد بود که بتواند در صورت عدم تمایل آن را پس دهد.

نسخه آزمایشی ارائه دهید

نسخه آزمایشی رایگان از خدمت یا محصول خود ارائه بدهید. بدین ترتیب مشتریان می‌توانند با محصولات و خدمات شما آشنا شوند.

بن خرید را به همراه کارت تبلیغاتی ارائه دهید

پیشنهاد می‌کنیم پشت کارت‌های تبلیغاتی بن خرید را چاپ کنید. بدین ترتیب افرادی که کارت تبلیغاتی شما را در دست دارند، برای خرید تشویق می‌شوند.

بهترین ایده‌ها برای بازاریابی مستقیم

در بازاریابی و تبلیغات مستقیم، هدف این است مخاطب به روشی خلاقانه و جدید برای خرید تشویق شود. تبلیغات را می‌توان در قالب صدا، ویدئو، تکست یا دیگر رسانه‌های دیجیتالی انجام داد.

تبلیغات متحرک داشته‌باشید

از خودروهای شرکت به منظور تبلیغ استفاده کنید، پس پوستر و علام تجاری شرکت را روی موتور و دیگر وسایل حمل و نقل بزنید تا کسب و کار خود را در هر جایی تبلیغ کنید.

از پوستر و بنر ها استفاده کنید

بهتر است از تبلیغات کاغذی چون پوستر و بنر استفاده کنید تا تبلیغات و پیشنهادات خود را به راحتی در دسترس مشتریان قرار دهید. هر زمان امکان داشت از تبلیغات کاغذی استفاده کنید و آن‌ها را در مکان‌های عمومی بچسبانید، البته می‌توانید از صاحبان دیگر مشاغل نیز بخواهید تبلیغات شما را در جایی که مشتریان آن‌ها جمع می‌شوند قرار دهند.

کارت تبلیغاتی چاپ کنید

همیشه کارت تبلیغاتی خود را همراه داشته باشید و آن را در اختیار دوستان، همکاران و کسانی که با شما در ارتباط هستند قرار دهید. البته می‌توانید کارت اضافی هم به مشتریان خود بدهید و برای افرادی که از طریق این کارتها با محصولات و خدمات شما آشنا می‌شوند تخفیف ویژه‌ای در نظر بگیرید.

کالاهای تبلیغاتی هدیه دهید

کالاهای تبلیغاتی تأثیر بسزایی در افزایش فروش محصولات‌تان دارند. می‌توانید تبلیغات خود را روی نوشیدنی‌ها، لوازم التحریر، جاکلیدی و ... چاپ کنید و به دیگران هدیه دهید.

منبع: printwand/ucan

۵ استراتژی در مواجهه با یک استخدام بد

به قلم: جوزف لالونده کار آفرین
مترجم: امیر آل علی

تحت هر شرایطی احتمال دارد که فردی به استخدام شرکت درآورده شود که بنا بر یک و یا چند دلیل، جذب موفق محسوب نشده و تحت این شرایط ضروری است تا تصمیم سریعی را داشته باشید. اگرچه ممکن است خود را صرفا به اخراج محدود تصور کنید، با این حال واقعیت این است که پنج استراتژی در این شرایط وجود دارد که به بررسی هر یک از آنها خواهیم پرداخت.

۱-اخراج

اولین و ساده‌ترین اقدام این است که فرد را اخراج کرده و اجازه ندهید که حضور او در شرکت حتی به هفته اول نیز کشیده شود. درواقع در زمینه اخراج شما باید سرعت عمل بسیار بالایی را داشته باشید. در غیر این صورت ممکن است کارمند مذکور برای تلافی این اقدام، برخی اطلاعات و اسرار شرکت را فاش کند. این اقدام شما خود به معنای نشان دادن عدم رضایت شما از تیم استخدام شرکت بوده و باعث می‌شود تا آن‌ها نسبت به عملکرد خود، بازنگری داشته باشند. با این حال نکته منفی، درگیر شدن شرکت با هزینه‌هایی خواهد بود. درواقع حتی در صورت اخراج سریع، بر طبق قوانین شما باید برخی از موارد را رعایت کنید که هزینه‌بر محسوب می‌شود. به همین خاطر نیز تقریبا تمامی شرکت‌ها یک دوره دو هفته‌ای کار آزمایشی با حقوق روزانه را دارند تا در صورت عدم رضایت، اخراج فرد بسیار راحت و بدون مشکلی باشد.

۲-آموزش

ممکن است با یک دوره آموزشی، کارمند بد حال حاضر، در وضعیت بهتری قرار گیرد. به همین خاطر اگر ابراهای بیش از حدی وجود ندارد، می‌توانید این سیاست را نیز به اجرا درآورده و شانس ستاره‌سازی خود را امتحان کنید. درواقع برخی از افراد به علت مواردی نظیر آموزش بد و عدم تجربه کافی ممکن است در سطح مورد قبول شما نباشند. با این حال اگر انگیزه پیشرفت در آن‌ها وجود داشته باشد، احتمال بهبودهای جدی بسیار زیاد خواهد بود.

۳-انتقال

درست به مانند تیم‌های ورزشی، شما می‌توانید کارمندان خود را با سایر شرکت‌ها معاوضه کنید. برای مثال ممکن است یک شرکت، به کارمند ساده نیاز داشته باشد و شرایط آن‌ها به صورتی است که جدا شدن نیروی مدنظر شما مشکلی را برای آن‌ها به همراه نخواهد داشت. تحت این شرایط می‌توانید استراتژی انتقال را مورد استفاده قرار دهید. با این حال توجه داشته باشید که جدا شدن یک کارمند متوسط و جذب یک فرد ماهر، بدون شک نیاز به ارائه پیشنهادهای جذاب خواهد بود. فراموش نکنید که ممکن است یک کارمند صرفا با فرهنگ کاری شما هماهنگ نباشد. به همین خاطر حضور آن‌ها در یک شرکت دیگر می‌تواند باعث تغییر چشمگیر در راندمان کاری آن‌ها شود. به همین خاطر اطلاع‌واژه کارمند بد، کاملا نسبی است. همچنین انتقال یک کارمند بد، به شرکتی کوچک‌تر نیز یک استراتژی درست محسوب می‌شود. علت این امر به این خاطر است که آن‌ها فرصت خوبی را برای پیشرفت و رسیدن به سطح لازم پیدا خواهند کرد. در این رابطه برخی از شرکت‌ها به صورت غیردائمی رفتار کرده و پس از اتمام زمان قرارداد، کارمندان خود را پس می‌گیرند. به همین خاطر شما در این رابطه با تنوع بالایی مواجه هستید.

۴-مربی‌گری

این بخش شباهت‌های زیادی را به آموزش دارد، با این حال فرق اصلی آن در این زمینه است که در بخش مربی‌گری، موارد کاملا عملی بوده و بیشتر برای کارمندانی کاربرد دارد که تجربه آن‌ها کافی نیست. در این رابطه توصیه می‌شود که فردی باتجربه را مسئول مربی‌گری کرده و خود نظارت کافی را داشته باشید.

۵-تشویق

در نهایت عملکرد بد یک کارمند ممکن است به خاطر روحیه پایین آن‌ها باشد. این مسئله خصوصا برای کارمندانی که با چند اخراج مواجه شده‌اند، بسیار رایج است. آمارها در این رابطه حاکی از آن است که کارمندان شکست خورده، هنگامی که مورد تشویق قرار گرفته‌اند، عملکردی فراتر از حد تصور مدیر شرکت را ارائه کرده‌اند. به همین خاطر شما می‌توانید یک چنین کارمندی را با هزینه‌های بسیار پایین و مقرون به صرفه استخدام کرده و با ارتقای روحیه آن‌ها، شاهد اتفاقات فوق‌العاده‌ای باشید.

منبع: tweakyourbiz.com



۱۰ سخنرانی برتر TED در رابطه با موضوع مدیریت زمان



۳-همه چیز به ذهنیت شما وابسته است

سخنران: تیم اربان

بزرگترین دشمن مدیریت زمان، ذهنیت غلط افراد است. درواقع بسیاری از افراد به علت باورها و اشتباهاتی که در زمینه بینش خود نسبت به مسائل مختلف دارند، به سادگی زمان خود را از دست می‌دهند. این امر در حالی است که اگر به مبارزه با عادت‌ها و تفکرات غلط خود بپردازید، بدون شک تحولی جدی در زندگی شما رخ خواهد داد. همچنین لازم است تا فردا را فراموش کرده و امروزه به نحوی رفتار کنید که انگار آخرین زمان شما برای بودن در این جهان محسوب می‌شود. در نهایت در این سخنرانی از آزمایش‌های جالبی صحبت می‌شود که مهر تاییدی بر موارد معرفی شده است.

