

برخی از کارشناسان اقتصادی، افزایش نرخ سود سپرده‌های بانکی را راهی برای جلوگیری از هجوم نقدینگی سرگردان به بازارهای ملتهب و بر از ریسک نظیر سکه، ارز و مسکن می‌دانند که براساس آن، بانک مرکزی موفق به جذب نقدینگی می‌شود. شاید مصوبه اخیر شورای پول و اعتبار در مورد نرخ‌های جدید سپرده بانکی که در ۲۸ تیرماه امسال به شبکه بانکی کشور ابلاغ شده، پاسخی به این نظریه اقتصادی باشد. براساس این مصوبه، نرخ سود علی‌الحساب انواع سپرده‌های بانکی بدین شرح است:

✱ سپرده سرمایه‌گذاری کوتاهمدت عادی: ۱۰ درصد

✱ سپرده سرمایه‌گذاری کوتاهمدت ویژه سه ماهه: ۱۲ درصد

✱ سپرده سرمایه‌گذاری کوتاهمدت ویژه شش ماهه: ۱۴ درصد

✱ سپرده سرمایه‌گذاری با سررسید یک سال: ۱۶ درصد

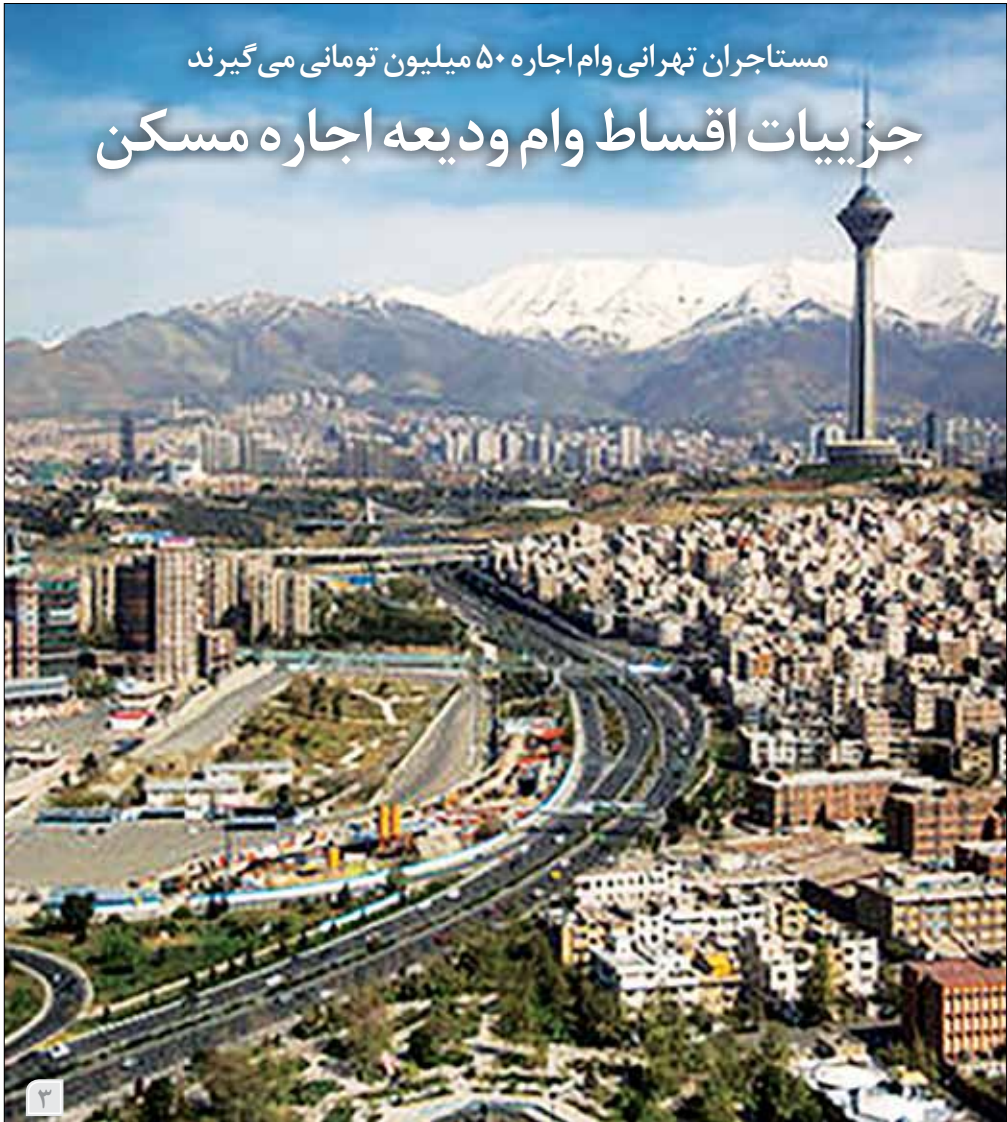
✱ سپرده سرمایه‌گذاری با سررسید دو سال: ۱۸ درصد

پیش از این، سپرده‌های بانکی با توجه به مدت سپرده‌گذاری به سپرده‌های کوتاهمدت، میان‌مدت و بلندمدت تقسیم شده بود که مدت آنها بین یک تا پنج سال بود، اما در سال ۱۳۷۰، سپرده‌های زیر یک سال تحت عنوان سپرده‌های ویژه نیز ابلاغ شد و در سال ۱۳۹۷ سپرده‌گذاری ویژه حداکثر به ۱۰ ماه و سایر سپرده‌گذاری‌ها حداکثر به مدت ۱۵ ماه تعیین شد.

ادامه در همین صفحه

مستاجران تهرانی وام اجاره ۵۰ میلیون تومانی می گیرند

جزئیات اقساط وام ودیعه اجاره مسکن



جنگ نرخ سود بانکی با سود ارز و سکه

بیشتر باشد، هزینه تمام‌شده منابع بانک‌ها نیز به‌طور طبیعی افزایش خواهد یافت. در نتیجه به‌تبع افزایش نرخ سود سپرده‌ها، نرخ سود تسهیلات بانکی هم ناچاراً بایستی افزایش یابد تا از عدم تعادل میان این دو نرخ (نرخ سود سپرده‌ها و نرخ سود تسهیلات بانکی) حتی‌المقدور حاشیه سود ایجاد نشود. بدین ترتیب در مقوله افزایش نرخ سود سپرده‌های بانکی همواره باید این فاکتور مهم را در نظر داشت که هر نوع افزایش سود سپرده‌ها تا چه میزان بر افزایش نرخ تمام‌شده منابع بانک‌ها و همچنین بر وضعیت اقتصادی کشور تاثیرگذار است و بانک‌ها افزایش نرخ تمام‌شده محصولات بانکی (خدمات و تسهیلات بانکی) را چگونه و از چه محلی بایستی تأمین و جبران کنند.

باید توجه کرد که سپرده‌گذاری مردم در بانک‌ها، پدیده جدید بعد از انقلاب نیست، بلکه حتی قبل از پیروزی انقلاب نیز مردم در بانک‌های خصوصی و دولتی منابع خود را به‌صورت کوتاهمدت، میان‌مدت و بلندمدت سپرده‌گذاری می‌کردند. اما تفاوت اصلی در این زمینه، پیچیدگی روابط حقوقی بین بانک‌ها و سپرده‌گذاران در قبل و بعد از انقلاب است. در قبل از انقلاب، رابطه حقوقی بین بانک‌ها و سپرده‌گذاران غالباً بسیار ساده و به دور از پیچیدگی‌های حقوقی بود. سپرده‌گذار مبلغ مشخصی به بانک قرض می‌داد و سود مشخصی و قطعی سپرده‌گذاری خود را براساس میزان و مدت سپرده‌گذاری دریافت می‌کرد. در نتیجه برای سپرده‌گذار چندان مهم نبود که بانک ضرر می‌کند یا سود. او در نهایت سود توافق‌شده خود را از بانک دریافت می‌کرد.

امسا «قانون عملیات بانکی بدون ربا» این معادله را بهم زد، به‌طوری‌که براساس مبانی این قانون، رابطه حقوقی بین بانک و سپرده‌گذار طبق عقد وکالت و مشارکت پایه‌گذاری شد و سود سپرده‌گذار تابعی از میزان سود قطعی عملیات بانکی تعیین شد. بر این اساس، سود سپرده‌گذار براساس میزان و مبلغ سپرده و سهم منابع بانک تعیین و پرداخت گردید.

در نتیجه توافق بین بانک و سپرده‌گذاران برای سود قطعی سپرده‌گذاری منتفی و به عبارتی، غیرمشروع و ممنوع شد. معنا و مفهوم این نوع روابط حقوقی پیچیده بین بانک و سپرده‌گذاران آن است که سپرده‌گذار بایستی حداقل به‌مدت یک سال مالی صبر پیشه کند تا براساس گزارش هیأت مدیره، تأیید بازرس قانونی و تصویب مجمع عمومی صاحبان سهام، میزان سود و زیان عملیاتی بانک مشخص شود و آنگاه سپرده‌گذار سود قطعی سپرده‌گذاری خود را از بانک سپرده‌پذیر دریافت نماید. باید پذیرفت که این نوع سوددهی و در انتظار گذاشتن سپرده‌گذاران برای دریافت سود قطعی نمی‌تواند جاذبه اقتصادی چندانی در بازار رقابت سرمایه برای سپرده‌گذاران بانک‌ها داشته باشد و سپرده‌گذاری در بانک‌ها را در رقابت با بازار سرمایه پیروز گرداند. بدین ترتیب به‌منظور ایجاد جذابیت بیشتر سپرده‌گذاری، سیستم بانکی کشور پدیده «سود علی‌الحساب» سپرده‌های بانکی را طراحی کرده است؛ یعنی در طول سال مبالغی به‌عنوان سود علی‌الحساب سپرده براساس مبلغ و مدت سپرده‌گذاری و سهم منابع بانک به سپرده‌گذار به‌طور علی‌الحساب پرداخت می‌شود و در پایان سال مالی بانک و مشخص شدن میزان سود قطعی عملیات بانکی، سود قطعی سپرده‌گذار با احتساب مبالغی که در طول سال به‌صورت علی‌الحساب دریافت کرده‌اند، پرداخت می‌شود.

اما باید پذیرفت که در بازار رقابت سرمایه‌ای، سود علی‌الحساب سپرده‌های بانکی با وجود غیر قطعی و علی‌الحساب بودن، نقشی بسیار تعیین‌کننده در مبادلات اقتصادی دارد. به همین جهت تعیین نرخ سود علی‌الحساب سپرده‌های بانکی در صلاحیت شورای پول و اعتبار قرار گرفته است. به‌هرحال از نظر کارشناسی، نرخ سود سپرده‌های بانکی و نرخ سود تسهیلات بانکی، دو روی یک سکه هستند که همواره بایستی میان آنان تعادل نسبی برقرار باشد تا کفه ترازوی عملیات بانکی به نفع بانک‌ها و سپرده‌گذاران و نه ضرر تسهیلات‌گیرندگان بهم ن خورد. در کنار آن، از بازار رقابت بین نرخ سود سپرده‌گذاری در بانک‌ها و نرخ سود سرمایه‌گذاری

روبای خودروی ارزان در خودروسازی ایران به واقعیتی می‌پیوندد؟

تولید خودروی ارزان، از حرف تا عمل

کسب‌وکار و کل اقتصاد تحت‌الشعاع نرخ ارز قرار دارد، به چه چیز می‌توان ارزان اطلاق کرد؟ فراموش نکنیم در این مسیر با هزینه‌های به ظاهر ریالی (مثل تولید فولاد، مس، مواد پلیمری و ...) مواجه‌ایم که با نوسانات ارزی دچار تغییر می‌شوند و لحاظ کردن همه این مسائل نشان می‌دهد در تولید خودروی ارزان با چه مشکلاتی مواجه‌ایم.»

امیرحسین کاکایی، «رئانی‌ها دوست‌تدارن کالانی ارزان بخردن، اما دوست دارند با کمترین قیمت و هزینه بهترین کالا را خریداری کنند و به همین دلیل آنچه می‌خرند با آنچه در نظر دارند تناسبی ندارد. در حالی که از دیدگاه مصرف‌کنندگان در شرایط کنونی چیز ارزان بی‌معنی است، اما خودروساز به دنبال ارائه محصولی است که با حذف یک سری آپشن‌ها، امکانات، قطعات و ریزه‌کاری‌های فنی تولید شود-پا در آن از قطعات با کیفیت پایین‌تری استفاده شده باشد.» وی از خودروهای چینی که بسیاری قطعات آنها در مقابل خودروهای آمریکایی، اروپایی و ژاپنی عمر و کارکرد پایین‌تری دارند یا دو خودروی «لکسوس» و «تویوتا»

که هر دو متعلق به یک شرکت بوده، اما اولی لوکس و دومی معمولی و ارزاتر است، مثال زد و گفت: «فناهیمی که از ارزان‌سازی در ذهن خودروسازان است، چنین مفاهیمی است.» او با اشاره به تداوم تولید «بیسان آبی» در گروه «سایپا»، گفت: «این خودرو اگر قرار بود استانداردهای روز جهان را پاس کند، قیمتی دست کم پنج برابر قیمت فعلی داشت، اما دیگر



تسهیلات ارزان قیمت
اعتبار اسنادی داخلی
ضمانت‌نامه بانکی
ارائه مشاوره بانکی



شکوفایی اقتصادی
نمره ۱ بسته با ۴ خدمت

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

بانک مرکزی در اطلاعیه‌ای بر پیگرد قانونی ۲۵۰ صادرکننده متخلف تأکید کرد

پرده آخر منازعه ارزی

چند روزی از پایان تیرماه و اتمام مهلت صادرکنندگان برای بازگشت ارزهای صادراتی گذشته است و در اولین گام جهت برخورد با صادرکنندگان متخلف، بانک مرکزی از پیگرد قانونی ۲۵۰ شخص حقیقی و حقوقی و ارسال اطلاعات آنها به قوه قضائیه خبر داده است. ضرب‌الاجل بانک مرکزی برای ایفای تعهد ارزی صادرکنندگان، پایان تیرماه امسال بود و طبق بسته سیاستی نحوه بازگشت ارزهای صادراتی، صادرکنندگان باید تا پیش از پایان تیرماه حدود ۸۰ درصد از ارز حاصل از صادرات خود را به صورت حواله ارزی و حداکثر ۲۰ درصد را به صورت اسکناس در بازار ثانویه به بانک‌ها و صرافی‌های مجاز می‌فروختند. حالا مهلت زمانی صادرکنندگان جهت بازگشت بیش از ۲۷ میلیارد دلار ارزهای صادراتی بازنگشته به کشور پایان یافته و این منازعه ارزی وارد مرحله تازه‌ای شده...

۲

از رشد ۳٫۲ درصدی شاخص بورس تا کاهش چشمگیر قیمت دلار و سکه

وضعیت بازارهای مالی در آخرین هفته تیرماه

۴



مدیریت و کسب‌وکار

- زیر و بم دنیای ناشناخته استارت‌آپ‌ها
- استفاده از تأیید اجتماعی در بازاریابی
- چالش حفظ انگیزه در محیط‌های کاری
- آمادگی برای دنیای کسب و کار پساکرونا
- اشتباهات رایج در ساماندهی سایت فروش
- تغییر صنعت خرده‌فروشی آنلاین با ظهور ابرداده‌ها



ثروت جف بزوس تنها در یک روز ۱۳ میلیارد دلار افزایش پیدا کرد

۸ تا ۱۶

در بازارهای سرمایه نظیر بازار سهام و بازارهای غیررسمی سکه، طلا، ارز، مسکن و خودرو نیابستی غافل شد. تفاوت نرخ سود این بازارها با نرخ سود سپرده‌های بانکی آن است که نرخ سود سپرده‌های بانکی کاملاً مدیریت و نظارت شده و دارای پایداری نسبی است. در نتیجه این بازار کمتر دچار شوک‌های شدید قیمتی و حباب‌های قیمت می‌شود، اما در نقطه مقابل، نرخ سود کالاهایی نظیر ارز و سکه به‌ویژه در زمان‌هایی که این بازار دچار حباب مصنوعی قیمتی می‌شود، دائم در حال نوسان و حباب قیمتی است. در نتیجه سرمایه‌گذار برای ورود فعال در این بازار علاوه بر دانش و تجربه و شناخت کافی باید دارای درجه بسیار بالایی از ریسک‌پذیری نیز باشد. همین موضوع باعث می‌شود که غالب مردمی که دارای منابع مالی اما فاقد ریسک‌پذیری زیاد هستند، سپرده‌گذاری در بانک‌ها را بر ورود به سایر بازارهای سرمایه ترجیح دهند. با این وجود، بررسی روند افزایش غیرمعمول قیمت ارز و سکه از اوایل اسمال تاکنون نشان می‌دهد که این دو کالا در افزایش غیرمعمول قیمت‌ها همچنان پیش‌تاز هستند و این خود وسوسه ورود به این دو بازار برپسود را افزایش می‌دهد. در نتیجه زمانی سیاست افزایش نرخ سود سپرده‌های بانکی تاثیرگذار خواهد بود که در کنار و همزمان با آن، سیاست‌های مناسب جهت کاهش نرخ سکه و ارز نیز به مرحله اجرا درآید و به مردم اطمینان داده شود که برخلاف بازار ارز و سکه، سپرده‌های آنان صرف پرداخت تسهیلات به بخش تولید و سایر نیازمندان مالی خواهد شد. همچنین بانک مرکزی برای موفقیت سیاست جدید افزایش نرخ سپرده‌های بانکی بایستی راهکاری مناسب برای تأمین افزایش نرخ تمام‌شده تجهیزات منابع بانک‌ها ناشی از افزایش نرخ سود سپرده‌ها ارائه دهد. در کنار آن، نظارت تام و تمام بانک مرکزی بر عملکرد بانک‌ها در رعایت کامل نرخ‌های جدید سود سپرده‌های بانکی و همچنین روند تسهیلات‌دهی آنان، امری بسیار ضروری است تا تسهیلات شبکه بانکی برای کمک و تأمین مالی بخش تولید و حل مشکلات مالی مردم به کار گرفته شود.

مصرف‌کننده به سراغ آن نمی‌رفت؛ حتی در مقطعی این وانت با رنگ سفید عرضه شد و مردم از آن استقبال نکردند. نکته اصلی این خودرو در ارزان بودن آن و همچنین قیمت بهره‌برداری و هزینه‌های اندک آن است که در نظر مصرف‌کنندگان مهم تلقی می‌شود. خودرویی نظیر «وانت پراید» هم برای فردی که تا دیروز با موتورسیکلت به امور زندگی خود رسیدگی می‌کرد، خودرویی به‌درد بخور و حتی ایمن تلقی می‌شود.»

این کارشناس صنعت خودرو همچنین به تولید «پژو ۴۰۵ جی‌ال‌آی» در سال‌های گذشته اشاره کرد و افزود: «این مدل هرچند با حذف برخی قطعات و آپشن‌ها ارزان‌تر تولید می‌شد، اما با استقبال مواجه نشدند و مردم یک بار دیگر ثابت کردند به هر کالایی که برچسب ارزان بودن به آن بخورد توجه نمی‌کنند. زوری قرار بود خودروی «کوبید» جایگزین «پراید» شود و یکج از ۷ هزار و ۳۰۰ دلار در اختیار «سایپا» قرار بگیرد، خودرویی که «رنو» برای کاهش هزینه‌های تولید حتی طراحی آن را در هند انجام داد، اما این مهم اتفاق نیفتاد. در هر حال اینکه خودرویی چقدر تمام شود و اما مورد استقبال جامعه قرار بگیرد یا خیر، دو بحث متفاوت است که باید همزمان مورد توجه قرار گیرد.»

به اعتقاد وی، «پارادوکس‌ها و تناقض‌هایی در صنعت خودروسازی وجود دارد که حتی طراحان داخلی را دچار مشکل کرده. به عنوان نمونه از خودروساز، استاندارد پیرو ۵ را انتظار داریم، اما در عین حال می‌خواهیم قیمت‌ها تغییر نکند. همین مسئله سبب شده تا صنعت طراحی در کشورمان به خوبی رشد نکند. شاید معنای ارزانی برای خودروسازان ما تولید خودروهای با ابعاد کوچک‌تر (که البته از فناوری پیشرفته‌تری برخوردار بوده و ایمنی مناسبی هم دارند) و شاید تولید موتورسیکلت‌های چهارچرخ (که فقط حق رانندگی با آنها در محدوده‌های خاصی وجود دارد و نیازمند فرهنگ‌سازی است) باشد و باید دید در کدام زمینه به جمع‌بندی می‌رسند.»

این روزها به‌خصوص پس از حذف دو خودروی پرتیراژ «پراید» و «پژو ۴۰۵» از خط تولید خودروسازان به دلیل ناتوانی در پاس کردن استانداردهای هشتادوپنج‌گانه و افزایش هزینه‌ها، ایده تولید خودروهایی در بازه قیمتی خودروهای یادشده به عنوان «خودروی ارزان» در دستور کار قرار گرفته است. هرچند تا همین دیروز که «سایپا» تولید «پراید» با قیمت ۳ هزار دلار را در برنامه داشت، با فرض قیمت ۲۰ هزار تومانی دلار و قیمت ۶۰ میلیون تومانی کارخانه، خودرویی ارزان و جزو یکی از ارزان‌ترین خودروهای تولیدی جهان محسوب می‌شد، اما الزام بر رعایت استانداردهای ایمنی و همچنین لزوم نوگرایی در خودروسازان، خروج آن از خط تولید را رقم زد و حالا خودروسازان به دنبال جاشینی قیمتی مناسبی برای آن هستند.

چنین وضعیتی به‌طور مشابه برای «پژو ۴۰۵ جی‌ال‌ایکس» نیز وجود داشت، با این تفاوت که این خودرو یکی از محبوب‌ترین خودروهای خانوادگی تاریخ ایران محسوب می‌شود. ششده‌ها حاکمی است وزارت صنعت سه گزینه تولید میکروکارها (Micro Car) به عنوان خودروی ارزان و ساده برای حضور با موتور کم‌مصرف و موتورسیکلت‌های چهارچرخ را در دست بررسی دارد تا گزینه مناسبی را برای خانواده‌های ایرانی برگزیند. با توجه به سوابقی که از گذشته در تولید خودروهای ارزان موجود است، اینکه چقدر تولید این خودروها می‌تواند رنگ واقعیت به خود بگیرد، محل بحث است. در این زمینه، سعید مدنی، مدیرعامل اسبق سایپا به «ایرنا» می‌گوید: «هر‌خی خودروهای داخلی که با حداقل امکانات و در تیراژ بالا تولید می‌شوند، جزو خودروهای ارزان قیمت به حساب می‌آیند. پروژه «ال ۹۰» از سوی «رنو» به عنوان خودرویی ارزان و ساده برای حضور در جاده‌ها و خیابان‌های کشورهای همچون روسیه، هند، برزیل، ایران و رومانی کلید خورد و هرچند در ابتدا مقرر بود ارزان تمام شود، اما بعدها به دلایلی همچون طولانی شدن اجرای پروژه، نوسان‌های ارزی و وابستگی به واردات، تبدیل به خودرویی شد که قیمتی معمولی داشت.» به گفته این کارشناس صنعت خودرو، «آنچه سبب می‌شود یک خودرو ارزان قیمت



نظم جهانی پس از کرونا چگونه خواهد بود؟

تریلوزی پساکرونایی

این روزها شیوع کرونا بر چهره جهان سایه افکنده و همه چیز در محک آزمون قرار گرفته است. در این شرایط، یکی از مهم‌ترین دغدغه‌های تحلیلگران روابط بین‌الملل، چگونگی مختصات جهان پساکروناست. بسیاری معتقدند که شیوع کرونا و ناکامی قدرت‌های بزرگ در برابر این ویروس تا به امروز، باعث خواهد شد تا نظم جهان فعلی کارایی خود را از دست داده و شاهد نظمی نوین باشیم، اما برخی دیگر می‌گویند این اتفاق‌ها آنقدر بزرگ نیستند که بتوانند نظم جدیدی را جایگزین نظم فعلی کنند. در این بین، سه سناریو مطرح شده است.

* سناریوی اول: بسیاری پیش‌بینی می‌کنند پاندمی کرونا به دوره جهانی‌شدن که از سال ۱۹۴۵ تحت سلطه آمریکا به وجود آمد و هم‌چنین ابرقدرتی آمریکا که از سالال ۱۹۹۰ و با فروپاشی شوروی آغاز شده، پایان می‌دهد. به گزارش «بانسگاه اندیشه»، پیش از این نیز بسیاری از اندیشمندان همانند فرید زکریا از دوران پساآمریکایی سخن گفته‌اند و همین امر باعث شده که با شیوع کرونا کارشناسان این مسئله را شروع افول قدرت آمریکا و افزایش قدرت چین بدانند. از نشانه‌های زوال نظم کنونی می‌توان گفت که دولت‌ها در سراسر جهان قید اقتصاد جهانی را زده و به ناسیونالیسم اقتصادی و استقلال اقتصادی رو آورده‌اند. بنابراین در پساکرونا شاهد رشد ملی‌گرایی و ناسیونالیسم، زوال گلوبالیسم (جهانی‌گرایی) و هنجارهای فرهنگ جهانی‌شدن خواهیم بود. هنری کیسینجر وزیر خارجه سابق آمریکا طی مقاله‌ای در وال‌استریت ژورنال با اشاره به پاندمی کرونا و پیامدهای آن نوشت: «این اپیدمی برای همیشه نظم جهان را تغییر می‌دهد.» در راستای ضعیف شدن قدرت آمریکا در مقابل چین باید گفت که آمریکا تمام رکوردهای کرونا از میزان ابتلا تا مرگ و میر را شکسته است. تا اینجا چین قدرت تجاری را از آمریکا برده و از فضا یکی از نگرانی‌های آمریکا تشدید این روند بعد از خاتمه کروناست. طبق آمار سال ۲۰۱۸ چین ۱۲،۴ درصد از کل تجارت جهانی و در مقابل آمریکا ۱۱،۵ درصد را در اختیار داشت. اقتصاددانان معتقدند که انقباض اقتصاد آمریکا از بعد از جنگ جهانی دوم تاکنون سابقه نداشته است. برخی شیوع این ویروس را نقطه عطفی می‌دانند که چین با کمک آن از آمریکا بعنوان یک قدرت جهانی پیشی می‌گیرد. این بحران، مدل‌های سیاسی و اقتصادی ایالات‌متحده و چین را در کنون توجه جهانی قرار داده و هر کشوری که از آن سربلند خارج شود، اعتبار بیشتری کسب خواهد کرد. این احتمال وجود دارد که تبعات اقتصادی کرونا بر آمریکا شدیدتر از اثرات آن بر چین باشد. اگر این اتفاق رخ دهد تغییر کانون قدرت به شرق که روند آن آغاز شده، سرعت خواهد گرفت.

استفن والت، نظریه‌پرداز روابط بین‌الملل دانشگاه هاروارد معتقد است چین پیروز میدان بوده و توانسته از این موقعیت استفاده کرده و نظام سیاسی و الگوی خود را توجیه کند. او معتقد است در دنیای پساکرونا شاهد تغییر توازن قوا از غرب به شرق خواهیم بود. از دید او، سنگاپور و کره جنوبی بهترین پاسخ را در مقابله با این بیماری داده‌اند و چین اوضاع را به‌خوبی مدیریت کرده است. این در حالی است که مدیریت بحران از سوی آمریکا و اروپا با تردید و ضعف همراه بوده است. * سناریوی دوم: برخی دیگر از تحلیلگران معتقدند شیوع این ویروس نمی‌تواند ضربه جدی به نظم جهانی کنونی وارد کند و آمریکا همچنان به ابرقدرتی خود ادامه خواهد داد. آنها معتقدند اگرچه اقتصاد آمریکا از این بحران قلعاً ضربه خواهد خورد اما هنوز دالر آمریکا با فاصله زیاد از رقیابش، پول مسلط جهان است. اقتصاد آمریکا ممکن است تضعیف شود اما هم چنانکه در بحران سال ۲۰۰۸ شاهد بودیم به‌احتمال قوی می‌تواند دوباره قدرت خود را باز یابد.

جوزف نای، اندیشمند آمریکایی می‌گوید: «ما باید درباره این ادعا که شیوع کرونا در جهان همه‌چیز را تغییر می‌دهد، با تردید بنگریم و بدانیم چین از این ماجرا سودی نمی‌برد و آمریکا همچنان قدرت برجسته باقی خواهد ماند.» به‌طور کلی، مدافعان این سناریو معتقدند این بحران آنقدر جدی نیست که بتواند نظم نوینی در نظام بین‌الملل ایجاد کند، کما اینکه همه‌گیری آنفلوآنزا در سال‌های ۱۹۱۸ و ۱۹۱۹ بیشتر از جنگ جهانی اول قربانی گرفت اما تغییرات نظام جهانی در آن سال‌ها ناشی از جنگ بود و نه آنفلوآنزای اسپانیایی. همچنین جهانی‌شدن یا وابستگی متقابل کشورها، نتیجه تغییر در فناوری حمل‌ونقل و ارتباطات بوده است و بعید است که به دلیل شیوع کرونا متوقف شوند. هرچند ممکن است برخی از جنبه‌های اقتصادی نظیر تجارت محدود شود، اما جریان مالی آن کمتر متأثر خواهد شد.

* سناریوی سوم: این سناریو معتقد به تداوم نظم جهان با ابرقدرتی آمریکا به همراه تغییراتی در نظم کنونی است. منظور از این تغییرات، درگونی‌هایی هستند که باعث از بین رفتن نظم کنونی و ابرقدرتی آمریکا نمی‌شوند. طبق این دیدگاه، ممکن است اقتصاد آمریکا زبان جدی ببیند اما قدرت نرم آمریکا همچنان این کشور را به عنوان قدرت برتر نگه می‌دارد. البته این بحران روند جهانی‌شدن را تضعیف می‌کند، کمااینکه جهانی‌شدن پیش از این نیز با ظهور پوپولیسم و روی کار آمدن ترامپ در موقعیت ضعف قرار گرفته بود. اگرچه شیوع کرونا واکنش شدیدیتر نسبت به جهانی‌شدن ایجاد کرده و بسته شدن مرزهای ملی و اعمال حاکمیت شدید دولت‌ها، افسانه قدرتمند جهانی‌شدن یعنی «دنیای بدون مرز» را بیش از پیش زیر سؤال برده است، اما این به‌منزله پایان نظم کنونی جهان نیست و تنها آن را ضعیف می‌کند. بحران جاری به جهانی‌شدن پایان نخواهد داد اما امید می‌رود که درخواست‌ها برای انسانی‌تر و ضابطه‌مندتر کردن آن افزایش یابد. به‌عنوان جمع‌بندی باید گفت، سه نوع تفکر درخصوص نظم جهان پساکرونا مطرح است. سناریوی نخست، شیوع کرونا و بحران‌های ناشی از آن را نشانه پایان ابرقدرتی آمریکا و چرخش قدرت از غرب به شرق می‌داند. سناریوی دوم معتقد است که نظم کنونی به راه خود ادامه می‌دهد و این بحران نیز همچون بحران‌های دیگر توسط آمریکا مدیریت می‌شود. سناریوی سوم، راه میانه دو سناریوی قبلی است و معتقد است این بحران چالش جدی برای نظم کنونی است و قطعا در آینده با تغییراتی مواجه خواهیم بود، اما این به‌منزله پایان نظم کنونی و ایجاد یک نظم نوین نیست. به نظر می‌رسد که سناریوی سوم نسبت به دو سناریوی قبلی بیشتر به واقعیت نزدیک است و باید گفت، برخی بیماری حتماً منجر به تغییرات و ضعیف‌تر یا قدرتمندتر شدن برخی از کشورها و روندها خواهد شد، اما این تغییرات یک نظم نوین جهانی را ایجاد نمی‌کند.

بانک مرکزی در اطلاعیه‌ای بر پیگرد قانونی ۲۵۰ صادر کننده متخلف تاکید کرد

پرده آخر منازعه ارزی



است، بانک مرکزی برخورد با سایر افرادی را که تعهدات ارزی خود را رفع نکرده‌اند، از سمت مراجع قضایی پیگیری خواهد کرد. بانک مرکزی همچنین از برگزاری جلسات متعدد با اتاق‌های بازرگانی و فعالان اقتصادی طی دو سال گذشته خبر داده و در انتهای اطلاعیه از بسته‌ی سیاستی اخیر خود که مورد انتقاد اتاق‌های بازرگانی قرار گرفته، دفاع کرده و بار دیگر تاکید کرده که کلیه صادرکنندگان مکلف به برگشت و عرضه ارز صادرات خود به چرخه اقتصادی هستند. در متن اطلاعیه بانک مرکزی نوشته شده: «بانک مرکزی در مرحله اول اطلاعات مربوط به ۲۵۰ نفر شخص حقیقی و حقوقی که بخشی از مجموع ۲۷ میلیارد دلار ارز صادراتی را برنگردانده‌اند، را به مرجع محترم قضایی ارسال کرده و حتی بعد از شکایت نیز به منظور مساعدت، جلسات متعدد به منظور برگشت ارز حاصل از صادرات با آنها برگزار نموده، لیکن متأسفانه کماکان از برگشت ارز اجتناب کرده‌اند. ضمن تشکر از همکاری و پیگیری‌های بسیار موثر مراجع محترم قضایی و دستگاه‌های نظارتی در تحت پیگرد قرار دادن افراد متخلف، بانک مرکزی به منظور پیگرد سایر افراد که در برگشت ارز حاصل از صادرات برابر سیاست‌های ابلاغی اقدام نموده‌اند، از طریق مراجع محترم قضایی اقدام خواهد کرد.»

شرط بازگشت ارزهای صادراتی به چرخه اقتصادی

به نظر می‌رسد در روزهای آینده باید شاهد تحولات تازه‌ای در مناقشه ارزی میان بانک مرکزی به نمایندگی از دولت و اتاق بازرگانی به نمایندگی از بخش خصوصی باشیم. در این میان، شرط موفقیت بانک مرکزی در بسته‌ی سیاستی نحوه برگشت ارزهای صادراتی، همکاری سایر نهادها از جمله وزارت صمت، گمرک و شبکه بانکی است. در این زمینه، علی نظافتیان، دبیر کمیسیون حقوقی کانون بانک‌ها به «فرصت امروز» می‌گوید: «شرط موفقیت در سیاست جدید ارزی مستلزم همکاری کلیه نهادهای درگیر از جمله وزارت صمت، گمرک و شبکه بانکی کشور است و پیگیری مستمر رفع تعهد ارزی در موعد مقرر، پیگرد قضایی یا تعزیراتی متعهدین ارزی در صورت عدم ایفای تعهدات ارزی در موعد مقرر خواه بخش دولتی باشد و خواه بخش غیردولتی، پایش مداوم نقل و انتقال ارزهای صادراتی در صرافی‌ها و سیستم بانکی کشور به منظور جلوگیری از ورود این ارزها به بازارهای داخلی یا انجام عملیات پولشویی از این طریق و در نهایت، در نظر گرفتن مشوق‌های مطلوب و قابل توجه صادراتی برای آن دسته از صادرکنندگانی که تعهدات ارزی خود را با حسن نیت و به نحو کامل ایفا می‌کنند.»

به اعتقاد این کارشناس ارشد بانکی، «همچنین گرفتن تضمین‌های لازم و قابل اتکا از متعهدین ارزی که در صورت نیاز قابلیت نقدشوندگی داشته باشد، می‌تواند در موفقیت بازگشت ارزهای صادراتی موثر باشد و کوتاهی در این امر به‌راحتی ارزهای ناشی از صادرات را به بازار آزاد سرازیر خواهد کرد. ضمانت‌نامه‌های بانکی، یکی از انواع تضمین‌های معتبر صادراتی است و سهولت نقدشوندگی ضمانت‌نامه‌های بانکی، گمرک را از زحمات و دردسرهای رفع تعهدات ارزی صادرکنندگان رها می‌سازد.»

