



روحانی در جلسه ستاد هماهنگی اقتصادی دولت مطرح کرد

ثبات بیشتر بازار ارز با همکاری صادرکنندگان

رئیس جمهور بر مقابله موثر با افزایش غیرقابل توجیه قیمت برخی از کالاها، تاکید کرد و گفت همزمان با تلاش‌ها برای رونق تولید و سرعت و بهبود کیفیت تولید کالاها، عرضه کالا به مصرف‌کننده و خریدار نهایی نیز باید به همان اندازه مورد توجه و اهمیت باشد.

حسن روحانی روز یکشنبه در جلسه ستاد هماهنگی اقتصادی دولت، عرضه کالاها به قیمت مناسب را از برنامه‌های اصلی دولت در کنار رونق تولید برشمرد و افزود: باید با اصلاح مسیر تولید، توزیع و تعریف فرآیندها در این زنجیره، در روند تعیین قیمت کالاها شفاف‌سازی انجام گیرد.

رئیس جمهور افزود: مقابله با گرانی بدون دلیل ایجاب می‌کند در کنار اعمال نظارت‌های تعریف‌شده برای دستگاه‌های مرتبط، با ایجاد شفافیت، زمینه نظارت عمومی را نیز فراهم کنیم.

روحانی تاکید کرد: مردم باید بدانند قیمت مواد اولیه برای ساخت محصول و تمام شده تولید محصولات چگونه است و وقتی کالایی به دست مردم می‌رسد چه مسیری برای تعیین قیمت را طی کرده است این شفافیت هم موجب نظارت عمومی و مقابله با فساد و گرانی خواهد بود و هم رقابت را در اقتصاد رقم خواهد زد. رئیس جمهور افزود: همه تولیدکنندگان به ویژه دستگاه‌های دولتی موظف هستند فرآیند قیمت‌گذاری و عرضه سریع و آسان کالاهای تولیدی به ویژه مواد اولیه را مشخص کرده و برای مقابله با معضل گرانی اقدامات موثر را انجام دهند.

روحانی با بیان اینکه افزایش قیمت در مورد کالاهایی که در بخش دولتی و عمومی غیردولتی تولید می‌شود به هیچ عنوان قابل قبول نیست، گفت: بخش عمومی باید در زمینه کنترل قیمت‌ها با تعریف فرآیند تعیین قیمت‌ها و مقابله با گرانی پیش‌تاز باشد تا بتوانیم در شرایط جنگ اقتصادی و روزهای سخت پدید آمده از معضل کرونا، فشار اقتصادی را بر مردم کاهش دهیم.

رئیس جمهور تاکید کرد: بورس کالا باید تقویت شود و با شفافیت عرضه و تقاضا و خارج کردن عملیات سفته‌بازانه، قیمت کالاهای تولیدی کشور را به سطح منطقی برساند.

روحانی با قدرانی از افزایش سطح تولید در کالاهای مانند فولاد و پتروشیمی که در سال‌های قبل در فهرست کالاهای وارداتی کشور بودند و اکنون به فرصت صادراتی کشور تبدیل شده‌اند، تاکید کرد: در کالاهایی که کشور مازاد تولید دارد با شفاف کردن بازار می‌توان به قیمت منطقی دست یافت و در این رابطه دستورات لازم را به وزارت صمت و سازمان بورس صادر کرد.

رئیس کل بانک مرکزی در نامه‌ای به رئیس‌جمهور پیشنهاد داد

تقدیر از ۱۰۸ شرکت بازگرداننده ارز به کشور



با ۵ میلیارد و ۴۰۲ میلیون یورو سال قبل، کاهش حدوداً ۵۰ درصدی را نشان می‌دهد. به این ترتیب در سال جاری، ارز عرضه‌شده در سامانه نیمه، ۱،۶ برابر تقاضای موجود در بازار بوده است و در هر ماه به طور میانگین، ۴۸۸ میلیون یورو مازاد بر تقاضا، ارز در این بازار عرضه شده است. همچنین بررسی عملکرد ماهانه این سامانه نشان از افزایش قابل توجه عرضه در تیرماه امسال دارد که نشان‌دهنده تاکید بانک مرکزی بر پایان یافتن مهلت بازگشت ارز صادرکنندگان در پایان این ماه است. براساس آمارهای ارائه‌شده، در فروردین ماه امسال، ۵۳۱ میلیون یورو ارز در نیما به فروش گذاشته شده و ۴۱۴ میلیون یورو آن به فروش رفته است. در اردیبهشت ماه نیز یک میلیارد و ۲۳۱ میلیون یورو ارز عرضه شده و ۷۴۳ میلیون یورو خریداری شده است. همچنین در خردادماه، میزان فروش یک میلیارد و ۸۵ میلیون یورو و میزان خرید ۶۱۸ میلیون یورو بوده است و در تیرماه عرضه ارز به بیش از یک میلیارد و ۴۴۶ میلیون یورو رسیده و ۹۱۶ میلیون یورو آن نیز به فروش رفته است.

در این میان به گفته اتساق تهران، با وجود اصرار بانک مرکزی در ماه‌های گذشته بر لزوم بازگشت ارز به کشور و تغییر دستورالعمل‌های این بانک برای افزایش سهم سهامانه نیما از کل ارز صادراتی به ثبت رسیده، آمارها از چهار ماهه ابتدایی امسال نشان از کاهش جدی تقاضای واردکنندگان برای دریافت ارز در ماه‌های گذشته دارد. براساس اطلاعات ارائه‌شده از معاونت اقتصادی اتاق بازرگانی تهران، در چهار ماهه ابتدایی امسال، صادرکنندگان حدوداً ۴ میلیارد و ۲۴۰ میلیون یورو ارز حاصل از صادرات را به سامانه نیما وارد کرده‌اند که این عدد در قیاس با حدود ۵ میلیارد و ۹۹۲ میلیون یورو در مدت مشابه سال گذشته، کاهش ۲۸ درصدی را نشان می‌دهد. در سوی دیگر، واردکنندگان تنها ۲ میلیارد و ۷۱۱ میلیون یورو از ارز ارائه شده در سامانه نیما را خریداری کرده‌اند که این عدد در قیاس

فرصت امروز: منازعه ارزی میان بانک مرکزی و صادرکنندگان در حالی ادامه دارد که اتاق‌های بازرگانی به نمایندگی از بخش خصوصی نسبت به سیاست تنبیهی بانک مرکزی همواره انتقاد داشته و معتقدند که باید سیاست‌های تشویقی در این مسیر به کار گرفته شود. این در حالی است که روز گذشته رئیس کل بانک مرکزی در نامه‌ای به رئیس‌جمهور پیشنهاد کرده است که از ۱۰۸ شرکت بازگرداننده ارز به کشور تقدیر شود.

عبدالنصر همتی در این نامه خطاب به رئیس‌جمهوری پیشنهاد کرده است که از ۱۰۸ شرکت صادرکننده که بیشترین مقدار ارز ناشی از صادرات را به چرخه اقتصادی کشور برگردانده‌اند، تقدیر شود. همتی در این نامه ۳۶ شرکت صادرکننده پتروشیمی، ۲۴ شرکت عمده فولادی و معدنی و ۴۸ شخص حقوقی از سایر گروه صادرکنندگان با صادرات بیش از ۱۵ میلیون دلار را (که حداقل ۷۰ درصد ارز ناشی از صادرات خود را در دو سال گذشته به چرخه اقتصاد برگردانده‌اند) معرفی کرده و از رئیس‌جمهوری درخواست کرده است که از این شرکت‌ها که در جهت خدمت به اقتصاد کشور در شرایط سخت تحریمی تلاش کرده‌اند، قدردانی و تشکر شود. گفتنی است صادرکنندگان یادشده در این نامه، در مدت حدود دو سال گذشته بیش از ۲۴ میلیارد دلار ارز به چرخه اقتصادی کشور برگردانده‌اند.

در همین حال، اتاق بازرگانی تهران در جدیدترین گزارش خود، به بررسی وضعیت خرید و فروش ارز در سامانه نیما در چهار ماهه ابتدایی

آگهی فراخوان مناقصه عمومی با ارزیابی کیفی - نوبت اول

شماره ۲۰۹۹۰۰۱۴۰۳۰۰۰۰۸۸ مورخ ۹۹/۵/۴ مندرج در سامانه تدارکات الکترونیکی دولت شماره ۶۸ سال ۹۹

شرکت آب و فاضلاب استان آذربایجان شرقی در نظر دارد تامین و تولید آب، بهره برداری، تعمیرات و نگهداری تاسیسات تولید، آبرسانی و مراقبت از مخازن آب شهرستان تبریز را از محل اعتبارات غیرعمرانی و با مشخصات ذیل به روش مناقصه (عمومی) با ارزیابی کیفی از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) به آدرس www.setadiran.ir به پیمانکاران دارای صلاحیت واگذار نماید.

مشخصات پروژه:

- الف- مبلغ برآورد اولیه: ۱۱۶۰۰۰۰۰۰ ریال
- ب- مبلغ تضمین شرکت در فرآیند ارجاع کار: ۵۸۰۰۰۰۰۰ ریال
- ج- محل اجرای کار: تبریز
- د- رشته و گروه پیمانکار: آب یا تاسیسات و تجهیزات، یا دارای صلاحیت بهره برداری از شرکت مهندسی آب و فاضلاب کشور
- ه- مدت اجرای کار: ۱۲ ماه
- و- دستگاه نظارت: مدیر آب و فاضلاب منطقه تبریز
- ز- محل اعتبار: غیرعمرانی
- ح- پیشنهاددهنده حائز حداقل امتیاز ارزیابی کیفی لازم جهت شرکت در مناقصه مکلف است معادل مبلغ سپرده، تضمین های معتبر تسلیم یا مبلغ مذکور را به حساب بانکی شرکت واریز و حسب مفاد اسناد مناقصه ضمانتنامه یا رسید واریز وجه را بصورت اصل در وقت مقرر در اسناد به کارفرما تسلیم نماید. به پیشنهادهای فاقد سپرده، سپرده های مخدوش، سپرده های کمتر از میزان مقرر، چک و نظایر آن ترتیب اثر نخواهد شد.

لازم به ذکر است که هزینه آگهی مناقصه برنده مناقصه می باشد. آدرس سایت اینترنت: www.abfaazarbaijan.ir

شماره آگهی: ۹۲۵۳۳۰ تاریخ انتشار نوبت اول: ۹۹/۵/۶ تاریخ انتشار نوبت دوم: ۹۹/۵/۷

شرکت آب و فاضلاب استان آذربایجان شرقی

آگهی فراخوان مناقصه های عمومی یک مرحله ای - شماره ۹۹/۳۲

شرکت توزیع برق استان همدان

شرکت توزیع نیروی برق استان همدان در نظر دارد ۱۳۰ دستگاه خودرو با راننده را از طریق مناقصه عمومی یک مرحله ای و از طریق فروش اسناد مناقصه به خدمت بگیرد. لذا از کلیه پیمانکاران دارای مجوز از مراجع ذیصلاح و واجدین شرایط دعوت به عمل می آید بر اساس اسناد و شرایط مناقصه از تاریخ انتشار آگهی به مدت ۵ روز با ارائه فیش واریزی به مبلغ ۴۰۰۰۰۰ ریال به حساب سپهر ۰۱۰۱۸۴۷۶۹۴۰۰۰ نزد بانک صادرات مهدیه به نام شرکت توزیع برق استان همدان نسبت به خرید اسناد مناقصه اقدام و جهت دریافت اسناد مناقصه به آدرس سایت‌های ذیل مراجعه نمایند و اسناد تکمیل شده به انضمام پیشنهاد مالی خود را به آدرس همدان خیابان مهدیه دبیرخانه شرکت توزیع تحویل نمایند.

ردیف	شرح	تعداد	واحد	آخرین مهلت تحویل پاکت	تاریخ جلسه بازگشایی پاکت	مبلغ ضمانت نامه (ریال)	توضیحات
۱	خودرو ۲۴ ساعته اتفاقات و عملیات (مزدا دوکابین، وانت خودرو کمک دار، نیسان وانت) ۴۴ ساعته	۳۳	دستگاه	۹۹/۰۵/۲۳ تا ساعت ۱۲	۹۹/۰۵/۲۵ ساعت ۱۰	۲۵۴۷,۹۶۵,۰۰۰	سایر اطلاعات و جزئیات در اسناد مناقصه مندرج است
۲	خودرو اکسپ تعمیرات و بهره برداری (مزدا دو کابین، پیکان وانت، نیسان وانت) ۸ ساعته	۳۷	دستگاه				
۳	خودرو اداری (پراید، پازو، سمند) ۸ ساعته	۵۰	دستگاه				

توضیحات:

- به پیشنهادها فاقد انبساط، مشروط، مخدوش و پیشنهاداتی که بعد از تقاضا مدت فراخوان واصل شود مطلقاً ترتیب اثر داده نخواهد شد.
- به پیشنهادها فاقد ضمانت نامه بانکی معتبر، ضمانت نامه مخدوش، کمتر از مبلغ مقرر، چک شخصی و شرکتی و نظایر آن ترتیب اثر داده نخواهد شد.
- اسناد در سایت های ذیل قابل دسترسی می باشد جهت کسب اطلاعات بیشتر با تلفن ۰۸۱-۳۲۲۷۶۹۴۲ تماس حاصل فرمایید.