۴-راهکارهای رهایی از جلسات

سخنران: دیوید گریبی

یکی از اشتباهات رایج این است که همچنان جلسات متهددی برگزار می‌شود. این امر در حالی است که امروزه باید اولویت همه برندها، ایجاد وینار باشد. در هر صورت اگرچه نمی‌توان جهان را تغییر داد، با این حال می‌توانید خود را در شرایطی متفاوت قرار داده و زمان خود را حفظ کنید. نکته مهم دیگر که باعث شده است تا این سخنرانی کاملا ارزشمند باشد، این است که آقای گریبی در ابتدای سخنران خود اعلام می‌کند که در زمینه مدیریت زمان، همه افراد به دنبال راهکارهایی کلی و همه‌جانبه هستند. این امر باعث می‌شود تا در رابطه با هر یک از آن‌ها به خوبی عمیق نشده و راهکارها بیش از حد سطحی باشد، با این حال مسئله اصلی این است که بتوان مشکل را به صورت کامل حل کرد. درواقع پاک کردن صورت مسئله، هیچ‌گاه نتایج خوبی را خصوصا در درازمدت به همراه نداشته است. به همین خاطر اگر در این زمینه موردی رفتار کنیم، به مراتب بهتر خواهد بود. همچنین به این نکته توجه داشته باشید که جلسات، معضل همه افراد محسوب نشده و مشخص بودن موضوع، باعث می‌شود تا همه افراد مجبور به مشاهده یک سخنرانی برای پیدا کردن بخش‌های موردنیاز خود، نباشند. این امر خود منجر به صرفه‌جویی در زمان خواهد شد.

۵-چگونه به بهرهوری بالاتری دست پیدا کنیم؟

سخنران: کریس بیلی

بسیاری از افراد برای مدیریت زمان، روش‌های مختلفی را مورد استفاده قرار می‌دهند که بسیاری از آن‌ها از تجربیات فردی به دست آمده است. با این حال آیا این مقوله به حدی پیچیده است که نیاز به چندین روش مختلف باشد؟ بدون شک جواب منفی بوده و نباید خود را بیش از حد درگیر روش‌های مختلف کنید. این امر باعث خواهد شد تا تداخل شکل گیرد. همچنین این نکته را توجه داشته باشید که راهکار یک فرد، برای شرایط و خصوصیات او کاملا مناسب است. به همین خاطر هیچ تضمینی وجود ندارد که شما نیز بتوانید از آن نهایت استفاده را داشته باشید. در این رابطه تنها کافی است تا اصول اولیه را رعایت کرده و به دنبال تکنیک‌های مخصوص به خود باشید.

۶-قانون ۱۰ دقیقه را مورد استفاده قرار دهید

سخنران: اندی پودیکامپ

این قانون کاربردهای بسیاری داشته و در زمینه مدیریت زمان شما می‌توانید در دو بخش مورد استفاده قرار ندهید. نخست آنکه تلاش کنید تا ۱۰ دقیقه از هر اقدام خود را کاهش داده و در رابطه با موارد کوچک، آن‌ها را در همین مدت زمان انجام دهید. با این اقدام از بیش از حد طولانی شدن اقدامات خود جلوگیری کرده و امکان رعایت یک

برنامه منظم و دقیق، به وجود می‌آید.

۷-انجام چند فعالیت به صورت همزمان را فراموش کنید

سخنران: پائولو کاردینی

اگرچه همواره با این جمله مواجه شده‌اید که انجام چند فعالیت به صورت همزمان باعث صرفه‌جویی در زمان شما خواهد شد، با این حال آیا این تکنیک به معنای واقعی کاربردی است؟ بدون شک پاسخ منفی بوده و در این رابطه آزمایش‌های متعددی انجام شده است. به همین خاطر نیز آقای کاردینی در سخنرانی خود عنوان کرده است که باید در هر زمان، تنها بر روی یک اقدام تمرکز داشته باشیم. این امر باعث خواهد شد تا امکان انجام دقیق و سریع آن، مهیا باشد. همچنین در هنگام انجام چند فعالیت به صورت همزمان، احتمال بروز خطا و نیاز به تکرار اقدامات، افزایش چشمگیر را پیدا خواهد کرد. در نهایت با مشاهده این سخنرانی، با راهکارهای افزایش سرعت در هنگام انجام یک فعالیت، آشنا خواهید شد.

۸-چگونه بهترین راندمان کاری را داشته باشیم

سخنران: جیسون فرید

یک نظرسنجی جهانی نشان می‌دهد که ترجیح افراد به انجام وظایف خود در محیطی خارج از دفتر شرکت هستند، با این حال علت این امر چیست؟ درواقع دلیل اصلی وجود مواردی است که باعث خواهد شد تا تمرکز افراد مختل شده و به خوبی نتوانند اقدامات خود را انجام دهند. تحت این شرایط ضروری است تا مدیران تصمیمات جدیدی را اتخاذ کنند. برای مثال در حال حاضر استراتژی روزهای بدون صحبت اجرا می‌شود. برطبق آن افراد در روزهایی که حجم کاری بسیار زیاد است، اجازه صحبت نداشته و در صورت نیاز به ارتباط، باید موارد را یادداشت کنند. این امر باعث خواهد شد تا میزان سکوت در شرکت افزایش چشمگیر را داشته باشد، با این حال راهکارها تنها به این مورد خلاصه نشده و انواع روش‌های جدید و خلاقانه نیز معرفی می‌شود.

۹-چگونه زمان خود را افزایش دهیم؟

سخنران: روی وادن

اگرچه عملا نمی‌توان تعداد ساعت‌های شبانه روز را افزایش داد، با این حال با تکنیک‌هایی می‌توان از اتلاف آن جلوگیری کرده و تاثیر اقدامات خود را افزایش دهیم. برای مثال می‌توان به نحوی رفتار کرد که نیم ساعت فعالیت ما، به اندازه سه ساعت قبل نتایج لازم را به همراه داشته باشد. در کنار مطرح کردن این روش‌ها و بیان ضرورت اولویت‌بندی، موارد اصلی که باعث شکست در مدیریت زمان می‌شود نیز به خوبی تبیین شده است.

۱۰-کنترل همه چیز

سخنران: دیود آلن

برای موفقیت در زمینه مدیریت زمان، شما باید به موارد متعددی توجه داشته باشید. درواقع یک مشکل کوچک نیز می‌تواند باعث هدررفتن تعداد ساعات زیادی شود. در این رابطه توصیه می‌شود که در ابتدا نگاهی به برنامه روزانه خود انداخته و پس از آن اقدام به حذف موارد مضر کنید. درواقع در این سخنرانی به صورت کامل، تمامی مراحل کار توضیح داده شده است.

در آخر توجه داشته باشید که این موارد صرفا برای آشنایی شما با موضوعات بوده و برای درک بهتر هر یک، ضروری است تا زمانی را صرف مشاهده آن‌ها کنید.

منبع: entrepreneur.com

اخبار

تقویت سامانه های هوشمند در حوزه راهداری و حمل و نقل جاده ای استان هرمزگان

بندرعباس - خبرنگار فرصت امروز: به گزارش روابط عمومی اداره کل راهداری و حمل و نقل جاده ای هرمزگان ،یوسف عابدینی مدیر کل استان از تقویت سامانه های هوشمند در حوزه راهداری و حمل و نقل جاده ای خبر داد. یوسف عابدینی گفت: سال گذشته در حوزه فناوری های نوین و استفاده از ابزار های الکترونیکی وسامانه های هوشمندحمل ونقل گام های بسیار خوبی برداشته شد تا با تجهیز راهها و محور های شریانی به سامانه های هوشمنداعلاوه بر کنترل جاده ها ، بتوانیم خدمات شایسته و متناسبی به رانندگان و کاربران جاده ای ارائه دهیم.وی ابراز داشت : اقدامات صورت گرفته موجب شد تا با گسترش نظارت ها از تخلفات و قانون گریزی های احتمالی مثل اضافه بار تا حد زیادی جلوگیری به عمل آید و با پیشگیری های انجام شده در جهت رفع به موقع نقایص جاده ای و پوشش نقاط ضعف ، اقدامات مناسبی صورت پذیرد. عابدینی تصریح کرد: از جمله اقدامات صورت گرفته در سال ۹۸ می توان به نصبراه اندازی و فعال سازی ۱۵۹ دستگاه ردیاب خودرویی (GPS) بر روی ماشین آلات سبک و سنگین راهداری ، نصب ۲۰ سامانه جدیدوفعال سازی وراه اندازی ۳۹سامانه ثبت تخلفات و کنترل سرعت که بیش از ۲سال غیرفعال بوده اند و همچنین نصب تعداد ۷ دوربین نظارت تصویری و اضافه شدن یک سامانه توزین در حال حرکت اشاره کرد که با راه اندازی این سامانه های هوشمند در محور های مواصلاتی استان بخش قابل توجهی از نیاز های جاده ای مرتفع شده است.مدیر کل راهداری و حمل و نقل جاده ای استان هرمزگان با تشریح مهمترین اقدامات پیش بینی شده برای سال جاری ، تاکید کرد : از ابتدای سال ۱۳۹۹ تمام تلاش خود را به کار بسته ایم تا با تقویت شبکه راهداری و حمل و نقل جاده ای نسبت به فعال سازی ۴۰سامانه از مابقی سامانه های نصب شده سنوات گذشته وهمچنین نصب ۱۵ سامانه جدید باهماهنگی پلیس راه در محور های مواصلاتی استان اقدام نمائیم وتعداد ۶ سامانه جدید دوربین نظارت تصویری نیز تا پایان سال نصب و فعال سازی می شود.



