

رئیس کل بانک مرکزی در آخرین اظهارنظر درباره هدایت نقدینگی از ارائه طرح گواهی سپرده یورویی به شورای پول و اعتبار خبر داده است. گواهی که براساس آن بانک مرکزی با سود مشخص و با فروش به نرخ بازار، نسبت به جمع‌آوری ریال اقدام کند. در این طرح بانک مرکزی با تکیه بر ذخایر کافی اسکناس یورویی خود متعهد می‌شود، عین مبلغ را در زمان سررسید به یورو پرداخت کند. طرح گواهی سپرده یورویی برای جمع‌آوری ریال، اشتباهی مشابه پیش‌فروش سکه است. در سال‌های گذشته دولت برای کاهش التهاب بازار سکه، هر قطعه سکه تمام را با قیمت یک میلیون و ۵۰۰ هزار تومان پیش‌فروش کرد و زمانی که خواست سکه را تحویل بدهد، قیمت به ۴ میلیون تومان رسیده بود. در واقع، دولت حجم زیادی از طلا را سه برابر کمتر از قیمت بازار به مردم تحویل داد. از آنجایی که ارز هم ...



مشاوره

تسهیلات
ارزان قیمت

اعتبار
اسنادی
داخلی

ضمانت‌نامه
بانکی

مشاوره بهترین انتخاب است

ویژه اشخاص حقوقی، فعالان اقتصادی و صاحبان مشاغل دارای مجوز فعالیت

مرکز مشاوره و اطلاع رسانی: ۰۲۱-۸۲۸۹۰۰

www.bpi.ir

@bankpasargad

با گذشت چند ماه از شیوع کرونا، کارخانه‌ها با ویروس کنار آمده‌اند؟

جدال ویروس و اقتصاد

دو ماه پیش، کارخانه‌ها در سراسر جهان بسته شدند و کارگران در خانه ماندند، چراکه تقاضای مصرف‌کنندگان بسیار پایین آمده بود، اما حالا شاخص‌های جدید نشانه‌هایی از بازگشت به اوج برخی از بزرگترین کشورهای صنعتی جهان دارند. شاخص «مдіران خرید» این مسئله را اثبات می‌کند و نشان از بازگشت کارخانه‌ها به مدار صعودی تولید دارد. شاخص مدیران خرید (PMI) یکی از مهم‌ترین شاخص‌های اقتصادی در کشورهای توسعه‌یافته است که براساس داده‌های آماری از حدود ۴۰۰ شرکت در تمام فعالیت‌های بخش خصوصی تهیه می‌شود. چنانچه عدد شاخص بیش از ۵۰ واحد باشد، نشان می‌دهد که اقتصاد در حال توسعه است در حالی که هر رقمی زیر ۵۰ واحد، از قرار داشتن اقتصاد در شرف انقباض و رکود حکایت دارد در این میان، چین به عنوان اولین کشوری که شیوع کرونا در آن اتفاق افتاد، زودتر از همه به مدار رشد در تولید صنعتی بازگشته است. شاخص مدیران خرید چین در ماه مه از عدد ۵۰ بالاتر رفت اما در ماه ژوئن، با اندکی کاهش مواجه شده است چرا که در این ماه، در برخی از مناطق چین شیوع مجدد ویروس کرونا اتفاق افتاد...

۳

بیش از ۶۰درصد کسب‌وکارهای نوپا با ادامه کرونا از چرخه اقتصادی حذف می‌شوند

تاثیر کرونا در اکوسیستم استارت‌آپی

۲



مدیریت و کسب‌وکار

- کوچینگ و هدایت شغلی کارکنان تازه‌کار با ۴راهبرد مؤثر
- ۹روش آسان برای بهبود تجربه مشتری
- پرداخت پول به ناشران اقدام جدید گوگل
- ایمیل مارکتینگ و تکنیک‌های مهم بازاریابی ایمیلی
- اینفلوئنسر مارکتینگ در کرونا
- بازار داغ بازارگاه‌های دوسویه در دنیا



کمپین تحریم فیس‌بوک

۷میلیارد دلار زبان روی دست

زاک‌برگ گذاشت

۸ تا ۱۶



رشد قیمتی در بازارها تحت تاثیر نوسانات نرخ ارز است

سیگنال ارزی به بازارها

دومین جلسه دادگاه شرکت عظیم خودرو برگزار شد

قرارداد ترکمنچای با مشتریان خودرو

این شرکت در کار نیست و تمام اقدامات انجام شده کلاهبرداری است که از اول برنامه‌ریزی شده است. قرارداد من ۱۸۰ میلیون تومانی بود چرا باید امروز ۴۴۰ میلیون پول دهم؟» دیگر شاکی پرونده عظیم خودرو نیز گفت: «شیوه بازاریابی به گونه‌ای بود که نمی‌دانستیم پشت این سناریوی بازاریابی چه چیزی وجود دارد؛ من قراردادی امضا کردم که به نوعی قرارداد ترکمنچای است.» او افزود: «زمانی که شرکت دچار مشکل شد بنده گفتم تکلیف خودروهای وارداتی چه می‌شود که به من گفتند در حال پیگیری هستیم؛ حتی من خواستم پولم را بگیرم، ولی قبول نکردند.» به گزارش میزان، شاکی دیگری گفت: «عظیمی باید پاسخگو باشد. چرا با مال مردم بازی می‌کنید؟» در ادامه شاکی دیگری در جایگاه قرار گرفت و افزود: «بنده تحت تاثیر تلفن‌های مداوم و تبلیغات در اینستاگرام قرار گرفتم.» او ادامه داد: «من دو بار انصراف دادم و خواستم پولم را پس دهند، بعد از دو ماه قرار بود پولم را کامل بدهند، اما هیچ پولی پرداخت نشد و همه حرف‌ها دروغ بود، لذا من اشد مجازات را برای متهمان می‌خواهم.» یکی دیگر از شاکیان پرونده بیان کرد: «من سه خودرو از شرکت عظیم خودرو خریداری کردم که بعد از یک هفته بررسی به اشکال کار آن پی بردم. به مرور با گرفتن وکیل و اشراف به پرونده و کيفرخواست به کلاهبرداری وی (متهم عظیمی) بیشتر و عمیق‌تر پی بردیم.»

او ضمن قرائت نامه‌ای که توسط تعدادی از شکات به امضا رسیده بود، گفت: «علی‌رغم نداشتن مجوزات قانونی توسط شرکت عظیم خودرو به همه مشتریان اعلام کردند که همه مجوزات را دارند. شرکت پارسیان عظیم خودرو هیچ مجوزی نداشته و علی‌رغم نداشتن گواهی فعالیت مجوز قانونی، عظیم خودرو به همه مشتریان اعلام کرد که همه مجوزات را دارد.»

در این بخش از جلسه دادگاه، متهم عظیمی به اظهارات شکات واکنش نشان داد که رئیس دادگاه خطاب به وی گفت: «شما موارد را یادداشت کنید و در هر زمان که به شما فرصت دادیم می‌توانید صحبت کنید.» شاکی در ادامه عنوان کرد: «عوامل

شرکت عظیم خودرو دائما جوسازی می‌کردند و می‌گفتند قرار است شنبه قیمت‌ها بالا برود.» او ادامه داد: «عوامل فروش نیز همه یکصدا و آموزش دیده بودند و به مشتریان خودروهای تولیدی اعلام می‌کردند که قطعات خریداری شده و در گمرک موجود است. برای مثال مسئول یکی از شعبات به من گفت که قطعات موجود است و تمامی عوامل عظیم خودرو به تمامی مشتریان اعلام کردند که قیمت‌های مندرج قطعی بوده است. انجام مانورهای تبلیغی موجب فریب مشتریان شده است و تقاضای محکومیت متهمان و تعیین اشد مجازات برای آن‌ها را دارم.»

یکی از شکات هم گفت: «دستگاه قضا در فصل مدیریتی جدید این ظرفیت را دارد که حقوق مالباختگان را احقاق کند.»

شاکی دیگری که خودروی اسپورتیج ثبت نام کرده بود در جایگاه، شکایات خود را مطرح کرد و گفت: «۲۰۰ میلیون گرفتند و جدول قیمت داشتند. هنگامی که برای خودرو به شرکت مراجعه کردم، گفتند همان روزی که ثبت نام کردید ثبت سفارش در کشور عمان شده است و همان موقع پول شما به دلار تبدیل شده است و نگران پول و خودرو نباشید و خودرو را تحویل خواهید گرفت.» او افزود: «ما به شما آقای قاضی پناه آورده‌ایم. خواهش می‌کنم تسریع بفرمایید و رأی را صادر کنید.» صحبت‌های این شاکی نیز با تشویق شکات همراه شد.

سپس شاکی دیگری در جایگاه قرار گرفت و گفت: «جناب آقای قاضی، چندین مطلب را شکات و وکیل گفته‌اند. سال ۹۷ خودرویی با مبلغ ۱۱۵ میلیون ثبت نام کردم که قرار بود اول اسفند تحویل داده شود. پس از مدتی از وزارت صمت پرس و جو کردم و متوجه شدم این شرکت کلاهبردار است و انصراف دادم. اما قبول نکردند و خواستم پولم را بدهند، گفتند انصراف بده و پولت را بگیر؛ انصراف دادم، اما پولم را ندادند.» وی افزود: «گفتند پول‌تان را به‌روزرسانی می‌کنیم، ولی روزی که تولید شروع شد زیر همه چیز زدند و قیمت دادند و الان ۴۴۰ میلیون تومان از بچه‌ها پول می‌گیرند می‌گویم تولید باشد و این قبول است، اما با چه قیمتی؟ من آن

کدام مستاجران مشمول سقف نرخ‌های مصوب اجاره‌بها می‌شوند؟

مسکن ۲۵ متری؛ از اصرار تا انکار

در این شهرها می‌توانند اجاره بها را تا ۲۰درصد افزایش دهند، معاون مسکن و ساختمان وزیر راه و شهرسازی گفت: در سایر شهرها سقف اجاره بها تا ۱۵درصد تعیین شد. محمودزاده درخصوص اینکه چه مستاجرانی مشمول سقف نرخ‌های اعلام‌شده، می‌شوند؟ گفت: اگر مستاجری در دوران قرارداد فعلی به تعهداتش عمل نکرده باشد به باعث ضرر و زیان مالک شده باشد؛ مشمول مصوبه جدید قرار نمی‌گیرد و باید ملک را تخلیه کند. بعضی از مالکان این سوال را دارند که ما مستاجر به داریم و شما؟ تمدید اجباری قرارداده‌ها صحبت می‌کنید، اگر مستاجری به تعهداتش عمل نکرده باشد، با رأی قضایی مشمول تخلیه بوده و شامل این مصوبه نمی‌شود، وی گفت: همچنین اگر مالکی در حین اجاره ملک، به صورت رسمی و نه قولنامه‌ای خانه خود را فروخته باشد، مستاجر باید بعد از دو ماه ملک را تخلیه کند. معاون مسکن و ساختمان وزیر راه و شهرسازی افزود: از سوی دیگر، اگر مستاجر به نرخ‌هایی که ستاد ملی کرونا اعلام کرده، تمکین نکند، ماجر می‌تواند حکم تخلیه برای وی صادر کند؛ به این معنا که اگر در تهران، مستاجر افزایش اجاره‌بهای ۲۵درصدی را نپذیرد، ماجر می‌تواند وی را ملزم به تخلیه ملک خود کند اما اگر ماجر بیش از ۲۵ درصد از مستاجر طلب کند، مستاجر می‌تواند از پرداخت آن سر باز زده و از تخلیه ملک خودداری کند. معاون وزیر راه همچنین در پاسخ به این سوال که بسیاری از بنگاه‌های املاکی که رهگیری برای مستاجران صادر نکرده‌اند و قرارداده‌ها بسته شده است، گفت: از امروز تمام معاملات مسکن باید ک رهگیری داشته باشند و مستاجرانی که ک رهگیری ندارند به دفاتر املاک مراجعه کرده و

زمان نصف پول را پرداخت کرده‌ام. دو سال است به شرکت می‌روم. من زندگی‌ام را باخت‌ام. با شماره شناسن تماس می‌گیرند و من را تهدید می‌کنند.»

در همین حال، متهم با صدای بلند از آن سوی دادگاه شروع به صحبت کرد که شاکی گفت: «من با تو کار ندارم؛ با قاضی صحبت می‌کنم.» صحبت‌های این شاکی نیز با تشویق شکات همراه شد. قاضی نیز خطاب به شکات گفت: «ما در اینجا شما را دعوت کردیم و جلسات را برگزار می‌کنیم و رسیدگی‌ها انجام می‌شود؛ در این جلسه تعدادی از شکات دعوت شده‌اند و همچنین در جلسات بعد هم صحبت‌های شکات را می‌شنویم، بعد از تمام شدن شکات نوبت به متهم می‌رسد که رسیدگی‌ها انجام می‌شود و در نهایت تصمیم می‌گیریم و رأی صادر می‌شود.»

شاکی دیگری در ادامه گفت: «در سال ۹۶ نسبت به ثبت نام خودروی وارداتی اقدام کردم که کاشف به عمل آمد که ۲۱ آذرماه ثبت سفارش خودروی وارداتی کلا کנסل است؛ یعنی به ترند کلاهبرداری و زبان بازی منشی‌های دفتر فروش نسبت به اخذ مبالغ هنگفت از بنده حقیر به مبلغ ۱۶۵ میلیون اقدام شده است. در جدول قیمت اپتیم‌ا ۱۹۵ میلیون بوده که ۸۵درصد قیمت خودرو را پرداخت کرده‌ام. تیرماه منوچه کلاهبرداری شدم، چندین بار جهت کנסل کردم که مراجعه کردم که گفتند نگران نباشید. خودروی شما وارداتی است و ۱۵ هزار دستگاه وارد گمرک شده است.» او ادامه داد: «آقای قاضی، ما در اینجا بازنشسته و دردمند داریم و کسانی که مقروض برای ثبت نام هستند در دعوت‌نامه‌های قبلی گفتند اپتیم‌ا وارد نمی‌شود و باید خودرو را تغییر دهید و درخواست شما چیست؟ چه خودروی را می‌خواهید که برای‌تان تامین کنیم و من خودرو لیفان در خواست کردم و گفتم ضرر هم کردم ایرادی ندارد. گفتند، چون قیمت خودرو از پول واریزی شما کمتر است؛ نمی‌شود و باید خودرویی در حد ۳۰۰ میلیون بربارید.»

شاکی افزود: «متأسفم برای خدوم و کسانی که فریب این ریاکار را خوردیم. دغدغه ما این شده است که این پول چه زمانی بازمی‌گردد.»

فرصت امروز: «با ما قرارداد ترکمنچای امضا کردند»، «تحت تاثیر تبلیغات اینستاگرامی قرار گرفتیم»، «عظیم خودرو بهترین ساختمان‌های شهر را اجاره کرده بود و ما‌هی ۸میلیون به منشی‌ها حقوق می‌داد و هنگامی که شکات به منشی‌ها فحش می‌دادند او می‌گفت ما‌هی ۸ میلیون به شما می‌دهم که فحش بخورید» و... اینها بخشی از گفته‌های شاکیان پرونده شرکت عظیم خودرو در دادگاه بود.

صبح دوشنبه دومین جلسه رسیدگی به پرونده شرکت عظیم خودرو در شعبه سوم دادگاه کیفری یک استان تهران به ریاست قاضی کاشانکی برگزار شد. در این جلسه قاضی کاشانکی با بیان اینکه پرونده مربوط به عظیم خودرو در حال رسیدگی است، تذکر داد: «شانی شکات، نشانی قانونی آن‌ها محسوب می‌شود و در صورت تغییر نشانی باید آن را اعلام کنند.» در ادامه قاضی از شکات این پرونده خواست که در جایگاه قرار بگیرند.

یکی از شکات با حضور در جایگاه ضمن مطرح کردن شکایت خود گفت: «ما می‌خواهیم به پول‌مان برسیم.» یکی دیگر از شکات نیز گفت: «اگر همان موقع ماشین را به من می‌دادند من متضرر نمی‌شدم.» وکیل یکی از شکات که به خرید سورت‌تو اتوموبیل به بخشی از تقاضا و کنترل بازار مسکن اجرا شده، از اواخر سال نرخ را ده تا صد برابر هم می‌کردم باز هم خرید می‌کردند.» وی ادامه داد: «او پشتوانه مالی و ارثیه پدری نداشت فقط با تبلیغ و پول‌های مردم این کار را کرد. من به او گفتم آنچه را که انجام می‌دهی جرم کلاهبرداری است، ولی فرد از ضعف مردم سوءاستفاده کرد. عظیم خودرو بهترین ساختمان‌های شهر را اجاره کرده بود و ما‌هی ۸میلیون به منشی‌ها حقوق می‌داد و هنگامی که شکات به منشی‌ها فحش می‌دادند او می‌گفت ما‌هی ۸ میلیون به شما می‌دهم که فحش بخورید. او تبلیغات گسترده و اجاره‌های کلان و حقوق‌های کلان می‌داد.» این بخش از اظهارات این فرد با تشویق شکات همراه شد.

در ادامه یکی دیگر از شکات در جایگاه قرار گرفت و گفت: «هیچ تولیدی در

طرح تولید خانه‌های ۲۵ تا ۴۰ متری که مدتی است در دستور کار دولت و شهررداری قرار گرفته و برخی نمایندگان مجلس هم آن را تأیید کردند، حالا با مخالفت گروهی دیگر از جمله وزیر راه و شهرسازی مواجه شده است. احداث واحدهای کوچک متراژ یا کپسولی که در مناطقی از شرق آسیا و کشورهای غربی برای پاسخگویی به بخشی از تقاضا و کنترل بازار مسکن اجرا شده، از اواخر سال گذشته در ایران نیز مطرح شد. با اینکه گفته می‌شود شهرداری و وزارت کشور به عنوان یک مجموعه دولتی بر روی اجرای این برنامه توافق کرده‌اند، حالا وزیر راه و شهرسازی می‌گوید که «صلا این مسودر را تأیید نمی‌کنم و طبق الگوی جامع مسکن، کمترین متراژ ۷۵ متر است.» به گزارش ایسنا، درخصوص این طرح بین نمایندگان مجلس هم اتفاق نظر وجود ندارد. با اینکه دو روز قبل صدف بدری، عضو کمیسیون عمران مجلس به طرح خانه‌های ۲۵ تا ۴۰ متری مهر تأیید زد و گفت که تولید این واحدها می‌تواند در بهبود وضعیت بازار مسکن اثرگذار باشد، روز گذشته رضایی کوچی، رئیس کمیسیون عمران مجلس درباره احداث واحدهای ۲۵ تا ۴۰ متری بیان کرد که اصلا موافقت مجلس با این موضوع صحت ندارد. از ابتدای مطرح شدن این ایده نیز کارشناسان نظرات موافق و مخالف خود را با آن بیان کرده‌اند؛ هرچند به نظر می‌رسد کفه ترازو به سمت موافقان سنگینی می‌کرد. مخالفان بیان می‌کردند که واحدهای کوچک مناسب زندگی خانواده‌ها نیستند و نباید الگوی مصرف را به زندگی در این نوع واحدها عادت بدهیم. در سوی مقابل بعضی کارشناسان عنوان می‌کردند به هر حال با توجه به تغییر سبک زندگی، نیاز

در حضور سرمایه‌گذاران

۶ ایده‌استارت‌آپی به صورت آنلاین معرفی شد

روز گذشته با برگزاری رویداد جذب سرمایه‌گذاری برای استارت‌آپ‌های حوزه‌های IT و ICT از سوی صندوق نوآوری و شکوفایی، شش استارت‌آپ ایده‌های خود را در حوزه‌های تجارت الکترونیکی برای جذب سرمایه به صورت آنلاین ارائه کردند. این شش ایده شامل سامانه جامع مدیریت پسماند، پایش ماهواره‌ای اراضی کشاورزی، سامانه هوشمند یادآوری زمان مصرف دارو، پیاده‌سازی سامانه‌ای برای تحلیل داده، نرم‌افزار دیجیتال خدمات پزشکی و تجارت الکترونیک است. معرفی ایده‌های این استارت‌آپ‌ها را به نقل از ایسنا در ادامه می‌خوانید.

‏* سامانه جامع مدیریت پسماند: عدم تفکیک زباله از منزل، وجود کودکان کار و آلوده بودن ۳۰درصد پسماندها به شیرابه از چالش‌های زباله‌ها هستند، در این راستا یکی از استارت‌آپ‌های مستقر در ناحیه نوآوری شریف سامانه‌ای برای تفکیک زباله از مبدأ را پیاده‌سازی کرده است که در تعامل با پیمانکاران هر شهر در این حوزه اقدام می‌شود. سرمایه موردنیاز برای پیاده‌سازی این طرح ۱٫۶میلیارد تومان درخواست شده است.

‏* پایش ماهواره‌ای اراضی کشاورزی: فعالیت‌های کشاورزی فعلی زمان‌بر، پرهزینه و با دقت پایین انجام می‌شود و راه حلی که برای این امر ارائه شد، استفاده از تصاویر ماهواره‌ای برای بررسی چالش‌های موجود در زمین‌های زراعی است که براساس آن گزارشی از مشکلات موجود در اراضی در اختیار کشاورزان قرار داده می‌شود. محققان این استارت‌آپ در حال حاضر این پلتفرم را پیاده‌سازی کردند و اعضای این استارت‌آپ معتقدند با توسعه آن در سال پنجم به سوددهی خواهد رسید.

‏* سامانه هوشمند یادآوری زمان مصرف دارو: یکی از چالش‌های موجود، فراموش شدن زمان مصرف دارو است که به دلایلی چون فراموشی، مشغله زیاد، کهولت سن و تعداد زیاد دارو رخ می‌دهد. برای رفع این چالش یکی از استارت‌آپ‌های مستقر در یزد سامانه هوشمند یادآوری زمان مصرف دارو را عرضه کرده است. هدف این استارت‌آپ تبدیل شدن به موثرترین هلدینگ سلامت در کشور است.

‏* پیاده‌سازی سامانه‌ای برای تحلیل داده: یکی از چالش‌های موجود در حوزه‌های پژوهشی عدم دسترسی و پردازش داده‌از سوی پژوهشگران است که یکی از تیم‌های استارت‌آپی سامانه‌ای برای تحلیل داده‌ها و مدل‌سازی ارائه کرده است.
تجمیع ابزارها در یک داشبورد، امکان قرار دادن واسطه‌ای پردازشی در نرم‌افزارهای مختلف و هزینه مناسب از مزایای این سامانه به شمار می‌رود. مشتریان این سامانه پژوهشگران، مراکز پژوهشی و شرکت‌های نرم‌افزاری هستند.

‏* نرم‌افزار دیجیتال خدمات پزشکی: عدم دسترسی عادلانه به خدمات سلامت، عدم استفاده از ظرفیت تورسم سلامت و عدم تمرکز بر روی کلان داده‌های دارویی از چالش‌های حوزه سلامت است و برای رفع این چالش از سوی یکی از استارت‌آپ‌ها اپلیکیشن دیجیتال خدمات پزشکی پیاده‌سازی شده است. این نرم‌افزار قابلیت نصب بر روی گوشی‌های هوشمند را دارد.
یکپارچه جامع بودن، تمرکز بر بازار خارجی، دارای نسخه عربی و انگلیسی و دارای مجوز وزارت بهداشت از مزایای رقابتی این طرح به شمار می‌رود. این طرح تاکنون در ۵۰ مطب پیاده‌سازی شده است. در تفاهم‌نامه‌ای که با دانشگاه علوم پزشکی تهران منعقد شد، برای بیمارستان روزبه قرار است ارتباط تصویری میان ایرانیان مقیم خارج با پزشکان برقرار شود.

‏* تجارت الکترونیک: همچنین یکی از تیم‌های استارت‌آپی سامانه‌ای را برای مدیریت سازمان‌ها با استفاده از سیستم چهره ارائه کرده است.

استارت‌آپ‌ها رویدادهای سرمایه‌گذاری را جدی بگیرند

۶ تیم در مرحله عقد قرارداد تولید

معاون سرمایه‌گذاری صندوق نوآوری و شکوفایی با اشاره به برگزاری سه رویداد سرمایه‌گذاری برای استارت‌آپ‌ها گفت با توجه به ارزیابی‌های صورت‌گرفته در این رویدادها امکان جذب سرمایه بر روی طرح‌های فناورانه استارت‌آپ‌ها وجود دارد؛ از این رو پیشنهاد می‌شود استارت‌آپ‌ها مشارکت در این رویدادها را جدی بگیرند.

علی‌ناظمی روز دوشنبه در رویداد جذب سرمایه‌گذاری حوزه IT و ICT که به صورت آنلاین برگزار شد، با بیان اینکه تاکنون سه رویداد در حوزه سرمایه‌گذاری از سوی صندوق نوآوری و شکوفایی برگزار شده است، افزود: رویداد اول در حوزه سلامت و رویداد دوم در حوزه آب و انرژی برگزار شده و در هر رویداد شش استارت‌آپ حضور دارند. او هدف از برگزاری این رویداد را جذب سرمایه برای استارت‌آپ‌ها دانست و گفت: در دو دوره گذشته ۱۸۰ نفر به صورت آنلاین و حضوری مشارکت داشتند و در رویداد امروز نیز جذب ۵ میلیارد تومان سرمایه درخواست شده است.

ناظمی با بیان اینکه صندوق نوآوری و شکوفایی آمادگی دارد که براساس ضرایب ۴ به یک و ۳ به یک متناسب با سطح فناوری، در طرح‌های استارت‌آپ‌ها سرمایه‌گذاری کند، ادامه داد: در صورتی که تیمی در این رویداد برگزیده شود، صندوق نوآوری منابع مالی موردنیاز را تأمین خواهد کرد. معاون سرمایه‌گذاری صندوق نوآوری و شکوفایی خاطرنشان کرد: در دو رویداد گذشته از ۱۲ تیم استارت‌آپی، شش تیم تقریباً در فرایند جذب سرمایه و مذاکره هستند. وی یادآور شد: با توجه به دستاوردهایی که در این رویدادها به دست آمده، این فضا فرصت مناسبی برای استارت‌آپ‌ها است؛ از این رو از تیم‌های فنآور درخواست می‌شود که مشارکت در این رویدادها را جدی بگیرند؛ چراکه احتمال جذب سرمایه‌گذار در طرح‌های آنها بالا است.
ناظمی اضافه کرد: علاوه بر آن کارگزار برگزارکننده این رویداد در کنار استارت‌آپ‌ها برای انجام فرایندهای عقد قرارداد و کارهای اجرایی هستند و صندوق نوآوری و شکوفایی طبق تعرفه‌ها، هزینه‌های استارت‌آپ‌ها را تأمین خواهد کرد. او هدف صندوق از برگزاری رویدادهای سرمایه‌گذاری را جذب سرمایه در اکوسیستم نوآوری و فناوری دانست و یادآور شد: در این راستا تلاش می‌شود که در دوره حیاتی چرخه عمر استارت‌آپ‌ها سود و زیان و ریسک‌های استارت‌آپ‌ها را قبول کنیم تا این تیم‌ها در چرخه عمر فعالیت خود به سرعت بتوانند فرآیندهای تولید محصول خود را طی کنند.

www.forsatnet.ir

تلفن مستقیم: ۰۲۳۳۲۹۰۸۶۰

بیش از ۶۰درصد کسب‌وکارهای نوپا با ادامه کرونا از چرخه اقتصادی حذف می‌شوند

تاثیر کرونا در اکوسیستم استارت‌آپی



امکان تداوم آن هم وجود دارد، اما بحران فعلی ممکن است از منظری دیگر، فرصت‌های کوتاه‌مدت و بلندمدتی را نیز ایجاد کند. علی‌رغم اختلال چشمگیر اقتصادی ناشی از بحران کووید- ۱۹، پیامدهای منفی بلندمدت آن بر اشتغال و نوآوری می‌تواند با انجام اقداماتی برای حمایت از کسب وکارهای نوپا و ایجاد بنگاه‌های جدید کاهش یابد، به نحوی که اثرات ناخوشایند را کاهش دهد. رکود اقتصادی اغلب می‌تواند به عنوان زمانی برای اعمال تغییر شدید در ساختار اقتصادی باشد که در عین حال می‌تواند منجر به شکل‌گیری اقتصادی قوی‌تر و مقاوم‌تر هم شود.

در حقیقت، در دوران رکود اقتصادی، حتی زمانی که تعداد ثبت نام کسب وکارهای جدید کاهش می‌یابد، بسیاری از مشاغل و کسب وکارهای نوپا از بحران موفق بیرون آمدند. برای مثال بنگاه‌های Groupon، Airbnb، WhatsApp، Uber، Dropbox، Pinterest همگی در جریان بحران مالی جهانی و با بلافاصله پس از آن ایجاد شده‌اند. در سال ۲۰۰۳ نیز شرکت علی بابا (Alibaba's Taobao) در زمان شیوع سارس در چین تأسیس شد.

دوره‌های بحران نه تنها یک چالش و تهدید هستند، بلکه می‌توانند فرصت‌های جدیدی را هم برای کارآفرینی فراهم کنند، کسب وکارهای نوپا می‌توانند به رفع محدودیت‌های ایجادشده در شرایط دشوار بهداشتی یا اقتصادی کمک کنند و به تغییر ترجیحات و نیازها، پاسخ دهند. برخی از نمونه‌های مرتبط به این شرح است؛ اول، فرصت‌هایی برای کسب وکارهای نوپا وجود دارد که نوآوری‌های بنیادی را معرفی کرده و در کوتاه مدت می‌تواند مفید باشد. در شرایط فعلی، موضوعاتی مانند نوآوری در پزشکی از راه دور، مراقبت از راه دور شخصی، تجهیزات پزشکی، تحویل درب منزل، فرآوری مواد غذایی، دورکاری، آموزش آنلاین و ردیابی قابل طرح هستند.

دوم و مهم‌تر از همه، شیوع کرونا ممکن است تغییرات مداومی را به جوامع، عادات مصرف‌کننده یا نیازها تحمیل کند که می‌تواند فرصت‌های ارزشمند تجاری را برای کسب وکارهای نوپا که قادر به پیش‌بینی تغییرات هستند، آشکار کند بنابراین سیاست‌گذاران می‌توانند در زمینه افزایش آگاهی نسبت به این فرصت‌ها کمک کنند به ویژه در صنایعی که نسبت به کرونا مقاومت بیشتری دارند؛ مانند بخش‌های دیجیتالی که به طور کلی با رشد اشتغال بالاتر مشخص می‌شوند و مشارکت مناسبی در ایجاد شغل دارند.

مقایسه رشد اشتغال صنایع دیجیتال (شامل رایانه و الکترونیک، ماشین‌الات و تجهیزات، ارتباطات از راه دور و فناوری اطلاعات) نسبت به فعالیت‌های غیردیجیتال در سال‌های پس از بحران کرونا نشان می‌دهد که رشد اشتغال بخش دیجیتال از بخش غیردیجیتال بیشتر خواهد بود و این فاصله در سال‌های آتی بیشتر نیز خواهد شد؛ به گونه‌ای که رشد اشتغال بخش دیجیتال ۱۴ سال پس از بحران کرونا به بیش از ۱۷۵درصد خواهد رسید؛ درحالی که رشد بخش غیردیجیتال کمتر و حدود ۱۰۰ درصد خواهد بود.

این مداخلات سیاستی باید با هدف فراهم کردن شرایط و انگیزه‌های مناسب برای کسب وکارهای نوپای نوآور و کارآفرینان بالقوه فراهم شود و پتانسیل‌های آنها را برای نیل به این هدف افزایش دهد. کاهش موانع کارآفرینی مانند تسهیل فرآیندهای اداری، ایجاد انگیزه برای کسب وکارهای نوپا و کارآفرینان، اطمینان از دسترسی به منابع مالی و تقویت پتانسیل کارآفرینی و آموزش می‌تواند تأثیرات مخرب شیوع ویروس بر کاهش اشتغال و نوآوری در نسل از دست رفته بنگاه‌های جدید را محدود کرده و به تسریع بهبود کمک کند.

انطباق محصولات تجاری، راه‌اندازی طیف وسیعی از خدمات بهداشتی دیجیتال نظیر ردیاب‌های ویروس کرونا، نظارت از راه دور بیمار و ابزارهای مشاوره از راه دور، ابزار دورکاری یا یادگیری و سرگرمی آنلاین، تحویل غذا «بدون تماس» و ارائه راه حل‌های مبتنی بر استفاده از هوش مصنوعی برای محققان و دانشمندان، از جمله دستاوردهای کسب وکارهای نوپا در دوران پاندمی کرونا بوده است.

چالش‌های کسب‌وکارهای نوپا در اپیدمی کرونا

اکثر کسب‌وکارهای نوپای موجود با چالش‌های قابل توجهی مواجه هستند. از این منظر در مقایسه با بنگاه‌های قدیمی‌تر، نسبت به شوک‌های ناشی از ویروس کرونا آسیب‌پذیرتر هستند. آنها در مقایسه با سایر بنگاه‌های کوچک و متوسط بیشتر تمایل دارند به فعالیت‌های پرریسک بپردازند، در دسترسی به بودجه با محدودیت‌هایی روبه‌رو هستند و در عین حال رابطه سازنده‌ای با تأمین‌کنندگان و مشتریان دارند. زمانی که نااطمینانی اقتصادی بسیار چشمگیر بوده و درآمد کسب وکارهای نوپا تحت تأثیر اقدامات مهارکننده و افت قابل توجه تقاضا قرار گرفته، ممکن است کسب وکارهای نوپا حتی از نظر اقتصادی شکننده‌تر شوند و برای تأمین نیازهای نقدینگی کوتاه مدت خود که برای بقای آنها بسیار مهم است، به پشتیبانی نیاز داشته باشند.