سایت شرکت توزیع نیروی برق استان همدان: <http://www.edch.ir>
سایت معاملات شرکت توزیع: <http://tender.tavanir.org.ir>
سایت اطلاع رسانی مناقصات: <http://lets.mporg.ir>

تاریخ انتشار نوبت اول: ۹۹/۵/۶ تاریخ انتشار نوبت دوم: ۹۹/۵/۷

روابط عمومی شرکت توزیع نیروی برق استان همدان

قریبانی برای سلاستی

امام زمان عجل الله تعالی فرجه الشریف

توزیع در بین نیازمندان

عید سعید قربان تا عید سعید غدیر

باهر میزان و توان مالی

شماره کارت: ۶۱۰۴۳۳۷۴۳۱۳۱۰۴۳۰

به نام مسجد دس جمکران jamkaran.ir ۰۲۵ ۳۱۳۲۰

قرارگاه مردمی کامی به سوسی جامعه مهدوی

تاریخ انتشار نوبت اول: ۹۹/۵/۶ تاریخ انتشار نوبت دوم: ۹۹/۵/۷

دریچه

دارندگان سهام عدالت کارت اعتباری می گیرند

راهکار برد-برد برای سهامداران و بازار سرمایه

ابتداء هفته بود که حسین سلاحپوری از ارائه کارت اعتباری برای دارندگان سهام عدالت خبر داد و گفت «با حمایت و موافقت دولت و بانک مرکزی، کارت اعتباری در اختیار دارندگان سهام عدالت قرار می‌گیرد» تصمیمی که همان طور که این عضو شورای عالی بورس تأکید می‌کند، در راستای حفظ ارزش سهام عدالت صورت گرفته است و با این اقدام، سهامداران مجبور به فروش زودهنگام سهام با ارزش خود نیستند و بورس هم از تلاطم و نوسان در امن می‌ماند. سلاحپوری همچنین بر این باور است که با این تصمیم، دارندگان سهام عدالت می‌توانند در شرایط مناسب‌تر و با قیمت بهتر سهام خود را معامله کنند. اعطای کارت اعتباری به مشمولین سهام عدالت از جمله تصمیماتی است که بعد از جلسه شورای هماهنگی اقتصادی دولت و اعلام رئیس کل بانک مرکزی اتخاذ شد تا در اختیار مشمولان سهام عدالت قرار گیرد و بر اساس این تصمیم مشمولان سهام عدالت می‌توانند از طریق نظام بانکی تا سقف ۵۰ تا ۶۰ درصد از ارزش دارایی سهام عدالت خود، کارت اعتباری دریافت و با استفاده از آن می‌توانند با مراجعه به مراکز خرید، به‌صورت اعتباری خرید کنند. بر اساس این طرح مشمولان سهام عدالت تا یک سال فرصت دارند و چه را با بانک تسویه کنند. به گفته حسین سلاحپوری، «فراهم شدن دستورالعمل و مقررات و همچنین ایجاد امکانات فنی وثبقة گذاری الکترونیکی سهام عدالت در شرکت سپرده‌گذاری نیازمند تمهیداتی بود که تاکنون این اقدامات انجام شده است بنابراین، به نظر می‌رسد به‌زودی و با توجه به اعلام آمادگی چند بانک، این اقدام به مرحله اجرا برسد و در شرایط کنونی با موانع خاصی در این زمینه مواجه نیستیم». سلاحپوری همچنین خاطر نشان می‌کند: «این اعتبار وام تلقی نمی‌شود، بنابراین تنها با اثر نومی همراه خواهد شد بلکه می‌تواند با تحریک تقاضا در اقتصاد کشور اثرات مثبتی را داشته باشد.»

در این باره، سید حسین سلیمی عضو هیات نمایندگان اتاق ایران با تأکید بر ضرورت حفظ ارزش سهام عدالت به «پایگاه خبری اتاق ایران» می‌گوید:

«همان‌طور که بازمی‌بینیم بورس در ماه‌های اخیر نشان داده است، حفظ و عدم فروش سهام عدالت در صورتی که دارندگان آنها نیاز ضروری به فروش این سهام ندارند، به نفع مالکان شده است. دولت هم تأکید می‌کند که مردم اگر قصد فروش سهام عدالت را دارند، حتماً این کار را با مشورت کارگزاری‌ها انجام دهند. توصیه کارشناسان هم همین است که مردم به سهام عدالت به‌عنوان یک قلک نگاه کنند و تا هر زمان که این سهام متناسب با شاخص بورس و تورم رشد کافی خود را کرد، آن زمان اقدام به فروش کنند». سلیمی درباره مصوبه اعطای کارت اعتباری به دارندگان سهام عدالت اضافه می‌کند: «صحت بودن دربار هم و کیف این اقدام قطعاً با ارائه جزییات بیشتر، راحت‌تر خواهد بود، اما اگر هدف اصلی این مصوبه همان‌طور هم که اعلام‌شده، حفظ ارزش سهام عدالت و ابزاری برای جلوگیری از فروش فوری آن توسط دارندگان باشد، بسیار ارزشمند خواهد بود». او همچنین این اقدام را در ساختار فعلی بازار قابل اجرا می‌داند، باین‌حال تأکید می‌کند که باید سازوکار تخصیص اعتبار از سوی بانک‌ها مشخص شود تا مشکلی در روند اجرا به وجود نیاید. سلیمی در همین زمینه می‌گوید: «همان‌طور هم که آمار نشان می‌دهد، تعداد دارندگان کد بورس و به همان میزان دارندگان سهام عدالت بسیار زیاد است، بنابراین شاید صدور کارت اعتباری به‌ای از هر دارنده سهام عدالت از سوی بانک‌ها کمی مشکل‌آفرین و در عین حال هزینه‌بر باشد؛ مگر اینکه همان‌طور هم که گفتیم جزییات مشخص شود تا بدانیم روند اجرا به چه شکل خواهد بود.» سلیمی همچنین پیشنهاد می‌دهد تا این کار به کارگزاری‌ها سپرده شود تا آنها برای مشمولان عضو خود کارت اعتباری صادر کنند.

بورس فرمزپوشی شد

فراورده‌های نفتی، پیشتاز معاملات بورس در روز یکشنبه



داد و ستد شد.

شاخص فرابورس نیز بیش از ۹۲ واحد کاهش داشت و بر روی کانال ۲۰ هزار و ۱۱۲ واحد ثابت ماند. در این بازار ۲ میلیارد و ۷۷۱ میلیون بزرگه سهم به ارزش ۵۸ هزار و ۴۸۴ میلیارد ریال داد و ستد شد. نمادهای پتروشیمی مارون (مارون)، سهامی ذوب آهن اصفهان (ذوب)، پتروشیمی تندگویان (شگویا)، بانک دی (دی)، پلیمز آریا ساسول (آریا)، گروه توسعه مالی مهر آیندگان (ومهان)، فرابورس ایران (فرابورس)، صنایع ماشین‌های اداری ایران (مادیرا)، نیروگاه زاگرس کوثر (بزآگرس)، س. توسعه و عمران استان کرمان (کرمان)، تولید نیروگاه دماوند و پتروشیمی غدیر (شغدیر) تاثیر مثبت بر شاخص این بازار را داشتند. همچنین نمادهای سنگ آهن گهرزمین (کگهر)، سرمایه‌گذاری صبا تامين (صبا)، پتروشیمی زاگرس (زاگرس)، فولاد هرمزگان جنوب (هرمز)، شرکت آهن و فولاد ارفع (ارفع)، پالایش نفت لاوان (شاون)، توسعه مولد نیروگاهی جهرم (جهرم)، بیمه پاسارگاد (پباس)، اعتباری ملل (وملل) و پالایش نفت شیراز (شراز) با تاثیر منفی بر شاخص فرابورس همراه بودند.

رشد طلايي معاملات فرابورس در تيرماه

بررسی‌ها نشان می‌دهد فرابورس ایران در ادامه رکوردشکنی‌های خود از آغاز سال ۹۹، یک ماه طلايي دیگر را در تيرماه پشت سر گذاشت و به ترتیب با رشد ۳۸ و ۳۳ درصدی شاخص کل و ارزش بازار روبه‌رو شد و در همین حال افزایش چشمگیری معاملات را نیز در این ماه تجربه کرد.

به گزارش فرابورس ایران، در ماه گذشته (تير) عرضه اولیه سهام دو شرکت جدید به نام‌های سرمایه‌گذاری پویا و رایان هم‌افزا به ترتیب در بازار اول و دوم فرابورس رقم خورد. همچنین نماد معاملاتی شرکت بیمه زندگی خاورمیانه که از بازار پایه زرد به بازار اول ارتقا یافته بود، با موفقیت در بازار جدید گشایش یافت. همچنین در ادامه پذیرهنویسی واحدهای سرمایه‌گذاری صندوق سرمایه‌گذاری اعتماد داریک و صندوق سرمایه‌گذاری آوای معیار نیز در بازار سوم در تيرماه انجام شد. ماه گذشته شاخص کل فرابورس با ایستادن بر قله ۱۹ هزار و ۵۴۴ واحد در آخرین روز کاری تيرماه، به بازدهی ۱۹۷ درصدی از آغاز سال رسید، همزمان ارزش بازار فرابورس افزایش ۱۷۵ درصدی را از ابتدای سال ۹۹ تجربه کرد. علاوه بر این در ۲۳ روز کاری ماه گذشته، روزانه ۳ هزار و ۲۳۳ میلیون ورقه بهادار به ارزش ۸۰ هزار و ۲۵۰ میلیارد ریال دادوستد شد.

در تيرماه همچنین معامله‌گران و سرمایه‌گذاران در مجموع ۲۴ هزار و ۱۲۸ میلیون ورقه بهادار را به ارزش بیش از یک میلیون و ۸۴۵ هزار و ۶۷۲ میلیارد ریال دادوستد کردند که این میزان دادوستد در ۲۵ میلیون و ۴۷۲ هزار نوبت رقم خورد. حجم معاملات در مقایسه با تيرماه

فرصت امروز؛ شاخص بورس تهران که در ساعات ابتدایی روز یکشنبه روند صعودی داشت و تا مرز یک میلیون و ۹۶۰ هزار واحد رسیده بود، در ساعات میانی و پایانی معاملات، روندی کاهشی گرفت و در نهایت تا مرز یک میلیون و ۹۲۸ هزار واحد پایین آمد. شاخص کل بورس در مجموع ۶ هزار و ۷۷۶ واحد افت کرد و رقم یک میلیون و ۹۴۶ هزار واحد را نمایش داد. شاخص کل (هم وزن) نیز با ۲ هزار و ۶۹۲ واحد کاهش به ۵۰۷ هزار و ۵۳ واحد و شاخص قیمت (هم وزن) با یک هزار و ۷۶۸ واحد افت به ۳۳۲ هزار و ۹۵۸ واحد رسید. شاخص بازار اول ۴ هزار و ۸۸۹ واحد و شاخص بازار دوم ۱۳ هزار و ۹۵۹ واحد کاهش داشت. آیفکس نیز بیش از ۹۲ واحد کاهش داشت و بر روی کانال ۲۰ هزار و ۱۱۲ واحد ثابت ماند. در معاملات این روز بیش از ۸ میلیارد و ۴۵۹ میلیون سهم و اوراق بهادار به ارزش ۱۵۵ هزار و ۴۶۱ میلیارد ریال داد و ستد شد. گروه فراورده‌های نفتی، بیشترین ارزش معاملات را داشت و چندرشته‌ای‌ها و فلزات اساسی نیز به ترتیب در رده دوم و سوم بیشترین ارزش معاملات جای گرفتند.