مدیر کل دفتر نظارت بر بهره برداری شرکت مهندسی آب و فاضلاب استان مرکزی ،خامن ها تهرانی مدیر بهره برداری از تصفیه خانه های آب کشور و مهدیبادی رییس گروه نت و شبکه توزیع آب شرکت مهندسی آبفای کشور از اجرای طرح های مقابله با تنش آبی در شهرستانهای ساوه و اراک بازدید نمودند . به گزارش روابط عمومی شرکت آب و فاضلاب استان مرکزی مدیر کل دفتر نظارت بر بهره برداری شرکت مهندسی آبفای کشور در اولین روز از سفر دو روزه خود به استان مرکزی در پروژه ساخت و تکمیل مخازن آب شهر ساوه شامل ۲ مخزن ۵ هزار مترمکعبی مجموعا به حجم ۱۰ هزار متر مکعب و همچنین تصفیه خانه آب این شهر بازدید نمودند.

مدیر کل دفتر نظارت بر بهره برداری شرکت مهندسی آبفای کشورهمچنین در دومین روز سفر خود به استان مرکزی ، از روند بازسازی ایستگاه پمپاژ صنعت ۲ شهر اراک واقع در کوی صنعتی این شهر و مرکز ارتباطات مردمی شرکت آب و فاضلاب استان مرکزی (سامانه ۱۲۲) بازدید نمود.

بازدید مدیر کل دفتر نظارت بر بهره برداری شرکت مهندسی آبفای کشور از طرح های مقابله با تنش آبی در شهرستانهای اراک و ساوه

اراک - خبرنگار فرصت امروز: مهندس طباطبایی مدیر کل دفتر نظارت بر بهره برداری شرکت مهندسی آب و فاضلاب کشور به همراه مهندس یوسف عرفانی نسب مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب استان مرکزی ،خامن ها تهرانی مدیر بهره برداری از تصفیه خانه های آب کشور و مهدیبادی رییس گروه نت و شبکه توزیع آب شرکت مهندسی آبفای کشور از اجرای طرح های مقابله با تنش آبی در شهرستانهای ساوه و اراک بازدید نمودند . به گزارش روابط عمومی شرکت آب و فاضلاب استان مرکزی مدیر کل دفتر نظارت بر بهره برداری شرکت مهندسی آبفای کشور در اولین روز از سفر دو روزه خود به استان مرکزی در پروژه ساخت و تکمیل مخازن آب شهر ساوه شامل ۲ مخزن ۵ هزار مترمکعبی مجموعا به حجم ۱۰ هزار متر مکعب و همچنین تصفیه خانه آب این شهر بازدید نمودند.

مدیر کل دفتر نظارت بر بهره برداری شرکت مهندسی آبفای کشورهمچنین در دومین روز سفر خود به استان مرکزی ، از روند بازسازی ایستگاه پمپاژ صنعت ۲ شهر اراک واقع در کوی صنعتی این شهر و مرکز ارتباطات مردمی شرکت آب و فاضلاب استان مرکزی (سامانه ۱۲۲) بازدید نمود.



در اقدامی هماهنگ با دیگر بنادر کشور:

آیین معرفی دریانورد نمونه وتجلیل ازفعالان بخش دریایی در بندر بوشهر انجام شد

بوشهر- خبرنگار فرصت امروز: همزمان با ۲۵ ژوئن ،۵ تیرماه روز جهانی دریانورد، آیین معرفی دریانورد نمونه و تجلیل ازفعالان بخش دریایی بندر بوشهر ، برگزار شد. به گزارش روابط عمومی، همزمان با ۲۵ ژوئن ۵ تیرماه روز جهانی دریانورد و با حضور مدیر کل و معاون دریایی اداره کل بنادر و دریانوردی استان بوشهر مراسم معرفی و تقدیر دریانورد نمونه برگزار شد. در این مراسم آقای عادل درس که در چندین فقره عملیات جستجو و نجات به یاری دریانوردان رفته بود و در آخرین عملیات در منطقه مطاف موفق به نجات جان ۶ خدمه موتور لنج گردید بعنوان دریانورد نمونه معرفی و تقدیر شد. همچنین در اقدامی دیگر و با حضور

معاون دریایی اداره کل بنادر و دریانوردی استان بوشهر و روسای ادارات مرتبط ، از فرماندهان و خدمه شناورهای پهلوی گرفته در اسکله های بندر بوشهر با اهدا گل تقدیر شد. گفتنی است ، در ادامه این مراسم تمامی کشتی های پهلوی گرفته در اسکله های بندر بوشهر نیز توسط واحد پروازی «جایروپلین «اداره کل بنادر و دریانوردی استان بوشهر گلباران شدند



حذف درختان سرپاخشک و معضل دار در عرصه پارک جنگلی النگدره

گران - خبرنگار فرصت امروز: رئیس سازمان سیما، منظر و فضای سبز شهرداری گرگان از حذف درختان سرپاخشک و معضل دار در عرصه پارک جنگلی النگدره خبر داد.به گزارش مرکز اطلاع رسانی روابط عمومی و امور بین الملل شهرداری گرگان، یحیی ستوده نیا در خصوص قطع درختان خشک شده در عرصه جنگلی النگدره گفت: سازمان سیما، منظر و فضای سبز شهرداری گرگان با همکاری اداره کل منابع طبیعی، تصمیم بر قطع درختان خشک، معضل دار و خطرناک النگدره گرفته شدوی ادامه داد: در این راستا شناسایی و مکان یابی درختان خشک شده توسط سازمان سیما، منظر و فضای سبز شهرداری گرگان صورت گرفته و صدور مجوز، معرفی پیمانکار و نظارت بر قطع درخت، بر عهده تیم کارشناسی اداره کل منابع طبیعی است.رئیس سازمان سیما، منظر و فضای سبز شهرداری گرگان تصریح کرد: تمامی درختان قطع شده با تشخیص تیم کارشناسی سرپاخشک و معضل دار اعلام شده و امکان شکستگی شاخه ها و ساقه های آن ها به دلیل خشک و شکننده بودن در زمان طوفان بسیار بالاست.ستوده نیا با توجه حساسیت مردم نسبت به حفظ منابع طبیعی پارک جنگلی النگدره گفت: تمامی این اقدامات در جهت ایجاد فضای ایمن و بی خطر برای فضای تفریحی و حفظ سلامت جانی شهروندان می باشد و لازم به ذکر است که در اسفندماه سال گذشته تعداد دوهزار اصله نهال انجیلی، بلوط و افرا در عرصه های کم پوشش النگدره غرس گردیده است.

اعزام نیروهای آتش نشانی برای حریق جنگل های اطراف گرگان

گران - خبرنگار فرصت امروز: رئیس سازمان آتش نشانی و خدمات ایمنی شهرداری گرگان از اعزام نیروهای آتش نشانی به منطقه حریق در جنگل های اطراف گرگان خبر داد.به گزارش مرکز اطلاع رسانی روابط عمومی و امور بین الملل شهرداری گرگان، از ساعتی پیش جنگل های اطراف گرگان در منطقه بلوار شهید صیاد شیرازی طعمه حریق شد.رئیس سازمان آتش نشانی و خدمات ایمنی شهرداری گرگان در این خصوص اظهار کرد: نیروهای آتش نشانی به همراه نیروهای منابع طبیعی به محل اعزام شده و در حال مهار و اطفاء حریق هستند. مهدی قرققاشی خاطرنشان کرد: متأسفانه طی روزهای اخیر حوادث مشابه را شاهد بوده ایم که سهل انگاری و عدم رعایت نکات ایمنی در جنگل باعث وقوع این آتش سوزی های می شودوی در خصوص علت و وسعت این حریق گفت: هنوز علت آن مشخص نیست اما در صورت عدم مهار، وسعت آتش سوزی بیشتر خواهد.

با استعفای مهندس رضا غفاری ، دکتر محمدحسین اسدی گر جی به عنوان سرپرست شرکت توزیع برق مازندران معرفی شد .

ساری - دهقان: با استعفای مهندس رضا غفاری ، دکتر محمدحسین اسدی گر جی به عنوان سرپرست شرکت توزیع برق مازندران معرفی شد . با موافقت با استعفای مهندس رضا غفاری از سوی شرکت توانیر ، مهندس محمدحسن متولی زاده مدیرعامل شرکت توانیر ، با صدور حکمی ، دکتر محمدحسین اسدی گر جی معاون منابع انسانی شرکت توزیع برق مازندران را به عنوان سرپرست این شرکت معرفی کرد . با توجه به اینکه انتصاب مدیران عامل شرکت های توزیع براساس فراخوان عمومی و طی فرآیند شایسته گرینی انتخاب و معرفی می شوند تا انتصاب مدیرعامل جدید ، دکتر محمدحسین اسدی گر جی سرپرستی شرکت توزیع برق مازندران را عهده دار خواهد بود



تبریز - ماهان فلاح: با حضور قائم مقام مدیرعامل و معاونین شرکت آب و فاضلاب آذربایجان شرقی مراسم معرفی و شروع بکار تعدادی از کارمندان جدید الورد شرکت آبفا استان برگزار شد.