در شرایط فعلی در بسیاری از کشورها، پاسخ‌های سیاستی با هدف محافظت از اقتصاد در مقابل بحران، شکنندگی‌های مالی بنگاه‌ها به خصوص بنگاه‌های کوچک و متوسط را هدف قرار داده است که شامل اقداماتی برای تأمین نیازهای نقدینگی کوتاه‌مدت مانند ارائه ضمانت وام، تخصیص وام مستقیم، کمک‌های مالی و یا یارانه است. با این حال، واکنش‌های سیاستی باید ویژگی‌ها و تمایزهای کسب وکارهای نوپا نسبت به سایر بنگاه‌های کوچک و متوسط را هم در نظر داشته باشد. کاهش تعداد بنگاه‌های جدید حتی در یک سال واحد، اثرات قابل ملاحظه و مداومی بر ابعاد مختلف اجتماعی و اقتصادی از جمله نوآوری و به ویژه اشتغال کل دارد. مطابق شبیه‌سازی‌های بانک اطلاعاتی OECD، کاهش ۱۰درصدی تعداد بنگاه‌های جدید (افت مشابه آنچه در جریان بحران مالی جهانی سال ۲۰۰۸ رخ داد)، منجر به کاهش ۰٫۷ درصدی اشتغال کل طی سه سال پس از شوک و همچنین کاهش ۰٫۵ درصدی پس از گذشت ۱۴ سال خواهد شد.

برخی از کشورها نیز در حال انجام اقداماتی هستند که روی کسب وکارهای نوپا متمرکز شده است. به عنوان مثال، فرانسه یک صندوق با سرمایه ۴ میلیارد یورویی برای پشتیبانی از نقدینگی کسب وکارهای نوپا ایجاد کرده است. آلمان هم برنامه‌ای برای کمک به کسب وکارهای نوپا در جهت گسترش و تسهیل تأمین اعتبار سرمایه‌گذاری و انگلستان نیز صندوق تأمین مالی برای بنگاه‌های نوآور را که با مشکلات مالی روبه‌رو هستند، معرفی و یا ایجاد کرده‌اند.

کرونا تنها برای کسب وکارهای نوپای موجود، بلکه برای کسب وکارهای نوپای تازه تأسیس نیز چالش ایجاد کرده است. در حقیقت، دوره‌های بحران معمولاً با افت ثبت کسب وکارهای جدید مطابقت دارد. تجزیه و تحلیل جدیدترین داده‌ها در فرانسه تأیید می‌کند که ایجاد بنگاه در مارس ۲۰۲۰ حدود ۲۵درصد کاهش یافته است؛ این درحالی است که به نظر می‌رسد آخرین تجزیه و تحلیل‌های آمارهای هفتگی شکل‌گیری کسب وکارهای جدید آمریکا، کاهش کیفی مشابهی همراه با انقباضات کوتاه‌مدت شدید نشان می‌دهد که بیش از موارد مشاهده‌شده در دوره رکود اقتصادی بزرگ است.

فرصت‌های کسب‌وکارهای نوپای در بحران کرونا

اگرچه شیوع کرونا چالشی مهم برای کسب وکارهای نوپا بوده و

کووید-۱۹ با اکوسیستم استارت‌آپی چه می‌کند؟

بازخوردهای کرونا در استارت‌آپ‌ها

بحران کرونا همچنان ادامه دارد و منطقی است که برای ارزیابی اثرات آن بر کسب‌وکارها به‌ویژه کسب‌وکارهای نوپا به پیمایش‌ها و گزارش‌های میدانی مراجعه کرد و چالش‌های فعالان اقتصادی در این بحران را شناسایی کرد. از جمله این پیمایش‌ها، گزارشی است که سازمان فناوری اطلاعات اخیراً منتشر کرده و تاثیر کووید-۱۹ بر استارت‌آپ‌ها و کسب‌وکارهای نوپا را در نظرسنجی از کارآفرینان برسیه است.

این پیمایش در گفت‌وگوی تلفنی با مدیران حدود ۱۰۰ استارت‌آپ کشور درباره تاثیر شیوع ویروس کرونا بر کسب‌وکار آنها، از میان هزار شرکت که در سامانه «نوافرین» ثبت‌نام کرده‌اند، انجام شده است. در طرح «نوافرین» هر شرکت خصوصی و تعاونی در حوزه فناوری اطلاعات و ارتباطات که کمتر از سه سال از تاریخ ثبت آن گذشته باشد به عنوان شرکت‌هایی ذکر شدند که از آنها حمایت می‌شود. گزارش سازمان فناوری اطلاعات نشان می‌دهد که حوزه‌های مربوط به خدمات پزشکی (تولید تجهیزات پزشکی، مشاوره آنلاین و...) بیشترین تاثیر مثبت را از شیوع کرونا گرفته‌اند. همچنین حوزه مربوط به خدمات آنلاین از جمله تاکسی‌های اینترنتی و شبکه‌های فروش اینترنتی نیز بیشترین تاثیر منفی را از بحران کرونا داشته‌اند.

برای سنجش و ارزیابی مهم‌ترین دلایل تاثیر منفی کرونا بر کسب‌وکارها، سه نکته مورد پرسش قرار گرفت و این سوال از شرکت‌هایی پرسیده شد که تاثیر کرونا را بر کسب‌وکار خود منفی اعلام کرده بودند. مهم‌ترین دلیل تاثیرگذاری منفی از نگاه این کسب‌وکارها مربوط به کاهش مشتریان (تقاضا) و درآمدهای ناشی از آن بود. در وهله بعد، کاهش حضور نیروی انسانی و اختلال در انجام عملیات کسب و کار به آنها آسیب‌زده بود و در نهایت اینکه آنها از اختلال در دسترسی به زنجیره ارزش، شامل خدمت‌دهندگان، پیمانکاران و... آسیب دیدند.

همچنین شرکت‌های فعال در حوزه نرم‌افزار اگر چه عموماً با عدم حضور نیروی کار در محل، دچار مشکلات نمی‌شوند، اما بیشترین تاثیر منفی را از «اختلال در دسترسی به زنجیره ارزش، شامل خدمت‌دهندگان، پیمانکاران و...» گرفته‌اند. در نهایت اینکه شرکت‌های فعال در حوزه پزشکی، بیشتر از سایر حوزه‌ها اعلام کرده‌اند که با کاهش درآمد نداشته‌اند یا کاهش درآمد ناچیزی داشته‌اند. از طرف دیگر، شرکت‌های فعال در حوزه نرم‌افزار بیشتر از سایر حوزه‌ها کاهش درآمد داشته‌اند.

همچنین تنها ۱۸درصد شرکت‌ها به‌دلیل شیوع کرونا مجبور به کاهش نیروهای خود شده‌اند و بیشترین تعدیل نیرو در حوزه نرم‌افزار بوده است. کسب‌وکارهای حوزه دیجیتال‌مارکتینگ و فروشگاه‌های اینترنتی و پزشکی نیز کمتر از سایر بخش‌ها تعدیل نیرو داشتند.

انرژی

تحولات بازار نفت در سال ۲۰۲۰

کرونا با نفت چه کرد؟

از ابتدای اپیدمی کرونا در دنیا، تقاضا برای نفت به‌شدت کاهش پیدا کرده است. طبق گفته اداره اطلاعات انرژی آمریکا، از اواخر ماه آوریل کشورهای آمریکا، هند و چین و شمار زیادی از کشورهای اروپایی محموله‌های نفتی را نمی‌پذیرند زیرا کمبود فضای انبار دارند. در واقع، دنیا جایی برای نگهداری نفتی که مازاد بر تقاضا تولید می‌شود ندارد ولی تولیدکنندگان هنوز مسیر کاهش تولید را جدی نگرفته‌اند.

در ماه‌های آوریل و مه سال ۲۰۲۰ کشور چین از پذیرش ۱۰ محموله نفتی از عربستان خودداری کرد. گزارش‌ها از توقف خرید نفت از کشورهای نژیرچه و انگولا و عراق و روسیه به دلیل وضعیت فعلی حکایت دارد. اداره اطلاعات انرژی آمریکا پیش‌بینی می‌کند حداقل تا انتهای فصل دوم سال ۲۰۲۰، تقاضای نفت در دنیا منفی است زیرا تا این زمان تعطیلی کسب‌وکارها ادامه دارد. این سقوط تاریخی قیمت نفت و نبودن افق روشنی برای ازسرگیری رشد به دلیل وجود ناطمینانی در فضای اقتصادی و در توانایی جهان برای یافتن درمانی برای این ویروس مرگبار، می‌تواند ثبات و حتی بقای صنعت نفت دنیا را تهدید کند؛ صنعتی که یکی از پردرآمدترین صنایع در دنیا است و برای میلیون‌ها نفر در جهان فرصت شغلی ایجاد کرده است.

آژانس بین‌المللی انرژی با اشاره به اینکه حتی در گزارش منتشرشده در ماه مارس هم امکان پیش‌بینی قیمت منفی نفت وجود نداشت، نوشت: «دنیا در وضعیت خاصی قرار گرفته است. روزهایی که همه‌گیری یک ویروس در دنیا باعث تعطیلی بخش زیادی از فعالیت‌های اقتصادی شده است و برای اولین بار در تاریخ بشر نفت آمریکا با قیمت منفی در قراردادهای آتی مبادله شد. در این دوران حجم ذخایر نفتی در انبارها و حتی روی تانکرهای نفتی ۳۰۰ میلیون بشکه بیش از سطح نرمال قرار دارد و به دلیل تعطیلی فعالیت‌های اقتصادی و بسته بودن مرزهای اغلب کشورهای دنیا، تقاضا برای نفت هم کاهش چشمگیری پیدا کرده است. این وضعیت می‌تواند روی زندگی میلیون‌ها نفری که در این صنعت مشغول به کار هستند اثر منفی داشته باشد و اگر وضعیت بازار برای دوره طولانی به این شکل باقی بماند، بحران بزرگ و بزرگ‌تر خواهد شد.»

افت قیمت نفت در بازارهای جهانی از ابتدای شیوع ویروس کرونا در دنیا اتفاق افتاد طی دو ماه اول همه‌گیری یعنی در فاصله ۱۹ ژانویه تا ۱۹ مارس سال جاری قیمت نفت در بازار ۳۰درصد کاهش یافت که دلیل آن کاهش تقاضا برای نفت به دنبال توقف پروازها و تعطیلی کسب‌وکارها بود، اما در این میانه بحران که دنیا به دنبال یافتن راهی برای مقابله با ویروس کرونا بود، روسیه و عربستان بحرانی تازه ایجاد کردند. این بحران زمانی شروع شد که عربستان از روسیه خواست تا همراه با اوپک تولید را کاهش دهد و از طریق کاهش عرضه زمینه را برای افزایش قیمت فراهم کند و روسیه این سیاست را نپذیرفت. در این زمان عربستان اقدام به افزایش عرضه و فروش نفت با تخفیف‌های کلان کرد؛ سیاستی که از آن به‌عنوان جنگ قیمتی در بازار نفت نام برده می‌شود و باعث افزایش آسیب‌پذیری این صنعت در دنیا شد.

افت قیمت نفت دولت آمریکا را بر آن داشت تا به‌عنوان میانجی وارد میدان شود و از روسیه و عربستان بخواهد بازار را کنترل کنند. البته زمانی که دونالد ترامپ این اقدام را انجام داد، زمانی بود که بازار برای چندین هفته با بحران روبه‌رو بود.

درنتیجه این میانجیگری اوپک پلاس تصمیم به کاهش حدود ۱۰ میلیون بشکهای تولید خود گرفت ولی این تصمیم هم نتوانست بازار را به وضعیت عادی بازگرداند زیرا مشکلات موجود در بازار نفت بسیار زیاد است. سی‌ان‌بی‌سی در این زمینه نوشت: «امروزه کاهش تقاضا در بازار مشکلی جدی است. تعطیلی فعالیت‌های اقتصادی و توقف پروازها باعث شده است تا بازار نفت در وضعیت اضطراری قرار بگیرد و کاهش ۱۰ میلیون بشکه‌ای هم نمی‌تواند مشکل را برطرف کند. باوجوداین حجم بالای کاهش هنوز در بازار مازاد عرضه وجود دارد و ذخایر موجود در انبارها هم بسیار زیاد است.»

در این زمان سیاست کاهش بیشتر تولید مطرح شد و کارشناسان عنوان کردند که اوپک پلاس برای تاثیرگذاری روی اوضاع این روزهای بازار نفت باید تولید خود را ۱۵ تا ۲۰ میلیون بشکه در روز کاهش دهد. البته افت تولید آمریکا هم در این زمان ضروری است زیرا هزینه تولید نفت در آمریکا بالا است و انبارها هم فضای زیادی برای ذخیره‌سازی ندارند.

در این بین، در شرایطی که قیمت نفت در بازارهای جهانی به سطح بسیار پایینی رسیده است، شمار زیادی از تولیدکنندگان نفتی در آمریکا در آستانه ورشکستگی قرار گرفته‌اند. اول پرایس در این زمینه نوشت: «ترامپ در حال از دست دادن اصلی‌ترین حامی خود در انتخابات سال ۲۰۲۰ است. شرکت‌های نفتی در دوره قبل حامی ترامپ بودند ولی این بار از او شلاکی هستند زیرا نتوانسته بازار نفت را متعادل نگه دارد. شرکت‌های نفتی بارها از ترامپ خواستند که زمینه را برای افزایش قیمت نفت فراهم کند زیرا صِعت نفت آمریکا بدون قرار گرفتن قیمت در سطح بالاتر از ۵۰ دلار عملی‌ نمی‌تواند سودآوری داشته باشد ولی ترامپ در این زمینه موفقیتی نداشت. همین مسئله می‌تواند روی حمایت شرکت‌های نفتی از ترامپ در انتخابات سال جاری اثر منفی داشته باشد.»

فوربس هم خبر از ورشکستگی شمار زیادی از شرکت‌های فعال در استخراج نفت شیل در آمریکا داد و نوشت: «تعدادی از شرکت‌ها رسماً ورشکسته شده‌اند و شماری تلاش می‌کنند تا با تعدیل نیرو و توقف پروژه‌ها هزینه‌ها را به حداقل برسانند تا بتوانند دوام بیاورند، اما اگر این بحران در بازار نفت تا انتهای سال ۲۰۲۰ ادامه داشته باشد، صنعت نفت شیل آمریکا آسیب جدی خواهد دید و شاید دیگر نتواند تولید را ادامه دهد»

فوربس نوشت: «هدف روسیه از ایجاد جنگ قیمتی در بازار نفت هم از میدان به در کردن تولیدکنندگان شیل آمریکا بود و به نظر می‌رسد در وضعیت فعلی به این مهم رسیده است.» این نشریه در مورد هزینه تولید نفت در کشورهای مختلف نوشت: «هزینه تولید نفت شیل در آمریکا در مرز ۳۰ دلار قرار دارد بنابراین با قیمت‌های پایین‌تر عملاً شرکت‌های نفتی آمریکایی ضرر می‌کنند ولی روسیه و عربستان با قیمت ۲۰ دلاری نفت هم می‌توانند هزینه‌های استخراج را پوشش دهند. اگرچه در این قیمت سودی نصیب اقتصادشان نمی‌شود.»

یکی از مسائلی که وجود دارد سهم زیاد درآآمد نفتی در اقتصاد کشورهای عربستان و روسیه و سهم کمتر آن در اقتصاد آمریکا است که باعث می‌شود این چالش در بازار نفت به اقتصاد عربستان و روسیه آسیب بیشتری وارد کند. به همین دلیل است که انتظار می‌رود کشورهای صادرکننده‌ای مانند اعضای اوپک یا روسیه تمایل زیادی برای افزایش قیمت نفت داشته باشند.

جدال ویروس و اقتصاد



با گذشت چند ماه از شیوع کرونا، کارخانه‌ها با ویروس کنار آمده‌اند؟

اقتصاد جهانی و هشدار کارشناسان این حوزه در کوچک شدن اقتصاد دنیا گفت: جریانی که درباره کرونا رخ داد، در یکصد ساله اخیر سومین بحران عمیق اقتصادی به شمار می‌رود. بحران ۱۹۲۰ که مبدأ تدوین اقتصاد کلان در ادبیات و تئوری و باعث نظریات جدیدی در حوزه اقتصاد شد، اولین رخداد بزرگ اقتصادی محسوب می‌شود.

او ادامه داد: اتفاقات بزرگی که در کشورهایی مانند آمریکا و اروپا رخ داده است منجر به کاهش ۲۵درصدی GDP و افزایش نرخ بیکاری بالای ۲۵درصدی که باعث تحول در مدیریت اقتصادی جهان شد. بعد از آن شاهد بحران ۲۰۰۸ و ۲۰۰۹ هستیم که از آمریکا شروع شد و موضوع وام‌های رهنی مسکن بود، در نتیجه سرریز این بحران در کشورهای دیگر، رخ داد، نرخ بیکاری از ۶درصد به ۱۰درصد در ایالات متحده افزایش پیدا کرد و سقوط بازارهای سهام در اروپا و آمریکا را شاهد بودیم. کمک‌های مالی که ایالات متحده آمریکا برای برخی از صنایع اتخاذ کرد. سومین بحران که هم‌اکنون در آن قرار داریم بحران کرونا است که طبق پیش‌بینی‌ها در بازه زمانی دو ساله شاهد اثرات این بحران هستیم.

این تحلیلگر اقتصادی گفت: آنچه که موسسات بین‌المللی پژوهشی در حوزه اقتصاد پیش‌بینی کردند از یک درصد تا ۲۵درصد کاهش GDP و افزایش نرخ بیکاری و شکست کسب و کارها به خصوص در حوزه کسب و کارهای خرد و متوسط رخ داده که اکثریت کسب و کارهای عمومی در همین حوزه است. می‌توان گفت عملا بحران کرونا به طور کامل اقتصاد جهانی را تحت تاثیر قرار داده و حدود ۲۰۱ کشور در گیر کرونا هستند.

او ادامه داد: کشورهایی را که بیشترین درگیری را با کرونا داشتند، همچون چین، آمریکا و کره همچنین برخی از کشورهای اروپایی چیزی بیش از ۶۰ تا ۶۵درصد اقتصاد جهانی را این کشورها تشکیل می‌دهند و شاید بتوان گفت برای اولین بار بعد از جنگ جهانی دوم بوده که یک پدیده اپیدمی ۱۰ اقتصاد برتر جهان را مورد هدف و تحت تاثیر جدی قرار داده است.

بازار مسکن شهر تهران به کدام سو می‌رود؟

نبض بازار مسکن در ۲۲ منطقه پایتخت

افت قیمت و معاملات اتفاق افتاده است. به طور مثال تیرماه ۱۳۹۸ میانگین قیمت در منطقه یک ۲۹.۸ میلیون تومان بود که طی یک روند کاهشی در آبان ماه همان سال به ۲۳.۴ میلیون تومان رسید. مجدداً با یک جهش قیمتی مسکن در شمال پایتخت در آذرماه مواجه بودیم که متوسط قیمت ۳۱.۴ میلیون تومان شد و تاردیبهشت امسال در همین محدوده باقی ماند.

تفاوت جهش قیمتی شمال تهران در خرداد امسال با آذرماه پارسال در این جهت است که معاملات در کل شهر تهران ۴.۷درصد کاهش پیدا طی یک ماه رشد کرد، اما در خرداد امسال شاهد افت ۴.۷درصدی ماهیانه قراردادهای خرید و فروش بودیم.

اما جهش ۲۱.۸درصدی ماهیانه قیمت در منطقه یک پایتخت به دنبال رشد ۲۱درصدی معاملات در این محدوده اتفاق افتاده است؛ آن هم در شرایطی که معاملات در کل شهر تهران ۴.۷درصد کاهش پیدا کرد. افزایش خرید و فروش مسکن در بالای شهر پس از آن اتفاق افتاد که دولت اعلام کرد قصد دارد از تابستان امسال مالیات خانه‌های خالی را به اجرا بگذارد. ممکن است بخشی از واحدهای کلیدخورده که تا پیش از این به دلیل امتناع مالکان از ارائه تخفیف، فروش نرفته بود، فروخته شده باشد. لذا با توجه به اختلاف قیمت این واحدها نسبت به آپارتمان‌های قدیمی در استطاعت متقاضیان واقعی و با لحاظ این پیش‌فرض که قبلاً معاملات منطقه بیشتر در واحدهای ارزان‌قیمت‌تر انجام می‌شد، شاخص قیمت در گرانیقیمت‌ترین منطقه شهر تهران به یکباره نسبت به ماه‌های گذشته جهش کرده است.

از طرف دیگر خردادماه ۱۳۹۹ میانگین قیمت نسبت به ماه قبل در تمامی مناطق شهر تهران رشد کرد. در این بین منطقه ۲۰ با افزایش ۵.۶درصد ماهیانه کمترین رشد و منطقه یک با افزایش ۲۱.۸درصد بالاترین میزان رشد ماهیانه را به خود اختصاص دادند.

در بین مناطق بیست‌ودوگانه شهر تهران میزان افزایش قیمت در مناطق ۸، ۱، ۹، ۱۰، ۱۱، ۱۲، ۱۸ و ۲۲ بالاتر از میانگین و در سایر

دو ماه پیش، کارخانه‌ها در سراسر جهان بسته شدند و کارگران در خانه ماندند، چراکه تقاضای مصرف‌کنندگان بسیار پایین آمده بود، اما حالا شاخص‌های جدید نشانه‌هایی از بازگشت به اوج برخی از بزرگترین کشورهای صنعتی جهان دارند. شاخص «مدیران خرید» این مسئله را اثبات می‌کند و نشان از بازگشت کارخانه‌ها به مدار صعودی تولید دارد. شاخص مدیران خرید (PMI) یکی از مهم‌ترین شاخص‌های اقتصادی در کشورهای توسعه‌یافته است که براساس داده‌های آماری از حدود ۴۰۰ شرکت در تمام فعالیت‌های بخش خصوصی تهیه می‌شود. چنانچه عدد شاخص بیش از ۵۰ واحد باشد، نشان می‌دهد که اقتصاد در حال توسعه است در حالی که هر رقمی زیر ۵۰ واحد، از قرار داشتن اقتصاد در شرف انقباض و رکود حکایت دارد

در این میان، چین به عنوان اولین کشوری که شیوع کرونا در آن اتفاق افتاد، زودتر از همه به مدار رشد در تولید صنعتی بازگشته است. شاخص مدیران خرید چین در ماه مه از عدد ۵۰ بالاتر رفت اما در ماه ژوئن، با اندکی کاهش مواجه شده است چرا که در این ماه، در برخی از مناطق چین شیوع مجدد ویروس کرونا اتفاق افتاد.

همچنین کشورهایی مثل ایتالیا، آلمان و آمریکا نیز که بعد از چین درگیر کووید-۱۹ شدند؛ بالاخره به مرحله رشد بازگشته‌اند اما هنوز در منطقه رکود و انقباض قرار دارند. اما ژاپن، در رکودی عمیق فرو رفته و اعداد نشان می‌دهند که رکود آن، عمیق‌تر هم خواهد شد. در ماه ژوئن، شاخص خرید مدیران در این کشور ۳۷.۸ بود که پایین‌ترین میزان ۱۱ سال اخیر بوده است.

حتی آمریکا نیز در ماه گذشته، پایین‌ترین میزان فعالیت‌های کارخانه‌ای را در ۱۱ سال اخیر ثبت کرد. بسیاری از اقتصاددانان معتقدند که آمریکا برای برگشتن به سطح تولید پیش از بحران ویروس کرونا، راهی بسیار طولانی در پیش دارد؛ راهی که اعتراضات گسترده مردم درباره تبعیض نژادی آن را طولانی‌تر هم کرده است.

در همین زمینه، مصطفی سمیعی نسب استاد دانشگاه در گفت‌وگو با باشگاه خبرنگاران جوان با اشاره به تاثیرات منفی شیوع کرونا بر

آمارها از افت ماهیانه معاملات مسکن در ۱۳ منطقه از شهر تهران حکایت دارد و با اینکه خرید و فروش در ۹ محدوده از جمله منطقه یک با رشد مواجه بوده، شاخص قیمت در نقاط پرتقاضا از رشد میانگین کل پایین‌تر بوده است.

به گزارش ایسنا، وضعیت بازار مسکن شهر تهران در خردادماه ۱۳۹۹ از عقب‌نشینی متقاضیان واقعی و حتی نوسان‌گیران در مناطق پرتقاضا حکایت دارد. با اینکه شاخص کل رشد ۱۱.۶درصدی ماهیانه قیمت را به ثبت رسانده که طی هفت سال گذشته بی‌سابقه بوده است، رشد بالاتر از متوسط شهر در مناطقی اتفاق افتاده که اغلب از مناطق پرتقاضا محسوب نمی‌شوند.

از طرف دیگر منطقه یک که پیش از این رتبه نهم از نظر تعداد معاملات را به خود اختصاص می‌داد با دو پله ارتقا به رتبه هفتم رسید و برای دومین بار طی شش ماه گذشته با جهش قیمت مواجه شد. متوسط قیمت مسکن در شمالی‌ترین نقطه تهران در خرداد ماه ۱۳۹۹ به عدد بی‌سابقه ۴۱.۲ میلیون تومان در هر متر مربع رسید که رشد ۲۱ درصدی نسبت به اردیبهشت امسال و افزایش ۵۵.۳درصدی نسبت به خرداد پارسال را نشان می‌داد. منطقه یک طی خرداد امسال رتبه اول در هر دو شاخص رشد ماهیانه و سالیانه را در بین مناطق شهر تهران از آن خود کرد. آخرین بار آذرماه ۱۳۹۷ منطقه یک بالاترین میزان افزایش سالیانه قیمت را به خود اختصاص داده بود و از آن زمان تاکنون پیشتازی تورم سالیانه در مناطق جنوبی تهران به ویژه در مناطق ۹، ۱۰ و ۱۱ در گردش بوده است.

دومین پرش قیمتی منطقه یک در ۳۰ ماه گذشته

از آذرماه ۱۳۹۶ که روند پرتلاطم بازار مسکن آغاز شد این میزان رشد ماهیانه در منطقه یک فقط در آذرماه ۱۳۹۸ اتفاق افتاد که در آن ماه شاخص ماهیانه ۳۲درصد و شاخص سالیانه ۴۲درصد افزایش پیدا کرد، با این‌ حال آمار ۳۰ ماه گذشته نشان می‌دهد هر زمان منطقه یک با جهش قیمتی مواجه شده به دنبال آن ثبات یا حتی

یادداشت

گواهی سپرده یورویی، نقدپنگی را به بند می‌کشد؟

سیدبهاءالدین حسینی‌هاشمی
کارشناس بانکی

رئیس کل بانک مرکزی در آخرین اظهارنظر درباره هدایت نقدپنگی از ارائه طرح گواهی سپرده یورویی به شورای پول و اعتبار خبر داده است. گواهی که براساس آن بانک مرکزی با سود مشخص و با فروش به نرخ بازار، نسبت به جمع‌آوری ریال اقدام کند. در این طرح بانک مرکزی با تکیه بر ذخایر کافی اسکناس یورویی خود متعهد می‌شود، عین مبلغ را در زمان سررسید به یورو پرداخت کند. طرح گواهی سپرده یورویی برای جمع‌آوری ریال، اشتباهی مشابه پیش‌فروش سکه است. در سال‌های گذشته دولت برای کاهش التهاب بازار سکه، هر قطعه سکه تمام را با قیمت یک میلیون و ۵۰۰ هزار تومان پیش‌فروش کرد و زمانی که خواست سکه را تحویل بدهد، قیمت به ۴ میلیون تومان رسیده بود. در واقع، دولت حجم زیادی از طلا را سه برابر کمتر از قیمت بازار به مردم تحویل داد. از آنجایی که ارز هم از منابع کمیاب در اقتصاد ایران است، پیش‌فروش آن به قیمت امروز و تحویل به قیمت آینده، ریسک بالایی برای خزانه کشور دارد. در جمع‌آوری ریال و کاستن از سرعت رشد نقدپنگی، نه گواهی سپرده یورویی بلکه نرخ سود بانکی یا انتشار اوراق قرضه ریالی است که اثرگذار است. با این وجود، بسیاری از کاهش نرخ سود بانکی سخن می‌گویند؛ اقدامی که با منافع کشور زاویه دارد و غیرکارشناسی شده است. تنها راه مهار و تثبیت نقدپنگی و پایداری آن، افزایش نرخ سود سپرده بانکی، دست کم تا سطح تورم است. با افزایش نرخ سود، پول در بانک‌ها می‌ماند و مطابق با سیاست‌های پولی و بانکی بانک مرکزی به کار می‌رود. کم کردن نرخ سود و افزایش تورم، زمینه خروج پول از بانک‌ها و انتقال آن به بازارها با بازدهی بیشتر را به دنبال دارد، درحالی که عده‌ای سفته‌باز هم با بازسازی به زیان مردم و کشور عمل می‌کنند. افزایش نرخ سود بانکی منافاتی با تلاش‌های دولت در زمینه ساماندهی بانک‌ها و موسسات مالی و اعتباری ندارد. این روند طبیعی برای ساماندهی بازیگران بازار پول کشور است، اما اقدام واقعی برای کنترل نقدپنگی، عدم قائل بودن به چند نرخ برای ارز و توجه به سود سپرده بانکی و تناسب آن با تورم است. دولت اگر بازار پول را با این ابزارها مدیریت می‌کرد، فتر تورم فشرده و به یکباره رها نمی‌شد. تورم امروز در اقتصاد ایران ناشی از رفتارهای دستوری در اقتصاد و غفلت از واقعیت‌هاست.

بانک مرکزی:

تأمین ارز واردات
به رقم ۶.۲ میلیارد یورو رسید

براساس گزارش‌های دریافتی از سامانه نیما، از ابتدای سال جاری تا روز یکشنبه حدود ۶.۲ میلیارد یورو برای واردات انواع کالاها تأمین ارز شده است. به گزارش بانک مرکزی، از این میزان حدود ۲.۲ میلیارد یورو از محل عرضه ارز در سامانه نیما، ۲.۱ میلیارد یورو از محل ارز بانکی برای کالاهای اساسی و دارو و تجهیزات پزشکی و ۱.۹ میلیارد یورو از محل ارز اشخاص (شامل صادرات در مقابل واردات حدود ۸۰۰ میلیون یورو و از محل صادرات غیر ۱.۱ میلیارد یورو) بوده است. نکته حائز اهمیت در تأمین ارز از محل منابع عرضه‌شده به سامانه نیما ثبت رکورد ۲۶۰ میلیون یورویی در هفته گذشته بوده است، این رقم نسبت به هفته قبل حدود ۳۷ درصد رشد نشان می‌دهد. یادآوری می‌شود، میزان فروش ارز در سامانه نیما طی هفته گذشته معادل ۴۲۹ میلیون یورو بوده که نسبت به هفته پیش از آن ۹۲ درصد رشد داشته است. همچنین معادل دلاری میانگین موزون نرخ تأمین ارز واردات از محل سامانه نیما حدود ۱۶ هزار و ۴۰۰ تومان بوده است، این رقم حاکی از این است که نرخ تأمین ارز واردات کالاهای موردنیاز کشور، فاصله معناداری با نرخ‌های اعلامی در کانال‌های غیررسمی دارد.

لازم به توضیح است که منظور از فروش ارز، میزان کل ارز فروخته‌شده در سامانه نیما و منظور از تأمین ارز واردات، میزان رقم عملیاتی شده برای واردات کالا است. لذا تفاوت میزان ارز فروخته‌شده و ارز تأمین شده بدین معناست که مبلغ باقیمانده در روزهای آتی عملیاتی شده و به آمار ارز تأمین‌شده اضافه می‌شود.

رشد قیمتی در بازارها تحت تأثیر نوسانات نرخ ارز است

سیگنال ارزی به بازارها



یک گشایش در دسترسی دولت به منابع ارزی کشور نمی‌توان امیدوار بود که مشکل برطرف شود.

او در پاسخ به سوالی مبنی بر اینکه اگر این مهم رخ ندهد چه می‌شود، گفت: فکر می‌کنم اگر نتوانیم چنین اقدامی را محقق کنیم و همچنان امکان صادرات نفت را نداشته باشیم به شکل طبیعی باید قیمت ارزهای معتبر خارجی در مقایسه با ریال افزایش یابد و این روند با شیب کم یا زیاد ادامه خواهد یافت.

او با ابراز خوش‌بینی نسبت به رفع مشکلات برای صادرات نفت و بازگرداندن منابع به چرخه اقتصادی کشور، گفت: نرخ ارز یک پارامتر تأثیرگذار در اقتصاد ایران است و روند آن به طور کلی بر کل اقتصاد کشور تأثیر می‌گذارد. افزایش قیمت ارز نه‌تنها روند تورمی را شتاب می‌بخشد بلکه مولفه رفاه را هم دچار مشکل می‌کند. همچنین قدرت پیش‌بینی‌پذیری برای اقتصاد ایران را هم کاهش می‌دهد در نتیجه ثبات آن می‌تواند امکان بهتری را هم در اختیار سیاست‌گذار و هم در اختیار فعالان بخش خصوصی برای برنامه‌ریزی بهتر قرار دهد.

او در پایان با توجه به تسری افزایش قیمت‌ها به بازارهای موازی ارز تأکید کرد: در چنین شرایطی لازم است که اولویت بانک مرکزی بر ایجاد ثبات در بازار ارز تعریف شود.

ایران صادر شد نیز تبعات روانی خود را دارد که به شکل کوتاه‌مدت می‌تواند قدرت پول ملی را کاهش دهد اما این اثر مقطعی است.

آرگون گفت: البته باید توجه داشت در همین ماه‌های سپری شده سال ۹۹ هم رشد قیمت‌ها و تورم را داشتیم و طبیعی است وقتی تورم عمومی وجود دارد نرخ ارزهای دیگر هم روندی مشابه را تجربه کند. به بیان دیگر عوامل گوناگونی در کاهش قدرت پول ملی کشور تأثیر داشته است که البته رفع همه آنها در کوتاه‌مدت ممکن نیست.

آرگون با اشاره به سیاست‌های بانک مرکزی در جهت مدیریت عرضه و تقاضا خاطرنشان ساخت: نرخ ارز برای کاهش پیدا کردن نیازمند داشتن منابع کافی و پایدار است و به این ترتیب نمی‌توان انتظار داشت بدون داشتن منابع قیمت‌ها کاهش یابند یا اینکه ثابت بمانند. حتی با وجود مدیریتی که بانک مرکزی بر تقاضا اعمال کرد هم باز باید منابع کافی برای ایجاد ثبات وجود داشته باشد.

