

دریچه



با عرضه نماد «سیتا» در چهارشنبه گذشته

رکورد مشارکت در عرضه اولیه بورس شکسته شد

رکورد شرکت‌کنندگان در عرضه اولیه با ثبت درخواست بیش از ۴ میلیون و ۴۸۰ هزار نفر برای خرید سهام شرکت سرمایه‌گذاری سیمان تامین (سیتا) شکسته شد که نشان‌دهنده موفقیت دولت در مردمی کردن بورس و ورود موج جدید سهامداران به بازار سرمایه است. به گزارش سنا، روز چهارشنبه گذشته در مراسمی که به صورت آنلاین در فضای مجازی و آپارات رسمی بورس تهران پخش شد، تعداد یک میلیارد و ۳۲۰ میلیون سهم در این روز جهت عرضه به عموم و ۳۳۰ میلیون سهم جهت عرضه به صندوق‌های سرمایه‌گذاری در روز شنبه (۱۴ تیرماه) جمعاً معادل ۱۵ درصد از سهام شرکت سرمایه‌گذاری سیمان تامین با نماد «سیتا» به قیمت هر سهم ۱۵ هزار و ۷۵۰ ریال در بورس تهران کشف قیمت و معامله شد.

با عرضه اولیه شرکت سرمایه‌گذاری سیمان تامین در بورس تهران تعداد شرکت‌های فعال در بورس به ۳۳۷ شرکت رسید و به ارزش بازار ۱۷۳ هزار و ۲۵۰ میلیارد ریال افزوده شد.

با توجه به توصیه‌های اکید بهداشتی در شرایط کنونی مبنی بر اهمیت پیشگیری از شیوع بیشتر ویروس کرونا و در راستای حفظ بهداشت و تندرستی همگانی و صیانت از سلامت شهروندان و اصحاب رسانه، مراسم عرضه اولیه سهام شرکت «سرمایه‌گذاری سیمان تامین» با نماد «سیتا» با عنایت به زیرساخت الکترونیکی بازار سرمایه به صورت مجازی برگزار و پخش شد.

در ماه‌های اخیر، حمایت دولت از بورس بی‌سابقه بوده، به طوری که از طریق عرضه صندوق‌های ETF با قیمت مناسب، تامین مالی از طریق این بازار، عرضه سهام شرکت‌های جدید و نیز آزادسازی سهام عدالت، حمایت همه‌جانبه‌ای از بازار سرمایه صورت گرفت.

در این میان، عرضه سهام شرکت‌های جدید (عرضه اولیه) همواره مورد توجه اهالی بازار سرمایه قرار داشته است، زیرا تاکنون بیش از ۹۰ درصد از عرضه اولیه‌هایی که در بورس انجام شده، سودآور بوده‌اند به همین دلیل این اقدام همیشه در بورس برای فعالان بازار جذابیت داشته است. هنگامی که سهام شرکتی برای نخستین بار در بورس عرضه می‌شود، به روز اول عرضه سهام، «عرضه اولیه» گفته می‌شود، در این روز درصد مشخصی از کل سهام شرکت برای نخستین بار از طریق بورس یا فرابورس توسط سرمایه‌گذاران خریداری می‌شود.

از دوشنبه این هفته

دامنه نوسان صندوق‌های سرمایه‌گذاری به ۱۰ درصد کاهش می‌یابد

سازمان باور اعلام کرد دامنه نوسان روزانه صندوق‌های سرمایه‌گذاری قابل معامله سهامی و مختلط در بورس تهران از روز دوشنبه ۱۶ تیرماه به ۱۰ درصد کاهش می‌یابد. در اطلاعیه بورس و اوراق بهادار تهران آمده است: به اطلاع سرمایه‌گذاران محترم می‌رساند؛ دامنه نوسان روزانه صندوق‌های سرمایه‌گذاری قابل معامله سهامی و مختلط در بورس و اوراق بهادار تهران از روز دوشنبه ۱۶ تیرماه ۱۳۹۹ به ۱۰ درصد کاهش می‌یابد. گفتنی است در روز چهارشنبه گذشته معاملات دارا یکم به دلیل اختلاف قابل توجه قیمت سفارش‌های وارده شده با خالص ارزش روز دارایی‌های صندوق سرمایه‌گذاری واسطه‌گری مالی یکم مورد تأیید قرار نگرفت. بررسی‌ها نشان می‌دهد به دلیل اینکه هنوز بخش عمده خریداران واحدهای صندوق دارا یکم نتوانسته‌اند کارهای ثبت‌نام در کارگزاری‌های بورس و تغییر کارگزار ناظر را انجام دهند، عرضه سهام در نماد دارا یکم در مقابل تقاضای بازار بسیار پایین‌تر است و این مسئله در سه جلسه معاملاتی قبل باعث شد قیمت خرید دارا یکم نسبت به ارزش ذاتی هر سهم ۴۸ درصد بالاتر برود.

درخواست رئیس جمهور برای ایجاد بازار اختصاصی

زمینه‌چینی برای ورود ۵ استارت‌آپ به بورس

رشد بی‌سابقه بورس در یک سال گذشته امیدها به بازار سهام برای تامین مالی را بیشتر کرده است. تنها در سه ماه اول سال یک میلیون و ۶۰۰ هزار نفر به دارندگان کد بورسی در کشور اضافه شده است و این یعنی رودخانه نقدینگی به دریاچه بورس می‌ریزد. بازار سهام اکنون به فرصتی تاریخی برای دولت و شرکت‌های خصوصی تبدیل شده تا به جای مقروض شدن به نظام بانکی با فروش سهام خود از محل بازار سهام نیاز مالی خود را تامین کنند. پیشتر دولت برای فروش سهام شرکت‌های خود در قالب واحدهای صندوق ETF اقدام کرده است و در روزهای گذشته اخباری از ایجاد پنجره واحد برای تسهیل پیوند شرکت‌های خصوصی با بازار سهام منتشر شده است. در ادامه سریال پیوند هرچه بیشتر بخش‌های مختلف اقتصاد به بورس، رئیس جمهور از وزیر امور اقتصاد و دارایی خواسته شرایط شرکت‌های فعال در حوزه اقتصاد دیجیتال به بازار سهام را پیگیری کرده و حتی‌الامکان یک بازار اختصاصی برای آنها ایجاد کند.

پیش از این رئیس سازمان فناوری اطلاعات خبر داده بود که ریزنی‌ها برای ایجاد یک تابلوی اختصاصی استارت‌آپ‌ها در بورس در حال آماده است و به این ترتیب هر پنج استارت‌آپی که در این مرحله عرضه عمومی سهام هستند و سایر استارت‌آپ‌ها می‌توانند ذیل این تابلو به عرضه سهام بپردازند.

از بین استارت‌آپ‌های ایرانی، اخباری از ورود شیپور، تپسی، کافه بازار، اسنپ و دیجی‌کالا به بورس منتشر شده است که البته در پایان خردادماه مدیرعامل اسنپ، پروژه ورود این شرکت به بورس را منتفی اعلام کرد. سازمان فناوری اطلاعات اعلام کرده امیدوار است در سال جاری زمینه ورود پنج استارت‌آپ به بورس را فراهم کند. با تأکید رئیس جمهور بر ایجاد بازار اختصاصی برای استارت‌آپ‌ها و شرکت‌های دانش‌بنیان، ممکن است فرآیند زمینه‌چینی برای تامین مالی استارت‌آپ‌ها از بازار سهام شتاب بگیرد. شتابی که باتوجه به همه‌گیری کرونا و زیان‌بخشی از این کسب و کارها از شرایط بحران، ضروری است.



نسوز پارس (کفپارس)، تلیسه نمونه (تلیسه)، داروسازی کوثر (دکوثر)، تجارت الکترونیک پارسیان کیش (تاپکیش)، لیزینگ آریادانا (ولانا)، هتل بین‌المللی پارسیان کوثر اصفهان (گکوثر)، آسیا سیر ارس (حآسا)، توسعه فناوری اطلاعات خورزمی (مفاخر)، موتورسازان تراکتور (خموتور)، کشت و دام گلدشت نمونه اصفهان (زگلدشت) کمپانی‌سازی (تکما)، بیمه کوثر (کوثر) و تامین مسکن جوانان (نجوان) از جمله نمادهای منفی معاملاتی در بازار بودند.

عبور ارزش کل بازار از ۶ هزار هزار میلیارد تومان

تحلیل هفتگی صنایع بورسی نشان می‌دهد که اغلب آنها هفته‌ای سبزر را پشت سر گذاشتند. معاملاتی که ماحصل آن، رشد قیمت ۳۳ گروه از ۲۸ صنعت فعال بورسی بود. به گزارش سنا، معاملات هفته منتهی به ۱۱ تیرماه در حالی به پایان رسید که شاخص کل بورس تهران برای پنجمین هفته متوالی جامه سبزر به تن کرد. به این ترتیب رشد این هفته شاخص سهام با افزایش ۱۳.۶ درصد این نماگر همراه شد. همچنان اما بزرگان بازار در رشد قیمت پیشتازند. شاهد این مدعا رشد ۵۵.۸ درصدی شاخص ۳۰ شرکت بزرگ بازار در مقابل افزایش حدود ۸ درصدی شاخص هم وزن که نشانی از اثرگذاری یکسان نمادها دارد. بود. به این ترتیب شاخص کل بورس تهران پس از نوسان دو روزه در مرز ۱.۵ میلیون واحدی، توانست بر قدرت سطح یک میلیون و ۶۰۰ هزار واحدی را نیز پشت سر بگذارد. ضمن اینکه ارزش کل بازار نیز از ۶ هزار هزار میلیارد تومان فراتر رفت.

در این میان، اغلب صنایع بورسی نیز هفته‌ای سبزر را ثبت کردند. معاملاتی که ماحصل آن رشد قیمت ۳۳ گروه از ۳۸ صنعت فعال بورسی بود. همچنین گروه تک سهم محصولات چرمی همچنان جایگاه خود را در صدر جدول بازدهی هفتگی حفظ کرد. «وملی» این هفته رشد قیمت معادل ۲۷.۶ درصد را تجربه کرد. پالایشی‌ها نیز با رشد ۲۲ درصدی دومین صنعت پربازده بورس تهران در هفته منتهی به ۱۱ تیرماه بود.

در میان خبرهای اثرگذار بورسی، اخبار ضد و نقیضی درخصوص افزایش قیمت خوراک پتروشیمی‌ها به گوش می‌رسد. خبرهایی که هنوز تأیید رسمی نشده است. در این راستا برخی منابع خبری از تعیین قیمت‌های خوراک پتروشیمی‌ها خبر داده‌اند و البته جزئیات آن را هم اعلام کرده‌اند که در صورت تأیید می‌تواند روی سود و زیان شرکت‌ها تأثیرگذار باشد. براساس این شنیده‌ها، قیمت کف خوراک اتان برای شرکت‌های پتروشیمی با ۲۰ دلار کاهش، ۲۰۰ دلار در هر تن و برای مدت پنج ماه ابتدایی سال ۹۹ تعیین شد. همچنین قیمت اتیلن هم برای دو ماه ابتدایی امسال ۳۷۴ دلار در هر تن تعیین شد و پس از آن هم بر مبنای نرخ‌های جهانی شاور است. قیمت اتان مصرفی پتروشیمی‌ها پیش‌تر براساس فرمولی بر پایه قیمت‌های جهانی پلی‌اتیلن و نفتا از سوی وزارت نفت تعیین می‌شد که دارای کف قیمت ۲۲۰ دلاری و سقف ۴۰۰ دلاری بود که در شرایط کنونی متأثر از شیوع کرونا و افت چشمگیر قیمت‌های نفت و فرآورده‌های نفتی دیگر کاربردی نداشت. در حال حاضر قیمت اتیلن نیز حدوداً و به طور متوسط به ۷۵۰ دلار در هر تن رسید. پتروشیمی‌ها در هفته منتهی به ۱۱ تیرماه، با رشد قیمت ۱۳.۳ درصدی سهام زیرمجموعه خود همراه شدند. تحولات گروه سیمانی‌ها در هفته‌ای که گذشت

در گروه سیمان نیز روز یکشنبه جلسه مدیران صنعت سیمان در سالن اجتماعات انجمن صنفی کارفرمایان صنعت سیمان برگزار شد و با افزایش قیمت ۲۰ درصدی سیمان موافقت شد. به این ترتیب قیمت سیمان تیب یک به میزان ۲۰ درصد و سایر انواع سیمان متناسب با هزینه‌های تولید در مقایسه با سیمان تیب یک افزایش یابد. در آخرین روز هفته اما اعلام شد براساس توافقات به عمل آمده با وزارت صنعت قیمت سیمان ۲۰ تا ۳۰ درصد افزایش پیدا کرده و قیمت‌های جدیدی نیز روی سرخط رسانه‌ها رفت. هرچند این خبر در ادامه بار دیگر تغییر کرد و به دنبال مخالفت سازمان حمایت مجوز افزایش ۲۰ درصدی قیمت سیمان باطل و قفسه تولیدکنندگان امکان افزایش حدود ۲۰ درصدی قیمت‌ها را پیدا کردند. سیمانی‌ها در هفته منتهی به ۱۱ تیرماه به رشد ۶.۸ درصدی بسنده کردند. در آن سوی بازار اما ۴ گروه لاستیک، قند و شکر، اطلاعات و ارتباطات و محصولات فلزی هفته‌ای منفی را پشت سرگذاشتند و به ترتیب با افت ۰.۸، ۲.۲، ۲.۸ و ۰.۵ درصدی قیمت سهام زیرمجموعه خود مواجه شدند.

وسایل ارتباطی، مخابرات، انبوه سازی املاک و مستغلات، فعالیت‌های کمکی به نهادهای مالی واسط، رایانه، واسطه‌گری‌های مالی و پولی، عرضه، برق، گاز، بخار و آب گرم، سیمان، آهنک و گچ، دارویی، کانی غیرفلزی، منسوجات، بیمه و بازنشستگی، ماشین آلات و تجهیزات، صنایع غذایی به جز قند و شکر، خرده‌فروشی، استخراج سایر معادن، دستگاه‌های برقی، سایر حمل و نقل، کاشی و سرامیک، فعالیت‌های هنری، سرگرمی و خلاقانه، هتل و رستوران و استخراج نفت و گاز جز اکتشاف با بالاترین درصد بازدهی همراه بودند.