مهمترین نمادهای بورس در روز یکشنبه

نمادهای سرمایه‌گذاری تامین اجتماعی (شستا) با ۴ هزار و ۴۸۷ واحد، سایپا (سایپا) با ۳ هزار و ۳۰۹ واحد، پالایش نفت تهران (شتران) با ۵۳۴ واحد، پالایش نفت اصفهان (شپنا) با ۲ هزار و ۲۴۲ واحد، پالایش نفت بندرعباس (شبندر) با ۲ هزار و ۷۲۱ واحد، سرمایه‌گذاری غدیر (وغدیر) با یک هزار و ۴۳۷ واحد، شرکت ارتباطات سیار ایران (همراه) با یک هزار و ۲۹۵ واحد، فولاد خوزستان (فخوز) با یک هزار و ۱۱۱ واحد و نفت بهران (شبهرن) با ۹۲۰ واحد بیشترین تاثیر مثبت را بر شاخص بورس داشتند.

در سوی مقابل، نمادهای صنایع پتروشیمی خلیج فارس (فارس) با ۵ هزار و ۳۲۹ واحد، فولاد مبارکه اصفهان (فولاد) با ۵ هزار و ۱۲۲ واحد، ملی صنایع مس ایران (فملی) با ۳ هزار و ۸۶۸ واحد، گسترش نفت و گاز پارسیان (پارسان) با یک هزار و ۷۷۰ واحد، س. نفت و گاز پتروشیمی تامین (تاپیکو) با یک هزار و ۷۲۹ واحد، معدنی و صنعتی چادرمولو (کچاد) با یک هزار و ۲۳۴ واحد، گروه مینا (مینا) با یک هزار و ۲۱۴ واحد، توسعه معادن و فلزات (ومعادن) با یک هزار و ۱۵۱ واحد، پتروشیمی جم (جم) با ۸۸۲ واحد و پارس خودرو (خپارس) با ۶۷۷ واحد تاثیر منفی بر شاخص داشتند.

همچنین نمادهای فولاد مبارکه اصفهان، ملی صنایع مس ایران، گروه دارویی برکت، سرمایه‌گذاری غدیر، سرمایه‌گذاری گروه توسعه ملی، گروه پتروشیمی س. ایرانیان و پالایش نفت بندرعباس در گروه نمادهای پربیننده قرار داشتند. گروه فراورده‌های نفتی هم در معاملات این روز صدرنشین‌ترین گروه‌های صنعت شد و در این گروه ۵۰۸ میلیون و ۱۲۸ هزار برگه سهم به ارزش ۲۶ هزار و ۳۱۲ میلیارد ریال

اطلاعیکه بسیار مهم
قابل توجه جایگاه‌داران سوخت

فراخوان مشمولان مرحله هشتم اجرای نظام مالیات بر ارزش افزوده



سازمان امور مالیاتی کشور

با عنایت به مفاد جزء (پ) بند (۳) ماده (۲) آیین‌نامه اجرایی بند (الف) تبصره (۱۴) ماده واحده قانون بودجه سال ۱۳۹۹ کل کشور و اختیارات حاصل از مقررات ماده (۱۸) قانون مالیات بر ارزش افزوده کلیه جایگاه‌داران سوخت (فراورده‌های نفت و گاز) با هر حجم از فروش و یا درآمد کالا و ارائه خدمات که به موجب فراخوان‌های قبلی، تاکنون برای اجرای قانون فراخوان نشده‌اند، مشمول اجرای قانون مالیات بر ارزش افزوده از ابتدای سال ۱۳۹۹ می‌باشند.

اشخاص مذکور که بعد از تاریخ اجرای فراخوان نیز ایجاد، تأسیس و به ثبت می‌رسند و یا شروع به انجام فعالیت می‌کنند، در صورت فعالیت با هر حجم از فروش و یا درآمد (کالا و خدمت) مشمول اجرای قانون از تاریخ شروع فعالیت می‌باشند.

تذکر بسیار مهم:

جایگاه‌داران که واجد شرایط فراخوان‌های یادشده قبلی و اجرای قانون مالیات بر ارزش افزوده بوده‌اند، حتی در صورت انطباق با شرایط مشمولیت مرحله هشتم ثبت‌نام این نظام مالیاتی جزو مؤدیان مشمول مراحل قبلی ثبت‌نام و اجرای قانون محسوب و مکلف به اجرای مقررات از تاریخ شمول فراخوان مربوط، خواهند بود.

کارمزد و مالیات و عوارض ارزش افزوده جایگاه‌داران در قیمت‌های تکلیفی فراورده‌های نفت و گاز لحاظ شده است و جایگاه‌داران اجازه وصول مالیات و عوارض ارزش افزوده مازاد بر قیمت تعیین‌شده را از خریداران سوخت ندارند.

مهلت و نحوه انجام ثبت‌نام

از فعالان اقتصادی فراخوان‌شده دعوت می‌گردد از تاریخ درج اطلاعیه در جراید، در صورت ثبت‌نام در سامانه عملیات الکترونیک مالیاتی (ثبت‌نام الکترونیک) به نشانی tax.gov.ir نسبت به تکمیل آن و در صورت عدم ثبت‌نام نسبت به ثبت‌نام در سامانه فوق‌الذکر اقدام نمایند.

تاریخ اجرای قانون

اشخاص مشمول این فراخوان، از تاریخ ۱۳۹۹/۱/۱ مکلف به اجرای تکالیف مقرر در قانون از جمله وصول مالیات و عوارض ارزش افزوده نسبت به کارمزد فروش فرآورده و فروش سایر کالاها و خدمات از خریداران کالا و خدمات، ارائه اظهارنامه و واريز مالیات و عوارض بر ارزش افزوده به حساب‌های تعیین‌شده توسط سازمان امور مالیاتی کشور می‌باشند.

این اطلاعیه در حکم بخشنامه برای ادارات کل امور مالیاتی، اتحادیه‌های ذیربط و سایر مجامع و تشکلهای محسوب می‌گردد.

۰۲۱-۳۵۰۱۹ ستاد خبری دفتر مرکزی حراست روابط عمومی سازمان امور مالیاتی کشور ۱۵۲۶ مرکز ارتباط مردمی

بازار خرما تعریفی ندارد

قیمت هر کیلو خرما ۲۱ هزار تومان

رئیس انجمن خرما گفت علی رغم افزایش هزینه‌های معیشت و نهاده‌های کشاورزی، قیمت خرما تغییری نداشته است. محسن رشید فرخی، رئیس انجمن خرما در گفت و گو با باشگاه خبرنگاران جوان، با اشاره به اینکه بازار خرما تعریفی ندارد، اظهار کرد: علی رغم افزایش هزینه‌های معیشت و نهاده‌های کشاورزی اعم از سبم و کود، قیمت خرما از سال گذشته تاکنون تغییری نداشته است.

او افزود: با وجود افزایش ۲۱درصدی حقوق و دستمزد و رشد بالای تورم جای این سوال مطرح است که آیا نرخ خرما نباید افزایش یابد؟

فرخی یزدی با انتقاد از حضور واسطه‌ها و دلالتان در سطح بازار بیان کرد: با وجود حضور واسطه‌های منفعت‌طلب، مدیریت بازار دچار مشکل شده است که شیوع ویروس کرونا و توسعه بازار دیجیتال یکی از راهکارهای اصلی مبارزه با دلالتان است.

این مقام مسئول قیمت فعلی هر کیلو خرما درجه یک در استان های مبدأ را ۱۸ تا ۲۰ هزار تومان اعلام کرد و گفت: قیمت تمام‌شده خرما در هر منطقه متفاوت است، اما با وجود افزایش هزینه‌های تولید، قیمت خرما مظلوم واقع شده است.

رئیس انجمن ملی خرما درباره آخرین وضعیت تولید خرما بیان کرد: با توجه به سال آوری پیش روی تولید خرما برآورد می‌شود که تولید این محصول به یک میلیون و ۲۰۰ هزار تن برسد.

رشید فرخی در پایان با اشاره به اینکه سال گذشته صادرات خرما نسبت به سال ما قبل خود ۳۰درصد کاهش داشته است، تصریح کرد: با گسترش ویروس کرونا، امسال در بحث صادرات سال سختی را پیش رو داریم، همانگونه که بازار مواد غذایی در دنیا دچار تنش شده است.

کمبودی در عرضه گوشت وجود ندارد

نرخ هر کیلو بره ۴۰ هزار تومان

رئیس شورای تامین‌کنندگان دام کشور گفت با توجه به انباشت دام در واحدها و نبود تقاضا، کمبودی در عرضه گوشت وجود ندارد. منصور پوریان، رئیس شورای تامین‌کنندگان دام کشور در گفت و گو با باشگاه خبرنگاران جوان، با اشاره به اینکه کمبودی در عرضه گوشت وجود ندارد، اظهار کرد: با توجه به فصل گرما خریدار چندانی در بخش دام سبک وجود ندارد، به همین خاطر به پشتیبانی امور دام اعلام کرده‌ایم که خرید تضمینی گوشت گوسفندی را به صورت انجمادی انجام دهد تا جلوی حجم بالای گوشت گرفته شود.

او افزود: پشتیبانی امور دام خرید تضمینی در بخش گوساله را انجام داده و خیلی از تولیدکنندگان به این قسه ورود کردند.

سودجویی چوبداران علت اصلی گرانی گوشت پوریان ادامه داد: با وجود انباشت دام در بخش دام سبک، بسیاری از چوبداران برای عرضه دام با نرخ بالا بهانه‌های مختلفی همچون کمبود عرضه، قاچاق دام و عید قربان را مطرح می‌کنند تا بتوانند سودهای بالایی نصیب خود کنند.

این مقام مسئول ویروس کرونا و شرایط سخت جا به جایی را علت اصلی کمبود عرضه دام در میادین اعلام کرد و گفت: با توجه به شرایط کرونا و بسته بودن مرزها، میزان قاچاق در حدی نیست که بتواند بر التهای قیمت در بازار دامن بزند.

او قیمت هر کیلو بره با اوزان سبک را ۴۰ هزار تومان و قیمت هر کیلو بره با اوزان سنگین را ۳۸ هزار تومان اعلام کرد و گفت: هر کیلو گوساله با اوزان بالای ۶۰۰ کیلو با نرخ ۲۷ هزار تومان و با اوزان کمتر از ۵۰۰ کیلو ۲۸ تا ۲۹ هزار تومان درب دامداری عرضه می‌شود.

رئیس شورای تامین‌کنندگان دام از افزایش یک هزار و ۵۰۰ تومانی نرخ دام خبر داد و گفت: با توجه به رکود بازار و نبود خریدار، این موضوع تاثیری بر قیمت گوشت نداشته است. او قیمت هر کیلو لاشه گوسفندی را ۲۲ تا ۸۰ هزار تومان و لاشه گوساله را ۵۴ تا ۵۸ هزار تومان اعلام کرد.

مشکلات سامانه بازار گاه نهاده‌های کشاورزی



بنوانند همه موارد را مورد رصد قرار دهد وجود ندارد، تمام بازیگران زنجیره عرضه را ما در این سامانه نداریم. او عنوان کرد: در این سامانه شبکه حمل و نقل در کنار هم دیده نشده است.

نهایی در ادامه برنامه با اشاره به اینکه وقتی کالا را در بازار گاه عرضه می‌کنیم ۱ تا ۱۰ روز طول می‌کشد تا واحدهای تولیدی و مصرف‌کنندگان اقدام به خریداری کنند که این موضوع به ضرر واردکنندگان است، افزود: در این رابطه شاهد تحمیل هزینه‌هایی به واردکنندگان هستیم، از منظر تولیدکننده باید هیجان و انگیزه برای حل موانع وجود داشته باشد.

او خاطرنشان کرد: قابلیت مانیتورینگ قبلا به دلیل فعالیت سامانه انبارها وجود داشت اما اکنون شاهد مخدوش شدن این قابلیت هستیم. کد انبار کالا باید در سیستم شناسایی و تایید می‌شد لذا افرادی که از وزارت جهاد معرفی می‌شوند کد شناسایی ندارند به طوری که کارکرد قبلی سامانه دیگر مشخص نیست.

نسبت به سال‌های گذشته سخت‌تر شده به طوری که محدودیت در عرضه نهاده‌ها را شاهد هستیم.

او با اشاره به اینکه در برخی از حوزه‌ها مداخلات بیش از اندازه و در برخی از جاها مداخلات کم است، افزود: سامانه باید به صورت هوشمند عمل کند که متأسفانه این امر صورت نمی‌گیرد، هرگونه مداخله افراد در سامانه باید به حداقل برسد و به صورت الکترونیکی امور انجام شود.