کرد و رقم ۲۷ میلیارد دلار را صحیح ندانست. خوانساری به بخشنامه بانک مرکزی درباره ارز حاصل از صادرات اشاره کرد و گفت: «بانک مرکزی اعلام کرده که بیش از ۲۷ میلیارد دلار ارز حاصل از صادرات به کشور برگشته و متأسفانه جو بدی شکل گرفت و مثل بسیاری از مسائل دیگر شاهد به وجود آمدن یک فضای قطبی هستیم. مهم‌ترین بحث این است که اساسا رقم ۲۷ میلیارد از کجا آمده است؟» او از ارسال نامه به رئیس‌کل بانک مرکزی و همچنین رئیس‌جمهور درباره رقم ۲۷ میلیارد دلار خبر داد و گفت: «دو هفته پیش نامه‌ای را خدمت آقای همتی ارسال کردم و خواستار این شدم که ریز ۲۷ میلیارد دلار را اعلام کنند، یعنی به تفکیک شخص، بنگاه و اینکه هر فردی چقدر ارز برنگردانده است، ولی تاکنون پاسخی دریافت نکرده‌ایم. روز گذشته نامه‌ای را خدمت جناب آقای رئیس‌جمهور ارسال کردیم و باز همین خواسته را مطرح کردیم. این حق همه ملت و حداقل اتاق بازرگانی است که در جریان قرار بگیرد کدام عضو خطا کرده و کدام عملکرد خوبی داشته است. ما می‌خواهیم بدانیم که رقم واقعی چقدر است؟ قطعا خطاهایی وجود دارد، ولی اینکه همه را به یک‌چشم نگاه کنیم حتما خطای بزرگی است.»

خوانساری در انتها سه درخواست از دولت درباره ارز حاصل از صادرات مطرح کرد و گفت: «اول اینکه ۲۷ میلیارد دلار به تفکیک مشخص شود از چه رقم‌هایی تشکیل شده است؟ آنچه ما محاسبه کرده‌ایم، با این رقم‌ها همخوانی ندارد. دوم اینکه بالاخره قبول کنیم که آوردن ارز به کشور دچار مشکل شده و در این شرایط باید ببینیم چه راهکارهایی را با کمک هم می‌توانیم به دست بیاوریم. هیچ تفاوتی نمی‌کند؛ دولت، بخش خصوصی، صادرکنندگان و… همه پشت یک میز هستیم و در یک جا قرار داریم. نکته آخر هم اینکه موضوع را شفاف بیان کنیم و اعلام شود چه کسانی خطا کرده‌اند و واقعا به‌عمد این کار را صورت داده‌اند یا اینکه با توجه به شرایط تحریم‌ها، بازگشت ارزشان با مشکل مواجه شده است.»

معرفی ۲۵۰ شخص حقیقی و حقوقی به قوه قضائیه

یک روز پس از برگزاری این نشست، بانک مرکزی در جدیدترین اطلاعیه ارزی خود از ارسال اطلاعات ۲۵۰ شخص حقیقی و حقوقی به قضایی از مجموع ۲۷ میلیارد دلار ارز صادراتی را برنگردانده‌اند، به مرجع قضایی خبر داد. بانک مرکزی در این اطلاعیه گفته که برخلاف تولیدکنندگان و صادرکنندگانی که با برگرداندن ارزهای خود به تأمین ارز مواد اولیه تولید و تهیه کالاهای اساسی کمک کرده‌اند، عده‌ای از صادرکنندگان هستند که هیچ مددکی از برگشت ارزهای آنها به چرخه اقتصادی موجود نیست. با این حال، حتی بعد از شکایت نیز برای مساعدت، جلسات متعددی برای برگشت ارزهای صادراتی با این اشخاص برگزار کرده، اما آنها کماکان از برگشت ارز خودداری کرده‌اند. بانک مرکزی در این اطلاعیه با سایر صادرکنندگان متخلف نیز اتمام حجت کرده و گفته از آنجا که ارسال اطلاعات ۲۵۰ شخص حقیقی و حقوقی به مراجع قضایی و برگزاری جلسات با آنها که سهمی در برگشتن بخشی از ۲۷ میلیارد دلار ارز داشته‌اند، نتیجه‌ای نداشته

بلوای ارزی بین بانک مرکزی و صادرکنندگان

به خاطر ۲۷ میلیارد دلار

کرده و با وجود درخواست چند باره اتاق بازرگانی برای تمدید زمان، در نهایت پایان تیر را آخرین مهلت رفع تعهد ارزی صادرکنندگان در نظر گرفت تا بار دیگر اختلاف نظرها میان این نهاد دولتی و بخش خصوصی افزایش پیدا کند.

در روزهای گذشته اختلاف اتاق و بانک مرکزی به چند محور اصلی تقسیم شده است. نخستین بحث، اختلاف نظر میان رقم اعلامی دولت و بخش خصوصی است. به اعتقاد آنها، رقم بازنگشته ارز به کشور کمتر از عدد ۲۷ میلیارد دلار اعلامی بانک مرکزی است.

با توجه به این اختلاف نظرها، اعضای اتاق بازرگانی در روزهای گذشته یک صدا از بانک مرکزی خواستند که فهرست افسراد یا شرکت‌هایی که ارز خود را به کشور بازنگردانده‌اند، منتشر کند یا در اختیار اتاق بازرگانی قرار دهد تا مشخص شود چه افرادی در ایفای تعهد ناگم بوده‌اند. این درخواست بخش خصوصی با موافقت مواجه نشد و بانک مرکزی سرانجام اعلام کرد که فهرست متخلفان را نه در اختیار اتاق که در اختیار قوه قضائیه قرار داده است.

سومین حوزه اختلاف میان دولت و بخش خصوصی، به بخشنامه جدید بانک مرکزی برای تعهدات ارزی سال ۹۹ اختصاص دارد. جایی که برخلاف بسته سال‌های گذشته، این بانک اعلام کرده که دیگر واردات در ازای صادرات به عنوان جزئی از تعهد ارزی به رسمیت شناخته نمی‌شود و تنها تولیدکنندگان می‌توانند بخشی از نیاز کارخانه خود به مواد اولیه را از این طریق برطرف کنند و به این ترتیب صادرکنندگان باید ۸۰ درصد از ارز خود را برای فروش به سهامانه نیما بیاورند. محمد لاهوتی، رئیس کنفدراسیون صادرات ایران در انتقاد از این بسته ارزی جدید، گفته که اجرای آن از سویی برای صادرکنندگانی که در چهار ماه ابتدایی امسال به سبک بسته‌های قبلی

^[1] بانک مرکزی در اطلاعیه‌ای بر پیگرد قانونی ۲۵۰ صادر کننده متخلف تاکید کرد

دریچه

وام ودیعه مسکن به مجردها تعلق نمی گیرد

مراحل ثبت نام وام ودیعه مسکن

معاون وزیر راه و شهرسازی از افزایش ۸۰۰درصدی نرخ اجاره‌بها در برخی استان‌ها با وجود مصوبه ستاد ملی مقابله با کرونا خبر داد و گفت دلیل این اتفاق ناآگاهی مردم بوده است.

محمود محمودزاده یادآور شد: ۱۵ روز پس از مصوبه ستاد ملی مبارزه با بیماری کرونا درخصوص تعیین سقف افزایش نرخ اجاره‌بها (تهران ۲۵ درصد، کلانشهرها ۲۰ درصد و سایر شهرها ۱۵درصد) بیشترین افزایش نرخ با ۸۰۰درصد در کرمانشاه و ۱۰۰درصد در تهران و کلانشهرهای دیگر ثبت شده است.

او همچنین درخصوص شرایط دریافت وام ودیعه مسکن گفت: مستأجران واجد شرایط می‌توانند از طریق معرفی‌نامه نهادهای حمایتی یا با گواهی کسر از حقوق یا حتی در رهن گذاشتن سهام عدالت، وام ودیعه مسکن را دریافت کنند.

به گفته وی، افرادی که حقوق ثابت دارند و خانواده‌های تحت پوشش نهادهای حمایتی در تهران وام ۵۰ میلیون، در شهرهای بزرگ ۳۰ میلیون و در شهرهای کوچک ۱۵ میلیون تومان تسهیلات با سود ۱۳درصد دریافت می‌کنند.

محمودزاده با بیان اینکه سقف اینن وام ۲۰ هزار میلیارد تومان است و از محل تسهیلات کرونا پرداخت می‌شود، ادامه داد: مشخص نکرده‌ایم که سهم هر استان و کلانشهری چه مقدار خواهد بود و تعیین سهم هم نمی‌کنیم، از هفته پیش رو جزییات و مراحل نام‌نویسی برای دریافت وام اجاره در سامانه طرح اقدام ملی مسکن به نشانی TEM.MRUD.ir اعلام می‌شود و متقاضیان می‌توانند در آن ثبت نام کنند.

معاون وزیر راه و شهرسازی در پاسخ به این سؤال که چه کسانی مشمول دریافت این تسهیلات می‌شوند، گفت: اولویت با خانواده‌های کم‌درآمد است و افراد تحت پوشش نهادهای حمایتی با معرفی‌نامه این نهادها می‌توانند از این تسهیلات بهره‌مند شوند. افرادی که حقوق ثابت دریافت می‌کنند هم با ارائه فیش حقوقی از افرادی هستند که می‌توانند مشمول این وام شوند.

به گفته محمودزاده، در خانواده‌هایی که حقوق ثابت دریافت می‌کنند اولویت با افرادی است که بیشترین تعداد فرزند و کمترین دریافتی را داشته باشند.

او با بیان اینکه زوجینی که امسال ازدواج کرده باشند هم در اولویت قرار دارند، تأکید کرد: اینن وام به مجردها تعلق نمی‌گیرد و همچنین کسانی که شغل آزاد دارند هم در اولویت پرداخت این تسهیلات نیستند. البته اگر منابع مازاد در اختیارنام قرار بگیرد افراد با مشاغل آزاد هم می‌توانند از این تسهیلات استفاده کنند.

معاون وزیر راه و شهرسازی درباره میزان اقساط پرداختی هم گفت: درباره نحوه پرداخت اینن وام که مبلغ آن به مالک ارائه شود یا به مستأجر، بانک مرکزی در حال تصمیم‌گیری است اما مستأجر فقط اقساط سود آن را پرداخت خواهد کرد که برای وام ۵۰ میلیون تومانی با سود ۱۳درصد قسط هر ماه تقریباً ۵۴۰ هزار تومان است. هر ۵۰ میلیون تومان معادل ۱.۵ میلیون تومان اجاره است بنابراین ۵۴۰ هزار تومان به معنای پرداخت یک‌سوم اجاره خواهد بود به‌عبارت‌دیگر مستأجر دوسوم قدرت پرداخت اجاره بیشتری خواهد داشت.

او با بیان اینکه مستأجران برای دریافت این وام نیازی به ضامن ندارند، گفت: مستأجران واجد شرایط یا از طریق معرفی‌نامه نهادهای حمایتی یا با گواهی کسر از حقوق یا حتی در رهن گذاشتن سهام عدالت می‌توانند این وام را دریافت کنند و درنهایت ضامن گزینه آخر خواهد بود و اگر هیچ‌یک از این موارد ذکرشده را نداشته باشند، باید برای دریافت وام به بانک ضامن معرفی کنند.

وام ودیعه مسکن ترمز گرانی اجاره‌بها را کشید

تسهیلات اجاره مسکن محدود به دوران کروناست؟

نایب رئیس اتحادیه مشاوران املاک، پرداخت وام ودیعه مسکن را در بازار مسکن مثبت دانست و گفت اگر وام ودیعه مسکن نبود قیمت‌ها در این بازار بیشتر رشد می‌کرد.

حسام عقیایی با بیان اینکه توقع این بود که مقدار وامی که برای اجاره‌بها پرداخت می‌شود، بیشتر باشد، افزود: با توجه به اینکه در شهر تهران ۴۴ درصد و در سطح کشور ۲۳ درصد مردم مستأجر بوده و عموم آنها نیز کارمند و حقوق‌بگیر هستند، در نتیجه رشد حقوق آنها کمتر از تورم فروردین ماه است، ارائه این تسهیلات می‌تواند کمکی باشد تا این افراد عقب‌ماندگی خود را در زمینه اجاره‌بها جبران کنند. به گفته وی، تسهیلات اجاره شاید ۱۰۰ درصد نتواند جا ماندن مستأجرین از رشد قیمت اجاره‌بها را جبران کند اما بدون تردید روی افزایش توان مستأجرین در پرداخت اجاره‌بها اثرگذار خواهد بود. اگر این اتفاق نمی‌افتاد شاید قیمت‌های اجاره‌بها بیشتر از این رشد می‌کرد.

او با اشاره به اینکه تسهیلات اجاره‌بها اثر روانی خود را بر بازار مسکن گذاشته است و پس از اجرا نیز تاثیرگذاری بیشتری در کنترل قیمت اجاره‌بها خواهد داشت، افزود: این تسهیلات باعث نزدیک شدن اجاره‌بها به قیمت واقعی خود و افزایش قدرت پرداخت مستأجرین خواهد شد.

عقبایی درباره بازپرداخت این تسهیلات نیز گفت: در دیداری که با وزیر راه و شهرسازی داشتم، تأکید کردم سود این تسهیلات باید به گونه‌ای باشد که قسط دیگری به اقساط مستأجرین تحمیل نشود. البته همین وام در هر صورت برای مستأجرین کمک‌کننده خواهد بود اما بهتر است دولت به بازپس‌گیری وام‌های پرداخت شده، سود کمتری دریافت کند و سود آن‌ها بیشتر از کارمزد نباشد زیرا این تسهیلات قرار است بازار را به نفع دهک‌های آسیب‌پذیر جامعه تنظیم کند.

وی با تأکید بر اینکه نباید تسهیلات اجاره‌بها محدود به دوران کرونا باشد، گفت: باید سال‌های بعد نیز این تسهیلات ادامه پیدا کند زیرا در کشور کاری برای تولید مسکن استیجاری نکرده‌ایم و اگر قرار باشد دولت برای این تسهیلات برنامه درازمدت نداشته باشد، اثرگذاری زیادی نخواهد داشت. این تسهیلات باید در بودجه کشور هر سال دیده شود و نمایندگان مجلس نیز آن را مصوب و به نوعی خط و خطوط را در این حوزه برای دولت ریل‌گذاری کنند.

جزئیات اقساط وام ودیعه اجاره مسکن



ودیعه مسکن است که بالاخره پس از چند هفته انتظار و گمانه‌زنی

رسانه‌ای، جزییات آن از سوی دولتمردان اعلام شد.

رئیس‌جمهور روز چهارشنبه گذشته در جلسه هیات دولت با اشاره به مسائل و مشکلات مستأجران، گفت: «معمولا آنهایی که در آغاز زندگی هستند ناچارند که مسکن مورد نیاز خود را اجاره کنند. ما در هفته‌های اخیر در موضوع مستأجران دو گام مهم برداشتیم؛ ابتدا، اضافه اجاره بها بود که یک روند صعودی و غیرمنطقی پیدا کرده بود و در ستناد ملی مقابله با کرونا تصویب کردیم که مال الاجاره نباید حداکثر برای تهران ۲۵ درصد، شهرهای بزرگ ۲۰درصد و در بقیه شهرها ۱۵ درصد نسبت به سال قبل افزایش پیدا کند.»

حسن روحانی ادامه داد: «مستأجران در تهران یا شهرستان‌ها معمولا وقتی خانه‌ای را اجاره می‌کنند یک پولی را به عنوان اجاره می‌دهند، یک پولی هم به عنوان ودیعه در نزد مالک می‌سپارند. حال این مقدار در شهرها و مناطق مختلف متفاوت است که به زودی پرداخت تسهیلات ودیعه از طرف بانک به مستأجرین اجرایی و عملیاتی می‌شود.»

روحانی افزود: «دولت تصمیم گرفت خانواده‌هایی که حقوق ثابت و معینی دارند و همچنین خانواده‌هایی که توسط کمیته امداد یا بهزیستی تحت حمایت هستند، در تهران بتوانند ۵۰ میلیون تومان از بانک پول بگیرند. این رقم در شهرهای بزرگ ۳۰ میلیون تومان و در شهرهای کوچک ۱۵ میلیون تومان است. افرادی که در تهران خانه اجاره می‌کنند می‌توانند با سود و بهره ۱۳درصد از بانک وام بگیرند بنابراین یک کمک بسیار خوبی برای مستأجران است؛ اینها در تهران می‌توانند تا ۵۰ میلیون تومان از بانک قرض بگیرند برای همان مدت اجاره یک ساله‌ای که اجاره‌نامه آنها گواه خواهد بود و سود ۱۳درصد را به بانک پرداخت کنند. پایان کار هم وقتی زمان اجاره تمام می‌شود، اصل پول را باید به بانک برگردانند. آن بهره ۱۳درصد هم که به صورت ماهانه مستأجران به بانک پرداخت می‌کنند.»

به گفته رئیس‌جمهوری، «این تسهیلات می‌تواند به مستأجرانی که کارمند، کارگر یا تحت پوشش نهادهای حمایتی هستند و تحت فشار قرار دارند، بسیار کمک کند و از هفته آینده وزارت راه و شهرسازی و بانک مرکزی ویژگی‌های این تسهیلات بانکی را اعلام و مقررات آن را به همه بانک‌ها ابلاغ کنند و از طریق صدا و سیما هم مردم را

رئیس‌کل بانک مرکزی، میزان اقساط و کارمزد وام ودیعه مسکن را اعلام کرد

۵ نکته همتی در خصوص وام ودیعه مسکن

آثار شیوع کرونا برای سیستم بانکی (حداکثر ۷۵هزار میلیارد تومان) اختصاص بیش از ۲۰ هزار میلیارد تومان با نرخ ۱۳درصد، آن هم با معکول کردن برگرداندن اصل وام به پایان دوره یک ساله، با در نظر گرفتن سایر تعهدات کرونایی، مقدور نبود.

❖ افرادی که با تأیید وزارت راه و شهرسازی واجد شرایط استفاده از این وام باشند، اگر به جای پرداخت ماهانه سود وام و پرداخت اصل آن در پایان سال، توانایی پرداخت اصل و سود وام به صورت ماهانه را داشته باشند، می‌توانند با انتخاب خود، این وام را با اقساط ۳۰ ماهه و نرخ ۱۲درصد دریافت کنند.

❖ محدودیت منابع اختصاص یافته برای مقابله با آثار کرونا به علت

رئیس‌کل بانک مرکزی در یادداشتی تحت عنوان «چند نکته در خصوص وام ودیعه مسکن»، این وام را کمک ودیعه مسکن دانست و نه وام ودیعه مسکن و نوشت: مشمولان این طرح اگر توانایی پرداخت اصل و سود وام به صورت ماهانه را داشته باشند، می‌توانند با انتخاب خود این وام را با اقساط ۳۰ ماهه و نرخ ۱۲درصد دریافت کنند.

عبدالنصر همتی در این یادداشت اینستاگرامی نوشت:

❖ این وام «ودیعه مسکن» نیست، بلکه «کمک ودیعه مسکن» است. هدف، کمک به تأمین افزایش تحقق یافته در ودیعه اجاره‌های مسکن اقشار کم‌درآمد و آسیب‌پذیر در سال جاری است.

❖ با توجه به محدودیت اعتبار تخصیص یافته برای جبران و کنترل

وزیر راه و شهرسازی با اشاره به آغاز ثبت‌نام دریافت وام ودیعه مسکن از امروز شنبه ۴ مردادماه، از ۶۰۰ هزار خانوار واجد شرایط دریافت این وام خبر داد و پایان مردادماه را زمان تحویل اولین سری از واحدهای طرح ملی مسکن اعلام کرد.

محمد اسلامی با بیان اینکه طرح ملی مسکن با اراده ملی مردم و استقبالی که مردم از آن انجام داده‌اند در سراسر کشور در حال اجراست، گفت: اولین سری از واحدهای ساخته‌شده طرح اقدام ملی از اواخر مردادماه به مردم تحویل می‌شود و به‌تدریج تا اجرای این برنامه که دو ساله است، مردم منازل خود را تحویل خواهند گرفت.

به گفته وی، ثبت‌نام از متقاضیان طرح مذکور به دو شکل پیامکی و سامانه‌ای انجام گرفت که یک میلیون و ۶۰۰ هزار نفر از طریق پیامک در این طرح ثبت‌نام کردند. با توجه به اینکه ثبت‌نام‌کنندگان پیامکی به دلیل شرایط کرونا باید مدارک خود را از طریق سامانه تکمیل می‌کردند، تاکنون، افزون بر ۹۳۶ هزار نفر به سامانه ورود کرده‌اند و حدود ۳۴۰ هزار نفر، متقاضیان پالایش‌شده از اواخر ماه آینده به‌تدریج به پروژه‌ها وارد خواهند شد.

او همچنین از آغاز ثبت‌نام تسهیلات کمک‌ودیعه مسکن از روز شنبه (۴مرداد) به مستأجران خبر داد و گفت: این تسهیلات با اولویت خانواده‌های پنج نفره، زوج‌های تازه ازدواج کرده و مستأجران تحت پوشش نهادهای حمایتی در کنار تسهیلات مصوب شورای پول و اعتبار

رتبه‌بندی صنایع براساس آسیب‌پذیری کرونا

کرونا به کدام شغل‌ها بیشترین آسیب را زد؟

موسسه «Deloitte» به تازگی در گزارشی به بررسی آسیب‌پذیری صنایع گوناگون به‌واسطه بازگشایی مجدد کسب و کارها در دوران شیوع کرونا پرداخته و ۲۰ فعالیت را به ترتیب بیشترین آسیب‌پذیری، رتبه‌بندی کرده است.

با شیوع جهانی ویروس کرونا بود که بسیاری از کشورها و دولت‌ها به منظور کاهش سرعت بیماری و افزایش توان کادر درمان در مقابله با آن، اقدام به ایجاد قرنطینه و محدودیت‌های اجتماعی کردند و به دنبال آن، فعالیت بسیاری از کسب و کارها یا محدود و ممنوع شد یا با تغییرات جدی تعدیل پیدا کرد. هرچند در حال حاضر بسیاری از دولت‌ها یا با کاهش سرعت شیوع ویروس یا با هدف مقابله با ضربه‌های اقتصادی حاصل از آن، اقدام به بازگشایی مجدد کسب و کارها کردند اما بررسی نشان می‌دهد که تعدادی از شغل‌ها و حوزه‌های کاری در زمان شیوع کرونا، آسیبی جدی دیده‌اند. مبنای جدیدترین تحقیقات صورت گرفته در این زمینه، امکان ایجاد فاصله‌گذاری اجتماعی در محیط‌های کاری است و موسسه «Deloitte» در گزارش خود به جست‌وجوی پاسخ این سوال برآمده که در هر محیط پس از بازگشایی دوباره کسب و کارها تا چه حد امکان حفظ فاصله اجتماعی و کاهش خطر ابتلا وجود داشته است؟

براساس آنچه اتاق بازرگانی تهران از گزارش این موسسه ترجمه کرده است، ۲۰ فعالیت به ترتیب بیشترین آسیب‌پذیری، رتبه‌بندی شده است. صنایعی که نیاز به تماس فیزیکی و مواجهه مستقیم با افراد دارند، به تناسب نیاز به این ارتباط، قابل طبقه‌بندی در سه سطح با امتیاز بالا، متوسط و پایین هستند. هرچه امتیاز صنایع پایین‌تر باشد، ریسک آسیب‌پذیری آنها کمتر است.

براساس این گزارش، کسب و کارهای فعال در حوزه مراقبت‌های بهداشتی و حمایت اجتماعی، مدیریت عمومی، خدمات اقامتی و غذایی، هنر، سرگرمی و تفریح، تجارت خرده‌فروشی و خدمات اجتماعی بیشترین آسیب را از شیوع کرونا دیده‌اند و با توجه به اینکه در انجام بسیاری از این فعالیت‌ها امکان فاصله‌گذاری اجتماعی وجود ندارد، حتی در زمان بازگشایی‌ها، اقبال از آنها بالا نبوده است.

خدمات آموزشی، املاک و مستغلات، ساخت و ساز، خدمات آب، برق و گاز، امور مالی و بیمه، خدمات اداری و علمی و آمار و اطلاعات دیگر بخش‌هایی هستند که در طیف شغل‌های آسیب‌دیده از کرونا، در میانه قرار می‌گیرند.

در میان شغل‌هایی که کمترین آسیب را دیده‌اند، کشاورزی، جنگل‌داری و شیلات، صنعت (ساخت) و حمل و نقل انبارداری قرار گرفته‌اند. این شغل‌ها با توجه به اینکه امکان ارتباط مستقیم و مواجهه رو در رو با افراد در آنها بسیار پایین است، جزو شغل‌های کم‌ریسک به شمار رفته و در زمان شیوع کرونا، آسیب چندان زیادی در مقایسه با سایر بخش‌ها ندیده‌اند.

در تیرماه امسال

هزینه خانواده‌های ایرانی تا ۲۷درصد بالا رفت

تغییرات قیمت کالا و خدمات نشان‌دهنده رشد قیمت‌ها در تیرماه است؛ به طوری که خانوارهای ایرانی نسبت به تیرماه پارسال به طور متوسط ۲۷ درصد بیشتر هزینه کرده‌اند و در مقایسه با خرداد امسال هم بیش از ۴درصد افزایش هزینه داشته‌اند.

به گزارش اسپنا، گرچه اعلام نرخ تورم در ماه‌های اخیر با کاهش در برخی شاخص‌ها همراه بوده، ولی رشد هزینه‌ها متوقف نشده و فقط از سرعت آن کاسته شده است. اخیرا مرکز آمار ایران گزارشی از وضعیت شاخص قیمت کالا و خدمات در تیرماه امسال منتشر کرد که نشان داد تورم سالانه (تغییرات در ۱۲ ماهه منتهی به تیرماه) در روند نزولی قرار داشته و برای تیرماه نیز با کاهش ۱.۴ درصدی نسبت به خرداد به ۲۶.۴ درصد رسیده است، اما از سوی دیگر تورم نقطه‌ای که نشان‌دهنده تغییر قیمت نسبت به ماه مشابه سال قبل است با افزایش همراه بود؛ به طوری که با رشد ۴.۴ درصدی در ۲۶.۹ درصد رسیده است.

بر این اساس خانوارها برای تهیه مجموعه‌ای از کالاها به طور متوسط حدود ۲۶.۹ درصد بیشتر از پارسال هزینه کرده‌اند. گرچه میزان هزینه‌کرد خانوارها در تیرماه امسال افزایش داشته است، ولی در قیاس با تیر سال گذشته که تورم نقطه به نقطه ۴.۸ درصد گزارش شده بود حدود ۲۰ درصدی کاهش دارد.

در مجموع شواهد از این‌حکایت دارد که از فاصله خرداد تا تیرماه امسال تورم رشد داشته و خانوارها با موج جدید افزایش قیمت مواجه بوده‌اند، این در حالی است که نوسان تورم ماهانه که نشان‌دهنده تغییر قیمت تیر نسبت به خرداد است نیز از رشد۴.۴ درصدی خبر می‌دهد و این رشد قیمت را تایید می‌کند.

بانک مرکزی اعلام کرد

عرضه ۲۷۹ میلیون دلار ۱۸ هزار و ۲۰۰ تومانی در سامانه نیما

براساس اطلاعات بانک مرکزی تا ساعت ۱۶:۰۰ روز چهارشنبه مورخ ۱ مرداد در مجموع ۲۷۹ میلیون دلار در این سامانه عرضه شده که نرخ میانگین موزون معاملات، ۱۸۲۰۰ ریال به ازای هر دلار بوده است.

به گزارش روابط عمومی بانک مرکزی، براساس گزارش‌های دریافتی از سامانه نیما، تا ساعت ۱۶:۰۰ روز چهارشنبه مورخ ۱ مرداد در مجموع ۲۷۹ میلیون دلار در این سامانه عرضه شده که نرخ میانگین موزون معاملات، ۱۸,۲۰۰ ریال به ازای هر دلار بوده است.

سامانه نیما با عنوان کامل «نظام یکپارچه معاملات ارزی» با هدف تسهیل تأمین ارز از جانب بانک مرکزی راه‌اندازی شده است که از طریق آن خریداران (واردکنندگان) و فروشندگان (صادرکنندگان) ارز متناسب با نیازهای خود نسبت به انجام عملیات ارزی در محیط الکترونیک اقدام می‌کنند، بنابراین حجم و قیمت معاملات انجام‌شده در آن، در فرآیند تعیین نرخ ارز نقشی تعیین‌کننده دارد.

از رشد ۳,۲ درصدی شاخص بورس تا کاهش چشمگیر قیمت دلار و سکه

وضعیت بازارهای مالی در آخرین هفته تیرماه



رسید. همچنین قیمت هر قطعه نیم سکه ۵میلیون و ۱۵۰ هزار تومان، ربع سکه ۳میلیون و ۱۵۰ هزار تومان و سکه‌های یک گرمی یک میلیون و ۶۲۰ هزار تومان معامله شد که به ترتیب نیم سکه ۴۵۰ هزار تومان، ربع سکه ۱۷۰ هزار تومان و سکه‌های یک گرمی ۱۸۰ هزار تومان نسبت به ابتدای هفته کاهش قیمت داشته‌اند. قیمت هر مثقال طلا نیز با کاهش ۵۱۱ هزار تومانی به ۴میلیون و ۱۶۷ هزار تومان و هر گرم طلای ۱۸ عیار هم با کاهش۱۱۸ هزار و ۴۰۰ تومانی به ۹۶۱ هزار و ۵۰۰ تومان رسید. در همین حال، انس جهانی نیز با افزایش ۷۰ دلاری ۱۸۸۱ دلار و ۷۰ سنت قیمت خورد. در این میان، حباب سکه در محدوده ۹۵۰ هزار تومانی برای هر قطعه سکه است و این در حالی است که حباب هر قطعه سکه در ابتدای هفته حدود ۸۰۰ هزار و ۴۰۰ تومان بود و علی رغم کاهش قیمت‌ها حباب سکه بیشتر شد. به اعتقاد نایب رئیس اول اتحادیه طلا و جواهر تهران، اگر در بازار فروش عادی باشد، هیچ‌گاه حباب ایجاد نمی‌شود اما زمانی که تقاضاها از حالت عادی خارج شود، به بازار سفته‌بازی تبدیل می‌شود، حباب بر روی قیمت سکه ایجاد می‌شود که نشان می‌دهد بازار چندان بازار منطقی نیست. کاهش قیمت دلار نیز به صورت متوالی در هفته گذشته ادامه داشت و درنهایت در روز پنجشنبه قیمت دلار در صرافی‌های بانکی با کاهش حدود ۲ هزار و ۸۰۰ تومانی نسبت به ابتدای هفته به ۲۰ هزار و ۳۰۰ تومان رسید. قیمت یورو هم به موازات دلار در طول هفته کاهش داشت و روز پنجشنبه هر یورو با کاهش ۲ هزار و ۱۰۰ تومانی نسبت به ابتدای هفته ۲۳ هزار و ۳۰۰ تومان قیمت خورد.

رشد ۳,۲ درصدی شاخص بورس در آخرین هفته تیر
شاخص بورس تهران نیز معاملات آخرین هفته تیرماه را با ثبت رشد

تحلیل رئیس اسبق کانون صرافان از تبعات دلار چندنرخی در بازار

نرخ واقعی دلار چقدر است؟

قدری هم به قول معروف به پیشواز آینده رفته و حباب می‌گیرد. رئیس اسبق کانون صرافان ادامه داد: کما اینکه ملاحظه کردید، شاهد بالارفتن قیمت‌ها در بازار آزاد تا ۲۶ هزار تومان بودیم که در همان زمان در صرافی‌های بانکی گاهی تا ۲ هزار تومان پایین‌تر به مردم ارز فروخته می‌شد، که خود این رانت ۲ هزار تومانی باعث تشکیل صف‌های طولانی در مقابل صرافی‌های بانکی شده بود، در حالی که اگر کار با مدیریت صحیح انجام شود، حتی با نرخ تورم ۴۰درصدی هم در این زمان که ۱۲۰ روز از سال می‌گذرد هنوز می‌باید دلار زیر ۲۰ هزار تومان می‌بود. سمیعی با پیش‌بینی نرخ ارز در ماه‌های آتی گفت: به دلیل اینکه تا آخر سال هنوز ۲۴۰ روز باقی مانده، اگر فکری به حال نرخ تورم نشود، طبعاً روند صعودی ارز ادامه می‌یابد و اگر نرخ ۴۰ درصدی ملاک ما باشد، ممکن است تا ۲۵ هزار تومان بتوانیم سال را به پایان برسانیم. وی گفت: تازه این به شرط مدیریت صحیح بازار ارز است، وگرنه اگر به سیاست چندنرخی ادامه دهیم، شاید شاهد تلاطمات مخرب بیشتری در آینده باشیم.

رئیس اسبق کانون صرافان درباره تاثیر مسائل سیاسی روی بازار ارز افزود: یک بار دیگر هم عرض می‌کنم دلیل کاهش ارزش تومان و طبعاً افزایش قیمت ارز کاملاً مشخص است، ولی چیزی که مشخص نیست، عدم جلوگیری مسئولین اقتصادی کشور از ایجاد تلاطمات در بازار ارز

۳,۲ درصدی به پایان رساند که کمترین رشد هفتگی شاخص کل از ۷ خردادماه امسال بدین سو محسوب می‌شود. شاخص بورس در معاملات هفته گذشته ۶۰ هزار واحد افزایش داشت، به طوری که شاخص کل در پایان روز چهارشنبه (۲۵ تیرماه) با عدد یک میلیون و ۸۴۱ واحد به معاملات پایان داد که این رقم در روز چهارشنبه (یکم مردادماه) به عدد یک میلیون و ۹۰۱ هزار واحد رسید. بازار سهام در روزهای پایانی تیرماه روزهای پرنوسانی را سپری کرد و اصلاحی نه چندان عمیق را نسبت به بازار هفته گذشته تجربه کرد.

در این زمینه، همایون دارابی کارشناس بازار سرمایه در گفت‌وگو با باشگاه خبرنگاران جوان، گفت: در آخرین هفته تیر ۹۹ با نزدیک شدن شاخص کل بورس به مرز ۲ میلیون واحد باعث شد بازار سرمایه در معرض شناسایی سود توسط معامله‌گران قرار بگیرد. بازار سرمایه بعد از هر رشد مثبت شاخص وارد یک دوره استراحت و همگن شدن قیمت سهام‌ها می‌شود که در پی آن سهامدارانی که سهام خود را با قیمت پایین خریداری کرده‌اند با خرید و فروش آن سود سهام خود را شناسایی و قیمت تمام شده آن را بررسی می‌کنند .

به عقیده دارابی، نوسانات شدید در بازار ارز و بازارهای موازی علت اصلی فراز و فرود شدید شاخص کل بورس بود که به دنبال آن بازار سرمایه حالت احتیاطی به خود گرفت. انتظار می‌رود که دوره اصلاح قیمت و استراحت در روزهای آینده همراه بازار سرمایه باشد چراکه شاخص بورس به میزان قابل توجهی رشد کرده است و در روزهای آینده حجم معاملات در بورس افزایش خواهد یافت که این افزایش می‌تواند برای بازار بسیار مفید باشد و سرمایه‌گذاران فرصت ارزیابی مجدد سهام‌های خود را به دست آورند.