در سوی مقابل، محصولات فلزی، محصولات کامپیوتری، الکترونیک و نوری، قند و شکر، زراعت و خدمات وابسته، اطلاعات و ارتباطات، پیمانکاری صنعتی، استخراج زغال سنگ، لاستیک و پلاستیک و عمده‌فروشی از جمله نمادهایی بودند که بازدهی منفی داشتند. همچنین نمادهای لبنیات پاک (فپاک)، نفت پارس (شنفت)، سنگ آهن گهرزمین (ککهر)، آبادگران ایران کیش (گکیش)، قطعات اتومبیل (ختوقا)، آهنگری تراکتور (خاهن)، سیمان خزر (سخزر)، سیمان ساوه (سساوه)، بانک پارسیان (پارس)، صندوق واسطه‌گری مالی یکم (دارا یکم)، پتروشیمی قائد بصیر (شصیر)، سرمایه‌گذاری توسعه صنعت و تجارت (و صنعت)، سیمان تهران (ستران)، گروه بهمن (خبهمن)، بانک دی (دی)، شوکو پارس (عشوکو)، فن‌آوا (فن‌آوا)، گروه صنعتی ملی (وملی)، دارو عبیدی (دعبیدی)، پالایش نفت اصفهان (شپنا)، پمپ ایران (تپمی)، مدیریت انرژی تابان هور (هور)، تامین سرمایه لوتوس پارسیان (لوتوس) و سایپا (خسایا) جزو مثبت‌ترین نمادهای بازار بودند. در هفته‌ای که گذشت، نمادهای مارگاریس (غمارگ)، فرآورده‌های

فرصت امروز: در دومین هفته تابستان، شاخص بورس تهران برای پنجمین هفته متوالی سبزپوش ماند و بازار سهام به بازدهی ۱۳ درصدی رسید. در این هفته اغلب صنایع بورسی هفته‌ای سبز را سپری کردند و از ۲۸ صنعت فعال بورسی، ۳۳ گروه رشد قیمت داشتند. شاخص کل بورس تهران همچنین در هفته دوم تیرماه با ۱۹۳ هزار واحد افزایش، رکورد ۱.۵ میلیون واحدی را پشت سر گذاشت و در مقایسه با پایان هفته نخست تیرماه، بازدهی ۱۳.۶ درصدی را تجربه کرد. بر این اساس، شاخص کل بورس در پایان روز چهارشنبه (۴ تیرماه) با عدد یک میلیون و ۴۱۹ هزار به معاملات پایان داد که این رقم در روز چهارشنبه (۱۱ تیرماه) به عدد یک میلیون و ۶۱۲ هزار واحد رسید. همچنین شاخص کل (هم‌وزن) در پایان هفته نخست تیرماه ۴۲۲ هزار و هشت واحد بود که این عدد در هفته دوم تیرماه به ۴۶۶ هزار و ۳۴۰ واحد و شاخص قیمت (هم‌وزن) از ۲۸۵ هزار و ۴۴ واحد به عدد ۳۰۷ هزار و ۳۷۲ واحد رسید.

مهمترین نمادهای بورس در هفته دوم تیرماه

در پنج روز معاملاتی هفته‌ای که گذشت، نمادهای بانک ملت، بانک تجارت، پالایش نفت اصفهان، ملی صنایع مس ایران، گسترش سرمایه‌گذاری ایران خودرو و فولاد مبارکه اصفهان از جمله نمادهای پربیننده قرار داشتند. همچنین محصولات چرمی، فرآورده‌های نفتی، استخراج کانه های فلزی، خودرو و قطعات، چندرشته‌ای صنعتی، چاپ، فنی و مهندسی، محصولات کاغذی، فلزات اساسی، سرمایه‌گذاری‌ها، بانک‌ها و موسسات اعتباری، شیمیایی، فعالیت مهندسی، تجزیه، تحلیل و آزمایش، محصولات چوبی، حمل و نقل انبارداری و ارتباطات،

آگهی مناقصه عمومی (یک مرحله‌ای - تجدید مناقصه)
شماره مجوز وزارت نفت: ۱۳۹۹.۱۶۸۰
روابط عمومی شرکت گاز استان زنجان

صادرات تخم مرغ متوقف شد

قیمت هر شانه تخم مرغ درب مرغداری ۲۳ هزار تومان



تولید سالانه سیگار از ۵۴ میلیارد نخ گذشت

جدیدترین آمار منتشرشده از سوی وزارت صنعت، معدن و تجارت (صمت) نشان می‌دهد که در سال ۹۸ حدود ۵۴ میلیارد و ۸۰۰ میلیون نخ سیگار تولید شده است.

به گزارش ایسنا، این رقم نسبت به تولید ۴۸ میلیارد و ۲۰۰ میلیون نخ در سال گذشته ۱۳.۷ درصد افزایش داشته است.

در قانون برنامه پنجم توسعه تاکید شده بود که کل واردات سیگار با برند اصلی در پایان این برنامه به تولید داخل تبدیل شود تا با به صفر رساندن میزان واردات این محصولات با به کارگیری از توان داخلی نیاز مصرفی کشور در داخل تامین شود که این امر در نهایت در سال ۱۳۹۷ محقق شد.

همچنین سال گذشته ۱۵۴ میلیون نخ سیگار صادر شده که نسبت به صادرات ۱۵۰ میلیون نخ‌ی این محصول در سال ۱۳۹۷ حدود ۲.۷ درصد رشد داشته است.

از طرف دیگر با توجه به اینکه میزان مصرف سالانه سیگار در کشور ۶۵ میلیارد نخ برآورد شده، میزان قاچاق نیز در سال گذشته ۱۰ میلیون و ۳۱ هزار نخ برآورد شده که نسبت به سال ۱۳۹۷ حدود ۳۹.۲ درصد کاهش داشته است.

صادرات توتون بیش از ۲ برابر شد

براساس این آمار در سال گذشته حدود ۲۳۷۴ تن توتون صادر شده که نسبت به صادرات ۹۰۹ تن از این محصول در سال ۹۷ ۱۶۱.۳ درصد افزایش داشته است. البته صادرات تنباکو معسل و سنتی در سال ۱۳۹۸ به ترتیب ۲۹ و ۷۳.۳ درصد کاهش داشته و به ۸۳.۹ و ۱۳۴ تن رسیده است.

در این میان واردات تنباکو معسل در سال گذشته به ۷۹.۱ درصد کاهش به ۸۲۲ تن رسیده. در حالی‌که واردات این محصول در سال ۱۳۹۷ حدود ۳۹۳۰ تن بوده است.

براساس این آمار تا پایان سال گذشته ۲۱ واحد تولیدی در بخش تولید سیگار و ۳۹ واحد در بخش تولید تنباکو فعال بودند. این در حالی است که تعداد واحدهای تولیدی فعال در این دو بخش در سال ۱۳۹۷ به ترتیب ۲۰ و ۳۳ بوده است.

قیمت جهانی مواد غذایی بالا رفت

سازمان خواربار و کشاورزی ملل متحد (فائو) اعلام کرد قیمت جهانی مواد غذایی که در پی شیوع ویروس کرونا در ماه‌های گذشته کاهش چشمگیری داشت، در ماه ژوئن برای نخستین بار در سال ۲۰۲۰ افزایش پیدا کرد. به گزارش ایسنا، شاخص قیمت غذای فائو که تغییرات ماهانه سبدهی از غلات، دانه‌های روغنی، محصولات لبنی، گوشت و شکر را بررسی می‌کند، در ژوئن به ۹۳.۲ واحد رسید که ۲.۴ درصد در مقایسه با ماه مه افزایش داشت. فائو در مبنای همه شاخص‌های خود بازنگری کرد و آن را از دوره ۲۰۰۲ تا ۲۰۰۴ به دوره ۲۰۱۴ تا ۲۰۱۶ تغییر داد.

در بحبوحه ابهاماتی که در بازار وجود دارد، قیمت دانه‌های روغنی، شکر و محصولات لبنی که در ماه مه کاهش چشمگیری داشتند، در ماه ژوئن افزایش پیدا کرده و به بالاترین حد در چند ماه اخیر رسید؛ در حالی که در بخش شاخص‌های غلات و گوشت، قیمت اکثر کالاها همچنان روند نزولی داشت.

براساس گزارش رویترز، فائو در پیش‌بینی خود برای فصل غلات ۲۰۲۰ بازنگری کرد و برآوردش از میزان محصول را ۹.۳ میلیون تن افزایش داد. این آژانس سازمان ملل متحد اکنون انتظار دارد که تولید جهانی غلات به ۲.۷۹۰ میلیارد تن برسد که ۳ درصد بالاتر از برداشت سال ۲۰۱۹ خواهد بود. این تغییر عمده که در برآورد ماهانه فائو صورت گرفته ناشی از برآورد بالاتر تولید گندم استرالیا بوده است.

اعتراض دامداران به نرخ مصوب شیرخام

اعلام قیمت مصوب سختیتی با هزینه تولید ندارد

مدیرعامل اتحادیه دامداران کشور گفت اتحادیه دامداران در نامه‌ای به معاون اول رئیس جمهور اعتراض شدید خود را به قیمت مصوب شیر خام اعلام کرده است.

سعید سلطانی سروسناتی در گفت و گو با باشگاه خبرنگاران جوان، با انتقاد از نرخ مصوب شیرخام اظهار کرد: با اعلام قیمت مصوب شیرخام، مسیر تماس‌های تلفنی از اتحادیه‌های استانی به سمت اتحادیه مرکزی سررازیر شد چراکه در جلسه معاونت امور دام بر نرخ حداقل ۳ هزار و ۳۰۰ تومان توافق شده بود.

او افزود: حدود ۱۵ نفر در یک جلسه برای بخش تولید تصمیم می‌گیرند و وزارت جهاد کشاورزی به عنوان متولی تولید تنها ۲ نماینده در این جلسه دارد و از نمایندگان تشکل‌های بخش خصوصی در این جلسه دعوتی به عمل نمی‌آید، در حالی که با حضور در جلسه ستاد تنظیم بازار حداقل حرف خود را به مسئولان می‌زدیم. سلطانی ادامه داد: قیمت مصوب شیرخام بدون مشورت با ما ۲ هزار و ۹۰۰ تومان تعیین شد که مسئولان علت آن را عدم توانایی مصرف کنندگان برای خرید لبنیات عنوان می‌کنند، در حالی که این امر به نفع تولید نیست و در بلندمدت خسارات جبران ناپذیری را به صنعت وارد می‌کند.

مدیرعامل اتحادیه دامداران با اشاره به اینکه قیمت فعلی شیرخام به زبان دامداران تمام می‌شود، بیان کرد: در سال جهش تولید چنین تصمیماتی بازدارنده تولید است و در نهایت کار را به جایی می‌رساند که تعطیلی دامداری‌ها و کاهش تولید شیرخام را دربردارد، اما از الان نمی‌توان درصدی اعلام کرد.

او با بیان اینکه قیمت شیرخام براساس نرخ مصوب نهاده‌های دامی تعیین شده است، گفت: این در حالی است که ۳۰ درصد نهاده موردنیاز دامداران با نرخ مصوب و ۷۰ درصد از بازار سیاه تامین می‌شود که اختلاف آن با نرخ مصوب بسیار چشمگیر است. این مقام مسئول قیمت کنونی هر کیلو ذرت در بازار آزاد را بالای ۲ هزار و ۵۰۰ تومان، جو را بالای ۲ هزار تومان و کنجاله سویا را هم ۶ هزار تومان اعلام کرد و افزود: قیمت سیبوس با افزایش ۴۰ درصدی به یک هزار و ۴۰۰ تومان رسیده، ضمن آنکه کاه و کلش و ذرت علوفه‌ای نسبت به سال قبل ۵۰ تا ۱۰۰ درصد رشد داشته است.

رئیس هیأت مدیره اتحادیه مرغ تخم‌گذار استان تهران گفت با توجه به نوسان قیمت تخم مرغ، مسئولان به منظور تنظیم بازار داخل، صادرات تخم مرغ را متوقف کردند.

ناصر نبی‌پور، در گفت و گو با باشگاه خبرنگاران جوان، درباره آخرین تحولات بازار تخم مرغ اظهار کرد: هم‌اکنون متوسط نرخ هر کیلو تخم مرغ درب مرغداری ۱۱ هزار و ۴۰۰ تا ۱۱ هزار و ۵۰۰ تومان معادل شانه‌ای ۲۲ تا ۲۳ هزار تومان است.

او در واکنش به فروش هر شانه تخم مرغ با نرخ مصوب ۲۰ هزار تومان در بازار افزود: اگر سازمان حمایت مصرف‌کننده و تولیدکننده، نهاد به نرخ مصوب در اختیار مرغداران قرار دهد، عرضه هر شانه تخم مرغ با نرخ ۲۰ هزار تومان شدنی است، اما در شرایط فعلی که قیمت تمام‌شده هر کیلو تخم مرغ ۱۲ هزار تومان تمام می‌شود، این امکان

وجود ندارد. نبی‌پور ادامه داد: در حال حاضر مرغداران هر کیلو تخم مرغ را با نرخ ۹ هزار و ۵۰۰ تومان معادل شانه‌ای ۱۹ هزار تومان به ناچار به میادین تحویل می‌دهند، چراکه با وجود افزایش هزینه‌های تولید این قیمت برای آن‌ها صرفه اقتصادی ندارد و تنها به سبب ترس از جریمه این کار را می‌کنند.

این مقام مسئول از جهش چشمگیر قیمت نهاده‌های دامی در بازار خبر داد و گفت: قیمت هر کیلو کنجاله سویا نسبت به قبل ۲۵۰ درصد، ذرت ۱۰۰ درصد و ریزمغذی‌ها ۴۰۰ درصد رشد داشته است.

او قیمت کنونی هر کیلو کنجاله سویا را بالای ۷ هزار تومان و ذرت را ۲ هزار و ۴۰۰ تا ۲ هزار و ۵۰۰ تومان اعلام کرد و گفت: قیمت ریزمغذی‌ها همچون متیونین از ۲۴ هزار به ۹۰ هزار تومان و مکمل‌ها از ۱۵ هزار تومان به ۲۶ هزار تومان رسیده است.

رشد ۹ درصدی خرید برگ سبز چای

تولید چای از ۳۰ هزار تن فراتر می‌رود

او از پرداخت ۷۸ درصد مطالبات چایکاران خبر داد و افزود: تاکنون ۲۳۲ میلیارد تومان از مطالبات چایکاران پرداخت شده است و باقی‌ری را به مرور به حساب چایکاران واریز می‌کنند.

به گفته جهان‌ساز، ۷۸ درصد برگ سبز خریداری شده درجه یک و ۲۲ درصد درجه ۲ است. رئیس سازمان چای با اشاره به اینکه ۴۹ کارخانه چای‌سازی مشغول خرید برگ سبز چای هستند، بیان کرد: از مجموع بهای برگ سبز خریداری‌شده تاکنون ۱۵ هزار و ۵۹۱ تن چای خشک استحصال شده است، حجت ادامه داد: اگر مسئولان ستاد فصل حداقل تولید چای خشک به ۳۰ هزار تن برسد. او با اشاره به

نرخ مرغ به کانال ۱۸ هزار تومان رسید

آنکه بارگیری نهاده‌های دامی با وضعیت مناسب‌تری انجام می‌شود، قیمت ذرت و کنجاله تا حدودی در بازار متعادل شده است.

حجت با اشاره به اینکه ۵۰ درصد نهاده از بازار آزاد تامین می‌شود، بیان کرد: علی‌رغم بهبود شرایط توزیع نهاده با نرخ مصوب، کم‌اگان کمبود داریم که امیدواریم با اتخاذ برخی تدابیر روند توزیع نهاده با نرخ مصوب تسریع شود. 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.

عضو هیأت مدیره اتحادیه مرغداران گوشتی با اشاره به اینکه مرغداران به دنبال افزایش قیمت نیستند، بیان کرد: اگر قیمت مصوب بر مبنای 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.

حجت در پایان با اشاره به اینکه کمبودی در جوجه‌ریزی نداریم، تصریح کرد: بنابر آمار میزان جوجه‌ریزی نسبت به مدت مشابه سال قبل تفاوتی ندارد که بخواهد بر گرانی مرغ در بازار دامن بزند.