این کارشناس اقتصادی تصریح کرد: به این ترتیب کاهش نرخ ارز نیازمند تغییراتی اساسی است که از جمله آن رفع تحریم‌ها یا کاهش تنش‌های بین‌المللی می‌تواند باشد که البته باید موانع تجارت خارجی را حل کند و امکان نقل و انتقال پول را به بانک‌های داخلی کشور بدهد. پرواضح است که این مسئله به راحتی ممکن نیست ولی بدون

از ابتدای سال ۹۹ شیوع کرونا عملاً امکانات صادراتی ایران به کشورهای همسایه را دچار اختلال کرد. این روند در شرایطی که اعمال تحریم‌ها نیز فشار دوجندانی را به اقتصاد ایران وارد کرده بود زمینه‌ساز کاهش قدرت پول ملی شد. در هفته‌های گذشته نرخ ریال در مقایسه با ارزهای معتبری همچون دلار و یورو با شیبی کمتر از همیشه کاهش یافته است. این مسئله با توجه به نقش دلار در قیمت کالاهای مصرفی در ایران بر نگرانی‌ها و التهاب بازارها افزوده است.

در همین زمینه، یک کارشناس اقتصادی می‌گوید که بدون یک گشایش در بحث صادرات و بازگرداندن ارز حاصل از آن به چرخه اقتصادی کشور، نمی‌توان انتظار کاهش یا ثبات قیمت ارز را داشت.

عباس آرگون در رابطه با افزایش نرخ ارز در روزهای گذشته به خبرآنلاین، گفت: به باور من این مسئله را باید از مدتی پیش‌تر بررسی کرد. بخش اصلی این مشکل باز می‌گردد به کاهش درآمدهای ارزی. درواقع اگر کاهش درآمدهای ارزی نداشته‌ایم این نوسانات هم رخ نمی‌داد. این میان باید توجه داشت هم کاهش قیمت نفت و هم میزان فروش نفت کاهش را تجربه کردند.

او ادامه داد: علاوه بر این شیوع ویروس کرونا نیز اثرات خود را بر جا گذاشت که به کاهش صادرات غیرنفتی منجر شد. درواقع با شیوع کرونا امکان تردد محدود شد و این امر بر مراودات تجاری نیز اثرگذار بود. از سوی دیگر بخشی از منابع کشور هم فریز شدند و به کشور باز نمی‌گردند. منابع ارزی ایران اندک نیست اما امکان جابه‌جایی آن به داخل کشور وجود ندارد و به همین دلیل درواقع امکان صرف آنها نیز وجود ندارد.

این کارشناس اقتصادی تصریح کرد: در نتیجه این اختلال در درآمد ارزی طبیعی بود که روزهای گذشته افزایش نسبی قیمت ارزهای مختلف را تجربه کنیم. رفت و برگشت قیمت‌ها در بازار ارز نیز ناشی از چسبندگی بالای قیمت از یک سو و مقاومت کسانی که از قیمت‌های بالا سود می‌برند از سوی دیگر است. البته بحث قطعنامه‌ای که علیه

«آگهی»

به استناد رونوشت سند شماره ۸۹۹۸۳ مورخ ۹۸/۱۲/۱۲ به شماره شناسه سند ۹۳۰۰۰۹۳۵۶۹۷۲۰۱۳۹۸۱ دفتر اسناد رسمی شماره ۱۳ بندر دیلم، آقایان فرامرز سرداریان فرزند حیدر به شناسنامه شماره ۴۲۷ صادره از بندر دیلم، شاپور رضا سرداریان فرزند ابراهیم شناسنامه شماره ۱ صادره از بندر دیلم، محمد سرداریان فرزند حیدر به شناسنامه شماره ۱۶ صادره از بندر دیلم و علیرضا سرداریان فرزند شاپور رضا به شناسنامه شماره ۱۱۲۶۱۰۸۲۹۰۵۲۹۰۰۱۳۹۸۱ صادره از بندر دیلم تمامی ۶ دانگ لنج باری به شماره ثبت ۲۰۵۹۱ بندر امام خمینی (ره) را به آقای محمد عباسی فرد فرزند مرتضی به شناسنامه شماره ۲۳۰۸ صادره از بندر دیلم انتقال قطعی داده‌اند.

مراتب به موجب ماده ۳ قانون اصلاح قانون دریایی ایران آگهی می‌گردد.

م.الف: ۷۶۳

«آگهی»

به استناد رونوشت سند شماره ۶۷۲۲۱ مورخ ۹۸/۹/۱۷ با شناسه سند ۱۷۳۰۰۰۱۷۳۵۶۹۵۲۰۱۳۹۸۱ دفتر اسناد رسمی ۳۷ بندر گناوه آقایان حسین دراهکی فرزند حیدر و احمد جاسمیان فرزند جاسم (هر کدام نسبت به ۳ دانگ) تمامی شش دانگ سهام خود در مالکیت لنج باری به شماره ثبت ۱۱۷۱۱ – بندرعباس را به خانم ها پریسا هدایت فرزند عیسی و هانیسا هدایت فرزند فرشاد (هر کدام نسبت به ۳ دانگ) انتقال قطعی داده‌اند.

مراتب به استناد ماده ۲۵ قانون دریایی ایران آگهی می‌گردد.

م.الف: ۶۸۶

نوبت دوم

فراخوان مناقصه عمومی دو مرحله‌ای
تأمین کالا ۰.۲۹/ت ک آج/۹۹

شرکت بهره‌بردار نفت و گاز آغاچاری در نظر دارد از طریق مناقصه عمومی دو مرحله‌ای کالای مشروحه ذیل را از طریق شرکت‌های تأمین‌کننده داخلی خریداری نماید:

۱- شرح مختصر کالای مورد نیاز:

تعداد ۲۰ قلم تایر، تیوپ و شال خودروهای نیسان پیکاب رونیز، آمبولانس فولکس واگن و خودروی آتش‌نشانی اطلاعات تکمیلی متعلقاً به همراه فرم مناقصه ارسال می‌گردد.

۲- محل تحویل کالا: شرکت بهره‌بردار نفت و گاز آغاچاری – اداره تدارکات و امور کالا

۳- نوع و مبلغ تضمین شرکت در مناقصه: ضمانتنامه بانکی به مبلغ /- ۵۳۶۳۰۰۰۰ ریال

۴- شرایط مناقصه: توانایی ارائه تضمین شرکت در مناقصه و تضمین انجام تعهدات قرارداد طبق ضوابط جاری شرکت ملی نفت ایران، داشتن شخصیت حقیقی/ حقوقی، شماره اقتصادی، توانایی مالی، ارائه سوابق کاری و همچنین مدارک و گواهینامه‌های مرتبط و متناسب با موضوع مناقصه، متقاضیان می‌توانند پس از انتشار آگهی نوبت دوم با مراجعه حضوری و یا پایگاه اطلاع‌رسانی زیر نسبت به تهیه و تکمیل اطلاعات مورد نیاز اقدام نموده و تقاضای کتبی خود را به همراه مدارک درخواستی حداکثر ظرف مدت ۱۴ روز پس از انتشار آگهی نوبت دوم جهت ارزیابی کیفی و بررسی صلاحیت تأمین‌کنندگان در ارتباط با موضوع مناقصه به آدرس مناقصه گزار تسلیم نمایند.

شرکت بهره‌بردار نفت و گاز آغاچاری پس از بررسی اسناد و مدارک واصله و ارزیابی کیفی مناقصه‌گران طبق قانون برگزاری مناقصات از شرکت‌های واجد شرایط جهت شرکت در مناقصه دعوت بعمل خواهد آورد. ضمناً ارائه مدارک و سوابق هیچگونه حقی را برای متقاضیان ایجاد نخواهد کرد و این شرکت در رد یا قبول پیشنهادات در چارچوب قانون برگزاری مناقصات مختار است.

((فقط مدارک ارزیابی‌ارسانی که در دفترخانه رسمی کپی برابر اصل شده باشد مورد استناد خواهد بود)).

آدرس پایگاه اطلاع‌رسانی: <http://agopen.nisoc.ir> -پیش مناقصه ها ، مزایده ها

نشانی محل اعلام آمادگی و دریافت اسناد: استان خوزستان -شهرستان امیدیه -بلوار نفت- شرکت بهره‌بردار نفت و گاز آغاچاری /اداره تدارکات و امور کالا

فکس: ۰۶۱۵۲۶۲۲۶۸۳ تلفکس: ۰۶۱۵۲۶۲۰۸۹۷

فاکس: ۰۶۱۵۲۶۲۲۲۷۳ داخلی ۳۵۰۴

روابط عمومی شرکت بهره‌بردار نفت و گاز آغاچاری

شماره مجوز: ۱۵۶۵، ۱۳۹۹

تاریخ انتشار نوبت اول: ۹۹/۰۴/۰۸
تاریخ انتشار نوبت دوم: ۹۹/۰۴/۰۱

۲۶۹



نماگر بازار سهام

عضو هیات مدیره سازمان بورس خبر داد

حذف مراجعات حضوری برای احراز هویت بورسی

عضو هیات مدیره و معاون اجرایی سازمان بورس و اوراق بهادار اعلام کرد که سازمان بورس و اوراق بهادار در تلاش است تا جایی که ممکن باشد مراجعات حضوری برای ورود به بورس را حذف و فرآیندها را الکترونیکی کند. به گزارش پایگاه خبری بازار سرمایه ایران، سید مصطفی رضوی با بیان اینکه یکی از موانع قانونی که اجازه احراز هویت غیرحضوری و الکترونیکی را نمی دهد، تبصره ۳ ماده ۹۱ آیین نامه اجرایی ماده ۱۴ الحاقی قانون مبارزه با پولشویی است، گفت: از طریق شورای عالی بورس و وزیر محترم امور اقتصادی و دارایی اصلاح این تبصره در دستور کار است تا هرچه سریع تر خدمت احراز هویت غیرحضوری به صورت رایگان و به ساده ترین شکل ممکن در اختیار تمام مردم قرار گیرد. وی ادامه داد: اما به امر رهبر معظم انقلاب منع قانونی فوق، برای مشمولین سهام عدالت مرفع شده است. به نحوی که، چنانچه مشمولین سهام عدالت نیز باشد، حساب بانکی و سیم کارت تلفن همراه به نام خود را در سامانه سجام شرکت سپرده گذاری ثبت نمایند، نیازی به احراز هویت مجدد و یا مراجعه به دفاتر پیشخوان یا بانکها یا حتی کارگزاری ها نخواهند داشت. هم اکنون، شرکت سپرده گذاری مرکزی در حال فراهم کردن مقدمات فنی برای مهیا کردن امکانی است که چنانچه فردی در سامانه سجام با ارائه شماره حساب بانکی و سیم کارت به نام خود ثبت نام نماید و جزو مشمولین سهام عدالت نیز باشد، نیازی به احراز هویت حضوری و حتی احراز هویت غیرحضوری و پرداخت هزینه در این خصوص نخواهد داشت. عضو هیات مدیره سازمان بورس افزود: پس از رفع موانع قانونی احراز هویت غیرحضوری که اشاره شده، این امکان احراز هویت رایگان مبتنی بر حساب بانکی و سیم کارت برای تمام مردم فراهم خواهد شد. رضوی درخصوص احراز هویت غیرحضوری در سجام تصریح کرد: با توجه به مصوبات شورای عالی بورس، امکان احراز هویت غیرحضوری رایگان مبتنی بر سیم کارت و شماره حساب معتبر به نام خود متقاضی، برای تمام ۴۹ میلیون نفر مشمول سهام عدالت توسط شرکت سپرده گذاری به زودی باید فراهم شود. چنانچه مشمولین سهام عدالت از این طریق احراز هویت شوند، می توانند همانند بیک فرد عادی، از تمامی خدمات بازار سرمایه به صورت الکترونیکی استفاده کنند و محدود به حیطه سهام عدالت نخواهند بود. معاون اجرایی سازمان بورس و اوراق بهادار با اشاره به ضرورت الکترونیکی نمودن فرآیندهای بورس و حذف کاغذ اظهار داشت: در حال تدوین چارچوبی هستیم که نه تنها مراجعات حضوری برای سجام به طور کامل حذف شود، بلکه افرادی که سجامی شده باشند در مراجعه به کارگزاری ها و سایر نهادهای مالی بازار سرمایه، حتی برای یک بار هم نیازی به احراز هویت حضوری نداشته باشند. رضوی در پاسخ به دریافت کارمزد مازاد برای برخی از خدمات الکترونیکی در بازار سرمایه تصریح کرد: تمام از کان بورس، کارگزاری ها و حتی خود سازمان بورس، برای انجام وظایف خود طبق چارچوب های تعیین شده کارمزد مشخصی از معاملات دریافت می کنند و دریافت کارمزدهای بیشتر مانند کارمزد برای خدمات الکترونیکی، بدون تصویب در هیات مدیره سازمان نوجویی ندارد.

عقب نشینی شاخص بورس در پیچ و خم فتح کانال ۱،۵ میلیون واحد

بورس ۱۰ هزار واحد ریخت



نزدیک شد، تصور فعالان بازار، مقاومت شاخص بورس بر روی این عدد بود که با توجه به ورود حجم قابل توجهی نقدینگی به این بازار شاخص بورس واکنش چندان زیادی را به این عدد نشان نداد و به راحتی از این کانال عبور کرد.

حال با نزدیک شاخص بورس به کانال یک میلیون و ۵۰۰ هزار واحد، کارشناسان بار دیگر از احتمال اصلاح شاخص بورس خبر می دهند، کما اینکه روز دوشنبه بازار قرمزپوش شد و حدود ۱۰ هزار واحد ریخت. در همین زمینه، یک کارشناس بازار سرمایه معتقد است: سهامداران باید این موضوع را در نظر داشته باشند که اصلاح شاخص بورس به دلیل فراهم شدن امکان جابه جایی سهام و تصمیم گیری های درست، به نفع بازار و سهامداران خواهد بود.

علیرضا تاجبر در گفت و گو با ایرنا، گفت: از ابتدای سال جاری تاکنون به دلیل ورود گسترده نقدینگی به بورس و حمایت های صورت گرفته از این بازار، شاهد رشدهای پرشتابی در بازار بودیم که به دنبال چنین رشدی، اصلاح چندان سنگینی در بازار رخ نداده است. وی ادامه داد: درباره شرکت های بزرگی که در بورس فعال هستند، خبرها بسیار خوبی در مورد گروه بانکی ها، صنایع پالایشگاهی و پتروشیمی ها شنیده می شود که این موضوع تاثیر زیادی را در روند صعودی شاخص بورس و رشد قیمتی سهام این شرکت ها داشته است، به گفته تاجبر، تایید این اخبار در مجامع می تواند در تعیین مسیر اصلی بازار و روند صعودی شاخص بورس تاثیرگذار باشد.

فرصت امروز: بازار سهام اگرچه رشد پرشتابی را از ابتدای سال ۹۹ تا اردیبهشت تجربه کرد، اما وارد فاز اصلاحی چندان سنگینی نشد، تا اینکه شاخص بورس در نیمه اردیبهشت با نزدیک شدن به کانال یک میلیون واحد وارد فاز جدید معاملاتی شد و مقاومت شدیدی را برای ورود به این کانال از خود نشان داد. سپس با ورود شاخص بورس به کانال یک میلیون واحد، بازار به روند صعودی خود ادامه داد و از مرز یک میلیون و ۴۰۰ هزار واحد گذشت. حالا با نزدیک شدن شاخص بورس به کانال یک میلیون و ۵۰۰ هزار واحد، بار دیگر بازار با اصلاح روبه رو شده و روز گذشته شاخص کل بورس حدود ۱۰ هزار واحد کاهش یافت.

شاخص کل با این افت ۱۰ هزار واحدی تارقم یک میلیون و ۴۸۱ هزار واحد عقب رفت. شاخص کل (هم وزن) نیز با ۵۵ هزار و ۴۲۰ واحد کاهش به ۴۳۴ هزار و ۷۴۷ واحد و شاخص قیمت (هم وزن) با ۳ هزار و ۵۷۴ واحد افت به ۲۸۶ هزار و ۶۷۶ واحد رسید. شاخص بازار اول ۹ هزار و ۵۷۷ واحد و شاخص بازار دوم ۱۱ هزار و ۴۱ واحد کاهش داشت. در معاملات این روز بیش از ۱۲ میلیارد و ۲۷۰ میلیون سهم، حق تقدم و اوراق بهادار به ارزش ۱۵۷ هزار و ۱۸۹ میلیارد ریال داد و ستد شد.

مهمترین نمادهای روز دوشنبه بورس تهران

روز دوشنبه نمادهای شرکت سرمایه گذاری تامین اجتماعی (شستا) با یک هزار و ۷۷۱ واحد، پالایش نفت اصفهان (شپنا) با یک هزار و ۶۵۲ واحد، گسترش نفت و گاز پارسیان (پارسان) با یک هزار و ۳۸۸ واحد، گروه مینا (رمینا) با یک هزار و ۳۳۳ واحد، ایران خودرو (خودرو) با ۹۷۷ واحد، نفت و گاز پتروشیمی تامین (تاپیکو) با ۷۰۴ واحد، سایپا (خسپا) با ۶۸۶ واحد، بانک صادرات ایران (وبصادر) با ۵۲۰ واحد و پالایش نفت بندرعباس (شبیندر) با ۵۱۱ واحد بیشترین تاثیر مثبت را بر شاخص بورس داشتند.

در سئوی مقابل نمادهای فولاد مبارکه اصفهان (فولاد) با یک هزار و ۵۷۹، معدنی و صنعتی گل گهر (گگل) با یک هزار و ۴۸۶ واحد، گروه مدیریت سرمایه گذاری امید (وامید) با یک هزار و ۲۷۱ واحد، ملی صنایع مس ایران (فملی) با یک هزار و ۲۵۹ واحد، پتروشیمی پارس (پارس) با یک هزار و ۲۱۰ واحد، بانک ملت (بوملت) با یک هزار و ۱۳۳ واحد، توسعه معادن و فلزات (ومعدان) با ۹۹۳ واحد، سرمایه گذاری غدیر (وغدیر) با ۹۹۱ واحد و بانک پاسارگاد (پویاسار) با ۸۵۷ واحد با تاثیر منفی بر شاخص همراه بودند.

همچنین نمادهای بانک ملت، ملی صنایع مس ایران، پالایش نفت اصفهان، بانک تجارت، فولاد مبارکه اصفهان گسترش سرمایه گذاری ایران خودرو و گلوکوزان از جمله نمادهای پربیننده بورس بودند. گروه بانکها هم در معاملات این روز صدرنشین برترین گروه های صنعت شد و در این گروه ۴ میلیارد و ۲۳۳ میلیون برگه سهم به ارزش ۲۰ هزار و ۷۲۲ میلیارد ریال داد و ستد شد.

شاخص فرابورس نیز بیش از ۱۱۰ واحد افت داشت و بر روی کانال ۱۵ هزار و ۹۵۳ واحد ثابت ماند. در این بازار ۲میلیارد و ۷۰۷ میلیون برگه سهم به ارزش بیش از ۵۵ هزار و ۲۵۳ میلیارد ریال داد و ستد شد.

نمادهای سنگ آهن گهرزمین (کگهر)، بانک دی (دی)، پتروشیمی مارون (مارون)، توسعه مولد نیروگاهی چهرم (بچهرم)، مدیریت انرژی تابان هور (وهور)، پتروشیمی تندکویان (شگویا)، توسعه و عمران استان کرمان (کرمان)، گروه کارخانجات صنعتی تبرک (تبرک)، سیمان ساوه (ساوه)، گروه صنایع کاغذ پارس (چکاپا)، قاسم ایران (قاسم)، تولید برق ماهتاب کهنوج (بکهنوج)، پالایش نفت شیراز (شراز) و نفت پاسارگاد (شپاس) تاثیر مثبت بر شاخص این بازار را داشتند. همچنین نمادهای هلدینگ صنایع معدنی خاورمیانه (میدکو)، سهلami ذوب آهن اصفهان (دوب)، پتروشیمی زاگرس (زاگرس)، سرمایه گذاری صبا تامین (صبا)، فولاد هرمزگان جنوب (هرمز)، تولید نیروی برق دماوند (دماوند)، تولید برق عسلویه مینا (بمینا)، صنایع ماشین های اداری ایران (مادیرا)، اعتباری ملل (وملل)، بیمه کوثر (کوثر) و توکارسل (توریل) با تاثیر منفی بر شاخص این بازار همراه بودند.

اصلاح شاخص بورس به نفع بازار و سهامداران است

همانطور که در ابتدای گزارش اشاره شد، بازار سهام از ابتدای سال ۹۹ تا اردیبهشت وارد فاز اصلاحی چندان سنگینی نشد و در نیمه های اردیبهشت ماه بود که شاخص بورس با نزدیک شدن به کانال یک میلیون واحد وارد فاز جدید معاملاتی شد و مقاومت شدید را برای ورود به این کانال از خود نشان داد. تا قبل از ایجاد چنین اصلاحی، بازار روند عجیبی را در پیش گرفته بود و به دلیل وجود صف های طولانی خرید، فرصت خرید چندان در سهام بزرگ و کوچک بازار برای سهامداران فراهم نمی شد اما فعالان بازار ایجاد چنین اصلاحی را در بازار به دلیل دست به دست شدن سهام و فرصت های خریدی که ایجاد می شود به نفع بازار و سهامداران می دانند و معتقدند که فعالان بازار نباید از چنین اصلاحاتی در بازار ترس داشته باشند و به سرعت تصمیم به خروج سرمایه های خود از بازار بگیرند.

بعد از ورود شاخص بورس به کانال یک میلیون واحد و تثبیت در این عدد، بازار به مسیر گذشته خود بازگشت و بدون هیچ مانعی به رشدهای خود ادامه داد و به شاخص یک میلیون و ۴۰۰ هزار واحد

حمیدرضا عظیمیان، مدیرعامل گروه فولاد مبارکه

فولاد در خدمت اقتصاد ملی



صرفه جویی چندین میلیون دلاری در کشور شده و علاوه بر آن، صنعت فولاد را نیز از نظر فناوری تولید و تجربه ساخت، چندین گام به پیش رانده است. هم زمان، راه اندازی ابر پروژه نورد گرم شماره ۲ نیز موفقیت بزرگ دیگری است که در کارنامه فولاد مبارکه و اساساً صنعت فولاد کشور به ثبت رسیده است این اقدام «پروژه تولید، تدویم و امید» برای فولاد مبارکه است. با راه اندازی ابر نورد گرم شماره ۲ ظرفیت تولید کلاف گرم در فولاد مبارکه به ۷،۳ میلیون تن خواهد رسید و بر این اساس نه تنها از واردات می نیاز خواهیم شد، بلکه امکان صادرات نیز خواهیم یافت. همین امروز نیز بخشی از ورق های مورد نیاز صنایع خودرو سازی، صنایع نفت و گاز و لوله سازی و لوازم خانگی در داخل تولید می شود. همچنین هم زمان با افتتاح نورد گرم شماره ۲، اشتغال قابل توجهی برای جوانان کشور ایجاد می شود. خوشبختانه صنعت فولاد، به خصوص فولاد مبارکه، با قدرت مسیر توسعه را ادامه می دهد و نمونه بارز آن رشد سود عملیاتی فولاد مبارکه است که در سال گذشته به رقم قابل توجه ۶۲ درصدی، سال گذشته فروش صادراتی فولاد هم رشد ۱۴۶ درصدی داشت و میزان فروش وزنی فولاد نیز با رشد ۵ درصدی همراه بود و به رقم ۶ میلیون و ۱۲۰ هزار تن رسید. در فرودین ماه امسال هم میزان فروش فولاد ۱۱ درصد رشد کرد و حتی عملکرد سهام فولاد با بازدهی بیش از ۲۴۰ درصدی در سال جاری همراه بوده است.

امروز اقتصاد، رونق تولید و بهبود وضعیت صنایع به یکی از مهم ترین موضوعات کشور بدل شده و باید تمام الزامات برای تحقق اهداف بالادستی و دست یابی به جهش تولید رعایت شود. اقتصاد ایران زمانی از دام رکود خارج می شود که صنایع مهمی مانند فولاد مسیر رشد و توسعه را در پیش گیرند و به عنوان پیش ران اقتصاد ملی با قدرت، کشور را در مسیر پیشرفت قرار دهند.

این وضعیت نشان می دهد صنعت کشور، باوجود پتانسیل های قابل توجه، نیاز به حمایت های جدی و اساسی دارد. البته نکته قابل تأمل در مورد وضعیت تولید و صنایع کشور مربوط به تاب آوری صنایع است. صنایع باوجود نیازمند فشارهای مالی طی دو سال گذشته ایستادگی کرده اند و اجازه نداده اند وضعیت اشتغال کشور با بحران مواجه شود و همچنان نیز می توان به افق های جدید امیدوار بود.

رفع موانع تولید برای فولاد و صنایع بالادستی

شاید یکی از مهم ترین موضوعاتی که در یک دهه گذشته در اقتصاد ایران مطرح شده موضوع شیوه حمایت از صنایع است. برخی اقتصاددانان معتقدند حمایت از صنایع به معنای تزریق منابع به آن هاست؛ یعنی حمایت از صنعت را تنها در قالب موضوعات مالی می دانند. گروه دوم براین اعتقادند که صنایع بیش از منابع مالی، به رفع موانع تولیدی نیازمندند. شاید یک دهه قبل هر کدام از این راهکارها می توانست به صورت جداگانه مؤثر باشد، ولی امروز و در میانه تحریم ها، صنایع نیازمند حمایت مالی و ساختاری شده اند. البته رفع انواع موانع تولید، مانند تسهیل شرایط تأمین اجتماعی، مالیاتی، گمرکی و بانکی به نفع تولید و اشتغال بیشتر برای کشور، مقدم بر هر عملی است. دولت در این مقطع زمانی که فشارهای ناشی از تحریم ها بر دوش صنایع سنگینی می کند، باید به تغییر روندها و رویه ها بپندیشد؛ مخصوصاً این که تغییر این شرایط نه نیازمند تأمین منابع است و نه به شرایط آن سبوی مرزها و تحریم ها وابستگی دارد. نمونه اشکار این موضوع کاهش ۴۸ درصدی میزان صادرات کالایی کشور در فصل بهار است. کرونا و تحریم ها دلیل غالب بوده، ولی موانع صادرات نیز نقش کمی نداشته است. در این موقعیت، جهش تولید، ایجاد اشتغال و کمک به معیشت مردم در گرو رفع موانع تولید قرار دارد. از منظر اقتصاد کلان، موقعیت صنعت فولاد با موقعیت دیگر صنایع کشور متفاوت نیست. البته فشار تحریم ها بر این صنایع به شدت سنگین شده و یک نمونه آن اقدامات خزانه داری آمریکااست که می گویند با شناسایی روندهای مالی، هر شخص و شرکتی را که با صنعت فولاد ایران در ارتباط است زمین گیر کند. با این حال مسیر توسعه در این بخش نه متوقف شده و نه می توان آن را متوقف کرد. رسالت صنعت فولاد امروز کمک به افزایش رشد اقتصادی، حفظ اشتغال و به گردش درآوردن چرخ های اقتصاد ملی است و از این منظر، دوران حساسی پیش روی این صنعت قرار دارد.

فولاد چه کرد و چه می کند؟

توسعه صنعت فولاد کشور در دورانی صورت می گیرد که از هر نظر موقعیت اقتصاد ملی حساس است؛ هم کرونا روندها و رفتارها را تغییر داده و هم تحریم ها مدام روی هم تلنبار می شود اما در این مقطع زمانی چندین دستاورد بزرگ در کارنامه صنعت فولاد کشور ثبت شده است. یکی از مهم ترین و استراتژیک ترین آن ها مشارکت قابل تحسین صنعت فولاد در راه اندازی خط لوله انتقال نفت گوره به جاسک است. برای اولین بار در تاریخ اقتصاد کشور، لوله های فولادی مناسب برای انتقال نفتشیراز به کشور به کمک فولاد مبارکه و فولاد اکسین تولید شده است همین اقدام موجب

اقتصاد ایران در سال ۹۹ بیش از هر زمان دیگری به توسعه و پیشرفت نیاز دارد. فشار تحریم ها، موانع داخلی و هیچ عامل دیگری نباید در مقابل تحقق نیاز اساسی کشور، یعنی جهش تولید بایستند. اقتصاد ایران با برخورداری از نیروهای جوان و تحصیل کرده، دسترسی به بازار ۴۰۰ میلیون نفری منطقه، وجود پتانسیل های درونی، مانند معادن، و وجود راه های استراتژیک نباید در دام رکود قرار گیرد.

البته فشارهای خصمانه آمریکا در سه سال اخیر سبب شد رشد اقتصادی در کارنامه اقتصادی ایران منفی شود، ولی بدنه تولید و صنعت کشور همچنان استوار است و به راهش ادامه می دهد و اتفاقاً همین ایستادگی نماد میزان زیاد تاب آوری اقتصاد ایران است. اگر مثلاً امروز جامعه ایران، اشتغال و معیشت مردم است، باید برای رفع دغدغه های عمومی، مسیر توسعه اقتصاد ملی را تسهیل کرد. هیچ کشوری بدون افزایش قدرت، در رشد یا افزایش تولید ناخالص داخلی موفق نمی شود و خوشبختانه با درک این موضوع و شرایط موجود، در اقتصاد ایران نیز شعار «جهش تولید» در پشانی استراتژی های اقتصادی و ملی قرار گرفته تا نیاز مهم ایجاد اشتغال و ثروت در کشور محقق شود.

صنایع کشور به کدام سمت می روند؟

«جهش تولید» استراتژی اصلی پیشروی کشور است و با این شعار، بخش های صنعتی و تولیدی می دانند که باید مسیری رو به توسعه را طی کنند. البته وضعیت کنونی با نقطه مطلوب فاصله دارد. متأسفانه در سه سال گذشته، رشد بخش واقعی اقتصاد کشور منفی بوده و صندوق بین المللی پول پیش بینی کرده این روند تا پایان سال ۹۹ در اقتصاد ایران ادامه یابد و رشد اقتصادی به ۵- درصد برسد. از منظر علمی، اقتصاد ایران در دوره رکود تورمی قرار گرفته و آنچه در این دوره زمانی نیاز کشور است سرمایه گذاری های جدید و توسعه صنایع مولد و بالادستی است. البته با توجه به فراگیری بیماری کرونا و فشار ناشی از تحریم ها، دولت احتمالاً با ۱۴۰ هزار میلیارد تومان کسری بودجه مواجه خواهد بود. پیش بینی مرکز پژوهش های مجلس برای کسری بودجه عدد ۱۸۵ هزار میلیارد تومان است. در کنار آن، تورم هم در بخش تولید به ۳۶/۷ درصد رسیده و این رقم اثر تسهیلات پرداختی بانک ها را نیز کم کرده است. بنابر گزارش بانک مرکزی، طی ۱۲ ماهه سال ۱۳۹۸ معادل ۹۷۵ هزار میلیارد تومان تسهیلاتاز سوی بانکها به بخش های مختلف اقتصادی تخصیص داده شده که در مقایسه با دوره مشابه سال قبل، ۲۶ درصد رشد داشته است؛ در حالی که رشد نقدینگی در این سال بیش از ۳۱ درصد، تورم تولیدکننده معادل ۳۶/۷ درصد و تورم مصرف کننده معادل ۳۶/۵ درصد اعلام شده؛ بنابراین میزان پرداخت تسهیلات مالی بانکها به نرخ ثابت، نسبت به سال قبل حدود ۱۰/۵ درصد کاهش یافته است. علی رغم کاهش رشد ۷ درصدی تولید ناخالص ملی در سال ۹۸، نسبت تسهیلات پرداختی بانکها به تولید ناخالص ملی از حدود ۴۰/۸ درصد در سال قبل به ۳۹/۶ درصد تولید ناخالص ملی در سال مذکور نیز کاهش یافته است.

طلای سرخ گران شد

حداکثر قیمت هر کیلو زعفران نگین ۸ میلیون تومان

نایب رئیس شورای ملی زعفران از رشد ۶ تا ۷ درصدی قیمت زعفران طی روزهای اخیر خبر داد. غلامرضا میری، نایب رئیس شورای ملی زعفران در گفت و گو با باشگاه خبرنگاران جوان، از رشد ۶ تا ۷ درصدی قیمت زعفران در بازار خبر داد و گفت: قیمت کنونی هر کیلو زعفران دسته‌ای ۶ میلیون و ۵۰۰ هزار تومان، زعفران پوشال ۷ میلیون تا ۷ میلیون و ۱۰۰ هزار تومان، زعفران نگین ۷ میلیون و ۵۰۰ تا ۸ میلیون تومان و سوپرنگین ۱۲ میلیون تومان است، در حالی که طی روزهای اخیر قیمت هر کیلو زعفران دسته ۶ میلیون و ۳۰۰ هزار تومان، زعفران پوشال ۶ میلیون و ۵۰۰ تا ۶ میلیون و ۶۰۰ هزار تومان، زعفران نگین ۷ میلیون و ۵۰۰ تا ۸ میلیون تومان و زعفران سوپرنگین ۱۰ میلیون و ۵۰۰ تا ۱۱ میلیون تومان بوده است. او درباره آینده بازار زعفران افزود: قیمت زعفران تابع عرضه و تقاضاست و امیدواریم با باز شدن بازارهای جهانی و رونق صادرات، وضعیت زعفران در بازار بهبود یابد.

تولید زعفران غیر قابل پیش‌بینی است

میری ادامه داد: سال گذشته شاهد شیوع بیماری کووید-۱۹ در سراسر جهان بودیم که این امر منجر به کاهش صادرات شد، ضمن آنکه در بازار داخل هم در حال حاضر به دلیل لوکس بودن زعفران در سبید خانوار، بسیاری از افراد این محصول را از سبد مصرفی خود حذف کرده‌اند.

به گفته او، با توجه به نزدیک بودن فصل برداشت و شرایط حاصل از شیوع کرونا، متولیان امر باید برای مدیریت بازار برنامه‌ریزی کنند تا کشاورز دچار خسارت نشود.

نایب رئیس شورای ملی زعفران در پایان درباره آینده تولید زعفران تصریح کرد: با وجود شرایط مساعد اقلیمی پیش‌بینی می‌شود که تولید زعفران نسبت به مدت مشابه سال قبل رشد داشته باشد، اما به سبب آنکه زعفران همانند سایر محصولات نیست، تا زمانی که از زمین بیرون نیاید نمی‌توان اظهارنظر دقیقی راجع به تولید آن داشت.