است که باعث انواع فسادها و رانت‌ها در بازار خواهد بود.

سمیعی عنوان کرد: این در حالی است که مدیریت بازار هیچ ربطی به فشارها و تحریم‌های استکبار جهانی و حتی بدی وضعیت اقتصادی کشور ندارد، مدیریت یعنی دادن ثبات به بازار، نه الزاما پایین نگه داشتن قیمت‌ها. راه آن هم واقعی و واحد بودن قیمت ارز و تزریق صحیح آن توسط بانک مرکزی و از طریق بانک‌ها و صرافی‌های مجاز است. وی افزود: قیمت روز هم با توجه به بسته شدن نرخ در بازار روز پیش و مقداری که بانک مرکزی بنا دارد در روز بعد تزریق کند، تعیین شده و اعلام آن در ۸ صبح و دادن مهلت به بانک‌ها و صرافی‌ها برای واریز ریال معادل مقدار ارز مورد تقاضای‌شان قبل از ساعت ۱۰ صبح است. رئیس اسبق کانون صرافان گفت: به همین سادگی می‌شود از ایجاد رانت و فساد و به هدر رفتن سرمایه‌های کشور جلوگیری کرد.

سمیعی ادامه داد: اصولاً همه بانک‌های مرکزی در سراسر دنیا دو وظیفه اصلی برعهده دارند؛ یکی ثبات نسبی قیمت در بازار ارز و البته این به معنای ثابت نگه داشتن قیمت نیست، بلکه فقط به معنای جلوگیری از نوسانات بیش از یک درصد تا ۲درصد در روز است و دوم، ایجاد شغل یا تنظیم نرخ بهره در کشور است که متأسفانه تاکنون بانک‌های مرکزی ما کمترین توجه را به این دو وظیفه اصلی نشان داده‌اند.

وزارت آموزش عالی

«آگهی»

به استناد رونوشت سند شماره ۳۰۷۳۱ مورخ ۹۱/۴/۱۳ دفتر اسناد رسمی ۲۱ پارسیان آقایان محمد بهمنی فرزند هادی و ابراهیم رنجبر فرزند علی (هر کدام نسبت به ۳ دانگ) تمامی شش دانگ سهام خود در مالکیت لنج باری به شماره ثبت ۱۱۷۷۱- بندرعباس را به آقای طیب شریفی سوزائی فرزند عبدالعزيز انتقال قطعی داده اند.

مراتب به استناد ماده ۲۵ قانون دریایی ایران آگهی می گردد.

م.الف:۱۰۸۴

وزارت آموزش عالی

اخبار

راهکارهای توسعه صادرات محصولات کشاورزی

کل سطح زمین‌های زیر کشت کشور چقدر است؟

رئیس اتحادیه محصولات کشاورزی گفت توسعه صادرات محصولات کشاورزی با تامین زیرساخت‌ها و اصلاح قوانین محقق می‌شود. به گزارش باشگاه خبرنگاران جوان، نورانی رئیس اتحادیه ملی محصولات کشاورزی در برنامه گفت و گوی ۱۸:۳۰ شبکه خبر با اشاره به رشد ۳۰ درصدی صادرات محصولات کشاورزی در شرایط کرونا و تحریم تصریح کرد: بخش کشاورزی ۱۰ درصد صادرات کشور را تشکیل می‌دهد که قابلیت رسیدن به ۲۰ درصد را هم دارد. صادرات این محصولات در شرایط تحریم بهترین جایگزین برای درآمدهای نفتی به شمار می‌رود. او افزود: باید به سوی جهش تولید حرکت کنیم اما با این قوانین متعدد و تصمیمات یک شبه راه به جایی نمی‌بریم. با وجود رشد ۳۰ درصد صادرات محصولات کشاورزی در ۴ ماه نخست امسال اما طی سال گذشته وضعیت خوبی در صادرات این محصولات نداشتیم. نورانی با اشاره به پتانسیل بالای بخش کشاورزی تصریح کرد: ۱۶ میلیون هکتار زمین در کشور زیرکشت محصولات کشاورزی قرار دارد و ظرفیت تولید ۱۲۸ میلیون تن محصولات را در سال داریم. او ادامه داد: میزان ضایعات محصولات کشاورزی حدود ۳۰ درصد است اگر جهش تولید بخواهیم باید این ضایعات تبدیل به صادرات شود. نورانی با اشاره به مشکل صادرکنندگان برای بازگرداندن ارز صادراتی به سامانه نیما گفت: محصولات کشاورزی حجم بالایی دارد و درهای بانک‌های خارجی به سوی صادرکنندگان ما بسته است در این شرایط بازگرداندن ارز ممکن نیست. می‌توان از روش‌های تهاثر یا صادرات در مقابل واردات استفاده شود. رئیس اتحادیه ملی محصولات کشاورزی درخصوص مشکلات صادرکنندگان تصریح کرد: صادرکنندگان مشکل حمل و نقل کالا دارند. زیرساخت‌های صادراتی باید حتما مهیا باشد. کانتینرهای یخچالی واگن قطار سردخانه‌دار و کشتی مجهز به کانتینر یخچالی در کشور ما محدود است. همچنین بیمه فسادپذیری کالا هم نداریم. او ادامه داد: جوازب صادراتی از سال ۸۹ تعطیل شده و قوانین بیشتر تنبیهی شده است. این مقام مسئول گفت: در حوزه صادرات میوه و تره بار و خشکبار و آبیان پتانسیل بالایی داریم. اقلیم آب و هوایی کشور ما مناسب است اما باید ماشین‌آلات را نوسازی کنیم. اگر زیرساخت‌ها فراهم باشد ۲۰۰ میلیون تن صادرات محصولات کشاورزی خواهیم داشت. نورانی تاکید کرد: تصمیم‌گیری برای صادرات باید با نظرخواهی از تشکل‌های بخش خصوصی و تنها از سوی یک حوزه به طور متمرکز انجام شود.

اقدامات گمرک در جهت تسهیل صادرات

ارونقتی معاون گمرک در ادامه برنامه تصریح کرد: صادرات محصولات کشاورزی در ۳ دسته طبقه‌بندی می‌شود. کالاهای اساسی که صادرات آنها ممنوع است. کالاهای ضروری که صادرات با اخذ مجوزها انجام می‌شود و کالاهای استراتژیک که صادرات آنها مجاز است اما مجوزهای قانونی هم نیاز دارد. او ادامه داد: صادرات محصولات کشاورزی امسال از نظر وزنی ۳۰،۴ درصد و از نظر ارزشی ۶۸،۸درصد رشد داشته است. ارونقتی درخصوص برخی بخش‌نامه‌ها و تصمیمات یک شبه در حوزه صادرات گفت: گمرک مجری بخش‌نامه‌ها هست البته برخی بخش‌نامه‌ها ایستایی‌هایی برای صادرات رقم می‌زند. این مقام مسئول بیان کرد: کالاهایی که در مسیر سبز اظهارنامه قرار گیرند مجاز به صادرات هستند. برخی از کالاهای نیاز به اخذ مجوز از سوی سازمان‌های دیگر دارند. او ادامه داد: طبق بسته سیاستی بانک مرکزی تمامی تسهیلات صادرات صادرکنندگانی که ارز صادراتی را بازنگردانده‌اند متوقف می‌شود و صادرات کالای آنها در مسیر فرمز قرار می‌گیرد که برخی کالاهای فسادپذیر هستند و گمرک سعی بر رفع مشکل این نوع کالاهای و صادرات آنها قبل از فاسد شدن دارد. او افزود: ارزیابی کالا در محل، شبانه‌روزی کردن صدور کالاهای رایزنی با کشورهای طرف در زمانی که محدودیت‌های کرونایی وجود دارد از جمله اقدامات گمرک در جهت تسهیل صادرات است.

تخم مرغ ارزان شد

رئیس هیأت مدیره اتحادیه مرغ تخم‌گذار استان تهران از کاهش قیمت تخم‌مرغ خبر داد و گفت قیمت هر کیلو تخم مرغ درب مرغداری ۷ هزار تومان معادل شانه‌ای ۱۴ هزار تومان است. ناصر نوری پور، رئیس هیأت مدیره اتحادیه مرغ تخم‌گذار استان تهران در گفت و گو با باشگاه خبرنگاران جوان، از کاهش ۲ هزار و ۵۰۰ تومانی قیمت تخم مرغ در بازار خبر داد و گفت: امروز متوسط قیمت هر کیلو تخم مرغ درب مرغداری ۷ هزار تومان معادل شانه‌ای ۱۴ هزار تومان است.

وی قیمت مصوب هر کیلو تخم مرغ را ۹ هزار و ۵۰۰ تومان اعلام کرد و گفت: با احتساب قیمت اتحادیه، مرغداران در فروش هر کیلو تخم مرغ ۵ هزار تومان و طبق قیمت مصوب ستاد تنظیم بازار ۲ هزار و ۵۰۰ تومان متضرر هستند.

نی‌پور مازاد تولید و ممنوعیت صادرات تخم مرغ را یکی از علل اصلی افت قیمت محصول در بازار برشمرد و گفت: با توجه به مازاد روزانه حداقل ۲۰۰ تن تخم مرغ، انتظار می‌رود که مسیر صادرات باز شود. این مقام مسئول با اشاره به اینکه بازار نهاده‌های دامی تعریفی ندارد، بیان کرد: وزارت جهاد کشاورزی قول داده که سهمیه یک ماهه واحدهای مرغداری را از ابتدای مرداد با نرخ مصوب در اختیار مرغداران قرار دهد، چنانچه نهاده با نرخ مصوب تامین نشود، تولید صرفه اقتصادی ندارد.

وی تولید روزانه تخم مرغ را ۲ هزار و ۹۰۰ هزار تن اعلام کرد و گفت: با احتساب مصرف داخل، روزانه ۲۰۰ تن از این میزان مازاد بر نیاز کشور است که باید به بازارهای هدف صادر شود. وی با بیان اینکه بازار نهاده‌های دامی همچنان آشفته است، گفت: قیمت کنونی هر کیلو کنجاله سویا در بازار سیاه ۸ هزار تومان و ذرت ۲ هزار و ۴۰۰ تا ۲ هزار و ۵۰۰ تومان است که با قیمت مصوب اختلاف معناداری دارد.

نی‌پور در پایان با انتقاد از جهش چشمگیر قیمت ریزمغذی‌ها در بازار تصریح کرد: با توجه به واردات ریزمغذی‌ها، قیمت متیونین از ۲۵ هزار به ۹۰ هزار تومان و ویتامین از ۶۰۰ هزار به بالای ۳ میلیون تومان رسیده است.



دبیر انجمن صنایع آبمیوه و کنسالتیره ایران گفت که محصولات آبمیوه از نظر آلودگی به ویروس کرونا ایمن هستند و به نظر می‌رسد شهروندان هم به دلیل نگرانی‌هایی که در زمینه شست‌وشوی میوه در دوره کرونا داشتند و همینطور افزایش قیمت میوه، برای تامین ویتامین موردنیاز به آب میوه‌های بسته‌بندی روی آورده‌اند.

ولی‌الله داوودآبادی در گفت‌وگو با ایسنا، وضعیت صادرات آبمیوه و کنسالتیره در سال ۱۳۹۸ را خوب توصیف کرد و گفت: صادرات آبمیوه بیشتر به کشورهای شمال خلیج فارس، عراق، افغانستان و کردستان عراق انجام می‌شود اما کنسالتیره به کشورهای بیشتری صادر می‌شود. حتی در گذشته کشورهای اروپایی خریدار کنسالتیره ایران بودند، اما در حال حاضر ترکیه این محصول را از ما خریداری و سپس به اروپا صادر می‌کند.

وی همچنین با بیان اینکه بعد از شیوع ویروس کرونا پروتکل‌های بهداشتی در کارخانه‌ها رعایت شده و تاکنون پرسنل این صنعت دچار مشکل نشده‌اند، گفت: محصولات آبمیوه از نظر آلودگی به ویروس کرونا ایمن هستند و به نظر می‌رسد شهروندان هم به دلیل نگرانی‌هایی که در زمینه شست‌وشوی میوه در دوره کرونا داشتند و افزایش قیمت میوه، برای تامین ویتامین موردنیاز به آب میوه‌های بسته‌بندی روی آورده‌اند، به‌طوری‌که شاهد افزایش تقاضای آبمیوه بعد از شیوع بیماری بودیم. البته از طرفی هم با توجه به نامشخص بودن وضعیت مدارس



دبیر اتحادیه واردکنندگان نهاده‌های دام و طیور ایران گفت بازار با کمبود نهاده‌های دامی مواجه است و وزارت جهاد کشاورزی با تاخیر ۲۰ روزه در صدور مجوز عرضه نهاده‌ها در بازارگاه نیاز بازار به تامین نهاده‌های دامی را تشدید می‌کند. به گزارش ایسنا به نقل از اتحادیه واردکنندگان نهاده‌های دام و طیور ایران (اوندا)، عباس حاجی‌زاده اظهار کرد: بوروکراسی توزیع در وزارت جهاد کشاورزی عامل تشدید کمبود و گرانی نهاده‌های دام و طیور شده است.

وی با استقبال از مصوبه اخیر وزارت صنعت، معدن و تجارت (صمت) در ایجاد امکان ترخیص اعتباری کالاهای روسی‌بی برای همه واردکنندگانی که در انتظار تامین ارز هستند، افزود: در حال حاضر



کارشناسان حوزه فناوری بزرگ‌ترین چالش اینترنت اشیا و ۵G در ایران را نبود تقاضا و بازار دانستند و از سیاست‌گذاران و تصمیم‌گیران این حوزه خواستند برای استفاده از فواید این فناوری و توسعه کاربردهای آن برنامه‌ریزی کنند.

به گزارش ایسنا، پس از اینکه در سال‌های گذشته با ورود نسل سوم و چهارم تلفن همراه در دنیا مواجه بودیم، چند سالی است که صحبت از ۵G یا همان نسل پنجم تلفن همراه مطرح می‌شود. کاهش تأخیر، ظرفیت بالای دسترسی، قابلیت اطمینان بسیار بالا، ارتقای ارتباطات موبایل پهن باند و قابلیت اتصال و ارتباط اشیا در سطح بسیار وسیع ازجمله ویژگی‌های نسل پنج ارتباطی است که این فناوری نوین ارتباطی را به‌عنوان یک فناوری تحول‌ساز که سایر جنبه‌های فناوری را نیز متحول می‌کند مطرح کرده است.

اولین شبکه نسل پنجم تلفن همراه (۵G) در روز چهارشنبه یکم مرداد، در ایران و در شهر تهران راه‌اندازی شد و حسن روحانی رئیس جمهوری در این خصوص اظهار کرد: در حال ورود به اینترنت نسل پنجم هستیم و از روزهای آینده این نسل کار خود را در تهران آغاز می‌کند و به تدریج گسترش پیدا می‌کند. این تحولی بزرگ در عرصه دیجیتال است؛ نسل پنجم فقط برای ارتباطات نیست، بلکه برای اقتصاد دیجیتال کشور است.



و نبود ملاقات در بیمارستان‌ها می‌توان گفت بخشی از مشتریان هم از دست رفته است.

داوودآبادی همچنین از کاهش واردات رسمی و غیررسمی آبمیوه در پی افزایش نرخ دلار خبر داد و گفت: کمبود و گرانی مواد اولیه و گرانی حمل و نقل از جمله مشکلات کنونی این صنعت است. از طرف دیگر برخی از محصولات در گمرک مانده اما برای ترخیص آنها ارز تخصیص داده نشده است. از طرف دیگر برخی شرکت‌های بزرگ به اندازه محصول موردنیازی که باید وارد کنند، صادرات ندارند و نمی‌توانند از راه حل واردات در مقابل صادرات استفاده کنند؛ به ویژه کارخانه‌هایی که فقط آب میوه تولید می‌کنند و صادرات کنسالتیره ندارند به ارز بیشتری نیاز دارند.

با تولید پرتقال صنعتی می‌توانیم صادرکننده کنسالتیره پرتقال شویم دبیر انجمن صنایع آبمیوه و کنسالتیره ایران همچنین از ممنوعیت برخی از انواع کنسالتیره از جمله پرتقال یخ زده و توسرخ، گریپ فروت، آناناس، لیمو و هویج خبر داد و اظهار کرد: این در حالی است که بیشترین مصرف ما به ویژه در تابستان آب میوه پرتقال است. این بخشنامه‌ها کارشناسی نشده است؛ چرا که برای مثال در زمینه کنسالتیره هویج تولید آن بسیار دشوار است و حتی قبلاً با دانشگاه امیرکبیر قراردادهایی برای تولید این محصول بسته شده بود اما موفقیت‌آمیز نبود. برای تولید کنسالتیره پرتقال هم بارها با وزارت



بازار با کمبود نهاده مواجه است

وزارت کشاورزی در صدور مجوز تاخیر می‌کند

بوروکراسی توزیع در وزارت جهاد کشاورزی باعث رسوب کالا و کندی عرضه نهاده‌های دامی شده است. وی ادامه داد: متأسفانه براساس رویه‌های ابلاغی، هر واردکننده برای اینکه کالای خود را اظهار و در سامانه بازارگاه عرضه کند باید از معاونت امور تولیدی وزارت جهاد کشاورزی مجوز بگیرد که صدور این مجوز بعضاً تا ۲۰ روز زمان می‌برد. دبیر اتحادیه واردکنندگان نهاده‌های دام و طیور ایران تصریح کرد: البته پس از اینکه واردکنندگان مجوز اظهار و عرضه نهاده‌های دامی در سامانه بازارگاه را اخذ کردند، مراجعه دارندگان حواله‌های خرید و حمل نهاده‌های دامی به سامانه بازارگاه گاهی بین چند روز تا چند هفته زمان می‌برد.



در این راستا و به نقل از وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات، پهل و هشتمین نشست نقد و اندیشه با حضور مهدی راستی، عضو هیات علمی دانشکده مهندسی کامپیوتر دانشگاه صنعتی امیرکبیر و مهدی روحانی‌نژاد مدیر فروم اینترنت اشیا در ایران به صورت آنلاین با موضوع «۵G نسل نو در ارتباطات» برگزار شد.

در این نشست، راستی به ابعاد مختلف ۵G اشاره کرد و گفت: یک بعد این فناوری که مردم با آن آشنا هستند تحول در نرخ داده‌ها است که به‌دلیل حجم بسیاری از داده‌ها که مردم در شبکه تولید می‌کنند نیازمند نرخ داده بالاتر هستند و ۵G به این نیازمندی پاسخ می‌دهد. بعد دیگر این فناوری، اتصال انسان‌ها، اشیا و ماشین‌هاست. برای مثال در این بخش زمانی که فردی از محل کار به سمت منزل حرکت می‌کند سیستم‌های سرمایشی یا گرمایشی منزل شروع به کار می‌کند که تجربه جدیدی است.

وی با بیان اینکه در حوزه سلامت هوشمند مشکلی برای اجرا وجود ندارد، گفت: اما بستر شبکه موردنیاز برای ارسال این داده در این حوزه هنوز وجود ندارد. در سال ۲۰۲۲ حدود ۵۰ میلیارد اشیا و انسان به هم متصل می‌شوند، با این حساب تقریباً ۵۶۰ میلیون دستگاه در ایران باید به اینترنت متصل شوند که نیاز به شبکه خاص خود را دارد و نمی‌توانند بر بستر شبکه ۴G این داده‌ها انتقال داده شود.

اقبال به مصرف آبمیوه در پی گسترش کرونا



کشاورزی جلسات متعددی برای تولید پرتقال صنعتی در شمال کشور برگزار شده، چراکه پرتقال‌های ما مجلسی و پوست کلفت است و برای تولید آبمیوه مناسب نیست. این در حالی است که ما قابلیت تبدیل شدن به صادرکننده کنسالتیره پرتقال را داریم.

وی با بیان اینکه ایران صادرکننده کنسالتیره سیب، انگور، آلبالو و انار است، گفت: در زمینه کنسالتیره پرتقال نیاز ما ۲۵ هزار تن، اما تولید داخلی حدود ۵۰۰۰ تن کنسالتیره پرتقال است. البته در زمینه تولید کنسالتیره گریپ فروت و لیمو در جیرفت، بم و شیراز کارخانه وجود دارد، اما به علت گران بودن محصولات و نداشتن صرفه اقتصادی، این کارخانه‌ها محصولاتی مانند رب گوجه تولید می‌کنند. به طور کلی وزارت صنعت، معدن و تجارت (صمت) و وزارت کشاورزی باید بدانند که توسعه صنعت آب میوه با باغداری‌های کوچک ممکن نیست و به

کشت و صنعت بزرگ نیاز دارد.

کمتر از یک چهارم ظرفیت تولید کنسالتیره فعال است

داوودآبادی با بیان اینکه تولید اسمی کارخانه‌ها خیلی بالاست، تصریح کرد: توان تولید سالانه ۳۰۰ تا ۴۰۰ هزار تن کنسالتیره در کشور وجود دارد، اما به دلایلی از جمله کمبود سرمایه، بازار مصرف و مواد اولیه در حال حاضر حدود ۸۰ هزار تن کنسالتیره در کشور تولید و حدود نصف آن صادر می‌شود، اما در بخش آبمیوه مصرف داخل بیشتر از صادرات است.



حاجی‌زاده با اشاره به کمبود نهاده‌های دام و طیور در بازار خاطرنشان کرد: در حال حاضر بازار به شدت با کمبود نهاده‌های دامی مواجه است و هیچ دلیلی برای ایجاد این همه ایستگاه غیرضروری و مانع در مسیر عرضه نهاده‌های دامی وجود ندارد .

دبیر اتحادیه واردکنندگان نهاده‌های دامی خاطرنشان کرد: وقتی کالا تحت کلید وزارت جهاد کشاورزی و صرفاً به افراد معرفی شده توسط این وزارتخانه توزیع می‌شود این همه اتلاف زمان در روند توزیع نهاده‌های دامی نتیجه‌ای جز تحمیل هزینه‌های سنگین به اقتصاد کشور و کندی جریان عرضه نهاده‌های دامی که مواد اولیه برای صنایع دام و طیور است را در پی نخواهد داشت.



استاد دانشکده مهندسی کامپیوتر امیرکبیر درباره نگرانی‌های مربوط به کاهش اشتغال با ورود فناوری مانند ۵G نیز گفت: این نگرانی همیشه در ورود فناوری‌های نو وجود دارد اما در نظر بگیرد که با از بین رفتن شغل‌هایی سنتی، اشتغال در حوزه‌های تخصصی مانند تبادل و تحلیل داده‌ها و شرکت‌های این حوزه افزایش پیدا می‌کند و تعداد شغل‌هایی که به وجود می‌آید از تعداد شغل‌هایی که از بین می‌رود بیشتر می‌شود.

راستی با بیان اینکه در این حوزه بزرگ‌ترین چالش نبود بازار است، گفت: ما از نظر نیروی انسانی و فهم موضوع به بلوغ مناسبی رسیدیم اما در موضوع بازار مشکل داریم.

وی به موضوع شفافیت داده‌ها و دیتاهای باز اشاره کرد و افزود: برای حوزه اینترنت اشیا نیاز به دسترسی به داده‌ها و سنجش‌ها وجود دارد اما به دلایل مختلف در ایران در این حوزه مشکلاتی وجود دارد.

استاد دانشگاه امیرکبیر با اشاره به مقاومت‌هایی که در سازمان‌ها برای ارائه اطلاعات وجود دارد، تصریح کرد: برخی از این داده‌ها، داده‌های فراسازمانی هستند و مدیریت واحدی در این حوزه برای ارائه آنها وجود ندارد و اگر این مشکلات حل نشود ما به همان سرنوشتی دچار می‌شویم که در مورد ۴G و ۳G دچار شدیم که بیشترین استفاده‌کننده هستیم.

اخبار

وام ۶ میلیونی تاکسیران‌ها به کجا رسید؟

مدیرعامل سازمان تاکسیرانی شهر تهران، آخرین وضعیت پرداخت وام ۶ میلیون تومانی به تاکسیران‌ها را تشریح کرد.

به گزارش تسنیم، علیرضا قنادان درباره وضعیت پرداخت وام ۶ میلیون تومانی به تاکسیران‌ها با بیان اینکه درباره این موضوع اخبار ضد و نقیضی می‌شنویم، اظهار کرد: متولی این طرح وزارت رفاه است که با هماهنگی وزارت کشور اطلاعات تاکسیران‌ها را دریافت کرده‌اند تا تسهیلات را پرداخت کنند و ما در تاکسیرانی تهران به سامانه مربوطه هیچ‌گونه دسترسی نداریم تا بدانیم چه تعداد از تاکسیران‌ها برای دریافت وام ثبت نام کرده و چه تعداد موفق به دریافت وام شده‌اند. وی ادامه داد: برخی از پیام‌ها و شکایاتی که از سمت تاکسیران‌ها به دست‌مان می‌رسد حاکی از این است که تاکسیران‌ها برای دریافت وام این سردرگم هستند؛ ابتدای کار شنیدیم این وام تنها به تاکسیران‌هایی که بیمه تأمین اجتماعی دارند تعلق می‌گیرد اما با پیگیری‌های انجام شده و در نظر گرفتن این نکته که احتمالا افراد فاقد بیمه تأمین اجتماعی نیاز بیشتری به این وام دارند، اعلام شد، مسئله حل شده و این وام شامل همه تاکسیران‌ها می‌شود؛ در هر حال اطلاعات به دست آمده میدانی ما از تاکسیران‌ها گویای این است که برخی تاکسیران‌ها موفق به دریافت این وام شده‌اند و برخی دیگر خیر که دلایلش هنوز برای ما مشخص نیست و متأسفانه پاسخ شکایت‌ها را هم نمی‌توانیم بدهیم. مدیرعامل سازمان تاکسیرانی شهر تهران تصریح کرد: در سامانه «کارا» که برای ثبت‌نام دریافت وام در نظر گرفته شده، تاکسیران‌ها باید بانک عامل را انتخاب و برمبنای آن نسبت به دریافت وام اقدام کنند اما حتی اگر ثبت نام‌شان بدون مشکل باشد، خان نهایی از این هفت‌خان دریافت وام، مراجعه به بانک است زیرا شعب بانک‌ها سلیقه‌های مختلفی دارند، بر این اساس برخی از بانک‌ها روند سختگیرانه‌ای دارند و برخی دیگر ساده‌تر برخورد می‌کنند. وی خاطرنشان کرد: البته عزیزان وزارت رفاه در این مدت تلاش زیادی برای رفع مشکلات کرده‌اند اما طبیعتا اگر با ما که در شهرداری تهران مستقیما با تاکسیرانان در تماس هستیم هماهنگی و همکاری بیشتری داشته باشند و به ما دسترسی گزارش‌گیری در سامانه کارا را بدهند قطعاً بسیاری از مشکلات حل می‌شود؛ خیلی بد است که با وجود این همه زحمت، رانندگان کاسی نتوانند روی مصاحبه‌ها و وعده‌هایی که داده می‌شود حساب کنند و این در حالی است که تاکسیران‌ها برای دریافت نتیجه به ما فشار می‌آورند و ما نیز نمی‌دانیم چه پاسخی به آنها بدهیم؛ طبیعتا وقتی وضع تهران اینگونه باشد به طور قطع این وضعیت برای تاکسیران‌هایی که در شهرهای دیگر زندگی می‌کنند بسیار سخت‌تر خواهد بود.

پاسخ یک عضو شورای رقابت به برخی از ابهامات وارد بر فرمول قیمت‌گذاری خودرو

یک عضو شورای رقابت ضمن اشاره به مبنای فرمول این شورا در تعیین قیمت خودرو، هدف این نهاد را توسعه رقابت، شکوفایی استعدادها و ممانعت از رویکردهای سلطه‌گرانه در برخی از بخش‌ها دانست. به گزارش پدال نیوز، حسین ناجی درخصوص جایگاه و لزوم ورود شورای رقابت به عرصه قیمت‌گذاری خودرو اظهار داشت: فصل نهم قانون سیاست‌های اجرایی اصل ۴۴ قانون اساسی به نهاد شورای رقابت اختصاص یافته که هدف توسعه رقابت در تمامی فعالیت‌ها به ویژه بخش اقتصاد را دربر می‌گیرد. وی نخستین هدف این شورا را توسعه رقابت در کشور با هدف شکوفایی تمامی استعدادها در حد ظرفیت‌ها و ممانعت از فعالیت بخش‌های انحصار گر و سلطه‌گر دانست و افزود: برخی دستگاه‌ها با ایجاد مانع بر مسیر رشد سایر بخش‌ها به عنوان عاملی بازدارنده عمل می‌نمایند. این عضو شورای رقابت درخصوص وظایف این شورا گفت: شورای رقابت با دقت نظر در بخش‌های سلطه‌گر با بخش‌هایی که به صورت طبیعی با در اختیارگیری ارائه برخی از خدمات به صورت مستقل، انحصار را در دست گرفته‌اند، می‌بایست در راستای حفظ حقوق مصرف‌کنندگان و پایین‌سنی دست‌ها اقدام نماید. ناجی با اشاره به اینکه سلطه‌گری برخی از بخش‌ها در صنعت کشور ممکن است موجب کاهش قدرت رقبا شده و فعالیت آنها را محدود نماید، تصریح کرد: شورای رقابت براساس قانون ماموریت حفاظت از فضای رقابتی به نحو مطلوب میان دستگاه‌ها و بخش‌های مختلف و تداوم فعالیت‌ها مطابق با استعدادها را عهده‌دار گردیده است. وی با بیان اینکه دستگاه‌های انحصارگر مشمول تعریف خاصی می‌شوند، گفت: اگر دستگاهی ۴۰ درصد یک بخش را به خود اختصاص دهد، نزدیک به انحصار دانسته می‌شود و این موضوع به معنای توانایی اعمال قدرت و ایجاد سلطه است، بنابراین شورای رقابت به مبحث تعیین دستورالعمل و سیاست قیمت‌گذاری و نه قیمت‌گذاری ورود می‌نماید. این عضو شورای رقابت در ادامه از سازمان حمایت و یا دستگاه‌های دیگر به عنوان مراجع تعیین قیمت براساس دستورالعمل‌های ارائه شده از سوی این شورا یاد کرد و افزود: تعیین ضابطه و چگونگی قیمت‌ها از وظایف شورای رقابت است و بدین ترتیب قیمت انواع مدل‌های خودرو متناسب با شرایط پیش‌بینی شده در ضوابط، تحصیل می‌گردد. ناجی گفت: ممکن است بسیاری از دستگاه‌های انحصارگر، دولتی باشند یا اینکه در گذشته دولتی و سپس به بخش خصوصی واگذار شده باشند، نظیر شرکت مخابرات که طی چند روز اخیر مرتکب تخلفاتی درخصوص دریافت وجه اضافی از مشترکان شد که این امر نشانگر اهمیت وجود سازمان تنظیم مقررات و ارتباطات رادیویی و نظارت بر قیمت‌ها است. به گفته وی تا قبل از اوج تحریم‌ها رقم‌های عمده عرضه خودرو به بازار در اختیار دو خودروساز بزرگ سایپا و ایران خودرو قرار داشت و از طرف دیگر میزان تولیدات سایر خودروسازان با وجود برخورداری از فضای رقابتی با خودروهای وارداتی چندان چشمگیر نبود. این عضو شورای رقابت تصریح کرد: سایپا و ایران خودرو قبل از مواجهه کشور با اوج تحریم‌ها ضمن تولید و عرضه مدل‌های خاصی از خودرو با قیمت کمتر از ۴۵ میلیون تومان که مصارف عمومی آن غلبه داشت، تبدیل به دو شرکت انحصاری شدند که قدرت و سلطه برتر را به خود اختصاص داده بودند.

ناجی در ادامه با اشاره به ورود شورای رقابت به مبحث برقراری ضابطه برای آن مدل‌های خاص گفت: سوزوکی ویتاریا ایران خودرو در آن زمان، محصولی انحصاری نبود و تنها رقیب این خودرو، وارداتی‌ها محسوب می‌شدند اما همراه با عرضه خودروهایی نظیر پژو ۴۰۵ معمولی، سمند و پراید با برخورداری از سلطه بر بازار به عنوان مصرف عامه جامعه، ورود نهادی به نام شورای رقابت و ضابطه‌مند شدن قیمت‌گذاری به منظور کنترل بهای خودروها مورد توجه قرار گرفت.



پاسخ به این پرسش که چرا علی رغم وضعیت نامناسب صنعت خودرو سیاست‌گذاران سعی بر ارائه وضعیت مطلوب آن دارند، گفت: به هر حال باید امیدوار بود اما انتظار می‌رود در کنار امید راهکاری نیز ارائه شود. متأسفانه از دو سال گذشته تاکنون تفکر پوپولیستی در صنعت خودرو حاکم است که اگر قیمت خودرو در کارخانه ثابت نگه داشته شود قادر به کنترل آن در بازار نیز خواهیم بود. اما ثابت شده تنها به این روش قیمت‌ها کنترل نمی‌شود بلکه عملا خودروساز نابود خواهد شد. حال اگر برخلاف این موضوع مطرح شود افکار عمومی ناراحت شده و فرد موردنظر مورد حمله قرار خواهد گرفت. به همین دلیل سیاست‌گذاران برای اینکه مورد نفرت مردم قرار نگیرند چهره مطلوبی از صنعت خودرو ارائه می‌دهند.

کاکایی در پایان با تأکید بر اینکه قیمت‌گذاری دستوری به ضرر صنعت خودرو است، بیان کرد: علی رغم اینکه سیاست‌گذاران در شهریور سال ۹۷ به اشتباه خود برای قیمت‌گذاری دستوری واقف بودند متأسفانه این موضوع توسط وزیر عنوان نشد. در حال حاضر نیز همین طور است مسئولین با وجود اشتباه در قیمت‌گذاری دستوری جرأت عدم اجرای آن را نخواهند داشت که علت آن فریب افکار عمومی است که در مسیر نادرستی هدایت می‌شود.

قطعات در رشد تولید بسیار مؤثر بوده، گفت: نتیجه برگزاری میزهای تعمیق ساخت داخل کاملاً مشهود است اما به دلیل قیمت‌گذاری دستوری و به دنبال آن وضعیت اقتصادی نامطلوب در صنعت خودرو ممکن است این نتایج در آینده دچار نوسان شوند.

کاکایی تصریح کرد: در حال حاضر روند تولید خودروسازان به خوبی پیش می‌رود اما ادامه آن به قیمت‌گذاری و تأمین ارز وابسته است. فروش خودرو براساس قیمت‌گذاری که در دو ماهه اخیر انجام شد به طور متوسط موجب ضرر ۳۰ میلیون تومانی خودروسازان به ازای هر خودرو شده است. ممکن است مردم تصور کنند که چگونه پراید ۹۰ میلیون تومانی ۳۰ میلیون تومان ضرر می‌دهد اما جالب است که تنها ۴۷/۵ میلیون تومان آن به دست خودروساز می‌رسد.

وی ادامه داد: خودروسازان در دو سال گذشته حدود ۴۰ هزار میلیارد تومان زیان کردند در حالی که در سال ۹۶ میزان کل فروش حدود ۷۰ هزار میلیارد تومان بوده است و این میزان ضرر بیش از کل یارانه نقدی کشور در سال است. لذا روند تولید با وجود چنین زیان‌هایی بسیار سخت است و تمام این تلاش‌ها در یک مقصدی به پایان رسیده و رشد تولید متوقف خواهد شد.

عضو هیات علمی گروه مهندسی خودرو دانشگاه علم و صنعت در

عضو هیات علمی گروه مهندسی خودرو دانشگاه علم و صنعت درباره رشد تولید خودروسازان علی رغم زیان‌های ناشی از قیمت‌گذاری دستوری سخن گفت.