اخبار

یک کارشناس بازار خودرو در گفت‌وگو با تجارت‌نیوز پاسخ داد

قیمت خودرو در هفته بعد چه می‌شود؟

یک کارشناس بازار خودرو می‌گوید خرید و فروش در بازار خودرو رونق دارد و قیمتت خودرو روزانه در حال افزایش است. احتمالا قیمت خودرو در هفته آینده مجدد روند بانوسانی داشته باشد.

یک کارشناس بازار خودرو در پاسخ به این پرسش که آیا تقاضا برای خرید خودرو وجود دارد یا خیر؟ به تجارت‌نیوز گفت: خرید و فروش در بازار خودرو رونق دارد و قیمتت خودرو روزانه در حال افزایش است. خودرو در این هفته نسبت به هفته گذشته تا حدودی گران شد. بیشتر کسانی که در بازار حضور دارند، خریدار خودرو هستند. احتمالا قیمت خودرو در هفته آینده مجدد روند بانوسانی داشته باشد. فیروز نادری به قیمت خودرو برآید در بازار اشاره کرد و افزود: در میان خودروهای داخلی برآید، پژو ۲۰۶، پرمیا و پژو ۴۰۵ از جمله خودروهایی هستند که در سطح بازار متقاضی بیشتری دارند. به عنوان مثال طی سه هفته گذشته خودرو برآید با قیمت ۶۸ میلیون تومان معامله شد اما امروز دیگر این قیمت نیست. او به علت افزایش قیمت خودروهای داخلی اشاره کرد و گفت: علت افزایش قیمت خودرو می‌تواند به نبود قطعه ارتباط داشته باشد. آنچه به نظر می‌رسد خودروسازان فعلا خودرویی را به مردم تحویل نمی‌دهند بنابراین در آینده تعداد خودروهای ناقص در انبار خودروسازان بیشتر می‌شود.

نصب پلاک خودروی معلولان مشروط به احراز اطلاعات در سامانه پلیس است

رئیس مرکز شماره‌گذاری پلیس راهور ناجا گفت شرط ارائه خدمات و اخذ پلاک معلولان در مراکز تعویض پلاک، وجود اطلاعات معلول در سامانه پلیس که از طریق بهزیستی ثبت می‌شود، است. به گزارش پایگاه خبری «عصر خودرو» به نقل از ایرنا، سرهنگ علی محمدی افزود: معلولان برای انجام تعویض پلاک قبل از مراجعه به این مراکز، برای بررسی و تایید صحت اطلاعات شخصی به سازمان بهزیستی شهر خود مراجعه کرده و اطلاعات خود را در سازمان مربوطه بررسی کنند. وی ادامه داد: باید مجوز لازم از سوی سازمان بهزیستی برای این افراد صادر شود تا بتوانند از پلاک ویژه معلولان استفاده کنند.

رئیس مرکز شماره‌گذاری پلیس راهور افزود: سازمان بهزیستی استان‌ها نیز از طریق سیستمی مراتب را به راهور ارجاع داده و در نهایت معلولان باید به مراکز تعویض پلاک مراجعه کرده تا بتوانند پلاک ویژه خود را دریافت کنند.

رئیس مرکز شماره‌گذاری پلیس راهور ناجا گفت: پلاک خودروی جانبازی نیز بر روی خودروی افرادی که بالای ۵۰درصد جانبازی دارند و نیز آتیهایی که اسامی‌شان در سامانه شماره‌گذاری ثبت شده، نصب می‌شود. محمدی افزود: جانبازان که برابر اعلام بنیاد شهید و امور ایثارگران دارای افتخار ۱۰درصدی جانبازی به بالا هستند با ارائه کارت شناسایی جانبازی و معرفی‌نامه از سوی امور ایثارگران بنیاد شهید پس از حضور در مراکز تعویض پلاک و بازدید خودرو، پلاک جانبازی بر روی خودروی آنها نصب می‌شود.

به گفته وی، اسامی جانبازان حائز شرایط قبلا توسط بنیاد شهید و امور ایثارگران به پلیس راهور اعلام و در سامانه شماره‌گذاری ثبت شده است. سرهنگ محمدی گفت: افراد برای تعویض پلاک و نقل و انتقال وسایل نقلیه باید اصل شناسنامه جدید با کارت ملی خود یا نمایندگان قانونی آنها، حضور فرورنده و خریدار یا نماینده قانونی آنها، ارائه برگ عدم خلاقی، ارائه اصل فیش پرداخت بهای پلاک براساس تعرفه، مدارک احراز سکونت خریدار، اصل بیمه‌نامه شخص ثالث معتبر و همچنین ارائه اصل کارت معاینه فنی برای خودروهای شخصی و دولتی که بیش از چهار سال از مدل آن سپری شده باشد و خودروهای عمومی که بیش از یک سال از مدل آنها سپری شده باشد را ارائه دهند.

کرونا کمر خودروسازان جهانی را شکست

در حالی کرونا بر عملکرد صنایع مهم از جمله خودروسازی تاثیر منفی داشته که براساس آخرین آمارها تولید و فروش خودرو در انگلستان در ماه گذشته ۹۵درصد کاهش داشته است.

به گزارش پدال نیوز به نقل از خودروکار، روند نزولی فروش و تولید خودرو در کشورهای اروپایی همزمان با شیوع کرونا به گونه‌ای است که انجمن خودروسازان اتحادیه اروپا به تاژگی برآورد و اعلام کرده است که میزان فروش خودرو در سال جاری میلادی ۲۵ درصد کاهش خواهد یافت. انجمن خودروسازان اتحادیه اروپا پیش‌بینی کرده، میزان ثبت نام و فروش خودروهای سواری در کشورهای اروپایی تحت تاثیر بحران‌های شدید اقتصادی ناشی از شیوع گسترده و پاندمی ویروس کرونا در کل سال ۲۰۲۰ میلادی با کاهش ۲۵درصدی مواجه خواهد شد این در حالی است که در ماه ژانویه سال جاری میزان فروش خودروی سال ۲۰۲۰ تنها با ۲درصد کاهش پیش‌بینی شده بود، اما حالا به نظر می‌رسد تحلیل‌گران و کارشناسان فعال در این انجمن با بررسی وضعیت بحرانی بازارهای فروش خودرو در کشورهای اروپایی به این نتیجه رسیده‌اند که میزان فروش خودرو در کشورهای این منطقه از ۱۲.۸ میلیون دستگاہ در سال ۲۰۱۹ به ۹.۶ میلیون دستگاہ در سال جاری میلادی رسیده و این بدان معناست که بیش از ۳ میلیون دستگاہ کاهش را شاهد خواهیم بود. اوضاع بازارهای فروش خودرو در نیمه نخست سال جاری میلادی به دلیل شیوع گسترده ویروس کرونا تحت‌الشعاع قرار گرفته و با اینکه کارخانه‌های خودروسازی و قطعه‌سازی در اروپا و سایر مناطق جهان بازگشایی شده و خطوط تولید آن‌ها از سر گرفته شده اما شرایط به حالت عسادی پیش از کرونا بازنگشته و انتظار می‌رود تا پایان سال ۲۰۲۰ نیز این اتفاق رخ نخواهد داد. در همین حال براساس تازه‌ترین آمار و گزارش‌های رسمی منتشرشده، تولید و فروش خودرو در انگلستان در ماه گذشته ۹۵درصد کاهش داشته است. این شرایط در حالی است که میزان فروش خودرو در بازار بریتانیا در آوریل تحت تاثیر شیوع گسترده ویروس کرونا با ۹۷درصد کاهش به پایین‌ترین سطح خود از سال ۱۹۴۶ میلادی رسیده بود. البته بریتانیا تنها کشوری نیست که صنعت و بازار خودرو در آن از شیوع گسترده ویروس کرونا متحمل ضرر و زیان‌های هنگفتی شده است و با توجه به آمارها می‌توان گفت که تقریبا تمامی کشورهای جهان با افت شدید در تقاضای مشتریان و بحران در تولید و عرضه روبه‌رو شده‌اند.

تزلزل نرخ ارز بازار تمامی کالاها از جمله خودرو را به هم ریخت



تقاضا تصریح کرد: کاهش تقاضا ناشی از افت قدرت خرید مردم و افزایش فزاینده قیمت‌ها است. به عنوان مثال برای خودرویی نظیر پراید معادل ۲۰۶ قیمتی معادل ۱۴۰ تا ۱۵۰ میلیون تومان و برای خودروی

کاشانی‌نسب با اشاره به وقوع کمبود خودرو در بازار ادامه داد: مردم با توجه به اینکه قدرت خریدشان کاهش یافته، در انتظار افت قیمت‌ها اقدام به خرید نمی‌نمایند و دارندگان خودرو نیز به امید افزایش بیشتر قیمت‌ها، تمایلی به فروش کالای خود ندارند.

وی همچنین گفت: میزان خروجی کالاهای خودرویی خودروسازان با میزان تقاضای بازار برابری نمی‌کند و کمبود خودرو در بازار محسوس است. نایب رئیس اتحادیه نمایشگاه‌داران و فروشندگان خودرو ضمن تاکید بر لزوم تثبیت نرخ ارز این امر را نیازمند اقدام دولت دانست و افزود: تا زمانی که نرخ دلار با هر قیمتی به ثبات نرسد، امکان پیش‌بینی بازار وجود ندارد همان‌طور که تزلزل نرخ ارز فروشندگان و خریداران خودرو را در یک وضعیت باتلاکلیفی محصور

نایب رئیس اتحادیه نمایشگاه‌داران و فروشندگان خودرو بر لزوم اقدام هرچه سریع‌تر دولت در تثبیت نرخ ارز تاکید و از کمبود خودرو در بازار خبر داد.

نعمت‌الله کاشانی نسب در گفت‌وگو با خبرنگار خبر خودرو درخصوص وضعیت بازار خودرو و ابزارهای موثر بر کنترل آن اظهار داشت: بهبود وضعیت بازار نیازمند عرضه خودرو به بازار از سوی شرکت‌های خودروسازی است و تا زمانی که بازار اشباع نشود، مدیریت نابسامانی‌های موجود در بازار امکان‌پذیر نخواهد بود.

وی ضمن اشاره به قانون عرضه و تقاضا، افزایش تقاضا در مقایسه با میزان عرضه را موجب برهم خوردن تعادل قیمتی در بازار دانست و گفت: واقعیت این است که بخش اعظم تقاضای بازار را تقاضای کاذب با هدف حفظ ارزش نقدینگی دربر گرفته و بخشی نیز مشمول تقاضای واقعی است.

نایب رئیس اتحادیه نمایشگاه‌داران و فروشندگان خودرو با بیان اینکه خرید و فروشی در بازار انجام نمی‌شود درخصوص علت کاهش

هدایت در آمدها به ناوگان حمل و نقل عمومی در اولویت دولت نیست

عضو کمیسیون شوراها و امور داخلی مجلس شورای اسلامی درخصوص وظیفه نظارتی مجلس بر اجرای قوانین حمل‌ونقل افزود: اجرای قوانین مصوبه مجلس به عنوان یکی از وظایف اصلی دولت حائز اهمیت است و مجلس نیز می‌بایست براساس وظیفه مطالبه‌گری خود در حوزه اجرای قوانین، این امر را از دولت خواستار می‌شد.

صباغیان باقی نظارت ضعیف مجلس، فقدان برنامه مناسب و عدم اولویت‌بندی برنامه‌ها از سوی دولت به ویژه در بخش حمل‌ونقل را از دلایل عدم اجرای قوانین حمل‌ونقلی در پایتخت دانست و گفت: اغلب شاهد جهت‌دهی درآمدها به حوزه‌ای غیر از بخش عمومی هستیم به نحوی که اصولا این‌بخش در تمامی زمینه‌ها از جمله در حوزه حمل و نقل عمومی عقب‌تر از سایر بخش‌ها است و از این‌محل منتفع نمی‌گردد. وی ضمن تاکید بر مطالبات مردم از نمایندگان و دولت

تعلق سهمیه بنزین به خانواده‌ها

بانکی سرپرستان خانواده را شازرُ می‌کند تا آنها کالای ایرانی بخرند. شریعتی گفت: افراد یا صاحب خودرو هستند یا اینکه فاقد خودرو هستند، اگر خودرو ندارند می‌توانند از درآمد آن به شکل یارانه استفاده کنند.

سهمیه‌های بنزین باید عادلانه شود

شریعتی با تاکید به این موضوع که در شرایطی قرار نداریم که به جامعه شوک وارد کنیم، اظهار داشت: می‌خواهیم بدون تغییر قیمت‌ها –بنزین- سهمیه‌ها عادلانه شود.

وی ادامه داد: یک ماه گذشته با افت شدید نفت در جهان مواجه بودیم و قیمت بنزین افت کرد، در چند هفته قیمت بنزین جهان از بنزین ایران ارزان‌تر شد در این شرایط عادلانه‌تر بود که قیمت عرضه این محصول پایین‌تر بیاید. بر این اساس معتقدیم لازم است سیاست‌گذاری در بخش بنزین با نرخ شناور باشد.

وی با بیان اینکه اگر این طرح پیشنهادی در مجلس تصویب شود چون یارانه آن به همه افراد می‌رسد، در عمل طرح متناسب با عدالت است، در بخش دیگری گفت: بحث‌مان تغییر قیمت بنزین نیست بلکه می‌خواهیم ارائه سهمیه عادلانه شود.

در یارانه‌های انرژی برعکس عمل می‌شود

وی گفت: مردم از مجلس قبل راضی نبودند، کمیسیون‌های مجلس یازدهم هم یک هفته شکل گرفته است، اما طرح پیشنهادی‌مان در

در حوزه توسعه شهری بیان کرد: بخشی از این مشکلات به مجلس برمی‌گردد و بخش دیگر به وضعیت نامناسب دولت در ایفای تعهدات و اجرای قوانین و احکام مصوب مجلس مربوط است که در برخی از زمینه‌ها کمتر از ۳۰درصد ازبایی شده است.

عضو کمیسیون شوراها و امور داخلی مجلس شورای اسلامی در پایان ضمن اشاره به تکلیف دولت در ارائه تسهیلات و اعتبارات به شهرداری‌ها برای نوسازی مجموعه ناوگان حمل و نقلی براساس قوانین مجلس درخصوص موضوع واردات اتوبوس‌های کارکرده و عدم حمایت مالی دولت از شهرداری و شرکت‌های سازنده داخلی سازنده اتوبوس خاطر‌نشان کرد: حدود و میزان واردات اتوبوس‌های کار کرده و بخش‌هایی که مشمول این امر می‌شوند حائز اهمیت است که نیازمند بررسی بیشتر است.

مجلس دهم تهیه شده بود و باقیمانده مجلس قبل است، اما در آن مجلس دنبال نشد. شریعتی با اشاره به ماده ۳۹ قانون برنامه ششم توسعه گفت: این قانون دولت را مکلف کرده است که با در نظر گرفتن تبعات اجتماعی موضوع افزایش قیمت بنزین دنبال شود. این نماینده مجلس همچنین گفت: معضل جدی کشورمان یارانه‌های انرژی است که دقیقا برعکس عمل می‌شود و افراد برخوردار، بیشتر از آن بهره‌مند می‌شوند، به تعبیری، هرم یارانه‌ها برعکس روی زمین قرار گرفته است.