کمبودی در عرضه جوجه یکروزه نداریم

قیمت هر قطعه جوجه یکروزه ۲ هزار و ۲۰۰ تومان

رئیس انجمن تولیدکنندگان جوجه یکروزه گفت بنابر آمار ۱۱۰ تا ۱۱۷ میلیون قطعه جوجه‌ریزی در واحدهای مرغداری صورت گرفته که با این وجود کسری در عرضه نداریم.

غلامعلی فارغی در گفت و گو با باشگاه خبرنگاران جوان، با اشاره به اینکه صنعت طیور همچنان در حاشیه زیان است، اظهار کرد: بنابر بررسی‌های صورت گرفته قیمت تمام شده هر قطعه جوجه یکروزه ۳ هزار و ۵۰۰ تومان است، در حالی که طی ۲ تا ۳ هفته اخیر قیمت هر قطعه جوجه از یک هزار و ۴۰۰ تومان به ۲ هزار و ۲۰۰ تومان افزایش یافت که با این وجود مرغداران با نرخ تمام شده تولید ۲۵ تا ۳۰ درصد همچنان فاصله دارند.

او افزود: برمبنای نرخ مصوب ذرت و کنجاله سویا، قیمت کنونی مرغ تا حدودی مناسب است، اما به سبب آنکه ۵۰ درصد نهاده‌ها همچون ذرت و کنجاله با نرخ‌های بالا از بازار آزاد تامین می‌شود، این امر منجر به افزایش قیمت گوشت مرغ می‌شود.

فارغی علت گرانی مرغ را عدم وزن‌گیری ناشی از کمبود یا فقدان دسترسی به نهاده‌های دامی دانست و گفت: کمبود نهاده‌های دامی موجب شده تا میانگین وزن مرغ به بازارهای هدف کاهش یابد، به طوری که به ازای هر ۱۰۰ گرم که وزن گوشت مرغ کم شود، حدود ۱۰ هزار تن تولید در ماه کاهش می‌یابد که نسبت به شرایط عادی که ۳۰۰ تا ۵۰۰ گرم وزن کمتر است، در ماه رقمی حدود ۳۰ تا ۴۰ هزار تن کسری عرضه گوشت مرغ به بازار داریم.

این مقام مسئول با اشاره به اینکه کمبودی در عرضه جوجه یکروزه نداریم، بیان کرد: بنابر آمار متوسط تولید جوجه در خرداد بالای ۱۱۰ میلیون قطعه و اردیبهشت ۱۱۷ تا ۱۱۸ میلیون قطعه بود و پیش‌بینی می‌شود که در تیر تولید جوجه به بالای ۱۲۰ میلیون قطعه برسد که با این وجود کسری در عرضه جوجه یکروزه نداریم که بخواهد بر افزایش قیمت گوشت مرغ دامن بزند.

رئیس انجمن تولیدکنندگان جوجه یکروزه با بیان اینکه تولیدکنندگان جوجه به طور متوسط ماهانه یک هزار و ۲۰۰ تا یک هزار و ۳۰۰ میلیارد تومان زیان می‌دهند، گفت: بنابر آمار طی ماه‌های اخیر حدود ۵ هزار و ۵۰۰ تا ۶ هزار میلیارد تومان این صنعت متحمل زیان شده است که با گرانی مرغ ظرف چند روز، ضرر و زیان سنگین گذشته جبران نمی‌شود و حداقل قیمت‌های فعلی باید چهار ماه در بازار ادامه یابد تا به نقطه سر به سر برسیم. او درباره آخرین وضعیت صادرات جوجه یکروزه بیان کرد: در حال حاضر صادرات جوجه یکروزه در حال انجام است، اما به سبب ضعف در دیپلماسی اقتصادی با قیمت بازار داخل صادر می‌شود.

فارغی در پایان تصریح کرد: با توجه به ممنوعیت ورود کالای ایرانی به عراق و صادرات غیررسمی، سود به جیب بازرگانان عراقی می‌رود که با این وجود صادرات گره‌ای از تولید داخل باز نخواهد کرد.



داشت: کارفرمایی صنعت پتروشیمی هر وقت به مشکل برمی‌خورد می‌خواهد قرارداد ببندد.

محصولات پتروشیمی کم نداریم

مهدوی ابهری، دبیر انجمن کارفرمایی صنعت پتروشیمی در ادامه برنامه خطاب به رئیس اتحادیه تعاونی‌های پتروشیمی افزود: ما محصولات پتروشیمی کم نداریم شما باید توزیع‌تان را درست کنید. مهدوی ابهری با اشاره به اینکه ارز نیمایی پتروشیمی با سایر صادرکنندگان فرق دارد، گفت: ما همراه دولت هستیم و می‌خواهیم به اقتصاد ملی و به تنظیم بازار ارز کمک کنیم و لذا ارز ما برمبنای فرمولی خاصی تعیین می‌شود.

او با اشاره به اینکه ما هیچ کمبودی نداریم، گفت: تولیدکنندگان پایین‌دست بدانند که ما اگر کالا را در بورس عرضه کنیم و پول نقد بگیریم رغب‌تر هستیم تا بخواهیم آن را صادر کنیم. اقتصاددانان بازار را رصد می‌کنند به طوری که قیمت نفت در حال افزایش است و به تبع آن نیز قیمت محصولات پتروشیمی بالا می‌رود.

دبیر انجمن کارفرمایی صنعت پتروشیمی تاکید کرد: در سامانه بهین‌یاب افرادی هستند که سهمیه دولتی می‌گیرند که اصلا تولیدکننده نیستند.

دلایل دلالی مواد اولیه پتروشیمی موردنیاز بخش تولید

تقاضای کاذب در حوزه پی وی سی

تن بود، گفت: متأسفانه شاهد تقاضای کاذب در بازار هستیم حدود ۹درصد افزایش ظرفیت در یک ماه گذشته داشتیم، در حوزه پی وی سی استثنائاً پتروشیمی‌ها تمام تلاش خود را می‌کنند، این سامانه بهین یاب است که مجوز را به افرادی می‌دهد که سبب تقاضای کاذب می‌شوند.

صنایع پتروشیمی مواد اولیه را برای افزایش قیمت و احتکار به صورت سلف می‌فروشند

حسین طوسی، رئیس انجمن صنایع پروفیل یو پی وی سی ایران با اشاره به اینکه بعضی افراد به اسم تولید محصولات پتروشیمی سهمیه دولتی یو پی وی سسی می‌گیرند خاطرنشان کرد: صنایع پتروشیمی مواد اولیه را برای افزایش قیمت و احتکار به صورت سلف می‌فروشند. طوسی با اشاره به اینکه مسئله ما افزایش محصولات پتروشیمی نیست، ادامه داد: مسئله بر سر نوع عرضه محصولات است به طوری که سیستم عرضه اشکال دارد و سیستم بهین‌یاب درست عمل نمی‌کند. او افزود: سهمیه‌بندی در این سیستم درست نیست و در استان‌های مختلف کارشناسان این توانایی را نداشتند که ظرفیت‌سنجی مناسبی را انجام دهند.

رئیس اتحادیه تعاونی‌های صنایع پایین دستی پتروشیمی اظهار

رئیس اتحادیه صنایع پایین دستی پتروشیمی با اشاره به تقاضای کاذب در حوزه پی‌وی‌سی گفت در سامانه بهین یاب مشکل وجود دارد. به گزارش باشگاه خبرنگاران جوان، دلالی مواد اولیه پتروشیمی موردنیاز بخش تولید شب ۸ تیرماه در برنامه گفت و گوی ویژه خبری با حضور مهدی صادقی نیارکی معاون وزیر صمت و حسین دُر رئیس اتحادیه تعاونی‌های صنایع پایین دستی پتروشیمی مورد بحث و بررسی قرار گرفت.

رئیس اتحادیه تعاونی‌های صنایع پایین دستی پتروشیمی با اشاره به اینکه سامانه بهین یاب به افراد مشخص شده اجازه ورود به بورس را می‌دهد، گفت: حدود ۶۰۰ هزار تن محصول PVC در کشور تولید می‌شود و ۴۷۰ هزار تن نیز مصرف کل گروه کالاهای PVC در کشور است لذا قیمت‌گذاری محصول براساس فوب انجام می‌شود.

دُر با اشاره به اینکه از این تعداد ۶ هزار واحد به بورس کالا معرفی شدند که برای ۴هزار واحد نیز امکان خرید وجود دارد، گفت: متأسفانه در سامانه بهین یاب مشکل وجود دارد و باید دید ظرفیت PVC قبل و بعد از بحران چقدر بوده است.

رئیس اتحادیه تعاونی‌های صنایع پایین دستی پتروشیمی با بیان اینکه در حوزه PVC در سال ۹۸ ظرفیت پایین دستی حدود ۸۹ هزار

عضو اتحادیه مرغداران گوشتی از کاهش قیمت مرغ خبر داد و گفت امروز قیمت هر کیلو مرغ گرم ۱۶ هزار و ۷۰۰ تومان است.

عظیم حجت عضو هیأت مدیره اتحادیه مرغداران گوشتی در گفت و گو با باشگاه خبرنگاران جوان، از کاهش قیمت مرغ در بازار خبر داد و گفت: امروز متوسط قیمت هر کیلو مرغ زنده ۱۱ هزار و ۷۰۰ تومان و مرغ گرم در خرده‌فروشی‌ها ۱۶ هزار و ۷۰۰ تومان است.

به گفته وی، قیمت کنونی هر کیلو مرغ زنده نسبت به روز گذشته ۸۰۰ تومان و مرغ گرم یک هزار و ۳۰۰ تومان کاهش یافته است. حجت برقراری تعادل میان عرضه و تقاضا را علت اصلی افت قیمت مرغ در بازار اعلام کرد و گفت: با توجه به شرایط کنونی عرضه و تقاضا، قیمت نوسان چشمگیری نخواهد داشت. این مقام مسئول ادامه داد: با وجود تامین بخشی از نهاده‌ها با نرخ آزاد و بخشی نرخ مصوب، قیمت منطقی مرغ ۱۶ هزار و ۵۰۰ تا ۱۷ هزار تومان است، درحالی که قیمت مصوب مرغ برمبنای نهاده با نرخ مصوب تعیین شده است. وی با انتقاد از این‌مسئله که قیمت مصوب مرغ ستاد تنظیم بازار با هزینه‌های واقعی تولید فاصله دارد،

نرخ مرغ به ۱۶ هزار و ۷۰۰ تومان رسید

کنجاله سویا ۲ هزار و ۴۵۰ تا ۲ هزار و ۶۰۰ تومان است که اختلاف قیمت ذرت با بازار سیاه به ۹۰درصد و کنجاله سه برابر می‌رسد. وی با انتقاد از نوسان قیمت ریزمغذی‌ها بیان کرد: قیمت ریزمغذی‌ها با نرخ منطقی رشد چندبرابری دارد که تمامی این عوامل منجر به افزایش هزینه‌های تولید شده است. حجت افزود: با نظارت مسئولان ستاد تنظیم بازار بر عملکرد واردکنندگان نهاده‌های دامی این امکان وجود دارد که ۱۰۰درصد نهاده با نرخ مصوب ستاد تنظیم بازار توزیع شود، در غیر این صورت به سبب دو تری بودن قیمت ذرت و کنجاله سویا، تعدادی از مرغداران از گردونه تولید خارج خواهند شد.

عضو هیأت مدیره اتحادیه مرغداران گوشتی با اشاره به اینکه مرغداران به دنبال افزایش قیمت نیستند، بیان کرد: اگر قیمت مصوب برمبنای کارشناسی اعلام شود، تولیدکنندگان با افتخار می‌پذیرند و انتظار دارند که ستاد تنظیم بازار بر قیمت نهاده‌ها مدیریت داشته باشد تا ذرت و کنجاله سویا با نرخ مصوب به دست مرغداران برسد.

فراهم کردن شرایط خرید کالای ایرانی برای مشتریان داخلی

رئیس کمیسیون صنایع و معادن مجلس شورای اسلامی ادامه داد: دولت باید از تولیدکنندگان حمایت کند تا بتوانیم به محصولات باکیفیت برسیم. با اعلام سال جهش تولید برنامه وزارت صمت بر افزایش ۳۴درصد 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 ارتقای کیفیت محصولات تولیدی باشیم که این کار با دلگرمی تولیدکننده انجام می‌شود.

تالاری پشتی 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.

دولت صورت گرفت.

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.

تالارپشتی 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 ارتقای محصولات فعالیت تولیدکنندگان باشد، باید ساز و کاری ایجاد کرد تا مشتریان داخلی بتوانند به راحتی کالای ایرانی را بخرند.



تولید خودرو در سال جاری ۲۵درصد افزایش یافت

مدیرعامل ایران خودرو گفت هدف از اعمال تحریم‌ها در صنعت خودروسازی ایران این بود که صنعت خودرو متوقف شود، اما با تلاش متخصصان داخلی این صنعت نه تنها متوقف نشده بلکه تولید اسمال نسبت به دوره مشابه ۲۵درصد رشد داشته است. فرشاد مقیمی ظهر دوشنبه در بازدید از پژوهشکده خودرو دانشگاه علم و صنعت در جمع خبرنگاران اظهار داشت: ما رویدادهایی را که در این پژوهشکده اتفاق افتاده است، دنبال می‌کنیم؛ به عنوان نمونه خودرو (۱۳۲ک) که شب گذشته با همت سازندگان داخلی برای اولین بار در کشور و بدون هیچ گونه همکاری با کارشناس خارجی طراحی و ساخته شد، رونمایی کردیم. وی ادامه داد: تمام اقدامات درخصوص خودرو کا ۱۳۲ را مهندسان، تکنیسین‌ها و متخصصان داخلی انجام داده‌اند و با استانداردهای روز دنیا قابل رقابت است. مدیرعامل ایران خودرو افزود: با توجه به مأموریت و وظیفه‌ای که برعهده داریم، باید در بحث ارتقاء، الکتریکال خودرو را دنبال کرده و پیشرفت کنیم؛ با متخصصان داخلی جلسه گذاشته و نیازمندی‌های خود را به آنها اعلام کرده‌ایم. روز گذشته نیز پیش‌نویس تفاهم‌نامه‌ای توسط دانشگاه علم و صنعت برای ایران خودرو ارسال شد و در حال تمرکز روی محورهای همکاری با دانشگاه با توجه به نقشه راه خود هستیم. به گفته مقیمی، این تفاوت در اینجاست که در گذشته بخشی از خودروها به صورت سی. کی. دی (CKD) وارد کشور می‌شد و ما سی. کی. دی تولید می‌کردیم اما الان تمام خودروها توسط متخصصان داخلی تولید می‌شود. مدیرعامل ایران خودرو اظهار داشت: ما باید با برنامه و نقشه راه حرکت کنیم تا در زمانی مشخص اعلام کنیم به خودکفایی در خودروسازی رسیده‌ایم.

سپاه با هدف کمک وارد صنعت خودرو می‌شود نه تصدیگری

فرمانده نیروی هوافضای سپاه درباره ورود نیروهای مسلح و سپاه به حوزه خودروسازی، گفت کار ساخت با خودروسازان است، ما به رفع کاستی‌هایی که عزیزان‌مان در صنعت خودرو دارند کمک می‌کنیم. به گزارش پرسشین خودرو، سردار امیرعلی حاجی‌زاده فرمانده نیروی هوافضای سپاه در حاشیه بازدید از پژوهشکده خودرو دانشگاه علم و صنعت ایران و در جمع خبرنگاران، اظهار داشت: خیلی از آقایان در کشور ما معتقدند که مشکلات اقتصادی و تحریم از طریق مذاکره و تعامل قابل حل است، بنده هم همین اعتقاد را دارم منتهی نه با آمریکا و دشمنان، بلکه این مذاکره و تعامل باید با ظرفیت‌های بسیار بی‌نظیر داخل کشور مثل دانشگاه‌ها و شرکت‌های دانش‌بنیان باشد. وی افزود: امروز هم ما برای مذاکره و تعامل در بحث خودروسازی به دانشگاه علم و صنعت آمده‌ایم و اخبار بسیار خوبی دارند و حرکت خوبی آغاز شده و این ریل‌گذاری که برای بحث خودرو شده آینده بسیار خوبی دارد. سردار حاجی‌زاده ادامه داد: تمام کشورهای دنیا قائل به این هستند که ماهواره و ماهواره‌بر لبه تکنولوژی است، این فناوری را ما به کمک آمریکا و اروپا به دست نیاوردیم، بلکه به کمک ظرفیت‌های داخلی به این فناوری رسیدیم.



فوق‌العاده را می‌توان این‌گونه تفسیر کرد که در طرح فروش فوق‌العاده شاهد حضور گسترده واسطه‌ها و دارندگان سرمایه‌های سرگردان بودیم اما این اتفاق در پیش‌فروش‌ها رخ نداده و به نظر می‌رسد بیشتر متقاضیانی که در این طرح شرکت کرده‌اند متقاضی واقعی خودرو هستند. وی با اشاره به طرح پیش‌فروش خودرو گفت: البته بخشی از این افت تقاضا مربوط به دلالت و واسطه‌هایی است که به دلیل بازه زمانی تحویل خودرو و همچنین مشخص نبودن قیمت نهایی حاضر نشدند در طرح پیش‌فروش خودروسازان مشارکت کنند.

حذف سود مشارکت از جریمه دیرکرد اشتباه است
این کارشناس صنعت خودرو همچنین معتقد است که حذف سود مشارکت از جریمه دیرکرد خودرو موجب تردید متقاضیان طرح پیش‌فروش خودرو از تحویل به موقع خودرو توسط خودروسازها شده است. معمولاً در طرح‌های پیش‌فروش، خودروساز موظف است که به ازای هر ماه دیرکرد در تحویل خودرو ۱درصد مضاف بر سود مشارکت برای متقاضی در نظر بگیرد، اما در طرح پیش‌فروش فعلی که سود مشارکت به صورت کلی حذف شده است، جریمه دیرکردی که خودروساز محتمل می‌شود فقط ۱درصد به ازای هر ماه است که این موضوع اصلاً بازدارنده نیست. بر این اساس بهتر است تا سود مشارکت در جریمه دیرکرد خودروسازها در نظر گرفته شود تا آن‌ها انگیزه بیشتری برای تحویل به موقع خودرو داشته باشند و از تعهدات خود تخطی نکنند.

که این موضوع نشان‌دهنده حجم بالای تقاضاهای سرمایه‌ای در طرح فروش فوق‌العاده خودرو است. **محدودیت‌های بیشتر وزارت صمت برای پیش‌فروش خودرو**
در ادامه وزارت صمت طرحی برای پیش‌فروش محصولات ایران خودرو و سایپا در نظر گرفت اما این دفعه شرایط سخت‌تری را برای ثبت‌نام‌کنندگان در نظر گرفت. در شرایط جدید سند خودرو به مدت یک سال در رهن خودروساز باقی مانده و خرید و فروش حواله خودروی صفر به روش وکالتی هم ممنوع شده است. همچنین در این پیش‌فروش، سود مشارکتی به ودیعه خریداران تعلق نمی‌گیرد و قیمت نهایی خودرو هم با توجه به قیمت روز خودرو در سال آینده تعیین خواهد شد که خریداران باید آنچه از تفاوت ودیعه و قیمت نهایی خودرو باقی مانده است را پیش از تحویل گرفتن خودرو پرداخت کنند.

تقاضاهای سرمایه‌ای افت کرد
شرایط سخت‌تر طرح پیش‌فروش خودرو موجب شد تا تعداد افراد متقاضی خرید خودرو نسبت به طرح فروش فوق‌العاده کاهش یافته و برای ۷۵ هزار خودرو اعلامی، حدود یک میلیون ۷۵۰ هزار نفر ثبت نام کنند. همچنین شرایط سخت‌تر پیش‌فروش خودرو باعث شده است تا بسیاری از تقاضاهای سرمایه‌ای از بازار خودرو حذف شده و انگیزه‌ای برای ثبت نام در طرح پیش‌فروش نداشته باشند. در همین زمینه حسن کریمی سنجر، کارشناس خودرو معتقد است که افت تقاضا در طرح پیش‌فروش نسبت به طرح فروش

وزارت صمت با حذف سود مشارکت در طرح پیش‌فروش خودرو، موجب کاهش نسبی تقاضای سرمایه‌ای خودرو شد اما لحاظ نکردن سود مشارکت در جریمه دیرکرد خودروسازان ممکن است باعث تضعیف حقوق خریداران خودرو شود. به گزارش خبرنگار مهر، شوک ارزی و بازگشت تحریم‌ها در سال ۹۷ موجب شد تا بازار خودرو در کشور آسیب دیده و از تعادل خارج شود. افزایش نرخ ارزهای خارجی از یک طرف و محدودیت‌های کشور در واردات از سوی دیگر باعث شد تا خودروسازان در تأمین قطعات خودرو به مشکل بخورند و عرضه خودرو در کشور کاهش یابد. کاهش عرضه خودرو در سال ۹۸ هم ادامه داشت و براساس آمارهای منتشرشده تولید خودرو در سال ۹۸ نسبت به سال ۹۶ با کاهش ۵۰درصدی همراه بود. دولت برای مهار نابسامانی‌های بازار خودرو و جبران شکاف بین قیمت کارخانه‌ای و آزاد به سراغ طرح‌هایی همچون فروش فوق‌العاده خودرو به شیوه قرعه‌کشی رفت. **هجوم تقاضاهای سرمایه‌ای به طرح فروش فوق‌العاده خودرو**
انتخاب شیوه قرعه‌کشی و ایجاد محدودیت‌های حداقلی برای ثبت‌نام‌کنندگان باعث شد تا تقاضاهای سرمایه‌ای به طرح فروش فوق‌العاده خودرو هجوم برده و حدود ۵میلیون و ۳۰۰ هزار نفر صرفاً برای ۲۵ هزار خودرو ثبت نام کنند. بنا بر اظهارات مدرس خیابانی، سرپرست وزارت صمت حدود ۸۷درصد شرکت‌کنندگان در طرح فروش فوق‌العاده خودرو به سراغ خودروهایی رفتند که از حاشیه سود بیشتری در بازار برخوردارند

عرضه خودروها به شکل قطره چکانی نباشد

شیب احتکار اقلام بهداشتی به خصوص ماسک و مواد ضدعفونی‌کننده در کشور به طور کامل نزولی و به صورت تقریبی نزدیک به صفر است. وی ادامه داد: شیب پرونده اقلام احتکاری بهداشتی در ماه‌های گذشته به خصوص اسفند ۹۸ تا فروردین ۹۹ زیاد بود اما از فروردین ماه به بعد سیر نزولی دارد. رایگانی با بیان اینکه توزیع اقلام بهداشتی در کشور توسط دانشگاه‌های علوم پزشکی هر استان انجام می‌شود، گفت: طبق توافق صورت گرفته در تهران اقلام کشف شده نیز تحویل هیات امنای ارزی وزارت بهداشت، درمان و پزشکی می‌شود. وی در بخش دیگری از سخنان خود به احتکار دارو اشاره و عنوان کرد: اقلام دارویی مورد نیاز مردم براساس مولفه‌های وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی به خوبی تأمین و در سطح استان‌ها در اختیار مراکز زیرمجموعه وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی قرار داده می‌شود. رایگانی با بیان اینکه تلاش ما بر این است که رای پرونده‌های صنفی در کوتاه‌ترین زمان ممکن صادر شود، گفت: پرونده‌های دارویی نیز از جمله این موارد است. وی مهمترین پرونده‌های تشکیل شده دارویی را مربوط به البرز عنوان و افزود: البرز مهمترین استان در حوزه پرونده‌های دارویی است. در این آیین غلامرضا سالاری به عنوان مدیرکل جدید تعزیرات حکومتی البرز معرفی و از زحمات علی‌اکبر مختاری تجلیل شد.

قیمت خودرو، تعمیرکاران را هم به گرانفروشی مبتلا کرد!

کردن قطعه اصل برای جایگزین کردن با قطعه خراب تا دستمزدهایی که گاه باید بابت تعمیر بپردازید. علیرضا نیک آیین، رئیس اتحادیه تعمیرکاران خودرو در گفت و گو با خبرنگار صنعت، تجارت و کشاورزی گروه اقتصادی باشگاه خبرنگاران جوان، با بیان علت قیمت بالای تعمیر خودرو، گفت: تعمیرکاران نرخ مصوبی برای تعمیر یا تعویض قطعه خودرو دارند و نباید به هیچ عنوان از این مبلغ تعیین‌شده بیشتر دریافت کنند. نیک آیین به آشفته بازار لوازم و قطعات یدکی اشاره کرد و گفت: در بازار کنونی قیمت لوازم یدکی نوسان بالایی دارد و گاهی حتی دو مغازه همجوار قیمت‌های متفاوتی از یک جنس ارائه می‌دهند. به گفته این مقام مسئول، برخی از امداد خودروها با بعضی از تعمیرگاه‌ها زد و بندی دارند که آیین عامل می‌تواند در افزایش قیمت دستمزد تأثیر بگذارد همچنین گرانی و آشفته بازار لوازم یدکی، مراجعات دیر هنگام مردم برای سرویس خودرو، بازسازی قطعات خودرو در مراکز زیرپله‌ای، پرشدن بازار از لوازم یدکی درجه ۳ چینی و وجود تعمیرکاران غیرمجاز، باعث شده بازار لوازم یدکی آشفته‌تر از گذشته شود. رئیس اتحادیه تعمیرکاران خودرو با تأکید بر اینکه افزایش قیمت خودرو روی افزایش نرخ قطعه تأثیر گذاشته است، گفت: از زمانی که قیمت خودرو شیب نزولی گرفته، روی قیمت قطعات یدکی نیز تأثیر مستقیم گذاشته است.

سختگوی سازمان تعزیرات حکومتی کشور با اشاره به اعلام وزیر صنعت، معدن و تجارت مبنی بر تولید و عرضه یک میلیون و ۲۰۰هزار خودرو در کشور گفت انتظار می‌رود که روند عرضه خودروها به صورت قطره‌چکانی و مناسبتی نبوده و در طول سال انجام شود. سید یاسر رایگانی روز دوشنبه در آیین تودیع و معارفه مدیرکل تعزیرات حکومتی البرز افزود: تا زمانی که عرضه و تقاضا تنظیم نشود مشکل افزایش قیمت وجود دارد. وی ضمن تأکید بر اینکه خودروهای عرضه‌شده باید به دست مصرف‌کننده واقعی برسد، گفت: بایستی امکان خرید خودرو برای تمام مصرف‌کنندگانی که نیاز به خرید این محصول دارند، تسهیل شود. رایگانی درخصوص طرح پیش‌فروش ۲۵ هزار دستگاه خودرو توسط دو شرکت خودروسازی کشور عنوان کرد: در جریان هستیم که روند تحویل خودروها توسط این شرکت‌ها در حال انجام و امیدواریم که هرچه سریع‌تر به بازار عرضه شوند. وی با بیان اینکه عرضه این خودروها می‌تواند بخشی از نیاز بازار را تأمین کند خاطرنشان کرد: عرضه خودروها از سوی شرکت‌ها بایستی با تعداد بیشتری انجام تا ضمن رسیدن آن به دست مصرف‌کننده‌های واقعی، موجب کوتاهی دست دلالت خودروها شود. سختگوی سازمان تعزیرات حکومتی در بخش دیگری از سخنان خود به احتکار اقلام بهداشتی اشاره و گفت: هم‌اکنون با نظارت‌های صورت گرفته

تعمیرگاه‌های خودرو هم با ابتلا به بیماری گرانفروشی، صدای دارندگان خودرو را درآورده‌اند. به گزارش باشگاه خبرنگاران جوان، خرید قطعات خودرو می‌تواند یک روند ترسناک باشد. غالباً ما از صحبت‌هایی که توسط همکاران، اعضای خانواده و دوستان گفته می‌شود وحشت می‌کنیم که آن‌ها ماشین خود را به مغازه یا نمایندگی می‌برند و برای تعمیر یا تعویض یک قطعه باید مبلغ هنگفتی را پرداخت کنند. مشکلی که اصلاً وجود دارد افراد گاهی، آگاهی نسبت به هزینه تعمیر یا تعویض قطعه ندارند، اینکه برای تعویض یک قطعه چه میزان باید پرداخت کنند؟ چگونه باید بدانند نرخ کار یک ساعته متصفانه چقدر است؟ تعمیر ماشین چقدر طول می‌کشد؟ اکثر افراد پس از پایان تعمیر خودرو یک فاکتور دریافت می‌کنند که گویی حتی به زبان خارجی نوشته شده است و در نهایت مجبور هستند این فاکتور را قبول کنند و مبلغ را واریز می‌کنند. مشتریان از افزایش قیمت دستمزد تعمیر خودرو گلایه دارند. گاهی حتی برخی ادعا دارند که هزینه تعویض قطعه از خرید قطعه گران‌تر آب می‌خورد که باعث شکایت این دسته از افراد شده است، به طوری که برخی می‌گویند هزینه تعمیر خودرو برای برخی از قطعات گاهی می‌تواند از ارزش خودرو فراتر رود. زمانی که خودرو خراب می‌شود، تازه اول گرفتاری است! صابون این گرفتاری به تن بیشتر صاحبان خودرو خورده است؛ از گرفتاری پیدا

نوبت اول

«آگهی فراخوان مزایده عمومی شماره ۹۹/۱ و ۹۹/۲»



شرکت توزیع نیروی برق استان لرستان

شرکت توزیع نیروی برق استان لرستان درنظر دارد اجناس و خودروهای اسقاط کد ۳ موجود در انبارخود را بشرح جدول زیر با برگزاری مزایده عمومی و براساس شرایط مندرج در اسناد مزایده به فروش برساند.جزئیات وشرایط مزایده بشرح زیر میباشد:

ردیف	موضوع مزایده	شماره مزایده	مهلت زمانی استناد	آخرین مهلت تحویل پاکت	تاریخ بازگشایی پاکت	مبلغ تضمین شرکت درمزایده
۱	فروش کالاهای اسقاط (کد۳) شامل: انواع کابل مسی ، آلومینیوم اسقاط ، انواع ترانس چک اسقاط،سیم آلومینیوم و میلگرد و آهن آلات اسقاط چراغ اسقاط ، ماشینوز اسقاط	۹۹/۱	ازتاریخ ۹۹/۴/۱۰ تا ۹۹/۴/۲۱ در ساعات اداری از ۸ صبح تا ۱۴ بعدازظهر	تا ساعت۱۴ روز سه‌شنبه مورخ ۹۹/۴/۳۱	ساعت۸روز چهارشنبه مورخ ۹۹/۵/۱	۱۰٪مبلغ کل پیشنهادی
۲	فروش خودروهای اسقاط شامل : وانت مزدا دو کابین ، سواری پیکان ، وانت تویوتا ، کامیونت ون نیسان ،لیفتراک، بالابر ، جرثقیل و کفی تریلر	۹۹/۲	ازتاریخ ۹۹/۴/۱۰ تا ۹۹/۴/۲۱ در ساعات اداری از ۸ صبح تا ۱۴ بعدازظهر	تا ساعت۱۴ روز سه‌شنبه مورخ ۹۹/۴/۳۱	ساعت۸روز چهارشنبه مورخ ۹۹/۵/۱	۱۰٪مبلغ کل پیشنهادی

طریقه دریافت اسناد مزایده:

- ۱- مراجعه حضوری به آدرس خرم آباد-کوی گلستان،خیابان سنایی،بلوار حج -ساختمان حوزه ستادی شرکت توزیع برق استان لرستان -امورپشتیبانی -قسمت تدارکات و قراردادها
- ۲ - ارسال اسناد از طریق پست الکترونیک با ارائه درخواست کتبی از طریق مکاتبه از طریق پست ، نامبر یا پست الکترونیک
- اطلاعات تماس مزایده گراز :
تلفن ۰۶۶-۳۳۲۸۰۰۱ فکس ۰۶۶-۳۳۲۰۱۶۱۲ وب گاه :
www.ledc.ir info@ barghlorestan.ir
- ۳- متقاضیان میتوانند اسنادمزایده را بصورت فایل PDF ازطریق سایت های ذیل دریافت نمایند:
الف- سامانه تدارکات الکترونیکی دولت به آدرس :
www.setadiran.ir
ب- سایت شرکت توزیع برق استان لرستان به آدرس :
www.ledc.ir
ج- شبکه اطلاع رسانی معاملات توابیر به آدرس :
www.tender.tavanir.org.ir
د- پایگاه ملی اطلاع رسانی مناقصات به آدرس :
www.iets.mporg.ir
ه- انجمن صنفی کارفرمایان شرکت‌های توزیع برق به آدرس :
www.edca.ir
- ۲- نحوه خریداسناد و مدارک مزایده : واریز مبلغ ۵۰۰۰۰ریال(دویست و پنجاه هزار ریال به حروف) به حساب شماره ۰۰۲ ۲۳۳۴۰۰۱۰۶۱ سیبیا بانک ملی ایران شعبه برق خرم آباد کد (۶۴۲۰) بام شرکت توزیع برق استان لرستان و ارائه فیش واریزی به همراه پاکت :الف، هنگام ارسال پاکت جهت مزایده گزار .
۳- به پیشنهاداتی که فاقد سپرده یا امضاء ، مشروط ومخدوش و سپرده های کمتر از میزان مقرر ، چک شخصی ونظایر آن و پیشنهادهایی که پس از انقضاء مدت مقرر در آگهی واصل شود مطلقاً ترتیب اثر داده نخواهد شد . ارائه اسناد مزایده در پاکت الف، ب و ج بمنزله مطالعه ، تأیید و مهر و امضاء مزایده گر تلقی خواهد شد . ولو آنکه بر گهایی از اسناد مذکور فاقد امضاء و مهر باشد.
متقاضیان می توانند جهت کسب اطلاعات بیشتر به سایت اطلاع رسانی معاملات توابیر به نشانی:www.tender.tavanir.org.ir یا سایت شرکت توزیع نیروی برق استان لرستان به نشانی www.ledc.ir همچنین پایگاه ملی مناقصات به آدرس www.iets.mporg.ir مراجعه فرمایند. بدیهی است این شرکت در رد یا قبول پیشنهادات مستقر است .» سایر اطلاعات و جزئیات مربوط در اسناد مزایده مندرج است ،
- ۴- مدت اعتبارپیشنهادها سه ماه (۹۰ روز)از تاریخ باز گشایی پاکت پیشنهاد قیمت میباشد.