امیرحسین کاکایی در گفت‌وگو با خبرنگار خبرخودرو، اظهار داشت: در اواخر سال ۹۸ به دلیل مشکلاتی که در تأمین قطعات به وجود آمد تعداد خودروهای ناقص در پارکینگ افزایش یافت و با شروع سال جدید خودروسازان تمام همت خود را به کار گرفته تا خودروهای ناقص را تجاری کنند بنابراین در وهله اول موفقیت خودروسازان در رشد تولید را می‌توان حاصل تلاش‌های بی‌وقفه آنان دانست.

وی گفت: لازم به ذکر است که خودروسازان تولید خودروهای مکانیکی و تجاری نشده و همچنین خودروهای تولیدی که به بازار عرضه شده را هر دو رشد تولید محسوب می‌کنند. ضمن اینکه آمار رشد تولید ارائه‌شده توسط خودروسازان نسبت به سه ماهه اول سال گذشته است. زیرا در سال ۹۸ به دلیل تحریم‌ها مشکلات بسیاری در تأمین قطعات خودرو به وجود آمد اما در ۶ ماهه اخیر با تلاش‌های صورت گرفته و برگزاری میزهای تعمیق ساخت داخل بسیاری از قطعات در کشور تولید می‌شود.

این کارشناس صنعت خودرو با اشاره به اینکه نهضت داخلی‌سازی

آخرین بنیه مالی قطعه‌سازان هم به اتمام رسید

وی تأکید کرد: متأسفانه با وجود پیگیری‌های صورت گرفته همچنان شرایط قطعه‌سازان از نظر تأمین ارز برای واردات مواد اولیه مساعد نیست در صورتی که صنعت خودرو استراتژیک‌ترین صنعت کشور محسوب می‌شود و چنانچه زنجیره تأمین آنها به موقع قطعات موردنیاز را تولید و تحویل خودروساز ندهند جریان خودروهای در کف و ناقص طولانی‌تر خواهد شد.

رضایی گفت: تاکنون در ۳ دوره مجلس موضوع استراتژیک‌ترین صنعت کشور که صنعت خودرو و قطعه‌سازی است در کمیسیون صنایع مطرح بوده است اما همچنان با گذشت ۱۲ سال مشکلات این صنعت ادامه دارد.

وی که از پیشکسوتان صنعت قطعه‌سازی کشور محسوب می‌شود در ادامه با توجه به تداوم مشکل نقدینگی قطعه‌سازان، مهمترین

عدم تأمین مالی قطعه‌سازان آمار خودروهای در کف را صعودی کرد نوسانات نرخ ارز و مواد اولیه داخلی آخرین بنیه و ته مانده نقدینگی قطعه‌سازان را به اتمام رسانده است در حالی که به دلیل عدم به روز آوری قرارداد قطعه‌سازان، هر روز از ارزش پول قطعه‌ساز و توان تولیدی آنها کاسته می‌شود.

یک فعال صنعت قطعه‌سازی کشور در گفت وگو با خبرنگار پرسین خودرو، با اعلام این مطلب افزود: در صورتی که برخورد با جامعه صنعت قطعه‌سازی به صورت کنونی ادامه یابد آمار خودروهای ناقص که امروز به حدود ۱۰۰ هزار دستگاه رسیده است بیش از این ارقام خواهد شد. رضا رضایی اظهار داشت: صنعت خودرو و قطعه‌سازی کشور مشکلی در تیراژ تولید ندارد بلکه مشکل اصلی به زیرساخت‌ها و اقداماتی برمی‌گردد که در صورت اجرا بتوان تولید را حفظ و حتی افزایش داد.

خودروسازی امروز، حاصل سیاست‌های اشتباه، دخالت و تصدیگری دولت است

مجلس و کمیسیون صنایع در تسهیل قوانین و رفع موانع در صنعت خودرو به تشکیل کمیته پیگیری مشکلات خودروسازان در این کمیسیون پرداخت و تأکید کرد: اصلاح و منطقی شدن قیمت خودرو و قطعات در حیطه وظایف کمیسیون صنایع نیست و برعهده دولت و وزارت صمت است اگرچه کمیسیون صنایع با پیگیری و تعامل و نشست‌ها در صدد رفع مشکلات این صنعت و بهبود جریان تولید است. وی در پایان با توجه به گام‌های خودروسازان در مسیر نهضت داخلی‌سازی، افزود: با داخلی‌سازی تمامی قطعات و کاهش ارزبری و تأکید بر ارتقای کیفی در صنعت خودرو بدون شک شاهد منطقی شدن قیمت خودرو خواهیم بود.

حمایت، هدایت و نظارتی دولت در صنعت خودرو تأکید کرد و اظهار داشت: شرایط فعلی خودروسازی کشور محصول سیاست‌های اشتباه و دخالت و تصدیگری دولت در صنعت خودروسازی است در حالی که با توجه به قوانین بالادستی و سیاست‌های اقتصادی کشور دولت باید صرفاً نقش حمایتی و نظارتی بر بنگاه‌های بزرگ اقتصادی داشته باشد. رئیس کمیسیون صنایع و معادن مجلس یازدهم در ادامه بر اهمیت اختصاص بسته‌های تشویقی و حمایتی در صنعت خودرو اشاره و خاطرنشان کرد: دولت باید با ارائه بسته‌های مشوقی و حمایتی از صنعت خودرو و قطعه‌سازی حمایت کند تا امکان رقابت‌پذیری این صنعت بیش از گذشته فراهم شود. اکبری همچنین با توجه به نقش

رئیس کمیسیون صنایع و معادن مجلس شورای اسلامی با تأکید بر لزوم آماده‌سازی ساز و کارهای بخش خصوصی در کشور گفت با حضور قدرتمند بخش خصوصی در صنعت خودرو بسیاری از مشکلات و کاستی‌ها در حوزه خودروسازی و قطعه‌سازی کشور حل خواهد شد. عزت‌الله اکبری تالارپشتی در گفت و گو با خبرنگار پرسین خودرو، با بیان این مطلب گفت: امروز تمام قوانین بالادستی کشور از سیاست‌های اصل ۴۴ قانون اساسی و اقتصاد مقاومتی و همچنین راهبردهای اقتصادی بیابیه گام دوم انقلاب که مقام معظم رهبری ترسیم کردند بر حضور جدی بخش خصوصی و خصوصی‌سازی واقعی تأکید دارد. وی با اشاره به ظرفیت عظیم بخش خصوصی در کشور بر لزوم نقش

ایده‌های صادراتی جذب می‌شود

رویداد «جهش صادرات در مسیر جهش تولید» با حمایت مرکز تعاملات بین‌المللی علم و فناوری معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری و با هدف تقدیر از ایده‌های برتر صادراتی برگزار می‌شود. ارزش افزوده نهفته در تجاری‌سازی محصولات شرکت‌های دانش‌بنیان، خلاق و فنآور، ظرفیتی است که می‌تواند برای برون رفت کشور از خام‌فروشی فعال شود. در این مسیر دولت، صنعت و واحدهای علمی کشور می‌توانند در کنار آموزش، مشکلات و محدودیت‌های پیش‌روی صادرات را حذف کنند و گام‌های موثری را در پیشرفت صادرات بردارند. مرکز شتابدهی تجارت جهانی ایران (خانه تهران) با امضای تفاهم‌نامه همکاری میان مرکز تعاملات بین‌المللی علم و فناوری معاونت علمی و فناوری و اتاق بازرگانی صنایع، معاون و کشاورزی با هدف هدایت، آموزش و شتابدهی به صادرات محصولات و خدمات ایجاد می‌شود.



دریچه

ستاری: در تولید آنزیم‌های موردنیاز صنعت امنیت غذایی توانمند شدیم

باشد. احتمالا تا پایان سال تعداد شرکت‌های دانش‌بنیان به بیش از ۶ هزار شرکت افزایش پیدا می‌کند.

ستاری همچنین بیان کرد: بودجه مناسبی به معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری تخصیص یافته است. این بودجه هنوز کاملا عملیاتی نشده است، اما با جذب این اعتبارات، می‌توان سطح حمایت از پارک‌های علم و فناوری و دیگر اجزای زیست بوم نوآوری کشور را افزایش داد.

احداث رصدخانه

رئیس بنیاد ملی نخبگان، در ادامه با اشاره به پروژه‌های اجراشده در استان اصفهان، گفت: در این چند سال، طرح‌های قابل توجهی با حمایت معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری در اصفهان اجرا شده است. بزرگترین پروژه علوم پایه (basic science) کشور در استان اصفهان و در شهر کاشان در حال اجرا است.

رئیس بنیاد ملی نخبگان افزود: این پروژه که در قالب احداث رصدخانه اجرایی شده است، تا چند ماه دیگر تکمیل خواهد شد. در صورتی که شرایط آب و هوایی و موضوع کرونا اجازه دهد تا ابتدای سال آینده، فرآیند نصب تجهیزات این پروژه تکمیل خواهد شد. پروژه‌های مشابه دیگری نیز در اصفهان در دست اجرا است.

راهاندازی پالایشگاه خون

ستاری با اشاره به همکاری‌های معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری و مجموعه وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی، گفت: خطوط ویژه‌ای طراحی شده است تا شرکت‌های دانش‌بنیان و فنآور بتوانند با شرایط مناسبی مجوزهای لازم را اخذ کنند. در حال حاضر واکسن آنفلوآنزا، مراحل آزمایشگاهی خود را طی می‌کند و امیدوار هستیم که این واکسن تا پاییز سال جاری به بازار عرضه شود.

به گفته ستاری، نخستین در تاریخ است که ما در کشور موفق به ساخت واکسن آنفلوآنزا شده‌ایم. همزمان تعداد بیشتری واکسن در مرحله تحقیقاتی قرار دارند. همچنین برای اولین بار در تاریخ کشور، پالایشگاه خود راهاندازی می‌شود، این پالایشگاه با استفاده از فناوری داخلی طراحی شده است و می‌تواند در مسیر مقابله با کرونا اثر بخش باشد.

صادرات محصولات مقابله با کرونا

معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری، در ادامه گفت: مجوزهای مختلفی برای صادرات محصولات مقابله با کرونا صادر شده است. به غیر از چند محصول محدود، برای بقیه محصولات، امکان صادرات فراهم شده است. البته باید اطمینان حاصل کرد که این صادرات به افزایش قیمت داخلی منتهی نشود.

برنامه راهبردی در حوزه امنیت غذایی

ستاری در پایان با اشاره به برنامه راهبردی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری برای توسعه امنیت غذایی، گفت: در مسئله صنایع غذایی و توسعه امنیت غذایی، محصولات فناورانه متعددی تولید شده است. برای نخستین بار در کشور برخی آنزیم‌ها و پروبیوتیک‌های موردنیاز تولید شد.

معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری همچنین گفت: پروژه تولید ماده با ارزش جلبک و صنایع غذایی مبتنی بر دریا، از جمله دیگر محورهای مورد حمایت این معاونت است. پروژه عظیم همکاری با پژوهشکده رویان نیز اصلاح نژاد دامی در سراسر کشور را هدف قرار داده است. مواد اولیه دارویی و واکسن دام و طیور نیز از جمله نیاز حوزه کشاورزی و دام و طیور کشور است.

معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری در حاشیه سفر خود به استان اصفهان گفت در حوزه صنایع غذایی و توسعه امنیت غذایی، محصولات فناورانه متعددی در کشور تولید شده است و شاهد تولید برخی آنزیم‌ها و پروبیوتیک‌ها برای نخستین بار با توان نیروی متخصص در کشور هستیم.

سورنا ستاری، معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری در سفر به استان اصفهان، با اشاره به شیوع بیماری کرونا، گفت: پس از همه‌گیری شیوع ویروس کرونا یک اتفاق بزرگ در سوله‌های تولیدی سراسر کشور رخ داد. پیش از بحران کرونا، ماسک‌های سه لایه به مقدار محدودی در کشور تولید می‌شد و خط تولید و دستگاه‌های آن نیز به صورت موثری در کشور تولید نمی‌شد.

به گفته وی، در بازه زمانی کمتر از یک ماه، با تلاش شرکت‌های دانش‌بنیان و فنآور، ایران به یک تولیدکننده عمده انواع ماسک تبدیل شد. خطوط تولید و تجهیزات موردنیاز در داخل کشور ساخته و ده‌ها خط تولید جدید به صورت شبانه‌روزی راه‌اندازی شد. این اتفاق علاوه بر حوزه تولید ماسک در حوزه دیگر محصولات مشابه نیز تکرار شد.

پاسخ سریع شرکت‌های دانش‌بنیان به نیاز کشور

معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری در ادامه گفت: نیاز مبرمی در کشور به انواع محصولات مانند ضدعفونی‌کننده‌ها وجود داشت. این نیاز نه با تکیه به واردات، بلکه با تکیه بر توان نیروهای متخصص و جوان داخلی، برطرف شد.

ستاری ادامه داد: در ده‌ها شرکت فنآور و دانش‌بنیان، خطوط تولید جدیدی برای تولید انواع تجهیزات پزشکی مانند دستگاه‌های تنفسی ایجاد شد. در واقع شرکت‌های دانش‌بنیان و فنآور کشور، واکنش سریع و مناسبی نسبت به این بحران از خود نشان دادند و این واکنش سریع به دلیل زیرساخت‌هایی بود که از قبل ایجاد شده بود.

رئیس بنیاد ملی نخبگان همچنین بیان کرد: در حوزه محصولات مقابله با کرونا، تقریبا محصول عمده‌ای وجود ندارد که از خارج کشور تامین شود. در مسئله واکسن مقابله با کرونا نیز در حال حاضر با شش شرکت قرارداد منعقد شده است. در این بین، دو شرکت پیشتاز هستند و امیدوار هستیم، تحقیقات آنها در آینده نزدیک به نتیجه برسد.

توسعه فرهنگ اقتصاد دانش‌بنیان

رئیس ستاد فرهنگ‌سازی اقتصاد دانش‌بنیان، فرهنگ‌سازی و توسعه گفت‌وگو را از جمله پیش‌نیازهای مهم تحقق اقتصاد دانش‌بنیان ذکر کرد و افزود: مسئولان، نخبگان، دانشگاهیان و مردم نیز به اهمیت تحقق اقتصاد دانش‌بنیان پی برده‌اند. در حال حاضر وضعیت نسبت به چند سال قبل تفاوت دارد و همگان متفق‌القول هستند که باید در این مسیر گام برداشت و در این جهت تلاش کرد.

ستاری معتقد است که هنوز باید تلاش‌های بیشتری برای افزایش شناخت عمومی نسبت به ضرورت توسعه زیست بوم نوآوری کشور، صورت گیرد.

به گفته وی، در سال گذشته بیش از ۴ هزار شرکت دانش‌بنیان وجود داشت و فروش شرکت‌ها رقمی در حدود ۱۲۰ هزار میلیارد تومان بود. در سال جاری تعداد شرکت‌های دانش‌بنیان از ۵ هزار و ۳۰۰ شرکت عبور کرده است.

معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری ادامه داد: این شرکت‌ها همچنین در حال بزرگ شدن هستند. به همین خاطر باید سازوکارهای جدیدی ایجاد کرد که با شرکت‌های رو به رشد هماهنگ

شرکت‌های دانش‌بنیان و خلاق ضمانت‌نامه مالی دریافت می‌کنند

شرکت‌های دانش‌بنیان و فنآور از نوع نامشهود است، این شرکت‌ها در اخذ تسهیلات از بانک‌ها با چالش مواجه می‌شوند. به همین دلیل شرکت‌های دانش‌بنیان و فنآور، نیازمند پشتیبانی و حمایت صندوق‌های ضمانت دولتی هستند.

همچنین روح‌الله استبری، مدیرکل دفتر توسعه کسب و کار بین‌الملل معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری نیز ضمن اشاره به اهمیت ارتقای ابزارهای مالی، گفت: براساس این تفاهم‌نامه، معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، تلاش می‌کند تا ضمن معرفی خدمات صندوق ضمانت سرمایه‌گذاری صنایع کوچک به شرکت‌های دانش‌بنیان، زمینه استفاده این شرکت‌ها از خدمات صندوق را فراهم آورد.

در ادامه محمدحسین مقیسه،

مدیرعامل صندوق ضمانت سرمایه‌گذاری صنایع کوچک نیز ابراز امیدواری کرد که امضای این تفاهم‌نامه به گسترش بیشتر همکاری منتهی شود.



تفاهم‌نامه همکاری میان معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری و صندوق ضمانت سرمایه‌گذاری صنایع کوچک منعقد شد تا روند تامین مالی شرکت‌های دانش‌بنیان، فنآور و خلاق تسهیل شود.

امضای این تفاهم‌نامه می‌تواند بستری را فراهم کند تا شرکت‌های دانش‌بنیان، دسترسی بهتری به خدمات مالی و بانکی داشته باشند. این تفاهم‌نامه به امضای حسین اسفندیاری معاون توسعه مدیریت و جذب سرمایه معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری و محمدحسین مقیسه مدیرعامل صندوق ضمانت سرمایه‌گذاری صنایع کوچک رسید. حسین اسفندیاری، معاون توسعه مدیریت و جذب سرمایه معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری در مراسم امضای این تفاهم‌نامه گفت: با توجه به حوزه فعالیت این صندوق که

صنایع کوچک را شامل می‌شود، امیدوار هستیم این همکاری مشترک به افزایش ارائه خدمات مالی به زیست بوم نوآوری کشور، منتهی شود. وی همچنین بیان کرد: با توجه به این مسئله که بیشتر دارای

ثروت جف بزوس تنها در یک روز

میلیارد دلار به کل ثروت خود اضافه کند استریت بوده است.

بعد از آنکه یکی از تحلیلگران بانک سرما در مورد ارزش آمازون را افزایش داد سهام ا ۸درصدی را تجربه کرد. براساس ادعای این آینده با رشد حدود ۲۸ درصدی به ۳۸۰۰ د این هفته هر سهم آمازون برابر با ۲۲۳۲.۴۹

طبق گزارش بلومبرگ مدیرعامل میلیاردر آمازون رکورد جدیدی را به ثبت رسانده؛ ثروت جف بزوس تنها در یک روز ۱۳ میلیارد دلار افزایش پیدا کرد.

به گزارش دیجیاتو، پیشتر در خبرها خواندید که ثروت جف بزوس از کل ارزش بیت کوین هم بیشتر شده است؛ در پایان روز دوشنبه گذشته، بلومبرگ در رتبه‌بندی روزانه ثروتمندان جهان که به شاخص میلیاردرهای بلومبرگ شهرت دارد، ثروت خالص جف بزوس را برابر با ۱۸۹.۳ میلیارد دلار برآورد کرد. بزوس که براساس ادعای نشریات فوربس و بلومبرگ ثروتمندترین فرد در دنیاست طبق اطلاعات جدید توانسته تنها یک روز ۱۳

ظرفیت‌های نهفته حمل‌ونقل ریلی به ناوگان می‌پیوند

این حوزه را با مشارکت نزدیک راه‌آهن و شرکت‌های دانش‌بنیان تعریف کرده است. این طرح‌ها شامل هوشمندسازی کشته‌ها در راه‌آهن برای کاهش

زمان توقف آنها، رفع گلوگاه‌های حمل‌ونقل ریلی برای جابه‌جایی اجسام بزرگ صنعتی، معدنی و محصولات پتروشیمی، توسعه ساخت قطعات برای تامین نیازهای تعمیر و نگهداری محصولات که به دلیل تحریم‌ها دسترسی به آنها هزینه‌بر است و ایجاد شبکه آزمایشگاهی با همکاری راه‌آهن، مترو، دانشگاه علم و صنعت و معاونت علمی و فناوری برای استانداردسازی قطعات و محصولات بومی می‌شود.

گروه ریلی ستاد توسعه فناوری‌های فضایی و حمل‌ونقل پیشرفته معاونت

علمی و فناوری ریاست جمهوری هم در همین راستا تلاش می‌کند تا دارایی‌های موجود اما بی‌بهره این ناوگان را شناسایی کند و به میدان بیاورد. این کار مسیر توسعه حمل‌ونقل ریلی را هموار می‌کند.



شناسایی و استفاده از ظرفیت‌های بلااستفاده ناوگان حمل‌ونقل شهری یکی از اقداماتی است که به توسعه آنها کمک می‌کند. این ظرفیت‌ها به دلیل عدم وجود زیرساخت‌های مناسب کنار گذاشته

شده‌اند، اما همین داشته‌های فراموش شده می‌توانند نقشی تاثیرگذار در رونق اقتصادی این ناوگان داشته باشند. شاید شکل‌گیری کارخانه نوآوری مثال خوبی برای این ظرفیت‌های فراموش شده باشد. کارخانه‌ای متروکه و کنار گذاشته شده از اقتصاد که با یک نگاه فناورانه به چرخه اقتصادی کشور برگشت و این روزها به عنوان یکی از حلقه‌های مهم زنجیره علمی و فناوری کشور محسوب می‌شود.

ارتقای بهره‌وری ناوگان حمل‌ونقل ریلی

و رسیدن ظرفیت حمل بار از ۴۰ میلیون

تن به ۱۰۰ میلیون تن یکی از اهداف امضای تفاهم‌نامه میان ستاد توسعه فناوری‌های فضایی و حمل‌ونقل پیشرفته معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری و شرکت راه‌آهن است. این ستاد فعالیت‌های



۹ خدمت توانمندسازی جدید به شرکت‌های دانش‌بنیان ارائه می‌شود

تهیه برنامه بازاریابی، بازاریابی دیجیتال، عرضه‌یابی بازاریابی و فروش، خرید نرم‌افزارهای اداری، مالی و حسابداری، ایجاد وب‌سایت، طراحی و چاپ اقلام تبلیغاتی، طراحی نشان تجاری، تهیه تیزر تبلیغاتی، تهیه پرونده جامع فنی دارویی محصولات شرکت‌های دانش‌بنیان خدماتی هستند که به‌تازگی به بسته توانمندسازی شرکت‌های دانش‌بنیان اضافه شده است. سید محمد صاحبکار خراسانی، رئیس مرکز شرکت‌ها و مؤسسات دانش‌بنیان به معرفی جدیدترین خدمات توانمندسازی این مرکز پرداخت و گفت: در سال جاری با هدف توسعه بازار شرکت‌های دانش‌بنیان، ۹ خدمت جدید به خدمات توانمندسازی شرکت‌های دانش‌بنیان اضافه شده است.

یادداشت



کشف درمان‌های جدید

همکاری، تشریک مساعی و تجمع تمامی دست اندر کاران در این حوزه است. معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری با تمرکز بر کاربردی‌سازی علوم و فناوری‌های نوین تسهیل مسیر تبدیل ایده به محصول و علم به ثروت باعث رونق تولید و توسعه اقتصاد دانش‌بنیان در سطح ملی شده است؛ مسیری که کیفیت زندگی مردم و اقتدار ملی را ارتقا داده است.

ارتقای اقتصاد ملی، تولید ثروت و افزایش کیفیت زندگی مردم از طریق افزایش توانمندی‌های فناوری و نوآوری در کشور، ارتقای نظام ملی نوآوری و تکمیل مولفه‌ها و حلقه‌های آن، توسعه اقتصاد دانش‌بنیان از طریق هماهنگی و هم‌افزایی بین بخشی و بین دستگاهی، ارتقای ارتباط دانش با صنعت و توسعه فناوری‌های راهبردی و اولویت‌دار ملی مطرح در نقشه جامع علمی کشور برخی اهدافی است که در این راستا دنبال می‌شود. ستاد توسعه علوم و فناوری‌های سلول‌های بنیادی معاونت علمی نیز در همین راستا گام برمی‌دارد تا شاهد رونق فعالیت‌های فناورانه و تولید محصولات بیشتر در این حوزه باشیم.

ساخت سکوهای دریایی خروج ارز از کشور را کاهش داد

موجود در مجتمع فروزان ساخته خواهد شد. مجتمع فروزان در مرز ایران و عربستان سعودی قرار گرفته و ۱۱۰ کیلومتر تا جزیره خارک فاصله دارد. مهندسی سازه این پروژه در سطوح پایه و جزئیات توسط شرکت فرازان سازه دریا (فرذا) انجام شده است.

مهندسی پایه و طراحی تفصیلی سکوی S۱ در میدان سلمان دیگر پروژه‌ای است که توسط این شرکت انجام شده است. این پروژه مشتمل بر کار در دو محل است. اصلاح تاسیسات مجتمع سلمان با هدف افزایش قابلیت پیش‌بینی چاه‌های نفت از طریق افزایش قابلیت‌های بالابری گاز (gas lift) در تاسیسات سکوی S۱ انجام می‌شود. میدان نفتی و گازی سلمان یکی از مجتمع‌های فعال تولید نفت در آب‌های ایران در خلیج فارس است که به فاصله ۱۴۴ کیلومتری جنوب جزیره لاوان واقع شده است.

از دیگر پروژه‌های این شرکت دانش‌بنیان می‌توان به پروژه توسعه فاز ۱۲ میدان گازی پارس جنوبی اشاره کرد. هدف از پروژه توسعه فاز ۱۲ میدان گازی پارس جنوبی تولید گاز و میعانات صادراتی است. بخش فراساحلی این میدان در حدود ۱۰۰ کیلومتری ساحل مسلوبه در خلیج فارس قرار گرفته و کارخانه ساحلی فرآورش گاز در منطقه تمباک واقع شده است. تاسیسات موجود در این سکوی خالی از سکنه، معمولاً به منظور جمع‌آوری سیال، تست چاه، جداسازی آب چگالیده و آب آزاد و پالایش آب نفت‌دار به کار می‌روند.

برخی خدمات این شرکت در حوزه‌های مختلفی مانند پشتیبانی نصب در دریا، برنامه‌ریزی تعمیرات تجهیزات خشکی و دریایی، خدمات رویه‌ها و مستندسازی در خرید، مدیریت مواد و مصالح و خدمات بازگانی، خدمات مطالعات مهندسی مفهومی و فیزیکی، خدمات مهندسی پایه و جزئیات، خدمات مهندسی ساخت و نصب، خدمات بازرینی و ممیزی طرح‌های مهندسی و خدمات مهندسی ریسک ارائه می‌شود. محصولات این شرکت کاربرد بومی دارد و تنها برای تامین نیاز صنایع مختلف داخلی استفاده می‌شود. به همین دلیل تاکنون برای صادرات این تجهیزات و محصولات تولیدی اقدامی صورت نگرفته است.

طراحی، ساخت و نصب بومی سکوهای دریایی و غیردریایی، مخازن نفتی و غیرنفتی و سازه‌های فلزی از جمله تلاش‌های دانش‌بنیانی است که به ثمر نشسته است؛ تلاشی که با به‌کارگیری نیروهای متخصص داخلی از خرید خارجی این تجهیزات پیشگیری کرده است.

محورهای اصلی فعالیت شرکت دانش‌بنیان فرازان سازه دریا، طراحی و ساخت تجهیزات مرتبط با صنعت نفت و گاز، خصوصاً «تاسیسات دریایی و سازه‌های خاص» و «طرح‌های مقاوم‌سازی ساختمان‌ها و تاسیسات زیربنایی و صنعتی در مقابل زلزله» است.

به گفته علی‌رضا هدایت‌دخانی، مدیرعامل این شرکت دانش‌بنیان، بنیانگذاران این شرکت در سال‌های گذشته تدوین چندین استاندارد و دستورالعمل کشوری در زمینه‌های مختلف ساختمان و سازه‌های دریایی را در اولویت کاری خود قرار داده‌اند.

وی ادامه داد: بر این اساس، نوآوری، بهینه‌سازی، مستندسازی و انتقال دانش فنی از مهم‌ترین اصول شرکت در بخش طراحی مهندسی است. خدمات ما در این بخش شامل مطالعات توجیهی، مفهومی، طراحی پایه، طراحی تفصیلی، مهندسی کارگاهی، نظارت و بازرسی فنی می‌شود.

این فعال دانش‌بنیانی در ادامه بیان کرد: در سال‌های اخیر فعالیت‌های مهندسی و اجرایی در شاخه‌های مختلف صنایع کشور رشد چشمگیری به لحاظ کمی و کیفی داشته که این کار تنها با استفاده از نیروی متخصص داخلی ممکن شده است.

وی همچنین گفت: با تولید داخلی این محصولات در کنار اشتغال‌زایی برای متخصصان داخلی، ورود این تجهیزات از دیگر کشورها را هم محدود کرده است. حرکتی که نقشی تاثیرگذار در توسعه تولید ملی دارد.

از جمله پروژه‌های ملی این شرکت می‌توان به پروژه سکوی سرچاهی جدید F۱۸ با هدف ساخت یک سکوی جدید در مجتمع فعلی فروزان یا نزدیک به آن اشاره کرد. این طرح همراه با خطوط لوله درون میدانی و کابل‌های زیردریایی و گسترش سکوی FX فعلی به میزان ضروری انجام می‌شود. عمق آب در این میدان در حدود ۵۰ متر است.

این سکوی F۱۸ در فاصله حدود ۲ هزار و ۱۰۰ متری از سکوی FX



۱۳ میلیارد دلار افزایش پیدا کرد

ثروت هنگفت جف بزوس از ۵۷ درصد سهام او در آمازون می‌آید و روشن است که با رشد ارزش سهام این خرده‌فروشی آنلاین ثروت بزوس نیز مرتباً بیشتر و بیشتر می‌شود. حالا بزوس در آستانه ثبت رکورد تازه قرار دارد؛ اگر این روند ثروت‌اندوزی بزوس ادامه پیدا کند او نخستین فرد در دنیا خواهد بود که ثروت خالص‌اش از ۲۰۰ میلیارد دلار فراتر می‌رود. البته اشاره کنیم اگر مدیرعامل آمازون به خاطر طلاقش از مکنزی مجبور نمی‌شد ۴۰ میلیارد دلار را در چارچوب توافقنامه طلاق پرداخت کند حالا این رکورد را هم ثبت کرده بود.

که این نیز مرهون پیش‌بینی‌های مثبت وال به‌گذاری گلدمن ساکس آمریکا بر آوردهایش این شرکت در روز دوشنبه این هفته رشدی ن تحلیلگر ارزش سهام آمازون ظرف ۱۲ ماه لار بابت هر سهم می‌رسد. صبح روز سه‌شنبه دلار در بورس آمریکا معامله شد.

طرح ملی کشت مکانیزه گیاهان دارویی اجرا شد

می‌شود. در مرحله دوم از این طرح، حدود ۸۰ درصد از کل سطح زیر کشت زیره سبز در کشور به صورت مکانیزه و ریز کاشت انجام خواهد شد.

کاشت مکانیزه گیاهان دارویی می‌تواند هزینه‌های کاشت را به شکل قابل توجهی کاهش دهد. این مسئله باعث ایجاد مزیت رقابتی در صادرات محصول می‌شود و تجار و صادرکنندگان می‌توانند اجناس را با قیمت رقابتی در بازارهای جهانی عرضه کنند و در مقابل رقبای خارجی برای گفتن داشته باشند. کاشت به صورت مکانیزه و ریز کاشت، همچنین کیفیت محصول را افزایش می‌دهد و باعث اصلاح تراکم کاشت می‌شود.

ستاد توسعه علوم و فناوری گیاهان دارویی و طب سنتی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری در تلاش است تا با همکاری نهادهای متولی مانند وزارت جهاد کشاورزی این طرح را به دیگر گیاهان دارویی نیز تعمیم دهد.



برای نخستین بار در کشور طرح مکانیزه ریز کاشت، گیاهان دارویی با حمایت ستاد توسعه علوم و فناوری گیاهان دارویی و طب سنتی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری اجرا شد. در مرحله اول از این طرح، حدود نیمه از ظرفیت زیر کشت زیره سبز کشور به صورت ریز کاشت و مکانیزه، کشت شد.

استفاده از تجهیزات و ماشین‌آلات مدرن در کشاورزی می‌تواند باعث ارتقای کمی و کیفی محصول شود و برای هر تولیدات حوزه کشاورزی، مزیت رقابتی ایجاد کند. بر این اساس، ستاد توسعه علوم و فناوری گیاهان دارویی و طب سنتی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، با حمایت از طرح ملی کاشت مکانیزه گیاهان دارویی، قصد دارد تا روش کاشت و برداشت در این حوزه را دگرگون سازد. در مرحله اول از این طرح ملی، حدود ۱۰ هزار هکتار از اراضی زیر کشت زیره سبز به صورت مکانیزه و به روش ریز کاشت، انجام گرفت. در ۲۷ هزار هکتار از اراضی کشاورزی کشور زیره سبز کاشت

محصولات فناورانه چالش‌های حوزه آب را رفع می‌کند

ابراهیمی همچنین بیان کرد: باید از هر ظرفیتی برای بی‌اثر کردن تحریم‌های ظالمانه و انتقال تکنولوژی‌های سطح بالا برای حل چالش‌های کشور استفاده کرد. در این راستا مراکز همکاری‌های تحول و پیشرفت و تعاملات بین‌المللی علم و فناوری با توجه به ارتباطات و ساختارهای بسیار خوبی که در کشورهای مختلف ایجاد کرده‌اند می‌توانند نقش بسیار مهمی در تسهیل این فرآیند ایفا کنند. وی در پایان تأکید کرد تداوم این نشست‌های مشترک می‌تواند هم‌افزایی بازگران زیست‌بوم فناوری را تقویت کند و بازدهی ظرفیت‌های کشور در توسعه فناوری را بالا ببرد.

در ادامه این نشست اجرای یک طرح الگویی مشترک با کشور هندوستان در زمینه روش‌های نوین کشت برنج و مدیریت تغذیه ارقام ایرانی برنج بررسی و درباره بررنگ‌تر شدن نقش شرکت‌های فنوار و دانش‌بنیان در فرآیند انتقال دانش شیوه‌های کشت و مدیریت تغذیه صحبت شد.



راهکارهای توسعه فناوری‌های آب، خشکسالی، فرسایش و محیط‌زیست بررسی شد. آن هم با برگزاری نشست دوره‌ای مشترک در این حوزه؛ نشست که در آن بر تقویت هم‌افزایی بازیگران زیست

بوم فناوری و نوآوری تأکید شد. نادرقلی ابراهیمی، دبیر ستاد توسعه فناوری‌های آب، خشکسالی، محیط زیست و فرسایش معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، احمد علائی طباطبایی معاون توسعه همکاری‌های فناورانه مرکز تعاملات بین‌المللی علم و فناوری معاونت علمی و سیروس وطنخواه رئیس مرکز همکاری‌های تحول و پیشرفت در این نشست حضور داشتند. ابراهیمی در ابتدای این نشست با بیان اینکه همه نهادهای اثرگذار زیست‌بوم فناوری باید با هم‌افزایی هرچه بیشتر در راستای حل چالش‌های حوزه آب تلاش کنند، گفت: در این بین، دیپلماسی فناوری با کشورهای همسایه و همچنین کشورهای صنعتی نقش بسیار تأثیرگذاری در تکمیل زنجیره تولید محصولات فناورانه دارد.