این مقام مسئول با اشاره به اینکه باید این کار را به موتورهای هوشمند سپرد تا بتوانیم از طریق فرآیند الکترونیکی به سایر بانک‌های اطلاعاتی دسترسی پیدا کنیم، ادامه داد: مردم و حتی مسئولین تمام مسائل مربوط به حوزه غذا را برعهده ما می‌دانند این در حالی است که ما در کمیته تخصصی ارز اصلا حضور نداریم.

معاون وزیر جهاد کشاورزی اظهار کرد: ما کاستی‌های سامانه را قبول داریم، در طراحی وضعیت موجود دوستان می‌توانند شهادت دهند که فضا را گسترده‌تر از گذشته کرده‌ایم، امکان اینکه این سامانه

معاون وزیر جهاد کشاورزی با اشاره به مشکلات سامانه بازار گاه نهاده‌ها گفت سیستمی که در آن عرضه و تقاضا متعادل نباشد کارکرد مناسبی ندارد.

به گزارش باشگاه خبرنگاران جوان، معمای گرانی گوشت با وجود تخصیص ارز ۴۲۰۰ تومانی شب ۴ مردادماه در برنامه گفت و گوی ویژه خبری با حضور نهایندیان عضو هیأت مدیره اتحادیه واردکنندگان نهاده‌های دام و طیور و گیلاتیور معاون وزیر جهاد کشاورزی مورد بررسی قرار گرفت.

نهایندی عضو هیأت مدیره اتحادیه واردکنندگان نهاده‌های دام و طیور گفت: سامانه بازار گاه نهاده‌های کشاورزی با مشکل روبه‌رو است. او با بیان اینکه شفافیت و توزیع بهینه باید صورت گیرد، گفت: اگر مشورت با دست‌اندرکاران و ذی‌نفعان این حوزه صورت گیرد مشکلات برطرف می‌شود.

این مقام مسئول ادامه داد: همه می‌گویند که سامانه بازار گاه ایراد دارد و هر یک روز آن هزینه‌بر است و ما ارز را با مصیبت تامین می‌کنیم، این سامانه مبتنی بر واقعیات و حقایق بازار طراحی نشده است.

در ادامه برنامه گیلاتیور با طرح این سوال که اگر نهاده به قدر کفایت وجود داشت نحوه توزیع آن بین ذی‌نفعان چگونه باید می‌شد، گفت: ما خودمان می‌گوییم که سامانه ناکارآمدی‌هایی دارد. وقتی نهاده کم است انگیزه برای افراد به وجود می‌آید، بازار یک ساختار کاملاً هوشمند و زنده است و بازیگران آن هر نوع رفتاری را که عرضه و تقاضا را تنظیم نکند تشخیص می‌دهند. بهترین سامانه‌ها می‌توانند قدری از این شفاف را بر کنند.

معاون وزیر جهاد کشاورزی با بیان اینکه سیستمی که در آن عرضه و تقاضا متعادل نباشد نمی‌تواند کارکرد مناسبی داشته باشد، افزود: این سامانه‌ها قدری از مسئله را حل می‌کنند. در مورد کنجاله با کمبود شدید نهاده مواجه هستیم، اینکه بخواهیم دائماً بگوییم سامانه اشکال دارد و همه اشکالات مربوط به این سامانه می‌شود سبب نتیجه‌گیری غلط می‌شود.

گیلاتیور تصریح کرد: وزارت جهاد کشاورزی صرفاً در نحوه توزیع نهاده‌های کشاورزی نقش دارد و در ثبت سفارش و تامین و تخصیص ارز نقشی ندارد.

معاون وزیر جهاد کشاورزی با اشاره اینکه در چنین شرایطی نیاز به سامانه‌های بیشتری داریم، گفت: ما باید در رابطه با ثبت سفارش، تامین و تخصیص هم خوب عمل کنیم. امسال سالی است که شرایط

خبری از قاچاق دام نیست؛ ثبات نرخ گوشت در بازار

نرخ مرغ وارد کانال ۱۹ هزار تومان شد

نایب رئیس کانون انجمن صنفی مرغداران گوشتی گفت امروز قیمت هر کیلو مرغ زنده ۱۲ هزار و ۸۰۰ تومان و مرغ گرم ۱۹ هزار تومان است.

حبیب اسدالله‌نژاد، نایب رئیس کانون انجمن صنفی مرغداران گوشتی در گفت و گو با خبرنگار باشگاه خبرنگاران جوان، از افزایش نرخ مرغ در بازار خبر داد و گفت: امروز قیمت هر کیلو مرغ زنده ۱۲ هزار و ۷۰۰ تا ۱۲ هزار و ۸۰۰ تومان و مرغ آماده به طبخ در خرده‌فروشی‌ها ۱۹ هزار تومان است.

وی کاهش تقاضا را دلیل اصلی افت قیمت مرغ طی هفته گذشته اعلام کرد و افزود: با توجه به شرایط فعلی عرضه و تقاضا پیش‌بینی می‌شود که قیمت مرغ ۳۰۰ تا ۵۰۰ تومان افزایش یابد.

اسدالله‌نژاد با اشاره به اینکه مرغداران در تامین نهاده‌های دامی با مشکلات متعددی روبه‌رو هستند، بیان کرد: بنابر آمار میزان ذخایر کنجاله بسیار برای مرغداران نگران‌کننده است، اما بسا این وجود جوجهریزی در حال انجام است.

نایب رئیس کانون انجمن صنفی مرغداران گوشتی با اشاره به اینکه بازار نهاده‌های دامی وضعیت مساعدی ندارد، بیان کرد: وزارت جهاد کشاورزی به عنوان متولی تامین نهاده به سبب مشکل تامین ارز نمی‌تواند تمامی ذرت و کنجاله مورد نیاز مرغداران را با نرخ مصوب تامین کند.

به گفته وی، با وجود محدودیت و مشکلات تامین ارز نهاده‌های دامی برآورد می‌شود که در بحث تامین ذرت و کنجاله سویا با بحران مواجه شویم.

این مقام مسئول افزود: بنابر آمار ماهیانه ۱۰۵ میلیون قطعه جوجهریزی صورت گرفته که با این وجود ۲۲۰ تا ۲۳۰ هزار تن گوشت مرغ تولید می‌شود که این میزان جوابگوی نیاز داخل است.

آگهی فراخوان دوم مناقصه عمومی دومر حله ای نوبت دوم



اداره کل نوسازی مدارس استان کرمانشاه

- ۱- دستگاه مناقصه گزار: اداره کل نوسازی مدارس استان کرمانشاه
نشانی: کرمانشاه- خیابان عشاری - خیابان نهضت - اداره کل نوسازی مدارس استان
شماره تلفن ۰۶۳۶-۹۰۳۸۲۱۰۳۸۲۱-۰۸۳۳ شماره نامبر: ۰۸۳۳-۲۸۲۴۳۵۳۷
۲- موضوع مناقصه: خرید تجهیزات هنرستان ها

Table with 7 columns: Description, Unit, Quantity, Unit Price, Total Price, and Remarks. It details the procurement of equipment for art schools, listing items like computer monitors and chairs with their respective quantities and prices.

۳- تضمین قابل قبول شرکت در مناقصه می تواند به اشکال زیر باشد:

- ۱- ضمانتنامه معتبر بانکی
۲- ۲۰ درصد و شماره شب ۶۳۸۰۴۳۸۹۵۶۳۰۷۰۳۰۶۳۰۴۰۱۰۰۰۰۴ IR بانک مرکزی شعبه کرمانشاه و شناسه واریز ۹۹۶۱۲۷۶۵۶۲۴۰۵۶۰۳۰
۳- (سپرده اداره کل نوسازی مدارس استان)، قابل واریز در کلیه شعبه بانک ملی
۴- محل، زمان و مهلت دریافت اسناد، تحویل و گشایش پیشنهادها
الف- داندود اسناد مناقصه از سامانه تدارکات الکترونیکی دولت: زمان: تا ساعت ۱۹:۰۰ تاریخ: ۱۳۹۹/۰۵/۰۹
ب - بارگذاری اسناد در سامانه تدارکات الکترونیکی دولت و تحویل پاکت بصورت فیزیکی به دبیرخانه و نمونه کالا به انبار اداره کل نوسازی مدارس استان کرمانشاه: زمان: تا ساعت ۱۳:۰۰ تاریخ: ۱۳۹۹/۰۵/۲۷
ج - گشایش پاکت دو مرحله ای: محل: اداره کل نوسازی مدارس استان کرمانشاه زمان: ساعت ۰۸/۳۰ تاریخ: ۱۳۹۹/۰۵/۲۸
۵- مدت اعتبار پیشنهادها: حداقل سه ماه پس از تاریخ جلسه گشایش پیشنهادهای مالی می باشد.

۱- مناقصه گران بایستی علاوه بر ارائه پیشنهاد قیمت و بارگذاری اسناد و ضمانت نامه در سامانه ستاد (setadiran.ir)، کلیه مدارک و پاکت را بصورت فیزیکی تحویل دبیرخانه اداره نمایند.
۲- مناقصه گران بایستی نمونه کالا به همراه کاتالوگ موضوع مناقصه را براساس مشخصات اعلام شده همراه با پیشنهاد قیمت ارائه نمایند. در صورت عدم کسب حداقل امتیاز کلاسی مذکور با مشخصات فنی این اداره کل ویا عدم ارائه به موقع نمونه ها، پاکت پیشنهاد قیمت مناقصه گر مفتوح نخواهد شد.
۳- حضور مناقصه گران یا نمایندگان آنها با معرفی نامه کتبی در جلسه گشایش پاکت پیشنهادهای مالی آزاد است.
۴- نحوه پرداخت: بصورت نقدی می باشد.

آگهی فوق به آدرس سایتهای اینترنتی زیر نیز درج شده است. سامانه تدارکات الکترونیکی دولت(ستاد): www.setadiran.ir پایگاه ملی مناقصات: www.ijets.mporg.ir

تاریخ انتشار نوبت اول: ۹۹/۵/۵ تاریخ انتشار نوبت دوم: ۹۹/۵/۶



یک طرح ملی؛ کشاورزان گیاهان دارویی را «قرار دادمحور» کشت می کنند

طرح ملی کشت «قرار دادمحور» گیاهان دارویی اجرایی می شود. در این طرح کشاورزان براساس قرارداد مشخص، یک محصول خاص را برای تولیدکنندگان و صادرکنندگان کشت می کنند. بسیاری اوقات کشاورزان براساس پیش بینی های شخصی در مورد قیمت یک محصول در سال آینده، اقدام به کشت یک محصول خاص می کنند. عرضه بیش از حد این محصول در فصل برداشت باعث می شود که کشاورز دچار ضرر شود. ستاد توسعه علوم و فناوری گیاهان دارویی و طب سنتی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری با همکاری وزارت جهاد کشاورزی، طرح کشت «قرار دادمحور» گیاهان دارویی را اجرایی می کند. این طرح بر روی مدیریت کشت و عرضه بهینه گیاهان دارویی تمرکز دارد.



دریچه

نقش دانش و نوآوری را در پیشرفت اقتصاد نمایان کنیم

معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری در نشست ستاد اقتصاد مقاومتی استان همدان، گفت باید اثر دانش را در اقتصاد ببینیم. مگر می شود این همه در حوزه آموزش خرج کرد و اثر آن را در اقتصاد کشور و زندگی مردم ندید. پس قطعاً جایی از راه را اشتباه گرفته ایم. ستاری در این نشست، گفت: همدان استان فوق العاده ای از نظر زیرساخت های طبیعی و انسانی است و قریب به ۱۰۰ هزار دانشجو و حدود ۳ هزار هیأت علمی دارد. اقتصاد دانش بنیان یک نرم افزار است که روی سخت افزار کشور می نشیند. باید فرهنگ را تغییر دهیم. متأسفانه نفت خیلی از زیرساخت های فرهنگی کشور را نابود کرد. رئیس بنیاد ملی نخبگان ادامه داد: نفت به بچه های ما یاد داد که استخدام شوند و این کار را به یک ارزش تبدیل کرد که باعث نابودی کارآفرینی شد. کشوری که ۴ هزار سال تاریخ کارآفرینی، تجارت، اقتصاد، دانش و فناوری داشت به واسطه پول نفت بسیاری از زیرساخت های فرهنگی خود را از دست داد. ستاری در ادامه بیان کرد: ما اگر به بچه های خودمان بفهمانیم که معنای استخدام خیانت، کشتن نوآوری و از بین بردن اعتماد به نفس است، قدم بزرگی برداشته ایم. در اقتصاد نفتی همه مشکلات با پول حل می شود. اگر پول داشته باشید اشتغال، سود و فناوری دارید در حالی که اینها خریدنی نیست.