دولت ناتوان از اجرای پروژه‌های سنگین

وی گفت: این دولت در اجرای پروژه‌های سنگین توانمند نمی‌بینیم. فعلا می‌خواهیم طی یک مرحله با دنبال کردن پیشنهاد اصلاح تغییر سهمیه‌بندی بنزین، شرایط را به عدالت نزدیک کنیم بعد در حوزه حکمرانی انرژی برنامہ‌هایی را دنبال خواهیم کرد.

شریعتی در پاسخ به نقدی مبنی بر اینکه بنزین سهم ۱۰درصدی از کل مصرف انرژی کشور دارد و اگر قرار است اصلاحی شود باید کار اساسی صورت بگیرد، گفت: بنزین یک کالای عادی نیست، نوعی کالای خاص است که اثر روانی بر جامعه دارد. اینکه ۱۰درصد کل انرژی مصرفی کشورمان مربوط بنزین است، پس جای سوال است که چرا آبان ۹۸ کشور به خاطر گرانی آن شلوع شد.

وی گفت: برای گران شدن اخیر بنزین در کشور هزینه شده است- حوادث آبان ۹۸- و الان می‌خواهیم اصلاحی در کشور صورت بگیرد.



فرآیندهای مالی صادرات به دانش‌بنیان‌ها معرفی می‌شود

تولید کالای داخلی مهم است اما اگر نتوانیم این محصولات را به بازار جهانی معرفی کنیم نیمی از راه را نرفته‌ایم و زنجیره فروش این محصولات تکمیل نمی‌شود. برگزاری رویدادی فناورانه با حمایت مرکز تعاملات بین‌المللی علم و فناوری معاونت علمی و فناوری کمکی به دانش‌بنیان‌ها است تا مسیر درست صادرات را بشناسند.

این روزها حضور دانش‌بنیان‌های ایرانی در بازار پرتالهاب جهانی کمی سخت و زمان‌بر است، اما با برگزاری رویدادی فناورانه با حمایت مرکز تعاملات بین‌المللی علم و فناوری معاونت علمی و فناوری به این شرکت‌ها کمک می‌کند تا برای صادرات محصولات و واردات تجهیزات موردنیاز باید و نبایدهای بازار جهانی را بشناسند.



دریچه

تغییرات مهم در دیجی کالا

آغاز مبارزه سنگین‌وزن‌ها در بازار خرده‌فروشی آنلاین ایران

دیجی کالا روزانه حدود ۳۰۰ هزار محصول را پردازش می‌کند اما چگونه می‌تواند این رقم را به شکل انفجاری افزایش دهد؟ یک راه‌حل، ارسال مستقیم کالا از طریق فروشنده برای خریدار است. به این شکل دیگر نیاز نیست فروشنندگان محصول را برای دیجی کالا ارسال کنند تا دیجی کالا نیز سپس محصول را برای خریدار بفرستد. «حامد نواب تهرانی»، مدیر بازرگانی دیجی کالا که مسئولیت مارکت پلیس را برعهده دارد، در گفت‌وگو با دیجیاتو اعلام می‌کند این قابلیت به شکل آزمایشی در تابستان برای ۲۰۰ فروشنده فعال می‌شود.

نکته مهمی که اینجا باید به آن توجه کنیم این است که این تغییر قطعا مهم‌ترین تغییر جهت دیجی کالا پس از ارائه مارکت پلیس برای فعالیت فروشنندگان است. در آن زمان، تصمیم به فعال‌سازی مارکت پلیس رشدی انفجاری را در تنوع محصولی به همراه داشت و حالا این تغییر هم می‌تواند رشد انفجاری فروش را به همراه داشته باشد، چراکه دیگر گلوگاهی به نام تاخیر در زمان ارسال، دست‌کم در قالب چند روز تا یک هفته و حتی بیشتر، در بسیاری از موارد وجود نخواهد داشت.

اما نکته مهم‌تر اینجاست که از ابتدای سال ۹۹، چند پلتفرم اعلام کرده‌اند که می‌خواهند فروش On-Demand را فعال کرده و ارتباط بین فروشنندگان سنتی و میلیون‌ها کاربر خود را ایجاد کنند. مشخصا برندهای «سنپ فود»، «شپیور»، «بازلیا» (بامن شاپ) و البته «دیوار» با «دیوار فروشگاه‌ها» همین هدف را دنبال می‌کنند.

تصور کنید می‌خواهید محصول نه چندان گرانی را اینترنتی بخرید و مایل هستید در همان روز آن را دریافت کنید. اینجا آیا انتخاب شما دیجی‌کالا است یا یکی از پلتفرم‌هایی که با همان سرعت می‌توانند محصول را به شما برسانند؟

با همین نتیجه‌گیری به سادگی می‌توان دریافت که دیجی کالا برای حفظ برتری‌اش به این تغییر مهم نیاز داشت. این تغییر، همان ارسال مستقیم کالا توسط فروشنده و از بین بردن یک گلوگاه زمان‌بر است، اما آیا دلیل این تغییر جهت از سوی دیجی کالا، احساس خطر به دلیل هجوم همه‌جانبه چند پلتفرم بزرگ به بازار خرده‌فروشی آنلاین بوده است؟ نواب تهرانی، مدیر بازرگانی و مسئول مارکت پلیس دیجی کالا، در پاسخ به این سوال به دیجیاتو می‌گوید:

«به هیچ وجه بحث احساس خطر مطرح نبود. ما از یک سال پیش در حال برنامه‌ریزی برای این موضوع بودیم. از همان زمان تحقیق در این رابطه و طراحی فرآیندهای کار را آغاز کردیم. هدف اصلی ما هم این است که بتوانیم کل کسب‌وکار دیجی کالا را اسکیل‌آپ کنیم، نه اینکه صرفا بخواهیم با دیگران رقابت کنیم. واقعیت هم این است که توسعه فرآیندها، به هیچ وجه ساده نبوده و این کار در حد یک انقلاب در دیجی‌کالا است؛ در حد انقلابی که خود مارکت پلیس برای دیجی کالا ایجاد کرد.»

او اعلام می‌کند که دیجی کالا تا پایان تابستان دسترسی پلتفرم «Ship By Seller» را به شکل آزمایشی به ۲۰۰ فروشنده خواهد داد و پس از آن دوره، زمان فعال‌سازی گسترده این قابلیت از راه می‌رسد. او در پاسخ به این سوال که در زمان فعال‌سازی گسترده، چه فروشنده‌گانی به این قابلیت دسترسی پیدا خواهند کرد، می‌گوید: «اسکیل‌آپ ما تقریبا به این معناست که تقریبا همه فروشنندگان به این قابلیت دسترسی پیدا می‌کنند، به شرطی که حداقل‌های استانداردهای عملکردی و عملیاتی را داشته باشند.»



از میان ابرها تا فضا؛ آمازون AWS از راه‌اندازی

معماری‌های سیستم فضایی کمک می‌کند و در زمین و مدار پردازش می‌کنند را راه‌اندازی Crosier در بیانیه‌ای اعلام کرده: «ما در هیجان‌انگیزترین زمان پس از مأموریت گسترده‌ای که AWS طی یک دهه گذشته در بخش جدید برای ادامه این دگرگونی در صنعت ایالات متحده آمریکا علاوه بر ایجاد شاخه زمین‌مأموریت‌های فضایی نیز همکاری می‌اولین بار توسط راکت شرکت تحت مدیریت

سرویس‌های وب آمازون (AWS) اخبار اعلام کرده که بخش تجاری جدیدی را راه‌اندازی می‌کند که مخصوص صنعت هوافضا و ماهواره در سطح جهانی است. به گزارش دیجیاتو به نقل از ZDNet، راه‌اندازی این بخش، در آمد این شرکت غول‌پیکر در زمینه رایانش ابری را افزایش می‌دهد چراکه سازمان‌های بخش‌های خصوصی و دولتی بیشتری در آینده مأموریت‌های فضایی انجام خواهند دارد.

بخش جدید در آمازون توسط ژنرال بازنشسته نیروی هوایی ایالات متحده آمریکا، «Clint Crosier» مدیریت می‌شود. تلاش‌های Crosier باعث ایجاد جدیدترین شاخه نیروی هوایی، یعنی نیروی فضایی ایالات متحده آمریکا شد. آمازون اعلام کرده علاوه بر تامین سرویس‌های ابری، بخش جدید به سازمان‌ها برای ساخت

مرکز «مصلحه و ارجاع به داوری» فعالیت خود را برای شرکت‌های دانش‌بنیان آغاز کرد

روندهای حقوقی گاهی پرهزینه و طولانی هستند. در همین راستا معاونت علمی و فناوری ریاست‌جمهوری برای آنکه این هزینه به شرکت‌های دانش‌بنیان تحمیل نشود، یک مرکز مصالحه

و داوری تاسیس کرده است. شرکت‌های سیموزیوم تجربیات و دستاوردهای جدید محققان برجسته دنیا به اشتراک گذاشته می‌شود. محققان با حضور در آن خود را به‌روز می‌کنند و با پیشرفت‌ها و تحولات این حوزه آشنا می‌شوند. همچنین فرصتی برای ایده‌پردازی در انجام فعالیت‌های تحقیقاتی است. چهارمین سیموزیوم تازه‌های نقشه‌برداری مغز ایران ۱۱ و ۱۲ تیرماه توسط آزمایشگاه نقشه‌برداری مغز برگزار می‌شود. این آزمایشگاه با هدف پاسخگویی بخشی از نیازهای پژوهشی و فناوری کشور در زمینه ایجاد زیرساخت تصویربرداری و تحریک مغزی برای تحقیقات شناختی و ارائه خدمات دانش‌بنیان در حوزه علوم و فناوری‌های شناختی و نقشه‌برداری مغز با حمایت معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری راه‌اندازی شده است.



بخشی از هزینه آن را پوشش می‌دهد. علاقه‌مندان می‌توانند برای کسب اطلاعات بیشتر به سایت خدمات مرکز شرکت‌های دانش‌بنیان معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری مراجعه کنند.

به توجّه به اینکه بیشتر شرکت‌ها، تمایل بیشتری به حل اختلاف از طریق صلح و سازش و یا داوری دارند، این مرکز می‌تواند خدمات قابل توجهی به شرکت‌های دانش‌بنیان ارائه دهد. شرکت‌های

آخرین دستاوردهای نقشه‌برداری مغز ارائه می‌شود

چهارمین سیموزیوم تازه‌های نقشه‌برداری مغز ایران از روز گذشته کار خود آغاز کرد و به مدت دو روز ادامه دارد. در این رویداد با حضور اساتید و متخصصان برجسته آخرین دستاوردها و اطلاعات به روز حوزه نقشه‌برداری

مغز ارائه می‌شود. محمدرضا آی رئیس این سیموزیوم گفت: براساس برنامه‌ریزی‌ها قرار بود این سیموزیوم در اردیبهشت ماه برگزار شود اما شیوع کرونا برگزاری آن را با تاخیر مواجه کرد. با توجه به اینکه مشکل کرونا حل نشد بنابراین تصمیم گرفتیم این رویداد را مجازی برگزار کنیم تا همه فعالان این حوزه از این فرصت بهره‌مند شوند. آی ادامه داد: ۷۰۰ نفر برای حضور در این رویداد ثبت نام کردند که دستاورد خوبی است و نشان می‌دهد توانستیم تهدید کرونا را به فرصت تبدیل کنیم. بر این اساس در این دو روز برنامه نزدیک به ۱۰ سخنران برجسته داخلی و خارجی درباره به‌روزترین موضوعات نقشه‌برداری مغز سخنرانی می‌کنند و در کنار آن پنل‌های تخصصی نیز برگزار می‌شود. موضوعات نیز به گونه‌ای انتخاب شده است تا تمام حوزه‌های مرتبط با نقشه‌برداری مغز را پوشش



دهد. آزمایشگاه ملی نقشه‌برداری مغز به عنوان یک مرکز ارتباط محققان رشته‌های گوناگون عمل می‌کند و این تنوع موضوعات در سیموزیوم نیز با این هدف همخوانی دارد. رئیس آزمایشگاه ملی نقشه‌برداری مغز همچنین بیان کرد: با برگزاری این سیموزیوم تجربیات و دستاوردهای جدید محققان برجسته دنیا به اشتراک گذاشته می‌شود. محققان با حضور در آن خود را به‌روز می‌کنند و با پیشرفت‌ها و تحولات این حوزه آشنا می‌شوند. همچنین فرصتی برای ایده‌پردازی در انجام فعالیت‌های تحقیقاتی است. چهارمین سیموزیوم تازه‌های نقشه‌برداری مغز ایران ۱۱ و ۱۲ تیرماه توسط آزمایشگاه نقشه‌برداری مغز برگزار می‌شود. این آزمایشگاه با هدف پاسخگویی بخشی از نیازهای پژوهشی و فناوری کشور در زمینه ایجاد زیرساخت تصویربرداری و تحریک مغزی برای تحقیقات شناختی و ارائه خدمات دانش‌بنیان در حوزه علوم و فناوری‌های شناختی و نقشه‌برداری مغز با حمایت معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری راه‌اندازی شده است.

ارجاعات بین‌المللی به مقالات علمی کشور ۲ رتبه بهبود یافت

بهبود دو رتبه‌ای ارجاعات به مقالات علمی کشورمان موضوعی است که پایگاه سایمگو از آن خبر داده است. براساس این گزارش، ایران در سال ۲۰۱۹ با کسب رتبه ۱۵ ارجاعات مقالات علمی در جایگاه بالاتری از کشورهایمانند برزیل، روسیه و ترکیه قرار گرفت. این شاخص که تابعی است از رتبه کشورها در تعداد مقالات منتشر شده، ایران را در رتبه ۱۵ جهان قرار داد. جایگاهی که با دو رتبه بهبود نصیب ایران شد. این در حالی است که در سال ۲۰۱۸ ایران در شاخص ارجاع به مقالات علمی در جایگاه ۱۷ جهان ایستاده بود. آمریکا در این شاخص بین‌المللی همچنان جایگاه نخست دنیا را برای خود حفظ کرده است. اما پیش‌بینی‌ها از این حکایت دارد که چین با توجه به پیشی گرفتن از آمریکا در تولید مقالات علمی در این شاخص هم از آمریکا سبقت بگیرد چون این شاخص تابعی است از رتبه کشورها در تعداد مقالات منتشر شده بین‌المللی. هر چند که هنوز هم از نظر ارجاع به مقالات علمی آمریکا فاصله معناداری با چین دارد.



یادداشت

ستاری: دانش بومی مسائل استان‌ها را رفع می‌کند

موضوع مسئولیت ما را سنگین می‌کند. وی توسعه پارک علم و فناوری در استان را واجب دانست و گفت پارک باید یک نرم‌افزار باشد بر سخت‌افزار موجود در کشور تا آن را متحول کند. این دیدگاه ما در معاونت علمی است. مهمتر از مفهوم فیزیکی پارک، مفهوم نرم‌افزاری آن است. هر جوان خلاق و نوآوری در استان باید از خدمات و امکانات پارک بهره‌مند شود. معاونت علمی نیز در این مسیر و برای توسعه پارک و زیرساخت‌های حمایت‌های لازم را انجام می‌دهد.