کارگاه برندینگ

 	فناوری چاپ سه‌بعدی وارد صنعت غذایی خواهد شد
 	به قلم: استفانی ملیات خبرنگار مترجم: امیر آل‌علی

در شرایطی که تمامی برندهای غذایی مطرح جهان به دنبال رسیدن به فرمولی جدید برای تحت تأثیر قرار دادن مخاطبان خود هستند، برند کی‌۳ اف سی از منحصربه‌فردترین اقدام ممکن، رونمایی کرده است. درواقع قرار است که با همکاری یک آزمایشگاه در کشور روسیه، نخستین ناکت‌های مرغ به وسیله فناوری چاپ سه‌بعدی وارد بازار شود. با توجه به این امر که برند فوق، یکی از شناخته‌شده‌ترین‌ها محسوب می‌شود، این اقدام می‌تواند منجر به یک ترند جدید در صنعت غذایی باشد. از این پروژه تحت عنوان غذای آینده نام برده می‌شود که طرحی بسیار جسورانه و جذاب است. در این رابطه سوال اصلی این است که آیا این محصول، طعم مشابه را با ناکت‌های حال حاضر این شرکت خواهد داشت؟ در این رابطه مدیران کی اف سی اعلام کرده‌اند که کیفیت کار به حدی بالا خواهد بود که ابدا افراد قادر به تشخیص تفاوت نخواهند بود. در کنار این موضوع اثرات زیست محیطی این اقدام نیز بسیار مهم بوده و باعث خواهد شد تا دیگر نیازی به کشته شدن حیوانات وجود نداشته باشد. درواقع قرار است که به جای این اقدام، از سلول‌های مرغ استفاده شود و با ترکیب آن با موارد گیاهی، نسل جدید ناکت‌ها تولید شود. نکته دیگری که اهمیت این طرح را افزایش می‌دهد، اقداماتی است که معمولاً برای رشد سریع‌تر و بزرگ‌تر شدن حیوانات جهت تولید بیشتر انجام می‌شود که برای سلامت افراد ضررهای جبران‌ناپذیری را به همراه دارد. این امر به معنای آن است که به غذاهایی سالم‌تر نیز دسترسی خواهیم داشت. با این حال در رابطه با زمان عرضه این محصول، پیش‌بینی می‌شود که تا قبل از پایان سال نمونه اولیه آن در روسیه رونمایی شود. حال باید دید که میزان استقبال‌ها از این طرح تا چه حد مطابق انتظارات است. درواقع تغییر ذائقه جهانی، امری چندان ساده نخواهد بود. همچنین ممکن است مخالفت‌های جدی با این طرح انجام شود. همچنین هنوز مشخص نیست که با کنار رفتن صنعت پرورش مرغ، تکلیف افراد فعال در این حوزه چه خواهد شد. بدون شک اگر در این زمینه فکری نشود، شاهد بیکاری گسترده خواهیم بود.

 	کمپین وقت اضافه ESPN برای یورو ۲۰۲۱
 	به قلم: لیندسی استین کارشناس تبلیغات ترجمه: علی آل‌علی

مسابقات یورو ۲۰۲۰ براساس برنامه قبلی ۱۲ جولای شروع می‌شد، با این حال شیوع ویروس کرونا برگزاری مسابقات را یک سال به تأخیر انداخت. برند ESPN در راستای حفظ شور و اشتیاق هواداران فوتبال نسبت به مسابقات سال آینده اقدام به طراحی کمپینی به نام«وقت اضافه» کرده است. هدف اصلی کمپین موردنظر ارائه راهکاری به ورزشکاران و هواداران فوتبال برای تبدیل خشم و ناراحتی‌شان از تعویق برگزاری مسابقات به زمانی دیگر است. حضور برخی از شاخص‌ترین چهره‌های دنیای فوتبال شامل کریستیانو رونالدو، کیلیان امباپه، هری کین و گرت بیل جذابیت‌های کمپین تازه ESPN را دوچندان کرده است. امکا اوfoدایل، نایب رئیس بخش بازاریابی در شرکت ESPN، در مورد کمپین تازه‌شان اینگونه اظهارنظر کرده است: «همه ورزشکاران و هواداران فوتبال از بوندسلیگا تا ام ال اس گرفته تا لیگ برتر انگلستان و لالیگا یک فصل وقت اضافه برای آمادگی به منظور حضور در مسابقات یورو دارند. هدف ما در ESPN آگاسازی هواداران از گزارش لحظه به لحظه اتفاقات ورزشی و دنیای فوتبال در این یک سال است.» شروع ویروس کرونا برنامه بسیاری را برندها را دستخوش تغییرات اساسی کرده است. وقتی مسابقات یورو با تأخیر یک ساله مواجه است، برندهای درگیر در این رویداد ورزشی باید بهترین عملکردشان برای حفظ انگیزه طرفداران به کار گیرند. ESPN به خوبی در این راستا از تمام توانایی‌اش استفاده کرده است. کمپین «وقت اضافه» فقط شروع این مسیر است.بی‌تردید تا زمان برگزاری مسابقات یورو ۲۰۲۱ برندهای درگیر در این رویداد نیاز به کمپین‌های بسیار بیشتری خواهند داشت.

 	منبع: campaignlive.com
 	خداحافظی کوکاکولا با برخی از برندهای زیرشاخه استراتژی کوکاکولا برای کاهش هزینه‌ها
 	به قلم: آلیشیا والاکا خبرنگار بخش کب و کار CNN ترجمه: علی آل‌علی

برند کوکاکولا در طول ماه‌های اخیر در تلاش برای خداحافظی با برخی از برندهای زیرشاخه غیرسودآورش بوده است. این امر در راستای کاهش هرچه بیشتر هزینه‌های جاری و هماهنگی با الگوی تازه کسب و کار صورت می‌گیرد. براساس اعلام رسمی مدیرعامل شرکت کوکاکولا آنها چندی پیش به طور رسمی فعالیت برند تولید آبمیوه ادولا را متوقف کرده‌اند. این امر به دلیل فقدان سودآوری کافی این برند و همچنین ناتوانی آن برای انطباق با تغییرات عرصه کسب و کار صورت گرفته است.

کوکاکولا در طول ماه‌های اخیر، مانند اغلب کسب و کارهای دیگر، شرایط دشواری را پشت سر گذاشته است. آنها توانایی بسیار اندکی برای ذخیره‌سازی بودجه‌شان با توجه به توقف تقریبی فروش‌شان در سراسر دنیا داشته‌اند. همین امر نیاز به منابع مالی گسترده را افزایش داده است. آنها در تازه‌ترین استراتژی‌شان در تلاش برای کاهش هزینه‌های جاری از طریق توقف فعالیت‌های فاقد سودآوری با سود اندک است. نخستین قربانی این فرآیند نیز برند ادولا بود. کوکاکولا ماه گذشته با کاهش ۲۸درصدی فروش نسبت به بازه مشابه در سال گذشته ضرر ۷٫۲ میلیارد دلاری را متحمل شده است. با این حساب آنها توانایی ریسک بر روی فرآیند آتی کسب و کارشان را نخواهند داشت. مهمترین درس بازه زمانی کرونا برای برند کوکاکولا ضرورت تغییر نگاه به عرصه کسب و کار بود بنابراین آنها در عمل در تلاش برای تغییر شیوه نگاه‌شان به دنیای کسب و کار در طول ماه‌های آتی هستند. بدون شک توقف فعالیت برخی از برندهای زیرشاخه کوکاکولا در این مسیر نقش مهمی ایفا خواهد کرد.

منبع: cnn.com

تغییر صنعت خرده‌فروشی آنلاین با ظهور ابر داده‌ها

کسب و کارهای حضوری بسیار کمتر است، با این حال چنین امری به معنای فقدان هرگونه هزینه‌ای برای برندها نیست. تمام برندها در عرصه کسب و کار با هزینه‌های مختلف مواجه هستند. این امر دشواری‌های بسیار زیادی در مسیر کسب و کار برندها قرار می‌دهد. هرچه هزینه‌های جاری برند ما بیشتر باشد، توان کمتری برای سرمایه‌گذاری بلندمدت خواهیم داشت. نتیجه این امر عقب ماندن از جریان توسعه سریع دنیای کسب و کار خواهد بود. امروزه بسیاری از برندها در تلاش برای کاهش هزینه‌های جاری با هدف افزایش بودجه در دسترس برای کارهای اساسی دیگر هستند.

استفاده از ابرداده‌ها امکان عیب‌یابی سریع کسب و کارها و کاهش هزینه‌های اضافی را به همراه دارد. همچنین دیگر نیازی به پرداخت هزینه به تعداد مشخصی از آژانس‌های بازاریابی برای تحلیل داده‌های برندهمان نخواهد بود. ابرداده‌ها در کنار فناوری هوش مصنوعی در دسترس اغلب خرده‌فروشی‌ها قرار دارد بنابراین شما نیازی به همکاری با دیگر آژانس‌های کسب و کار نخواهید داشت. این نکته از نظر اقتصادی مزیت‌های بسیار زیادی دارد. در هر صورت برندهای بسیار زیادی در طول دوران کنونی امکان استفاده هرچه بهتر از بودجه‌شان در صورت صرفه‌جویی عملی را خواهند داشت.

تصمیم‌گیری استراتژی در حوزه کسب و کار

تصمیم‌های یک خرده‌فروش نقش مهمی در آینده‌اش ایفا می‌کند. بسیاری از برندهای بزرگ در دنیای کنونی به دلیل تصمیم‌های درست و تداوم در مسیر صحیح کسب و کار به جایگاه فعلی رسیده‌اند. این امر شاید در نگاه نخست دارای اهمیت چندان زیادی نباشد، اما به طور گسترده‌ای مدنظر کارآفرینان نسل جوان قرار گرفته است. بسیاری از برندها برای تصمیم‌گیری بهتر نیازمند اطلاعات دقیق هستند. بدون اطلاعات درست و کاربردی امکان تصمیم‌گیری درست در شرایط حساس وجود نخواهد داشت. این امر در مسیر موفقیت تمام برندهای بزرگ قابل ملاحظه است.

وقتی ما اطلاعات مناسب در اختیار نداشته باشیم، فرآیند تصمیم‌گیری تا حد زیادی مبتنی بر شانس خواهد بود. این امر دشواری‌های بسیار زیادی در مسیر فعالیت عملی برندها قرار خواهد داد. امروزه خرده‌فروشی‌های آنلاین امکان استفاده از ابرداده‌ها برای تصمیم‌گیری‌های هرچه بهتر را خواهند داشت. این نکته اهمیت بسیار زیادی در آینده صنعت خرده‌فروشی خواهد داشت.

امروزه ما شاهد رقابت بسیار گسترده‌ای در صنعت خرده‌فروشی هستیم. این امر در مدل آنلاین کسب و کار نیز به خوبی قابل مشاهده است. وقتی سطح رقابت بسیار گسترده می‌شود، اطلاعات نقش اساسی را بازی خواهد کرد. هر برندی که اطلاعات بیشتر و معتبرتری در اختیار داشته باشد، امکان غلبه بر دیگر رقبا را خواهد یافت. این امر فقط در مورد تعامل‌های خارجی برندها معتبر نیست. وقتی برند ما نسبت به نحوه فعالیت کارمندان اطلاعات دقیقی داشته باشد، امکان ارائه توصیه‌های کاربردی به آنها فراهم خواهد شد. همچنین در صورت نیاز ما فرصت کافی برای جا به جایی کارمندان در بخش‌های مختلف را خواهیم داشت.

بهبود فرآیندهای جاری برند

هدررفت هزینه و انرژی در فرآیند فعالیت خرده‌فروشی‌ها امری تازهای نیست. بسیاری از فرآیندهای کاری خرده‌فروشی‌ها در عمل هزینه بسیار بالایی به همراه دارد. اگر شما قصد موفقیت پایدار در عرصه خرده‌فروشی آنلاین را دارید، باید تا جای ممکن فعالیت‌های جانبی بررندان را بهینه‌سازی کنید. هرچه توانایی شما برای کاهش هزینه‌های جاری بیشتر باشد، در نهایت امکان سرمایه‌گذاری بلندمدت بهتری خواهید داشت.

نقش ابرداده‌ها در زمینه کاهش هزینه‌های جاری کاملاً قابل درک است. چنین داده‌هایی ما را نسبت به نقدهای مختلف درباره فعالیت برندهمان آگاه خواهد ساخت. بسیاری از اوقات فعالیت نامناسب شرکت‌ها به دلیل ترس از تغییر نیست، بلکه ناآگاهی از ایرادهای جاری مهمترین نقش را بازی می‌کند. وظیفه اصلی ما در این فرآیند تلاش برای کاهش هزینه‌های اضافی فعالیت‌مان است. این امر از طریق بهبود فرآیندهای جاری شرکت امکان‌پذیر خواهد شد. به عنوان مثال، استفاده از روبات‌های دارای هوش مصنوعی در زمینه پاسخگویی به مشتریان و خدمات پس از فروش اهمیت بسیار زیادی دارد. متأسفانه هنوز هم بسیاری از برندها نسبت به کاربست فایده‌های عملی این حوزه تردید دارند. هوش مصنوعی در چند سال آینده تمام دنیای کسب و کار را احاطه خواهد کرد بنابراین اگر شما هنوز درگیر انتخاب میان ادامه شیوه‌های قدیمی یا اخذ فناوری‌های نوین هستید، باید نسبت به فرآیندهای تصمیم‌سازی بررنداتان تجدیدنظر نمایید.

۶ تأثیر اساسی ابردادها بر روی صنعت خرده‌فروشی آنلاین

مزیت‌های اصلی ابرداده‌ها در زمینه خرده‌فروشی تا حد زیادی بستگی به میل برندها برای استفاده از آنها دارد. برخی از کسب و کارها نسبت به ایجاد تغییرات به نسبت سریع در این حوزه تردید دارند، با این حساب ما با نهایت دقت دست به انتخاب برنیم. هدف ما در بخش پایانی مقاله حاضر بررسی برخی از تأثیرات عملی و مستقیم ابرداده‌ها به روی صنعت خرده‌فروشی آنلاین است. موارد مورد بررسی در بخش قبل به طور ضمنی مزیت‌های عمومی ابرداده‌ها محسوب می‌شود بنابراین در ادامه ما یحث را به صورت تخصصی‌تر ادامه خواهیم داد.

۱.ارائه تجربه بهبودیافته خرید به مشتریان

وقتی صحبت از تجربه خرید در حوزه خرده‌فروشی می‌شود، عدم توجه به برند آمازون بسیار دشوار خواهد بود. این برند در طول سال‌های اخیر عملکرد بسیار مطلوبی در زمینه جلب توجه مشتریان داشته است. یکی از دلایل اصلی موفقیت این خرده‌فروشی کاربست سریع فناوری‌های نوین است. آنها در راستای بهبود تجربه خرید مشتریان اقدام به تحلیل دقیق ابرداده‌های در دسترس‌شان کرده‌اند. این امر امکان ارائه پیشنهادهای شخصی‌سازی‌شده را فراهم می‌کند. امروزه بسیاری از خرده‌فروشی‌ها برای ارائه پیشنهاد‌های خرید شخصی‌سازی‌شده اقدام به بررسی سابقه مشاهده محصولات در سایت‌شان می‌کنند. این‌امر نمونه اولیه و ساده شخصی‌سازی پیشنهادها محسوب می‌شود. آمازون با توجه به داشتن دامنه وسیعی از خدمات مختلف در سراسر وب دسترسی بسیار بهتری به ابرداده‌ها دارد بنابراین آنها در عمل از محورهای بسیار زیادی برای تأثیرگذاری بر روی مخاطب هدف‌شان استفاده می‌کنند.

نکته مهم در زمینه دسترسی به ابرداده‌ها توجه به حریم شخصی کاربران است. ما همیشه باید نسبت به حفظ حریم خصوصی کاربران دغدغه داشته باشیم. شاید در ابتدا نقض حریم شخصی کاربران سودمندی بالایی داشته باشد، اما در نهایت نهادهای ناظر نسبت به تخلف ما آگاه خواهند شد. نتیجه این امر به احتمال زیادی خداحافظی همیشگی برند ما با عرصه خرده‌فروشی آنلاین خواهد بود. وقتی مشتریان شما نسبت به خرید از بررنداتان احساس خوبی داشته باشند، امکان تأثیرگذاری هرچه بهتر بر روی آنها افزایش خواهد یافت. این امر نوعی گرایش عمومی در میان کسب و کارها محسوب می‌شود. بهترین نمونه در این میان آمازون است. آنها برای استفاده از داده‌های کاربران‌شان به طور مستقیم از آنها اجازه می‌گیرند بنابراین نیازی به تگرانی درباره نتیجه استفاده از داده‌های موردنظر وجود نخواهد داشت.

۲.شخصی‌سازی سفاردها بهتر کمپین‌های بازاریابی

شخصی‌سازی فقط معطوف به محصولات و ارائه پیشنهادهای خرید نیست. برندها در حوزه بازاریابی نیز نیازمند شخصی‌سازی قابل توجهی هستند. امروزه اغلب برندها در شبکه‌های اجتماعی دست به بازاریابی می‌زنند. این امر برای خرده‌فروشی‌های آنلاین مزیت قابل ملاحظه‌ای دارد. عادت به کار با فضای آنلاین دست برتر خرده‌فروشی‌های آنلاین را نشان می‌دهد. اگر برند شما در زمینه کار با شبکه‌های اجتماعی توانایی و مهارت بالایی ندارد، به احتمال زیاد در سایر بخش‌های کسب و کار نیز با مشکلات عمیقی مواجه هستید.

توصیه اساسی ما برای شما استفاده از ابرداده‌ها برای بهبود فرآیند شخصی‌سازی محتواس‌ت. این امر در ابتدا اندکی عجیب به نظر می‌رسد، اما تأثیرگذاری بسیار زیادی بر روی مخاطب هدف خواهد داشت. هرچه شناخت ما از مشتریان‌مان دقیق و عمیق‌تر تر باشد، تمایل آنها برای همکاری نزدیک با ما افزایش خواهد یافت. این‌ امر در مورد وفاداری آنها به برند ما نیز کاملاً مشهود خواهد بود بنابراین مزیت ابرداده‌ها در عمل موجب بهبود توانایی شما برای تأثیرگذاری بر روی مشتریان هدف نیز خواهد شد.

۳.پیش‌بینی رفتار خرید مشتریان

پیش‌بینی محصولات مورد علاقه مشتریان مانند قدرتی جادویی است. اغلب بازاریاب‌ها در طول دهه‌های متمادی در تلاش برای کسب چنین قدرتی بوده‌اند. امروزه این توانایی به لطف ابرداده‌ها و ابزارهای تحلیلی دقیق در اختیار برندها قرار دارد. برند آمازون در اینجا نیز بهترین عملکرد را دارد. این برند با استفاده از موتور اختصاصی پیش‌بینی رفتار مشتریان در طول روز میلیون‌ها داده را تحلیل و طبقه‌بندی می‌کند. مزیت اصلی این اقدام امکان استفاده از داده‌های موردنیاز در شرایط موردنیاز است.

وقتی ما داده‌های وسیعی درباره تجربه خرید و فعالیت مشتریان در سطح اینترنت داشته باشیم، سلیقه اصلی‌شان را متوجه خواهیم شد. این فرآیند بدون کاربست فناوری هوش مصنوعی امکان‌پذیر نیست. هیچ تیم بازاریابی توانایی طبقه‌بندی میلیون‌ها داده در طول روز را ندارد. با این حساب ما در عصر طلایی بازاریابی و خرده‌فروشی به سر می‌بریم.

۴.ارائه خدمات باکیفیت به مشتریان

یکی از نکات کلیدی برای موفقیت خرده‌فروشی‌ها توانایی آنها برای تأثیرگذاری بر روی مخاطب هدف از طریق ارائه خدمات باکیفیت است. خدمات جانبی اغلب مورد غفلت کسب و کارها قرار می‌گیرد. دلیل این امر پایان یافتن فرآیند فروش و احساس عدم نیاز خرده‌فروشی‌ها برای تعامل با مشتریان است. بدون تردید این گرایش در هر حوزه‌ای از کسب و کار خطرناک خواهد بود. ما همیشه نیازمند توجه مداوم به مشتریان هستیم. اگر این نکته را مدنظر قرار ندهیم، امکان تأثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را نخواهیم داشت. برخی از برندها به اشتباه خود را بی‌نیاز از ارائه خدمات دقیق و کاربردی پس از فروش به مشتریان می‌دانند. آمازون در این زمینه باز هم رتبه نخست را در میان بسیاری از برندها دارد. اگر ما به دنبال موفقیت در عرصه کسب و کار هستیم، باید از ابرداده‌ها برای ارائه خدمات بهتر پس از فروش استفاده کنیم. در غیر این صورت هرگز توانایی و شانس برای موفقیت در حوزه بازاریابی و خرده‌فروشی آنلاین نخواهیم داشت.

۵.ارائه فرآیندهای پرداخت امن‌تر

پرداخت آنلاین هزینه خرید یکی از مهمترین نکات در زمینه خرده‌فروشی محسوب می‌شود. بسیاری از مشتریان هنوز هم نسبت به سرقت اطلاعات بانکی‌شان در فرآیند خرید آنلاین نگران هستند بنابراین تمرکز بر روی فراهم‌سازی بسته‌های امن برای پرداخت اینترنتی اهمیت ویژه‌ای دارد.

تحلیل ابرداده‌ها در مورد فرآیند بازاریابی و ایجاد بسترهای امن برای پرداخت آنلاین اهمیت بالایی دارد. آمازون با همکاری برخی از مشهورترین تیم‌های امنیت اطلاعات در جهان موفق به راه‌اندازی امن‌ترین بستر پرداخت آنلاین شده است. این امر نقش مهم ابرداده‌ها در عیب‌یابی سیستم‌های پرداخت را نشان می‌دهد. شما هم مانند آمازون باید نسبت به استفاده از چنین ابزارهایی برای بهبود شرایط کلی بررنداتان نهایت استفاده را ببرید. در غیر این صورت امکان تأثیرگذاری بر روی مخاطب هدف و ترغیب وی به سوی خرید وجود نخواهد داشت. هنوز هم بسیاری از خرده‌فروشی‌ها درگیر مشکلات عمده در زمینه فروش محصولات‌شان هستند. یکی از دلایل اصلی این امر ناتوانی آنها برای فراهم‌سازی بسترهای امن پرداخت هزینه از سوی مشتریان است. آمازون با تحلیل دقیق ابرداده‌ها به خوبی موفق به ارزیابی علت نگرانی مشتریان برای خرید آنلاین و رفع آن شد.

۶.بهینه‌سازی قیمت محصولات

استفاده از ابرداده‌ها امکان فهم ارزیابی مشتریان از فرآیند قیمت‌گذاری محصولات را ممکن می‌سازد. بسیاری از برندها نسبت به اینکه تا چه حد امکان بازی با قیمت‌ها را دارند، نیازمند اطلاعات دقیق هستند. وقتی ما دامنه بازی با قیمت‌های بررندگان را به خوبی بدانیم، امکان برگزاری جشنواره‌های مختلف و ارائه تخفیف‌های گسترده فراهم می‌شود. هدف اصلی در اینجا فهم شیوه انتخاب قیمت برای محصولات مختلف است. ما باید آستانه تمایل مشتریان برای پرداخت را متوجه شویم. به این ترتیب امکان انتخاب سطح قیمت رقابتی را خواهیم داشت. استفاده از ابرداده‌ها برای ارزیابی دقیق و درست از سطح تمایل مشتریان برای پرداخت اهمیت بسیار زیادی دارد. ما فقط در این صورت امکان تأثیرگذاری بر روی مشتریان را خواهیم داشت.

منبع: com.learn.g2

ایستگاه بازاریابی

چگونه هر چیزی را به هر کسی بفروشیم

به قلم: رابرات هراوک کارآفرین و سرمایه‌گذار

مترجم: امیر آل‌علی

بدون شک فروش هر چیزی به هر کسی بیشتر شبیه به یک رویا است، با این حال این امر کاملاً واقعی بوده و در حال حاضر بسیاری از بازاریاب‌های موفق، به چنین قدرتی دست پیدا کرده‌اند. تحت این شرایط سوال اصلی این است که چگونه می‌توان به چنین سطحی دست پیدا کرد. در ادامه به بررسی راهکارهای موجود در این رابطه خواهیم پرداخت. نکته مهمی که باید به آن توجه داشته باشید این است که فروشندگان بسیار موفق، ساخته می‌شوند و هیچ چیزی تحت عنوان استعداد وجود ندارد. به همین خاطر ابتدا نباید روحیه خود را از دست بدهید.

۱-خودتان اولین مورد فروش هستید

قبل از پرداختن به محصول، شما باید به نحوی رفتار کنید که افراد حاضر باشند صرفاً به خاطر خود شما میلی را پرداخت کنند. درواقع همه ما با چنین شرایطی مواجه شده‌ایم که افراد صرفاً به خاطر این امر که فردی خاص اقدام به فروش یک محصول کرده است، آن را خریداری می‌کنند. این امر در حالی است که ابتدا قصد و نیازی وجود نداشته و اگر فردی دیگر اقدام به چنین کاری می‌کرد، حتماً با پاسخ منفی مواجه می‌شد. در این رابطه شما باید بتوانید به قلب مخاطب خود نفوذ کرده و اعتماد آنها را جلب نمایید. تحت این شرایط ویژگی‌های محصول در درجه دوم اهمیت قرار خواهد گرفت. برای رسیدن به این سطح شما باید روش‌های مختلف بازاریابی را یاد گرفته و اطلاعات در رابطه با محصول را به بالاترین حد ممکن برسانید. همچنین لازم است تا نسبت به ویژگی‌های جامعه هدف خود، به آگاهی لازم دست پیدا کنید تا بتوانید بهترین برنامه‌ریزی را داشته باشید.

۲-شنونده بهتری باشید

آیا تصور می‌کنید که برای موفقیت لازم است تا از همان ابتدا مخاطب خود را بمباران اطلاعاتی کنید؟ بدون شک چنین اقدامی تنها شانس موفقیت شما را کاهش خواهد داد. در این رابطه فراموش نکنید که یک بازاریابی خوب، بیشتر شنونده‌ای حرفه‌ای محسوب می‌شود. درواقع از بین صحبت افراد می‌توانید اطلاعات بسیار خوبی را به دست آورید. برای مثال افراد حرفه‌ای سریعاً از صحبت‌های اولیه نیازهای مشتری را پیدا می‌کنند. ممکن است قیمت، مهمترین اصل باشد و یا افراد ابتدا نیازی را احساس نکنند، این‌ا اطلاعات کمک خواهد کرد تا بهترین استراتژی را انتخاب کنید. در نهایت فراموش نکنید که فروش شما ممکن است در همان لحظه اتفاق نیفتد. به همین خاطر در صورت تقاضا برای فکر کردن، همه چیز را از دست رفته تصور نکرده و پیگیری‌های لازم را انجام دهید. در نهایت فراموش نکنید که تجربیات خود را مکتوب کنید. این موضوع کمک خواهد کرد تا پس از مدتی یک دفترچه راهنما داشته باشید که باعث می‌شود تا یک اشتباه و یا تجربه‌ای تلخ، برای بار دوم تکرار نشود. درواقع فروشنده موفق بودن به معنای این امر نیست که شما از همان ابتدای کار خود باید درخشان‌ترین عملکرد را داشته باشید. بسیاری از افراد موفق حال حاضر، تا قبل از ۳۰ سالگی عملکرد مناسبی را نداشته‌اند. به همین خاطر هم گفته می‌شود که افراد موفق، در طول مسیر ساخته می‌شوند.

۳-بازار هدف را بشناسید

بدون شک یک محصول برای تمامی افراد مناسب نبوده و شما باید تمرکز اصلی خود را بر روی افرادی قرار دهید که شانس خرید آنها بیشتر است. برای مثال شما قصد فروش ۱۰۰ مورد از یک محصول را دارید، تحت این شرایط دلیلی وجود ندارد که تمامی افراد یک شهر یک میلیون نفری را مورد توجه خود قرار دهید. درواقع اقدام هوشمندانه این است که ۱۵۰ نفری را که بالاترین شانس خرید را دارند پیدا کرده و به سراغ آنها بروید. علت انتخاب افرادی بیشتر از تعداد محصول این است که همواره احتمال دارد که همه چیز مطابق انتظار شما پیش نرود. به همین خاطر بهتر است که تعداد افراد بیشتری را در لیست خود داشته باشید. همچنین فراموش نکنید که حتی بهترین استراتژی‌ها برای محصولاتی لازم را ندارند، بدون فایده خواهد بود. به همین خاطر شما باید به نوع محصولی که قصد سرمایه‌گذاری بر روی آن را دارید نیز توجه داشته باشید. درواقع شما باید به خوبی بدانید که چه محصولی را به چه افرادی بفروشید.

۴-روحیه خود را حفظ کنید

ممکن است با پاسخ‌های منفی متعددی مواجه شوید، با این حال این امر نباید باعث شود تا روحیه خود را از دست بدهید. در این رابطه هر فردی باید تکنیک‌هایی را داشته باشد تا روحیه خود را سریعاً بازیابی کند. همچنین قبل از فروش محصول لازم است تا به این سوال پاسخ دهید که چرا مشتریان باید از شما خرید کنند؟ بدون شک تا زمانی که پاسخی مناسب را پیدا نکرده‌اید، نباید اقدامی در نهایت دهید. در نهایت همه اطلاعات مور نیاز را تهیه نموده و با آمادگی کامل به سراغ مشتریان خود بروید.

۵-همه چیز را تا حد امکان ساده کنید

درواقع مشتری شما ممکن است از هر قشری باشد. به همین خاطر توضیحات تخصصی تنها منجر به گیج شدن آنها خواهد شد. در این رابطه هنر یک فروشنده این است که بتواند مسائل را کاملاً ساده نماید. برای مثال می‌خواهید فردی را مجاب کنید که بیمه شرکت شما را تهیه کند. تحت این شرایط شما باید به ساده‌ترین روش، دلایل این انتخاب را ذکر کنید. همچنین صداقت نیز یک برگ برنده محسوب می‌شود. درواقع اشتباه بزرگ بسیاری از فروشنده‌ها این است که محصول خود را بیش از حد بزرگ و بدون نقص نشان می‌دهند. این امر در حالی است که هیچ برندی در بالاترین سطح ممکن قرار نداشته و طبیعی است که ضعف‌هایی وجود داشته باشد. به همین خاطر به جای تلاش برای فروش محصول به هر روش ممکن که باعث می‌شود تا در صورت خرید دیگر ارزش خود را پیش مشتری از دست بدهید، خود را دلسوز آنها نشان داده و موارد منفی محصول را نیز ذکر کنید. این امر برای هر فردی کاملاً تاثیرگذار خواهد بود.

منبع: robertherjavec.com

اشتباهات رایج در ساماندهی سایت فروش

چگونه تعامل بهتری با مشتریان در فضای آنلاین داشته باشیم؟

به برند ما بیشتر شود، فرایند فروش محصولات بسیار ساده‌تر از قبل خواهد شد.

۳.عدم هماهنگی سایت با تجربه کاربران گوشی هوشمند

امروزه شمار قابل توجهی از افراد برای گشت و گذار در شبکه‌های اجتماعی و همچنین فضای کلی وب از گوشی‌های هوشمند استفاده می‌کنند. این امر نوعی رویکرد جالب به عرصه وبگردی محسوب می‌شود. توسعه گوشی‌های هوشمند درس‌های زیادی برای بازاریاب‌ها و طراحی‌های سایت ایجاد کرده است. شما به عنوان بازاریاب باید آمادگی استفاده از محتوای سازگار با تجربه کاربری گوشی‌های هوشمند را داشته باشید. این امر در مورد طراحی سایت نیز تاثیرگذار است. اگر سایت فروشگاه ما با تاخیر برای کاربران گوشی هوشمند بارگذاری شود، تمایل آنها برای خرید به شدت کاهش خواهد یافت. با این حساب شما باید توجه ویژه‌ای به ایجاد سازگاری میان سایت‌تان و گوشی‌های هوشمند داشته باشید.

توصیه ما در این بخش استفاده از دو قالب مختلف برای سایت برند

است. این امر در صورت تشخیص کاربران دارای گوشی هوشمند قالب



مخصوص را بارگذاری خواهد کرد. به این ترتیب دسترسی به اطلاعات موردنیاز کاربران در این شیوه همراه با سرعت بسیار بیشتری خواهد بود. امروزه اغلب برندهای بزرگ در زمینه خرده‌فروشی از همین شیوه استفاده می‌کنند. به این ترتیب رابطه آنها با مشتریان‌شان همیشه مطلوب باقی می‌ماند.

۴.ابزارهای جست‌وجوی درون سایتی ضعیف

جست‌وجوی محصولات یکی از فرآیندهای رایج در سایت‌های خرده‌فروشی است. مشتریان تمایل بالایی برای جست‌وجوی محصولات، درست مانند خریدهای حضوری، دارند. این امر باید مدنظر طراح‌های سایت قرار گیرد. هرچه فرایند جست‌وجوی محتوا و محصولات مختلف در سایت ما ساده‌تر باشد، شانس بیشتری برای جلب نظر مخاطب هدف خواهیم داشت.

طراحی بخش جست‌وجوی محصولات کار چندان دشواری نیست. توصیه اساسی ما در این بخش الگوبرداری از تجربه موفق دیگر برندهاست. شما به این ترتیب امکان تاثیرگذاری سازنده بر روی مخاطب هدف را خواهید داشت. بسیاری از خرده‌فروشی‌ها برای آگاهی از سلیقه مخاطب هدف و طراحی ابزار جست‌وجوی مناسب هزینه‌های سنگینی را متحمل می‌شوند. بدون شک اگر کسب و کار شما در ابتدای مسیر توسعه باشد، چنین هزینه‌هایی کاملاً غیرمنطقی خواهد بود. با این حساب استفاده از چنین تکنیکی کمک شایانی به شما برای صرفه‌جویی در هزینه‌های‌تان خواهد کرد.

ترجمه: علی آل‌علی

راه‌اندازی سایت رسمی برای فروش محصولات یکی از راهکارهای قدیمی در عرصه کسب و کار محسوب می‌شود. بسیاری از برندها از زمان توسعه فناوری اینترنت اقدام به استفاده از این نکته برای جلب نظر هرچه بهتر مشتریان کرده‌اند. مزیت اصلی بازاریابی به این شیوه کاملاً قابل درک است. هزینه‌های فروش مستقیم و حضوری به مشتریان بسیار بالاست. با این حساب استفاده از فضای آنلاین ایده منطقی و اقتصادی برای برندها خواهد بود. علاوه بر برندهای معمولی، برخی از خرده‌فروشی‌ها نیز در طول سال‌های اخیر اقدام به فعالیت در فضای آنلاین کرده‌اند. این امر وجه رقابتی به بازاریابی در فضای آنلاین بخشیده است. امروزه بسیاری از برندها و خرده‌فروشی‌ها در تلاش برای بازاریابی و جلب نظر مخاطب هدف هستند. بدون تردید بازاریابی و فروش در فضای آنلاین هزینه بسیار کمتری برای برندها در پی دارد، با این‌حال نکته مهم در این بخش تلاش برای ایجاد جلوه‌ای خاص از کسب و کارمان برای مشتریان است.

بسیاری از برندها در این مسیر مرتکب اشتباهات رایج و تکراری می‌شوند.

اگر کسب و کار ما توانایی تاثیرگذاری

بر روی مخاطب هدف از طریق استفاده

از راهکارهای تازه و همچنین پرهیز از اشتباهات رایج را نداشته باشد، انتظار

جلب نظر وسیع مشتریان و کسب موفقیت

گسترده بی‌جا خواهد بود. هدف اصلی این

مقاله بررسی برخی از اشتباهات رایج در

زمینه خرده‌فروشی آنلاین با تمرکز بر روی

سایت‌هاست. بسیاری از کارشناس‌های

بازاریابی به اندازه کافی به سایت برندها

توجه ندارند. این امر به دلیل ارزیابی

مهم‌تر برخی دیگر از وجهه‌های کسب و

کار مانند طراحی استراتژی‌های بازاریابی

است. اگر ما سایت مناسب و تاثیرگذاری

نداشته باشیم، امکان تاثیرگذاری بر

روی مخاطب هدف در مقیاسی وسیع

فراهم نخواهد شد. ما در ادامه به بررسی

برخی از رایج‌ترین اشتباهات سایت‌های

خرده‌فروشی آنلاین خواهیم پرداخت.