۱- شرکت درردیاقبول یک یاتمام پیشنهادات رسیده مختاراست.

۲- کلیه هزینه های مربوط به مزایده و واگذاری(پرداخت هزینه حق التحریر (دفتر خانه)) به عهده برنده یا برندگان مزایده میباشد .

۳- به پیشنهاداتی که فاقد سپرده یا امضاء ، مشروط ومخدوش و سپرده های کمتر از میزان مقرر ، چک شخصی ونظایر آن و پیشنهادهایی که پس از انقضاء مدت مقرر در آگهی واصل شود مطلقاً ترتیب اثر داده نخواهد شد . ارائه اسناد مزایده در پاکت الف، ب و ج بمنزله مطالعه ، تأیید و مهر و امضاء مزایده گر تلقی خواهد شد . ولو آنکه بر گهایی از اسناد مذکور فاقد امضاء و مهر باشد.
متقاضیان می توانند جهت کسب اطلاعات بیشتر به سایت اطلاع رسانی معاملات توابیر به نشانی:www.tender.tavanir.org.ir یا سایت شرکت توزیع نیروی برق استان لرستان به نشانی www.ledc.ir همچنین پایگاه ملی مناقصات به آدرس www.iets.mporg.ir مراجعه فرمایند. بدیهی است این شرکت در رد یا قبول پیشنهادات مستقر است .» سایر اطلاعات و جزئیات مربوط در اسناد مزایده مندرج است ،



اعضای جدید شبکه آزمایشگاهی ۲۰درصد تخفیف می گیرند

یکی از طرح‌های تخفیفی جدید شبکه آزمایشگاهی فناوری‌های راهبردی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری در سال ۹۹ به اعضای جدید این شبکه تعلق گرفت. تابستان امسال این تازه‌واردان به شبکه می‌توانند با ۲۰درصد تخفیف از خدمات آزمایشگاهی بهره ببرند. این تخفیفات که برای توسعه کیفی خدمات آزمایشگاهی در کشور ارائه می‌شود به همه مخاطبان شبکه تعلق می‌گیرد و هر کدام از آنها با شیوه و عددی متفاوت مشمول این تخفیفات می‌شوند. تابستان امسال برای تازه‌واردان به این شبکه تخفیف ویژه‌ای در نظر گرفته شده است. این اعضای تازه نفس برای نخستین بار می‌توانند از ۱۰ میلیون ریال اعتبار استفاده کنند.

دریچه

روشی نو

مجتبی سلطانی؛ مدیر شرکت هوشمند آرناسورین عضو شبکه آزمایشگاهی فناوری‌های راهبردی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری خدمات پردازش ابری و محاسبات رایانه‌ای، یکی از نیازهای راهبردی است که به شناخت الگوی صحیح از شیوع و همه‌گیری بیماری کرونا، تحلیل نمونه‌های آزمایشگاهی و تشخیص میزان اثرمندی داروها می‌پردازد. فناوری‌های راهبردی، محاسبات سریع و زیرساخت‌های آن، یک موضوع مهم و راهبردی است که برای پیشبرد علوم و فناوری‌های گوناگون و نیز پژوهش‌های دانشگاهی و صنعتی کاربردهای بسیار زیادی دارد و در کشورمان نیز اهمیت آن برای قشر دانشگاهی، پژوهشگر و صنعتگر محرز شده است. اگر امروز زیرساخت محاسبات سریع در کشوری وجود نداشته باشد، از میدان رقابت خارج خواهد شد و در پیشرفت‌های صنعتی، دانشگاهی و ... جایی نخواهد داشت. این حوزه بیش از هر چیز نیازمند سرمایه‌گذاری‌های دولتی است و کشورهای خواهان توسعه، توجهی ویژه به این موضوع داشته‌اند. با ظهور و همه‌گیری ویروس کرونا، در همه بخش‌ها نیازهایی احساس شد و به ویژه در حوزه پژوهش، نیاز به زیرساخت محاسبات سریع به وجود آمد. این محاسبات در شناخت رفتار ویروس، اثر داروها و سایر مسائل پزشکی و همچنین در شبیه‌سازی اپیدمی و الگوی گسترش ویروس، نقش مهمی دارد. تلاش کردیم با ارائه خدمات به بخش‌های پزشکی، در زمان تعطیلی تمام مراکز از جمله ایام نوروز، خدمات پردازش ابری را به مراکز پژوهشگاهی و آزمایشگاهی عرضه کنیم. این توانایی وجود دارد که برای کارهای مدل‌سازی، شبیه‌سازی، الگوریتم‌های هوش مصنوعی که نیاز به زیرساخت قدرتمند محاسباتی دارند راهکار ارائه و مدل‌ها را متناسب با نیازها پیاده‌سازی کنیم. همچنین در زمینه مشاوره، پیاده‌سازی، طراحی و راهبری و پشتیبانی محاسبات سریع و زیرساخت‌های یادگیری عمیق فعالیت داریم.

یک کارآفرین نمونه استان اصفهان:

کارآفرینی در کشور مظلوم واقع شده است

یک کارآفرین نمونه استان اصفهان با بیان اینکه کارآفرینی در کشور مظلوم واقع شده است، گفت باید توجه داشت که آینده اقتصاد در بخش خدمات است و در دنیا شرکت‌های موفق در این حوزه ارزش افزوده بالایی ایجاد می‌کنند.

میتم شکری‌ساز عصر روز یکشنبه- ۸ تیرماه در جمع خبرنگاران، با بیان اینکه شرایط کارآفرینی در دنیا همانند یک فنر ضخیم است، اظهار کرد: این شرایط در دنیا همانند فنری نرم به راحتی رها می‌شود، اما در ایران این فنر را به سختی می‌توان خمیده کنیم و در صورتی که رها شود قدرت، انرژی و موفقیت بیشتری در پی خواهد داشت.

وی با تأکید بر اینکه امروزه در دنیا تولید تنها در بخش صنعت و کالا نیست، تأکید کرد: باید توجه داشت که آینده اقتصاد در بخش خدمات است و در دنیا شرکت‌های موفق در این حوزه ارزش افزوده بالایی ایجاد می‌کنند. به گزارش ايسنا، به گفته مدیرعامل هلدینگ پارس پندار، بخش بزرگی از اقتصاد ترکیه، سنگاپور و ... در حوزه خدمات است که توانسته برای این کشورها ارزش افزوده بالایی ایجاد کند. وی با اشاره به فعالیت این مجموعه در حوزه آموزش، گفت: موسسه آموزشی این هلدینگ با مجوز رسمی آموزش عالی در حال فعالیت است و دوره‌های آموزشی کوتاه‌مدت و پودمانی برگزار می‌کند که می‌تواند موجب اشتغال‌زایی و آمادگی افراد برای ورود به بازار کار باشد. شکری‌ساز با بیان اینکه تاکنون ۵ هزار نفر فارغ‌التحصیل در دوره‌های مختلف داشته‌ایم، توضیح داد: پیش از کرونا این دوره‌ها به صورت حضوری برگزار می‌شد که با شیوع کرونا آموزش‌ها به صورت غیرحضوری برگزار و در حال حاضر با مجوز رسمی برخی دوره‌های کارگاهی به صورت غیرحضوری و برخی با رعایت پروتکل‌های بهداشتی به صورت حضوری در حال برگزاری است.

وی درخصوص فعالیت و همکاری برخی موسسات آموزشی با موسسات خارج کشور و ارائه مدارک جعلی از سوی آنها، توضیح داد: چند سال پیش که شدت تحریم‌ها کمتر و

راه‌اندازی ایمیل‌های سازمانی نیازمند مجموعه‌ای از المان‌های

نرم‌افزاری است تا امنیت داده تأمین شود. یک شرکت دانش‌بنیان به عنوان بزرگ‌ترین ارائه‌دهنده خدمات ارتباطی مبتنی بر پست الکترونیک این خدمات را با محصولی

دانش‌بنیان در اختیار کاربران قرار داده است. سلمان افشار کرمانی، رئیس هیات مدیره شرکت دانش‌بنیان فناوران برتراندیش فرسب گفت: «نرم‌افزار ایمیل چاپار» محصول دانش‌بنیانی است که تولید می‌کنیم. اگر فرد یا نهادی تصمیم به راه‌اندازی سرویس ایمیل داشته باشد این محصول مجموعه‌ای از المان‌های نرم‌افزاری را در اختیار قرار می‌دهد. مسیر توسعه فناوری‌های نوین بر پایه مهندسی کامپیوتر و رشته‌های مرتبط در راستای بومی‌سازی پست الکترونیک و خدمات ارتباط محور با

این محصول هموار می‌شود. وی ادامه داد: فناوری‌های به کار رفته در این محصول دانش‌بنیان آن را از سایر محصولات این حوزه متمایز می‌کند. پیش از تولید «چاپار» ۹۵درصد بازار این حوزه در اختیار

ایمیل ایرانی امنیت داده‌ها را تضمین می‌کند

چهار محصول خارجی قرار داشت، اما اکنون با گذشت چهار سال از ورود آن به بازار موفق شدیم ۳۰درصد بازار را از محصولات خارجی گرفته و جایگزین آنها شویم.

افشار کرمانی به مزیت‌های این محصول مانند یکپارچگی با پیام‌رسان اشاره و بیان کرد: نسخه جدید این محصول مبتنی بر رایانش ابری است. شاخصه دیگر آن امنیت بالا است. به دلیل اینکه داده‌های رسمی با ایمیل جا به جا می‌شود، موضوع امنیت را در بخش تحقیق و توسعه به صورت پررنگ در نظر گرفتیم تا از این نظر اطمینان خاطر به مشتریان داده شود. وی در ادامه افزود: محصولات این حوزه برای دانشگاه‌ها و نهادهای دولتی کاربردی است. دانشگاه‌ها حدود ۳ تا ۵ میلیارد تومان در سال خرید

در این حوزه انجام می‌دهند. در حال حاضر نزدیک به ۳۰ دانشگاه و ۳۰ نهاد دولتی در حال استفاده از این محصول هستند. همچنین ۱۰ مجموعه خصوصی نیز این محصول را خریداری کرده‌اند.

کسب‌وک



کمپین تحریم فیس‌بوک ۷میلیارد دلار

راه‌اندازی کمپین تحریم و پیوستن بیش از ۱۰۰

تسلیم شده و از این پس مطالب منتشرشده ا

را برچسب‌گذاری خواهد کرد، با این حال کمپیا

علی رغم عقب‌نشینی زاک‌برگ از سیاست

ندارد و به گفته «بیزینس اینسایدر» باعث س

سقوطی که به معنای زبان ۷میلیارد دلاری

شرکت‌هایی که برنامه‌های تبلیغاتی خود در

کمپین تحریم فیس‌بوک با پیوستن برندهای معتبر زبان هنگفتی را روی دست زاک‌برگ

گذاشته است.

به گزارش دیجیاتو، خودداری زاک‌برگ از برچسب‌گذاری مطالب «دونالد ترامپ» باعث راه افتادن موج اعتراضی گسترده‌ای به این شبکه اجتماعی شد. این موج که کارکنان خود شرکت در خط مقدم آن بودند، در ادامه با کمپین عظیم #StopHateforProfit همراه

شده که حالا بیش از ۱۲۰ شرکت به آن پیوسته‌اند.

سازمان‌دهندگان این کمپین گروه‌های مردمی هستند که به خوبی پاشنه آشیل این

شرکت یعنی تبلیغات را تشخیص داده و روی آن دست گذاشتند. فیس‌بوک پس از

خسارات مزارع پرورش ماهیان سردآبی کاهش یافت

یکی از خطرات راه‌اندازی کسب‌وکار پرورش ماهی در دنیا مرگ‌ومیر این موجودات آبی است؛ اتفاقی که خسارات زیادی به کارآفرینان

تحمیل می‌کند، اما با تولید واکسن دوگانه استرپتوکوکوزیس این

مشکل مرتفع شده و ماهیان سردآبی در مقابل مهم‌ترین عامل مرگ‌ومیر مصون شدند. شرکت دانش‌بنیان دام طب کوشان برای تولید این واکسن کاربردی در صنعت آبزی‌پروری از سال ۸۴ کارهای تحقیقاتی را آغاز کرد و پس از شش سال موفق به تولید صنعتی آن شد؛ کاری که به یاری کارآفرینانی آمد که با سرمایه خود اقدام به راه‌اندازی کسب‌وکار خود کرده‌اند. «استرپتوکوزیس» بیماری مهم صنعت آبزی‌پروری به ویژه در گونه ماهی «قزل‌آلا رنگین کمان» است که در طول چند سال گذشته باعث مرگ‌ومیر

تعداد بسیاری از این نوع ماهی شده است. با ساخت داخلی واکسن دوگانه استرپتوکوکوزیس، این بیماری از بین می‌رود.

به گفته احمد عرفان‌منش، مدیرعامل این شرکت دانش‌بنیان، ماهی



قزل‌آلای رنگین‌کمان یک گونه مهم اقتصادی است که در ایران و دیگر کشورهای دنیا پرورش داده می‌شود، بنابراین کنترل و جلوگیری از مرگ‌ومیر ناشی از بیماری استرپتوکوکوزیس که نسل این گونه از

ماهی را تهدید می‌کند مهم است.

این محصول ایران‌ساخت در بیش از ۲۰ مزرعه آبزی‌پروری در کشور مورد استفاده قرار گرفته است. خسارت کلی ناشی از این بیماری در حدود ۱۰درصد از حجم تولیدات کشور است که اگر این عدد را از میزان تولید در کشور (۱۶۰ هزار تن در سال) کم کنیم، میزان خسارت به وجود آمده عدد قابل توجهی خواهد بود. وی ادامه می‌دهد: بیماری استرپتوکوکوزیس یک بیماری باکتریایی است که در بین بیشتر ماهی‌های پرورشی شیوع دارد. این بیماری خسارات سنگینی به صنعت پرورش ماهی وارد می‌کند. در کشورهای پیشروی پرورش ماهی، واکسن استرپتوکوکوزیس یکی از واکسن‌های اجباری است.



دانش آموزان با مشارکت خانواده فیلم‌های کوتاه علمی می‌سازند

چهارمین دوره مسابقه دانش آموزی نور، با مشارکت خانواده‌ها برگزار می‌شود تا فیلم‌های کوتاه ۶۰ ثانیه‌ای علمی ساخته شود. بنیاد مصطفی(ص)، برگزارکننده چهارمین دوره مسابقه دانش آموزی نور است. این رخداد به مناسبت گرامیداشت پروفیسور یاغی برگزار می‌شود و پذیرای دانش‌آموزان علاقه‌مند به عرصه‌های علم و فناوری است. هدف از برگزاری این رویداد ایجاد انگیزه میان نسل نوجوان جهان اسلام، ایجاد افق‌های نوین در زمینه علم و فناوری و کمک به رشد استعدادهای درخشان است. مسابقه و رخداد علمی نقشی تعیین‌کننده در تشویق نسل جوان و نوجوان برای فعالیت در عرصه‌های علمی دارد.

یادداشت



پانسمان نانویی با قابلیت قطع خونریزی تولید شد

قطع خونریزی استفاده می‌شود که این روش‌ها به خوبی محصولات هموستار در کنترل خونریزی‌های شدید مانند قطع عضو در تصادفات جاده‌ای کارآمد نیستند. ظهرابسی همچنین بیان کرد: با توجه به نیاز این دسته از مشتریان «بانداز نانوهم» با قابلیت قطع خونریزی موثر برای نخستین بار در کشور و در دنیا طراحی و ساخته شد. به طوری که محصول ما به صورت یک بانداز با ضخامت ماکرومتری (با حداقل فشار وارده به محل زخم)، می‌تواند در کنترل خونریزی‌های شدید کمک موثری به تکنیسین‌های فوریت پزشکی داشته باشد. این در حالی است که با توجه به تولید محصول در داخل کشور، این محصول با قیمت بسیار مناسبی در دسترس مراکز اورژانس کشور و سایر مراکز فوریت پزشکی، می‌تواند قرار گیرد.

استفاده توسط بیماران هموفیلی وی به کاربرد این محصول در بیماران هموفیلی اشاره کرد و افزود: بیماران هموفیلی بیمارانی هستند که در آن‌ها توانایی بدن برای ایجاد لخته و انعقاد خون برای جلوگیری از خونریزی مختل شده است. در ایران حدود ۱۲ هزار بیمار هموفیلی وجود دارد. وجود انواعی از محصولات بندآورنده خونریزی مانند باندازها، تامبون بینی و تامبون دندان در قالب یک جعبه کمک‌های اولیه (در منزل، مدرسه و محل کاران بیماران هموفیلی) می‌تواند کمک موثری در کنترل شرایط این بیماران داشته باشد. با وجود اهمیت محصولات بندآورنده خونریزی برای بیماران هموفیلی اما قیمت بالای این محصولات همچنان مشکل‌ساز است. برای این دسته از بیماران نیز ما در حال طراحی و ساخت تولید انواع مختلفی از محصولات بندآورنده خونریزی در قالب یک جعبه کمک اولیه با قیمت مناسب هستیم. ظهرابسی گفت: با توجه به قیمت‌های بسیار بالای محصولات هموستار در بازارهای بین‌المللی، محصول ارائه شده با کیفیت برابر با نمونه خارجی و با هزینه تولید بسیار مناسب، قابلیت صادراتی بالایی دارد. همچنین این محصول به عنوان یک کسب و کار موفق و فعال در حوزه پانسمان‌های نوین به صورت اختصاصی محصولات بندآورنده خونریزی، توانایی رفع بسیاری از نیازهای کشور را دارد و از سویی با صادرات محصولات ارزآوری قابل توجهی را برای کشور در آینده خواهیم داشت.

این تیم نوپا نیز یکی از شرکت‌کنندگان در دوره‌های پیش‌شتابدهی مرکز فناوری‌های همگرا معاونت علمی است. این مرکز تا برگزاری این دوره‌ها به کسب و کارها برای ورود به بازار کمک می‌کند.

شتاب‌دهنده‌ها تا سقف ۵میلیارد ریال تسهیلات دریافت می‌کنند

نوآوری کشور که توسط معاونت علمی و فناوری ریاست‌جمهوری 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. براساس این طرح حمایتی، شتاب‌دهنده‌های مستقر در استان تهران می‌توانند تا سقف ۵ میلیارد ریال تسهیلات با نرخ ۹ درصد دریافت کنند. شتاب‌دهنده‌های مستقر در سایر استان‌ها نیز می‌توانند برای دریافت تسهیلات، رقمی بین ۴ تا ۵ میلیارد ریال درخواست بدهند. این شتاب‌دهنده‌ها «متناسب با تعداد تیم‌های کاری سال ۹۸ و اسناد هزینه‌کرد» تسهیلات دریافت می‌کنند. این تسهیلات در یک دوره حداکثر شش ماهه پرداخت می‌شود. دریافت‌کنندگان تسهیلات می‌توانند پس از یک تنفس شش ماهه، اقساط تسهیلات را طی یک دوره ۱۲ماهه پرداخت کنند. استارت‌آپ‌ها و شرکت‌های نوپا به کمک شتاب‌دهنده‌ها یاد می‌گیرند که چگونه ایده نوآورانه خود را به محصولی فناور و سودآور تبدیل کنند.

شتاب‌دهنده‌ها یکی از بازیگران زیست‌بوم 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. به گزارش مهر، بازیگران گوناگونی در زیست‌بوم 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 تأسیس 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 آسیب‌ها در امان نماندند. معاونت علمی و فناوری ریاست‌جمهوری از همان روزهای نخست شیوع ویروس کرونا، تلاش کرد تا ضمن تأمین 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 زیست‌بوم



ارزیان روی دست زاکربرگ گذاشت

باید به «کوکاکولا»، «ورایزن» و «هوندا» اشاره کرد. هنوز مشخص نیست این کمپین تا چه زمانی با این سرعت به جذب اعضای جدید ادامه می‌دهد اما ادامه آن حتی در کوتاه‌مدت هم فیس‌بوک را متحمل خسارت هفتگنی خواهد کرد چراکه تقریباً ۱۰۰ درصد درآمد این شرکت ناشی از تبلیغات است و در سه ماهه اول سال جاری از این راه ۱۷.۴ میلیارد دلار به جیب زده‌اند. همین عامل باعث شده تیم تبلیغات شرکت به سرعت برای جلب رضایت مشتریان دست به کار شده و به آنها تضمین دهند که دغدغه‌های‌شان در مورد برچسب‌گذاری تصاویر و اصلاح سیاست‌ها را جدی می‌گیرند.

۱۰ شرکت به آن سرانجام در برابر فشارها ز سوی سیاستمداران که ناقض قوانین باشند این پست‌ها را دارای ارزش خبری دانسته‌اند. ت‌های اولیه ظاهراً کمپین سر متوقف شدن سقوط ۸ درصدی ارزش سهام شرکت شده؛ برای مارک زاکربرگ است. از جدیدترین فیس‌بوک را به صورت موقت متوقف کرده‌اند

بیش از ۸۰۰ شرکت خلاق در کشور فعالیت می‌کنند

شرکت‌های خلاق که در حوزه بازی، اسباب بازی و سرگرمی فعال هستند با ۱۱۷ شرکت، در جایگاه دوم قرار دارند. صنایع دستی، میراث فرهنگی و گردشگری با ۷۴ شرکت، صنایع دیداری و شنیداری با ۷۸ شرکت، صنایع مرتبط با یادگیری، چاپ و نشر با ۱۷ شرکت، گیاهان دارویی و طب سنتی با ۳۷، هنرهای تجسمی و نمایشی با هشت شرکت، خدمات زیرساختی صنایع خلاق با ۱۷ شرکت و سایر صنایع خلاق و فرهنگی با ۱۴ شرکت، در جایگاه‌های بعدی قرار دارند. شرکت‌های خلاق، خدمات بسیار متنوعی از معاونت علمی و فناوری ریاست‌جمهوری دریافت می‌کنند. علاوه بر دریافت تسهیلات در حوزه‌های مختلف، این شرکت‌ها نیز مانند شرکت‌های دانش‌بنیان از انواع کمک هزینه‌ها، مانند کمک هزینه حضور در نمایشگاه‌های داخلی و خارجی برخوردار می‌شوند. دریافت مشاوره برای توسعه بازار و انواع معافیت‌های مالیاتی و گمرکی، دیگر خدماتی است که به این شرکت‌ها ارائه می‌شود.

برنامه حمایت از زیست‌بوم شرکت‌های خلاق به موازات قانون حمایت از شرکت‌های دانش‌بنیان ایجاد شد. شرکت‌های خلاق در حوزه صنایع خلاق و فرهنگی کشور فعالیت می‌کنند. تا پایان بهار ۱۳۹۹ تعداد این شرکت‌ها، به بیش از ۸۰۰ شرکت افزایش یافت. بازیگران گوناگونی مانند شتاب‌دهنده‌ها و پردیس‌های نوآوری در زیست‌بوم فناوری و نوآوری کشور نقش‌آفرینی می‌کنند. بیش از ۵ هزار شرکت دانش‌بنیان فعال در کشور از خدمات این مراکز استفاده می‌کنند. با توجه به ارزش افزوده بالای صنایع خلاق و فرهنگی در جهان، معاونت علمی و فناوری ریاست‌جمهوری، برنامه توسعه زیست‌بوم شرکت‌های خلاق را به موازات قانون حمایت از شرکت‌های دانش‌بنیان به پیش برد. پس از چند سال فعالیت، تعداد شرکت‌های خلاق در سه ماهه اول سال جاری به بیش از ۸۰۰ شرکت خلاق افزایش یافت. در این بین، کسب و کارهای دیجیتال با ۳۹۵ شرکت خلاق، بیشترین تعداد را به خود اختصاص داده است.



پایان‌نامه‌های دانشجویی با اقتصاد دیجیتال پیوند می‌خورد

که حاصل تلاشی علمی و مبتنی بر پژوهش‌های دانشجویی است تعریف شود، این منابع تخصصی می‌تواند نقشی تاثیرگذار در توسعه زیست‌بوم فناوری و نوآوری کشور داشته باشد.

معاونت علمی و فناوری ریاست‌جمهوری از روزهای آغازین فعالیت خود در تلاش بود تا از این ظرفیت علمی استفاده کند و با کاربردی کردن این پایان‌نامه‌ها دانشجویان و دانشگاه‌ها را به صنعت متصل کند؛ اتصالی که منافع آن برای جامعه علمی، مردم و صنایع کشور است. ستاد توسعه فناوری‌های اقتصاد دیجیتال و هوشمندسازی معاونت علمی و فناوری ریاست‌جمهوری هم برای توسعه اقتصاد دیجیتال در کشور در تلاش است تا پایان‌نامه‌های دانشجویی را به سمت تعریف موضوعاتی مرتبط با رفع نیازهای



فناورانه این صنعت سوق دهنده تا با این کار هم دانشجویان با این زیست‌بوم و خلأهای آن آشنا شوند و هم صنعت اقتصاد دیجیتال از این دستاوردهای علمی منتفع شود.

پرداخت پول به ناشران اقدام جدید گوگل

 	جان پاتر خبرنگار	
	مترجم: امیر آل علی	

در راستای حمایت از ناشران و تولیدکنندگان محتوا، گوگل اعلام کرده است که به موارد منتخب، مالیغسی را اختصاص خواهد داد. در این رابطه برد بندر، معاون بخش خبری گوگل اعلام کرده است که اقدام مذکور باعث خواهد شد تا شاهد افزایش حجم و کیفیت مطالب خصوصاً در زمینه اخبار باشیم. درواقع با توجه به این امر که اخبار غلط به معضلی در اینترنت تبدیل شده است، این طرح باعث خواهد شد تا افراد برای دستیابی به مبلغ تعیین شده، دیگر تمایلی به چنین اخبار و مطالبی نداشته باشند. با این حال هنوز رقم دقیقی در رابطه با پرداختی‌ها، اعلام نشده است. با این حال سه کشور آلمان، استرالیا و برزیل میزبان اجرای اولیه آن خواهند بود، با این حال نسبت به این طرح جذاب، تردیدهایی نیز وجود دارد. درواقع هنوز معیارهای موردنظر تعیین نشده و برخی عقیده دارند که شناس نویسدگان سایت‌های مطرح همچون نیویورک تایمز، به مراتب بیشتر از سایرین خواهد بود. به همین خاطر باید منتظر اخبار جدیدی پیرامون آن باشیم تا بتوان نسبت به میزان موفقیت‌آمیز بودن آن به اطمینان لازم دست پیدا کرد.

منبع: theverge.com

 	
 	
 	
 	
 	
 	
 	
 	
 	
 	
 	

در خبری بسیار عجیب اعلام شده است که مایکروسافت دیگر فروشگاه‌های خود را که به علت شیوع ویروس کرونا، تعطیل شده است بازگشایی نخواهد کرد. درواقع این امر استراتژی‌ای بوده است که این شرکت قصد عملی کردن آن را در چند سال آینده داشت. با این حال ویروس کرونا باعث شد تا شاهد سرعت بخشیدن به این طرح باشیم. درواقع در تمام جهان، به صورت کامل فروشگاه‌های فیزیکی حذف می‌شود و تنها روش خرید اینترنتی مورد استفاده قرار خواهد گرفت. این امر در حالی است که در این فروشگاه‌ها اقداماتی نظیر برگزاری رویدادهای مختلف نیز برگزار می‌شد. همین امر نیز باعث به وجود آمدن تردیدهایی شده است. با این حال پیش‌بینی‌ها حاکی از آن است که رویدادها نیز از این به بعد به صورت آنلاین برگزار می‌شود. در این بین تنها چهار نماینگی در شهرهای نیویورک، لندن، سیدنی و ردموند همچنان حضور خواهند داشت. با این حال فضای آن‌ها نیز از حالت فروشگاه خارج می‌شود و صرفاً به عنوان مرکز تجربه مورد استفاده قرار خواهند گرفت. اگرچه بسیاری از بخش‌های مایکروسافت قابلیت چنین طرحی را دارند، بـا این حال در زمینه مواردی نظیر ایکس باکس، احتمالاً طرح فوق باعث کاهش میزان فروش جهانی حداقل در سال نخست به اجرا درآوردن این طرح خواهد شد. حال باید دید که این تصمیم، چه واکنش‌هایی را از سوی مشتریان حال حاضر مایکروسافت به همراه خواهد داشت. درواقع هنوز سوالات زیادی وجود دارد که باید مدیران این شرکت به خوبی به آن‌ها پاسخ داده و اعتمادسازی لازم را انجام دهند.

منبع: bulletinmail.com

بازار داغ بازارگاه‌های دوسویه در دنیا

بازارگاه‌های دوسویه، بسترهایی هستند که امکان خلق و تبادل ارزش را برای مشتریان و تأمین‌کنندگان فراهم می‌کنند. برخی مثال‌های مشهور این کسب‌وکارها عبارتند از: وب‌سایت‌های ایربی‌ان‌بی (Airbnb)، ای‌بی (eBay)، بخش بازارگاه آمازون که جدا از بخش اصلی فعالیت می‌کند و دیوار و شیپور؛ بسترهایی که ارائه‌دهندگان خدمت و استفاده‌کنندگان آن را به هم وصل می‌کنند و امکان تعامل را بین این دو گروه ایجاد می‌کنند. از واژه‌های دیگری نیز برای این بسترها استفاده شده است؛ سیستم‌های بازار دوسویه، بسترهای چندسویه، بازارهای چندسویه یا شبکه‌های دوسویه. کسب‌وکارهای بازارگاه در دوران کوتاهی موفقیت زیادی را از آن خود کرده‌اند و این‌طور به نظر می‌رسد که این رشد قرار نیست به این زودی‌ها متوقف شود.

این بازارگاه‌ها به شکل خارق‌العاده‌ای صعود می‌کنند زیرا نیازی به انبار یا کالا از آن خودشان ندارند. به عنوان مثال ایربی‌ان‌بی یکی از ۱۰۰ شرکت اول گردشگری دنیاست بدون اینکه حتی یک اتاق هتل داشته باشد.

به این ترتیب است که این مدل کسب‌وکار به مدلی ترغیب‌کننده تبدیل می‌شود؛ بدون نیاز به سرمایه‌گذاری برای محصول اولیه می‌توانید کسب‌وکار خود را آغاز کنید. در کنار مزایای بی‌شمار این نوع بسترها می‌توان به چالش‌های نه‌چندان کوچک نیز اشاره کرد؛ نبود یا کمبود بخش خدمات مشتریان و بی‌پاسخ‌ماندن این نیاز مخاطب. یکی دیگر از مسائلی که مشتریان را آزار می‌دهد تبلیغات غلط و دروغینی است که در این بازارگاه‌ها مخاطب را به خرید و استفاده از خدمت یا کالا سوق می‌دهد.

سازمان آگهی ها ۸۶۰۷۳۳۸۱

۹ روش آسان برای بهبود تجربه مشتری



شده، بار دیگر انجام شود. اگر سابقه حضور آنها در دسترس باشد، بسیار خرسند خواهند شد. توجه به این مسائل در ایجاد حس رابطه با مشتری، تاثیرگذاری ویژه‌ای دارد.

ساده‌کردن فرآیند پرداخت

زمانی که مشتری قصد پرداخت پول را دارد، به خودی خود، حس مثبتی در او نیست، حال اگر این فرآیند با پیچیدگی انجام شود، قطعاً باعث کلافگی او خواهد شد. بهتر است که اطلاعات کارت خریداران ذخیره شود و با چند مرحله ساده، پروسه خرید کامل شود. به خصوص اگر اطلاعات مربوط به مشتری از خرید قبلی ذخیره شود، بسیار تاثیرگذار خواهد بود. مشتریان تلاش می‌کنند که به شما پول پرداخت کنند، این مرحله را برای‌شان آسان کنید.

اگر استطاعت آن را دارید، ارسال محصول را به صورت رایگان ارائه دهید

بسیاری از شرکت‌ها، حمل و نقل را به صورت رایگان ارائه می‌دهند و یا مبلغ کمی را به قیمت خرید اضافه می‌کنند. مشتریان به این موضوع علاقه‌مندند و معتقدند که با حذف هزینه حمل و نقل، مبلغی را صرفه‌جویی کرده‌اند. حتی اگر بر روی قیمت محصول، اضافه شود باز هم نسبت به اینکه اعلام شود که مبلغی را به عنوان هزینه ارسال باید پرداخت کنند، حالت روانی بهتری در آنها ایجاد می‌کند.

استفاده از برنامه‌های پیام‌رسان

ایمیل از دیرباز، ستون بازاریابی بوده است و هنوز هم جایگاه ویژه‌ای دارد، اما اگر شما یک اپلیکیشن مخصوص کسب و کار خود داشته باشید، می‌توانید به طور مثال یا ارائه تخفیف سفرashi براساس تاریخ تولد مشتری، پیشنهادی مناسب به منطقه جغرافیایی مشتری و یا دیگر سرویس‌های این‌چنینی، از مزایای شخصی‌سازی تجربه مشتری بهره‌مند شوید.

بدیهی است که روش‌های زیادی برای بهبود تجربه مشتری وجود دارد، بـا این ۹ روش شروع کنید و در ادامه یک تفاوت بزرگ ایجاد کنید.

منبع: Tech/ucan

چگونه می‌توان رضایت مشتریان را در پلتفرم موبایل به دست آورد؟

نمی‌دهد. از اطلاعات مخصوص موقعیت جغرافیایی و دیگر ابزارهای تحلیلگری استفاده کنید تا بتوانید تمامی جوانب مسیر مشتری خود را بررسی کنید. زمان و پول خود را برای کانال‌هایی صرف کنید که مشتریان فعلی یا آینده شما نیز به آن تمایل بیشتری دارند.