حمایتی همه‌جانبه از شرکت‌های نوآور و استارت‌آپ‌ها

همچنین ارسال نزار، استاندار گیلان در این نشست بیان کرد: در ایام شیوع کرونا و در کنار تأکیدی که به مردم برای در خانه ماندن و رعایت فاصله‌گذاری اجتماعی داشتیم؛ شرکت‌های دانش‌بنیان بودند که در بخش تولید محصولات بهداشتی و دارویی همچون کیت‌های تشخیصی، ملزومات مراقبت‌های فردی، اقلام آزمایشگاهی یا دستگاه تنفسی وارد عمل شدند. شماری دیگر از این شرکت‌ها نیز با فراهم آوردن زمینه تأمین مایحتاج مردم از طریق فضای مجازی، مسئولان را در مدیریت کرونا یاری و در عین حال به حفظ سلامت شهروندان کمک کردند.

استاندار گیلان یکی از جهت‌گیری‌های اصلی دولت را حمایت از شرکت‌های دانش‌بنیان دانست و کمک به آنها و بسترسازی برای حضورشان در بازارهای داخلی و خارجی را دارای اهمیت فراوانی خواند و گفت: از ابتدای سال جاری به همه دستگاه‌های اجرایی استان ابلاغ کرده‌ام که از نخبگان، شرکت‌های نوآور و استارت‌آپ‌ها حمایتی همه‌جانبه شود.

زارع در ادامه افزود: در همین راستا به دستگاه‌های اجرایی ابلاغ شد که کالاها و خدمات موردنیاز خود را ترجیحاً از شرکت‌های دانش‌بنیان و واحدهای فناور خریداری کنند و در حمایت‌های تسهیلاتی نیز در اولویت باشند.

وی با اشاره به روند افزایشی تعداد شرکت‌های دانش‌بنیان استان طی سال‌های اخیر، کسب جایگاه دوم گیلان پس از استان تهران در تولید اپلیکیشن و گیم، افتتاح مرکز نوآوری صنایع خلاق به عنوان یک ظرفیت مناسب برای توسعه نوآوری در موضوعاتی همچون گردشگری، صنایع دستی، گیاهان دارویی، تولید محتوای الکترونیکی توسط نیروهای متخصص جوان و خلاق دانست که این داشته‌ها گویای وجود ظرفیت‌های بالای استان گیلان در حوزه فناوری دانش‌بنیان است که حمایت‌های ملی را بیش از گذشته می‌طلبد.

زارع با بیان اینکه توسعه فیزیکی و محیطی مناسب برای اجرای اقدامات فناورانه در گیلان با نگاه مثبت و همراهی معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری روندی مناسب دارد، گفت: لازم است نمونه‌های دیگری از واحدهای راکد و نیمه راکد در استان به این امر اختصاص داده شود.

در این جلسه تفاهم‌نامه ایجاد کارخانه نوآوری در استان میان معاون هماهنگی امور اقتصادی استاندار گیلان، رئیس پارک علم و فناوری استان، رئیس مرکز توسعه فناوری‌های راهبردی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، نماینده مجری طرح ایجاد کارخانه و نماینده صندوق نوآوری امضا شد.

ارسال نزار استاندار گیلان، جمعی از نمایندگان گیلان در مجلس شورای اسلامی و فعالان حوزه فناوری استان در این جلسه حضور داشتند.

سورنا ستاری، معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری در سفر خود به استان گیلان به چهارمین جلسه اقتصاد مقاومتی این استان رفت. ستاری در این جلسه بر حل مشکلات هر استان به صورت درون‌زا تأکید کرد.

معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری در این جلسه گفت: برای حرکت به سوی اقتصاد دانش‌بنیان باید مفاهیمی را اصلاح کنیم. توسعه یکی از آن مفاهیم است. توسعه در اقتصاد امری درون‌زا است. در هر استانی توسعه و پیشرفت از داخل آن رخ می‌دهد. هیچ غول چراغ جادویی وجود ندارد که با یک حرکت مشکلات را حل کند. بلکه مشکلات و مسائل گوناگون با اتکا به نیروی انسانی خلاق و نوآور که پایه اقتصاد دانش‌بنیان هستند رفع شود.

ستاری با اشاره به ظرفیت بالای نیروی انسانی در کشور، بیان کرد: برخی شاخص‌های نیروی انسانی رتبه‌های دوم و سوم دنیا به ایران تعلق دارد، اما چرا نمی‌توانیم از این ظرفیت استفاده کنیم. بخشی از این موضوع به فرهنگ و تفکر ما بازمی‌گردد.

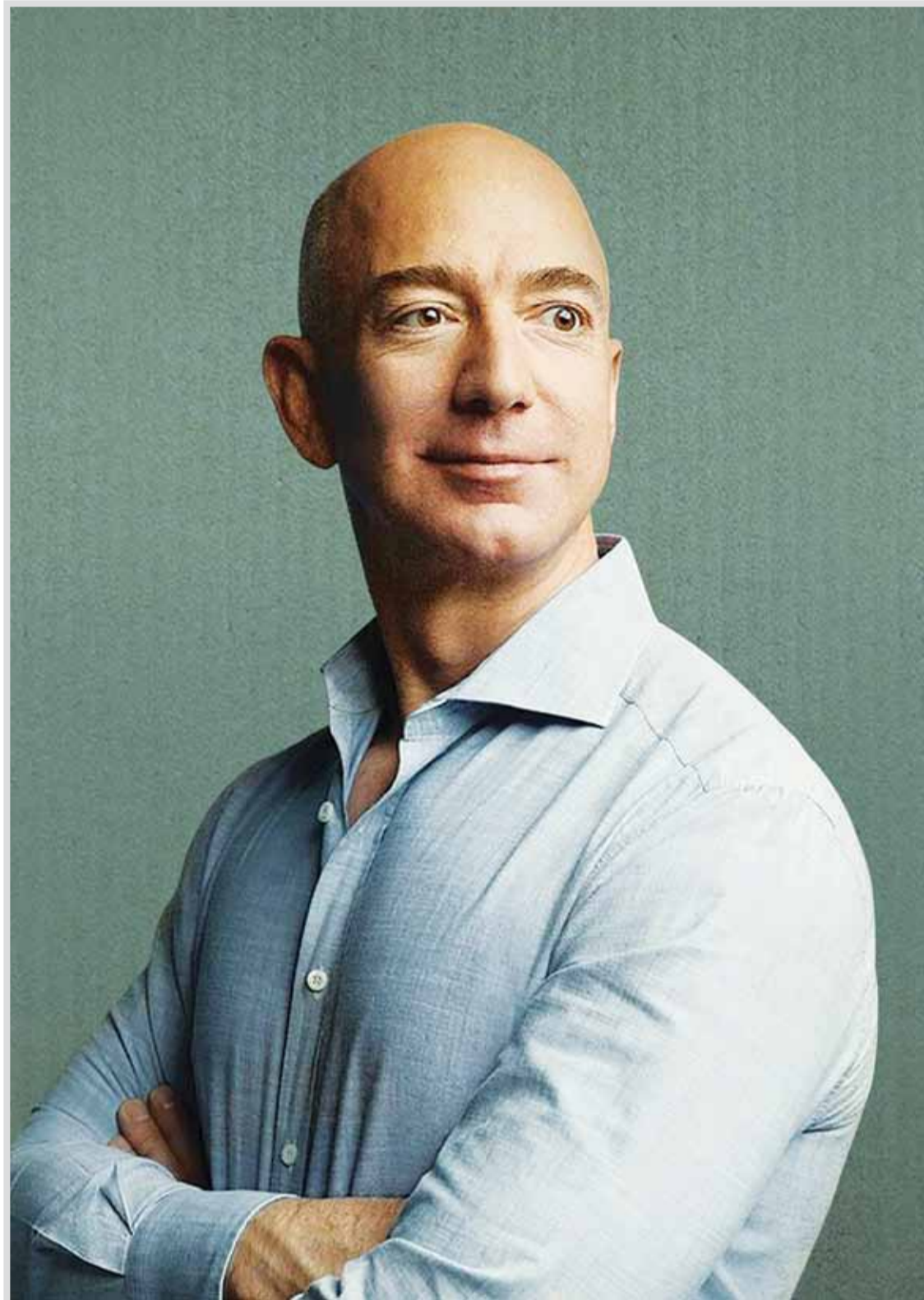
معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری همچنین گفت: نگاهی به تاریخ کشور نشان می‌دهد، هیچ زمانی تا امروز به این میزان هزینه آموزش و پژوهش نشده است. مگر در زمان ابوعلی سینا یا خوارزمی نیز تا این میزان هزینه صرف آموزش می‌شد؟ پس باید تفکرمان را تغییر دهیم. دلیل آموزش و پژوهش حل مشکلات مردم است. دانشگاه‌ها راه‌اندازی می‌شوند تا پس از مدتی ارزش افزوده برای جامعه ایجاد کنند. دانشجویان در هر استانی باید پس از فارغ‌التحصیل شدن اثرات مثبتی در جامعه و زندگی مردم داشته باشند.

پول نفت نوآوری و ابتکار نسل جوان را از بین می‌برد

رئیس ستاد فرهنگ‌سازی اقتصاد دانش‌بنیان با بیان اینکه دانشگاه‌ها در هر استان وظیفه حل مسائل آن استان را برعهده دارند، افزود: دانش بومی مسائل هر استان را رفع می‌کند و این بومی‌سازی نیز در مراکز نوآوری، پارک‌های علم و فناوری، شرکت‌های دانش‌بنیان رخ می‌دهد. نگاهی به تاریخ نشان می‌دهد که در مسیر حرکت اشتباهاتی داشتیم. یکی از بزرگ‌ترین این اشتباهات تکیه به پول نفت بود. ثروتی که بسیاری از ساختارهای فکری ما مانند ارزش‌آفرینی و کارآفرینی را از بین برد. نوآوری و ابتکار نسل جوان با این تفکر از بین می‌رود.

معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری ادامه داد: در هر استان باید نگاه به نفت را از بین برد. باید به راه‌اندازی و ایجاد زیست بوم متکی بر نیروی انسانی اتکا کرد. شکل‌گیری آن نیاز به حمایت دارد و دولت برای کمک وارد عمل می‌شود. البته دولت باید در زیرساخت‌های تجاری‌سازی وارد شود نه اینکه آن را انجام دهد. در حوزه تجاری‌سازی باید دقت کرد که سرمایه‌گذاری بخش خصوصی را نیاز دارد. پس محصول حاصل سرمایه‌گذاری بخش خصوصی روی پژوهش است. در این صورت زیست بومی در حال رشد خواهیم داشت. دولت‌ها وظیفه سرمایه‌گذاری روی پژوهش‌های پایه و زیرساخت‌های آن را دارند.

معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری در این نشست گفت: در محیطی برای رشد شرکت‌های فناور و دانش‌بنیان فراهم شود. در گیلان نیز شرکت‌های فوق‌العاده‌ای با نیروی‌های جوان و باانگیزه مسئول‌فعا هستند که افتخاری برای این استان است. پس خود استان باید حرکت به سمت دانشگاه‌های نسل سومی و توسعه زیست بوم فناوری و نوآوری را رقم بزند. مفاهیم در زیست بوم فناوری و نوآوری مشترک شده است و فعالان در آن یک حرف می‌زنند. این



اندازی سرویس هوافضا و ماهواره خبر داد

فضای بین‌المللی شدند. سازمان فضایی آمریکا با شرکت‌های خصوصی دیگری مانند «پروجرین گلکتیک» نیز همکاری می‌کند.

آمازون در زمان اعلام راه‌اندازی بخش جدید، به پروژه «آرتمیس» اشاره کرد. طی این برنامه فضایی، ناسا برای اولین بار یک زن را در سال ۲۰۲۴ روانه ماه می‌کند. AWS همچنین در بیانیه خود به آمادگی چندین شرکت برای راه‌اندازی هزاران ماهواره در پنج سال آینده خبر داده که همین موضوع یکی از دلایل ورود آن به این بخش از بازار است. دو سال پیش AWS ایستگاه زمینی خود را راه‌اندازی کرد. این سرویس امکان انجام کارهای فضایی را برای دارندگان ماهواره‌ها و همچنین اپراتورها فراهم می‌کند. این سرویس هم‌اکنون توسط آزمایشگاه پیش‌رانش جت (JPL) ناسا مورد استفاده قرار می‌گیرد.

مهمترین سرویس‌های جدیدی که اطلاعات را خواهد کرد.

ت‌های آپولو قرار داریم. من نظاره‌گر تغییرات صنعت IT ایجاد کرده، بودم. من از پیوستن افتخار می‌کنم.»

به نیروی فضایی، با شرکت‌های خصوصی در کند. برای مثال اخیراً فضانوردان ناسا برای ایلان ماسک، اسپیس ایکس روانه ایستگاه

رفع یک نیاز؛ صنایع کشور به چیلرهای ایران ساخت تجهیز شد

کشورها وارد می‌شد، ولی دستگاه‌های تولیدی این شرکت جایگزین محصولات خارجی شد و تمامی خواسته‌های مشتریان را تامین کرد.

چیلرهای صنعتی برای خنک‌سازی انواع دستگاه‌ها مانند تیوپ‌های دستگاه‌های لیزر برش حکاکی و پزشکی، دستگاه‌های لیزر برش حکاکی و پزشکی، دستگاه‌های سی‌ان‌سی، خنک کردن پوست دستگاه‌های پزشکی و ... به کار می‌رود. دستگاه‌های تست محیطی هم برای تست هر محصول یا قطعه تولید شده یا کارهای آزمایشگاهی و تحقیقاتی مورد استفاده قرار می‌گیرد. این محصولات دارای یک محفظه هستند که به کمک آن دما و رطوبت داخل دستگاه توسط کاربر تعیین می‌شود. به گفته شهایی، دستگاه‌های این شرکت سال گذشته به بالاترین گستره دمایی یعنی از منفی ۷۰ درجه تا مثبت ۲۰۰ درجه رسیده است.



وی همچنین بیان کرد: در تلاش برای صادرات محصولاتمان هستیم اما این کار به تامین منابع مالی زیادی نیاز دارد که هنوز در اختیار نداریم.

چیلرهای صنعتی که برای خنک کردن انواع تیوپ دستگاه‌های لیزر برش حکاکی و پزشکی، دستگاه‌های سی‌ان‌سی، پوست دستگاه‌های پزشکی به کار می‌رود با تلاش دانش‌بنیانی بومی‌سازی شد؛ دستگاه‌هایی که پیش از این با هزینه زیادی از دیگر کشورها خریداری می‌شد و ارزشی بالایی داشت.

شرکت دانش‌بنیان مهندسی شهاب آزما رایان برای تولید انواع دستگاه‌های آزمایشگاهی به میدان اقتصادی کشور آمد و در دو سال گذشته بر روی سیستم‌های برودتی خاص و پیشرفته تمرکز کرده است. سجاد شهایی مدیرعامل این شرکت دانش‌بنیان، درباره تولیدات این شرکت گفت: بیشترین دستگاه‌هایی که ما در حال حاضر تولید می‌کنیم، دستگاه‌های تست شرایط محیطی، چیلرهای صنعتی و کولرهای تابلویی و دستگاهی است. البته کولرهای تابلویی هنوز در مرحله نهایی‌سازی قرار دارد. به گفته وی، پیش از این تمامی محصولات تولیدی شرکت از دیگر

تویوتا بار دیگر عنوان ارزشمندترین خودروساز جهان را کسب کرد

مقام بعدی متعلق به شرکت‌های فورد و هوندا است که درمقایسه با سال ۲۰۱۹، به ترتیب ۱۰ درصد و ۱۵ درصد افت قیمت داشته‌اند.