ارزش دانش بیشتر از تامین ماده اولیه

به گفته رئیس بنیاد ملی نخبگان، دانش و فناوری خریدنی نیست بلکه یاد گرفتنی است، اما ما با آلوده شدن در اقتصاد نفتی اینها را از دست دادیم. از جمله بخش هایی که به نفت آلوده شد دانشگاه های کشور بود. دانشگاهی که ۱۰۰ درصد پول خود را از دولت بگیرد مثل صنعتی است که دولتی باشد. رئیس ستاد فرهنگ سازی اقتصاد دانش بنیان معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری در ادامه بیان کرد: پژوهشی که از پول دولت بیرون بیاید محصول نخواهد داشت و برای مردم مفید نیست. اگر می خواهید پژوهشی محصول محور داشته باشید باید سرمایه گذاری بخش خصوصی را داشته باشید. پول دولت در زیرساخت های پژوهشی باید هزینه شود ولی کار پژوهشی با پول دولت، محصول محور نیست. به گفته ستاری، در تاریخ کشور امروز بیشترین هزینه را در بخش آموزش داریم اما خروجی نمی گیریم. وقتی روی پژوهش هزینه می کنید، باید ۵ سال یا ۱۰ سال بعد نتیجه آن را در زندگی مردم مشاهده کنید. معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری ادامه داد: امروز قیمت یک کیلو پترو خیار و گوجه در دنیا از قیمت طلا بیشتر است. چون این دانش است که به ماده اولیه قیمت و ارزش می دهد. دیگر نفت و زعفران به خودی خود ارزشی ندارند. مهم این است که چه چیزی از این مواد می سازید. اینکه قرار است از این مواد چه رنگی، چه دارویی و چه عطری تولید شود مهم است.

نوآوری بزرگترین نعمت

ستاری افزود: بزرگترین موهبتی که خدا به انسان داده نوآوری است. اما نوآوری در جوامعی با اقتصاد زیرزمینی به راحتی سرکوب می شود. کلید این قضیه و تکه داشتن نوآوری در میان جوانان در دست خود ما است. این کار هم با تغییر فرهنگ اتفاق می افتد.

معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری در بخش دیگری از سخنان خود بیان کرد: اینکه در استان از کشف یک معدن گچ خوشحال شوید، خیلی تفاوت دارد با اینکه یک دانشجو را از دل دانشگاه های بزرگ تهران به استان خود بازگردانید. این خوشحالی بزرگ تر است. این یک فرهنگ عمومی است که باید اصلاح شود. دانشگاه ها کلید حل مسائل استانی در خود اشتغال هستند. مشکلات با دانش و عقل در داخل خود استان حل می شود. راه حل ها بومی است. ستاری همچنین گفت: این راه حل ها در دست همین شرکت های دانش بنیان است. همه باید محیط کسب و کار و مجوزها را اصلاح کنیم. دانشگاه و صنعت باید با همه امکانات خود پای کار باشند. دانشگاهیان فراموش نکنند که با پول و مالیات مردم درس خوانده اند. چون مردم فکر می کنند دانشگاهیان می توانند مشکلات کشور را حل کنند و توسعه دهند.



استیو وزنیاک بابت ویدئوهای کلاهبرداری

از کاربران تقاضا می کنند به حساب های شما معرفی که کلاهبرداران از آن برای مقاصد سوء هم بنیان گذار اهل است. به دنبال این اتفاق، او وکلای وزنیاک، سودجویان از نام و تصویر او پول فریب دهند. در این پرونده شکایت، وزن از یوتیوب خواسته اند به سرعت در برابر این کلاهبرداری بیت کوین را حذف کند. یوتیوب مخالف سیاست های این شبکه اجتماعی است. کلاهبرداری را از پلتفرم حذف کند. در سه

در پی حمله هکری بیت کوین در یوتیوب، استیو وزنیاک، هم بنیان گذار اپل، به دلیل سوءاستفاده از نام و تصویرش برای مقاصد کلاهبرداری، از یوتیوب شکایت کرده است. به گزارش زومیت چند روز پیش، توییتر با حمله کلاهبرداری بیت کوین روبرو شد و هکرها با کنترل تعدادی از حساب های افراد مشهور، تقریباً ۵/۱۲ بیت کوین به جیب زدند. طبق گفته این شبکه اجتماعی، حمله هکری با مهندسی اجتماعی انجام نشده است و همچنان این پلتفرم درباره چگونگی هک شدن حساب های کاربری تحقیق می کند. کاربران شبکه های اجتماعی بهترین طعمه برای سودجویی هکرها هستند؛ هکرها می که با استفاده از اعتبار حساب های کاربری افراد مشهور، کاربران را فریب می دهند. علاوه بر توییتر، هکرها کنترل تعداد زیادی از حساب های یوتیوب را به دست گرفته اند و با ترغیب های

قیمت تجهیزات آزمایشگاه های نانوفناوری به یک چهارم کاهش یافت

نانوفناوری یکی از حوزه های علمی است که چند سالی است با اتساک به توان داخلی روندی رو به رشد دارد، اما توسعه این حوزه فناورانه بدون تامین زیرساخت های آزمایشگاهی ممکن نیست. با



یک تلاش دانش بنیانی این نیازها با یک چهارم قیمت خارجی تامین شد. شرکت دانش بنیان سامانه تجهیز دانش هشت سالی است که در زمینه ساخت تجهیزات مرتبط با آزمایشگاه های میکرو و نانوفناوری فعالیت می کند. این شرکت، مجموعه کاملی از زنجیره تجهیزات مورد نیاز برای راه اندازی آزمایشگاه های ساخت حسگرهای میکرو و نانو، کیت های میکروفلوئیدیک، لیتوگرافی و لایه نشانی را تولید می کند. بنا به گفته علی اکبر وکیلی، مدیرعامل این شرکت دانش بنیان، از جمله مهم ترین تجهیزات این شرکت می توان به اسپین کوتر، لیتوگرافی مسکالاینر، سلول های اچینگ، سیستم های لایه نشانی اسپاترینگ، پلاسما کلینر، گلاوباکس، کوره خلأ و پمپ سرنگ اشاره کرد. دیگر محصولات این شرکت شامل

تجهیزات ایزولاسیون اتمسفری (گلاوباکس) های مورد نیاز در صنعت باتری لیتیومی و سلول خورشیدی و سیستم های تزریق خودکاری نانولیتتری (پمپ های سرنگی) می شود.

پوشش دهی دورانی روشی رایج، در علوم و مهندسی، برای نشان دادن لایه های نازک و یکنواخت مواد بر روی یک زیرساخت مسطح است. در این روش معمولاً از یک ماده محلول مانند لاک نوری برای لایه زنی استفاده می شود. لیتوگرافی هم یکی از بهترین روش ها برای انتقال الگو از ماسک به سطح زیرلایه است. در ساخت ادوات میکرو و یا نانو در برخی مواقع نیاز است که چندین لایه بر روی یک زیرلایه اضافه و یا حذف شود. سیستم لیتوگرافی با ماژول حرکتی ۵ درجه آزادی زیرلایه و دوربین نسبت به ماسک این امکان را فراهم می آورد. در این سیستم پس از هم تراز کردن ماسک نسبت به زیرلایه توسط ماژول، نوردهی کنترل شده بر روی ماده حساس به نور صورت می گیرد.

هوش مصنوعی از بانوان باردار مراقبت می کند

همگرا معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری به این تیم برای شتابدهی تولید محصول کمک کرد. این سامانه چهار محصول جانبی دارد. دستگاه های اندازه گیری فشار خون، قند خون و ضربان قلب



جنین، ترازو نیز محصول جانبی دیگر آن است. داده های اندازه گیری شده توسط دستگاه ها توسط سخت افزار هوشمند به تلفن همراه فرد منتقل می شود. پس از آن این داده ها با فناوری هوش مصنوعی به کار رفته در سامانه تحلیل شده و اگر مشکلی وجود داشته باشد برای پزشک فرد ارسال می شود. یک پنل هم برای پزشک فرد تعریف شده است و ارسال اطلاعات به او از طریق این پنل انجام می شود. البته استفاده از آن مختص بانوان باردار نیست و قابل تعمیم برای تمام افراد است. با این محصول فرهنگ خودمراقبتی گسترش می یابد و آرامش و امنیت خاطر در خانواده بیمارار ایجاد می شود. همچنین حذف خطای انسانی در جمع آوری داده های سلامت از مزایای دیگر تولید این محصول فناورانه است.

سامانه خودمراقبتی هوشمند برای دوران بارداری بانوان تولید شد. هوش مصنوعی فناوری کلیدی است که در این محصول به کار رفته است. همچنین بخش مهمی از آن مربوط به کلان داده ها و پردازش آنها است. این محصول یک مجموعه پیکارچه از تجهیزات پزشکی و اپلیکیشن تلفن همراه است که به هوشمند شدن مراقبت های بارداری کمک می کند؛ راهکاری که ارتباط موثر پزشک با بیمار و آرامش خاطر بیمارار را هدف قرار داده است. اندازه گیری و ثبت هوشمند شاخص های سلامت، یادآوری زمان اندازه گیری ها و ویژگی های زمان بارداری و دارو، اشتراک گذاری پرونده سلامت، تحلیل روند سلامت، امکان پایش سلامت، ارائه محتوای آموزشی و پیشنهادات شخصی سازی شده، اطلاع رسانی شرایط مادر به اقوام در مواقع لزوم و نمایش تغییرات بدن مادر برخی از ویژگی های این سامانه است. شرکت فناور راهکار هوشمند سینا این محصول را تولید کرده است. البته حضور در دوره های پیش شتابدهی مرکز فناوری های



سامانه‌های حمل‌ونقل هوشمند با استانداردهای ملی همراه می‌شود

این روزها هوشمندسازی به همه صنایع کشور رخنه کرده است؛ کاری که قرار است زندگی مردم را با پیشرفت‌های فناورانه هماهنگ‌تر کند. هوشمندسازی حمل‌ونقل هم یکی از اتفاقاتی است که باید براساس استانداردهای ملی و جهانی اجرایی شود. قرار است این روند با برگزاری رویدادی فناورانه تسهیل شود.

نخستین وبینار تخصصی «استانداردسازی تجهیزات کنسار جاده‌ای و سامانه‌های حمل‌ونقل هوشمند» رویدادی است که با کمک همه بازیگران این حوزه زمینه اجرایی شدن این اتفاق را فراهم می‌کند. این رویداد با حضور کارشناسان و صاحب نظران این حوزه هفتم مردادماه برگزار می‌شود.

یادداشت



مشتری مداخلات شناختی

ایجاد می‌کند، اما لازمه استفاده مناسب از مداخلات محیطی، اطلاع از نحوه تعامل مغز و محیط پیرامونی است. علوم و فناوری‌های شناختی از طریق همکاری‌های بین‌بخشی و فرابخشی با حوزه‌های متنوع جامعه‌شناسی، اقتصاد، انسان‌شناسی، هنر و فرهنگ در کنار حوزه‌های مختلف علوم اعصاب، چنین دانشی را در اختیار ما قرار می‌دهد.

اجرای مداخلات شناختی در مورد هر یک از پردازش‌های شناختی، مستلزم رعایت ظرافت‌های بسیاری است. این ظرافت‌ها با توجه به مخاطبان مختلف این مداخلات، از کودکان پیش‌دبستانی تا سالمندان و از افراد دچار نقائص شناختی مانند افراد دچار آلزایمر تا افراد دارای توانمندی‌های شناختی، مانند مدیران یا فرماندهان، طیف بسیار گسترده‌ای را دربر می‌گیرد. در یک نگاه کلی، هر کس که از مغز خود برای زندگی یا کار استفاده می‌کند، می‌تواند مشتری مداخلات شناختی باشد. این موضوع بازار گسترده‌ای را برای ارائه خدمات شناختی ایجاد می‌کند که از آموزش و پرورش و آموزش عالی تا بیماری‌های نورولوژیک، بیماری‌های روانپزشکی و حتی تربیت مدیران ارشد و فرماندهان نظامی و انتظامی گسترش دارد.