برای مثال، تنها تغییر رنگ اپلیکیشن موبایلی شما می‌تواند در رفتار و تجربه کاربری شما، تاثیر بسزایی داشته باشد. به عنوان نمونه، اپلیکیشن TeamBlind را در نظر بگیرید. این اپلیکیشن شرایطی را برای کارکنان برخی از شرکت‌های بزرگ فراهم می‌کند تا درباره فرصت‌های جدید شغلی و یا تجربه شغلی فعلی، با هم گفت‌وگو کنند. این اپلیکیشن، طراحی موبایل خود را تغییر داد تا جایی که به رنگ‌بندی قرمز، خاکستری، مشکی و سفید رسید که نتیجه آن، بازخوردهای منفی کاربران بود. الکس شین، مدیر ارشد اجرایی در این باره می‌گوید: «ما از رنگ‌های پاستل برای ایجاد تمایز بین کانال‌ها استفاده کردیم. متوجه شدیم که میزان مکالمه‌های منفی در حال کاهش است. در حال حاضر نیز همه چیز مثبت‌تر و صادقانه‌تر شده است.»

۵. خدمات به مشتری را موبایل‌پسند کنید

امروزه، شرایط به گونه‌ای تغییر کرده که مشتریان برای کسب اطلاعات یا پشتیبانی مورد نیاز خود، به سراغ فروشگاه‌های فیزیکی یا تماس با پشتیبانی خدمات پس از فروش نمی‌روند. آنها به صورت آنلاین، پاسخ موردنظر خود را جست‌وجو می‌کنند. به دنبال بهینه‌سازی رفتار مشتری باشید، نه اینکه آنها را به تماس با پشتیبانی‌های خود، مجبور کنید. امکان چت کردن را فراهم کنید، فرم‌های تماس را آسان‌تر کنید و پشتیبانی از تماس‌های ویدیویی را نیز در برنامه خود قرار دهید. برای مثال، استارباکس را در نظر بگیرید. روند خرید مشتری را با ایجاد یک اپلیکیشن، آسان‌تر کرده، در حالی که امنیت کاربر را نیز حفظ کرده است. بسیاری از بانک‌های بزرگ مثل bank of America یا Chase، با ایجاد یک رمز عبور اختیاری که اثر انگشت افراد را می‌شناسد، باعث افزایش حريم خصوصی مشتری شده است. تمامی کسب و کارها می‌توانند یک تجربه مشتری بهینه و کارآمد را در تمامی دستگاه‌های موبایل فراهم کنند؛ تنها کافی است این روش‌های ساده، اما ناشناخته را به کار بگیرید.

منبع: inc/ucan

توجه ویژه به سرعت بارگذاری سایت

اگر سرعت بارگذاری سایت شما کم است و یا لودشدن نویگیشن زمان زیادی می‌برد، بهتر است بدانید که مشتریان زمان زیادی را منتظر نخواهند ماند. اطمینان حاصل کنید که تصاویر، ویدئوها و دیگر محتوا در بهینه‌ترین حالت ممکن برای بارگذاری، باشند. بارگذاری سریع و قابل اطمینان، ممکن است موثر از هاستی باشد که از آن برای وب‌سایت خود استفاده می‌کنید. مطمئن شوید که یک هاست در سطح سازمانی، تهیه کرده‌اید که دارای سابقه و شهرت خوبی برای به حداقل رساندن اختلال و زمان لود باشد. اگر لازم است که هاست خود را تغییر دهید، تعلل نکنید، همین حالا به فکر استفاده از یک سایت قابل اطمینان باشید.

ارائه سرویسی برای گفت‌وگوی زنده

مشتریانی که سوال و یا درخواستی دارند، مایل هستند که به سرعت به آنها پاسخ داده شود. اگر بتوانید یک تابع به منظور ارائه گفت‌وگوی زنده، برای آنها ترتیب دهید، بسیار جذاب خواهید شد. شما باید سرویس و کارکنانی داشته باشید که بتوانند به صورت بلادرنگ به مسائل و سوالات مشتری، پاسخ دهند. در این صورت، با دیدن چنین توجهی، مشتریان نیز به شما وفادار خواهند ماند.

توجه به اپلیکیشن موبایلی

این یک روند در حال ظهور مهم برای کسب وکارهاست. البته این مسئله به اندازه بقیه المان‌ها و روش‌های گفته شده در این مقاله، به راحتی و به سرعت در دسترس نیست و برای ایجاد و بهبود آن زمان لازم است. داشتن یک اپلیکیشن کاربرپسند در کنار یک سایت، خرید را برای مشتریان راحت‌تر می‌کند. همچنین اگر امکان شخصی‌سازی نیز در آن مهیا باشد، بسیار خوشایند خواهد بود.

شخصی‌سازی با سابقه مشتریان

هنگامی که مشتری به سایت شما با می‌گردد، چه قبلاً خریدی داشته باشد، چه نداشته باشد، مهم است که تاریخچه حضور او در سایت، فوراً در دسترس باشد. وقتی صحبت از راحتی مشتری به میان می‌آید، هیچ چیز بدتر از آن نیست که همه کارهایی که قبلاً انجام

مشتریان آنلاین به دنبال یک تجربه خوب هستند نه یک خرید پرزحمت، در واقع آنها می‌خواهند که از خرید خود لذت ببرند. کسب و کارهایی که با اهداف فروش محصول و یا سرویس خود به مشتری، فعالیت می‌کنند، باید به سمتی تمایل داشته باشند که با به کار بستن تجربه‌های لذت‌بخش، مشتریان جدید را جذب کرده و مشتریان موجود را راضی نگاه دارند. با توجه به ابزارهای جدید موجود، فروشندگان می‌توانند خریدی لذت‌بخش و بدون اشکالی را ایجاد کنند و همچنین با استفاده از برخی روش‌ها، تجربه مشتری را برای خرید آسان، بهبود بخشند. در این مطلب قصد داریم ۹ روش ساده را برای بهبود تجربه مشتری، بیان کنیم.

تمرکز بر روی ارزش‌گذاری در صفحه اصلی زمانی که مشتریان به صفحه اصلی سایت شما سر می‌زنند، چه می‌بینند؟ آیا این صفحه با محصولات و سرویس‌هایی که شما برای فروش ارائه می‌دهید، شلوع شده است؟ اگر این‌چنین است یعنی صفحه اصلی کاملاً در مورد شماست، نه در مورد مشتریان؛ یعنی با توجه و تمرکز بر روی نیازهای آنها، طراحی نشده است. مشتریان به دلیل اینکه به چیزی نیاز دارند و یا درخواستی دارند، به سایت شما می‌آیند. آنها با مشکلی مواجه هستند که باید حل شود، فرقی ندارد که به دنبال خرید هدیه‌ای برای دوست خود باشند و یا به دنبال دالود نرم‌افزاری مناسب برای کسب و کار، در هر صورت برای رفع یک نیاز یا درخواست، به شما سر زده‌اند. کار شما این است که بر روی مشکلات آنان، شناخت‌شان و همچنین چگونگی رفع مشکل‌شان، متمرکز شوید.

محتوای متنی را محدود کنید و بیشتر از محتوای بصری استفاده کنید
فیلم‌های آموزشی، اسلاید شو و یا اینفوگرافیک، محتوایی است که به مشتری این امکان را می‌دهد که به سرعت به اطلاعاتی که نیاز دارد، دست یابد. به خصوص برای کاربران موبایلی، این المان‌ها، تجربه بهتری ایجاد می‌کند. زمانی که مشتریان به فروشگاه‌های سنتی می‌روند، آنها چیزی را نمی‌خوانند بلکه به محصولات موجود، نگاه می‌کنند. اگر شما در صفحه اصلی، یک ویدئو قرار دهید که به مشکل آنها اشاره داشته باشد و همچنین شامل راه حل شما برای رفع آن مشکل باشد، بلافاصله ق‌ردان شما خواهند شد.

یکی از وجوه اشتراک بسیاری از نام‌های تجاری زیرک این است که تجربه کاربری را در پلتفرم دسکتاپ و موبایل، متحد می‌کنند تا مسیر رضایت مشتریان را هموارتر کنند.

امروزه، کسب و کارهایی که به دنبال احساس رضایت بیشتر در مشتریان هستند، باید یک تجربه متحد و مشابه را در تمامی پلتفرم‌های متصل به اینترنت خود ارائه دهند. این بدان معناست که که عملکرد شما در پلتفرم موبایل، یک معیار اساسی در ایجاد یک تجربه مشتری باکیفیت و به یاد ماندنی، به شمار می‌رود. جست‌وجو از طریق موبایل، اپلیکیشن، خدمات به مشتری از طریق موبایل و تبلیغات درون اپلیکیشن، تمام فاکتورهایی هستند که طرز فکر مشتری را درباره نام تجاری شما ایجاد می‌کنند.

تجربه مشتری در پلتفرم موبایل را تعریف کنید

تجربه مشتری دیجیتال (CX)، با تجربه کاربری (UX) معمول، هم‌خانواده نیست، اما یک مفهوم کلی دارند. تجربه کاربری در این متن، تنها به تجربه‌ای که در برخی ویژگی‌های موبایل وجود دارد اشاره می‌کند که از میان آنها می‌توان به لینک‌های تبلیغات درون اپلیکیشن، نویفیکیشن‌های اجباری و یا یک اپلیکیشن اشاره کرد. تجربه مشتری، به تمامی تعاملاتی که در جهان واقعی با نام‌های تجاری برقرار می‌شود، اشاره می‌کند که درون محیط موبایل به وجود می‌آیند. آسان‌سازی فاکتورهای تجربه مشتری مثل پروسه فروش، تبلیغات، خدمات به مشتریان، برندینگ و قیمت‌گذاری رقابتی در میان فضای تجربه کاربری موبایل، باعث شده تا برندهایی همچون دیزنی، bank of America و آمازون، تجربه مشتری قدرتمندی را ارائه دهند. فرقی نمی‌کند که با موبایل خود و از طریق چه کانال‌هایی به این نام‌های تجاری دسترسی دارید، در هر صورت، تجربه مشتری فوق‌العاده‌ای ارائه خواهد شد.

توصیه‌های تجربه مشتری با موبایل که تمامی کسب‌وکارها باید بدانند
عملکرد فعلی موبایل خود را در نظر بگیرید. اگر یکی از مشتریان، به واسطه یکی از کانال‌های موبایل، به نام تجاری شما دست‌نشان باشد، آیا به تمامی اطلاعاتی که مشتریان شما به آن نیازمند هستند، دسترسی خواهد داشت؟ صفحه‌های وب‌سایت در برخی از موبایل‌ها، مواردی همچون لینک‌ها و سیستم مکان‌یابی را به گونه متفاوتی نشان می‌دهد؛ برخی حتی زبان مشابهی ندارند. طراحی وب‌سایت پاسخگو،

ایستگاه بازاریابی

اینفلوئنسر مارکتینگ در کرونا

اینفلوئنسر مارکتینگ اصطلاحی است که چند سال اخیر به صدر اخبار و ترندهای بازاریابی دیجیتال و شبکه‌های اجتماعی تبدیل شده است. پاندمی کرونا تأثیر شگفتی بر تمام جنبه‌های زندگی و کسب و کار گذاشت و اینفلوئنسر مارکتینگ و کمپین اینفلوئنسر مارکتینگ هم از این قاعده مستثنی نیست. در ادامه، خلاصه‌ای از گفت‌وگوی فوربس با الما بگانوویچ یکی از مؤسسين آژانس اینفلوئنسر مارکتینگ Amra & Elma در رابطه با تأثیر پاندمی کرونا بر بازار اینفلوئنسر مارکتینگ و توصیه‌های او برای اینفلوئنسر شدن است.

پاندمی کرونا چه تأثیری روی بازار اینفلوئنسر مارکتینگ گذاشت؟

اینفلوئنسر مارکتینگ در دوران پاندمی کرونا از چند منظر دچار تغییرات شد.

اول اینکه، اینفلوئنسرها مجبور شدند نحوه تولید محتوای خود را تغییر دهند و بیشتر روی محتواهایی که در داخل خانه امکان تولید دارند متمرکز شوند و بیشتر به موضوعاتی مثل سرگرمی‌های خودشان در داخل خانه پرداختند که مخاطبین‌شان نیز با توجه به شرایط قرنطینه خانگی بتوانند با نوع محتوا ارتباط بیشتری برقرار کنند.

مورد دوم اینکه، قیمت پیشنهادی اینفلوئنسرها علی‌رغم افزایش تعداد بازدیدکنندگان آنلاین کاهش ۳۰ تا ۴۰درصدی داشت. از این رو دوران پاندمی کرونا بهترین دوره برای همکاری با اینفلوئنسرها و استفاده از فرصت پیش‌آمده در زمینه کاهش قیمت‌ها و همچنین افزایش تعاملات آنلاین کاربران است.

آژانس Amra & Elma، استراتژی خود را به سمت کمپین‌های مبتنی بر مسئولیت‌های اجتماعی برای برندها تغییر داد. خیلی از مخاطبین مایل هستند بدانند که برندهای مختلف برای شرایط پیش‌آمده و حفظ سلامت مشتریان، کارکنان و جامعه خود چه تلاش‌هایی می‌کنند؛ مثلاً بعضی‌ها با کمک مالی به افراد آسیب‌دیده از کرونا و بعضی دیگر نیز با اهدای غذا به بیماران و یا بیمارستان‌ها. با توجه به اینکه فالوورها تغییراتی در روتین زندگی خود ایجاد کرده‌اند، اینفلوئنسرها بیشتر به سمت تولید محتوای الهام‌بخش مثل انتشار پست‌هایی با موضوع ماندن و آشپزی در خانه و یا مراقبت از خود با محصولات آرایشی و بهداشتی شرکت‌های طرف قرارداد حرکت کردند.

تأثیر پاندمی کرونا بر شرکت‌های متقاضی خدمات اینفلوئنسر مارکتینگ چه بوده است؟

• با وجود اینکه شاهد افزایش گرایش کاربران به فضای آنلاین و افزایش حداقل ۴۰درصدی خریدهای آنلاین و همچنین گرایش شرکت‌ها به تبلیغات فضای آنلاین بوده‌ایم، خیلی از شرکت‌ها توانستند میزان هزینه تبلیغات خود را کاهش دهند و البته بعضی از شرکت‌ها هم کمپین‌های خود را به طور کلی متوقف کرده‌اند.
• دلیل این علاقه به حضور در فضای آنلاین، این است که خیلی از شرکت‌ها می‌خواهند برند خود را در طول این بحران نیز برای مشتریان پوزیشن کنند و هزینه‌های تبلیغاتی خود را کاهش دهند و برای این هدف، بهترین راه استفاده از تبلیغات آنلاین و اینفلوئنسر مارکتینگ است.

اگر کسی قصد اینفلوئنسر شدن داشته باشد، چه توصیه‌هایی برای او دارید؟

شاید شما هم بپرسید چگونه اینفلوئنسر شویم؟ چند گام برای تبدیل شدن به اینفلوئنسر وجود دارد. چند اولویت بسیار مهم برای این کار وجود دارند؛ ابتدا باید پرسونای برند خود را بسازید. مشخص کنید چه چیزهایی برای شما بالارزش هستند و سعی دارید چه پیامی به مخاطبین خود بدهید. تفاوت خود را با سایر اینفلوئنسرها مشخص کنید. جامعه هدف و سبک خاص خود را پیدا و پرسونای برند خود را ایجاد کنید. یاد بگیرید که محتوای تولیدی خود را با نرم‌افزارهایی مثل فوتوشاپ و ادوبی لایت روم ویرایش کنید. برای تولید و ویرایش محتوای متنی، تصویری و ویدئویی وقت بگذارید. سعی کنید با اینفلوئنسرهای معروف همکاری کنید تا از آن‌ها بیاموزید.

چه کارهایی مانع نتیجه‌گیری کمپین‌های اینفلوئنسر مارکتینگ می‌شوند؟

ما به عنوان یک آژانس به شرکت‌ها توصیه می‌کنیم که بدون برنامه‌ریزی دقیق و به سرعت وارد حوزه اینفلوئنسر مارکتینگ نشوند و همچنین خیلی زود نیز از آن دل‌درد نشوند. مرحله طراحی کمپین و شناسایی اینفلوئنسرهایی که برای کمپین مناسب هستند، بسیار زمان می‌برد. همچنین باید امکان استفاده از معیارهای ارزیابی عملکرد کمپین؛ نظیر اینک‌های شخصی‌سازی‌شده، صفحات فرود و میزان تعامل و موارد مشابه، پیش از شروع کمپین فراهم شده باشد.

منبع: forbes/imarketer



داشته باشد، ایمیل مارکتینگ به خوبی جواب می‌دهد.

هنگام ایمیل مارکتینگ به چه نکاتی باید توجه کرد؟

ایمیل مارکتینگ با تمام مزایا و معایبی که دارد، همچنان یکی از پرکاربردترین روش‌های بازاریابی است که کمترین کسب و کاری از آن استفاده نمی‌کند، ولی اگر اصول درست و تکنیک‌های حرفه‌ای آن را به درستی رعایت نکنید، بدون شک کمپین‌های شما با شکست مواجه خواهند شد و مخاطبان و مشتریان خود را از دست خواهید داد.

نکات بسیار مهمی برای ایمیل مارکتینگ وجود دارد که باید آنها را رعایت کنید تا کمپین شما اثربخشی خوبی داشته باشد. در ادامه به مهمترین نکاتی می‌پردازیم که هنگام بازاریابی ایمیلی باید به آنها توجه کنید.

محل فرم عضویت مهم است

اگر می‌خواهید هدفمند عمل کنید، باید فهرست مناسبی از مخاطبان خود داشته باشید تا لیست ایمیل موردنظرتان را بسازید بنابراین بسیاری از کسب‌وکارها با طراحی فرم ثبت نام، اشتراک، عضویت در خبرنامه یا دریافت تخفیف، ایمیل کاربران را دریافت می‌کنند. می‌توانید این موارد با صورت پاپ‌آپ در نظر بگیرید یا جایی از صفحات سایت قرار دهید که هم خوب دیده شود و هم فضا را شلوغ نکند.

مراحل را ساده در نظر بگیرید

برخی تصور می‌کنند هرچه اطلاعات بیشتری از کاربران بگیرند بهتر است. با اینکه این تصور درست است، ولی بدون‌شک در مراحل اولیه برقراری ارتباط با مخاطب، نمی‌توان انتظار داشت همه اطلاعات را در اختیار شما قرار دهد بنابراین تمام مراحل را ساده در نظر بگیرید و به دریافت نام، ایمیل و در صورت امکان شماره موبایل بسنده کنید.

برای کاربران حق انتخاب در نظر بگیرید

اینکه مخاطبان تمایل نداشته باشند تا ایمیل‌های شما را دریافت کنند، حق انتخاب آنهاست و باید به حریم خصوصی آنها احترام بگذارید و این شرایط را برای‌شان فراهم کنید که هر وقت خواستند عضو شوند یا عضویت خود را لغو کنند. ضمن اینکه با این روش متوجه می‌شوید مخاطب هدف شما دقیقاً کیست.

ارزش ویژه‌ای را در نظر بگیرید

اگر می‌خواهید نرخ کلیک و اثربخشی ایمیل شما بهتر شود، باید ارزش افزوده‌ای را برای مشتریان خود در نظر بگیرید. این ارزش می‌تواند کد تخفیف و هدیه یا اطلاع‌رسانی زودتر نسبت به محصول جدید باشد.

عنوان ایمیل را جدی بگیرید

عنوان ایمیل مانند عنوان یک مقاله یا در واقع ویرتین می‌ماند بنابراین باید دقت کنید که نه‌تنها تیرتان را اصولی می‌نویسید، بلکه کاملاً خاص، جذاب و ترغیب‌کننده باشد. اگر نتوانید ویژگی‌های یک تیتتر خوب را در عنوان ایمیل رعایت کنید و اصول درست‌نویسی یک تیتتر جذاب و کنجکاوکننده را پیاده کنید، نباید انتظار نرخ کلیک بالا و خوانده شدن محتوا را داشته باشید.

مزاحم کاربران نشوید

درست است که مخاطبان هدف منتظر ایمیل‌های شما هستند یا می‌دانند که برای آنها پیام ارسال می‌کنید، اما این به معنای ایجاد مزاحمت برای آنها نیست. برای ارسال ایمیل‌های خود زمان‌های مناسبی را در نظر بگیرید و با ارسال ایمیل‌های انبوه و اسپم مزاحم کاربران نشوید. با آزمون و خطا، بررسی گزارش‌ها و A/B تست می‌توانید بهترین زمان را پیدا کنید.

طراحی جذاب و حرفه‌ای مهم است

اگر از قالب‌های آماده یا قالب‌هایی استفاده می‌کنید که خودتان طراحی کرده‌اید، خیلی فرقی نمی‌کند. مهم این است که باید قالب‌های شما از طراحی جذاب و چشم‌نواز برخوردار باشند که محتوا کاملاً در آنها شفاف و زیبا چیده شده است. ضمن اینکه باید کاملاً رسپانسیو (واکنش‌گرا) باشند تا در تمام دستگاه‌های مختلف از جمله گوشی‌های موبایل درست نشان داده شود.

ایمیل طولانی نفرستید

محتوای طولانی و طبقه‌بندی نشده در ایمیل‌های ارسالی باعث آزار مخاطبان شده و کاری می‌کند دیگر به پیام‌های ارسالی از سمت شما توجه نکنند بنابراین تلاش کنید محتوای شما کوتاه و کاربردی باشد و اگر نیاز است محتوای طولانی‌تر نفرستید آن را از نظر موضوعی و طراحی دسته‌بندی کنید.

محتوای سفارشی و شخصی‌سازی‌شده بفرستید

مخاطبان عاشق این هستند که به آنها احترام بگذارید و به صورت سفارشی و شخصی با آنها در ارتباط باشید بنابراین نسبت به ایمیل‌های عمومی خیلی استقبال و واکنش مثبتی نشان نمی‌دهند، اما اگر محتوای شما به‌طور مستقیم آنها را خطاب قرار دهد، نیاز آنها را برطرف کند، ارزشی داشته باشد که مورد توجه آنهاست، بیشتر به آن توجه می‌کنند.

منظم و ثابت‌قدم باشید

هویت کسب وکارتان را فراموش نکنید

ایمیلی نفرستید که هیچ نشانه‌ای از شما در آن نیست. حتما نام تجاری، لوگو، آدرس سایت، اطلاعات دسترسی و روش‌های ارتباطی را در محتوای ارسالی خود جاسازی کنید.
ایمیل‌های سنگین نفرستید
قرار نیست برای همکاران خود فایل‌های پروژه را ارسال کنید که بخواهید پیوست‌های سنگین و حجیم را به ایمیل خود اضافه کنید بنابراین حواس‌تان باشید محتوای ارسالی کاملاً سبک و بدون پیوست‌های سنگین با حجم بالا باشد.

جمع‌بندی

بازاریابی ایمیلی همچنان یکی از پرطرفدارترین راهکارهایی است که کسب‌وکارهای مختلف در استراتژی‌های بازاریابی خود آن را در نظر می‌گیرند. ایمیل مارکتینگ به دلیل ماهیت خود ویژگی‌های برجسته زیادی دارد و مزایایی قابل توجهی را در اختیار مدیران و بازاریاب‌ها قرار می‌دهد. گرچه معایبی هم دارد که اگر تکنیک‌ها و اصول آن را به درستی پیاده نکنید، کمپین‌های شما با مشکلاتی مواجه خواهد شد.

بازاریابی ایمیلی همچنان یکی از پرطرفدارترین راهکارهایی است که کسب‌وکارهای مختلف در استراتژی‌های بازاریابی خود آن را در نظر می‌گیرند. ایمیل مارکتینگ به دلیل ماهیت خود ویژگی‌های برجسته زیادی دارد و مزایایی قابل توجهی را در اختیار مدیران و بازاریاب‌ها قرار می‌دهد. گرچه معایبی هم دارد که اگر تکنیک‌ها و اصول آن را به درستی پیاده نکنید، کمپین‌های شما با مشکلاتی مواجه خواهد شد.
منبع: najva

ایمیل مارکتینگ هم اثربخشی بالایی دارد و هم اینکه بلافاصله بعد از ارسال پیام‌ها در یک مقطع زمانی کوتاه می‌تواند اثرگذاری و نتایج خوب آن را مشاهده کرد. کاربران معمولاً در فاصله کوتاهی بعد از دریافت ایمیل آن را باز می‌کنند. به همین دلیل این روش در کنار بازاریابی پیامکی می‌تواند برای فروش‌های ویژه و تخفیف‌های خاص کاربردی باشد.

۳. مقرون به صرفه

بازاریابی ایمیلی نسبت به بسیاری از روش‌های دیگر هزینه بسیار کمتری دارد و در ازای نتایج دریافتی، کاملاً مقرون‌به‌صرفه است. ضمن اینکه در زمان کوتاه با صرف کمترین منبع قابلیت اجرا دارد.

۴. ارتباط سفارشی و شخصی‌سازی‌شده

این روزها کاربران خیلی از پیام‌های عمومی و کلی استقبال نمی‌کنند، اما به کمک بازاریابی ایمیلی می‌توانید محتوا و پیام سفارشی خود را به صورت شخصی‌سازی شده برای کاربران بنویسید تا میزان تعامل و وفاداری آنها به شما بیشتر شود.

۵. نرخ بازگشت سرمایه خوب

مدیران کسب‌وکارها برای هر هزینه خود دنبال نتیجه هستند و تمایل دارند ببینند در ازای هر میزان هزینه‌ای که صرف می‌کنند، چقدر به آنها برمی‌گردد. یکی از مهم‌ترین مزایای ایمیل مارکتینگ این است که نرخ کلیک خوبی دارد و به دلیل تعامل بالا و ارسال پیام سفارشی باعث می‌شود که میزان نرخ تبدیل شما افزایش پیدا کند.



۶. بستر توزیع محتوا

یکی از ویژگی‌های خوب ارسال ایمیل که شاید کمتر مورد توجه قرار بگیرد این است که می‌توانید به عنوان بستر رایگان نشر و توزیع محتوا از آن استفاده کنید. می‌توانید مقالات یا چکیده‌ای از محتوای ارزشمند خود را برای مشتریان بفرستید.

۷. ارتباط مستقیم

کاربرانی که عضو سرویس ایمیل مارکتینگ شده‌اند و اجازه داده‌اند برای‌شان ایمیل بفرستید همیشه منتظر یک چیز جدید از سمت شما هستند. به همین دلیل می‌توانید از این فرصت استفاده کنید و همیشه به صورت مستقیم با آنها در ارتباط باشید.

معایب بازاریابی ایمیلی

با تمام مزایای ارزشمندی که از ایمیل مارکتینگ گفتیم، اما این روش هم بدون عیب نیست و معایبی دارد که باید حواس‌تان باشد تا حد امکان آنها را برطرف کنید. این معایب شامل موارد زیر می‌شود:

۱. اسپم شدن پیام‌ها

یکی از بزرگ‌ترین مشکلات موجود در بازاریابی ایمیلی این است که پیام‌های ارسالی شما اسپم تشخیص داده شود و به پوشه spam برود بنابراین کاربران نمی‌توانند پیام شما را ببینند، اما گاهی این مشکل به دلیل اشتباه شما در تشخیص مخاطبان هدف رخ می‌دهد و برای افرادی پیام می‌فرستید که جزو بخش‌بندی یا مشترکان شما نیستند. ضمن اینکه باید حواس‌تان به ارسال انبوه ایمیل‌ها باشد؛ چراکه ارائه‌دهندگان سرویس‌های ایمیل نظیر Gmail، حسابی روی این موضوع حساس هستند.

۲. ارسال نشدن ایمیل‌ها

گاهی به دلایل مختلف مانند استفاده از کلمات خاص ممکن است هیچ‌گاه ایمیل شما به دست مخاطبان هدف نرسد. به همین دلیل سرویس‌های ایمیل مارکتینگ مدعی ارائه گزارش تحویل (Delivery) هستند تا مزیت رقابتی خود را نشان دهند.

۳. مشکل در طراحی پیام

محتوای ایمیل شما از عنوان گرفته تا کال تو اکشن نهایی اهمیت بسیار زیادی دارد. با اینکه استفاده از قالب‌های آماده خوب است، ولی ممکن است با مشکلاتی مواجه شوید و اگر طراحی خوبی نداشته باشید، محتوای شما در دستگاه‌های مختلف به‌ویژه گوشی‌های موبایل به درستی نشان داده نمی‌شود.

ایمیل مارکتینگ مناسب چه کسب وکارهایی است؟

برخی تصور می‌کنند، فقط کسب‌وکارهای بزرگ که لیست بلند بالایی از مخاطبان دارند باید سراغ بازاریابی ایمیلی بروند، اما درواقع این‌گونه نیست و این روش یکی از بهترین راهکارها برای تمام کسب‌وکارهاست. اگر دنبال روشی جامع، مقرون‌به‌صرفه واثربخش باشید که بتوانید سریع و راحت آن را پیاده‌سازی کنید و در تمامی مراحل بازاریابی شما نقش

ایمیل مارکتینگ یکی از پرطرفدارترین روش‌های تبلیغاتی و بازاریابی در دنیاست. بازاریابی ایمیلی هم مانند هر روش دیگری در دیجیتال مارکتینگ نیاز به تکنیک‌های اصولی و حرفه‌ای دارد، در غیر این صورت نمی‌توانید به نتیجه مطلوب برسید.

در دیجیتال مارکتینگ روش‌های ارتباطی و تبلیغاتی زیادی وجود دارد که هر کسب‌وکاری بسته به نیاز خود می‌تواند از آنها استفاده کند. با توجه به حضور شرکت‌ها در فضای آنلاین، ابزارها و روش‌های زیرمجموعه دیجیتال مارکتینگ به شدت مورد توجه قرار گرفته است. ولی برخی تصور می‌کنند همیشه باید هزینه‌های زیادی بپردازند و کمپین‌های سنگین اجرا کنند. در صورتی که با انتخاب روش و ابزار درست می‌توانید هم نرخ بازگشت سرمایه (ROI) خوبی داشته باشید و هم به اثربخشی موردنظر برسید.

از سوی دیگر این روزها برقراری ارتباط هدفمند و ارسال محتوای سفارشی‌سازی شده اهمیت بسیار زیادی دارد و به یکی از مزایای رقابتی برندها تبدیل شده است. از این روی، بازاریابی ایمیلی به دلیل اثربخشی بالا و مقرون‌به‌صرفه بودن همچنان یکی از بهترین راهکارهای موردنظر کسب‌وکارهای بزرگ و کوچک است.

ایمیل مارکتینگ چیست؟

اگر بخواهیم خیلی ساده بازاریابی ایمیلی را تعریف کنیم، به فرآیند بازاریابی از طریق ایمیل، بازاریابی ایمیلی یا ایمیل مارکتینگ گفته می‌شود اما در عمل این‌گونه نیست که به طور پیوسته برای مخاطبان خود پیام‌های تبلیغاتی بفرستیم و باعث آزار آنها شویم.

در واقع ایمیل مارکتینگ به معنای اطلاع‌رسانی، برقراری ارتباط با مخاطبان، ارسال محتوای کاربردی و حفظ مشتریان فعلی و حتی بازگرداندن خریداران قبلی به کمک ابزار ایمیل است. این روش می‌تواند مزایای مختلفی برای شما داشته باشد و در هر مرحله از فرآیندهای بازاریابی خود از آن استفاده کنید.

گاهی لازم است برای کاربران جدید پیام خوشامدگویی بفرستید، گاهی نیاز دارید تا افزایش آگاهی از برندهتان را بیشتر کنید و گاهی اوقات هم به دنبال این هستید که مشتری دوباره از شما خرید کند. به هر حال بازاریابی ایمیلی یکی از روش‌های چندبعدی و چندکاره است که اگر تکنیک‌های آن را به خوبی رعایت کنید، اثربخشی زیادی برای شما خواهد داشت.

تبلیغات ایمیلی یا بازاریابی ایمیلی؟

احتمالاً این سوال در ذهن شما تداعی شده که تبلیغات ایمیلی درست است یا بازاریابی ایمیلی؟ اگر بخواهیم به عنوان انگلیسی آن نگاه کنیم، کلمه مارکتینگ (Marketing) به معنای بازاریابی است. بازاریابی مجموعه‌ای از فرآیندهاست که تبلیغات می‌تواند بخشی از آن باشد.

درواقع بازاریابی از زمان برقراری ارتباط با یک مخاطب یا سرنخ که هنوز خریدار و مشتری شما نیست شروع می‌شود و حتی تا بعد از خرید نیز ادامه پیدا می‌کند. به همین دلیل ما فقط به دنبال یک تبلیغ مقطعی نیستیم و برای اطلاع‌رسانی، برقراری ارتباط با مخاطبان، تبلیغات، حفظ مشتریان و بازگرداندن خریداران از ایمیل مارکتینگ استفاده می‌کنیم.

تاریخچه بازاریابی ایمیلی

شاید تمایل داشته باشید کمی درباره تاریخچه بازاریابی ایمیلی بدانید و ببینید این روش از چه زمانی به صورت جدی شروع به کار کرده است. پیشینه ایمیل مارکتینگ به بیش از ۴۰ سال قبل برمی‌گردد که گری توثرک (Gary Thuerk) که در سازمان تجهیزات دیجیتال (DEC) کار می‌کرد، برای ۴۰۰ مشتری این سازمان ۴۰۰ ایمیل ارسال کرد. همین ۴۰۰ ایمیل کار خودش را کرد و ۱۳ میلیون دلار فروش را رقم زد.

اوایل دهه ۹۰ میلادی با جدی شدن استفاده از اینترنت سیستم کاری و شخصی مردم تغییرات زیادی را به خود دید و به همین دلیل شرکت‌های مختلف تلاش می‌کردند سرویس‌های جدیدی را به کاربران ارائه کنند. در همین راستا، Hotmail به عنوان اولین ارائه‌دهنده سرویس ایمیل تحت وب به صورت رایگان، فعالیت جدی خود را شروع کرد.

بعدها مدیران و بازاریاب‌های مختلف بیشتر به استفاده از ایمیل روی آوردند و پیام‌های انبوهی را برای مخاطبان و مشتریان خود ارسال می‌کردند. همین مسئله باعث شد تا قوانین سخت‌گیرانه‌تری برای ارسال ایمیل‌های اسپم و هرزنامه وضع شود. اما رفته‌رفته بازاریابی ایمیلی جایگاه درست خود را پیدا کرد و با اضافه‌شدن ویژگی‌های جدید به سرویس‌های مختلف، رعایت حقوق کاربران و امکان سفارشی و شخصی‌سازی پیام‌ها، این ابزار توانسته است اثربخشی خوبی داشته باشد.