در مطالعه‌ای که برندی روی ۱۰ شرکت خودروسازی انجام داده است، شرکت تسلا تنها برندی است که ارزشش اسماً بیشتر شده که با ۲۲ درصد افزایش، به ۳۵/۱۱ میلیارد دلار رسیده است، اما رشدش به اندازه‌ای نبود که جزو ۱۰ برند باارزش دنیا قرار گیرد. محققان شرکت کنتار معتقدند، خودروسازانی که روی تولید فناوری‌های جدید و خودروهای برقی تمرکز کرده‌اند، با افزایش قیمت مواجه خواهند شد. همچنین، شرکت‌هایی که در برابر فناوری‌های نوین تغییرپذیر نیستند، مانند الان ارزششان افت خواهد کرد.



گفتنی است از میان ۱۰ خودروساز گران‌قیمت دنیا، نیسان بیشترین نزول را داشته که با ۱۸ درصد کاهش، ارزشش ۶۶/۸ میلیارد دلار است. هوندا، آئودی و بی‌ام‌وی نیز به ترتیب ۱۵ درصد، ۱۴ درصد و ۱۲ درصد کاهش قیمت داشته‌اند.

ارزش برندهای خودرو در سال‌های اخیر افت داشته است. اسماً تسلا که به ساخت خودروهای برقی و نوین مشهور است، تنها خودروسازی بود که ارزشش افزایش یافته است. به گزارش زومیت، موسسه تحقیقاتی برندی (BrandZ)، ریزنظر مجموعه جهانی کنتار (Kantar)، به‌تازگی فهرستی از ۱۰۰ برند برتر جهان منتشر کرده است که در آن، نام سه خودروساز دیده می‌شود. طبق اعلام این شرکت، از سال ۲۰۰۸ ارزش برندهای خودروسازی در حال کاهش است و این روند همچنان ادامه دارد. تسلا تنها نمونه‌ای است که ارزشش اسماً در مقایسه با گذشته بیشتر شده است. برند ژاپنی تویوتا مانند سال‌های گذشته با ارزش‌ترین برند خودروساز جهان است که در فهرست برندی، جایگاه چهارم و هشتم را کسب کرده است؛ هر چند در مقایسه با سال ۲۰۱۹، سه درصد از ارزشش کم شده است. مرسدس بنز و بی‌ام‌وی جایگاه‌های دوم و سوم میان برندهای خودرو دارند که در این فهرست، به ترتیب رتبه ۵۶ و ۶۱ را به دست آورده‌اند. ارزش مرسدس ۹ درصد و بی‌ام‌وی ۱۲ درصد افت داشته است. دو

ایستگاه بازاریابی

۱۲ کانال پادکست برتر در زمینه فروش

به قلم: جری دتویلر

مترجم: امیر آل علی

آیا بخشی مهم‌تر از فروش برای کسب و کارهای مختلف وجود دارد؟ بدون شک پاسخ منفی بوده و تمامی تلاش‌ها در راستای این هدف انجام می‌شود، با این حال تا چه اندازه اطلاعات شما در رابطه با این بخش حیاتی کامل و به‌روز است؟ بدون شک به عنوان یک مدیر، شما با محدودیت زمان زیادی مواجه بوده و این امر باعث زمینه کاهش نرخ مطالعه را به همراه خواهد داشت. با این حال با استفاده از پادکست‌ها شما می‌توانید از زمان‌های مرده خود در طول روز استفاده کرده و این مشکل را به راحتی برطرف کنید. نکته جالب در رابطه با زمان‌های مرده این است که طی تحقیقات هر فردی در طول روز حدوداً دو ساعت زمان مرده در اختیار دارد که بدون شک برای به‌روز نگه داشتن اطلاعات، کاملاً مناسب خواهد بود. در این راستا به بررسی ۱۲ کانال پادکست برتر حال حاضر جهان در رابطه با موضوع فروش، خواهیم پرداخت.

Bowery Capital Startup Sales Podcast-۱

این کانال بر پایه تولید پادکست‌های مصاحبه‌ای ایجاد شده و در هر قسمت یکی از کارشناس‌ها و کارآفرین‌های مطرح، دعوت می‌شود تا در رابطه با یک موضوع به صورت تخصصی صحبت کنند. تنوع بسیار بالای مطالب در کنار استفاده از افراد متخصص، باعث شده است تا گوش دادن به این پادکست‌ها از ارزش بسیار بالایی برخوردار باشد. نکته‌ای که باید به آن توجه داشته باشید این است که برخی از مسائل در ظاهر به فروش ارتباطی ندارند، با این حال با نگاهی همه‌جانبه، متوجه این امر خواهید شد که حتی در صورت غیرمستقیم بودن ارتباط، عملاً همه‌چیز با این هدف مهم گره خورده است.

BYB Growth-۲

بدون شک میحث BYB بسیار گسترده بوده و صحبت‌کردن در رابطه با این شیوه کسب و کار، با توجه به این امر که مورد استفاده بسیاری از برندها از سراسر جهان قرار دارد، کاملاً الزامی خواهد بود. سبک کاری آنها نیز به این صورت است که در هر قسمت، یکی از مدیران برندهایی که از این شیوه استفاده می‌کنند را دعوت کرده و در رابطه با تجربیات آنها صحبت می‌کنند.

Accelerate Your Business Growth-۳

هر چیزی که باعث رشد یک کسب و کار شود، مورد توجه این کانال قرار گرفته شده است. نکته جالب این است که بخشی از این کانال به پرسش‌های منتخب شنوندگان اختصاص دارد که می‌تواند برخی از آنها از جمله دغدغه‌های شما نیز محسوب شود. درواقع این کانال صرفاً بر روی مصاحبه متکی نیست.

Sales Evangelist-۴

دونالد کلی موسس این کانال که از جمله مربیان مطرح حوزه کسب و کار محسوب می‌شود، یک شعار بسیار جالب دارد. به نظر او هر چیزی که ارزشمند است باید به اشتراک گذاشته شود. در این رابطه وی تلاش کرده است تا دلیل اصلی موفقیت مدیران و کسب و کارهای مختلف را گردآوری و در همگان قرار دهد. نکته جالب این است که وی تنها به مدیران باتجربه و مطرح توجهی نداشته و در مصاحبه‌های خود حتی جوان‌ترین کارآفرین‌ها و افرادی که در مسیر رشد قرار دارند را نیز به مصاحبه دعوت کرده است. همین امر نیز باعث شده است تا طیف وسیعی از افراد بتوانند به راحتی با هر پادکست ارتباط برقرار کنند.

Liz on Biz-۵

زندگی یک کارآفرین تنها به بخش تجاری محدود نشده و در صورتی که تعادل لازم میان کار و زندگی شخصی وجود نداشته باشد، هیچ دستاوردی ارزشمند نخواهد بود. در کنار این موضوع مهم، توجه به تولید محتوا در عصر حاضر جزو الزامات محسوب می‌شود. این دو حوزه، تمام اقدامی است که لیزا ترزا تلاش کرده است تا در کانال خود بر روی آن تمرکز داشته باشد. در نهایت با توجه به این امر که موسس این کانال یک خانم است توجه ویژه‌ای به کسب و کار بانوان نیز شده است.

The Marketing Book Podcast-۶

آیا تاکنون به این موضوع فکر کرده‌اید که چند کتاب در زمینه کسب و کار و تجارت وجود دارد؟ بدون شک تعداد آنها بسیار زیاد بوده و مطالعه تمام آنها حتی از عمر انسان نیز فراتر خواهد رفت. به همین خاطر نیز همه افراد تلاش دارند تا بهترین‌های هر سال را مورد توجه خود قرار دهند. با این حال سوال مهم این است که چگونه می‌توان در طول یک سال، تعداد کتاب به مراتب بیشتری را مطالعه کنیم. در این رابطه گوش دادن به خلاصه آنها، یک راهکار بسیار خوب محسوب می‌شود که کانال فوق، به خوبی تا به امروز در این زمینه فعالیت کرده است. خلاصه کردن حرفه‌ای در کنار نحوه روایت آنها، باعث شده است تا این کانال به طرفداران بسیار وفاداری داشته باشد.

AMBA Podcast-۷

در زمینه فروش اینترنتی، بسیاری از مدیران با مشکلات جدی مواجه هستند. بدون شک گوش دادن به تجربه فردی که خود با تمامی این مشکلات مواجه شده و راهکارهای جالبی را پیدا کرده است، برای هر فردی ارزشمند خواهد بود و باعث می‌شود تا دیگر نیازی به طی شدن فرآیند پیدا کردن پاسخ نباشد. همچنین در این سایت انواع راهکارها برای فروش بیشتر در فروشگاه‌های آنلاین نظیر آمازون، معرفی می‌شود.

Success Unfiltered-۸

بدون شک موفقیت به طرز فکر هر فرد بستگی دارد. درواقع یک ذهن برنده است که در نهایت باعث خلق شگفتی‌ها خواهد شد. در این رابطه میشل وینتیش تلاش کرده است تا ذهنیت افراد را به سمت موفقیت تغییر دهد. در کنار این اقدام، بررسی داستان موفقیت کارآفرین‌های موفق جهان، از دیگر بخش‌های پرطرفدار محسوب می‌شود. نکته جالب این است که در این رابطه تنها به کارآفرین‌های بسیار مشهور بسنده نشده و حتی جدیدترین موارد نیز مورد بررسی قرار می‌گیرد.

In the Arena-۹

مصاحبه با بهترین مشاوران کسب و کار و تحلیل مداوم شرایط بازار جهانی، محور اصلی اقدامات این کانال را تشکیل می‌دهد. نکته مهم این است که موسس آن آنتونی لارینو، خود از جمله نویسندگان و سخنران‌های خبره حوزه کسب و کار محسوب می‌شود.

Growth Everywhere-۱۰

آیا تاکنون به این موضوع فکر کرده‌اید که چگونه می‌توان رشد شخصی خود و تمامی کارمندان شرکت را تضمین کرد؟ اگر در این رابطه با تردیدهایی مواجه هستید، کانال فوق به شما بهترین راهکارها را معرفی خواهد کرد. نکته جالب این است که در بخش پایانی هر بخش به بررسی سوالات و مشکلات ارسال شده از سوی مخاطبین، پاسخ داده می‌شود.

Get WealthFit-۱۱

هر اقدامی که منجر به افزایش سودآوری شرکت شود، مورد توجه این کانال قرار گرفته شده است. با گوش دادن به حتی یکی از پادکست‌ها از وجود این حجم از راهکارهای متنوع، بسیار متعجب خواهید شد. استفاده از نظرات مختلف باعث شده است تا در هر بخش شاهد پیشنهادها کاملاً متفاوتی باشیم.

Sales Babble Podcast-۱۲

بدون شک فرآیند فروش شامل بخش‌های مختلفی می‌شود که بت هلمز در کانال خود تلاش کرده است تا تمامی آنها را مورد توجه خود قرار داده و به راهنمای جامعی برای کارآفرینان تبدیل شود. نمایش پرطرفدارترین قسمت‌ها و خلاصه کردن مباحث، از دیگر دلایل اهمیت این کانال محسوب می‌شود.

منبع: allbusiness.com

تغییرات پیش روی بازاریابی در دوران پس از کرونا



در برخی از کلاس‌های آموزشی را نشدنی تصور کنند. در حالی که کلاس‌ها و کارگاه‌های آنلاین در حال برگزاری هستند که بهتر است در دوران شیوع این ویروس از فرصت‌های آموزش مجازی استفاده بهینه را داشته باشند و دانش و اطلاعات خود را در زمینه بازاریابی و به ویژه بازاریابی در دوران خاصی همچون دوران فعلی افزایش دهند.

دو برگزار می‌بینار هم‌اندیشی

یکی دیگر از کارهایی که می‌توانید انجام دهید این است که از وبینارهای اینترنتی برای هم‌اندیشی با همکاران و کارکنان سایر بخشها استفاده کنید.

سه ادامه دور کاری کارکنان

پایان دوره شیوع کرونا به معنای بازگشت کامل به دوران قبل نیست. بلکه زمانی که این دوران تمام شود با دوران جدیدی که با قبل از شیوع این بیماری تفاوت‌هایی دارد مواجه خواهیم شد بنابراین برای این تغییرات باید آماده باشیم و برنامه‌ریزی‌های دقیقی برای آن تهیه کنیم. یکی از این روش‌ها، ادامه‌دار بودن دور کاری کارکنان است. قطعاً پس از پایان این دوره، همچنان افراد برای حفظ سلامتی خود تلاش می‌کنند در محل‌های عمومی کمتر حضور پیدا کرده و به جای کار کردن در فضاهای مشترک به صورت فردی و دور کاری کار کنند. همچنین از برخی جهات برای مدیران شرکت‌ها و کسب و کارها هم بهتر است که کارکنان آنها به صورت دور کاری کار کنند. حتی این احتمال هست که میزان مشتریان یا ارباب رجوع‌های شما که قبلاً به صورت حضوری برای انجام کار خود

شاید بتوانیم یکی از نقاط مثبت دوران شیوع ویروس کرونا را گسترش بازاریابی اینترنتی و دیجیتالی بدانیم.

بدون شک می‌توانیم این تجربه را یک تجربه عمومی در میان بسیاری از بازاریابان و فروشندگان بدانیم. با اینکه امروزه اکثر حوزه‌ها وارد مرحله یا عصر دیجیتالی شدند ولی اهمیت آن در زمینه بازاریابی بیشتر از سایر حوزه‌هاست. در دوران اوج شیوع کرونا شاهد بودیم که بسیاری از مشاغل به دنبال راه‌اندازی پویش‌های بازاریابی در اینترنت بودند. اکنون همه کسب و کارها می‌دانند که می‌توانند از ظرفیت دنیای دیجیتال در فعالیت خود استفاده کنند و فاصله مکانی نمی‌تواند جلوی فعالیت آنها را بگیرد.

برخی از کسب و کارها به قدری در زمینه بازاریابی دیجیتال در این مدت به خلاقیت‌های فوق‌العاده‌ای دست پیدا کردند و در آن زمینه موفقیت به دست آوردند و مزایای آن را از نزدیک لمس کردند که همچنان تصمیم بر ادامه دادن این نوع بازاریابی دارند. با توجه به تجربه چند ماهه دوران شیوع کرونا به خوبی می‌توان پیش‌بینی کرد که استفاده از بازاریابی دیجیتالی در دوران پس از کرونا بیش از قبل رونق پیدا خواهد کرد و از روش‌های مختلفی برای اجرای آن استفاده خواهد شد که در ادامه به برخی از آنها اشاره خواهیم کرد.

یک ادامه دوره‌های آموزشی

به نظر مشاوره بازاریابی، احتمالاً برخی از بازاریاب‌ها با شیوع کرونا ممکن است شرکت

نحوه تولید محتوا در روزهای کرونایی

انجام‌شده از سوی خود، برای حفظ ایمنی کارمندان و رعایت پروتکل‌های بهداشتی در زمینه بسته‌بندی محصولات و فروش آنها بپردازید.

۲- بر روی فروش در روزهای پساکرونا تمرکز کنید

اکنون زمان سودآوری محسوب نمی‌شود. درواقع تنها برندهایی رشد می‌کنند در زمینه تولید لوازم ضروری زندگی تمرکز دارند. به همین خاطر توصیه می‌شود که در حال حاضر تنها به دنبال افزایش تعداد مخاطبان خود باشید و راهکارهایی را مورد توجه قرار دهید که منجر به ارتقای جایگاه در آینده خواهد شد. برای مثال پیش‌فروش محصولات، یکی از راهکارهای کاربردی محسوب می‌شود. به همین خاطر شما همچنان باید به معرفی و تبلیغ محصولات خود پرداخته و مخاطب خود را قانع کنید که اقدام به پیش‌خرید کنند.