حامد اختیاری/ عضو هیات علمی پژوهشکده علوم شناختی: بدن انسان در ارتباط با مغز به پردازش‌های شناختی مغز جهت می‌دهد. مطالعات نشان می‌دهد قطع دست یا پا حتی پس از بهبودی کامل به میزان فوق‌العاده‌ای، نوع و کیفیت پردازش‌های عالی مغزی را که در ظاهر ربطی هم به دست و پا ندارند (مانند قضاوت یا تصمیم‌گیری) تحت تأثیر قرار می‌دهد. حتی یک تغییر کوچک در بدن نیز می‌تواند پردازش‌های شناختی را تحت تأثیر قرار دهد. اگر یک خودکار را در دهان خود بین دندان‌های خویش به گونه‌ای قرار دهید که دهان شما را با حالتی شبیه خندیدن باز نگه دارد و سپس در یک آزمون، میزان جذاب بودن گروهی از تصاویر را امتیازبندی کنید، در مقایسه با وضعیت دهان بسته، امتیاز بالاتری به جذابیت تصاویر خواهید داد.

از بدن که خارج ششویم محیط پیرامونی نیز در عملکرد مغز مؤثر است، به ما توصیه می‌کنند که دوستان خود را به دقت انتخاب کنیم یا به افراد درگیر در اعتیاد تأکید می‌شود که از مواجهه با محیط‌هایی که قبلاً در آنها مواد مصرف می‌کرده‌اند، خودداری کنند اثرگذاری محیط بر عملکردهای مغز، فرصت‌های زیادی را برای مداخلات شناختی

معافیت بیمه‌ای به بیش از ۸۵۰ شرکت دانش‌بنیان رسید

رئیس مرکز شرکت‌ها و موسسات دانش‌بنیان معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری خبر از استفاده بیش از ۸۵۰ شرکت دانش‌بنیان از معافیت‌های بیمه‌ای داد.

محمد صاحبکار خراسانی با اشاره به معافیت‌های بیمه‌ای ذیل بخشنامه ۱۴/۱۲ سازمان تأمین اجتماعی گفت: با همکاری سازمان تأمین اجتماعی، بخشنامه ۱۴/۱۲ این سازمان در اواخر سال ۱۳۹۷ صادر شد و بر این اساس تمامی قراردادهای دانش‌بنیان که به تأیید معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری برسد، از پرداخت حق بیمه قراردادهای معاف شده‌اند.

صاحبکار خراسانی ادامه داد: از سال ۹۷ که معافیت پرداخت حق بیمه قراردادهای دانش‌بنیان به جریان افتاد، بیش از ۸۵۰ شرکت دانش‌بنیان توانستند از معافیت‌های بیمه‌ای بهره‌مند شوند.

به گفته وی، متقاضیان برای استفاده از این معافیت باید موارد خواسته شده در فرم درخواست را که اعم از موضوع قرارداد، نام کارفرما، تاریخ آغاز و پایان و مبلغ قرارداد است را تکمیل و در ادامه فایل تصویر قرارداد و تصویر نامه اتمام را بارگذاری و پس از بازبینی کلیه اطلاعات وارد شده، درخواست خود را ثبت کنند.

شعبات تخصصی بیمه تأمین اجتماعی در کشور دایر می‌شود رئیس مرکز شرکت‌ها و موسسات دانش‌بنیان معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری با اشاره به قوانین و بخشنامه‌های متعدد بیمه‌ای و نیاز شرکت‌های دانش‌بنیان به دانستن این موارد گفت: از سال ۱۳۹۴ خدمات مشاوره‌ای رایگان بیمه‌ای برای شرکت‌های دانش‌بنیان در نظر گرفته شد که در سال ۱۳۹۸ چیزی نزدیک به ۲۶۰ شرکت از مشاوره‌های بیمه‌ای مرکز دانش‌بنیان استفاده کردند.

صاحبکار خراسانی همچنین بیان کرد: با تمام تلاش‌هایی که مرکز شرکت‌ها و موسسات دانش‌بنیان برای کاهش مشکلات بیمه‌ای شرکت‌های دانش‌بنیان انجام داده است اما همچنان برخی از مشکلات برای شرکت‌ها وجود دارد که بایستی با همت و تلاش مضاعف این مشکلات در سال‌های آتی به حداقل برسد و شرکت‌های دانش‌بنیان با آسودگی بیشتر بتوانند به فعالیت‌های خود بپردازند.

رئیس مرکز شرکت‌ها و موسسات دانش‌بنیان معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری همچنین به ایجاد شعبات تخصصی بیمه برای شرکت‌های دانش‌بنیان اشاره کرد و گفت: به منظور یکپارچگی در اجرای قوانین و رسیدگی تخصصی به امور بیمه‌ای شرکت‌های دانش‌بنیان، شعبه‌های خاصی در تهران، اصفهان، خوزستان، فارس، بوشهر، اردبیل، زنجان، مازندران و قزوین تعیین شده است که اطلاعات آنها در سایت Daneshbonyan.ir آمده است و شرکت‌های دانش‌بنیان در صورت تمایل می‌توانند با مراجعه به واحد درآمد شعبات معرفی شده در هر استان، نسبت به انتقال کد کارگاهی و دیگر امورات بیمه‌ای خود اقدام کنند.

صاحبکار خراسانی ابراز امیدواری کرد با همکاری ادارات کل بیمه تأمین اجتماعی در سایر استان‌ها، این شعبات تخصصی در تمامی



ری بیت کوین از یوتیوب شکایت می‌کند

۶ میلیون ویدئو حذف کرده و نزدیک به ۲ میلیون حساب کاربری مغایر با سیاست‌های خود را بسته است. نکته جالب این است هفته گذشته دادگاه از توئیتر بابت اقدام سریع علیه هرکرا تقدیر کرده است. در همان روز هک شدن حساب‌های توئیتر، این شبکه اجتماعی در اقدامی سریع و قاطعانه تمامی حساب‌های هک شده را بست و تا حدی توانست از کاربرانش در برابر هک شدن محافظت کند. در مقابل، هک‌های بیت‌کوینی ماه‌هاست در یوتیوب وجود دارند و در این شبکه تبلیغ می‌شوند و یوتیوب به‌طور غیرمستقیم از آنها سود کسب می‌کند. در پایان، باید خاطر نشان کنیم کلاهبرداری‌های بیت‌کوینی همچنان در یوتیوب ادامه دارند و سودجویان در حمله هکری در این شبکه برای سرعت پول از کاربران آن ویدئو و عکس‌های کارآفرینان فناوری مشهور از جمله استیو ورنیاک استفاده می‌کنند.

بیت کوین ارسال کنند. یکی از چهره‌های دجویی خود استفاده کرده‌اند، استیو ورنیاک، از یوتیوب شکایت کرده است. در واقع به گفته استفاده کرده‌اند تا کاربران را برای ارسال پاک همراه با ۱۷ قربانی دیگر این کلاهبرداری اقدام هرکرا واکنش نشان دهد و ویدئوهای به به رسانه بلومبرگ گفته این حمله هکری است و شرکت نام‌برده تلاش می‌کند ویدئوهای ماهه اول سال، این شبکه اجتماعی بیش از

فرهنگ مهارت آموزی در میان خانواده‌ها نهادینه شود

فارغ‌التحصیل می‌شوند ولی وقتی برای اشتغال مراجعه می‌کنند متأسفانه مهارتی برای شغل ندارند و این نشان می‌دهد که در دانشگاه‌ها بیشتر به مباحث نظری توجه می‌شود و به مباحث عملی و مهارتی برای آینده شغلی فرد در سن اشتغال کمتر پرداخته می‌شود.

فلاح‌نژاد با اشاره به اهمیت مهارت‌آموزی در اشتغال خاطر نشان کرد: مسئله مهارت در سایر کشورها خیلی بیشتر از کشور ما به آن توجه شده است و در آن کشورها به افراد جوان دارای مهارت اهمیت بسیار زیادی برای کسب شغل می‌دهند، بنابراین در کشور ما نیز باید برنامه‌ریزی‌ها به گونه‌ای باشد که این موضوع در اولویت سرفصل‌های آموزشی قرار گیرد تا مسیر ارتقا از کسب مهارت آغاز شود و آموزش‌های مهارتی از سن پایین‌تر برای افراد طراحی شود. وی ادامه داد: اگر امروز در جامعه آموزش‌های مهارتی نهادینه شود و نسبت به توانمندسازی جوانان اهتمام شود شرایط اشتغال بهتر خواهد شد.



مدیر کل تعاون، کار و رفاه اجتماعی استان البرز گفت یکی از موضوعاتی که در جامعه باید به آن بپردازیم نهادینه کردن فرهنگ مهارت‌آموزی در میان خانواده‌ها برای پیشرفت آینده شغلی فرزندان است. به گزارش ایسنا، حسین فلاح‌نژاد در سومین جلسه شورای هماهنگی دستگاه‌های زیرمجموعه تعاون، کار و رفاه اجتماعی استان که روز یکشنبه پنجم مرداد به میزبانی اداره کل فنی و حرفه‌ای استان به مناسبت هفته ملی مهارت در این اداره کل برگزار شد، ضمن تبریک هفته ملی مهارت و کارآفرینی به جامعه فنی و حرفه‌ای استان اظهار کرد: امروزه متأسفانه در کشور در فضای اشتغال با یک فقر مهارتی روبه‌رو هستیم و حتی بسیاری از فارغ‌التحصیلان دانشگاهی فارغ از اینکه مدارک تحصیلی‌شان در چه رشته و رشته‌ای است برای ورود به بازار کار چه در بخش خصوصی و یا دولتی هیچ‌گونه مهارتی ندارند.

به گزارش ایسنا، وی افزود: سالانه افراد زیادی از دانشگاه

سیستم جامع غربالگری اوتیسم تولید شد

هوشمندی در اختیار کادر درمان قرار می‌گیرد تا با استفاده از آنها، از یک بعد دیگر پاسخ‌ها و رفتار کودک را ارزیابی کند. مدیرعامل شرکت دانش‌بنیان فناوران شناختی پارس در ادامه گفت: این دستگاه کودکان



یک و نیم ساله تا پنج ساله را مورد ارزیابی قرار می‌دهد. دستگاه جامع غربالگری اوتیسم از طریق شبکه آنلاین به مرکز داده‌های شرکت متصل است. داده‌هایی که توسط دستگاه جمع‌آوری شده است، به مرکز تحلیل و ارزیابی داده شرکت منتقل می‌شود و پاسخ مناسب برای مرکز درمانی ارسال می‌شود. وی همچنین افزود: همچنین این دستگاه مجهز به یک سامانه هوشمند صوتی است که صدای گریه کودک را تحلیل می‌کند و از طریق تحلیل صدا، نتایج لازم را در اختیار کادر درمان قرار می‌دهد. این سیستم در دو مدل متفاوت عرضه می‌شود یک مدل از دستگاه مجهز به یک روبات است و حدود دو متر و نیم ارتفاع دارد. مدل ساده‌تر دستگاه بدون ربات است و تنها نیم متر ارتفاع دارد.

سیستم جامع غربالگری اوتیسم، دستگاهی است که در مراکز بهداشتی نصب می‌شود و به کادر درمانی کمک می‌کند تا غربالگری اولیه را در مورد کودکان مبتلا به اوتیسم انجام دهد. این دستگاه توسط یک شرکت دانش‌بنیان تولید شده است. هر سال، تعدادی از کودکان به دنیا آمده در کشور به بیماری اوتیسم مبتلا می‌شوند. تشخیص و غربالگری اولیه در مورد این بیماری بسیار مهم است و باعث می‌شود تا اقدامات درمانی و حمایتی لازم در مورد بیماران صورت گیرد.

مدیرعامل شرکت دانش‌بنیان فناوران شناختی پارس گفت: سیستم جامع غربالگری اوتیسم، یک دستگاه چند بعدی است که به کادر درمان کمک می‌کند تا غربالگری اولیه را در مورد کودکان مبتلا به اوتیسم انجام دهد. این دستگاه با استفاده از یک دوربین، رفتارهای کودک را تحلیل می‌کند. این دستگاه مجهز به بازی‌های هوشمند است تا با استفاده از آنها، احتمال ابتلای کودک به اوتیسم را بررسی کند. همچنین پرسشنامه‌های الکترونیکی

ایستگاه بازاریابی

کدام کسب و کارهای آنلاین اکنون وارد دنیای آنلاین شده‌اند؟
کسب و کارهای سنتی در کالبد آنلاین

به قلم: جنیفر اسپنسر کارشناس مدیریت کسب و کار
ترجمه: علی آل علی

ادامه فعالیت در دنیای کسب و کار بدون هماهنگی با تغییرات جدید امکان پذیر نیست. بسیاری از کسب و کارهای سنتی اکنون در دنیای آنلاین مشغول ارائه خدمات به مشتریان هستند. اگر برند ما در میان جریان سریع تغییر و تحول کسب و کارها همچنان به شیوه‌های سنتی‌اش پایبند بماند، به احتمال زیاد سرنوشتی بهتر از شکست نخواهد داشت. ما در این مقاله نگاهی به سه کسب و کار سنتی که اکنون وارد عرصه آنلاین شده‌اند، خواهیم انداخت. مثال‌های مورد بحث در این مقاله به خوبی اهمیت ورود به عرصه کسب و کار آنلاین را نشان می‌دهد.