۱.نمایش محتوای اذیت‌کننده

تولید محتوای بازاریابی گام مهمی برای جلب نظر مخاطب هدف است. اغلب سایت‌ها برای بازاریابی اقدام به نمایش محتوای مخالف برای مخاطب هدف‌شان می‌کنند. شاید این امر در نگاه نخست جذابیت‌های بسیار زیادی برای برندها داشته باشند. بازاریابی با طراحی محتوای جذاب و موردپسند مخاطب هدف یکی از راهکارهای قدیمی برای بازاریابی تاثیرگذار است. نکته مهم در این میان توجه به ماهیت اختیاری تماشاى محتوای بازاریابی است.

برخی از سایت‌های فروش به طور خودکار برخی از ویدئوها را نمایش می‌دهند. این امر موجب بروز مشکلات اساسی در تجربه تعامل کاربران با سایت‌های مورد نظر خواهد شد. توصیه اساسی ما در این بخش راه‌اندازی وبلاگی خاص برای بازاریابی و نمایش محتوای جذاب به مخاطب هدف است. مزیت اصلی این شیوه امکان پرهیز از وارد ساختن صدمه به تجربه خرید آنلاین مشتریان است.

بسیاری از بازاریاب‌ها نسبت به پلتفرم سایت‌ها و تفاوت‌شان با دیگر بسترهای بازاریابی آگاهی ندارند. همین امر موجب بروز مشکلات جدی در زمینه بازاریابی چنین سایت‌هایی می‌شود. اگر شما به دنبال بازاریابی مناسب در سایت خرده‌فروشی‌تان هستید، باید اقدام به

همکاری با بازاریاب‌های حرفه‌ای نمایید. در غیر این‌صورت امکان تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را نخواهید داشت.

۲.فقدان اطلاعات جانبی

دسترسی به سایت‌های فروش تمام مجاری خرید نیست. امروزه بسیاری از کاربران نسبت به خرید آنلاین از سایت‌های بی‌نام و نشان تردید دارند. این یک واکنش طبیعی در میان مشتریان است. آنها هیچ علاقه‌ای به از دست دادن پول‌شان در طرح‌های کلاهبرداری ندارند. ما باید پیش از هر نکته دیگری اقدام به جلب اعتماد مشتریان نماییم. در غیر این صورت توانایی تاثیرگذاری بر روی آنها را نخواهیم داشت. یکی از معیارهای مهم برای جلب اعتماد مشتریان توجه به درج اطلاعات دقیق از برندگان در بخش «درباره ما» است. اغلب سایت‌ها دارای این بخش هستند. اگر کاربران با مراجعه به این بخش با اطلاعات کاربردی و دقیق مواجه نشوند، ارزیابی منفی از کسب و کار شما خواهند داشت.

صحت از درج اطلاعات دقیق درباره کسب و کار امر تازه‌ای نیست. پرسش اساسی در این بخش ماهیت اطلاعات دقیق و مناسب است. بسیاری از برندها نسبت به این نکته آگاهی دقیقی ندارند. توصیه ما در این بخش تلاش برای استفاده از اطلاعاتی نظیر آدرس دفتر اصلی، شماره تماس، ایمیل پشتیبانی و شعبه‌های فروش حضوری در صورت راه‌اندازی است. شاید در نگاه نخست این موارد بسیار ساده باشد، اما تاثیر بسیار زیادی بر روی مخاطب هدف دارد. وقتی اعتماد مشتریان

رهبری

آمادگی برای دنیای کسب و کار پساکرونا

به قلم: جینایی دوبیوس کارشناس کسب و کار
ترجمه: علی آل علی

براساس گزارش موسسه بلومبرگ در طول دوران شیوع کرونا اغلب خرده‌فروشی‌ها نزدیک به ۱۶درصد از سودشان را از دست داده‌اند. این رقم بدترین میزان کاهش سودآوری خرده‌فروشی‌ها از سال ۱۹۹۲ محسوب می‌شود. بی‌تردید آسیب‌های کسب و کارها در دوران کرونا بسیار عمیق بوده است. این امر بر روی رفتار مشتریان در بازارهای مختلف نیز تاثیر گذاشته است. امروزه کمتر مشتریان اقدام به خرید براساس رفتارهای سابق‌شان می‌کنند. این امر درس‌های تازه‌ای برای برندها ایجاد کرده است. بی‌تردید وپروس کرونا دیر یا زود به طور کامل کنترل خواهد شد، اما تاثیرات آن برای مدت زمانی طولانی پابرجا می‌ماند. این امر در مورد حوزه کسبب و کار به روشن‌ترین شکل ممکن قابل بررسی است. هدف ما در این مقاله بررسی گام‌های ضروری برای آمادگی انواع برندها در راستای فعالیت در دوران پساکروناست.

استفاده از فناوری‌های تازه

دوران پساکرونا در عرصه کسبب و کار نیازمند استفاده گسترده از فناوری‌های نوین است. بسیاری از برندها در این زمینه گام‌های مهمی برداشته‌اند. مهمترین عملکرد برندهای بزرگ در این میان تلاش برای سازگاری هرچه بیشتر با الزامات فعالیت کاری در قالب آنلاین است. این امر مزیت‌های بسیار زیادی برای کسبب و کارها خواهد داشت. کاهش هزینه‌های جاری یکی از مهمترین نکات در زمینه فعالیت آنلاین در عرصه کسبب و کار است.

وقتی اغلب برندها محتمل ضررهای هنگفت در پی یک پدیده ناشناخته و گسترش ویروس می‌شوند، باید هرچه بیشتر هزینه‌های جاری را کم کرد. این امر سرنوشت اغلب برندها در دنیای آینده کسبب و کار را مشخص می‌کند. استفاده از فناوری‌های نوین همیشه برای کسبب و کارها نجات‌بخش بوده است. این امر در مورد فرآیندهای شناخت مخاطب هدف شامل استفاده از هوش مصنوعی و دیگر ابزارهای کمکی می‌شود. به این ترتیب برندها شانس بالایی برای شناسایی دقیق سلیقه مشتریان‌شان و بازاریابی براساس آن خواهند داشت.

ضرورت استفاده از اپ‌های منحصر به فرد

طراحی اپ برای برندها امری رایج نیست. بسیاری از برندها نسبت به رونمایی از اپ رسمی برای برنشان با تردیدهای زیادی مواجه هستند. امروزه بسیاری از برندها با وجود شمار بالایی از شبکه‌های اجتماعی فعالیت در این فضا را ترجیح می‌دهند بنابراین طراحی اپ امری بی‌مورد محسوب می‌شود.

یکی از نکات مهم در زمینه طراحی اپ امکان انتقال محتوای گوناگون به مخاطب هدف است. همچنین این گزینه بهترین انتخاب برای تعامل هرچه بهتر با مشتریان وفادار برندها خواهد بود. امروزه کانال‌های ارتباطی شخصی‌سازی شده اهمیت بسیار زیادی برای مشتریان برندها دارد. اگر برند شما دارای شمار قابل توجهی مشتری وفادار است، حفظ آنها ماموریت اصلی شما خواهد بود. این امر برای اغلب برندها امری در درجه دوم و سوم اهمیت قرار دارد. درست به همین خاطر ریزش مشتریان وفادار امری رایج در میان برندهای مختلف است. اگر شما قصد فعالیت به گونه‌ای دیگر را دارید، باید نسبت به این نکته توجه بالایی داشته باشید. یکی از نکات مهم در زمینه طراحی اپ رسمی برای برند ارائه تخفیف‌های ویژه به مشتریان عضو اپ است. این امر فضایی تعاملی و نزدیک برای ارتباط با مشتریان و حتی تبدیل‌شان به مشتریان وفادار ایجاد خواهد کرد.

تمرکز بر روی راهبردهای مدیریت رابطه برند یا مشتریان روابط میان برندها و مشتریان‌شان فراز و فرودهای بسیار زیادی دارد. برندهای موفق باید همیشه امکان تعامل با مشتریان‌شان، حتی در بازه‌های زمانی دشوار، را داشته باشند. یکی از درس‌های مهم کسبب و کار در دوران کرونا حفظ ارتباط با مشتریان بود. برندهای بزرگ ارتباط نزدیک و مداومی با مشتریان‌شان در این دوران داشتند. این امر شامل کارهای کوچکی مانند ارسال ایمیل، برقراری تماس تلفنی و حتی ارسال کارت پستال است. شاید در نگاه نخست این کارها بسیار ابتدایی به نظر برسد، اما همین کارهای ابتدایی توانایی تاثیرگذاری بسیار زیادی بر روی مخاطب هدف دارد.

ما در طول دوران کرونا باید توانایی برندمان برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را افزایش دهیم. این امر در دوران پساکرونا کمک بسیار شایانی به کسبب و کارها برای فعالیت بهتر خواهد کرد. درس‌های این بازه زمانی دشوار محدود به همین نکات مورد بحث نیست. وظیفه شما به عنوان صاحب یک کسبب و کار توجه به نکات موردنظر برای توسعه هرچه بهتر برندنات است. در غیر این صورت هر حادثه‌ای امکان تعطیلی و ورشکستگی فعالیت‌شان را به همراه خواهد داشت.

منبع: smallbusinessbonfire.com



به قلم: جیمیز کروگر کاراقرین

مترجم: امیر آل علی

در جهان امروز اگر کارمندانی باانگیزه نداشته باشید، به هیچ یک از اهداف خود دست پیدا نخواهید کرد. درواقع تیم شرکت، بازوی اجرایی شما بوده و در صورتی که توان کافی را نداشته باشد، تمامی برنامه‌ریزی‌های شما از بین می‌رود. در این رابطه سوال اصلی این است که چگونه می‌توان انگیزه تیم خود را در بالاترین سطح نگه داشت؟ در این رابطه فراموش نکنید که صرفا ارتقای روحیه هدف اصلی نبوده و شما باید تلاش کنید که جوی ایجاد شود که در آن خلاقیت و کار تیمی بیشتری مشاهده شود. در ادامه ۱۸ راهکار ساده و در عین حال تاثیرگذار در این زمینه را مورد بررسی قرار خواهیم داد.

۱-ایجاد جایزه

بدون شک اهداف شرکت برای شما و سهامدارها نتایج قابل توجهی را خواهد داشت. با این حال کارمندان در آخر ماه تنها به حقوق مشخص خود می‌رسند. تحت این شرایط طبیعی است که آنها انگیزه کافی برای نمایش بهترین نسخه خود را نداشته باشند. به همین خاطر تعیین جوایز، بدون شک عملکرد کارمندان ما را دگرگون خواهد کرد. با این حال نوع جایزه نیز باید با توجه به ویژگی‌های کارمندان شما باشد. برای مثال ممکن است افزایش حقوق، بالاترین تاثیر را داشته باشد. تحت این شرایط هر گزینه دیگری یک اشتباه خواهد بود.

۲-تشویق شخصی

تمامی مدیران نسبت به اهمیت تشویق کارمندان خود آگاه هستند. با این حال اشتباه بزرگی که در این زمینه رخ می‌دهد این است که تشویق‌های کلی انجام می‌شود. این امر در حالی است که کارمندا با یکدیگر متفاوت بوده و ممکن است وضعیت روحی آنها نیز تفاوت‌هایی را داشته باشد. تحت این شرایط ضروری است که برخی از افسردا به روحیه بالاتری نیاز داشته باشند. به همین خاطر توصیه می‌شود که در این رابطه روش‌های کلی را کنار گذاشته و سعی کنید که عملکرد تمامی کارمندان شرکت را مورد بررسی قرار دهید. این امر باعث خواهد شد تا امکان رساندن تمام تیم شرکت به سطح مطلوبی از انگیزه، کاملاً مهیا باشند. نکته‌ای که در این بخش بسیار مهم است، نوع رابطه شما با کارمندان است. درواقع شما باید به قدری مورد اعتماد افراد خود باشید که آنها به راحتی و بدون نگرانی درباره مشکلات خود با شما صحبت کنند. در آخر فراموش نکنید که اخراج افراد، همواره آخرین گزینه محسوب می‌شود. درواقع برخی از شرایط وجود دارد که تهدید جدی برای کلی تیم شرکت خواهد بود. برای مثال اگر یکی از افراد با بیماری افسردگی مواجه شده باشد، بدون شک درمان وی به مدت زمانی طولانی نیاز داشته و حضور او در شرکت می‌تواند روحیه سایر کارمندان را نیز کاهش دهد. به همین خاطر ضروری است که این افراد به سرعت کنار گذاشته شوند با این حال از نظر اخلاقی توصیه می‌شود که به آنها اطمینان دهید در صورت درمان، امکان بازگشت وجود خواهد داشت.

۳-نمایش اعتماد

یکی از بدترین شرایط برای هر کارمندی این است که در شرکتی فعالیت کند که اعتماد لازم نسبت به او وجود ندارد. درواقع زیر ذره بین قرار دادن افراد، یکی از عادت‌های مدیران محسوب می‌شود با این حال چه دلیلی برای این اقدام وجود دارد؟ درواقع این امر تنها باعث می‌شود که شما زمان زیادی را از دست بدهید که باید صرف اقدامات به مراتب مهم‌تر شود. همچنین چنین اقداماتی روحیه تیم شرکت را کاملاً نابود خواهد کرد. به همین خاطر ضروری است تا به آنها اختیار عمل کافی را بدهید تا بتوانند به روش مورد علاقه خود اقدام کنند. درواقع تفاوتی ندارد که افراد چه شیوه‌ای دارند، شما تنها باید به نتایج توجه داشته باشید. در نهایت اعتماد و آزادی عمل کارمندان، زمینه بروز خلاقیت را به همراه دارد. فراموش نکنید که این موضوع، تاثیر بسزایی را در میزان رضایت شغلی افراد داشته و نباید با اقداماتی غیرحرفه‌ای، علاقه افراد به کار را نابود کنید.

۴-ایجاد جو مثبت

در ایجاد جو مثبت، مدیران بیش از هر فرد دیگری تاثیرگذار هستند. درواقع تصمیمات شما به وجود آورنده جو شرکت خواهد بود. برای مثال اگر زمینه رقابت ناسالم کارمندان ادا از زمان در کنار خانواده بودن، جو شرکت شما کاملاً سمی خواهد شد. این امر در حالی است که شما باید در تلاش برای بهبود روابط کارمندان باشید. درواقع همدلی پیشسناز کار تیمی خواهد بود. در این رابطه خود را محدود به سطحی نکرده و اجازه دهید که تنها دلیل افراد برای حضور در شرکت، حقوق آنها نباشد. برای رسیدن به این خواسته، اقدامات بسیار متنوع بوده و با بررسی موارد انجام شده از سوی برندهای برتر، می‌توانید به نمونه‌های متعددی از آن دسترسی پیدا کنید.

۵-افزایش دانش و مهارت

به هر میزان که توان تیم شرکت بالاتر باشد، امکان انجام سریع‌تر کارها و اقدامات جدید فراهم خواهد بود. نکته‌ای که باید به آن توجه داشته باشید این است که کارمندان ایدا از زمان در کنار خانواده بودن، برای چنین اقداماتی نمی‌زنند. به همین خاطر ضروری است که هر روز یک ساعت از وقت اداری را به این موضوع اختصاص دهید. در این رابطه با توجه به تعداد بالای افراد، شما می‌توانید تخفیف‌های ویژه‌ای را از موسسات آموزشی گرفته و اقدامی مقرون به صرفه را انجام دهید. با این حال قبل از این اقدام، به توانایی‌های تیم خود توجه نمایید. برای مثال ممکن است برخی از مهارت‌ها را بتوان از طریق خود افراد تیم شرکت، تامین نمود. در این رابطه بسیار طبیعی است که برخی از کارمندان به یک زبان مورد نیاز شما تسلط داشته باشند. تحت این شرایط می‌توانید آموزش آن را با هزینه به مراتب کمتری انجام دهید. درنهایت فراموش

نکنید که این اقدام نباید هزینه‌ای را برای کارمندان به همراه داشته باشد. در غیر این صورت زمینه نارضایتی‌ها را به همراه خواهد داشت. خوشبختانه در حال حاضر روش‌های آموزشی بسیار متنوع شده و شما با حذف هزینه‌های اضافی خود، حتما برای این اقدام بودجه کافی را خواهید داشت.

۶-توجه به روش‌های جدید

برای این امر که تیم بهتری را در اختیار داشته باشید، لازم است تا روش‌های خود را نیز به‌روز نمایید. درواقع بسیاری از متدها پس از مدتی منسوخ می‌شوند و جایگزین‌هایی برای آنها به وجود می‌آید. این امر در حالی است که مدیران بسیاری همچنان به روش‌های سابق خود تاکید دارند. این امر باعث خواهد شد که پس از مدتی با رشد منفی مواجه شوید. درواقع این امر ایدا به تلاش کارمندان شما بستگی نداشته و تنها مشکل اصلی، استفاده از شیوه‌های قدیمی است. به همین خاطر ضروری است که شما نیز به عنوان مهمترین فرد تیم شرکت، همواره نسبت به محدوده زمانی استراتژی‌های خود و شیوه‌های جدید، آگاه باشید.

۷-توجه به علایق کارمندان

یکی از مهمترین دلایل بی‌حوصلگی کارمندان، درگیر شدن با روزمرگی است. در این رابطه توجه به علایق آنها می‌تواند شرایط را



بهبود بخشد. برای مثال اگر اکثر افراد تیم شرکت را جوانان تشکیل می‌دهند شما می‌توانید یک کنسول بازی را خریداری کنید تا افراد بتوانند خستگی خود را با این چنین اقداماتی برطرف نمایند. در این رابطه طیف اقدامات بسیار متنوع بوده و برخی از شرکت‌ها امکان آوردن حیوانات خانگی را مهیا می‌کنند تا روحیه تیم خود را بهبود بخشند. به همین خاطر شما با تحلیل شرایط و ویژگی‌های کارمندان خود، می‌توانید بهترین تصمیم‌گیری را داشته باشید. همچنین الزامی وجود ندارد که صرفا یک اقدام را مورد توجه قرار دهید. درواقع رعایت اصل تنوع نیز تاثیرگذار خواهد بود.

۸-کوچک‌سازی اهداف بزرگ

اهداف بزرگ می‌تواند ناامیدی تیم شرکت را به همراه داشته باشد. این امر در حالی است که با تبدیل آنها به چندین هدف کوچک، بدون شک تمایل به انجام آنها افزایش پیدا خواهد کرد. در این رابطه توجه داشته باشید که رسیدن به یک دستاورد، ضامن تداوم پیداکردن آن خواهد بود. برای مثال یک هدف پنج ساله، بدون شک یک شرکت را خسته خواهد کرد. با این حال اگر آن را به چندین هدف یک ماهه تبدیل کنید، افراد با توجه به این امر که حرکت رو به جلو را مشاهده کرده و اقدامات خود را با نتایجی همراه می‌بینند، بدون شک انگیزه کافی برای تحمل سختی‌ها را خواهند داشت.

۹-ایجاد تعادل

تعادل به معنای این است که شما نباید اجازه دهید که کارمندا خسته شوند. درواقع میزان استراحت و حجم کارها باید به نحوی باشد که افراد تیم شرکت قادر به انجام آنها باشند. در این رابطه تقسیم درست وظایف نیز بسیار مهم بوده و لازم است تا عدالت، رعایت شود. درواقع اگر به نحوی رفتار کنید که بیابگر عدم توجه شما به سلامتی کارمندان باشد، بدون شک همه چیز را از دست خواهید داد. در این رابطه امروزه بسیاری از شرکت‌ها از روانشناس‌ها و مربیان تغذیه استفاده می‌کنند تا وضعیت روحی و جسمی تیم خود را بهبود بخشند.

۱۰-حمایت

اگر کارمندان شما تمایل دارند تا بر روی یک پروژه جدید فعالیت کنند و یا قصد ارائه خلاقیتی را دارند، شما باید حامی آنها باشید. این نکته را فراموش نکنید که کارمندان شما به صورت مستقیم با موارد کاری درگیر بوده و ممکن است با مواردی مواجه شوند که از نظر

چالش حفظ انگیزه در محیط‌های کاری

شما پنهان مانده است. همچنین این امر طبیعی است که افراد تمایلی را نداشته باشند که تا آخر عمر در وضعیت حال حاضر قرار گیرند. به همین خاطر شما باید زمینه پیشرفت آنها را مهیا کرده و اهمیت آنها را برای تیم شرکت نشان دهید. همچنین بهتر است که سالگرد حضور کارمندان در شرکت را جشن بگیرید. در این رابطه تولد آنها نیز می‌تواند گزینه بسیار خوبی باشد. این اقدامات کم‌هزینه، تاثیر بسزایی را در روحیه آنها خواهد داشت. درواقع اگر بتوانید تیم خود را نسبت به شرکت متعهد نمایید، حتی در سخت‌ترین شرایط نیز قادر به حفظ آنها خواهید بود.

۱۱-ارائه اطلاعات

با کارمندان خود در رابطه با موضوعات مختلف صحبت کنید و اجازه دهید تا آنها نسبت به اهمیت یک موضوع، به آگاهی دست پیدا کنند. این امر باعث خواهد شد تا بهتر بتوانند با خواسته‌های شما هماهنگ شوند. همچنین این امر یک توقع در بین کارمندان سراسر جهان است که مدیر شرکت با آنها ارتباط خوبی را داشته و در رابطه با موضوعات مختلف، اطلاع‌رسانی کند. در این رابطه تمامی تصورات غلط نظیر وجهه مدیریتی را کنار گذاشته و تنها به انجام اقدامات کاملاً تاثیرگذار، توجه نمایید.

۱۲-تنوع در اقدامات

در کنار وظایف اصلی، یکسری اقدامات فرعی را نیز تعیین نمایید که عمل به آنها با افزایش حقوق و یا پیشرفت شغلی همراه خواهد بود. در این رابطه تنوع خوبی را داشته باشید تا امکان انجام آن توسط تمامی کارمندان، مهیا باشد. برای مثال ایجاد ۱۰۰ مشتری جدید، می‌تواند یکی از این موارد محسوب شود. همچنین مسابقه بهترین نقد و به صورت کلی هر اقدامی که به بهبود وضعیت شرکت منجر می‌شود، در این رابطه کاملاً مهم خواهد بود.

۱۳-دلسوزی و صبر

نکته‌ای که باید به آن توجه داشته باشید این است که تیم شرکت ایدا به یک منتقد جدی نیاز نداشته و باید به مانند یک مربی دلسوز رفتار کنید. در کنار اینن موضوع رعایت اصل صبور بودن نیز کاملاً الزامی است. درواقع این امر طبیعی است که خصوصاً در رابطه با اقدامات جدید، تیم شرکت عملکرد لازم را نداشته باشد. با این حال شما باید کمک کنید تا سطح افراد بهتر شود. آمارها نیز در این رابطه حاکی از آن است که در شرکت‌هایی که مدیران رفتارهای سختگیرانه‌ای دارند، تمایل افراد به پنهان‌کاری بسیار زیاد است. چنین اقدامی بدون شک کاملاً به ضرر شرکت شما خواهد بود. به همین خاطر الزامی است که مورد فوق را رعایت نمایید. با این حال فراموش نکنید که همواره باید یک نقطه پایانی هم وجود داشته باشد. برای مثال اگر کارمندی یک اشتباه را برای سومین بار مرتکب شده باشد، شما باید آن را کنار بگذارید. درواقع نباید اجازه دهید که از رفتار خوب شما، سوءاستفاده شود.

۱۴-مهارت شنودگی

نسبت به گفته‌های کارمندان خود شنونده خوبی باشید. درواقع همواره نیازی به کشف خواسته‌های کارمندان نبوده و در این رابطه تنها کافی است که مستقیماً از آنها سوال نمایید. بدون شک اگر شنونده خوبی باشید، با کمترین مشکل در شرکت مواجه خواهید بود. در کنار این موضوع فراموش نکنید که شما به عنوان الگوی اصلی شرکت محسوب می‌شوید. به همین خاطر هر رفتاری از جانب شما، با تقلید کارمندان همراه خواهد بود و به همین خاطر به هر میزان که رفتارهای بهتری را داشته باشید، وضعیت شرکت نیز مناسب‌تر خواهد شد.

۱۵-انتقال انرژی

اگر خواهان تیمی پرانرژی هستید، در ابتدا خود شما باید در چنین وضعیتی قرار بگیرید. به همین خاطر نیز توصیه می‌شود تا همواره با انرژی بالایی با کارمندان خود رفتار کرده و آنها را به سمت رفتاری مشابه، سوق دهید.

۱۶-توجه به تفاوت‌ها

اگرچه در گذشته تلاش بر این بود که کارمندان به مانند یکدیگر باشند. با این حال در جهان امروز این موضوع تغییر کرده و اکنون لازم است تا به تفاوت افراد با یکدیگر احترام گذاشته شود. نکته‌ای که باید به آن توجه داشته باشید این است که اجازه دهید تا افراد ویژگی‌های منحصر به فرد خود را داشته باشند. این امر زمینه شکوفایی آنها را به همراه دارد.

۱۷-در دسترس بودن

نکته‌ای که بسیار مهم است این است که تیم شرکت بتواند سریعاً به شما دسترسی داشته باشد. درواقع به هر میزان که ارتباط بهتری را با کارمندان خود داشته باشید، تمایل آنها به حضور در شرکت نیز افزایش پیدا خواهد کرد. فراموش نکنید که شما باید به نحوی با کارمندان خود رفتار کنید که همراه با نگرانی از بالا به پایین نباشد. با این اقدام شما می‌توانید به عملکرد خود به عنوان یک مدیر، افتخار کنید.

۱۸-حفظ جذابیت اقدامات

برخی از اقدامات ممکن است جذابیت بالایی را داشته باشد و برخی دیگر نیاز به جذاب‌سازی حس شود. در هر دو مورد مدیریت بالاترین نقش را دارد. برای مثال شما می‌توانید اقدامات افسردا را با یکدیگر تعویض نمایید. برای مثال ممکن است چند نفر از کارمندان، بالاترین سرعت تایپ را در بین تیم شرکت داشته باشند. تحت این شرایط می‌توانید چنین وظایفی را به آنها محول کرده و اقداماتی را که مورد علاقه آنها نیستند، بین سایر کارمندان بخش کنید. این امر تنها یک نمونه ساده بوده و اقدامات به مراتب بیشتری وجود دارد. به همین خاطر توصیه می‌شود که تحقیق کافی را داشته باشید.

منبع: iactionable.com

اخبار

ارجمندزاده عنوان کرد:

دومین کشتی ۲۰ هزار تنی خاک فسفات در بندر بوشهر پهلو گرفت



بوشهر- خبرنگار فرصت امروز: مدیرکل بندار و دریانوردی استان بوشهر از پهلوگیری دومین کشتی حامل خاک فسفات در اسکله مجتمع بندری نگین خبر داد. به گزارش روابط عمومی اداره کل بندار و دریانوردی استان بوشهر، سیاوش ارجمندزاده در ارتباط با پهلوگیری دومین کشتی ۲۰ هزار تنی خاک فسفات اظهار داشت: این کشتی حامل ۲۰ هزار تن خاک فسفات است که پس از تخلیه به انبارهای منطقه ویژه بوشهر انتقال می‌یابد. وی بیان کرد: نخستین کشتی حامل محموله خاک فسفات ۷ تیرماه در بندر بوشهر تخلیه و به انبارهای منطقه ویژه اقتصادی بوشهر انتقال یافت. ارجمندزاده ادامه داد: نخستین کشتی حامل خاک فسفات به وزن ۲۰ هزار تن بود. وی گفت: اکنون در مجموع ۴۰ هزار تن خاک فسفات با ۲ کشتی وارد بندر بوشهر شده که کشتی‌های بعدی نیز بر اساس برنامه زمان‌بندی در اسکله مجتمع بندری نگین بوشهر پهلو می‌گیرند. ارجمندزاده اظهار کرد: بندر بوشهر با ایجاد زیر ساخت‌های مناسب آماده انجام هرگونه خدمات به شناورها و صاحبان کالا است. استان بوشهر دارای ۱۲ بندر تجاری است که ظرفیت تخلیه و بارگیری کالا در بندر بوشهر با تکمیل اسکله‌های مجتمع بندری نگین به ۱۵ میلیون تن در سال افزایش می‌یابد.

امام جمعه شهر اندیشه:

نماز جمعه نقطه اتصال حاکم اسلامی و مردم است



شهریار - غلامرضا جباری: حجت الاسلام بابائیان با بیان اینکه نماز جمعه در حکومت اسلامی دارای اهمیت ویژه است، اظهار داشت: این اجتماع معنوی و سیاسی اثر خوب و موثری در جامعه دارد ومردم را حول حکومت دینی و حاکم دینی جمع می کند ونقطه اتصال حاکم اسلامی و مردم می باشد. امام جمعه شهر اندیشه گفت: یکی از مهمترین کارهایی که توسط مجموعه فعالین ستاد نماز جمعه صورت می گیرد، جذب نسل نو بسوی حکومت و افکار اسلامی است .وی افزود: امام جمعه باید دو کار را اصل قرااردت تا نماز جمعه ای اثر گذار در شهر برگزار شود، اول اینکه امام جمعه مطالعه مستمر در خصوص دانش سیاسی، دینی واجتماعی وفرهنگی داشته باشد و دوم اینکه به روز باشد تا بتوان نتایج مفیدی کسب کرد. حجت الاسلام بابائیان خاطر نشان ساخت: اگر کسی روز مره نباشد و از اینکار نو برخوردار گردد، از تهاجم پلیدی ها در امان می ماند امام جمعه اندیشه همچنین ابراز داشت: کوتاه بودن خطبه ها و بلیغ بودن بیانات ، شنونده را جذب می کند و بر غنای آن می افزاید. وی با اشاره به اینکه امام جمعه بایستی آراسته و پیراسته بوده و ظاهری جذاب داشته باشد ، مواردی مانند فصیح بودن - متقی بودن - صریح الهجه بودن و بلیغ بودن امام جمعه را از جمله مولفه های یک امام جمعه شایسته ذکر نمود. بابائیان در پایان بیان کرد: با صلاقت در رفتار و گفتار و اعتماد کردن به جوانان می توان آنان را جذب کرد و با رفتار و تفکر صادق در دل آنها ورود کرد این مزیت برای جامعه بسیار مفید ومثمر است.

نماز جمعه یک قرارگاه فرهنگی، دینی، اجتماعی و سیاسی است



ملارد - غلامرضا جباری: به مناسبت ۵ مرداد سالاروز اقامه نخستین نماز جمعه پس از انقلاب اسلامی، حجت الاسلام سید حسین حسینی نوری امام جمعه شهرستان ملارد با تبیین اهمیت و جایگاه این عبادت سیاسی ، اجتماعی اظهارداشت: نماز جمعه یک اجتماع دوسویه است؛ از یک سو متصل به حکومت اسلامی بوده و بدون انن حاکم اسلامی و ولی فقیه اجازه برپایی ندارد و از طرفی متصل به مردم است، یعنی با حضور جمعی از مردم برپا می شود و تنها نمازی است که تعداد نمازگزار در آن شرط است. حجت الاسلام حسینی نوری تاکید کرد: نمازجمعه همانند بسیاری از عبادات، جنبه خصوصی و فردی ندارد، بلکه این نماز از ششون حکومت اسلامی به شمار رفته و همین خصوصیت، اهمیت ویژه ای به این عبادت بخشیده است. در حقیقت، جماعت جمعه را به مرکزیت نظام و محوریت امت پیوند می زند و در هر جمعه نمازگزاران با شرکت خود این پیوند را استحکام بخشیده و در تجدید این بیعت شرکت می کنند. امام جمعه شهرستان ملارد به اقدامات ابتکاری انجام شده در این شهرستان اشاره کرد ودراین زمینه گفت: برگزاری نماز جمعه هر هفته به نام یک شهید، ترویج و اهدا کتاب رایگان در بین نمازگزاران، برپایی بازارچه آدینه جهت ترویج اقتصاد مقاومتی از جمله فعالیت‌های این شهرستان برای پرپار شدن این سنگر عقیدتی است. ایشان با اشاره به تاکید رهبر انقلاب بر انجام رزمایش مواسات در سطح کشور به اقدامات انجام شده در شهرستان ملارد پرداخته و گفتند: پس از شیوع ویروس کرونا قرارگاه جهادی امام رضا علیه السلام تحت اشراف دفتر امام جمعه تشکیل گردید. در این مدت با تشکیل گروه های مردمی و داوطلب بیش از ۱۵ هزار بسته معیشتی از سوی این قرارگاه توزیع گردیده و ۱۵ کارگاه تولید ماسک نیز در مساجد مشغول به فعالیت بوده اند که تا کنون بیش از ۲۰۰ هزار ماسک تولید و توزیع کرده اند. حجت الاسلام حسینی نوری با اشاره به توصیه رهبر انقلاب به ائمه جمعه برای دوری از اهالی ثروت و قدرت، خاطر نشان کرد: توجه به توصیه آی‌الله خامنه‌ای از آنجا مهم و بارزش است که ایشان در بیان چرایی دوری‌گزینی از اهالی قدرت و ثروت تاکید کردند که نزدیک‌شدن به اصحاب زر و زور «به طور طبیعی مایه دور شدن از توده مردم و علمه مردم است». امام جمعه شهرستان ملارد با تاکید بر ضرورت مردمی بودن آموزه‌های مردم‌پسندی امام جمعه موفق افزود: یکی از ابزارهای مهم برای یک امام جمعه مطلوب، آشنایی با اصول اولیه مدیریت است. با توجه به اهمیت برنامه‌ریزی در کارهای دینی، فرهنگی، آموزشی، سیاسی و اجتماعی شهر، ضروری است که ائمه جمعه اولین برنامه‌ریز باشند تا بتوانند مردم را هم به منظور تقویت بنیه دینی و مذهبی آنان و هم به منظور بهره‌برداری از مسائل سیاسی و اجتماعی و ارتقای میزان آگاهی آحاد مردم مهیا سازند.

تمدید مهلت ثبت نام تسهیلات کرونا به رانندگان و مشاغل آسیب دیده

حوزه حمل و نقل تا پنجم مرداد



کارا به نشانی <https://kara.mcls.gov.ir> نسبت به ثبت نام نمایند. عابدینی تصریح کرد: با توجه به راه اندازی سامانه اعلام مشکلات به آدرس <http://mrud.ir/startup/transportationcoronavirus/facilities/experts> ، منتقاضیان می توانند مسائل و مشکلات در فرایند ثبت نام و پرداخت تسهیلات کرونا را در سامانه موصوف و در قسمت (فر م) درج نمایند تا در ستاد مورد پیگیری قرار گیرد. مدیر کل راهداری و حمل و نقل جاده ای استان هرمزگان با بیان اینکه شرکت ها و موسسات مسافربری با اطلاع رسانی به موقع اطلاعات لازم را در اختیار پرسنل شرکت ها و رانندگان محترم قرار دهند تاکید کرد این عزیزان در زمان اعلام شده نسبت به درج مشخصات خود در سامانه های مذکور اقدام نمایند.وی افزود: در راستای حمایت از رانندگان بخش حمل و نقل بین شهری اعم از رانندگان اتوبوسی، مینی بوسی، سواری، شرکت‌های حمل و نقلی که در ایام شیوع ویروس کرونا آسیب دیده‌اند، شام پنج میلیون تومانی برای رانندگان بین شهری و وام ۱۲ میلیون تومانی برای شاغلان در شرکت‌های حمل و نقل با سود ۱۲ درصد و باز پرداخت ۲۴ ماهه در نظر گرفته شده است.