۳- استفاده مجدد از ایمیل مارکتینگ را در دستور کار خود قرار دهید
ممکن است شما نیز از جمله افرادی باشید که تصور می‌کنند که ایمیل مارکتینگ یک روش منسوخ شده محسوب می‌شود. اگرچه این حرف تا حدودی درست است، با این حال در شرایط حال حاضر فضا برای فعالیت مجدد مهیا شده و می‌توان از طریق آن به نتایج قابل توجهی دست پیدا کرد. به همین خاطر نباید این فرصت را که احتمالاً پس از پایان کرونا، از بین خواهد رفت را از دست بدهید.

به قلم: وسلی کریسین کارشناس تولید محتوا

مترجم: امیر آل علی

بدون شک ویروس کرونا باعث شده است تا در بسیاری از بخش‌ها شاهد تغییراتی باشیم، با این حال آیا تاکنون به این موضوع فکر کرده‌اید که این موضوع، چه تغییراتی را بر روی تولید محتوا به همراه داشته است؟ دلیل اهمیت صحبت در رابطه با این موضوع به این خاطر است که در حال حاضر تولید محتوا در صدر تمامی روش‌های بازاریابی قرار دارد. همچنین در شرایط حال حاضر، قرنطینه خانگی باعث افزایش چشمگیر تعداد کاربران و مدت زمان استفاده آنها از این بستر، شده است. در ادامه به پنج تغییری که باید در تولید محتوای خود داشته باشید، خواهیم پرداخت.

۱- نیاز اطلاعاتی مخاطبان خود را مورد توجه قرار دهید

در شرایط حال حاضر مخاطبان تمایل دارند تا از آخرین اخبار مرتبط با کرونا آگاه باشند. در این رابطه مواردی که همراه با ذکر اعداد و ارقام باشد، بیشتر مورد توجه قرار خواهد گرفت. همچنین ضروری است تا به بررسی راهکارهایی بپردازید که باعث کاهش احتمال ابتلا به این بیماری خواهد شد. در کنار این موضوع می‌توانید به اقدامات

۲۵ اشتباهی که افراد موفق ۲ بار تکرار نمی کنند



همه اشتباه می کنند و این بخشی از زندگی است. در حقیقت، از طریق اشتباهات و ناکامی ها است که تجربیات و بینشی به دست می آوریم که به ما امکان می دهد موفق شویم. بعضی افراد برای شان دشوار است اعتراف کنند اشتباه کرده اند. با این حال، افراد موفق متوجه اشتباهات خود می شوند. آن ها از اشتباهات شان درس می گیرند، رشد می کنند و سپس به سمت جلو حرکت می کنند. آن ها می دانند که اگر اشتباه را نادیده بگیرند در یک چرخه منفی می افتند که آن ها را شکست می دهد و این یک شکست واقعی خواهد بود.

به منظور کمک به شما برای اجتناب از شکست، در اینجا ۲۵ اشتباهات بزرگی که افراد موفق ممکن است یک بار، اما نه دو بار مرتکب شوند را معرفی می کنیم:

۱. نادیده گرفتن گزینه خود

گاهی اوقات تنها چیزی منفی را حس می کنیم ولی قادر به توضیح آن نیستیم. اهمیت ندادن به این حس ها بسیار آسان است، شاید به دلیل اینکه ما واقعاً مطمئن نیستیم که آیا باید بر یک حدس به جای منطق عقلانی ذهن خود اعتماد کنیم. اما افراد موفق تنها یک بار این اشتباه را مرتکب می شوند تا متوجه شوند گزینه های خود را نباید نادیده بگیرند. با در نظر گرفتن غرایز، درک عمیقی از آنچه در حال وقوع است خواهید داشت و به شما اطمینان بیشتری می دهد تا تصمیمات تان را بگیرید.

۲. سؤال های کافی نپرسیدن

گاهی اوقات ما از هر جزئیاتی سؤال نمی کنیم زیرا می ترسیم فضول به نظر برسیم، اما زمان هایی وجود دارد که شما باید سؤالات سخت را بپرسید. افراد موفق ممکن است یک بار موفق به انجام این کار نشوند، اما هنگامی که عواقبش را دیدند، از معذب بودن چشم پوشی می کنند و اطمینان حاصل می کنند که آن ها تمام اطلاعات مورد نیاز خود را پرسیده اند.

۳. امن بازی کردن

اگر به طور مداوم در زندگی خود امن بازی می کنید، احتمالاً امیدوار هستید که چون با بقیه پیش می روید پس اشتباهی مرتکب نمی شوید، اما این یکی از بزرگ ترین اشتباهات است، زیرا موفقیت های عظیم فقط به کسانی می رسد که به اندازه کافی شجاع هستند تا به روش خود عمل کنند. افراد موفق ممکن است در ابتدا به خود اجازه این اشتباه را بدهند، اما چیزی در وجودشان، آن ها را به ریسک کردن تشویق می کند. آن ها ترجیح می دهند چیزی جدید را امتحان کنند و شکست بخورند تا اینکه شرایط امن و زندگی خسته کننده داشته باشند.

۴. اعتقاد داشتن به کمال

آسان است برای چیزی که به نظر یک فرصت فوق العاده می رسد امیدوار باشیم. آسان است به کسی که جذبه و جذابیت دارد باور داشته باشیم، اما اگر چیزی برای واقعی بودن بیش از حد خوب است، احتمالاً واقعی نیست. هیچ کس کامل نیست. افراد موفق ممکن است یک بار به این دام بیفتند، اما در آینده مطمئن درگیر کمال گرایی نخواهند شد.

۵. سرزنش کردن دیگران

عدم پذیرش مسئولیت اشتباهات خود و تلاش برای سرزنش دیگران، برای شما و کسانی که در اطراف شما هستند فوق العاده مخرب است. با این حال، این یکی از گرایش های انسانی ماست، چراکه دوست نداریم به نقشی که در شکست داشتیم اعتراف کنیم. افراد موفق مسئولیت

کار خود را می پذیرند و این برای شان احترام می آورد. آن ها مسئولیت اشتباهات خود را برعهده دارند و پس از آن فراتر از اشتباهات شان رشد می کنند.

۶. اجازه دادن به احساسات در تصمیم گیری

احساسات گاهی اوقات سبب می شوند نتوانیم تصمیمات درست و منطقی بگیریم، حتی اگر در ذهن مان تلاش کنیم جلوی تصمیم گیری احساسی را بگیریم اما باز هم احساسات منفی مانند حسادت، تردید و خشم می تواند حتی منطقی ترین افراد را هم آزار خواهد دهد، قضاوت شان را خنثی خواهد کرد و در نتیجه منجر به تصمیم گیری احساسی و نادرست خواهد شد. افراد موفق به خود اجازه نمی دهند بیش از یک بار به این تله بیفتند.

۷. فرسوده شدن

هیچ کس روپاهای خود را بدون کار و استقامت بسیار به دست نمی آورد، اما افراد موفق به سرعت یاد می گیرند که نیاز به تعادل در زندگی دارند. اعتیاد به کار تنها منجر به استرس درازمدت و در نهایت فرسودگی خواهد شد. وقت خود را صرف گرفتن انرژی و استراحت کنید - زمانی که بازگشتید اثراتش را خواهید دید.

۸. میانبر رفتن

در کسب و کار یا در زندگی هیچ گذرهای سریع وجود ندارد. تلاش برای بریدن خط یا پرش به جلو به احتمال زیاد منجر به شکست و یا حداقل نتایج خواهد شد. افراد موفق ممکن سعی کنند یک بار میانبر بروند، اما هنگامی که شکست خوردند، یاد می گیرند که شما نمی توانید خط را دور بزنید.

۹. تلاش برای خوشحال کردن همه

همه ما به دنبال تایید دیگران هستیم و همه ما می خواهیم دوست داشته شویم، اما افراد موفق در اوایل یاد می گیرند که غیرممکن است که بتوانند همه را خوشحال کنند و راضی نگه دارند. هر کس نظری دارد و بعضی از مردم هرگز از شما راضی نخواهند شد. افراد موفق می دانند که تلاش برای خوشحال کردن همه باعث می شود آن ها در کار شان کمتر کارایی داشته باشند. آن ها با تأکید بر اهدافی که روشن کرده اند بر مشتریان اصلی خود تمرکز می کنند.

۱۰. تغییر ندادن ذهن خود

استقامت برای دستیابی به موفقیت بسیار مهم است، اگر خطی بین مصر بودن و داشتن چشم انداز سخت و لجبازی وجود داشته باشد. پایداری به شما در دستیابی به اهداف تان کمک می کند. لجباز بودن و امتناع از تغییر ذهن و ندیدن واقعیت یک وضعیت باعث شکست شما خواهد شد. ممکن است افراد موفق این اشتباه را یک بار مرتکب شوند اما هرگز تکرار نخواهند کرد.

۱۱. تمایل برای موفقیت سریع

به تأخیر انداختن موفقیت برای بسیاری از مردم سخت است. پس از همه، ما در جهانی زندگی می کنیم که انتظار برای چیزی که می خواهیم به نظر مسخره و غیرضروری است. اما دستیابی به اهداف اصلی زندگی، کار سختی است و استقامت می خواهد. افراد موفق، ارزش موفقیت با تأخیر را در اوایل یاد می گیرند و عزم شان برای رسیدن به موفقیت بسیار زیاد است.

۱۲. انجام کاری که شما در مورد آن پرشور نیستید

درست است که حتی افراد موفق هم همه بخش های کار خود را

دوست ندارند، اما قطعاً عمیقاً متعهد و پرشور در مورد اهداف و رویاهای نهایی خود هستند. افراد موفق ممکن است یک بار خود را در یک کار بدون پیشرفت و یا انجام کاری که از آن نفرت داشتند، قرار داده باشند، اما هرگز بازخواهند گشت، مهم نیست که حقوق و دستمزد چقدر باشد.

۱۳. دروغ گفتن

همه ما می دانیم که صداقت بهترین سیاست است، اما گاهی اوقات حتی مردم خوب انتخاب های بدی می کنند. گاهی اوقات افراد موفق این امر را فراموش می کنند، اما آن ها این کار را دوباره انجام نمی دهند، زیرا شهرت خود را با ارزش می دانند و درک می کنند که هیچ قیمتی برای احترام و اعتماد وجود ندارد.

۱۴. تنظیم نکردن مرزها

تعریف مرزها با دیگران به معنای بیان توانایی تان برای نه گفتن و رد کردن زمانی که نیاز می شود است. بدون مرزهای سالم، شما در رحم دیگران هستید و وقت و انرژی خود را صرف کارهایی می کنید که واقعاً نمی خواهید انجام دهید. مردم موفق می دانند که محدودیت های آن ها چیست و مؤدبانه، اما به وضوح به دیگران اطلاع می دهند که این حد کجا است.

۱۵. تلاش برای بودن کسی که نیستید

وسوسه برانگیز است که بخواهید خود را در تصویری قرار دهید که فک می کنید دیگران دوست دارند، اما افراد موفق به سرعت یاد می گیرند زمانی که سعی کنند به عنوان کسی که نیستند باشند، احتمال بد تمام شدنش زیاد است. سعی برای بودن کسی که نیستید، غیرقابل اعتماد و غیرمتعارف است.

۱۶. داشتن ذهنیت قربانی

افراد موفق ممکن است یک بار به دام نقش قربانی بازی کردن بیفتند اما آن ها به سرعت متوجه خواهند شد که داشتن ذهنیت قربانی به معنای رها کردن کنترل برای گرفتن توجه و همدردی از دیگران و اجتناب از مسئولیت است. افراد موفق برای تصورات غلط یا بی انصافی ناله نخواهند کرد. آن ها بر شانس غلبه می کنند.

۱۷. قول بیش از حد و تحویل باکیفیت کم

یکی از قوانین طلایی برای هر کسب و کار این است که کم قول بدهید و بیشتر از انتظار تحویل دهید. به این ترتیب شما همیشه بیش از انتظار مشتری عمل کرده اید، اما حتی افراد موفق نیز در یک نقطه متوجه شدند که وعده هایی می دهند که قادر به انجام آن ها نیستند. این اشتباه بزرگ به ضررتان تمام خواهد شد و افراد موفق نیز مطمئن خواهند شد که این کار را هرگز دیگر انجام ندهند. اگر تعهدی را مرتکب شده اید، اطمینان حاصل کنید که می توانید این انتظارات را برآورده کنید.

۱۸. درخواست کمک نکردن

هیچ کس بدون کمک دیگران موفق نخواهد شد، با این حال اغلب به نظر می رسد ما می خواهیم همه چیز را خودمان انجام دهیم. در ابتدا، افراد موفق ممکن است آنقدر لجباز باشند که نگذارند دیگران به آن ها کمک کنند. با این حال، آن ها به زودی این درس را می آموزند که همه ما به کمک نیاز داریم و همه ما باید مایل به کمک به دیگران نیز باشیم.

۱۹. تصویر بزرگ را ندیدن

آسان است که در شلوغی و سردرگمی روز گم شویم و تصویر بزرگ

و اهداف اصلی خود را نادیده بگیریم، اما افراد موفق به سرعت به مسیر خود بازمی گردند. آن ها می دانند که باید همیشه اهداف اصلی خود را در خط مقدم ذهن شان نگه دارند. آن ها اولویت های روزانه را تعیین می کنند و اطمینان حاصل می کنند که در حال پیشرفت به سوی اهداف مهم هستند.

۲۰. رقبا را به عنوان دشمن دیدن

یکی از رایج ترین اشتباهاتی که ما در کسب و کار و زندگی مرتکب می شویم، تمرکز انرژی روی «شکست دادن» رقیب است. افراد موفق می دانند که کلید واقعی برنده شدن این است که مشتری ان خود را خوشحال کنند. درست است که باید به روند صنعت توجه کنید، اما زمانی که رقبای خود را دشمن مشاهده نکنید، می توانید بر درک بهتر و بهبود نقاط ضعف خود تمرکز کنید.

۲۱. سعی کردن برای تعمیر چیزی که برای همیشه شکسته است

شما مقدار زیادی وقت، انرژی و پول را برای چیزی سرمایه گذاری کرده اید و متعهد هستید که آن را به موفقیت برسانید. تنها مشکل این است که آن چیز، برای همیشه شکسته است. آن را رها نمی کنید زیرا نمی خواهید آنچه را که برایش سرمایه گذاری کردید از دست بدهید. این یک اشتباه غلط هزینه است. هرچه زودتر آن را رها کنید، کمتر منابع برای چیزی که به هیچ جا نمی رسد هدر داده اید.

۲۲. در نظر نگرفتن بودجه

اشتباهات مالی رایج هستند و حتی افراد موفق هم دچار اشتباهات مالی می شوند اما هر کسی که قرار است به هدف خود برسد، به سرعت ارزش بودجه را یاد می گیرد. هرچند که افراد دارای منابع مالی شخصی خود هستند و یا اینکه کسب و کار آن ها دارای بودجه عملیاتی جامع است، مردم موفق یک برنامه مالی مبتنی بر درآمد و هزینه دارند.