خدمات درمانی و پزشکی

اغلب خدمات درمانی و پزشکی در طول دوران کرونا به صورت آنلاین ارائه می‌شد. بسیاری از بیمارستان‌ها برای جلوگیری از مراجع بی‌دلیل بیمارستان، به جز بیماران کرونایی، حضور فعالی در فضای آنلاین داشتند. این امر عرصه خدمات درمانی و پزشکی را وارد حوزه تازه‌ای کرد. اغلب مردم به صورت سنتی انتظار مشاهده موسسه‌های درمانی و پزشکی در حوزه آنلاین را ندارند. با این حال بحران کرونا اغلب بیمارستان‌ها را به سوی ارائه خدمات آنلاین سوق داد.

بسیاری از کارشناس‌ها عرصه بهداشت ارائه خدمات بهداشتی به صورت آنلاین را از مدت‌ها قبل مدنظر داشتند. این امر به دلیل عادت اغلب بیمارستان‌ها و پزشکان به ارائه خدمات به صورت حضوری تا زمان شیوع کرونا به تعویق افتاد. اکنون اغلب بیمارستان‌ها و موسسه‌های بهداشتی به صورت آنلاین به بیماران غیرمبتلا به کرونا یا دیگر انواع بیماری‌های سخت کمک‌رسانی می‌کنند.

مشاوره املاک

مشاوران املاک در یکی از سنتی‌ترین صنایع دنیا فعالیت دارند. سابقه مشاوره در زمینه خرید و فروش املاک به قرن‌ها پیش می‌رسد. نکته مهم در این میان جهت‌گیری اغلب برندهای معتبر در این عرصه به سوی ارائه خدمات آنلاین است. دلیل این امر امکان تعامل هرچه بهتر با مخاطب هدف و همچنین ارائه اطلاعات دقیق‌تر است. بدون تردید مشاوران املاک به طور سنتی در طول روز توانایی پاسخگویی به تعداد اندکی از مشتریان را دارند. با این حال در صورت استفاده از خدمات آنلاین خدمت‌رسانی به مشتریان سرعت بیشتری خواهد گرفت. همچنین امکان ارائه خدمات به مشتریان مختلف در زمان واحد نیز فراهم خواهد شد.

بر اساس گزارش موسسه فوربس تا پایان سال ۲۰۱۹ ارزش مشاوره آنلاین در حوزه املاک به بیش از ۱۰۰ میلیارد دلار رسیده است بنابراین حضور در این عرصه اهمیت بسیار زیادی برای کسب و کارها خواهد داشت. اگر شما نیز به دنبال حضور در صنعت مشاوره املاک هستید، بدون نیاز به سرمایه اولیه قابل توجه امکان توسعه موسسه مشاوره آنلاین‌تان را خواهید داشت. امروزه استفاده از فناوری‌های نوین برای شروع کسب و کار نیز بسیار منطقی به نظر می‌رسد.

خدمات خانگی

خرید لوازم خانه مانند مبلمان و تجهیزات آشپزخانه همیشه یکی از جذاب‌ترین کارهای ممکن است. بسیاری از خانواده‌ها برای به روز رسانی تجهیزات خانه‌شان اقدام به خرید از خرده‌فروشی‌های بزرگ می‌کنند. این صنعت در طول دوران شیوع ویروس کرونا ضررهای بسیار زیادی را متحمل شده است. یکی از نکات جالب در این میان ادامه فروش، هرچند محدود، فروشگاه‌های آنلاین در بازه زمانی شیوع کرونا بود. با این حساب ارائه لوازم خانگی به صورت آنلاین مزیت‌های بسیار زیادی برای برندها در پی دارد. مهم‌ترین مزیت در این میان امکان کاهش قابل توجه هزینه‌های جاری است. خرده‌فروشی‌های حضوری نیازمند تهیه فضای به نسبت بزرگ برای نمایش محصولات است. استفاده از سایت‌های دارای طراحی زیبا و چشم‌نواز امکان نمایش محصولات خانه به صورت سه بعدی و بدون نیاز به پرداخت هزینه گزاف برای خرید یا اجاره فضای خرده‌فروشی را فراهم می‌سازد.

امروزه اغلب کسب و کارها به طور فزاینده‌ای در فضای آنلاین حضور پیدا می‌کنند. این امر به سرعت در تمام حوزه‌ها گسترش پیدا خواهد کرد بنابراین شما نیز در کسب و کارتان باید به فکر حضور در چنین فضایی باشید. در غیر این صورت امکان موفقیت برای شما فراهم نخواهد شد.

منبع: entrepreneur.com



افسانه‌های بازاریابی در شبکه‌های اجتماعی

بررسی باورهای غلط در دنیای بازاریابی دیجیتال



داشته است. این نکته اهمیت بسیار زیادی در تحول دنیای بازاریابی آنلاین بازی کرده است. امروزه برخی از کارآفرینان و بازاریاب‌ها استفاده از ایمیل در زمین بازاریابی را فاقد کارایی لازم می‌دانند. این نکته بسیار عجیب به نظر می‌رسد. امروزه هنوز هم امکان استفاده از سرویس‌های ایمیل برای بازاریابی وجود دارد. بسیاری از مردم همچنان از سرویس‌های ایمیل برای ارتباط و تعامل با یکدیگر استفاده می‌کنند. شاهد اصلی این امر چک کردن ایمیل در ابتدای روز از سوی اغلب مردم است.

کنار گذاشتن الگوی بازاریابی ایمیلی به خاطر افزایش محبوبیت شبکه‌های اجتماعی به هیچ وجه ایده منطقی نیست. ما در زمینه بازاریابی باید اقدام به استفاده از تمام امکانات در دسترس مان کنیم. در غیر این صورت نتیجه کار همراه با پشیمانی خواهد بود.

دخالت تیم مدیریتی در فرآیند بازاریابی مشکلی ندارد

بازاریابی محتوایی یکی از بخش‌های اصلی بازاریابی در شبکه‌های اجتماعی محسوب می‌شود. امروزه تمام برندها برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف نیازمند محتوای جذاب و تعاملی هستند. این امر نوعی گرایش اساسی در میان برندها محسوب می‌شود. هرچه محتوای ما جذاب‌تر و هماهنگ‌تر با سلیقه مشتریان باشد، شانس فروش‌مان نیز بیشتر خواهد بود.

برخی از برندها در زمینه بازاریابی محتوایی تمایل به استفاده از نظرات تیم مدیریتی به صورت وسیع دارند. نکته مهم در این میان ایجاد آزادی عمل برای کارشناس‌های بازاریابی در شرکت است. نتیجه این امر امکان بازاریابی و تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف به صورت حرفه‌ای خواهد بود. دخالت تیم مدیریتی در تمام امور بازاریابی به هیچ روی ایده مناسبی نیست. این امر اغلب موجب ناتوانی برندها برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف خواهد شد. توصیه اساسی ما در این بخش تلاش برای ایجاد بخشی مستقل برای بازاریابی در شرکت است بنابراین باید نسبت به همکاری با دست کم ۲ یا ۳ بازاریاب در بردن اقدام نمایید.

بازاریابی در شبکه‌های اجتماعی و بازاریابی محتوایی کاملا متفاوتند

همانطور که پیش نیز اشاره شد، بازاریابی در شبکه‌های اجتماعی بدون تولید محتوای جذاب امکان‌ناپذیر است. برخی از برندها در طول سال‌های اخیر بدون دلیل خاصی اقدام به ایجاد تمایز میان بخش بازاریابی در شبکه‌های اجتماعی و الگوی محتوایی کرده‌اند. نتیجه این امر عدم موفقیت در جلب نظر کاربران پلتفرم‌های آنلاین خواهد بود. برند ما باید همیشه نسبت به ترکیب الگوهای بازاریابی برای موفقیت بیشتر در عرصه عملی کسب و کار توجه نشان دهد. در غیر این صورت توانایی رقابت با دیگر برندها را نخواهیم داشت.

محدودسازی عنوان اصلی کمپین بازاریابی

محدودسازی عنوان اصلی محتوای بازاریابی یکی از شگردهای قدیمی در زمینه بازاریابی محسوب می‌شود. ایده اصلی این شیوه بازاریابی تلاش برای ایجاد رمز و راز در فرآیند طراحی کمپین به منظور جلب نظر مساعد مخاطب هدف است. بدون تردید این ایده جذابیت‌های خاصی در طول دهه‌های گذشته داشته است، اما در زمان کنونی دیگر کارایی ندارد. امروزه کاربران در شبکه‌های اجتماعی تمایل به آگاهی نسبت به تمام جزئیات برندها هستند. این امر حتی در زمینه آشنایی با پشت صحنه تولید محصولات از سوی برندها نیز مشاهده می‌شود. بنابراین تلاش برای محضی‌کاری در زمینه تولید محتوای بازاریابی به هیچ روی نتیجه مناسبی در پی نخواهد داشت.

برخی از برندها در زمینه رونمایی از محصولات تازه‌شان الگوی ارائه اطلاعات محدود را مورد توجه قرار می‌دهند. این امر یکی از عجیب‌ترین گرایش‌ها در زمینه بازاریابی محسوب می‌شود. وقتی ما

به قلم: تام پومارونیس کارشناس بازاریابی و مدیر بخش نوآوری موسسه Massive Alliance

ترجمه: علی آل علی

یکی از چالش‌های اصلی فعالیت در دنیای کارآفرینی مقابله با شایعات و باورهای غلط است. امروزه بسیاری از کارآفرینان و بازاریاب‌ها در حوزه تخصصی‌شان با چنین مشکلی مواجه هستند. وقتی ما اصول اساسی کسب و کارمان را به صورت اشتباه متوجه شویم، تلاش برای بهبود وضعیت بیشتر شبیه شوخی خواهد بود. این نکته در خصوص بازاریابی آنلاین در شبکه‌های اجتماعی اهمیت بسیار زیادی دارد. برندهای مختلف در طول سال هزینه بسیار زیادی برای بازاریابی در شبکه‌های اجتماعی انجام می‌دهند. این امر به دلیل اهمیت روزافزون شبکه‌های اجتماعی و همچنین سطح تاثیرگذاری آنها بر روی مخاطب هدف است. نکته مهم در این میان احتمال هدررفت تمام هزینه‌های شرکت در صورت استفاده از تکنیک‌ها و اتکا به اصول اشتباه است. هدف اصلی ما در مقاله کنونی بررسی برخی از شایعات و افسانه‌های بازاریابی در شبکه‌های اجتماعی است. به این ترتیب شما فرصت بهتری برای بازاریابی بدون توجه به این شایعات و افسانه‌های جعلی خواهید داشت.

امکان صرف نظر آسان از نظرات منفی

دریافت نظرات منفی در شبکه‌های اجتماعی امری رایج است. بسیاری از برندها در ذیل پست‌های‌شان نظرات مختلفی دریافت می‌کنند. بدون تردید کمتر برندی توانایی جلب نظر مساعد تمام مشتریان در یک بازار را دارد بنابراین مواجهه با نظرات منفی امری طبیعی خواهد بود. همچنین باید نسبت به استفاده از نظرات منفی برای بهبود وضعیت کسب و کار نیز توجه داشته باشیم.

برخی از برندها در مواجهه با نظرات منفی کاربران در شبکه‌های اجتماعی کمترین توجهی به آنها نمی‌کنند بنابراین ما شاهد عملکرد یکسان برندهای مختلف در زمینه بازاریابی برای مدت زمانی طولانی هستیم. این افسانه در دنیای بازاریابی قدمت به نسبت زیادی دارد. نکته مهم در اینجا تلاش برای تغییر رویه برندگان برای استفاده از نظرات منفی و انتقادات کاربران است. برخی از برندهای بزرگ با استفاده از همین انتقادات موفق به جلب نظر دامنه هرچه وسیع‌تری از مشتریان شده‌اند.