به گزارش خبرنگار ما در تبریز، در این مراسم معاون منابع انسانی شرکت آب و فاضلاب استان ضمن خوشامدگویی به نیروهای جدید الاستخدام عنوان کرد: پذیرفته شدگان حاضر در آزمون بر گزار شده با کسب رتبه برتر توانستند استخدام شوند که این امر نشان از آمادگی، انگیزه و پایه علمی بالای آنان دارد . مهندس جداری همچنین با تاکید بر جایگاه والای خدمت رسانی به مردم به ویژه در شرکت های آب و فاضلاب، افزود: شما در جایگاهی استخدام و بکارگیری شده اید که شسانی بسیار والا دارد و در همین راستا انضباط کاری، اخلاق اداری، رعایت سلسله مراتب اداری همچنین نحوه پاسخگویی و تکریم ارباب رجوع را باید سرلوحه کار خود قرار دهید . معاون مالی و پشتیبانی شرکت آبفا آذربایجان شرقی نیز در این مراسم با تاکید بر اینکه نیروهای انسانی یک سازمان، سرمایه و



بازوان قدرتمند یک ارگان و یا نهاد محسوب می شوند، اظهار کرد: التزام به رعایت شئونات اداری و اجتماعی بسیار ضروری است و از وظایف تمامی کارمندان محسوب می شود. مهندس پایا اضافه کرد: کمک و همیاری به کارمندان جدید برای ارتقا باردهی و خدمت رسانی یکی از مسئولیت های کارمندان با تجربه است .

بخشی از سامانه دوم آبرسانی اصفهان بزرگ سال آینده وارد مدار می شود



سازه ای سامانه دوم آبرسانی اصفهان بزرگ اشاره کرد و گفت: در حال حاضر بحث لوله گذاری و تامین تجهیزات این طرح در حال پیگیری است و مدیریت استان در نظر دارد بخشی از سامانه دوم آبرسانی اصفهان بزرگ را از سال آینده وارد مدار کند و از این طریق کمبود آب شرب و بهداشت ۵۶ شهر و ۳۰۰ روستای استان مرتفع گردد.

اصفهان - قاسم اسد: مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب استان اصفهان با تاکید بر اینکه استان اصفهان در حوزه آب شرب دچار تنش نیست، بلکه دچار بحران است، گفت: تا زمانی که سامانه دوم آبرسانی اصفهان بزرگ وارد مدار نشود در تامین آب شرب دچار مشکل هستیم اما پیش بینی می شود بخشی از این طرح، سال آینده وارد مدار شود. هاشم امینی افزود: تا زمانی که سامانه دوم آبرسانی اصفهان بزرگ وارد مدار آب شرب اصفهان نشود به طور قطع در مواقع پیک مصرف، در شرایط سختی برای تامین آب شرب قرار داریم، اما امیدواریم با وجود بسیاری از کم لطفی ها در سال آینده بخشی از سامانه دوم آبرسانی اصفهان بزرگ، وارد مدار شود. وی با بیان اینکه شرکت آب منطقه ای اصفهان متولی اجرای پروژه سامانه دوم آبرسانی اصفهان بزرگ است، گفت: با این وجود شرکت آب و فاضلاب به عنوان بهره بردار این پروژه بخشی از تامین مالی آن را برعهده گرفته و در حال اجرای لوله های ۱۴۰۰ این پروژه است. امینی همچنین به پیشرفت ۳۰ درصدی



اسلامی، طراحی نیروگاه ها بنا به دستور دولت های وقت، براساس الگوی مصرف سوخت گاز طبیعی به عنوان سوخت اول و سپس سوخت مایع بوده است که هم اکنون نیز این سیاست، در حال اجرا بوده و در طراحی نیروگاه ها مورد توجه قرار می گیرد. وی افزود: تغییر سوخت مصرفی از گاز طبیعی به سوخت مایع، بر مبنای شرایط موجود، متفاوت است. در واقع به هنگام تعمیرات اساسی پالایشگاه ها، خرابی تجهیزات خط انتقال گاز و یا در فصول سرد سال، به ناچار الگوی مصرف سوخت، از گاز به مایع تغییر می کند و به گونه ای که سوخت دوم در واحدهای بخاری، مازوت و در واحدهای سبک ترکیبی، گازوئیل است.

فرهور در تشریح الگوی مصرف سوخت واحدهای نیروگاه بیان داشت: در سال گذشته، ۸۷ درصد از سوخت مصرفی واحدهای سیزده گانه، از نوع سوخت گاز طبیعی بود و تنها ۱۳ درصد در این نیروگاه از سوخت مایع استفاده شده است. این درحالی است که با درنظر گرفتن ارزش تقریباً برابر حرارتی سوخت گاز با سوخت مازوت و از سوی دیگر با نگاه به تفاوت زیاد قیمت هر مترمکعب گاز با هر لیتر مازوت، می توان به قیمت تمام شده و زیان مالی استفاده از سوخت مازوت پی برد. بنابراین مصرف سوخت گاز طبیعی برای ما همواره در اولویت قرار دارد. مدیرعامل نیروگاه در پاسخ به پرسش دیگری که به استفاده از سوخت مازوت در واحدها و دلیل عدم استفاده از سیستم

مدیر کل فرهنگ و ارشاد اسلامی خوزستان:

شوراهای فرهنگ عمومی نقش بسزایی در ریل گذاری فرهنگی دارند



ارزشمند موالی زاده در استان خوزستان در ایام کرونا و تاکید ایشان به عنوان دبیر شورای فرهنگ عمومی کشور بر اهتمام ویژه مردم و مسئولان در ریشه کن ساختن این بیماری، این اقدام را تأثیرگذار خواند.

وی ادامه داد: زمانی که دبیر شورای فرهنگ عمومی کشور به عنوان یک شخصیت برجسته علمی و فرهنگی و با حساسیت های یک استان مثل خوزستان آشنایی کامل و شورای فرهنگ عمومی به خود اختصاص دهند، تقدیر و از همدلی و همراهی همه ی مسئولان شوشتر در این راستا قدرانی کرد

مدیر کل فرهنگ و ارشاد اسلامی خوزستان ضمن قدرانی از حضور

مهندس عباسپور قائم مقام مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب استان آذربایجان شرقی نیز با خاطرنشان کردن تاریخ برگزاری آزمون در سال گذشته، عنوان کرد: این آزمون در سال گذشته برگزار شد که افراد با کسب نمره قبولی و طی مراحل استخدامی و فرایند مصاحبه و گزینش کار خود را به اتمام رسانده و از هم اکنون مشغول بکار خواهند شد. مهندس ابراهیم زاده معاون امور مشترکین و درآمد نیز در خصوص چگونگی روند جذب و استخدام نیروهای جدید اظهار داشت: تمامی مراحل استخدامی با شایسته سالاری و طبق قوانین اداری انجام شده است که امیدواریم نیروهای طبق با توفیق الهی فعالیت و خدمت رسانی خود را با موفقیت آغاز کنند. لازم به ذکر است در ادامه مراسم هر کدام از معاونین شرکت آب و فاضلاب استان آذربایجان شرقی توضیحاتی را در خصوص حوزه کاری خود به کارمندان جدیدالاستخدام ارائه کردند و در پایان سوگندنامه و منشور اخلاقی قرائت و مورد امضای نیروهای جدید قرار گرفت.

وی همچنین تاکید کرد: تصفیه خانه بابا شیخعلی به عنوان یکی از پیشرفته ترین تصفیه خانه های کشور است که از لحاظ مباحث کیفی آب هیچ مشکلی ندارد و سیستم آزون کلر آن شرایط مناسبی دارد.

مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب استان اصفهان با بیان اینکه بسته شدن زاینده رود موجب حذف و خالی شدن چاه های فلمن می شود، اظهار کرد: با اقدامات صورت گرفته به دنبال افزایش ظرفیت انتقال آب از تونل اشترجان هستیم که می تواند حذف چاه های فلمن را جبران کند. وی همچنین در خصوص بازچرخانی آب خاکستری در اصفهان، اظهار کرد: در این خصوص شرکت آب و فاضلاب استان اصفهان تقاضم نامه ای با سازمان نظام مهندسی ساختمان جهت جمع آوری آب های خاکستری امضا کرده و قرار است برخی مجتمع ها، آموزش و پرورش، مدارس و ... آب خاکستری را به چرخه برخی مصارف از جمله آبیاری برگردانند و امیدواریم با خاکستری یکی از الزامات احداث مجتمع های مسکونی شود.

مدیر عامل نیروگاه شهید رجایی در نشست خبری مدیران عامل صنعت آب و برق استان قزوین؛

امیدوارم با همراهی شهروندان در نهادهینه کردن فرهنگ مصرف کوشا باشیم

های فیلتراسیون در دودکش نیروگاه اشاره داشت، گفت: ما برای مصرف سوخت، به ۸ نهاد و ارگان دولتی پاسخ گو هستیم. به طوری که اطلاعات مربوط به میزان و نوع سوخت مصرفی خود را برای شفاف سازی، در اختیار این نهادها قرار می دهیم.