مزایای ایمیل مارکتینگ

بازاریابی یک علم بسیار گسترده و فراگیر است که فقط به دنیای آنلاین محدود نمی‌شود و در دنیای آفلاین نیز همچنان به خوبی می‌تازد. هنوز هم برخلاف تصور خیلی‌ها، بازاریابی پیامکی یا تبلیغات محیطی و تلویزیونی خیلی خوب جواب می‌دهد و در نتیجه نباید به فکر حذف روش‌های مختلف بازاریابی و تبلیغات باشیم.

اما با حضور گسترده کسب‌وکارها در فضای آنلاین، موضوع دیجیتال مارکتینگ و روش‌های زیرمجموعه آن بیش از پیش مورد توجه قرار گرفت و روش‌هایی چون بازاریابی ایمیلی، دیگر فقط یک روش ارتباطی نیستند.

ایمیل مارکتینگ جزو پرکاربردترین برنامه‌های اجرایی در استراتژی بازاریابی کسب‌وکارهای کوچک و بزرگ است که تقریباً بیشتر آنها از این روش استفاده می‌کنند. این سیستم چندبعدی مزایای بسیار زیادی دارد که باعث می‌شود اثربخشی و بازگشت سرمایه خوبی داشته باشد. در ادامه بیشتر از مزایای ایمیل مارکتینگ نسبت به روش‌های دیگر بازاریابی خواهیم گفت.

۱. پیاده‌سازی آسان

با اینکه ایمیل مارکتینگ تکنیک‌ها و اصول حرفه‌ای خودش را دارد و باید به صورت کاملاً تخصصی این کار را انجام دهید، اما می‌توانید انواع کمپین‌های بازاریابی ایمیلی را با کمترین دانش فنی به راحتی اجرا کنید. برای این کار کافی است از سرویس ایمیل مارکتینگ کمک بگیرید و از قالب‌های آماده و امکانات Drag & Drop استفاده کنید.

۲. اثربخشی زیادی و لحظه‌ای



۷ نشانه که به شما می‌گوید کار آفرین بازی‌های ویدئویی هستید یا نه؟

سازندگان بازی‌های ویدئویی گونه منحصره‌فردی از افراد با مجموعه خاصی از مهارت‌های حرفه‌ای و شخصی هستند. در این مقاله متوجه خواهید شد که آیا ویژگی‌های ضروری برای تبدیل شدن به یک کارآفرین بازی‌های ویدئویی را دارید یا خیر. اگر بیش از ۵۰درصد از اظهاراتی که ذکر خواهد شد را در مورد خودتان قبول دارید، پس شغل آینده خود را پیدا کرده‌اید.

۱. در تمام زندگی خود بازی‌های ویدئویی انجام داده‌اید

بسیاری از ما بازی‌های ویدئویی را زمانی که کودک هستیم بازی می‌کنیم، اما همان‌طور که بزرگ‌تر می‌شویم کنسول‌های ایکس باکس خود را کنار می‌گذاریم. آیا شما از آن دسته افراد هستید که با وجود سپری شدن دوران کودکی هنوز هم بازی‌های ویدئویی را انجام می‌دهید؟ اگر پاسخ بله است، پس شما به خوبی می‌دانید که طرفداران و مخاطبان بازی‌های ویدئویی چه می‌خواهند.

۲. تکنیک‌ها و افکت‌های مختلف را می‌شناسید و درک می‌کنید

آیا برخی از گرافیک‌ها شما را ناراضی می‌کنند و بعضی دیگر باعث شگفتی‌تان می‌شوند؟ آیا زمان و تلاش برای ساخت یک صحنه و ایجاد یک پلتفرم برای لذت بردن از بازی ویدئویی را درک می‌کنید؟ اگر قدر گرافیک بازی‌ها را می‌دانید از ۸۰درصد از بازیکنان بازی‌های ویدئویی برتر هستید.

۳. شما هنوز هم گرافیک دهه ۹۰ ساله را دوست دارید

بسیاری از بازیکنان مدرن گرافیک دهه ۹۰ را نمی‌پسندند، اما کارآفرینان واقعی بازی‌های ویدئویی کار فوق‌العاده پشت بازی‌های سونیک و کراش را درک می‌کنند. این به این دلیل است که شما متوجه پیشرفت تکنولوژی شده‌اید و این نمونه‌ها را به عنوان راهی برای همتایان مدرن خود می‌بینید. بدون بازی‌های ویدئویی دهه ۹۰، گیم بوی و SNES، ما چنین بازی‌های بسیار جذابی مانند اسکارپیم، کال آف دیوتی و حتی ماینکرفت را نداشتیم.

۴. آینده بازی‌های ویدئویی را می‌بینید

کارآفرین بازی‌های ویدئویی خوب می‌داند که جهان در حال تغییر است و نحوه بازی و خرید بازی‌ها در حال توسعه هستند. با استفاده از دستگاه‌های استریم مانند Shield TV و رایانه‌های شخصی مانند Alienware گزینه‌های بیشتری برای خرید و بازی کردن بازی‌های ویدئویی وجود دارد.

۵. برای آن اپلیکیشنی وجود دارد

بعضی از بهترین کارآفرینان بازی‌های ویدئویی با نشان دادن استعدادهای خود با ساختن بازی‌های ویدئویی کوچک که برای اپلیکیشن‌ها و وبسایت‌های برند مناسب هستند شروع کردند. شما در ابتدا برای ساخت نمونه کار خود پرافاده و مغرور نخواهید بود زیرا می‌دانید که تمام سیستم‌های‌عامل نقش مهمی دارند.

۶. عاشق کدنویسی هستید

برای برخی حتی فکر کردن به کدنویسی باعث عذاب‌شان می‌شود، اما برای شما، کدنویسی مانند زبان دومی می‌ماند که هنگام تولد یاد گرفتید. شما هنگام نوشتن کد سردرگم نیستید و آنها را به صورت خودکار می‌نویسید و همان‌گونه که کتاب یا مجله می‌خوانید می‌توانید کدها را هم بخوانید. این نشانه مطمئنی است که نشان می‌دهد برای کارآفرین بازی‌های ویدئویی شدن دنیا آمدید.

۷. اهمیت تحقیق و توسعه را درک می‌کنید

مرحله تحقیق و توسعه هر نوع بازی ویدئویی برای موفقیت آن ضروری است. به همین دلیل است که اعتبارات مالیاتی تحقیق و توسعه (R&D) برای استارت‌آپ‌هایی که در تحقیق و توسعه پروژه خود سرمایه‌گذاری می‌کنند در دسترس است. به عنوان یک کارآفرین بازی‌های ویدئویی، شما این مرحله حیاتی را درک می‌کنید و می‌دانید که راه سریعی برای موفقیت بازی‌های ویدئویی وجود ندارد.

نشانه‌های بسیار دیگری وجود دارد که نشان می‌دهد شما سازنده بازی‌های ویدئویی هستید. مثل نگاه کردن به کد منبع یک بازی، پیدا کردن اشتباهاتی که دوستان‌تان نمی‌توانند پیدا کنند، زندگی کردن از طریق تکرار عملیات. اگر هر یک از این علائم با شما همخوانی دارد، می‌توانید راه خود را برای تبدیل شدن به یک کارآفرین بازی‌های ویدئوی موفق شروع کنید.

منبع: Myentrepreneurmagazine/ucan



کوچینگ و هدایت شغلی کارکنان تازه‌کار با ۴ راهبرد مؤثر



به فرد تازه‌کار نشان دهید که چگونه می‌تواند وضعیت موجود و وضعیت مطلوب را از یکدیگر تمییز دهد و به سمت وضعیت مطلوب حرکت کند. در این موقعیت، از بیان تجربیات شخصی خود و انتظارات دیگران پرهیز کنید.

اگر او هنوز هدف روشن و مشخصی ندارد، به او انگیزه لازم برای کسب تجربه در حوزه‌های مختلف جهت پیداکردن هدف و مسیرش را بدهید.

۴. راهبرد چهارم، تفکر خارج از چارچوب و خلاقانه

گاهی اوقات افراد تازه‌کار از حل یک مسئله درمی‌مانند. آنها یک روش را امتحان می‌کنند. اگر جواب ندهد یا مسئله را رها می‌کنند یا دوباره آن روش را تکرار می‌کنند، به این امید که شاید این بار نتیجه بهتری بگیرند. در این شرایط، ممکن است کارمند تازه‌کار پس از انجام چندباره یک روش، درمانده شود. وظیفه شما مدیران و رهبران این است که به هدایت شغلی چنین فردی کمک کنید که از زاویه جدیدی به مسئله نگاه کند و به‌سراغ راه‌حل‌های دیگری برود. گاهی اوقات حتی خود مسئله به‌درستی تعریف نشده است؛ پس باید ابعاد آن روشن شود. برای مثال، یک برگزارکننده جوان رویداد هرچه تلاش می‌کرد موفق نمی‌شد افراد زیادی را جذب رویدادهایش کند. او هر بار روش‌های مختلف تبلیغ و اطلاع‌رسانی را به کار می‌گرفت اما نتیجه همان بود. مربی شغلی با طرح پرسش‌های مناسب به او کمک کرد تا مسئله را بازتعریف کند. معلوم شد که مشکل نه در راهبردهای تبلیغاتی بلکه در محتوای رویدادها است. رویدادهایی که او برگزار می‌کرد ارزش افزوده چندانی ایجاد نمی‌کرد و محتوای آنها در اینترنت به‌راحتی پیدا می‌شد. پس او تصمیم گرفت که اول به نیازسنجی مخاطبان توجه کند و بعد دست به طراحی رویداد بزند. نتیجه این بود که وی یکی از موفق‌ترین رویدادهای کاری را برگزار کرد.

با طرح پرسش‌های زیر می‌توان به افراد تازه‌کار کمک کرد تا مسئله را بهتر درک کنند:

- در حال حل کردن چه مشکلی هستی؟
- چه احساساتی درباره‌اش داری؟
- بیشترین نگرانی تو درباره کدام جنبه از مشکل است؟
- مشاهدات تو از رفتار دیگران در قبال مشکل پیش‌آمده چگونه است؟

سخن آخر

با طرح پرسش‌هایی مانند موارد بالا، به فرد تازه‌کار کمک می‌کنید تا بفهمد در حال سروکله‌زدن با چه مشکلی است. پس از روشن شدن ابعاد مسئله، او متوجه اشکال روش خود می‌شود و آنگاه می‌تواند به‌سراع راه‌حل‌های متناسب‌تر برود. به یاد داشته باشید که همانند موارد قبلی، هدف شما ارائه راه‌حل‌ها نیست، بلکه شفاف‌کردن مسئله برای آنها است.

چهار راهبرد گفته‌شده در بهبود نگرش ذهنی کارکنان تازه‌کار نقش مهمی دارد و در بلندمدت، رضایت شغلی و پیشرفت آنها را تسهیل می‌کند. کوچینگ افراد تازه‌کار فرآیندی تدریجی است. باید با درک نیازهای افراد، آنها را در مسیر شغلی مناسب‌شان هدایت کرد تا شاهد خودشکوفایی ایشان در این مسیر باشیم.

منبع: hbr/chetor

به‌جای غرق‌شدن در سرزنش ذهنی، پی به اصل ماجرا ببرد. به‌عنوان مدیر، فضایی را ایجاد کنید تا کارمندان بتواند ماجرا را شرح دهد؛ سپس به او کمک کنید که بفهمد قصه آنقدرها هم تیره‌وتار نیست و دیگران قرار نیست بابت یک اشتباه، او را حذف کنند.

درنهایت، پس از روشن‌شدن ابعاد مسئله، به او کمک کنید تا بتواند درس‌های لازم را از اشتباهش بیاموزد و در شرایط مشابه آینده به کار بپردازد. در این حالت، سعی کنید کلام شما فاقد قضاوت و احساسات مثبت و منفی باشد. هدف شما حل مشکلات کارمندان یا ابراز همدردی و تشویق بهبوده او نیست، بلکه هدایت او به‌سمت یادگیری و کسب تجربه بیشتر و درنتیجه، تقویت سازگاری است.

۲. راهبرد دوم، تقویت تأثیرگذاری بر دیگران

وقتی کارمند تازه‌کار در برقراری ارتباط سازنده با دیگران دچار چالش می‌شود، یک مدیر و رهبر باتجربه به او کمک می‌کند تا از دید دیگر افراد نیز به مسئله نگاه کند و رویکردهای جدیدی برای تعامل با دیگران پیدا کند.

به‌عنوان نمونه، جری و تیمش، یک کارمند تازه‌کار را بررسی کردند که در ارتباط با یکی از مدیران اجرایی سطح بالا دچار مشکل شده بود. از دید فرد تازه‌کار، آن مدیر آدمی بی‌تفاوت و بی‌احساس بود. طی جریان هدایت شغلی، مربی فرد تازه‌کار، او را ترغیب کرد که خود را به‌جای آن مدیر بگذارد و مسائل را از دید او بنگرد. کارمند تازه‌کار با این زاویه دید جدید، متوجه شد چیزی که او آن را بی‌تفاوتی قلمداد می‌کرد، درواقع ناشی از حجم کاری زیاد آن مدیر بود. درنتیجه، رویکرد دفاعی او به رویکردی همدلانه ناشی از درک مسئولیت‌های سنگین شغل مدیر اجرایی تغییر کرد. با این تغییر نگرش، شکل رابطه او با مدیر اجرایی هم بهبود یافت و همان مدیر به یکی از مربیان شغلی او در زندگی شغلی‌اش تبدیل شد.

پس در این راهبرد، از فرد تازه‌کار بخواهید که خودش را جای دیگری بگذارد و مسائل مختلف را از دریچه چشم او ببیند. از او بپرسید که این نگرش جدید چه کمکی به بهبود روابطش با دیگران می‌کند. مواظب باشید تا از همدلی بی‌مورد و ارائه راه‌حل خودداری کنید. مهم است که خود فرد به روشی متفاوت برای تعامل دست یابد.

۳. راهبرد سوم، توانایی طراحی مسیر شغلی

هدف از این راهبرد، کمک به کارکنان تازه‌کار است تا مسیر شغلی خود را پیدا کنند. قطعاً بدون هدف‌گذاری نمی‌توان یک مسیر شغلی طراحی کرد، اما گاهی افرادی که هدفی هم دارند، چنان در پیچ‌وخم‌های کار گرفتار می‌شوند که هدف خود را فراموش می‌کنند. مثلاً یک کارمند بلندپرواز ساعات‌ها و روزها وقت صرف یک پروژه کرده بود. نتیجه رضایت‌بخش بود اما وی به قدری خسته شده بود که اعلام کرد نمی‌خواهد در چنین کاری باقی بماند. مدیر او با مداخله مناسب، به آن کارمند یادآوری کرد که چرا او از ابتدا به آن پروژه پیوسته است. مدیر پروژه با پرسیدن سؤالات مناسب به او برای رساندن تا دوباره اهداف خود را به یاد آورد و انگیزه خود را بازیابد.

آن مدیر چنین سؤالاتی پرسید:

- در چه وضعیتی قرار داری؟
- دوست داشتی اوضاع چطور می‌بود؟
- چه کاری می‌توانی انجام دهی تا به وضعیت مطلوب برسی؟

اغلب افراد، به‌خصوص جوانان، همیشه پس از استخدام یا ورود به یک تیم کاری جدید، به زمانی برای سازگاردن نیاز دارند. در این دوره است که آنها با همکاران‌شان آشنا می‌شوند و تجربه کسب می‌کنند؛ اما در این میان، اشتباهاتی هم رخ می‌دهد. خطر اصلی نه بروز اشتباه بلکه نحوه برخورد مدیران و رهبران تیم با عضو جوان است. این واکنش‌ها می‌تواند به نگرش‌های فردی که در ابتدای مسیر شغلی خود قرار دارد، آسیب بزند. در این مقاله به چهار راهبرد شغلی برای گفت‌وگو با کارمندان تازه‌وارد و تقویت نگرش و عملکرد و هدایت شغلی آنها اشاره می‌کنیم.

تحقیقات نشان داده است که سه سال اول کاری هر شخص مهم‌ترین سال‌های کاری او محسوب می‌شود. نگرش افراد به شغل‌شان و عملکرد بلندمدت آنها، با تجربیات این سه سال رقم می‌خورد. مدیران و رهبرانی که راهبردهای مناسبی برای تربیت نیروهای جوان خود طراحی و اجرا کنند، ثمره مطلوب آن را در سال‌های بعدی دریافت می‌کنند.

جری کانر(مؤسس Coach in a Box) به همراه تیمش طی سال‌ها مطالعه، صدها هزار گفت‌وگوی شغلی را بررسی کرده‌اند. آنها به چهار مهارت اساسی در کوچینگ و هدایت شغلی افراد تازه‌کار دست یافته‌اند. این چهار مهارت براساس مسائلی طراحی شده‌اند که بیش از همه، افراد تازه‌کار را به چالش می‌کشند:

- تقویت سازگاری و انعطاف‌پذیری؛
- تقویت تأثیرگذاری بر دیگران؛
- توانایی طراحی مسیر شغلی؛
- تفکر خارج از چارچوب و خلاقانه.

پروشر هر کدام از این مهارت‌های حیاتی، به راهبردهای خاص خود در گفت‌وگو با افراد تازه‌کار نیاز دارد. توجه کامل به این مهارت‌ها می‌تواند به موفقیت‌های کوتاه‌مدت و رضایت شغلی بلندمدت منجر شود. بیش از ۷۰درصد تعهد کاری، به کیفیت روابط بین مدیران و کارمندان بستگی دارد. مدیرانسی که روی تقویت این مهارت‌ها سرمایه‌گذاری می‌کنند، نه‌تنها در حفظ کارمندان خود موفق‌ترند بلکه شاهد عملکرد بهتری از سوی کارکنان خود هستند.

۱. راهبرد اول، تقویت سازگاری و انعطاف‌پذیری

وقتی کارکنان تازه‌کار مرتکب اشتباهی می‌شوند، خود را بیش از حد سرزنش می‌کنند. این سرزنش‌ها روی اعتماد به نفس و عملکرد آنها تأثیر منفی می‌گذارد. اینجاست که مدیر و رهبر تیم، با مداخله خود، جلوی خودتخریبی کارمند را می‌گیرند. باید اجازه داد که فرد تازه‌کار خود را نقد کند، اما در این فرآیند گیر نکند. با این مهارت، او تعادل ذهنی خود را حفظ می‌کند، از قضاوت خود پرهیز می‌کند و می‌تواند روی انتخاب‌هایی تمرکز کند که در فرآیند آموختن و حرکت رو به جلو باید انجام دهد.

نقش کوچینگ مدیر در اینجا، گوش‌دادن و پرسیدن سؤالات کلیدی برای هدایت شغلی کارمند تازه‌کار است، سؤالاتی مانند:

- چه احساسی داشتی وقتی همکار آن حرف را زد؟
- وقتی آن اشتباه را کردی، به خودت چه می‌گفتی و درباره خودت چه احساسی داشتی؟

- فکر می‌کنی این اشتباه چه معنایی برای تو و شغلت دارد؟
- پرسش‌هایی از این دست این امکان را به فرد تازه‌کار می‌دهد تا

اخبار

شهردار شیریار:

قانون مداری و سلامت اداری مطالبه به حق شهروندان است



شهردار - غلامرضا جباری: تعامل و همکاری مدیریت شهری با دستگاه قضاه می تواند در ارتقاء سلامت اداری، خدمات رسانی و رضایت مندی شهروندان نقش مهم و موثری داشته باشد. به گزارش واحد خبر اطلاع رسانی مدیریت ارتباطات: بهروز کاولیانی شهردار شیریار که به همراه رئیس و اعضاء شورای اسلامی شهر بمناسبت گرامیداشت هفته قوه قضاییه و یاد و خاطر شهید بهشتی و ۷۲ تن از شهدای هفتم تیر ماه در دفتر دادستان عمومی و انقلاب، رئیس دادگستری شهرستان شیریار و معاون محترم قضایی دادگستری حضور یافته بود با اشاره به ضرورت تعامل و همکاری مدیریت شهری با دستگاه قضاه گفت: ارتقاء خدمات رسانی و جلب رضایت مندی مردم و احقاق حقوق شهروندان نتیجه این همکاری است. شهردار شیریار با تاکید بر قانون مداری و سلامت اداری به عنوان مطالبه به حق شهروندان گفت: جلوگیری از ساخت و سازهای غیرمجاز و برخورد با متخلفان، برنامه ریزی فرهنگی، اجتماعی و آموزشی برای جلوگیری از وقوع جرم و آسیب های اجتماعی از جمله زمینه های همکاری شهرداری و دستگاه قضاهمی باشد. مهندس کاولیانی اتمام پروژه های نیمه کاره عمرانی، خدماتی و ورزشی را از اولویت های کاری شهرداری در سالجاری عنوان کرد و افزود: با همکاری دستگاه های شهرستانی و استانی و تعامل شورای اسلامی شهر و همکاری شهروندان اجرا و تکمیل پروژه های شهری با شتاب بیشتر پیگیری خواهد شد.

معاون راهداری سازمان حمل ونقل جاده ای:

۱۳ هزار کیلومتر راه روستایی در برنامه ششم آسفالت می شود



قزوین - خبرنگار فرصت امروز: معاون راهداری سازمان حمل ونقل جاده ای گفت: در برنامه ششم توسعه باید ۱۳ هزار کیلومتر راه روستایی در کشور آسفالت شود که امسال ۳۵۰۰ کیلومتر در دستور کار قرار دارد. رضا اکبری در حاشیه سفر وزیر راه و شهرسازی به استان قزوین و بازدید از پروژه‌های راهسازی در گفتگو با خبرنگار مهر اظهار داشت: در کشور اگر ۱۳ هزار کیلومتر آسفالت شود تکلیف برنامه ششم را انجام داده ایم.

وی افزود: این راه‌ها در روستاهای بالای ۲۰ خانوار است که تکلیف قانونی ما در برنامه ششم محسوب می‌شود.اکبری بیان کرد: مجموعه راه‌های روستایی کشور که نیازمند آسفالت است حدود ۵۰ هزار کیلومتر است که وظیفه ما در روستاهای بالای ۲۰ خانوار است. معاون راهداری کشور تصریح کرد: سال گذشته دو هزار کیلومتر راه آسفالت شد و به پایان رسید و امسال ۳۵۰۰ کیلومتر در دست اجراست. اکبری گفت: میانگین آنچه برای راه‌های روستایی بعد از انقلاب رخ داده سالی سه تا چهار هزار کیلومتر ساخته و آسفالت شده و امسال ۳۵۰۰ کیلومتر آسفالت خواهد شد. وی یادآور شد: برای امسال اعتبار استانی برای راه‌ها پیش بینی شده و بخشی توسط نهادهای دیگر و اعتبارات مناطق محروم ریاست جمهوری، استانداری و اعتبار دهیاری و بخشداری‌ها و اعتبارات پراکنده بنیاد برکت، ستاد اجرایی، قرار گاه و خیرین مورد استفاده قرار می‌گیرد.

سرپرست شهرداری بوشهر: برای توسعه شهر نیاز به برنامه مدون می باشد



بوشهر- رضا حیدری: نشست رئیس و اعضای شورای اسلامی شهر و سرپرست شهرداری با فرماندار شهرستان بوشهربرگزارشد.سرپرست شهرداری بندر بوشهردر این نشستگفت برای توسعه شهر بوشهر نیاز به برنامه مدون می باشد. فردین خورشیدیان سرپرست شهرداری بندر بوشهر با بیان اینکه شهر بوشهر به عنوان مرکز و ویت‌رین استان باید الگوی شهرهای دیگر استان باشد از این رو نیازمند اعتبارات خاص است، وی خاطر نشان کرد ضمن اینکه برای توسعه شهر بوشهر نیاز به برنامه مدون بوده عنوان نمود ۸۰۰ هکتار اراضی در حریم نیروگاه است انتظار داریم نیروگاه در قبال فروش برق نیروگاه سهم مرکز استان پرداخت کند واز دولت انتظار است در قبال خدماتی که به اراضی نظامی می دهیم اعتبارات بیشتری به مرکز استان اختصاص دهد. سرپرست شهرداری با بیان اینکه اراضی ۵۳۰ هکتاری که آزاد سازی شده باید زیرساختهای آن توسط اداره کل راه و شهرسازی آماده سازی می شد که این کار انجام نشده و مشکلات آن بر دوش شهرداری افتاده است. خورشیدیان با قدردانی از حمایتهای فرماندار از شهرداری در اختصاص اعتبارات عمرانی گفت انتظار داریم در سال جاری در پروژه های شاخص تقاطع شهید سردار سلیمانی ،راست گرد میدان غدیر ،پایش تصویری و جاده سرتل به نیروگاه نیز اعتبارات خوبی برای شهرداری اختصاص دهند تا بتوانیم کارهای خوبی در خور و شایسته مردم بوشهر انجام دهیم.

فرمانده یگان حفاظت اداره کل منابع طبیعی و آبخیزداری استان گلستان :

آتش سوزی سطحی در تپه سوگله منطقه هزارپبچ به مساحت یک هکتار اطفای کامل شد

گرگان - خبرنگار فرصت امروز: به گزارش پایگاه اطلاع رسانی اداره کل منابع طبیعی و آبخیزداری استان گلستان، سرهنگ حبیب یارادبزی با عنوان این خبر افزود: روز گذشته براثر سهل انگاری یکی از گردشگران در منطقه هزار پبچ به سطح یک هکتار آتش سوزی حادث گردید که با همت مامورین یگان منابع طبیعی اطفای کامل شد.دوی ادامه داد: با اطلاع به موقع مردم و حضور بهنگام مامورین ما، آتش سوزی سطحی و در کف باقی ماند و به عمق ورود پیدا ننمود اما در این حادثه سه درخت کاج کاملاً سوخت.حبیب یارادبزی تاکید کرد: عامل انسانی گردشگر باعث ایجاد این آتش سوزی بوده که اگر اطلاع رسانی و حضور به موقع نیروها نبود چه بسا تبدیل به آتش سوزی گسترده ای می گردید. وی با تشکر از اطلاع رسانی و احساس مسئولیت پذیری مردم افزود: باید این وظیفه، همگانی شده و مردم هوشیار باشند و به ما در حفاظت از جنگل ها کمک نمایند و این فرهنگ را به عموم اشاعه دهند. فرمانده یگان حفاظت در انتها گفت: مسئله آتش سسوزی در تمام فصول سال به ویژه در این روزهای گرم مسئله ی جدی بوده در نتیجه خواهشمندم در صورت مشاهده هر گونه حریق و آتش سوزی حتی در سطح کوچک از طریق سامانه رایگان ارتباطی ۱۵۰۴ با مامورین ما اطلاع دهند.

تقویت بخش کشاورزی راهی مطمئن در جهت ایجاد اشتغال و توسعه استان همدان

همدان - خبرنگار فرصت امروز: به گزارش روابط عمومی سازمان جهاد کشاورزی استان همدان، رئیس این سازمان ضمن تبریک فرا رسیدن هفته جهاد کشاورزی طی اظهاراتی به مناسبت این هفته بر اهمیت بخش کشاورزی جهت ایجاد اشتغال و توسعه استان همدان تاکید کرده و عنوان نمود: استان همدان یکی از قطب های کشاورزی کشور محسوب می شود و علی رغم داشتن ۱/۲ درصد از وسعت کشور، ۴/۴ درصد از تولیدات بخش کشاورزی کشور را به خود اختصاص داده است. وی در ادامه افزود، این بخش ۲۹ درصد اشتغال و ۲۵ درصد ارزش افزوده فعالیت های اقتصادی استان را به خود اختصاص داده است، همچنین بخش کشاورزی استان همدان ۴/۵ درصد از تولیدات و ۳/۴ درصد از ارزش افزوده بخش کشاورزی کشور را به خود اختصاص داده است.

منصور رضوانی جلال گفت: بخش کشاورزی در استان همدان دارای ۱۱۷ هزار بهره بردار ، ۶۹۲۰ هزار هکتار سطح زیر کشت محصولات زراعی و باغی (۶۱۹ هزار هکتار زراعی و ۷۷/۵ هزار هکتار باغی) و ۲۹۳ هزار هکتار آیش با تولید سالانه قریب به ۴/۹ میلیون تن انواع محصولات کشاورزی می باشد. این مقام مسئول بر جایگاه مهم همدان در تولید محصولات اساسی زراعی ، باغی و دام و طیور در سطح کشور تاکید نمود و عنوان نمود همدان دارای تولید سالانه در حدود ۴۰۶ هزارتن انگور، ۵۴ هزار تن گردو، ۹۲۰ هزارتن سیب زمینی، ۵۰ هزارتن سیر، ۳۴۰ هزار تن جو و ۱۵ هزار تن گیاهان دارویی می باشد. رضوانی جلال اجرای عملیات آبیاری نوین در سطح ۱۵۱ هزار هکتار از اراضی آبی استان و نیز توسعه کشاورزی حفاظتی در راستای مدیریت مصرف آب و ایجاد ۴۲۰ واحد منابع تبدیلی جهت ایجاد ارزش افزوده برای محصولات تولیدی استان و جلوگیری از هدر رفت آنها را از ویژگی های ممتاز کشاورزی استان همدان برشمرد.

جلسه ویدئو کنفرانس سرپرست شرکت انتقال گاز ایران با مدیر و هیات رئیسه منطقه ۹ عملیات انتقال گاز



ساری - دهقان: به گزارش خبرنگار مازندران به نقل روابط عمومی منطقه ۹ عملیات انتقال گاز، جلسه ویدئو کنفرانس مهدی جمشیدی دانا سرپرست شرکت انتقال گاز ایران با مدیر و هیات رئیسه منطقه ۹ برگزار گردید. در این جلسه مقدم بیگلریان ضمن تبریک انتصاب شایسته و آرزوی موفقیت برای سرپرست شرکت انتقال گاز به معرفی منطقه، ارائه گزارش عملکرد منطقه در سال گذشته و سه ماهه اول سال جاری پرداخت. وی با اشاره به آمار تاسیسات تقویت فشار گاز و مراکز بهره برداری خطوط لوله اظهار نمود: ۵ تاسیسات تقویت فشار گاز رشت، رامسر، نور، نکا و قلعه جیق و چهار مرکز بهره برداری رشت، نور، ساری و گرگان و ۳۷ ایستگاه مخابراتی در منطقه وجود دارد.

مدیر منطقه ۹ عملیات انتقال گاز در ادامه با اشاره به مبادی ورودی/خروجی گاز از/ به سایر مناطق، به بیان آمار وضعیت منابع انسانی به لحاظ تعداد سسمت های سازمانی بالاتصدی ، سطوح تحصیلات و ترکیب نیروی سازمانی پرداخت. بیگلریان به ۲ عملیات مهم ناشی از تخریب سیل

سال گذشته اشاره کرد و افزود: تعمیق خط لوله در رودخانه مینودشت و اتصال نهايي، ایمن سازی خط لوله در رودخانه فاضل آباد و اتصال نهايي و تعمیق خط لوله در رودخانه سفیدرود و اتصال نهايي از پروژه های مهم منطقه در سال گذشته بوده است. وی همچنین به اقدامات بسیار مفید در تعمیرات و بروز رسانی سیستم های کنترلی در حوزه تاسیسات تقویت فشار و اقدامات خودکفایی و ساخت قطعات اشاره نمود. بیگلریان در ادامه گزارشی از اقدامات حوزه مهندسی و خدمات فنی، حوزه بهبود و



مصرفر که از طرف وزارت نیرو تصویب و به کلیه شرکت ها ابلاغ شده و همچنین یکجاری شرکت های آب و فاضلاب شهری و روستایی پرداخت. در ادامه این نشست، گزارش مربوط به تهیه شاخص های بهره وری در

به میزبانی شرکت آب و فاضلاب استان؛

کمیته بهره وری صنعت آب و برق آذربایجان شرقی تشکیل جلسه داد

تبریز - ماهان فلاح: پنجمین نشست کمیته بهره وری صنعت آب و برق آذربایجان شرقی با حضور نمایندگان دستگاههای اجرایی زیرمجموعه وزارت نیرو و معاون توسعه مدیریت و سرمایه انسانی سازمان مدیریت و برنامه ریزی استان برگزار شد. رئیس هیئت مدیره و مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب استان آذربایجان شرقی، در این نشست تشکیل کمیته بهره وری صنعت آب و برق استان را بسیار مهم دانست و از بایان امر تقدیر کرد.

مهندس علیرضا ایمانلو به تبیین اهمیت ارتقاء بهره وری و موضوع فرهنگ و تعلق سازمانی اشاره کرد و اظهار داشت: در حال حاضر بنظر می رسد مهم ترین نکته افزایش تعلق سازمانی پرسنل است و در صورتی که منابع انسانی اهداف خود را در گرو تحقق اهداف سازمان دنبال کنند، رشد و توسعه سازمانها محقق خواهد شد.

معاون منابع انسانی و قائم مقام شرکت آبفا آذربایجان شرقی نیز به بیان نکته نظرات خود پیرامون موضوع جلسه از جمله معرفی تیم بهره وری شرکت آب و فاضلاب استان، معرفی تجربیات موفق این شرکت در حوزه مدیریت



طاهری گفت: با توجه به فعال بودن ۳۹ باب جایگاه عرضه سی ان جی در سطح

مدیرعامل شرکت برق منطقه ای خوزستان

اقدامات لازم برای عبور بدون خاموشی از تابستان را انجام داده ایم



منطقه ای خوزستان افزود: در چهار ماه از سال حداکثر بار شبکه برق خوزستان (خرداد تا شهریور) بالای هفت هزار و ۶۰۰ مگاوات می رود که رقم قابل توجهی بوده و ممکن است این حجم از بار و گرمای شدید باعث آسیب به تجهیزات و خاموشی های کوتاه مدت در شبکه شود که با



گازرسانی به تعدادی روستا خبر داد و گفت: به یاری خدا روستاهای چوپانان و چاه ملک، سهپیل و سپرو، فرح آباد

بحث حریم، نگرانی توقف خط دوم رشت- چلوند و عدم شروع بکار قطعه نور-کارآباد، پیشنهاد اجرای مصوبه مرزبندی منطقه با منطقه ۸ و لزوم تسریع در ارتقاء رتبه سازمانی منطقه اشاره نمود. در ادامه این جلسه اعضای هیات رئیسه منطقه نیز به معرفی خود و بیان نظرات، پیشنهادات و مسائل و مشکلات کاری پرداختند. در پایان جمشیدی دانا سرپرست انتقال گاز نیز با ابراز خرسندنی از اقدامات و پروژه های منطقه در ارتباط با مسائل و مشکلات ناشی از سیل سال گذشته و تشکر از پیگیریها و اقدامات مدیر منطقه اظهار نمود: تفکر براین است تا با همکاری ،همراهی و همدلی ستاد با مناطق برای حل مشکلات و مسائل در جهت تحقق مأموریت سازمانی انتقال پاک، ایمن، پایدار و بهره ور گاز طبیعی بتوانیم قدم های موثری برداریم.