مدیرعامل شرکت گاز استان گلستان:

۱۴۶ واحد صنعتی و تولیدی استان گلستان در سال ۹۸ گازرسانی شد

گرگان - خبرنگار فرصت امروز: ۱۴۶ واحد صنعتی و تولیدی استان گلستان سال گذشته گازرسانی شد و با این اقدام مهم، ۲۸ هزار مترمکعب گاز طبیعی، جایگزین سوخت مایع گردید . به گزارش روابط عمومی ، محمدرحیم رحیمی ،مدیرعامل شرکت گاز استان گلستان در حاشیه مجمع عمومی عادی سالیانه این شرکت که در سالن کنفرانس شهید باهنر ستاد شرکت ملی گاز ایران برگزار شد، با بیان این مطلب اظهار کرد: این شرکت همچنین موفق شد تا پایان سال گذشته، ۹۶ درصد جمعیت خانوار روستایی و ۱۰۰ درصد خانوار شهری این استان را از نعمت گاز طبیعی بهره‌مند سازدوی ادامه داد: در سال ۹۸ موفق شدیم از نظر اهداف کمی؛ ۲۸۹ کیلومتر شبکه‌گذاری و ۶۱۰۰ مورد نصب انشعاب را در قالب گازرسانی به ۲۲ روستای جدید، انجام دهیم که با این اقدام، ۱۸۴۰۰ مشترک را به جمع مشترکین گاز افزودیم.رحیمی با بیان این که عملکرد ما در شرکت‌های گاز استانی بر دو محور اصلی توسعه گازرسانی در حوزه‌های روستایی، شهری و گازرسانی به صنایع و محور بهره‌برداری شامل تأسیسات و فروش گاز، استوار است، گفت: با گازرسانی به ۲۲ این روستا، کل روستاهای گازدار ما به ۸۸۰ روستا در مقایسه با ۷۹۹ روستا در کل استان رسیده است.این مقام مسئول افزود: در حوزه بهره‌برداری، از آن‌جا که بحث تعمیرات اساسی و نگهداری ایستگاه‌ها برای ما بسیار مهم است، تعمیرات حدود ۲۰۰ ایستگاه شامل؛ ۳۱ ایستگاه CGS، ۱۵۷ ایستگاه TBS و ۱۱ مورد ایستگاه‌های ترکیبی CGS-TBS را با موفقیت انجام دهیم که طبیعتاً این تعمیرات در فصلی اتفاق می‌افتد که ما کمترین میزان ظرفیت را روی ایستگاه‌های خود داشته باشیم.

ساری - دهقان: مشاور فرهنگی وزیر نفت با بیان اینکه فرهنگ نقشی بسیار حیاتی در ساختار کلی هر جامعه و ابعاد مختلف آن و نیز شخصیت افراد و رفتار آنها دارد، خاطرنشان کرد: شکل گیری فرهنگ هر سازمان تا حدی در گرو فرایندهای فرهنگی در خانواده افراد دارد.

به گزارش خبرنگار مازندران به نقل روابط عمومی شرکت گاز استان مازندران، «دکتر احمد مجیدی» مشاور فرهنگی وزیر و دبیر ستاد اقامه نماز وزارت نفت در جلسه شورای فرهنگی شرکت گاز مازندران گفت: همواره امور فرهنگی در وزارت نفت و سیاست های کلان آن مورد توجه خاص مقام عالی وزارت بوده و اهمیت به این موضوع در اولویت قرار دارد. وی افزود : یکی از دغدغه های مهم وزیر نفت توجه ویژه به ترویج مسائل فرهنگی در شرکت های زیرمجموعه می باشد ؛ لذا با توجه به امکانات موجود در این شرکت ها باید تمام تلاش خودمان را جهت ترویج مسائل فرهنگی در شرکت ها و خانواده بزرگ صنعت نفت داشته باشیم . مشاور فرهنگی وزیر نفت با اشاره به اینکه عمده ترین دلیل علاقه مندی به معنویت محیط کاری، افزایش اثر بخشی سازمانی می باشد، تصریح داشت: معنویت در سازمان باعث شکل گیری اعتقادات معنوی و ایمان به کار در کارکنان می گردد و این امر به عنوان یک محرک درونی در کارکنان باعث توسعه خود، اینکه وظایف خود را به بهترین نحو انجام دهند و



در نهایت باعث افزایش مسئولیت پذیری در کارکنان می شود . دبیر ستاد اقامه نماز وزارت نفت با تاکید بر اینکه بی‌واسطه و ترین و نزدیک‌ترین منبع بیرونی تأثیرگذار بر فرهنگ سازمانی، کارکنان آن سازمان هستند، افزود: کارکنان پیش از پیوستن به یک سازمان، از نهادهای فرهنگی زیادی همچون خانواده، جامعه، نظام های آموزشی، کانون های مذهبی و سایر سازمان های کاری تأثیر پذیرفته اند؛ این نهادهای نگرش ها، رفتار، هویت و شخصیت آنها را شکل داده اند. دکتر مجیدی تصریح داشت: شرکت گاز، بومی‌ترین و انقلابی ترین صنعت پس از انقلاب است چرا که نیروهای آن را افراد انقلابی تشکیل داده اند. وی اظهار داشت: بهره‌مندی از ظرفیت‌های نخبگان فرهنگی باعث می‌شود که میزان ماندگاری و تأثیرگذاری یک فعالیت فرهنگی افزایش پیدا



شاهد باشیم.

کلاترزهاده وظایف مدیریت شهری را در حوزه اختیارات مردم عنوان و بیان کرد: به علت مشکلات عدم مدیریت واحد نیازمند حضور پررنگ مردم برای برداشتن موانع توسعه بوده و باید مردم حضوری مستمر داشته باشند و این مشارکت نیازمند آموزش و فعالیت رسانه‌های تخصصی در حوزه شهر می هستیم. وی فضای مجازی را فرصتی برای هدایت و روشنگری مردم خواند و جشنواره را یک گام مؤثر در این هدف ترسیم کرد و یادآور شد: جشنواره نیازمند بازوایی است که رسانه، شهر به‌عنوان موجود زنده و مدیران و شهروندان بازوان این جشنواره هستند. مدیرکل ارتباطات و امور بین‌الملل شهرداری قم بخش‌های جشنواره را تشریح کرد و گفت: پنج کارگروه برای پوشش کامل آثار رسانه تشکیل‌شده و در دو بخش اصلی آثار ارسال‌شده مورد ارزیابی قرار می‌گیرد و هر بخش دارای بخش‌های متنوعی است. کلاترزهاده از همه مردم شهر برای حضور در بخش عمومی دعوت و ابراز کرد: در بخش نخست تخصصی و در بخش دوم رقابت عمومی بوده و آثار علمی و پایان‌نامه‌ها و مقالات

رئیس فوریت های پزشکی شرکت ملی حفاری ایران

شیوع بیماری کووید_۱۹ به طور کامل تحت کنترل و شرکت در وضعیت سفید قرار دارد



نسبت به ابلاغ پروتکل ها و پیگیری راهکارها و اجرای الزامات در این ارتباط تحت نظارت مستقیم مدیرعامل محترم ،بی جوی وظایف ترسیم شده می باشد موجب شتاب بخشی در گردش اطلاعات

سِرپرست معاونت اجتماعی و پیشگیری از وقوع جرم دادگستری کل آذربایجان شرقی:

دستگاه‌های ذیربط مکلف به اجرای سند جامع پیشگیری از خشونت هستند



که با مشارکت دستگاه های ذیربط اجرا خواهد شد تلاش شده تا بتوانیم میزان خشونت در جامعه را کاهش دهیم. موقری ادامه داد: جرایمی همچون «توهین و اهانت، تهدید، نزاع دسته جمعی، ایراد ضرب و جرح عمدی « به لحاظ فراوانی، در سال گذشته و سال جاری جزو جرایم اولویت‌دار استان بوده است. وی اضافه کرد: با توجه به آمار جرایم مرتبط با خشونت، با تدوین این سند ضمن ریزی های فرهنگی و اجتماعی در راستای ارتقای تاب آوری اجتماعی تلاش شده است.

مشاور فرهنگی وزیر نفت؛

شکل گیری فرهنگ هر سازمان تا حدی در گرو فرآیندهای فرهنگی در خانواده افراد دارد

کند. رئیس ارتباطات حوزوی وزارت نفت گفت : فعالیت های حوزه فرهنگی شرکت گاز مازندران در سطح وزارت نفت، شاخص و نمونه است. در ادامه «جعفر احمدپور» مدیرعامل شرکت گاز مازندران در این جلسه ضمن خیر مقدم به حاضرین ، گزارشی از فعالیت های تولیدی و فرهنگی این شرکت را ارائه کرد و گفت: توجه به حوزه‌های فرهنگی و دینی از دغدغه‌های اصلی شرکت گاز مازندران بوده و خواهد بودوی یکی از فعالیت های شرکت گاز استان مازندران را در راستای مسئولیت‌های فرهنگی – اجتماعی و توجه به سنت حسنه ائمه اطهار در راه اتفاق و کمک به نیازمندان جامعه دانست و تصریح داشت: با همراهی کارکنان و شرکت های پیمانکاری خودبا برگزاری جشن گلریزان به یاری و کمک زندانیان جرایم غیر عمد شتافته و با این عمل خدایسندانه شادی و نشاط را برای خانواده های چشم انتظار زندانیان غیر عمد فراهم نموده ایم. احمدپور گفت: تشکیل تیم توسن(تیم واکنش سریع نهادها) الگویی ممتاز در هم افزایی و مشارکت اجتماعی در فرایند مدیریت بحران و امداد و نجات است که برای نخستین بار در کشور در استان مازندران اجرایی شد. وی افزود: طرح کمک به خانواده های تحت حمایت بهزیستی ، طرح کمک به سیل زدگان، طرح دنیای من که کمک هزینه معالجه کودک حادثه دیده از انفجار گاز، از مجموعه طرح های مسئولیت اجتماعی حوزه فرهنگی شرکت گاز مازندران می باشد.

نخستین جشنواره رسانه‌ای “شهرما” در قم برگزار می‌شود

علمی نیز می‌توانند در این جشنواره شرکت کنند. وی ۱۲ موضوع اصلی و با موضوعات فرعی ۴۳ موضوع از بخش‌های جشنواره را اعلام کرد و گفت: تولیدات در بخش متن محور، تولیدات تصویری، تولیدات دیداری و شنیداری، تولیدات علمی و رسانه‌های شهروندی در فضای مجازی در این ۴۳ موضوع موردبررسی قرار می‌گیرد. مدیرکل ارتباطات و امور بین‌الملل شهرداری قم دآوری جشنواره را در سه بخش خواند و ادامه داد: داوری جشنواره در سه بخش ویژه، تخصصی و عمومی انجام‌شده و موضوعات عمومی شامل مفاهیم ارزشی در حوزه مدیریت شهری، شهر و سبک زندگی شهروندان، جهان‌شهر و موضوعات ویژه نیز روز قم، رزوایی خاموش مدیریت شهری در افکار عمومی و کرونا در شهر است.

کلاترزهاده توجه به موضوعات تخصصی را یکی از بخش‌های مهم در جهت تربیت شهروندان هوشمند و مطالبه‌گر دانست و بیان کرد: موضوعات بخش تخصصی حکمرانی و مدیریت اسلامی شهر، هویت و کالبد شهر، برنامه‌برداری در راستای ارتقاء کیفیت زندگی، عمران و آبادی، ترافیک و حمل‌ونقل، محیط‌زیست شهری و شهر هوشمند است. وی ادامه داد: مهلت ارسال آثار از ۱ مرداد و تا ۳۱ شهریور بوده و علاقه‌مندان می‌توانند از طریق درگاه اینترنتی جشنواره رسانه به نشانی WWW.Qom.ir/mfs آثار را ارسال کنند.

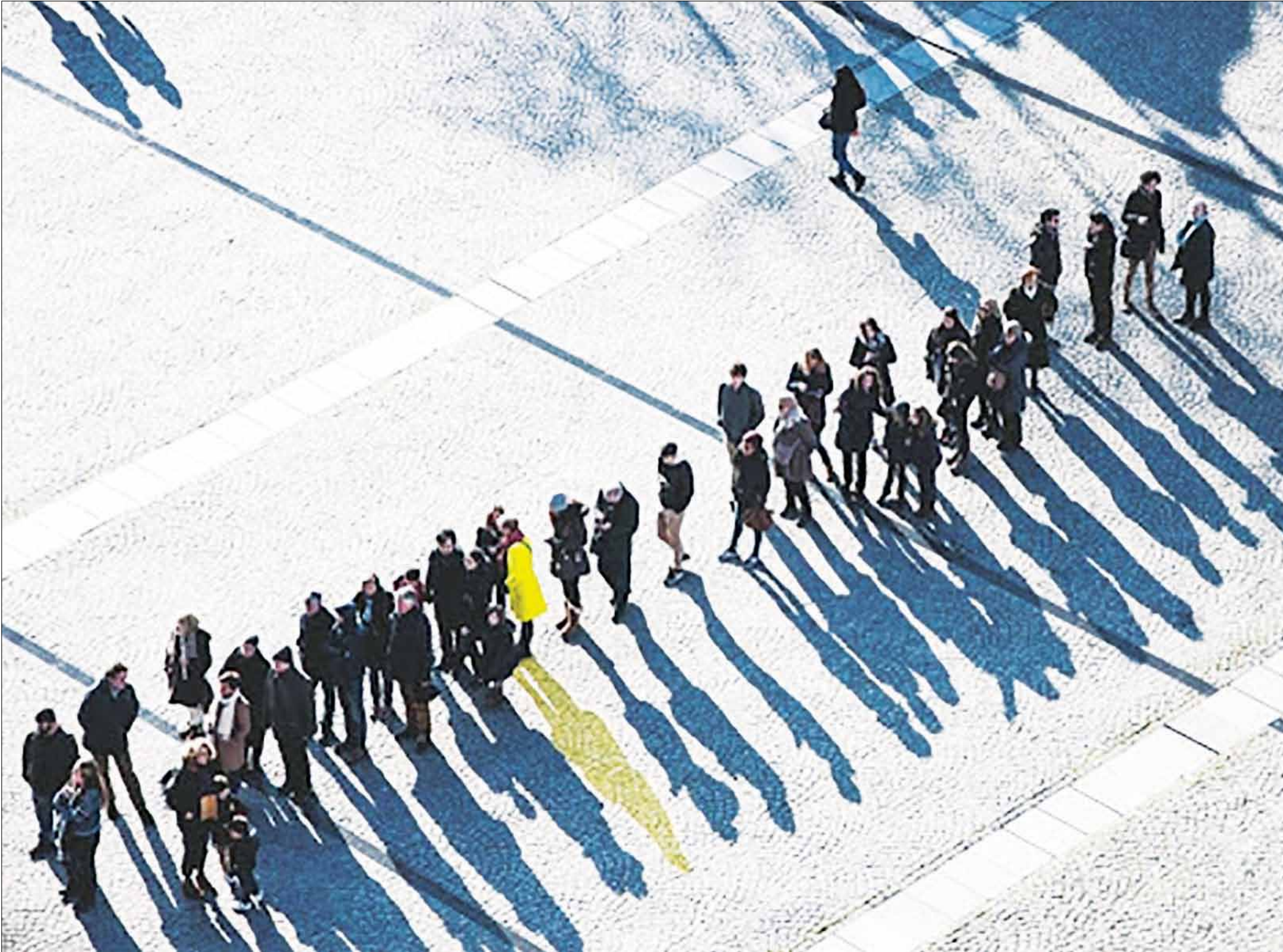
مدیرکل ارتباطات و امور بین‌الملل شهرداری قم با بیان اینکه در این جشنواره جایزه ویژه هیئت‌دوران به آثار برگزیده اهدا می‌شود، یادآور شد: در بخش موضوعات تخصصی ۵۰ میلیون ریال، موضوعات ویژه ۳۰ میلیون ریال و به نفрат اول ۲۰۰ میلیون ریال، نفر دوم ۱۵ میلیون ریال و نفر سوم ۱۰ میلیون ریال در هر بخش جوایز اهدا می‌شود.

و ارزیابی و بررسی های فنی فعالیت ها در این مبحث گردیده است. قاسمی با تاکید بر استمرار اقدامات پیشگیرانه و مقابله ای با ویروس کرونا گفت: با وجود گستردگی دامنه بهداشتی این شرکت در مناطق خشکی و دریاپی چند استان کشور، در نتیجه تلاش های صورت گرفته و فرهنگ سازی مناسب شاهد کنترل بیماری خاصه در موقعیت های دستگاه های حفاری هستیم. رئیس فوریت های پزشکی شرکت ملی حفاری ایران غربالگری نزدیک به ۴۵ هزار مورد کارکنان اقماری و ماموران هنگام تردد در دستگاه ها، فضاهای کارگاهی و ادارات ستادی، تامین و توزیع بیش از ۲۵۰ هزار ماسک و ۱۶ هزار لیتر مواد ضدعفونی دست و سطح و فراتر از ۳۱ هزار مورد گذردایی امکان اداری، پشتیبانی، عملیاتی و مسکونی سازمانی را بخشی از فعالیت های فیزیکی در این ارتباط برشمرد.

سِرپرست معاونت اجتماعی و پیشگیری از وقوع جرم دادگستری کل آذربایجان شرقی:

سِرپرست معاونت اجتماعی و پیشگیری از وقوع جرم دادگستری کل آذربایجان شرقی خاطرنشان کرد: جرایمی که در حوزه خشونت اتفاق می‌افتد مثل «درگیری‌های خیابانی برسر پارک خودرو، سبقت، تصادف جرایم سنگینی نیستند اما گاه‌ها منجر به بروز حوادث ناگوار می‌شود. وی با بیان اینکه بر اساس مبانی دین اسلام نیز بر خویش‌تنداری در زمان خشم و عصبانیت توصیه شده است، گفت: در صورت تحقق سند جامع پیشگیری از خشونت در استان قطعاً خواهیم توانست بسیاری از نتایج زیان‌باری که در نتیجه این درگیری‌ها به وجود می‌آید را کاهش دهیم. موقری با اشاره به ضرورت فرهنگ سازی در کاهش میزان خشونت در جامعه، بیان کرد: سند جامع پیشگیری از خشونت استان در سه محور طراحی و پیش بینی شده است که به ترتیب شامل محورهای «پیشگیری‌های همگانی، پیشگیری‌های انتخابی و پیشگیری‌های موردی» است. وی تاکید کرد: در این مسیر دستگاه قضایی نیز وظیفه راهبری و نظارت را برعهده داشته تا به اهداف مشخص شده در سند برسیم و شاهد کاهش میزان مصادیق خشونت در جامعه باشیم.

استفاده از تایید اجتماعی در بازاریابی



تایید اجتماعی (Social Proof Marketing) یک پدیده روانشناسی بسیار تأثیرگذار است. کاربرد تایید اجتماعی در بسیاری از زمینه‌های بازاریابی دیده می‌شود. تایید اجتماعی یک پدیده روان‌شناختی است که در آن افراد از واکنش‌های دیگران برای بازتاب رفتار صحیح در یک شرایط خاص استفاده می‌کنند.

به عقیده روبرت سالدینی که در تأثیر روانشناسی ترغیب، تحقیق بسیار کرده است: «ما رفتاری را در یک شرایط خاص نسبت به وقتی که دیگران آن را اجرا می‌کنند، درست‌تر می‌بینیم.» بنابراین در اغلب شرایطی که نمی‌دانیم و مطمئن نیستیم چه کاری باید انجام دهیم، فرض می‌کنیم که افرادی که در اطراف ما هستند شامل متخصصان، ستاره‌ها و افراد مشهور، دوستان و ... درباره آنچه اتفاق می‌افتد و آنچه باید انجام دهیم، اطلاعات و آگاهی بیشتری دارند. باید توجه داشت که علم در بازاریابی نقش کلیدی ایفا می‌کند، به خصوص علم روانشناسی. در ادامه به بیان راهکارهایی برای موفقیت در تایید اجتماعی در بازاریابی کسب‌وکارتان می‌پردازیم.

۱. استفاده از متخصص شبکه‌های اجتماعی: کنترل پروفایل شبکه‌های اجتماعی توسط متخصصان صنعت یک راه عالی برای تأثیرگذاری و ارتباط مثبت است، چراکه دنبال‌کننده‌های آنها می‌توانند آنچه آنها دارند و انجام می‌دهند، دنبال کنند. برای مثال وقتی یک متخصص حساب اینستاگرام شما را به دست می‌گیرد تا محتوای آموزشی منتشر کند، داستان‌های اینستاگرامی بیان کند یا برنامه زنده اجرا کند، مردم می‌دانند که آن فرد احتمالاً برند شما را دوست دارند و حضور آن فرد در شبکه اجتماعی شما می‌تواند تأثیر مثبت بسیاری بر آنها داشته باشد.

۲. استفاده از کارشناسان حوزه کسب‌وکارتان: به‌طور مشابه می‌توانید از متخصصان به‌عنوان مهمان‌های اتفاقات شبکه‌های اجتماعی خود دعوت کنید تا در چت توییتر یا ویدیوی زنده فیس‌بوک همراه شما باشند و گفت‌وگوهای زنده داشته باشید. این دست همکاری‌ها به شما کمک می‌کنند تا از تأثیرات مثبت متخصصان بهره بگیرید و به کاربران شبکه‌های اجتماعی خود امکان دهید تا از متخصصان درباره صنعت شما بشنوند و بیاموزند.

۳. تشکر و قدردانی از پیام‌ها: ممکن است هر از گاهی از طرف سایر نشریه‌ها، برندهای بزرگ یا یک تأثیرگذار در صنعت خود پیام‌هایی دریافت کنید. این مواقع برای نشان دادن تایید اجتماعی متخصصان یکی از بهترین موقعیت‌ها است. روش‌های بسیاری برای به اشتراک‌گذاری چنین تأییدهای اجتماعی در شبکه‌های اجتماعی

وجود دارد. می‌توانید از عباراتی همچون «از پیام شما سپاسگزارم»، «توجه شما باعث افتخار است» و پاسخ‌های این‌چنین استفاده کنید. ۴. اشتراک‌گذاری نقاط عطف: یک راه سریع دیگر برای ایجاد تایید اجتماعی، نشان‌دادن حق‌شناسی نسبت به نقاط عطف کاربران و دنبال‌کنندگان‌تان است. رسیدن به نقاط عطف می‌تواند یک اتفاق سرگرم‌کننده و یک‌زمان عالی برای تشکر و قدردانی از کسانی باشد که شما را برای رسیدن به آن همراهی کرده‌اند. ازجمله این موارد می‌توان به سالگردها و یا رسیدن به تعداد مشخصی کاربر اشاره کرد. ۵. استفاده از میکرو مارکتینگ: بازاریابی تأثیرگذار یا بازاریابی نفوذ می‌تواند برای به دست آوردن تایید اجتماعی ستاره از نظر هزینه‌ای یک راه مقرون‌به‌صرفه باشد. این روش معمولاً در اینستاگرام متداول‌تر است. برندها از افراد تأثیرگذار میکرو با تأثیر قابل‌توجه در شبکه‌های اجتماعی در یک محیط خاص کمک می‌گیرند تا درباره محصول آنها، مطالبی را به اشتراک بگذارند. به دلیل تأثیر شبکه‌های اجتماعی آنها، این افراد همانند مشاهیر در محیط خاص خودشان نمود پیدا می‌کنند. وقتی دیگران آنها را با یک محصول خاص می‌بینند، نسبت به آن محصول احساس مثبت پیدا می‌کنند.

۶. استفاده سفیران برند: سفیران شبکه‌های اجتماعی ترکیبی از تایید اجتماعی متخصص، ستاره و کاربر را فراهم می‌آورند. آنها می‌توانند متخصصان صنعت، تأثیرگذاران شبکه‌های اجتماعی و کاربران علاقه‌مند باشند. سفیرها معمولاً کارت سفیری خود را با افتخار در قسمت بیوگرافی شبکه‌های اجتماعی به نمایش می‌گذارند و از هشتگ برند در پست‌های مرتبط شبکه‌های اجتماعی استفاده می‌کنند.

۷. استفاده از محتوای تولیدشده کاربران: محتوای تولیدشده توسط کاربر استراتژی محبوب در اینستاگرام است، زیرا با مشارکت کاربران می‌توان تعداد دنبال‌کننده‌ها را به‌خوبی افزایش داد؛ به علاوه اینکه یک استراتژی عالی برای تولید تایید اجتماعی کاربر است. می‌توانید کاربرهای‌تان را به استفاده از هشتگ برند تایید کنید و محتوای شبکه‌های اجتماعی آنها را دوباره به اشتراک بگذارید.

۸. اشتراک‌گذاری علاقه کاربران به محصول: دریافت پیام‌های مشتریان از طریق شبکه‌های اجتماعی می‌تواند یکی از بهترین تبلیغات از نظر مدیر شبکه‌های اجتماعی باشد. یک راه جالب برای اینکه چنین واکنش‌ها و پیام‌هایی را از طرف مشتریان دریافت کنید این است که پیام‌های سایرین را در پروفایل شبکه‌های اجتماعی به اشتراک بگذارید و به همه نشان دهید که کالا یا خدمات شما موردعلاقه آنها است.

۹. استفاده از پیام‌های کاربران در تولید محتوا: یک راه دیگر برای ایجاد تایید اجتماعی این است که پیام‌های کاربران را علاوه بر اشتراک‌گذاری در شبکه‌های اجتماعی، در محتوایی که تولید می‌کنید نیز مورد استفاده قرار دهید. برای این منظور می‌توانید کامنت‌ها، پاسخ‌ها، عکس‌ها، توییت‌ها و ... را در یک ویدیو گردهم آورید و یک رسانه سرگرم‌کننده بسازید.

۱۰. نمایش نظرات در وب‌سایت: سومین راه برای نمایش پیام‌های کاربران، نمایش آنها در وب‌سایت است. علاوه بر آن می‌توانید آمارهای دیگری همچون میزان فروش و یا تعداد کشورهایی که فعال هستید را در یک صفحه در وب‌سایت خود قرار داده است.

۱۱. بیان تعداد کاربران خود در بیوگرافی: اگر تعداد کاربران و مشتریان زیادی دارید، می‌توانید تعداد آنها را در شبکه‌های اجتماعی مطرح کنید. این یک مثال هوشمندانه از تایید اجتماعی جمعی است. وقتی سایر کاربران این تعداد از مصرف‌کنندگان محصول شما را می‌بینند تحت تأثیر اولیه مثبتی قرار می‌گیرند.

۱۲. به طرفداران فیس‌بوک خود نزدیک‌تر شوید: اگر برای تبلیغات در شبکه‌های اجتماعی بودجه دارید، یک تاکتیک آسان وجود دارد: از تبلیغات فیس‌بوکی استفاده کنید و صفحه فیس‌بوک خود را به کاربران بیشتری معرفی کنید. دقت کنید که هنگام پیدا کردن مخاطبان موردنظر، نوع ارتباطات را مشخص کنید. با انتخاب و تنظیمات درست، وقتی تبلیغات فیس‌بوکی نمایش داده می‌شود، دوستان مشترک که صفحه شما را دوست داشته‌اند، نمایش داده می‌شوند.

۱۳. استفاده از تایید اجتماعی در تبلیغات: یک راه دیگر برای استفاده از تایید اجتماعی در تبلیغات این است که از آن در تبلیغ اصلی یا Ad Copy استفاده کنید. می‌توانید از انواع مختلف تاییدهای اجتماعی برای این منظور بهره بگیرید.

• تایید اجتماعی متخصص: پیشنهاد یک حرفه‌ای و متخصص برای استفاده از محصول شما است.

• تایید اجتماعی ستاره: نشان از تأکید یک ستاره یا تأثیرگذار برای استفاده از محصول شما است.

• خرد جمعی: تعداد کاربرانی که محصول شما را استفاده می‌کنند نشان می‌دهد.

۱۴. تشویق کاربران را به ارسال نظر و امتیاز مثبت: اگر شما یک کسب‌وکار محلی دارید، می‌توانید امتیازدهی را در صفحه فیس‌بوک خود فعال کنید. امتیازها و نظرات خوب یک تایید اجتماعی کاربر عالی است. تحقیقی که توسط G/O Digital انجام شده است،

نشان می‌دهد که: ۸۰ درصد گفته‌اند این احتمال بیشتر است که از جایی خرید کنند که نظر کاربران در صفحه فیس‌بوک آن مثبت باشد. ۴۱ درصد گفته‌اند مهم‌ترین فاکتور در اعتماد و همکاری با یک کسب‌وکار محلی این است که نظرات و امتیاز مشتریان روی صفحه فیس‌بوک آن را ببینند.

۱۵. تأییدیه دریافت کنید: در حساب‌های توییتر، اینستاگرام و فیس‌بوک امکانی به نام Verify شدن وجود دارد که یک تیک آبی در کنار نام کاربری شما اضافه می‌کند و تأییدی بر صحت حساب شما است. داشتن این تیک آبی نوعی تایید اجتماعی اعتباری است. پلتفرم شبکه اجتماعی، مانند یک شکل معتبر، شما را فردی شناخته‌شده فرض می‌کند. این تیک آبی عموماً به برندهای برجسته و ستاره‌ها اهدا می‌شود. سوای اعتبار و احترامی که از طرف جامعه به دارندگان این تیک داده می‌شود، امکان دسترسی به برخی ویژگی‌های تازه نیز فقط برای آنها وجود دارد. یک مزیت دیگر داشتن تیک آبی این است که حساب‌های دارنده این تیک، معمولاً در صفحه نتیجه جست‌وجوها در جایگاه بالاتری قرار می‌گیرند.

۱۶. پاسخگو باشید: در شبکه‌های اجتماعی خود می‌توانید ساعت‌ها و زمان‌هایی را که برای پاسخگویی به سؤالات، پیشنهادها و انتقادات مراجعه‌کنندگان در دسترس هستید، مشخص کنید و در این زمان‌ها پاسخگوی آنها باشید. این کار کاربران را به ارتباط با شما تشویق می‌کند.

۱۷. نمایش تعداد اشتراک‌گذاری‌ها: شأن دادن تعداد دفعاتی که یک مطلب در شبکه‌های اجتماعی به اشتراک گذاشته شده، شکلی از تایید اجتماعی خرد جمعی است. هرچه تعداد افرادی که موضوعی را به اشتراک گذاشته‌اند بیشتر باشد، تعداد متقاضیان خواندن آن نیز بیشتر می‌شود، اما دقت داشته باشید که اگر این عدد کوچک باشد می‌تواند اثر عکس داشته باشد و بازدیدکنندگان به این نتیجه برسند که آن مطلب و محتوا ارزش چندانی برای خواندن ندارد؛ حتی اگر به‌خوبی نوشته شده باشد و حاوی مطالب ارزشمندی باشد.

۱۸. ترند شدن در توییتر: ترند شدن در توییتر یکی دیگر از راه‌های تایید اجتماعی خرد جمعی است. وقتی هشتگ شما به یک ترند توییتری تبدیل شود توجه بسیاری را به خود جلب خواهد کرد. یکی از بهترین راه‌ها برای ترند شدن در توییتر این است که میزبان چت‌های توییتری باشید؛ مانند زمانی که بافر از هشتگ #bufferchat برای میزبانی و ترند شدن بهره می‌گیرد.

منبع: hormond

زیر و بم دنیای ناشناخته استارت آپ‌ها

با توجه به نوپا بودن فعالیت‌های «استارت‌آپی» در کشورمان، وجود پارک‌های علم و فناوری به عنوان شبکه‌ای با دسترسی جهانی و خارج از محدودیت‌های تحریمی، بستر مناسبی برای کمک به رشد جهشی «استارت‌آپ‌ها محسوب می‌شود.

به گزارش ایرنا، در این میان قرار گرفتن آذربایجان شرقی در موقعیت درگاه بین‌المللی ورودی اینترنت به کشورمان و پهنای باند مازاد ۳۰درصدی، همراه با سابقه طولانی تبریز در حوزه صنعت می‌تواند این خطه را به پیشرو ی فعالیت‌های «استارت‌آپی» در حوزه‌های مختلف با اولویت صنعت تبدیل کند.

بدیهی است که فعالیت‌های «استارت‌آپی» به دلیل کمتر شناخته شده بودن آن هنوز با مشکلاتی در ابعاد مختلف سیاست‌گذاری، علمی، فناوری، حمایت‌های مالی و به ویژه فرهنگی مواجه است که رفع آنها مستلزم گذشت زمان در عین توجه به ضرورت عقب نماندن از رقابت.

مشکل اصلی در بحث فناوری و استارت‌آپ‌ها بحث بستر فرهنگی است به طوری که زمینه‌های فرهنگی برای فعالیت استارت‌آپ‌ها در سطوح مختلف از جمله مردم عامه، سیاست‌گذاری، دستگاه‌های اجرایی و مدیران صنایع فراهم نیست.

البته در تبیین اهمیت فعالیت‌های استارت‌آپی نباید از این نکته نیز غافل شد که با وجود اینکه بودجه سال جاری در اکثر بخش‌ها انقباضی است، اما بودجه پارک‌های علم و فناوری به طور متوسط ۷۳درصد و ردیف حمایت از شرکت‌های فناور نیز ۴۱۷درصد افزایش یافته است.

ناشناخته‌بودن حوزه فعالیت‌های «استارت‌آپی» در جامعه

سرپرست اداره کل ارتباطات و فناوری آذربایجان شرقی گفت: متأسفانه اداره کل ارتباطات در جامعه و حتی در بین مسئولان به خوبی شناخته نشده است و با بخش مخابرات در جامعه معرفی شده‌ایم و دیگر بخش‌ها و فعالیت‌های گسترده این اداره کل معرفی نشده است.

مهدی خرامش افزود: در آذربایجان شرقی ادارات کل ارتباطات و فناوری، تنظیم مقررات و ارتباطات رادیویی منطقه آذربایجان، زیرساخت، پست، مدیریت شعب پست‌بانک و پژوهشگاه رانشگرهای فضایی زیرمجموعه وزارت ارتباطات و فناوری فعالیت می‌کنند.

وی ادامه داد: وظیفه اداره کل ارتباطات و فناوری آذربایجان شرقی ایجاد هماهنگی بین واحدهای مختلف زیرمجموعه وزارت بوده و همچنین کنترل، نظارت و بازرسی این واحدها از طریق این اداره کل انجام می‌شود.

خرامش اظهار کرد: پنج شرکت بخش خصوصی از جمله مخابرات، مدیریت شمال‌غرب ایرانسل، مدیریت شمال‌غرب رایتل، نمایندگی شرکت‌های وب و همچنین ۱۸ شرکت (FCP) ارتباطات ثابت در استان فعالیت می‌کنند.

مدیرعامل شرکت ایده‌های نوین پارسیان نیز گفت: فعالیت اصلی مجموعه ما در حوزه‌های مختلف از جمله تولید برنامه‌های تحت وب، ایجاد و اداره و به‌روز رسانی سایت‌های تجارت الکترونیکی و همچنین در حوزه پرداخت‌های الکترونیکی است.

حسن اطاعت با اشاره به فعالیت این مجموعه از سال ۱۳۷۶، افزود: اولین شرکتی هستیم که اینترنت را در آذربایجان شرقی معرفی کردیم و در شرایطی که در استان اینترنت وجود نداشت، ما آموزش اینترنت را به صورت شبیه‌سازی آغاز کردیم.

وی ادامه داد: با توجه به علاقه شخصی که به حوزه استارت‌آپ‌ها داشتم، از حدود پنج سال پیش با هزینه شخصی به این حوزه ورود و تلاش کردم در اکثر رویدادهای بین‌المللی که در این حوزه برگزار می‌شود حضور یابم تا اطلاعاتم را به‌روز کنم.