فرهور ادامه داد: در نیروگاه شهید رجایی، فیلتر دودکش نداریم، در واقع هزینه خرید و استفاده از سیستم فیلتراسیون دودکش برای یک واحد ۲۵۰ مگاواتی مانند واحدهای بخاری این نیروگاه، ۵۰ میلیون دلار هزینه دارد که با احتساب ۴ واحد در این نیروگاه، هزینه استفاده از این نوع سیستم ها حدود ۲۰۰ میلیون دلار هزینه خواهد داشت. وی افزود: راه دیگر جداسازی سولفور از سوخت مازوت، نصب سیستم های فیلتراسیون در پالایشگاه ها است که حدود ۳ میلیارد دلار هزینه دارد. بنابراین راه حل نهایی برای این موضوع، استفاده از سوخت گاز طبیعی در نیروگاه ها و ذخیره سازی مازوت در مخازن برای مواقع اضطراری است. افزایش آلودگی شهرستان آبیک و تاثیر نیروگاه بر آن، موضوع دیگری بود که فرهور در پاسخ به آن اظهار داشت: با انجام تحقیقات میدانی که سال گذشته انجام شد، مشخص گردید در زمان های استفاده از سوخت گاز طبیعی در نیروگاه، بازم شاهد آلودگی این شهرستان بودیم، بنابراین منشا اصلی آلودگی شهرستان آبیک را باید در جای دیگری جست و جو کرد.

مدیرعامل نیروگاه در این نشست، از شهروندان درخواست نمود با رعایت الگوی صحیح مصرف و کاهش ۱۰ درصدی مصرف انرژی الکتریکی، مانع از خاموشی ها در فصل گرم سال شویم تا مردم عزیز، به ویژه افراد ساکن در مناطق گرمسیر بتوانند از نعمت برق، برخوردار باشند.

این نشست خبری، با حضور بیرانوندی، مدیرعامل شرکت آبفای استان، ملکی، مدیرعامل شرکت آب منطقه ای قزوین،چگینی، مدیرعامل شرکت توزیع برق استان، مرادی مدیر عامل شرکت تولید برق شهید رجایی و فرهور، مدیر عامل شرکت مدیریت تولید برق شهید رجایی، روز چهارشنبه ۴ تیر ۱۳۹۹ در سالن اجتماعات توزیع برق قزوین برگزار شد.

تحرک آفرین است؛ آنچنان که به خوبی بعد از ورود ایشان نشانه های جدیت بیشتر مردم و مسئولان را در بحث مقابله جدی با ویروس منحوس کرونا مشاهده کردیم.
چروند از اصحاب فرهنگ،هنر و رسانه در خوزستان که در امر مبارزه با ویروس کرونا آگاه سازی جامعه را برگزاری برنامه های پرمایه، شاد و مفرح به سلامت روحی و روانی جامعه کمک کردند،تشکر و قدرانی کرد. دبیر شورای فرهنگ عمومی خوزستان افزود: فعالیت های بی شماری در حوزه ی فرهنگ و هنر به شکل مجازی با توجه به شرایط پیش آمده در خوزستان به همت همه ی هنرمندان و اهالی فهیم فرهنگ و هنر طرح ریزی و اجرایی شد و می توان گفت ویروس کرونا نتوانست حتی روشنائی چراغ فرهنگ و هنر در این استان را کم سازد.

دبیر شورای فرهنگ عمومی کشور ضمن قدرانی از اقدامات خوب و مثرهنر چروند به عنوان نماینده وزارت و دبیر شورای فرهنگ عمومی در استان خوزستان در بحث توجه به فرهنگ عمومی، گفت: خوشبختانه در خوزستان به شورای فرهنگ عمومی توجه ویژه ای شده و تاثیر جلسات خروجی آن بین مردم و جامعه آن چنان که بررسی کرده ایم قابل توجه و رضایت بخش بوده و بی شک یکی از استان های مطرح در این حوزه است که جای تقدیر دارد.

۳ داستان الهام بخش درباره چگونگی مقابله کسب و کارهای کوچک در دوران کووید-۱۹



گیلبرت: ما در کمال تعجب شاهد افزایش تعداد متخصص‌هایی بودیم که به تیم ما درخواست پیوستن دادند. بسیاری از معالجان جسمانی از کار بیکار شده‌اند و یا از کلینیک‌های سنتی خارج شده و به دنبال بخشی از انجمن‌های موومنت‌اکس می‌گردند. همین باعث می‌شود ما محصولات و خدمات خود را افزایش دهیم.

رید: یکی از شگفت‌انگیزترین چیزهایی که متوجه‌شان شدیم این بود که ارائه مراسم مجازی می‌تواند هزینه سرشار کمتری به دنبال داشته باشد یعنی در مقایسه با مراسم شخصی سود بیشتری خواهیم داشت. علاوه بر این، پلتفرم‌های مجازی دسترسی بسیار گسترده‌تری دارند، که به نتیجه مطلوب‌تری برای مشتریانی که سود بالایی‌شان برای موفقیت مراسم‌های مان واجب است، می‌رسیم.

چیزهایی که یاد گرفتیم

استرن: همه چیز رهبری و ارتباط اجتماعی است. جامعه و انجمن را درست حمایت کنید. مهم و مطرح باقی بمانید. برای پشتیبانی و مراقبت از تیم خود فراتر از انتظار پیش بروید. با دل‌تان پیشرو باشید. با عبث گرفتن تا بالای بالا پیش بروید. ما برای حفظ روحیه خود به همراه کارکنان‌مان در خانه کار می‌کنیم و آن‌ها را نگه می‌داریم تا بتوانند خانواده‌های خود را پشتیبانی کنند. به آینده نگاه کنید و به اعضای این تیم در پشت‌سر گذاشتن این وضعیت کمک کنید.

گیلبرت: هیچ‌کس انتظار چنین لحظاتی را ندارد. ما فکر می‌کردیم صنعتی هستیم که هیچ‌گاه رکود اقتصادی پیدا نخواهیم کرد و اینکه، هرچه بشود مردم به معالجه‌های جسمانی و فیزیکی نیاز دارند. از آنجا که حرفه ما در ۱۰ سال آینده در صدر لیست مشاغل مورد تقاضا قرار گرفته است، ما هرگز انتظار این شرایط را نداشته‌سیم و فکرش را هم نمی‌کردیم که صنعت معالجات جسمانی تا این حد تحت تأثیر قرار بگیرد. در حال حاضر کسب و کارها و رهبران سفت و سخت در معرض دید هستند و ما هم می‌خواهیم بخشی از آن باشیم. از همان اوایل، ما قصد داشتیم که فعال باشیم و آینده خود را بسازیم و خودمان سرنوشت خود را رقم بزنیم. در مرکز ما شرکتی است که برای خدمت و کمک به مردم تاسیس شده است. ما این مسئله را چه قبل این بحران و چه بعد آن، راهنمای خود قرار دادیم و همین باعث شد تا به یک تجارت قرص و محکم تبدیل شویم. رید: ما به سرعت فهمیدیم که یک مراسم مجازی موفق نیاز به سازمانی یکپارچه و محتوایی بسیار غنی دارد، زیرا مهمانان خسته می‌شوند و در یک فضای تک‌بعدی حواس‌شان خیلی راحت‌تر پرت می‌شود. این تعطیلی فرصت‌های بیشتری برای ارتباط با شرکای خدمات‌مان فراهم کرده است. هنگامی که مراسمی لغو می‌شود، به ما ضربه اقتصادی شدیدی وارد می‌شود که برای سالن‌ها، کارکنان، شرکت‌های اجاره‌ای، عکاسان، شرکت‌های تصویری صوتی، گلفروشی‌ها، نانواها، متخصصان سرگرمی و هنرمندان و ... به شدت ضرر می‌رساند. اینکه فقط تقلاهای صاحبان کسب و کار را ببینیم و هیچ کاری نکنیم، بسیار دشوار است.

بنابراین تلاش می‌کنیم تا جای ممکن راه‌هایی برای حمایت از این شرکا و نیز مشتریان خود بیابیم. ما می‌خواهیم مشتریان و همکاران وفادار و باارزش خود را با گل‌های شگفت‌انگیز، غذا، بادکنک، هدایا، محصولات اختصاصی جدید و حتی تحویل کالا‌هایی که همه دنبال‌شان هستند مثل ماسک‌های پزشکی، دستکش‌های یکبار مصرف و دستمال تواله، خوشحال کنیم. هدف بزرگ ما، در ارتباط بودن و حفظ افرادی است که با آن‌ها کار می‌کنیم و می‌خواهیم که همچنان طی این بحران بی‌سابقه بالا و بالاتر برویم.

در هر صورت، «کار را باید ادامه داد.»

منبع: forbes/ucan

با استفاده از یک پلتفرم جلسه مجازی، مراسم خاص‌شان را ارائه کنند و منتظر نتیجه مشابهی‌اند که بیشتر اوقات نتایج شبیه به هم نیستند. هدف ما ایجاد تجربه‌ای یکپارچه برای مشتریان است. به نظر می‌رسد که مشتریان از شیوه سفارشی ما راضی‌اند و می‌گویند که ما برای آن‌ها و مهمان‌شان تغییری مثبت ایجاد کرده‌ایم و بعد از برگزاری مراسم میزان استرس‌شان کاهش یافته است. به عنوان یک سازنده، ما باید گزینه‌های خلاقانه، گرم و به یاد ماندنی بیشتری برای تأمین مشتریان خود ارائه دهیم. ما به شدت به گفته جولیا چایلد (Julia Child) معتقدیم که می‌گفت:

مهمانی بدون کیک فقط یک ملاقات معمولی است.