سرپرست شرکت انتقال گاز همچنین به استفاده از شرکت های دانش بنیان در بحث خودکفایی، به خدمت گرفتن پژوهش برای عملیات توجه به پرداخت به موقع حقوق کارکنان پروژه قرارداد موقت و بیمهانکاری، رعایت حقوق دینفعان و توجه به مسئولیتهای اجتماعی، توجه به سرمایه های انسانی، پیروژه ها، لزوم هماهنگی با مناطق معین با توجه به ویژگی های خاص منطقه و پتانسیل های خطر، برقراری امکان ارتباط همه پرسنل بدون واسطه با مدیر و هیات ریسیسه و اعتمادسازی لازم و توجه بیش از پیش به اجرای دقیق پروتکل های بهداشتی جهت حفظ سلامت کارکنان بدون هرگونه قصور اشاره و مورد تاکید قرار داد.

شرکت آب و فاضلاب استان قرات شد و حاضرین نکته نظرات خود را بیان کردند. لازم به ذکر است این پروژه توسط انجمن بهره وری ایران و با ملایک عمل قرار دادن عرضه یابی سازمانی به شناسایی ۸۰ عامل ارتقاء بهره وری در ۴ حوزه ساختار، مدیریت، منابع انسانی و فرایندی انجام شده است.

سپس دستورکار جلسه از جمله اهداف و وظایف تهیه شده توسط دبیرخانه کمیته قرائت گردید و پس از استماع نظرات حاضرین مقرر شد طرف چند روز آتی نمایندگان دستگاهها با بیان نظرات و پیشنهادهای اصلاحی نهایی گردد. همچنین مقرر شد نمایندگان دستگاهها کمک به رسالت اصلی کمیته که همان ارتقاء بهره وری در سطح دستگاههای زیرمجموعه وزارت نیرو در استان می باشد، ملایک عمل قرار داده و پیشنهادهای خود را ارائه کنند. علاوه بر موارد مذکور پیشنهاد شد کمیته کارشناسی ذیل کمیته اصلی تشکیل شده و قبل از طرح موضوعات در جلسه اصلی مورد بررسی و کارشناسی قرار گیرد. همچنین فرمت آرم تهیه شده برای کمیته در جلسه ارائه گردید که مقرر شد با اخذ نظر از نمایندگان در جلسه آتی نهایی گردد.

اجرای طرح دوگانه‌سوز کردن خودروهای عمومی در قم

استان قم، رانندگانی می‌توانند با قیمت ارزان‌تر از سوخت پاک‌تر استفاده کنند. وی با تاکید بر اقدام سریع‌تر رانندگان متقاضی برای ثبت‌نام در این طرح، خاطرنشان کرد: اولویت گازسوز کردن با خودروهایی است که مشخصات آن‌ها روتدر در سایت مربوطه ثبت‌شده باشد. وی ادامه داد: پس از ثبت‌نام در سامانه، رانندگان باید بر اساس تاریخ و زمان اعلام‌شده به کارگاه‌های مجاز مراجعه‌نمایند و ضرورتی به مراجعه به شرکت ملی پخش فراورده‌های نفتی وجود ندارد. مدیر شرکت ملی پخش فراورده‌های نفتی منطقه قم بیان کرد: باوجوداین‌که اطلاع‌رسانی و تبلیغ خاصی در این زمینه صورت نگرفته است، تاکنون اطلاعات بیش از ۱۰۰ دستگاه خودرو در سایت مربوطه ثبت‌شده است و در نوبت گازسوز شدن می‌باشند. به گفته وی، درصد بالایی از خودروهای عمومی باری و مسافری که در محدوده استان قم تردد می‌کنند، دوگانه‌سوز هستند.



منطقه ای خوزستان افزود: در چهار ماه از سال حداکثر بار شبکه برق خوزستان (خرداد تا شهریور) بالای هفت هزار و ۶۰۰ مگاوات می رود که رقم قابل توجهی بوده و ممکن است این حجم از بار و گرمای شدید باعث آسیب به تجهیزات و خاموشی های کوتاه مدت در شبکه شود که با



گازرسانی به تعدادی روستا خبر داد و گفت: به یاری خدا روستاهای چوپانان و چاه ملک، سهپیل و سپرو، فرح آباد

از توابع نایین و مرغ گلپایگان امسال گاز دار خواهند شد. علوی، همچنین تصریح کرد: بهره برداری از گاز شهر انارک نیز امسال انجام می شود که در این پروژه نیز بیش از ۶۹۰ خانوار از گاز طبیعی به صورت فشرده(CNG) برخوردار خواهند شد و به این ترتیب تمامی شهرهای استان گاز دار و شیرینی خاتمه گازرسانی به شهرهای استان، به اطلاع مردم شریف استان خواهد رسید. به گزارش موج، در حال حاضر، ۹۹.۵ درصد جمعیت استان شامل؛ ۹۹.۰۸ درصد جمعیت روستایی معادل ۱۰۶۰ روستا و ۹۹.۷۸ درصد جمعیت شهری استان معادل ۱۰۹ شهر از نعمت گاز طبیعیبرخوردارند.

معرفی بزرگ‌ترین استارت‌آپ‌های شکست‌خورده حوزه پزشکی



از نرم‌افزار طراحی‌شده توسط لنترن، برنامه‌هایی برای رفتار درمانی شناختی (CBT) به کاربران مضطرب و افسرده ارائه می‌دهد.

۴- استارت‌آپ هلث‌اسپات (Healthspot) با جذب سرمایه ۴۵ میلیون دلاری

استارت‌آپ هلث‌اسپات در سال ۲۰۱۰ بنیان‌گذاری شد و امکانی را فراهم می‌کرد که مردم بتوانند از طریق چت ویدئویی با پزشک خود در ارتباط باشند. این استارت‌آپ، کیوسک‌های ۵/۲ متر در ۵/۱ متری را به‌عنوان کلینیک‌های سیار به بازار عرضه کرده بود و خدماتی مانند امتحانات کامل مراقبت بهداشتی، بررسی سلامت و سایر خدمات را به‌طور کامل ارائه می‌داد. این کیوسک‌ها در شرکت‌ها، مراکز خرید و سایر مراکز بهداشتی و داروخانه‌ها نصب‌شدنی بودند.

استارت‌آپ هلث‌اسپات با مراکز درمانی معروفی مانند کلینیک مایو، بیمارستان کودکان میامی و چندین بیمارستان و دانشگاه معروف دیگر همکاری داشت و اعلام کرده بود به‌زودی برای اضافه‌کردن امکانات لازم برای کنترل کلسترول خون، دیابت و آزمایش کبد با سامسونگ همکاری خواهد کرد.

در پیاده‌سازی آزمایشی محصولات، مردم و همچنین پزشکان از کیوسک‌های هلث‌اسپات استقبال کردند. این استارت‌آپ حتی با سومین شرکت بزرگ داروخانه‌ای زنجیره‌ای چین قرارداد بسته و قرار بود در تمامی داروخانه‌ها نصب شود، اما درنهایت ورشکسته شد و شکست خورد.

متخصص می‌گویند کیوسک‌های هلث‌اسپات اگرچه کاربردی و مجهز بودند، اما برای نصب‌شدن در برخی مکان‌ها بزرگ بودند و کار کردن با آنها پیچیده بود. همچنین پیدا نکردن منابع مالی مناسب برای ادامه مسیر، به‌عنوان یکی دیگر از دلایل شکست استارت‌آپ معرفی شد. هلث‌اسپات با وجود اتفاقات مثبت و عملکرد موفقیت‌آمیز در یک سال اول نتوانست به جریان مالی مورد نظر دست پیدا کند و به همین دلیل شکست خورد. عده‌ای دیگر، همه‌گیر شدن گوشی‌های هوشمند و برنامه‌های مراقبت از سلامتی را دلیل ورشکسته شدن استارت‌آپ هلث‌اسپات عنوان کرده‌اند.

۵- استارت‌آپ Laguna Pharmaceuticals با جذب سرمایه ۳۵ میلیون دلاری

گاهی‌اوقات استارت‌آپ‌هایی که در زمینه تولید دارو فعالیت می‌کنند، موفق نمی‌شوند؛ زیرا آطور که انتظار دارند، روی نمونه‌های انسانی نتیجه نمی‌گیرند؛ استارت‌آپ Laguna Pharmaceuticals یکی از آنها است. این استارت‌آپ در سال ۲۰۰۶ بنیان‌گذاری شد اما در سال ۲۰۱۵ اعلام کرد که داروهای قلب تولیدشده نتیجه رضایت‌بخشی ندارند و درنهایت شرکت خود را تعطیل کرد.

استارت‌آپ Laguna Pharmaceuticals دارویی به‌نام وانوکسرین (Vanoxerine) برای درمان فیبریلاسیون دهلیزی (ضربان قلب نامنظم و لرزشی) که بیش از ۳/۲ میلیون نفر در آمریکا به آن مبتلا هستند، ارائه داده بود. این استارت‌آپ بعد از جذب سرمایه ۵میلیون دلاری در سال ۲۰۱۱ نتیجه آزمایش‌های فاز دوم کار خود را در سال ۲۰۱۳ اعلام کرد: بیش از سه چهارم بیماران که دوز بالای (۴۰۰ میلی گرم) وانوکسرین را امتحان کرده بودند، بعد از هشت ساعت ضربان قلب نرمال پیدا کردند و ۸۴درصد آنها در ۲۴ ساعت بعد از آزمایش، نتیجه‌ای مشابه شوک الکتریکی (تنها روش درمان فعلی این بیماری) داشتند.

فاز سوم استارت‌آپ با جذب سرمایه ۳۰ میلیون دلاری همراه بود، اما مشاهده عوارض جانبی در بیماران آزمایشی باعث شد این دارو نتواند به بازار وارد شود و بعد از نتیجه‌ای که در فاز دوم به دست آمده بود، این اتفاق برای آنها بسیار غیرمنتظره بود. وانوکسرین تنها داروی این استارت‌آپ بود و بعد از اینکه نتوانست عملکرد خوبی داشته باشد، مدیران تصمیم گرفتند استارت‌آپ را تعطیل کنند.

منبع: zoomit

آمازون یکی از خریداران جدی دراگ‌استور به شمار می‌رفت. بعد از سرمایه‌گذاری آمازون روی دراگ‌استور ۴۰درصد استارت‌آپ به آمازون تعلق گرفت که بعدها به ۱۲درصد کاهش پیدا کرد. رابطه میان دراگ‌استور و آمازون ادامه داشت و این دو شرکت در سال ۲۰۰۹ قرارداد سه ساله‌ای برای فروش محصولات ازطریق وب‌سایت آمازون امضا کرده بودند.

دراگ‌استور هیات مدیره‌ای قوی از مدیران سابق مایکروسافت داشت و همچنین افرادی چون ملیندا گیتس، هوارد شولتز و جف بزوس در آن حضور داشتند.

قرارداد میان دراگ‌استور و شرکت وال‌گرینز در سال ۲۰۱۱ بزرگ‌ترین قرارداد تجاری مرتبط با تکنولوژی در سیاتل آمریکا بود. دراگ‌استور یک سال پیش از بسته‌شدن این قرارداد ۴۵۶ میلیون دلار درآمد و هزار کارمند داشت، وال‌گرینز نیز با ۷،۶۸۹ فروشگاه در آمریکا و فروشی معادل ۶۷ میلیارد دلار در سال ۲۰۱۰ قصد داشت کسب‌وکار خود را در حوزه فروشگاه آنلاین گسترش دهد، اما بعد از گذشت پنج سال وال‌گرینز اعلام کرد وب‌سایت دراگ‌استور را خواهد بست زیرا قصد دارد تمام تمرکز خود را روی وب‌سایت اصلی شرکت بگذارد.

۳- استارت‌آپ لنترن (Lantern) با جذب سرمایه ۵/۲۱ میلیون دلاری

لنترن، استارت‌آپی فعال در زمینه سلامت روان بود که به کاربران اجازه می‌داد وضعیت خود را ارزیابی کنند؛ سپس با تهیه تمرین‌های روزانه به آنها کمک می‌کرد افکار منفی را از خود دور کرده و با استرس و اضطراب مقابله کنند.

تمامی برنامه‌های لنترن براساس تکنیک‌های رفتار درمانی شناختی یعنی بررسی رابطه میان افکار، احساسات و رفتار شکل گرفته بود. این برنامه‌ها همچنین به کاربران کمک می‌کرد که اضطراب و استرس خود را به کمک برنامه‌های روزانه مدیریت کنند. لنترن همچنین مربی‌ها و متخصصانی استخدام کرده بود که به کاربران کمک کنند و با بررسی برنامه‌های آنها و دادن بازخوردهای مناسب، این افراد را به اهداف خود نزدیک کند.

لنترن از سالی که بنیان‌گذاری شد، یعنی سال ۲۰۱۳، به بیش از صدها هزار کاربر خدمات ارائه داد اما برای رسیدن به اهداف خود به مشتری‌های بیشتری نیاز داشت. درواقع لنترن پلی بود تا فاصله خالی میان افراد نیازمند به خدمات بهداشت روان و ارائه‌دهندگان آن را برطرف کند. مدیرعامل لنترن در مورد شکست استارت‌آپ توضیح داد که باید اهداف نهایی را جدی می‌گرفت و کار را با تیم کوچک‌تری آغاز می‌کرد. لنترن جایگاه خوبی در جامعه پیدا کرده بود اما نتوانست چشم‌انداز خود را به واقعیت تبدیل کند.

لنترن نخستین استارت‌آپی بود که مشکل سلامت روان را هدف قرار داد و بعد از آن استارت‌آپ‌های بیشتری در زمینه مراقبت ذهنی و مدیتیشن فعالیت خود را آغاز کردند. البته نرم‌افزار لنترن در حال حاضر توسط استارت‌آپ دیگری به نام اومادا (Omada) استفاده می‌شود.

داستان استفاده از نرم‌افزار لنترن از جایی آغاز شد که شان دافی، هم‌بنیان‌گذار استارت‌آپ اومادا بعد از بررسی برنامه جدید درمان دیابت متوجه شد بسیاری از بیماران نت‌هنا درگیر مبارزه با دیابت و اضافه وزن هستند بلکه بیماری‌های روان‌شناختی مانند اضطراب و افسردگی شرایط آنها را برای مبارزه سخت‌تر کرده است. او قصد داشت راه‌حلی برای این مشکل پیدا کند و به همین دلیل تصمیم گرفت با سایر اعضای تیم، ابزاری برای کنترل سلامت روان به کاربران خود ارائه دهد و همکاری میان آنها با تیم لنترن آغاز شد. تیم درمانی اومادا، کاربرانی را که نیاز به درمان دارند، با یک مربی، تیم متخصص تغذیه، پزشکان و روان‌شناسان بالینی ارتباط می‌دهد. مشتری‌های اومادا به کمک متخصصان وزن کم می‌کنند و درنتیجه خطر ابتلا به بیماری‌های قلبی در آنها کاهش می‌یابد. اومادا با استفاده

جریان نقدینگی خود به پول بیشتری نیاز داشت. سرمایه‌گذاران بسیار از ما حمایت کردند اما از پرداخت سرمایه بیشتر امتناع کردند. تزریق قرنیه چشم ممکن است راه خود را در مدل کسب‌وکارهای چشم‌پزشکی باز کند، اما در عمل نیاز به زمان و تلاش بیشتری نسبت به جراحی انکسار و آب مروارید دارد و بیمار باید تحت مراقبت باشد؛ درحالی‌که جراحان چشم‌پزشکی تمایلی به مراقبت و بازدید مرتب بیماران خود ندارند.

ریویژن آپتیکز هیچ کمبودی از نظر نیروهای بااستعداد نداشت. یکلکون بیش از ۲۳ سال در زمینه تجهیزات پزشکی تجربه دارد و فردی شناخته‌شده در این صنعت است و در حال حاضر در هیات‌مدیره شرکتی پیشرفته در زمینه تکنولوژی پزشکی به نام AdvaMed فعالیت می‌کند. سایر اعضای هیات مدیره تیم ریویژن آپتیکز نیز افرادی شناخته‌شده و باتجربه در صنعت پزشکی هستند. یکلکون در مورد محصول شرکت و علت شکست استارت‌آپ می‌گوید:

شکست و بسته شدن استارت‌آپ هیچ ارتباطی با محصول ما یعنی رین‌درآپ نداشت و محصول ما فوق‌العاده است. علت شکست این بود که ما ۱۵۰ میلیون دلار از طریق سرمایه‌گذاری کسب کرده بودیم و برای پذیرفته‌شدن در بازار به ۵۰ میلیون دلار دیگر نیاز داشتیم و نتوانستیم این مقدار پول را جذب کنیم. به همین دلیل اعضای هیات مدیره تصمیم گرفتند استارت‌آپ را تعطیل کرده و بدهی‌های شرکت را پرداخت کنند. شرکت با تمام فروشندگان و جراحان به کار خود پایان می‌دهد و مابقی پول‌ها به ۸۰ کارمند شرکت خواهد رسید.

در مورد کسب‌وکارهای مرتبط با تکنولوژی همیشه این امکان وجود دارد که محصولات توسط شرکت‌های دیگری خریداری شده و توسعه داده شوند، اما هنوز هیچ پیشنهادی برای محصول ریویژن آپتیکز ارائه نشده است و شاید گزارش‌های منتشرشده در رسانه‌ها دلیل آن باشد. در گزارش‌ها نوشته شده بود برخی افراد بعد از این روش درمان کمی تاری در بینایی داشته‌اند که موقت بوده و با استروئید میتوماکسین C قابل درمان هستند. در یک مطالعه که روی ۳۷۳ بیمار درمان‌شده با این روش انجام شد، ۱۴درصد تاری دید داشته‌اند که با استروئید درمان شده و تنها یک مورد درمان نشده است.

دکتر امیر معرفی از بیمارستان‌های دانشگاهی کلیولند نیز در گزارش نوشت که اغلب بیماران درمان‌شده با این روش بسیار راضی بوده‌اند، به‌جز دو مورد که بعد از درمان نسبت به روش رضایت نکرده‌اند.

۲- استارت‌آپ دراگ‌استور (Drugstore.com) با جذب سرمایه ۲۹۵ میلیون دلاری

دراگ‌استور یک خرده‌فروشی اینترنتی در زمینه سلامتی و محصولات مراقبت از زیبایی بود که در سال ۱۹۹۹ بنیان‌گذاری شد و در سال ۲۰۱۶ شکست خورد. این داروخانه آنلاین توانست بحران حساب دات‌کام (بحران اقتصادی بین سال‌های ۱۹۹۵ تا ۲۰۰۰) را پشت سر بگذارد و به یکی از توزیع‌کنندگان آنلاین دارو، ویتامین و محصولات مراقبت از زیبایی تبدیل شود و نهایتاً در سال ۲۰۱۱ به مبلغ ۴۲۹ میلیون دلار به شرکت وال‌گرینز (Walgreens) فروخته شد. گرگ واسون، مدیرعامل و رئیس شرکت وال‌گرینز بعد از خریدن استارت‌آپ دراگ‌استور گفته بود:

خریدن استارت‌آپ دراگ‌استور، استراتژی آنلاین ما برای تبدیل‌شدن به فروشگاه‌های بزرگ و اولین انتخاب مشتری در زمینه بهداشت، سلامتی و زیبایی را تسریع کرده است.

داون لپسور، مدیرعامل دراگ‌استور نیز بعد از انجام این معامله در مصاحبه با رسانه‌ها گفته بود:

ما بیش از ۳میلیون مشتری داریم و استراتژی خوبی برای رشد شرکت در نظر گرفته‌ایم. وال‌گرینز نیاز ما به جذب سرمایه را تأمین کرده است و امیدواریم بعد از این معامله شانس بهتری برای رشد و توسعه کسب‌وکار داشته باشیم. تا پیش از بسته‌شدن قرارداد تجاری میان دراگ‌استور و وال‌گرینز،

استارت‌آپ‌های فعال در حوزه تکنولوژی پزشکی راه‌حل‌های جالبی برای درمان بیماری ارائه می‌دهند اما با وجود جذب سرمایه نمی‌توانند به گردش مالی موردنظر برسند.

استارت‌آپ‌های فعال در حوزه تکنولوژی پزشکی به‌دنبال پیدا کردن راه‌حل‌های جدید برای درمان بیماری‌ها هستند و اگر از سوی سرمایه‌گذاران جدی گرفته شوند، تحول بزرگی در دنیای پزشکی ایجاد خواهند کرد، اما در این بین استارت‌آپ‌هایی هم هستند که روی کاغذ ایده‌های خوبی ارائه می‌دهند اما در عمل قادر به پیاده‌سازی آنها نیستند و با وجود دریافت سرمایه‌های کلان نمی‌توانند نتیجه خوبی بگیرند یا به گردش مالی موردنظر برسند.

ترانوس (Theranos) یکی از استارت‌آپ‌های شکست‌خورده معروف در حوزه بیوتکنولوژی بود که قصد داشت با محصولات آزمایش خون انقلاب بزرگی در این صنعت ایجاد کند؛ به‌طوری‌که هر شخص بتواند خودش در منزل آزمایش خون دهد. این استارت‌آپ به یکی از استارت‌آپ‌های استثنایی و برجسته سیلیکون‌ولی تبدیل شد و مدیرعامل جانش با ایده‌ای نوآورانه متعهد شده بود نه‌تنها سیستم مراقبت بهداشتی، بلکه سلامت و رفاه انسان‌ها را نیز بهبود دهد.

ترانوس با وجود جذب سرمایه بالا و تبدیل شدن به یک استارت‌آپ یونیکورن (استارت‌آپی با ارزش بیش از یک میلیارد دلار) شکست خورد زیرا محصولات آن کار نمی‌کردند. درواقع ایده بنیان‌گذار جوان این استارت‌آپ تقلبی بود و کاربردی نداشت. بااین‌حال ماجرای استارت‌آپ ترانوس خاص بود و نمی‌توان گفت همه استارت‌آپ‌های تکنولوژی سلامت سرنوشت مشابهی خواهند داشت.

اما بررسی استارت‌آپ‌های فعال در این حوزه نشان می‌دهد داشتن ایده خاص و منحصربه‌فرد کافی نیست و درنهایت این استراتژی و مدل کسب‌وکار هستند که موفقیت استارت‌آپ را تضمین می‌کنند. در ادامه به معرفی پنج مورد از استارت‌آپ‌های حوزه تکنولوژی پزشکی می‌پردازیم که علاوه‌بر داشتن ایده جدید و جالب و همچنین جذب سرمایه‌های کلان نتوانستند عملکرد موفقیت‌آمیزی در بازار داشته باشند.

۱- استارت‌آپ ریویژن آپتیکز (ReVision Optics) با جذب سرمایه ۱۷۲ میلیون دلاری

استارت‌آپ ریویژن آپتیکز در سال ۱۹۹۶ بنیان‌گذاری شد و قصد داشت با تکنولوژی پیشرفته خود پیرچشمی یا کاهش دید اجسام نزدیک با افزایش سن را درمان کند. پیرچشمی ضعف بینایی رایجی است که با بالا رفتن سن برای هر شخصی اتفاق می‌افتد و به‌راحتی با استفاده از عینک، لنز یا جراحی قابل درمان است.

اما استارت‌آپ ریویژن آپتیکز با تکنولوژی جدید خود یعنی رین‌درآپ (Raindrop)، تزریق هیدروژل میکروسکوپی، می‌توانست پیرچشمی را درمان کند. رین‌درآپ اولین و تنها تزریق قرنیه چشم است که قرنیه دوکی شکلی را می‌سازد و به‌راحتی و در زمانی کم در محل مورد نظر قرار می‌گیرد. این استارت‌آپ با اینکه توانست ۱۷۲ میلیون دلار سرمایه از دریافت کند اما درنهایت در سال ۲۰۱۸ شکست خورد و بسته شد. سازمان غذا و دارو رین‌درآپ را در ۲۰۱۶ تأیید کرده و آن را به دومین دستگاه قرنیه ایمپلنتی برای اصلاح دید نزدیک در بیماران که عمل جراحی آب مروارید انجام نداده‌اند، تبدیل کرد. این دستگاه همچنین اولین دستگاهی بود که شکل قرنیه چشم را به منظور داشتن دیدی بهتر تغییر می‌داد.

اگرچه ایده تزریق قرنیه به منظور درمان پیرچشمی ایده‌ای منحصربه‌فرد و موفقیت‌آمیز به نظر می‌رسید و سازمان غذا و دارو آن را تأیید کرده بود، اما ریویژن آپتیک در بازار موفق نبود و نهایتاً به‌دلیل چالش‌آمیز بودن ایده و عدم رشد کافی شکست خورد. جان کیلکوبین، مدیرعامل ریویژن در مصاحبه با مجله او‌ای‌اس ویکی گفت:

مباحث مربوط به پیرچشمی بسیار چالش‌برانگیز هستند و ریویژن آپتیکز نتوانست به اندازه کافی در بازار رشد کند. شرکت برای افزایش

۴ چیزی که در هنگام مذاکره دستمزد با آن مواجه می‌شوید و چگونگی پاسخ دادن به آن‌ها

هنگامی که برای مصاحبه موقعیت شغلی موردنظر خود آماده می‌شوید، ممکن است بخش مذاکره دستمزد خود را فراموش کرده و بیشتر بر روی پاسخ به سوالات تمرکز کنید. در این صورت، هر پیشنهادی را قبول خواهید کرد حتی اگر بسیار پایین‌تر از مبلغ موردنظر شما باشد. برای جلوگیری از این اتفاق نحوه آماده شدن برای این مذاکره را با شما به اشتراک می‌گذاریم. می‌خواهید بدانید برای اینکه چگونه دستمزد موردنظر خود را مطرح و برای آن مذاکره کنید باید چه اقداماتی انجام دهید؟ ابتدا باید محدوده پرداخت استاندارد را مطالعه کنید و تمرین کنید چگونه درخواست‌تان را بیان کنید.

این مراحل مطمئنا ارزشمند هستند، اما کافی نیستند.

پس از مصاحبه با ده‌ها تن از زنان، متوجه شدیم یکی از دلایل اصلی شکست مذاکرات آنها، آماده نبودن برای پاسخ به آنچه فرد دیگری می‌گوید است. برای اینکه این اتفاق برای شما هم پیش نیاید در ادامه رایج‌ترین چیزهایی که ممکن است بشنوید را مطرح می‌کنیم و راهنمایی‌هایی درباره نحوه پاسخ دادن به آنها را ارائه خواهیم کرد.

۱. انتظارات شما برای حقوق‌تان چقدر است؟

با پرسیدن این سوال به نظر می‌رسد مدیر استخدام به شما اجازه هدایت مذاکره را داده اما در حقیقت، آنها می‌خواهند کمترین میزانی که مایل به پذیرفتن آن هستند را بسنجند. اگر دستمزد معینی که در انتهای محدوده‌شان قرار دارد را بیان کنید، می‌دانند که مجبور نیستند بیش از آن به شما پیشنهاد دهند (حتی اگر در ابتدا برنامه‌ریزی کرده بودند که بیشتر پیشنهاد دهند).

یکی از پاسخ‌های مناسب به این سوال این است که بگویید: «من بیشتر علاقه‌مند به پیدا کردن موقعیتی هستم که متناسب با مهارت‌های من است. مطمئن هستم آنچه شما ارائه می‌دهید، مناسب خواهد بود.»

یا سوال را به خودشان بازگردانید و بگویید: «من انعطاف‌پذیر هستم. موقعیت و پتانسیل رشد برای من بسیار مهم است. آیا مایلید محدوده‌ای که برای این موقعیت در نظر دارید را با من به اشتراک بگذارید؟»

اگر آنها همچنان برای پاسخ به شما فشار آورند، داده‌های بازار را آماده کنید تا مبلغ موردنظر خود را در قالب حقایق واقعی بیان کنید.

۲. در حال حاضر درآمدتان چقدر است؟

یکی از اشتباهات رایج متقاضیان این است که در فرآیند مذاکره بلافاصله حقوق فعلی‌شان را اعلام می‌کنند. کارفرمایان معمولاً این سوال را می‌پرسند تا ببینند شما پیشنهاد کمتری را قبول می‌کنید؟ مثلاً اگر آنها ۵ میلیون تومان را در نظر گرفته باشند این سوال را می‌پرسند تا برآورد کنند و ببینند آیا شما مبلغ ۳ میلیون تومان را هم خواهید پذیرفت؟

بنابراین بهترین پاسخ این است که از دادن رقم دقیق اجتناب کنید. سعی کنید بگویید: «من ترجیح می‌دهم در مورد آنچه در حال حاضر انجام می‌دهم بحث نکنم، زیرا کار فعلی من با کاری که قرار است اینجا داشته باشم همخوانی ندارد. بیشتر مایلم درباره مسئولیت‌ها و سایر شرایط صحبت کنم و مطمئن هستم در مورد حقوق و دستمزد به توافق خواهیم رسید.» یا اینکه بگویید: «کارفرمای فعلی من اجازه نمی‌دهد که خارج از آن سازمان در مورد میزان پرداختی‌های سازمان صحبت کنم و من هم می‌خواهم به حریم خصوصی آنها احترام بگذارم.» اگر در فرم درخواست دستمزد فعلی دستمزد قبلی‌تان را عنوان کرده‌اید در جلسه مذاکره باید بتوانید دلایل محکمی را بیان کنید و توضیح دهید که چرا میزان دستمزد و حقوق شما آنقدر بوده است و با توجه به کاری که انجام می‌دادید چرا آن دستمزد ارزش واقعی آنچه قرار است در آینده انجام دهید را منعکس نمی‌کند. مثلاً مواردی نظیر اینکه در کار جدید مسئولیت‌های مهمی را به عهده گرفته‌اید یا قبول کرده‌اید به منظور بهبود مهارت‌های‌تان دوره‌های آموزشی خاصی را بگذرانید یا برجسته کنید.

حتی اگر واقعا فکر می‌کنید ارزش کاری که انجام می‌دهید بسیار بالاتر از آن چیزی است که دریافت می‌کردید توصیه می‌کنیم هرگز در مورد مبلغ دریافتی قبلی یا فعلی‌تان دروغ نگویید.

۳. متناسفانه، هیچ راهی برای مذاکره نداریم

گاهی اوقات، مبلغ واقعا قابل بحث نیست. به عنوان مثال، اگر به عنوان یک فرد مبتدی یا کارآموز استخدام شوید، پیشنهاد غیرقابل بحث است مثل زمان‌هایی که یک شرکت بزرگ همزمان تعدادی زیادی از افراد را با مهارت‌های مشابه مستقیماً بعد از فارغ‌التحصیلی استخدام می‌کند. در سازمان‌های دولتی هم معمولاً مبلغ پیشنهادی یکسان است و هیچ راهی برای مذاکره وجود ندارد.

در این صورت می‌توانید در مورد مزایایی که قرار است به شما تعلق بگیرد مانند اضافه کار، تعطیلات، بازپرداخت هزینه تحصیل، سهام، پاداش، کارانه و شرایط کار در منزل سوال کنید. حتی اگر آنها نمی‌توانند مبلغ پرداختی را افزایش دهند، مزایای دیگر می‌توانند ارزش پولی واقعی را تأمین کنند.

۴. در آینده فرصت برای رشد و افزایش حقوق خواهید داشت

گاهی پیش می‌آید که مذاکرات شما برای رسیدن به میزان دستمزد و حقوق موردنظر به نتیجه نمی‌رسد در این صورت اجازه ندهید بحث پایان یابد. حتی اگر کارفرما قصد پایان دادن به مذاکره را داشت این‌گونه بگویید: «از آنجا که این رقم پایین‌تر از چیزی است که من در نظر داشتم، دوست دارم در مورد آینده و عملکردم گفت و گو کنم. من می‌دانم یکی از مهم‌ترین چیزها در این نقش مسئولیت مهمی است که درباره فلان کار به عهده گرفته‌ام، اگر بتوانم آن را تا فلان موقع ارائه دهم، آیا حقوق من افزایش پیدا خواهد کرد؟»

اگر موافقت کردند، با آنها به توافق برسید که آن را در قرارداداتان ذکر کنند تمام تلاش‌تان را بکنید تا آن وظیفه را به موقع انجام دهید و قبل از تاریخ موردنظر آن را ارائه دهید و افزایش دستمزدتان را پیگیری کنید.

درست همانطور که خود را برای مصاحبه آماده می‌کنید، برای مذاکره هم باید آماده باشید و این بدان معناست که خود را برای گفت‌وگوی دوطرفه آماده کنید. به همین منظور با یک دوست تمرین کنید و تصور کنید که چگونه به سوالات غیرمنتظره پاسخ می‌دهید. به این ترتیب، آمادگی لازم را به دست می‌آورید و سوپرایز نمی‌شود و به احتمال بیشتری می‌توانید در مذاکره آنچه را که می‌خواهید به دست بیاورید.

منبع: [Forbes/ucan](#)



۳ نکته ساده برای افزایش بهره‌وری روزانه

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 می‌روسم 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 با 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 حواس‌پرتی‌های

فراوان نتوانید این کار را به خوبی انجام دهید. خیلی از کارفرماها ادعا می‌کنند کارمندانی که در منزل از راه دور کار می‌کنند، 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 همکارهای شما خارج از کشور هستند با آن‌ها از طریق رسانه‌های اجتماعی صحبت کنید. با این کار، بهتر متوجه منظور یکدیگر می‌شوید و هیچ سوءتفاهمی 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 بر بیایید 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](#)