اطاعت اظهار داشت: به دنبال این هستیم تا از تجارب موجود در دنیا در راستای تأثیرگذاری بر روی فضای فعالیت استارت‌آپ‌ها در استان و کشور بهره‌مند شویم و به همین منظور فضای کار رایگان برای استارت‌آپ‌ها در مجموعه فعالیتی خود فراهم کرده‌ایم.

وی اضافه کرد: توانسته‌ایم فضای آموزشی، انتقال تجارب و برگزاری میزگردها برای استارت‌آپ‌ها را در استان فراهم کنیم.

رئیس پارک علم و فناوری آذربایجان شرقی نیز در این خصوص گفت: در دنیا به طور معمول ۶۰درصد شرکت‌های مستقر در پارک‌های علم و فناوری در حوزه «آی‌تی» (فناوری اطلاعات) فعالیت می‌کنند، ولی به دلیل اینکه تبریز قطب صنعتی است حوزه فعالیت شرکت‌های دانش‌بنیان در تبریز متفاوت با نرم جهانی است. عبدالرضا واعظی با اشاره به استقرار ۹۸ شرکت در پارک علم و فناوری افزود: از این تعداد ۴۹ شرکت در حوزه مکانیک و فقط ۱۶ شرکت در حوزه آی تی فعالیت.

وی ادامه داد: پارک‌های علم و فناوری کشور به صورت شبکه‌ای از فناوران است، به طوری که ۷۲۰۰ شرکت مستقر در پارک‌های کشور با هم در ارتباط هستند و علاوه بر این عضو اتحادیه بین‌المللی پارک‌های علم و فناوری جهانی هستیم و در ارتباط این شرکت‌ها هیچ‌گونه محدودیتی وجود ندارد.

واعظی گفت: در ۱۷ سال گذشته توسط پارک علم و فناوری آذربایجان شرقی از ۴۴۰استارت‌آپ حمایت مالی به مبلغ ۵ میلیارد و ۷۰۰ میلیون تومان در قالب حمایت‌های مالی بدون بهره انجام گرفته است.

زیرساخت‌ها برای فعالیت استارت‌آپ‌ها در آذربایجان شرقی فراهم است

سرپرست اداره کل ارتباطات و فناوری آذربایجان شرقی گفت: حرکت در حوزه‌های «آی تی» (فناوری اطلاعات) و «آی سی تی» (فناوری ارتباطات و اطلاعات) در دنیا به صورت جهشی است ولی در کشور ما به دلیل فراهم نبودن بستر کار، حرکت به صورت لاک‌پشتی است، با این وجود در سال‌های اخیر شاهد فعالیت چشمگیر شرکت‌های فعال در این حوزه هستیم.

مهدی خرامش با تأکید بر اینکه بستر فعالیت برای استارت‌آپ‌ها در استان فراهم است، افزود: پهنای ورودی بین‌المللی که وارد آذربایجان شرقی می‌شود، ۵۲۰ گیگ است و استان ما به عنوان «گیت وی» (دروازه) عمل کرده و پهنای باند را به سایر استان‌ها همچون اصفهان، شیراز، تهران و مشهد سوییچ می‌کند.

وی ادامه داد: پهنای باند در آذربایجان شرقی کاملاً فراهم است و در حدود ۳۰درصد پهنای باند مازاد نیاز در استان وجود دارد، به طوری که نیاز استان تا ۱۵ سال آینده به این مقوله فراهم است. خرامش اظهار داشت: ضریب نفوذ تلفن‌های همراه در آذربایجان شرقی حدود ۱۰۰درصد است و فقط در شهر تبریز چند نقطه کور وجود دارد که آن هم به دلیل مسائل فنی است که نمی‌توانیم نفوذ کنیم؛ همچنین ساختمان‌های خشتی و گلی بیشتر از ساختمان‌های بتنی از نفوذ سیگنال‌های مخابراتی جلوگیری می‌کنند.

وی اضافه کرد: شرایط فعالیت اپراتورهای تلفن همراه در آذربایجان شرقی فراهم است و سه اپراتور خواهان سرمایه‌گذاری حدود ۵۰ میلیارد تومانی در این استان هستند.

سرپرست اداره کل ارتباطات و فناوری آذربایجان شرقی گفت: بیش از ۱۴ هزار کیلومتر در استان فیبر نوری وجود دارد که حدود ۵۰۰ کیلومتر آن در سطح شهر تبریز است.

وی ادامه داد: متأسفانه شهرداری این کلانشهر در بحث مدیریت هوشمند شهری از این پهنای باند فقط برای دوربین‌های نظارتی استفاده می‌کند.

خرامش افزود: با توجه به اینکه آذربایجان شرقی، درگاه ورودی است، از زیرساخت ۳هزار و ۵۰۰ کیلومتری بین استانی برخوردار است.

وی با بیان اینکه تعداد مشترکان اینترنت متحرک روز به روز در حال افزایش است، اظهار داشت: در حدود ۲ میلیون و ۵۳۳ هزار مشترک اینترنت متحرک و بیش از ۲ هزار و ۵۰۰ سایت در استان وجود دارد.

مدیرعامل شرکت ایده‌های نوین پارسیان نیز گفت: زمینه‌های مورد توجه استارت‌آپ‌ها در آذربایجان شرقی بیشتر در حوزه «آی تی» و «آی سی تی» است.

حسن اطاعت افزود: این بدین معنا نیست که به سایر زمینه‌ها توجه نشده است، برای مثال در حوزه خدمات اتفاقات بسیار بزرگی رخ داده، به طوری که مبنای واحدی برای انتخاب خدمات براساس مقایسه وجود دارد.

وی ادامه داد: در حوزه‌های کشاورزی و مواد غذایی، پزشکی و صنعت، استارت‌آپ‌ها ایجاد شده‌اند و فعال هستند. اطاعت با بیان اینکه مزیت نسبی یک مفهوم کلان اقتصادی است، افزود: مزیت نسبی استارت‌آپ‌ها این است که به هر حوزه‌ای که ورود پیدا کنند، مجموعه‌ای از دانش‌های جدید مبتنی بر روش‌های نوین و آی تی ایجاد می‌کنند.

رئیس پارک علم و فناوری آذربایجان شرقی نیز در این خصوص گفت: مشکل اصلی در بحث فناوری و استارت‌آپ‌ها بحث بستر فرهنگی است، به طوری که زمینه‌های فرهنگی برای فعالیت استارت‌آپ‌ها در سطوح مختلف از جمله مردم عامه، سیاست‌گذاری، دستگاه‌های اجرایی و مدیران صنایع فراهم نیست.

عبدالرضا واعظی با تأکید بر نقش والدین برای تربیت کودکان خلاق و فناور، افزود: متأسفانه بیشتر خانواده‌های ایرانی تمایل دارند فرزندان‌شان پزشک شوند یا شغلی اداری داشته باشند و کمتر خانواده‌ای فرزند خود را به سمت کارآفرینی و خلق ایده‌ها سوق می‌دهد.

وی با بیان اینکه در بحث سیاست‌گذاری‌ها مشکلاتی وجود دارد که در راستای حمایت از شرکت‌های فناور نیست، ادامه داد: در دانشگاه‌ها نیز توجه بیشتر بر مقاله‌نویسی است به طوری که حتی در شیوه‌نامه آزمون دکترا آثاری از بحث فناوری وجود ندارد.

واعظی با اشاره به اینکه مدیران صنایع نیز به شرکت‌های دانش‌بنیان اعتماد ندارند، اضافه کرد: حمایت از پژوهش یعنی اینکه از توسعه فناوری نیز حمایت کرد و در این استان هر مدیری ادعای حمایت از شرکت‌های فناور دارد، باید محصول شرکت‌های دانش‌بنیان را خریداری کند.

فرصت‌ها و تهدیدهای شرکت‌های دانش‌بنیان

سرپرست اداره کل ارتباطات و فناوری آذربایجان شرقی با بیان اینکه در حوزه استارت‌آپ‌ها جای کار بسیار است، گفت: تا زمانی که محصولات شرکت‌های دانش‌بنیان خریداری نشوند، با شکست روبه‌رو خواهیم شد.

مهدی خرامش با بیان اینکه فضای رایگان برای فعالیت استارت‌آپ‌ها در استان فراهم است ولی این کافی نیست، افزود: این شرکت‌ها نیازمند حمایت‌های مالی و معنوی هستند.

وی با اشاره به اینکه یکی از روش‌های حمایت از شرکت‌های دانش‌بنیان، حمایت‌های مالی است، ادامه داد: متأسفانه صندوق خطرپذیری برای این شرکت‌ها در استان وجود ندارد.

خرامش گفت: در منطقه‌ای قرار گرفته‌ایم که بازار خوبی برای فروش محصولات شرکت‌های دانش‌بنیان وجود و باید از این فرصت بهره‌مند شد.

مدیرمدیر شرکت ایده‌های نوین پارسیان نیز با تأکید بر اینکه انکرا تأثیر تحریم‌ها درست نیست، ولی میزان تأثیرگذاری و مدیریت تحریم‌ها مهم است، گفت: یک جوان تبریزی موفق به

ایجاد اپلیکیشنی شده که توانسته ۵۰ هزار نفر عضو جذب کند، ولی برای اینکه این اپلیکیشن توسعه یابد، ضروری است که در «اندروید» و «آی او اس» قابل عرضه شود؛ وقتی به واسطه تحریم‌ها نمی‌توان به‌روزرسانی کرد پس توسعه آن نیز ناموفق خواهد بود.

حسن اطاعت با اشاره به اینکه تحریم‌ها در عین حال فرصتی برای این شرکت‌هاست، افزود: وقتی نهاد نوپایی دچار استرس می‌شود، اگر بر اثر این استرس دچار مرگ نشود، به طور حتم باعث شکوفایی این نهاد خواهد شد.

وی ادامه داد: نمونه‌های عینی موفق وجود دارد که توانسته‌اند بر اثر استرس در جهت ارتقا، نوآوری و تضمین بقا قدم بردارند و از دیدگاه دیگر و تازه‌ای به موضوع نگاه کنند، به طوری که مورد قبول جامعه جهانی قرار گیرند.

اطاعت اضافه کرد: باید دقت داشت حتی اگر ابتکار و نوآوری وجود داشته باشد، ولی محصول جهانی نشود، باز با شکست روبه‌رو خواهد شد.

وی تأکید کرد: استارت‌آپ‌های مختلفی از تبریز توانسته‌اند محصولات خود را جهانی کنند و حتی در کشورهای اروپایی دفاتری ایجاد کرده و فعالیت می‌کنند.

مدیرعامل شرکت ایده‌های نوین پارسیان گفت: سرمایه‌گذاران خارجی در حوزه ایده‌های نو و فناوری‌های جدید بسیار علاقه‌مند هستند و در برخی موارد شاهد این هستیم که به دنبال روز زن تحریم‌ها برای خرید محصولات شرکت‌های دانش‌بنیان هستند و ایده و محصول برای‌شان بسیار مهم‌تر از موضوع تحریم بوده است. رئیس پارک علم و فناوری آذربایجان شرقی نیز گفت: سال‌ها است که می‌خواهیم اقتصاد را از سلطه نفت خارج کرده و به اقتصاد دانش‌بنیان تبدیل کنیم ولی موفق نشده‌ایم.

عبدالرضا واعظی افزود: تحریم‌ها باعث بروز مشکل در فروش نفت و به تبع آن توجه به داشته‌ها و پتانسیل‌های داخلی‌مان شده و این فرصت بسیار خوبی برای گام بلند برداشتن اقتصاد دانش‌بنیان است.

وی ادامه داد: خوشبختانه دولت به این نتیجه رسیده که پارک‌های علم و فناوری و شرکت‌های دانش‌بنیان تنها راهکار برون‌رفت از این وضعیت است.

واعظی گفت: بودجه سال جاری در اکثر بخش‌ها انقباضی است، اما بوده‌جه پارک‌های علم و فناوری به طور متوسط ۷۳درصد افزایش یافته است و ردیف حمایت از شرکت‌های فناور نیز ۴۱۷درصد افزایش یافته است.

آگهی موضوع ماده ۳قانون وماده ۱۳آیین نامه قانون تعیین وضعیت ثبتی وارضی وساختمانهای فاقد سند رسمی

برابر رای شماره ۹۸/۱۰۱۱۸ هیات موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی وساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک بهشهرتصرفات مالکانه بلا معارض متقاضی آقای سیدحسن اسماعیل نژاد اگرذی فرزند سیدحسین در شش دانگ یک قطعه زمین باهانی احدثی به مساحت ۱۳۶۹/۸۳متر مربع به شماره کلاسه ۹۵/۱۷۷۰ قسمتی از پلاک ۱۱- اصلی واقع در اراضی زیربوان بخش ۱۸ ثبت بهشهرمرحزز گردیده است لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبتی به فاصله ۱۴ آگهی میشود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند میتوانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دو ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید ظرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراضی داشته باشند میتوانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دو ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید ظرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراضی داشته باشند میتوانند از تاریخ انتشار نوبت دوم ۱۳۹۹/۰۴/۲۱ تا تاریخ انتشار نوبت اول ۱۳۹۹/۰۵/۰۴ رئیس اداره ثبت اسناد واملاک بهشهر علیرضا بابایی

آگهی موضوع ماده ۳قانون وماده ۱۳آیین نامه قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی وارضی وساختمانهای فاقد سند رسمی

برابر رای شماره ۹۷/۱۲۰۱۵ هیات موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی وساختمان های فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک بهشهر تصرفات مالکانه بلا معارض خاتم مهری هادیان نجف آبادی فرزند رضا در شش دانگ یکقطعه باغ به مساحت ۵۴۹متر مربع به شماره کلاسه ۹۶/۵۲۲ قسمتی از پلاک ۴۴۰ قرعی از ۴۹- اصلی واقع در اراضی خلیل شهر یخش ۱۷ ثبت بهشهرمرحز گردیده است لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبتی به فاصله ۱۴ آگهی میشود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند میتوانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دو ماه اعتراضی خود را به این اداره تسلیم وپس از اخذ رسید ظرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراضی خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند بدیهی است در صورت انقضائ مدت مذکور وعدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد

م الف : ۱۹۹۰ ۲۷۹۴

تاریخ انتشار نوبت اول ۱۳۹۹/۰۴/۲۱

تاریخ انتشار نوبت دوم ۱۳۹۹/۰۵/۰۴

رئیس اداره ثبت اسناد واملاک بهشهر علیرضا بابایی

آگهی موضوع ماده ۳قانون وماده ۱۳ آئین نامه قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی وارضی وساختمانهای فاقد سند رسمی

برابر رای شماره ۹۸/۱۰۰۶۰۰۶۲۲

هیات اول موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک ورامین تصرفات مالکانه بلا معارض متقاضی آقای ابوالفضل وطن خواه فرزند محمدعلی بشماره شناسنامه ۱۷۴۴ صادره از در شششدنگ یک قطعه زمین باهانی احدثی در آن ،، به مساحت ۱۲۰ متر مربع از پلاک شماره ۱۱۶ قرعی ۲/۱ اصلی واقع در قریه باغبرین تهران یخش حوزه ثبت ملک ورامین ساز مالکیت جعفر شریفی باقرین – محرز گردیده است.لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می شود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند می‌توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دو ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید ظرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراضی دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند بدیهی است در صورت نقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.توجه(۱) ملک جاری است(۲) توجه

تاریخ انتشار نوبت اول:۹۹/۵/۱۹

تاریخ انتشار نوبت دوم:۹۹/۵/۱۹

م الف : ۱۳۰ محمد رحیم پور رانی- رئیس ثبت اسناد واملاک

آگهی موضوع ماده ۸ وماده ۱۰ آیین نامه اجرایی قانون الحاق موادی به قانون ساماندهی و حمایت از تولید و عرضه مسکن

در اجرای ماده ۸ وماده ۱۰ آیین نامه اجرایی قانون الحاق موادی به قانون ساماندهی و حمایت از تولید و عرضه مسکن به پرونده افرادی که از طریق بنیاد مسکن انقلاب اسلامی شهروندان ماه شتان جهت صدور سند مالکیت به این اداره ارسال گردیده و فاقد مدارک دال بر مالکیت ثبتی می باشند و تصرفات مغفوزی ومالکیت آنها به موجب اراء صادره از هیات حل اختلاف موضوع ماده ۶ آیین نامه اجرایی فوق الذکر تأیید گردیده جهت ابطال و مالکین و زارعین صاحب نسق و افراد ذینفع در شهر دندی پلاک ۳ اصلی یخش ۶ زنجان به شرح ذیل اعلام می گردد تا چنانچه اعتراضی داشته باشند ظرف مدت ۲۰ روز از تاریخ انتشار آگهی اعتراضی خود را به صورت مکتوب به اداره ثبت تسلیم نمایند و ظرف یکماه از تاریخ تسلیم اعتراضی به مرجع ثبتی در خواست خود را به مرجع ذیصلاح قضایی تقدیم و گواهی تقدیم دادخواست را به اداره ثبت اسناد و املاک تسلیم نمایند رسیدگی به ایگونه اعتراضات در دادگاه خارج از نوبت انجام خواهد شد بدیهی است در صورت عدم وصول اعتراضی در موعد مقرر و یا تحویل گواهی عدم تقدیم دادخواست به اداره ثبت اسناد واملاک عملیات ثبتی با رعایت مقررات تعقیب خواهد شد

۱-قطعه ۱۵ آقای حسن بهادری فرزند یوسف به شماره ۶۱۴۹۸۱/۰۶۱۵ شنشدنگ یک قطعه زمین چهار دیواری پلاک ۱۷۲۵ قرعی از ۳ اصلی یخش شش زنجان واقع در دندی به مساحت ۶۷۷۲۷ مترمربع

۲-قطعه ۱۶ آقای محمدعلی حسلولی فرزندنظرعلی به شماره:ملی ۶۱۴۹۵۶۵۳۶۱ شنشدنگ یک قطعه زمین چهار دیواری پلاک ۱۷۲۶ قرعی از ۳ اصلی یخش شش زنجان واقع در دندی به مساحت ۱۹۹۱۲۵ مترمربع

حمیدرضا ملکی- رئیس اداره ثبت اسناد واملاک شهرستان مهابادان

برابرای رای شماره ۹۸/۱۰۰۶۲۲۶ ۱۳۹۸/۰۴/۲۱ مورخ ۹۸/۱۰/۲۶ پرونده کلاسه ۹۸/۱۰۱۱۴۴۰۰۹۶۸۰۰۰۱۱۹ موضوع قنون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی وساختمانهای فاقد سند رسمی مستقردرواحد ثبتی حوزه ثبت ملک منطقه دو قزوین تصرفات مالکانه بلا معارض متقاضی آقای محمد نصیریلو به شناسنامه شماره ۹۵۰۰ به کد ملی ۴۳۳۲۰۰۸۳۳۲ صادره از قزوین فرزند عیوضعلی در شنشدنگ یک باب ساختمان ۱۱۳۸۸ مترمربع قطعه سوم افزازی پلاک ۵ اصلی واقع در قزوین یخش ۵ حوزه ثبت ملک منطقه دو قزوین خریداری مع اواسطه از عباس پریپنجی تأتید محرزگردیده است.لذاابه منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می گردد در صورتیکه اشخاصی نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند می‌توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دوماه اعتراضی خود را به این اداره تسلیم وپس از اخذ رسید ظرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراضی دادخواست خود را به مرجع قضایی تقدیم نمایندبدیهی است در صورت نقضای مدت مذکور وعدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد

تاریخ انتشار نوبت اول : ۹۹/۵/۱۹ تاریخ انتشارنوم: ۹۹/۵/۱۹

علی شهسواری-رئیس اداره ثبت اسناد واملاک منطقه ۲ قزوین

چگونه سایتی مناسب برای کاربران تلفن همراه داشته باشیم

به قلم: آریکا گیلِس کارشناس حوزه IT مترجم:امیر آل علی

در جهان امروز بیشتر جست و جوی افراد در اینترنت از طریق گوشی‌های تلفن همراه انجام می‌شود. تحت این شرایط طبیعی است که سایت شما هماهنگی لازم را با این ابزار داشته باشد، با این حال سوالی که مطرح است این است که ویژگی‌های موردنظر کاربران چه بوده و چه اقداماتی باید انجام شود؟ در ادامه به بررسی ۱۱ مورد منتخب خواهیم پرداخت.

۱-عدم استفاده از پاپ آپ

اگرچه پاپ آپ‌ها برای صفحات بزرگ تپ‌لپت مشکلی را به وجود نمی‌آورند، با این حال این مسئله برای ابعاد کوچک تلفن همراه بسیار آزاردهنده خواهد بود و در این رابطه شما دو اقدام را می‌توانید انجام دهید. نخست هماهنگ کردن ابعاد آنها با تلفن همراه و دیگری کنار گذاشتن کامل این شیوه است که بدون شک انتخاب بهتری خواهد بود.
درواقع شما برای انجام تبلیغات می‌توانید بخشی از صفحه را به آن اختصاص دهید تا دیگر نیازی به بستن آنها وجود نداشته باشد. در کنار این موضوع فراموش نکنید که سرعت بالا، بسیار مهم بوده و به همین خاطر بسیاری از سایت‌ها از طراحی‌های پرحجم و تصاویر متحرک استفاده نمی‌کنند تا سرعت سایت آنها در بالاترین سطح ممکن باشد.
درواقع به عنوان یک استاندارد یک سایت باید زیر ۳ ثانیه به نمایش درآورده شود. در غیر این صورت شانس جذب مخاطب را از دست خواهید داد.

۲-وجود منو کاربری

در سایت شما باید بخشی وجود داشته باشد تا افراد با کلیک بر روی آن بتوانند بخش‌های مختلف سایت را مشاهده کنند. این امر سرعت دسترسی به اطلاعات موردنیاز کاربر را افزایش می‌دهد. در این رابطه شما می‌توانید حتی یک اپلیکیشن را طراحی کنید. این امر بدون شک تجربه کاربری را وارد مرحله‌ای جدید خواهد کرد. تحت این شرایط دیگر به همگام‌سازی سایت با تلفن‌های همراه، نیازی نخواهد بود.

۳-امکان بازگشت به صفحه اصلی

باید یک کلید میانبری وجود داشته باشد که افراد سریعاً بتوانند به صفحه اصلی بازگردند. در این رابطه فراموش نکنید که طراحی سایت باید براساس سادگی باشد.
درواقع کاربران شما ممکن است از هر قشری باشند به همین خاطر پیچیده بودن تنها باعث کاهش جذابیت شده و از کاربردی بودن سایت می‌کاهد.

۴-فضایی برای جست وجو در بالای صفحه

در سایت شما باید فضایی وجود داشته باشد که افراد بتوانند به سرعت موارد موردنظر خود را جست و جو کنند.
درواقع شما باید به زمان کاربران خود توجه داشته باشید و تا حد امکان همه چیز را سریع و ساده کنید. در این رابطه حتی امکان جست و جوی صوتی و امکان جست و جو براساس تصویر ارسالی نیز کاملاً مهم خواهد بود که تا به امروز کمتر مورد توجه قرار گرفته است.

۵-عدم نیاز به ثبت نام و اقدامات اضافی

بسیاری از سایت‌ها از همان ابتدا از مخاطبان خود می‌خواهند که ثبت نام داشته باشند. با این حال تا زمانی که مخاطب خود به این نتیجه نرسیده باشد، چنین پیامی تنها باعث خارج شدن کاربران از سایت شما خواهد شد. در کنار این موضوع همواره مشاهده می‌شود که برخی از سایت‌ها اقداماتی نظیر کدهای امنیتی را قرار می‌دهند که براساس آن افراد باید با انجام اقداماتی نظیر وارد کردن عدد به نمایش درآمده، رویت نبودن خود را به اثبات برسانند. اگرچه این امر در راستای افزایش امنیت سایت محسوب می‌شود، با این حال روشی منسوخ شده بوده و لازم است تا از موارد جدیدتر در این رابطه استفاده کنید.
درواقع هر اقدام اضافی، باید کنار گذاشته شود.

۶-ذخیره اطلاعات

هیچ کاربری تمایل ندارد که برای هر بار ورود به سایت شما، اقداماتی تکراری را انجام دهد. همچنین سایت شما باید از یک هوش مصنوعی استفاده کند. برای مثال اگر در آخرین جست و جو، به یک محصول خاص توجه داشته‌اید، بهتر است که در ابتدا آنها به نمایش درآورده شوند. همچنین اطلاعات ثبت نام افراد باید ثبت شود تا در این رابطه تنها به یک کلیک نیاز باشد و دیگر تمامی اطلاعات تکرار نشود.

۷-فیلترها و تگ‌ها را جدی بگیرید

این امر طبیعی است که افراد برای خرید محصولات، معیارهای مختلفی را داشته باشند. برای مثال ممکن است برای برخی از افراد قیمت و برای برخی دیگر جدید بودن آنها معیار اصلی باشد. به همین خاطر شما بخشی را در سایت خود قرار دهید که امکان فیلتر کردن محصولات براساس معیارهای مختلف، وجود داشته باشد. در کنار این موضوع، تمامی محصولات خود را با تگ‌های مرتبط همراه سازید. این امر شانس دیده‌شدن آنها را افزایش می‌دهد.

۸-امکان یادآوری را اضافه کنید

ممکن است شما در زمان‌هایی خاص، تخفیف‌های ویژه‌ای را داشته باشید، با این حال طبیعی است که مخاطب زمان آنها را فراموش کند. به همین خاطر ضروری است که بخشی در سایت شما وجود داشته باشد که چنین زمان‌هایی را به مخاطب یادآوری نماید. در این رابطه ارسال ایمیل و پیامک، بهترین گزینه‌ها محسوب می‌شود.

۹-از معجزه تصاویر و فیلم‌ها غافل نشوید

نکته مهمی که باید به آن توجه داشته باشید این است که ویدئوهای شما باید با کیفیت‌های مختلفی باشند. در غیر این صورت ممکن است مشاهده آنها با تلفن همراه بیش از حد سخت باشد. در کنار این موضوع، وجود تصاویر متعدد از محصول، باعث خواهد شد تا اعتماد لازم برای خرید اینترنتی افزایش پیدا کند. این نکته را همواره به خاطر داشته باشید که امروزه خرید اینترنتی در صدر تمامی روش‌های فروش قرار گرفته و لازم است اقدامات متنوعی را برای اعتمادسازی انجام دهید.

۱۰-امنیت بالا

اگر در سایت شما هرگونه کلاهبرداری انجام شود، مسئولیت آن تماماً با شما خواهد بود. به همین خاطر ضروری است تا به امنیت اطلاعات کاربران خود توجه داشته باشید. در این رابطه استفاده از فردی حرفه‌ای کاملاً ضروری خواهد بود. در کنار این موضوع فراموش نکنید که شما باید به CTA توجه داشته باشید. برای مثال ایجاد انواع مسابقات و نظرسنجی‌ها باعث خواهد شد تا ارتباط شما با کاربران، بهبودهای جدی را پیدا کرده و شما در قلب آنها نفوذ کنید.

۱۱-استفاده از سایت‌های تست سرعت

به عنوان آخرین توصیه ضروری است تا سایت خود را با انواع سرعت سنجش‌ها امتحان کنید تا نسبت به مناسب بودن همه چیز، اطمینان داشته باشید. نکته جالب این است که بسیاری از این سایت‌ها، پس از تست‌های لازم، توصیه‌هایی را ارائه می‌دهند که با رعایت آنها وضعیت شما بهبودهای جدی‌ای را پیدا خواهد کرد. در آخر فراموش نکنید که اگر تجربه کافی در زمینه مدیریت یک سایت را ندارید، الزامی است که از فردی حرفه‌ای استفاده کنید.
درواقع مسائلی نظیر سئو سایت وجود دارد که ممکن است شما نسبت به آنها آگاهی نداشته باشید و نتیجه آن کاهش احتمال موفقیت شما خواهد بود.

منبع: business۲community.com

فرصت امروز

روزنامه‌مدیریتی –اقتصادی

| **شنبه ۴ مرداد ۱۳۹۹** | شماره ۱۵۸۹ | صفحه ۱۶ |

صاحب امتیاز: موسسه مطبوعاتی فرصت سازان امروز

مدیر مسئول و سردبیر: محمدرضا قدیمی

چاپ: هنر سرزمین سبز

دفتر مرکزی:میدان هفت تیر، خیابان بهار شیراز،میدان بهار شیراز، پلاک۱۴۹

دفتر مرکزی: ۸۸۳۱۷۷۳۸

سازمان آگهی‌ها: ۸۸۳۲۰۹۶۰

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

WWW.FORSATONLINE.COM

INFO@FORSATONLINE.COM

تبلیغات خلاق



مسیر موفقیت

۱۳ روش خانگی برای کنترل افسردگی و مقابله با آن

شما می‌توانید با مصرف غذاهای سرشار از ویتامین B، افسردگی و ناراحتی مقابله کنید. ویتامین B۶ برای تبدیل تریپتوفان به سروتونین لازم است.
بایسد بدانید، میزان فولیک اسید و ویتامین B۱۲ در افراد افسرده کمتر است.
پس غذاهای سرشار از ویتامین B و فولات را در برنامه غذایی خود بگنجانید تا به کاهش علائم افسردگی‌تان کمک کند.

غذاهای حاوی ویتامین B شامل: لوبیا، حبوبات، طیور، صدف، غلات کامل و مرکبات.

۱۲. ویتامین D و مواد معدنی

مصرف غذاهای سرشار از ویتامین D و مواد معدنی ضروری مانند کلسیم، آهن و روی باعث تسکین علائم افسردگی می‌شود.
غذاهایی مانند مرغ، سبزیجات با برگ‌های سبز، ماهی، بادام، فراآورده‌های گوشتی و غلات غنی‌شده را به‌عنوان مواد سرشار از ویتامین D و مواد معدنی در برنامه خود قرار دهید.

۱۳. ماهی و روغن ماهی

روغن ماهی سرشار از اسیدهای چرب امگا ۳ مانند DHA (دوکوزاهگزانوئیک اسید) و EPA (اسید ایکوزاپنتانوئیک) است.
DHA به عملکرد بهتر مغز کمک زیادی می‌کند. تحقیقی در آرشيو روان‌پزشکی عمومی (۲۰۰۲) نشان داد افرادی که هر روز یک گرم روغن ماهی مصرف می‌کنند، ۵۰ درصد علائم افسردگی، اضطراب، اختلالات خواب و احساس ناراحتی و غم و اندوه در آنها کمتر است.
این چربی‌ها برای عملکرد بهینه مغز مفید هستند و با کاهش علائم افسردگی ارتباط نزدیکی دارند.

علاوه بر آن، روغن ماهی به کاهش کلسترول و بهبود سلامت قلب و عروق نیز کمک می‌کند.
گردو، تخم کتان و ماهی‌های روغنی مانند ماهی تن یا سالمون سرشار از اسیدهای چرب امگا ۳ هستند. به جز روغن ماهی، خود ماهی نیز برای درمان افسردگی مفید است.
نتایج یک تحقیق نشان می‌دهد مصرف ماهی می‌تواند روی سلامت روان زنان تأثیر بگذارد و خطر ابتلا به افسردگی را در آنها کاهش دهد.

نور خورشید

نور طبیعی خورشید هنگام صبح نیز می‌تواند باعث آرامش شود. حداقل سه تا چهار روز در هفته فعالیت بدنی منظم داشته باشید.

کلام آخر

با تمام اینها آگاهی از وضعیت پزشکی خود نیز بسیار مهم است. این مسئله نه تنها باعث انگیزه‌تان می‌شود تا روند درمانی خود را دنبال کنید، بلکه به شما احساس قدرت می‌دهد.

استفاده از روش‌های خانگی فوق و مصرف داروهای تجویزشده توسط پزشک، وضعیت‌تان را بهتر خواهد کرد.
بالین‌حال، اگر هنوز به افسردگی مبتلا هستید و علائم این بیماری در شما کاهش پیدا نکرده، به‌طوری‌که احساس می‌کنید زندگی ارزش ادامه دادن ندارد، حتماً به پزشک مراجعه کنید.

منبع: **ucan**

سبز در روز باعث کاهش احتمال بروز علائم افسردگی می‌شود. در حقیقت، اسیدآمینه موجود در چای تأثیر آرامش‌بخشی بر مغز دارد و باعث سکون و آرامش می‌شود.

۵. آروماتراپی

آروماتراپی یکی از روش‌های درمانی است که برای تغییر احساسات منفی چون افسردگی به کار می‌رود. این روش درمانی در سطح روان‌شناختی قرار گرفته و نه‌تنها روی سلامت روانی بلکه روی سلامت جسمی نیز تأثیر می‌گذارد. جالب است بدانید، حس بویایی ما می‌تواند روی روحیه‌مان تأثیر بگذارد و احساسات ما را تغییر دهد. آروماتراپی از طریق پوست نیز قابل‌جذب است. با این روش درمانی خود را تسکین دهید و اضطراب و استرس را از خود دور کنید.

۶. مصرف مارچوبه

مارچوبه یک سبزی خوشمزه است که برای سلامتی شما نیز بسیار مفید است. مارچوبه در بدن تأثیر ادرارآوری داشته و به‌عنوان داروی گیاهی برای درمان اختلالات روانی استفاده می‌شود. ریشه گیاه مارچوبه فایده بیشتری برای کنترل و درمان افسردگی دارد. مغز و اعصاب را فعال می‌کند. اگر دچار علائم افسردگی شده‌اید، هر روز یک تا دو گرم از پودر خشک مارچوبه را به همراه آب بخورید.

۷. مصرف هل

هل یک ادویه گیاهی محبوب است که در خیلی از خوراکی‌ها استفاده می‌شود، اما باید بدانید این ادویه پرفایده خاصیت ضدافسردگی هم دارد. اغلب افراد از هل در هنگام دم کردن چای استفاده می‌کنند تا چای خوشمزه‌تر شود.
عطر هل همانند یک دارو به درمان افسردگی کمک می‌کند، سلول‌های مغزی را فعال می‌کند و به شما احساس بهتری می‌دهد.

۸. خوردن بادام هندی

بادام هندی نیز به عنوان یک روش درمانی برای افسردگی و ضعف عصبی معرفی می‌شود. وجود ویتامین B و ریبوفلاوین در بادام هندی، به شادابی، فعال و پرنرژی بودن مغز کمک شایانی می‌کند.

۹. خوردن کلم

تحقیقات انجمن سرطان آمریکا نشان می‌دهد، اسیدفولیک و ویتامین C موجود در کلم باعث مقابله با افسردگی، بیماری‌های قلبی و دیگر عفونت‌ها می‌شود. سعی کنید از طریق روش‌های مختلف کلم را وارد برنامه غذایی خود کنید. کلم را در سالاد بریزید، سوپ کلم درست کنید یا کلم را بخارپز کنید. کلم سرشار از فیبر است و آب کلم خام نیز به درمان زخم معده کمک می‌کند.

۱۰. تریپتوفان

کاهش میزان تریپتوفان در بدن می‌تواند باعث بروز علائم افسردگی شود. تریپتوفان مسئولیت تولید یک انتقال‌دهنده عصبی مهم، یعنی سروتونین را به عهده دارد. این ماده به کاهش احساس و علائم افسردگی کمک می‌کند. از غذاهای حاوی تریپتوفان می‌توان به مرغ، ماهی، سویا، آجیل درختی، کره بادام‌زمینی، بادام‌زمینی، کنجد و تخمه کدو تنبل اشاره کرد.

۱۱. ویتامین B و فولیک اسید