برنامه‌ریزی برای آینده

استرن: سفت و سخت بودن در این شرایط آشفته، چایا را تعریف می‌کند. ما همچنان خلاقانه فکر می‌کنیم و سعی می‌کنیم تا در جامعه و اعضای تیم خود مشارکت مثبت داشته باشیم و اعتقاد داریم که به دلیل اهمیت بالای این موضوع، به عنوان افراد فعال تیم، باید از همه ساعات، تلاش و کوشش‌مان مایه بگذاریم تا بتوانیم بالاخره به نتایج خوبی برسیم. در چایا، می‌خواهیم افکار بلندپروازانه‌ای داشته باشیم، جسور باشیم و در حال همکاری ریسک‌پذیر باشیم تا به نتیجه بسیار خوبی در محل زندگی و همچنین محل کار برسیم.

گیلبرت: این بیماری پاندمی سلامت جهانی را به خطر انداخته است. با این حال، جای تداوم هم هست و همین به ما امید می‌دهد. بیماران بیشتر از همیشه حاضر به استفاده از گزینه‌های دیجیتال هستند. ارائه‌دهندگان به طور مداوم بیماران خود را چک می‌کنند و از آن‌ها در زمان‌های خوب و بد پشتیبانی می‌کنند. با حرکت به جلو و تکیه به قدرت انجمن خود، به نوآوری و مراقبت از یکدیگر ادامه می‌دهیم. بیماران، می‌دانند که افزایش تدابیر ایمنی برای ایجاد اطمینان و احساس امنیت خودشان است؛ ارائه‌دهندگان منابع بیشتری در اختیار خود و ارتباطات قوی‌تر در تیم ما خواهند گذاشت.

معالجه جسمانی نقش مهمی در ادامه زندگی یک جامعه به بهترین و سالم‌ترین نحو ایفا می‌کند، بنابراین ما طی این بحران همچنان به راهمان ادامه خواهیم داد.

رید: ما دائماً به دنبال راه‌های جدیدی برای ارائه کیفیت خوب به مشتریان‌مان هستیم. از اتخاذ راه‌حل‌های فن‌آوری گرفته تا شراکت با شرکت‌های دیگر. ما می‌دانیم که این بیماری پاندمی دارای پیامدهای بلندمدت سلامت، اجتماعی و اقتصادی است. بدین ترتیب، ما جهت اتخاذ دائمی فرآیندهای داخلی جدید و تطبیق روش کسب و کار خود برای ارائه راه حل‌های بهینه در مراسم مجازی، تلاش می‌کنیم و مطمئنیم که می‌توانیم همچنان در صنعت مراسم پیش‌رو باشیم. همه ما به این ضربه را تحمل می‌کنیم. بنابراین با شرکا و مشتریان‌مان مشورت می‌کنیم تا به آن‌ها در کار کردن کمک کنیم تا این‌گونه شرکت‌ها و سازمان‌های خود را حفظ کنند.

حالا زمان آن نیست که فقط به فکر خودمان باشیم. ما باور داریم که ارائه راهنمایی (به صورت رایگان) به مشتریان غیرانتفاعی خود و شرکای صنعتی، همگی در بلندمدت برای ما هم سود به همراه می‌آورد.

روزی امید غافلگیرکننده

استرن: تعجب‌آور نیست که کارکنان ما شگفت‌انگیز عمل کرده‌اند. آنها به شدت مورد استقبال قرار گرفته‌اند و حمایت فوق‌العاده جامعه و مشتریان‌مان به شدت دلگرم‌مان کرده است. در واقع این مشتریان و همسایگان ما هستند که به رستوران‌ها و کارکنان‌مان کمک می‌کنند تا این بحران را پشت‌سر بگذاریم و از تک‌تک‌شان برای حمایت از ما عمیقاً قدردانی می‌کنیم.

شدیم که باید به سرعت پیوت (Pivot) روش کسب و کار خود را با این وضعیت تطبیق دهیم.

پیوت پاندمی

استرن: مانند بسیاری شرکت‌های دیگر در صنعت رستوران، چایا تا‌کو سعی کرد تا با بهترین روش، بر شرایط تسلط پیدا کند و با این بیماری سازگار شود. در ابتدا، چایا تا‌کو قصد داشت تا تنها اجازه انتخاب، تحویل و بردن غذا را به مشتریان بدهد. ما ساعات کاری خود را محدود کردیم، از منوی کرکره‌ای استفاده کردیم و به مشتریان به طور انحصاری از طریق تحویل و بردن سفارشات خدمت‌رسانی کردیم. این کار باعث شد تا کارکنان‌مان تا جای ممکن کمتر دیده شوند و هزینه‌های نیروی کار کاهش یابد. ما اکنون در هر فروشگاه با یک تیم دو نفره شامل یک مالک و یک کارمند آشپزخانه کار می‌کنیم.

همچنین با سازمان‌های خیریه و سازمان‌های محلی نیز همکاری می‌کنیم تا به کارکنان بخش مراقبت‌های بهداشتی که در آن ساعت بی‌وقفه کار می‌کنند، غذا بدهند. آن دسته افرادی که همانند ما در صنعت مواد غذایی کار می‌کنند، در حال حاضر در قرنطینه هستند، بنابراین ما معتقدیم که باید قدمی برداریم و به تغذیه جوامع خود، به ویژه آن‌هایی که در سراسر شهرمان نیازمند هستند، کمک کنیم. ما به بررسی هر روش ممکن برای پیدا کردن راه حل و بهبود این وضعیت ادامه می‌دهیم. اگر بتوانیم همچنان غذاهای عالی ارائه دهیم و پرسنل خود را نگه داریم، احتمال دارد که روزی به کسب و کار همیشگی خود برگردیم.

گیلبرت: تغییر اصلی در روش کسب و کار ما در این بحران چگونگی رساندن خدمات و اهمیت به مشتریان‌مان بود. ما از ارائه خدمات کاملاً حضوری، به ارائه خدمات از راه دور تغییر کردیم و همچنین برخی جلسات حضوری بین بیمار و متخصص را با رعایت فاصله اجتماعی شش تا ده فوتی، برگزار می‌کنیم. ما این روش‌ها را به درمان افرادی که وضعیت‌شان اورژانسی باشد و همچنین تجهیزات مواظبت از خود در این شرایط را داشته باشند، اختصاص می‌دهیم.

همچنین از آنجایی که افراد کهن‌سال بیشتر تحت تأثیر این بیماری پاندمی بودند، برای‌شان یک سری تمرینات مجازی آماده کردیم. تحرک روزانه بسیاری از افراد مسن به یکباره به شدت محدود و کم شده بود، در نتیجه ما تصمیم گرفتیم که به آن‌ها کمک کنیم تا این دوره نامعلوم را پشت سر بگذارند. برنامه مجازی «بدن شما» بدون توجه به سن، یک تجربه هشت هفته‌ای تخصصی است که برای افراد ۶۰ سال به بالای که می‌خواهند سالم، فعال و قوی بمانند، طراحی شده است. ما همه درآمد این برنامه را برای مبارزه با این بیماری پاندمی به خیریه‌ها اهدا خواهیم کرد. معالجه جسمانی نقش مهمی در ادامه حرکت و زندگی جامعه به بهترین و سالم‌ترین نحو ایفا می‌کند بنابراین ما همچنان سعی می‌کنیم تا در این بحران همچنان پیشروی کنیم.

رید: ما معتقدیم که عروسی‌ها، جشن‌های فارغ‌التحصیلی و تولد باید همچنان برگزار شوند. باید به مجالس ترحیم و دیگر مراسمی که باعث تغییر دایمیت تا مراسم مجازی با همکاری سایر شرکت‌های جمع‌آوری اعانه و دیگر مراسم‌های بشردوستانه برای عملکرد مؤسسات غیرانتفاعی ضروری هستند بنابراین ما روش کسب و کار خود را طوری تغییر دادیم تا مراسم مجازی با همکاری سایر شرکت‌هایی که پشتیبانی فنی موردنیاز برای اجرای خدمات را فراهم می‌کنند، برپا شوند. به دلیل جنبه‌های فنی موردنیاز مراسم مجازی، ما زمان را صرف آموزش اهمیت استفاده از خدمات مجازی کارشناسی به مشتری‌های مان می‌کنیم. بسیاری از آن‌ها فکر می‌کنند که می‌توانند

یک فروشگاه تاکو (Taco)، یک فیزیوتراپ و یک مسئول تشریفات حرفه‌ای، در چه چیزی مشترکند؟ همه آن‌ها صاحبان کسب و کارهای کوچکی هستند که در مواجهه با این بیماری پاندمی جهانی ثابت‌قدم مانده‌اند. داستان آن‌ها نمونه‌های الهام‌بخشی از چگونگی استفاده کسب و کارهای کوچک از خلاقیت، ارتباط و جامعه برای بقای خود در این شرایط سخت را به تصویر می‌کشد.