۲۳. اولویت های دیگران را بالاتر از اولویت های خود قرار دادن

مفید بودن و کمک به افرادی که در اطراف تان هستند زمانی که نیاز دارند یک چیز است اما به طور مداوم اولویت های دیگران را پیش از اولویت خود قرار دادن چیز دیگری است. افراد موفق می دانند که باید بر خود سرمایه گذاری کنند و اطمینان حاصل کنند که به طور مداوم در جایگاه دوم قرار نمی گیرند. مهم است که برای خودتان و اولویت های تان تلاش کنید.

۲۴. با خود صادق نبودن

به نظر می رسد دانستن خود باید ساده ترین چیز در جهان باشد. پس از همه، ما در ذهن خودمان زندگی می کنیم، اما گاهی حقیقت را حتی از خودمان پنهان می کنیم، زیرا نمی خواهیم واقعیت سخت مقابل مان را ببینیم. مردم موفق می دانند که فریب خود منجر به خرابکاری می شود. در واقع موفق بودن در توانایی شما برای شناختن و پذیرش خود در سطح عمیق است.

۲۵. توجه زیاد به کارهای کوچک

زندگی خیلی کوتاه است تا وسواس برای چیزهای بی اهمیت یا نگرانی در مورد چیزهای کوچک داشته باشیم. اگر تمام کارهایی که انجام می دهید تمرکز روی چیزهای کوچک و نادیده گرفتن مسائل عمده در مقابل شما است بنابراین زمان و انرژی گران قیمت خود را هدر می دهید. افراد موفق، در مورد آنچه که کسب و کارشان به بهترین شکل انجام می دهد، تمرکز می کنند و برای رشد این عادت ها تلاش می کنند.

منبع: Entrepreneur/ucan

واکنش مدیران موفق به کرونا

به قلم: سوزان گویلاری نویسنده حوزه مدیریت و کارآفرینی
مترجم: امیر آعلی

یکی از سوالاتی که در چند روز اخیر بسیار مطرح شده است این است که آیا ویروس کرونا باعث آسیب جدی به تمامی برندها شده و در رابطه با آن مدیران چاره‌ای جز تسلیم شدن در برابر شرایط را نداشته‌اند؟ بدون شک پاسخ منفی بوده و در حال حاضر نیز برخی از مدیران به خوبی موفق شده‌اند تا کنترل اوضاع را در دست گرفته و برند خود را در حاشیه‌ای امن قرار دهند. همین امر نیز باعث شده است تا در این مقاله به بررسی چهار اقدام مشترک آنها بپردازیم.

۱- خود را تنها تصور نکنید

هیچ‌گاه نباید تصور کنید که در برابر مشکلات موجود، تنها بوده و لازم است تا خود به دنبال رفع آنها باشید. در واقع با این استراتژی، بدون شک مشکلات شما نه تنها کم نخواهد شد، بلکه افزایش چشمگیری را نیز پیدا می‌کند. به همین خاطر نخستین تصمیمی که در شرایط بحرانی باید اتخاذ کنید این است که فهرستی از افرادی را تهیه کنید که در شرایط حال حاضر می‌توانند به شما کمک کنند. همچنین لازم است تا جلسه‌ای با تمامی کارمندان خود و سهامدارها داشته باشید تا ضمن تشریح اوضاع، از آنها بخواهید تا برای حفظ برند، نهایت تلاش و کمک خود را انجام دهند. با این اقدام متوجه این امر خواهید شد که تا چه اندازه مشکلات شما برطرف می‌شود. در واقع با این استراتژی، با کمک‌هایی مواجه خواهید شد که کاملا شما را متعجب خواهد کرد.

۲- بر روی آینده سرمایه‌گذاری کنید

این امر طبیعی است که با بروز یک بحران دیگر بازار رونق سابق را نداشته باشد. تحت این شرایط توصیه می‌شود که به جای تلاش برای حفظ روند تولید خود، به دنبال این باشید که اقدامی را برای آینده انجام دهید. در واقع تولید بدون توجه به شرایط، تنها باعث مزاد محصول در بازار خواهد شد که بدون شک سود آن در مقایسه با هزینه‌هایی که برای تولید انجام داده‌اید، بسیار اندک خواهد بود. در واقع استراتژی بهتر این است که به دنبال راهکارهایی برای درخشش در دوران پاساکرونا باشید. این نکته را همواره به خاطر داشته باشید که هیچ بحرانی تاکنون در تاریخ ابدی نبوده و کرونا نیز به زودی کنار خواهد رفت. به همین خاطر از سختی کشیدن موقتی، فرار نکنید.

۳- تغییرات را مورد توجه قرار دهید

این امر یک واقعیت است که در همه حوزه‌های کاری، تغییراتی رخ داده است. تحت این شرایط مدیرانی موفق خواهند بود که به خوبی آنها را درک کرده و براساس آن تغییرات لازم را در شرکت و شیوه کاری خود اعمال کنند. همچنین شما باید برنامه‌ریزی دقیقی را داشته باشید تا پس از بهبود اوضاع و بازگشایی مجدد، بتوانید درخشان ظاهر شوید. در نهایت توجه داشته باشید که تمامی بخش‌های شرکت نباید تعطیل شود. به همین خاطر دورکاری را نیز مورد توجه خود قرار دهید.

۴- ایده‌آل‌گرایی را کنار بگذارید

برخی از مدیران در مواجهه با بحران، اقدام به انتقاد از خود کرده و این امر باعث می‌شود تا روحیه و انگیزه آنها با کاهش شدید مواجه شود. این امر در حالی است که یک شرایط سخت ابتدا ارتباطی به شما نداشته و نباید تصور کنید حتما خطایی از سوی شما رخ داده است. همچنین این واقعیت را قبول کنید که حتی در بهترین حالت نیز نمی‌توان کاملا آماده هر اتفاقی بود. به همین خاطر بیش از حد نیز محتاط نباشید. این امر تنها باعث خواهد شد تا فرصت‌های موجود را از دست بدهید. در نهایت فراموش نکنید که در شرایط بحرانی، حتی ممکن است مجبور به انجام کارهایی شوید که ابتدا به آن تمایل نداشتید. به همین خاطر اگر بیش از حد ایده‌آل‌گرا باشید، صرفا بر روی اقداماتی تاکید خواهید کرد که ابتدا نتیجه لازم را به همراه نخواهد داشت.

۵- فراموش نکنید که همه چیز موقتی است

در آخر به این نکته توجه داشته باشید که هیچ شرایطی ابدی نبوده و حتی بدترین اتفاقات نیز روزی به پایان خواهد رسید. به همین خاطر نباید ناامید باشید. در واقع تا زمانی که روحیه خود را از دست نداده باشید، هیچ بحرانی مانع شما نخواهد شد. این نکته را نیز همواره به خاطر داشته باشید که یک شرایط سخت برای همه شرکت‌ها یکسان بوده و نباید تصور کنید که زمان را از دست خواهید داد.

منبع: allbusiness.com



۱۰ تکنیک که به شما کمک می‌کند تا مانند افراد موفق صحبت کنید

در دنیای امروز، اگر می‌خواهید به موفقیت برسید و توجه همگان را جلب کنید، لازم است مهارت برقراری ارتباط را در خود به وجود آورید. شاید بخواهید همانند افراد موفق، با اعتماد به نفس و عالی صحبت کنید، در این صورت تکنیک‌های زیادی وجود دارد که با استفاده از آنها می‌توانید به یک سخنران حرفه‌ای تبدیل شوید. اکنون قصد داریم رازهای برقراری ارتباط را در اختیاران قرار دهیم که به شما کمک می‌کنند در زمینه سخنوری به پیشرفت قابل توجهی دست یابید.

۱. تعریف ارتباط

برای یادگیری هر چیزی، لازم است واقعیت چیزی که به دنبال آن هستیم را درک کنیم. ارتباط، ارسال و دریافت اطلاعات از طریق اشارات کلامی یا غیر کلامی، مانند گفتار، نوشتار، علائم و رفتار است. افراد می‌توانند باورها، احساسات، اخبار، حقایق و... را با هم به اشتراک بگذارند.

ارتقای مهارت‌های ارتباطی به شما کمک می‌کند با افراد جدید آشنا شوید، دوستان جدید پیدا کنید و مهارت‌های خود را افزایش دهید.

این شجاعت را در خود به‌وجود آورید که هر آنچه را در ذهن‌تان می‌گذرد بیان کنید توانایی ابراز احساسات و عقاید به صورت کنترل شده، مرحله مهمی در بیان دیدگاه‌ها و نظرات و ارائه آن‌ها به عموم است. نباید هنگام صحبت کردن تردید داشته باشید، مگر اینکه به نتیجه برسید عقاید شما ارزش شنیدن را ندارند.

همیشه سعی کنید بهترین‌های خود را ارائه دهید تا بر ترس‌های‌تان غلبه کنید. مطمئن باشید همیشه کسی وجود دارد که ارزش حرف‌های شما را درک کند و در مقابل کسانی هم هستند که هیچ وقت به ارزش شما پی نخواهند برد. پس هر آنچه در ذهن‌تان می‌گذرد را ابراز کنید و به کسی اجازه ندهید برای شما باید و نبایدی تعیین کند.

۲. برقراری تماس چشمی

وقتی فردی با شما حرف می‌زند و هم‌زمان به چشم‌های شما خیره می‌شود چه احساسی پیدا می‌کنید؟ قطعاً فکر می‌کنید با دقت به حرف‌های شما گوش می‌دهد و به آنچه می‌گویید علاقه‌مند است؟ همین‌طور است؟ برقراری تماس چشمی (نگاه کردن به چشم‌های طرف مقابل)، وقتی صحبت می‌کنید یا به حرف‌های دیگری گوش می‌دهید، به شما کمک می‌کند با جلب توجه شنونده و تاثیرگذاری روی او به هدف خود برسید.

پس همواره آرامش خود را حفظ کنید و هرگز عجله نکنید. بهتر است ارتباط بصری خود را هر ۵ تا ۱۵ ثانیه قطع کنید.

۴. خوب گوش کنید

آیا کسی را می‌شناسید که حوصله داشته باشد بدون قطع کردن حرف‌های‌تان به شما گوش کند و حرف شما را قطع نکند؟ آیا می‌دانید مهارت گوش دادن چقدر اهمیت دارد؟ شنونده خوب بودن این فرصت را در اختیار شما قرار می‌دهد که جهان را از نگاه دیگری ببینید. با دقت به حرف‌های اطرافیان‌تان گوش کنید و اجازه دهید آن‌ها عقاید و احساسات‌شان را بیان کنند. پیش از اینکه شروع به حرف زدن کنید، مطمئن شوید حرف طرف مقابل‌تان تمام شده است.

۵. تن صدای‌تان را تنظیم کنید

اگر خیلی سریع صحبت کنید، اطرافیان‌تان فکر می‌کنند فردی عصبی و با اعتماد به نفس پایین هستید. در مقابل، اگر خیلی آهسته حرف بزنید ممکن است دیگران وسط حرف‌تان بپرند و اجازه ندهند حرف شما تمام شود.

بهرتر است با صدای رسا صحبت کنید و وقتی می‌خواهید مطلب خاصی را ادا کنید یا صحبت‌های خود را جمع‌بندی کنید تن صدای‌تان را کمی پایین بیاورید.

تن صدای شما اصل مهمی برای تشویق شنوندگان به برقراری ارتباط بصری با شماست.

۶. به حجم و ظرفیت صدای خود دقت کنید

تنظیم حجم صدا در سطحی مناسب کار ساده‌ای نیست، خصوصا اگر فردی عصبی باشید یا حرف‌های زیادی برای گفتن داشته باشید و سعی‌تان بر این باشد که نکات مهم را از یاد نبرید.

وقتی تنها هستید و در فاصله کمی از طرف مقابل‌تان قرار دارید آهسته صحبت کنید. زمانی که در حال صحبت برای جمع زیادی از مردم یا در فضاهای بزرگ‌تر هستید، صدای خود را تنظیم کرده و کمی بلندتر صحبت کنید.

۷. با صراحت حرف بزنید

اگر کسی در ارتباط با شما من‌کنند چه فکری در مورد او می‌کنید؟ لازم است تمرین تلفظ واضح کلمات داشته باشید، به گونه‌ای که همه بتوانند به خوبی صحبت‌های شما را درک کنند. اگر اطرافیان همیشه از شما می‌خواهند صحبت خود را دوباره تکرار کنید، برای تمرین طرز گفتار اقدام کنید. جملات و کلمات خود را به طور واضح و با صدای رسا تلفظ کنید و به جای جملات پیچیده و نامفهوم از کلمات ساده‌تر استفاده کنید تا دریافت آن‌ها برای شنوندگان

آسان‌تر شود.

۸. تلفظ درست را تمرین کنید

همیشه به دنبال کلمات نامأنوسی باشید که می‌خواهید در سخنرانی خود از آن‌ها استفاده کنید یا حتی اصلا از آن‌ها استفاده نکرده‌اید. این عادت را ایجاد کنید که هر روز ۱ تا ۵ کلمه جدید یاد بگیرید و آن‌ها را تمرین کنید، وقتی با دوستان‌تان صحبت می‌کنید از این کلمات استفاده کنید.

یادگیری کلماتی که تاکنون از آن‌ها استفاده نکرده‌اید تاثیر مثبت زیادی روی شما دارد، طوری که بهتر می‌توانید اعتماد اطرافیان‌تان را نسبت به خود جلب کنید. ممکن است با تلفظ اشتباه کلمات و عبارات، آمادگی و صلاحیت‌تان برای سخنرانی زیر سوال برود و مورد قضاوت دیگران قرار بگیرید.

موثرترین راه برای تقویت دایره لغات شما خواندن یا گوش دادن به کتاب‌های الکترونیکی است، بدین ترتیب هم کلمات جدیدی یاد می‌گیرید و هم با تلفظ درست آن‌ها آشنا می‌شوید.

۹. به زبان بدن خود توجه کنید

شاید در هنگام صحبت کردن دست خود را تکان بدهید یا از اشاره برای درک برخی مفاهیم استفاده کنید، این حرکات گویای زبان بدن شماست و واقعیتی را درباره شما فاش می‌کند.

باید در حین صحبت کردن به این حرکات دقت کنید و بدانید چه موقع و چطور از آن‌ها استفاده کنید.

برخی حرکات دست مانند دستان گشاده در جلوه دادن عقاید شما مفید هستند، اما حرکات دیگری مانند نشان دادن کف دست می‌تواند برای مخاطبان حالت تهاجمی داشته باشد.

بهترین حرکات و اشارات، حرکاتی هستند که آهسته، طبیعی و تاکیددی باشند.

۱۰. مخاطب‌تان را خیلی منتظر نگذارید

معمولا فردی که پیامی برای ارسال می‌کنیم، به سرعت پاسخ ما را می‌دهد. وقتی مطلبی برای کسی می‌نویسیم، انتظار داریم او نیز هرچه زودتر پاسخ بدهد. اگر شما بلافاصله بعد از خواندن یک پیغام پاسخ آن را ندهید، طرف مقابل ممکن است تصور کند علاقه چندانی به صحبت کردن با او ندارد.

اگر خیلی طرف مقابل‌تان را منتظر گذاشتید، به خاطر این تاخیر از او عذرخواهی کنید و تا جای ممکن پاسخ پیام‌های او را زودتر بدهید.

منبع: brightside/ucan