با صاحبان کسب و کار آشنا شوید؛ اول پتینا استرن (Bettina Stern)، سهامدار چایا تاکو (Chaia Taco):

چایا تاکو، یک تاکو فروشی است که با تاکوفروشی‌های دیگر فرق می‌کند و ساندویچ‌های به شدت لذیذی درست می‌کند، که تماماً از سبزیجات ساخته شده است. ما دو رستوران را در واشنگتن دی‌سی (D.C Washington) اداره می‌کنیم که در آن سعی داریم تجربه غذایی خوبی را به همراه دسترسی آسان به خدمات معمول برای شما به ارمان بیآوریم. به عنوان یک فروشگاه «از تولید به مصرف»، تاکوهای ما تنها با تازه‌ترین سبزیجات محلی (و تا جای ممکن ارگانیک)، مواد مغذی سالم ترکیب شده با ادویه، سس سalsای خانگی و مواد خوشمزه دیگر که در داخل یک نان تورتیلا (Tortilla) کبابی پر شده‌اند، ساخته می‌شوند.

شارلوت رید، یکی از بنیان‌گذاران و سرپرست نظری رید رودل (Reid-Rodell):

رید رودل، یک شرکت برنامه‌ریزی مراسم با خدمات کامل است که در ایجاد یک تجربه بی‌همتا و به یاد ماندنی، هم در ایالات‌متحده و هم در سراسر جهان تخصص دارد. ما همه نوع مراسم با هر اندازه‌ای شامل کمک‌های مالی، تجاری و اجتماعی، کنفرانس‌های ملی، راه‌اندازی برند، مراسم بزرگ غیرانتفاعی و گردهمایی‌های اجتماعی مانند جشن تولد، مراسم کودکان، مراسم عروسی، مراسم ختم و تجدید دیدار را برگزار می‌کنیم. پیش‌بینی نیازهای مشتری و فراتر رفتن از انتظارات آن‌ها مایه افتخار ما است.

تأثیر پاندمی

استرن: بی‌شک این مدت یکی از سخت‌ترین لحظاتی بوده است که بسیاری از ما با آن مواجه شدیم، مخصوصاً برای چایا تاکو که فروش به بیش از ۸۰ درصد پایین‌تر از زمان پیش از ویروس افت کرده است. شدت بحران کووید-۱۹ تجارت ما و جامعه ما را در شرایطی کاملاً ناآشنا و جدید قرار داده است. در پانزدهم مارس، ما مغازه‌های خود را به صورت قانونی به صرف شام تعطیل کردیم. ما این تصمیم را چند روز پیش از دستور تعطیل شهردارمان برای حفاظت از پرسنل، مشتریان و جامعه‌مان گرفتیم.

گیلبرت: تأثیر اولیه این بیماری، همه‌گیر شدن و تعطیلی همه مکان‌ها بود که به افت شدیدی در کسب و کار ختم شد، درست هنگامی که بیماران و ارائه‌کنندگان در این وضعیت صبر و بردباری به خرج دادند. همانطور که مردم همه چیز را تعطیل کردند و خود را در خانه‌های‌شان قرنطینه کردند، معلوم شد که فاصله فیزیکی تأثیر زیادی بر نحوه ارائه خدمت ما به مشتریان‌مان دارد. برای بقا، موومنت‌اکس (MovementX) می‌دانست که اولویت ما پیدا کردن راه‌های جدید جایگزین برای فراهم کردن مراقبت‌های بهداشتی باکیفیت و بی‌خطر در این وضعیت و محیط جدید بود.

رید: کار ما بر مبنای تجمعات است، بنابراین وقتی مردم خود را در خانه قرنطینه کردند، ما بلافاصله ۹۵درصد از مراسم برنامه‌ریزی شده سه‌ماهه دوم و آمارگیری را از دست دادیم. از آنجایی که مسائل بهداشتی و سیاست‌های پاندمی دولت به طور مستقیم بر اینکه مردم چگونه می‌توانند در آینده نزدیک گردهم بیایند، تأثیر می‌گذارد، متوجه

۹ دلیل که نشان می دهد چرا کسی به محتوای شما توجه نمی کند

همه می خواهند بدانند که چطور می شود در دنیای تجارت آنلاین موفق شد. این سوالی بزرگ است. چگونه ما افراد را برای جلب توجه فرا می خوانیم؟ مشاوران شبکه های اجتماعی می گویند: شما باید از تصاویر و ویدئو استفاده کنید. این برای آینده است. خب، این مثل پرسیدن این سوال است، «چطور چیزی بیزم که دیگران دوست داشته باشند» و برای استفاده از غذا فرا خوانده شوند.

در واقع، ما درباره قالب محتوا، به آن اندازه ای که کیفیت مهم است صحبت نمی کنیم. اگر تصاویر باکیفیت کلید موفقیت است، پس چطور صفحات اینستاگرامی با بودجه های کم توانسته اند ۳میلیون دنبال کننده داشته باشند؟ اگر ویدئو کلید است، پس چطور کانال های یوتیوب با پست های هفتگی شان تنها ۱,۰۰۰ مشترک دارند؟ در بسیاری از موارد، بردها (و افراد) فکر می کنند که اقدامات شان موفقیت را مشخص می کند. در حالی که پست گذاشتن های روزانه مثل عکس و موارد دیگر، هیچ چیزی را تضمین نمی کند. اگر شما هر روز در فیس بوک یا اینستاگرام پست می گذارید، به این معنا نیست که مطالب و تصاویر خوب و باارزشی منتشر می کنید.

در اینجا مواردی را می بینید که به بهتر شدن برنداتان در زمینه آنلاین کمک می کند، چرا مردم در درجه اول به شما توجه نمی کنند؟

۱. محتوای شما مانند بقیه افراد است: این دلیلی است که نشان می دهد چرا بررسی های رقابتی مهم است. اگر شما کاری را می کنید که همه انجام می دهند، چطور انتظار دیده شدن دارید؟ یا بدتر از آن، چرا کسی باید شما را فالو کند، در حالی که فرد دیگری را با محتواهای شبیه شما فالو می کند؟

۲. شما هیچ پیام واقعی و باارزشی ندارید. پست های انگیزشی مثل جملاتی مبهم و بی ارزش که از دیالوگ های فیلم های مسخره گرفته می شوند، محتوای خوب به شمار نمی روند. شما باید بدانید، با چه صدایی حرف بزنید که شما را منحصر به فرد می کند و چه پیامی برنداتان را بهتر از قبل می کند.

۳. شما از بهترین شیوه پیروی نمی کنید: اشتراک گذاری پست های اینستاگرام در فیس بوک، هشتگ ها و ... بهترین روش کاری نیستند. شما باید روش های دیگری را هم انتخاب کنید.

۴. شما هرگز همکاری نمی کنید: این سریع ترین راه برای گسترش کارتان است. اگر فکر می کنید که دیگران شما را «پیدا می کنند»، در اشتباه هستید. شما باید همکاری کنید و وقت بیشتری برای دیده شدن محتوای تان بگذارید، به جای اینکه آن را به باد بسپارید.

۵. شما درک درستی از مخاطبان تان ندارید: بین فکر کردن شما درباره خواسته مخاطبان و چیزی که توجه آن ها را جلب می کند، تفاوت وجود دارد. محتوای تان را ببینید. ببینید چه محتوایی مورد علاقه آن ها است و سپس از محتوایی که هیچ کس دوست ندارد خلاص شوید.

۶. شما ثابت قدم نیستید: افراد زیادی هستند که صفحه ای جدید در شبکه های اجتماعی می سازند و دوام نمی آورند. یا بدتر از آن، آن ها تنها چند صد فالوور دارند و با خودشان می گویند، «هن ۳۶۲ نفر را دارم که به من در توییتر توجه می کند! این واقعا زیاد است!» خیر، این تعداد واقعا زیاد نیستو هیچ کس به شما، حداقل تا زمانی اینگونه فکر کنید نگاه نمی کند.

۷. امروز هم همان کاری را می کنید که دیروز انجام دادید: شما باید محتواهای تان را روز به روز بهتر کنید، چراکه بدون پیشرفت در محتواهای تان، دیگر کسی شما را فالو نمی کند. آن ها هم می خواهند با شما چیزهای بهتری بخوانند. برای آن ها هم بهتر شدن شما مفید است. آن ها می خواهند بدانند کسی یا چیزی را فالو می کنند که در مسیری رو به بهتر شدن است.

۸. شما ارزش کافی ارائه نمی دهید: این مورد بسیار مهم است. اگر صفحات شما بهترین منبع اینترنت در بازار یا موضوعی که کار می کنید نیست، یعنی به اندازه کافی تلاش نکرده اید. فردی که شما را فالو می کند پیدا کنید، یا کسی که دوستش دارید یا کسی که بازار شما را دارد. حال، کارهایی که آن ها انجام می دهند را سعی کنید به شیوه ای بهتر انجام دهید. این رقابت شما است.

۹. شما به دیگران چیزی یاد نمی دهید» اغلب افراد، بحث آموزشی را فراموش می کنند. پست گذاشتن کافی نیست. شما می خواهید که افراد، بارها و بارها به صفحه تان برگردند، چراکه شما با محتواهای مفیدتان، به آن ها چیزی یاد داده اید. اگر به مخاطبان تان، هر روز چیزی تازه یاد ندهید، آن ها هم دلیلی ندارند که به شما توجه کنند.

منبع: [inc/ucan](#)

۵ ویژگی یک تیم موفق کاری در تمام کسب و کارها

یک تیم، در ساده ترین شکل آن، می تواند چنین تعریف شود: «گروهی از آدم ها که دور هم جمع می شوند و همه در مسیر رسیدن به یک هدف مشترک تلاش می کنند.» اما این فقط یک تعریف ابتدایی است. با استفاده از آن تعریف، هر گروهی از آدم ها را می توان تیم به حساب آورد. آدم های کسب و کاری هوشمند می دانند چطور یک تیم با عملکرد بالا درست کنند که بتواند در رقابت باعث برتری شان بشود. در ادامه این مقاله با ما همراه باشید تا پنج ویژگی عالی یک تیم موفق کاری در تمام کسب و کارها را بدانید.

یک تیم با مدیریت ضعیف یا عملکرد پایین مشکلاتی که ایجاد می کند بسیار بیشتر از مشکلاتی است که حل می کند. از طرف دیگر، یک تیم موفق کاری که دارای عملکرد بالایی نیز هست بهترین دارایی هر کسب و کار محسوب می شود بنابراین دانستن مهمترین ویژگی یک تیم موفق کاری برای تمام کسب و کارها ضروری است. چند تا از مهمترین این ویژگی ها در ادامه آمده است.

۱- حس تعهد بالایی دارند: تیم های دارای عملکرد بالا معمولا نسبت به تیم های استاندارد و معمول فارغ از معیاری که برای ارزشیابی شان استفاده می شود نتایج بهتری را به بار می آورند. کیفیت نتیجه، تعیین ضربه الاجل، برنامه ریزی و ...

۲- تعریف دقیقی از نقش ها دارند: تک تک اعضای تیم معمولا هم از اهداف تیم و هم از نقش فردی آن ها در آن چارچوب درک بهتری دارند.

۳- رقابت سالم ایجاد می کنند: اینکه تک تک اعضای گروه و تیم دقیقا بدانند چطور کمک های آن بر موفقیت تیم تاثیر می گذارد باعث پیدایش حس تعهد به همکاران می شود که می تواند میزان کارایی و عملکرد را افزایش دهد.

۴- مهارت های مکمل دارند: یک تیم دارای عملکرد بالا تشکیل می شود از اعضای مختلفی با تخصص های متفاوت. این امر باعث شکل گیری جلسه های توفان فکری سازنده ای می شود که از طریق مشارکت یکدیگر به وجود می آید.

۵- اعتمادسازی برای شان مهم است: اعضای یک تیم دارای عملکرد بالا با اعضای تیم دیگر یک یک اتکاء و وابستگی متقابل ایجاد می کنند. این وابستگی متقابل همان چیزی است که باعث اعتمادسازی در گروه می شود. به عنوان یک مدیر، موفقیت یا شکست شما را با توانایی تان برای ایجاد و مدیریت یک تیم دارای عملکرد بالا می توان سنجید. بالاخره، در کسب و کار، همه ما به واسطه نتایجی که برای شرکت به ارمغان آورده ایم قضاوت می شویم .

اگر بتوانید تیم هایی با عملکرد بالایی تشکیل بدهید و آن ها را حفظ کنید، برای شرکت تان به یک مهره ارزشمند تبدیل می شوید.

منبع: [lifehack/bazdeh](#)



۳ نکته ساده برای افزایش بهره‌وری روزانه

حواس پرتی های فراوان نتوانید این کار را به خوبی انجام دهید. خیلی از کارفرماها ادعا می کنند کارمندانی که در منزل از راه دور کار می کنند، بهره‌وری بیشتری دارند.

اعلان موبایل و کامپیوترتان را قطع کنید

نباید به شبکه‌های اجتماعی اجازه دهید حواس‌تان را پرت کنند. زمان مشخصی را به چک کردن ایمیل‌ها و پیام‌ها اختصاص دهید تا وقت‌تان هدر نرود.

۳. طرز تفکر

به جای ایمیل زدن، صحبت کنید

با همکاران تلفنی حرف بزنید. اگر همکاری شما خارج از کشور هستند با آن‌ها از طریق رسانه‌های اجتماعی صحبت کنید. با این کار، بهتر متوجه منظور یکدیگر می‌شوید و هیچ سوء تفاهمی هم پیش نمی‌آید.

مسائل چالش‌زا را به بخش‌های کوچک‌تر تقسیم کنید

با این کار سختی کمتری می‌کشید و کارهای‌تان را مدام به تعویق نمی‌اندازید. یک راهکار موثر برای این کار، استفاده از توسعه نرم‌افزاری چابک است. این نرم‌افزار به گونه‌ای است که کارهای‌تان را به بخش‌های کوچک‌تر تقسیم می‌کند تا بهتر از عهده‌شان بربیایید و استرس‌تان نیز کاهش یابد.

از لیست وظیفه استفاده کنید

برای کاهش خطای کاری، از لیست وظیفه استفاده کنید. وقتی حجم کاری زیادی روی دوش‌تان است یا زمان محدودی دارید، لیست وظیفه به تمرکز هرچه بیشتر شما کمک می‌کند.

منبع: [entrepreneur/ucan](#)

را حذف کنید. از شبکه‌های اجتماعی برای مواقع لزوم استفاده کنید.

از زمان رفت و آمدتان برای هماهنگی کارها استفاده کنید

دیوید لاوندا، معاون استراتژی محصول در Harmon می‌گوید:

از زمانی که در وسیله نقلیه هستم برای هماهنگ کردن کارها و مرور کردن پروژه در دست کار، استفاده می‌کنم. از این رو وقتی به اداره می‌رسم تصویر روشنی از وضعیت پروژه‌ام دارم.

زمان ملاقات‌های‌تان را تا ۲۵درصد کاهش دهید

زمان زیادی صرف تنظیم مکالمات تلفنی و گفت‌وگوهای بی‌فایده می‌شود. اگر ۱۵ دقیقه از زمان قرار ملاقات‌هایی که در روز بسا پنج نفر دارید را کم کنید، ۲۲۵۰ ساعت در ماه به وقت شما اضافه می‌شود. همین یک ربع، در سال به حدود دو ماه کاری می‌رسد.

وقت استراحت مشخصی داشته باشید

کمی به خودتان استراحت دهید و قرارهای ملاقات را پشت سر هم نگذارید، زیرا خستگی مانع تمرکزتان می‌شود. اگر زمان استراحت مشخصی داشته باشید، بهره‌وری و خلاقیت‌تان به طور قابل توجهی افزایش می‌یابد. اگر می‌توانید ۱۰ الی ۲۰ دقیقه بعد از ناهار چرت کوتاهی بزنید.

۲. محیط اطراف

تا جای ممکن در منزل کار کنید

قطعا برای نوشتن مقاله، سند یا تحقیق نیاز به تمرکز دارید اما ممکن است در محل کار به خاطر

چه تعریفی از بهره‌وری دارید؟ بهره‌وری به معنای انجام دادن کار با سرعت بیشتر و در زمان کمتر است. شاید یکی از نیازهای دنیای امروز، داشتن بهره‌وری بالا در محیط کار است.

در این مقاله، سه نکته را برای افزایش نظم و بهره‌وری در انجام فعالیت‌های روزمره معرفی می‌کنیم:

۱. زمان

انجام چند کار به صورت هم‌زمان سخت است و اغلب باعث کاهش بهره‌وری می‌شود. امروزه مدیریت زمان اهمیت زیادی دارد. خواندن ایمیل‌ها یا پاسخ دادن به تعداد انبوهی پیام تلگرام و کارهای غیرمنتظره‌ای که پیش می‌آید، زمان زیادی از شما می‌گیرد. دنیل لوینتان، نویسنده کتاب «ذهن منظم» این حالت را «میل اخبار» نام‌گذاری می‌کند.

میل اخبار بیشتر از آنچه تصور کنید وقت‌تان را می‌گیرد. گلوریا مارک، استاد دانشگاه کالیفرنیا در پژوهش‌های خود متوجه شد بعد از انجام یک کار غیرمنتظره، ۲۶ دقیقه زمان لازم است تا ذهن به حالت اول برگردد. برای اینکه بهره‌وری خود را کاهش ندهید و روزتان را به انجام کارهای بی‌فایده نگذرانید، توصیه‌هایی برای شما داریم:

روز خود را با اختصاص دادن زمانی به خود شروع کنید

در رسانه‌های اجتماعی به پیام‌ها و ایمیل‌هایی پاسخ دهید که لازم است. با پاسخ‌های مختصر و سریع، وظایف دیگران را مشخص کنید. مسئولیت‌های بزرگ‌تر را برنامه‌ریزی کنید. گروه‌هایی که جنبه خبری دارند