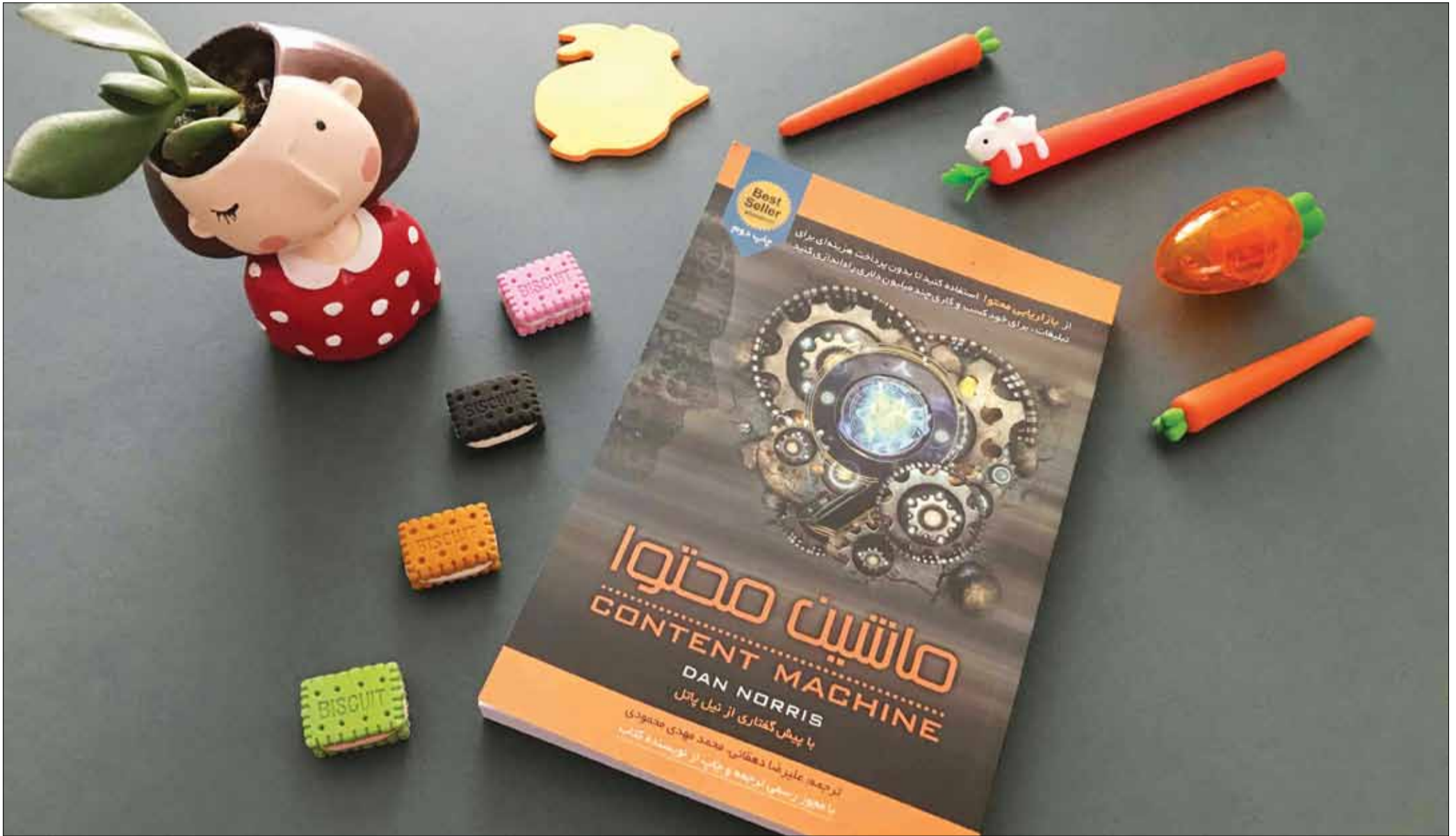
مت بروسارد به عنوان یک کارشناس بازاریابی کارکننده نسبت به استفاده از نظرات منفی کاربران در شبکه‌های اجتماعی دید مثبتی دارد. توجه وی بیشتر معطوف به نحوه استفاده از نظرات کاربران در شبکه‌های اجتماعی است. بر این اساس اگر ما توجه چندانی به نظرات منفی نداشته باشیم، گزینه حذف سریع آنها از پست‌های‌مان ایده جالبی خواهد بود. تاثیر این امر تردید هرچه بیشتر کاربران نسبت به صداقت برند ما در زمینه کسب و کار و بازاریابی است بی‌تردید وقتی اعتماد کاربران به یک برند خدشه‌دار شود، تعامل با آنها بسیار دشوار خواهد بود.

عدم کارایی ایمیل‌ها

شبکه‌های اجتماعی در طول سال‌های اخیر توسعه بسیار زیادی پیدا کرده‌اند. این امر در تمام کشورهای دنیا قابل مشاهده است. برخی از بازاریاب‌ها در پی توسعه شبکه‌های اجتماعی اقدام به بی‌توجهی نسبت به سایر پلتفرم‌های ارتباطی کرده‌اند. سرویس‌های ایمیل مدت زمان بسیار بیشتری به نسبت شبکه‌های اجتماعی در دسترس کاربران قرار

منبع: entrepreneur.com

معرفی کتاب ماشین محتوا نوشته دن نورس



سپس، دن نورس پنج رشته محتوای ضروری را برای بازاریابان محتوا موردبهمورد شرح می‌دهد. در اینجا، تمرکز بر کارهایی است که می‌توانید بعد از به‌دست‌آوردن ایمیل طرفداران‌تان انجام بدهید. علاوه‌براین، مدیریت افراد تأثیرگذار و برقراری ارتباط با آنها می‌تواند راه مؤثری در دیده‌شدن‌تان باشد. در این باره شرح مفصلي در این فصل می‌خوانید. در ادامه، فهرستی از استانداردهای محتوای باکیفیت برای ارزیابی ارزش محتوا پیش روی شما قرار داده شده است که با کمک آن می‌توانید محتوای خلق‌شده‌تان را بسنجید. در این قسمت، دن نورس درباره ریزترین جزئیات تولید محتوا از جمله سبک تصاویر، چکیده پست‌ها، یادداشت‌های ویرایشی و درنهایت وظایفی که درون وردپس باید هر نویسنده انجام دهد، راهنمایی‌های مفیدی ارائه و در پایان، درباره شبکه‌های اجتماعی و استراتژی آنها نیز توضیحاتی داده است.

کلام آخر

در کلام آخر، توصیه‌هایی کلی و مهم در مسیر بازاریابی محتوا را می‌خوانید که کمک‌تان می‌کند جزو ۵ درصد افرادی باشید که کارها را به‌طور مؤثر و پرسر انجام می‌دهند. در انتهای کتاب، واژه‌نامه‌ای در اختیارتان است که درباره برخی واژه‌های استفاده‌شده در متن کتاب شرح مختصری داده شده است.

درباره کتاب

کتاب ماشین محتوا اثری از دن نورس، کارآفرین برگزیده در حوزه بازاریابی محتوا، در سال ۲۰۱۵ در ۲۲۶ صفحه منتشر شد. می‌توان گفت این کتاب یکی از کتاب‌های مرجع و اصلی در زمینه بازاریابی محتوا است. نورس علاوه‌بر این کتاب، منابعی روی وسایت کتاب منتشر کرده است که برای انجام کارهای عملی کاربرد دارد که در متن به آنها توصیه شده است.

کتاب ماشین محتوا را دکتر علیرضا دهقانی در سال ۱۳۹۷ به فارسی ترجمه و نشر کانون ترجمان سابق (نورندوبوک فعلی) آن را با مجوز رسمی از مؤلف کتاب، منتشر کرده است. ناگفته نماند محمدمهدی محمودی نیز در ترجمه این کتاب مشارکت کرده است.

چه کسانی باید این کتاب را بخوانند؟

برای بازاریابان محتوا که تازه می‌خواهند مسیرشان را شروع کنند یا وبلاگ‌نویسانی که به تغییر نگرش خود در وبلاگ‌نویسی تمایل دارند و می‌خواهند مؤثرتر و کاربردی‌تر عمل کنند، این کتاب راهنمای بسیار مفیدی است. همچنین، مدیران بخش بازاریابی کسب‌وکار برای چیدن استراتژی و کارآفرینان برای اینکه هزینه‌ای بابت تبلیغات ندهند، می‌توانند از این کتاب استفاده کنند.

درباره نویسنده

دن نورس (Dan Norris)، کارآفرین و بازاریاب محتوای برگزیده و سخنران بین‌المللی است که توانسته با ارائه این کتاب و کتاب «استارت‌آپ هفت‌روزه» به جمع نویسندگان پرفروش آمازون در زمینه کسب‌وکار بیوندد. او پروژه بزرگ وردپرس کرو را در سال ۲۰۱۳ آغاز کرد که شرکتی در حمایت و پشتیبانی از تمام کاربران وردپرس و به ۴۵ عضو تیم در هفت کشور جهان وسعت یافته است. این شرکت هزاران مشتری دارد و در کمتر از دو سال، یک میلیون دلار سود داشته است. دن نورس برای تقویت این پروژه و رساندن آن به این مرحله، از تمام تکنیک‌ها و توصیه‌هایی استفاده کرده که در کتاب ماشین محتوا نوشته است.

بی‌کیفیت تشخیص دهند. بخش جذاب این فصل، تولید ۱۰۰ ایده اول وبلاگ است که با کمک مطالب این بخش، به‌طور کاملاً عملی و با راهکارهای شدنی و ساده‌ای می‌توانید ۱۰۰ ایده اول پست‌های وبلاگ‌تان را آماده و درباره آنها محتوا تولید کنید. در ادامه، موضوع مدیریت ایده‌های محتوا به‌کمک تقویم محتوا و ابزاری برای این کار مطرح شده است. بدون تقویم محتوا و تنها با تکیه بر تولید محتوا، نمی‌توانید بازاریابی موفق کنید. استانداردهای کیفیت محتوا و سنسو محتوای دیگر است که در این فصل به آن پرداخته شده است و راهنماهای گام‌به‌گام برای خلق محتوای باکیفیت هستند.

فصل چهارم

حالا محتوای باکیفیت آماده شده و باید دید گام بعدی چیست. این فصل «تمایز» نام دارد و به این پرسش پاسخ می‌دهد که چگونه بازاریاب محتوای کارآفرین باشیم. دن نورس یکی از بزرگ‌ترین اشتباهات بازاریابان محتوای شکست‌خورده را تمرکز بر نتیجه می‌داند. او معتقد است تمرکز بر استراتژی، عامل موفقیت در این راه است. رویکرد کارآفرینانه به شما کمک می‌کند بازاریاب محتوای موفق باشید. ارائه پیشنهادها، منحصره‌فرد و ایجاد تمایز می‌تواند موفقیت کسب‌وکارتان را تضمین کند. در این فصل، نویسنده از اصطلاحات «پیچ‌کننده» و «آغواکننده» برای محتوای استاندارد و باکیفیت استفاده می‌کند و ماجرای رشد زیاد کسب‌وکار مارکوس شریدان در ساخت استخرهای رودخانه‌ای را شرح می‌دهد.

در ادامه این فصل، درباره فضیلت‌بخشندگی و ارائه رایگان برخی اطلاعات و ابزارهای مفید صحبت می‌شود؛ یعنی موضوعی که از نظر دن نورس حتی در فضای بازاریابی آنلاین نادر است و باعث تمایز شما می‌شود. او از تجربه‌های خودش در این باره می‌گوید که کمک زیادی به دیده‌شدن و شهرت‌ش کرده است. مطلب مهم دیگری که در این فصل به آن پرداخته شده، تحلیلگری محتوا با استفاده از ابزارهای موجود است. اینکه چگونه تحلیلگر خوبی باشید و بتوانید از نتایج تحلیل‌های‌تان گزارش تهیه کنید، یکی از کارهایی است که در بازاریابی محتوا باید جدی گرفته شود. برنامه‌ریزی کلیدواژه‌ها، استفاده از گوگل‌ترندز، تحلیل رقیب، سرقت منابع، گزارشگری، هنرمند خوب‌بودن از زیرعنوان‌های دیگر این فصل است. در پایان، زمان ساختن ماشین محتوا فرا رسیده است.

فصل پنجم

عنوان فصل پنجم «مقیاس‌ساخت ماشین محتوا» است. در این فصل، پیداکردن روشی برای راه‌اندازی کسب‌وکار پرباه محتوا و سپس رشد دادن و پایدار نگه‌داشتن این استراتژی در درازمدت، به‌عنوان مفهوم اصلی «ماشین محتوا» توصیف شده است. مؤلفه بسیار مهم در استفاده از بازاریابی محتوا به‌عنوان استراتژی مهم کسب‌وکار، طراحی و تبدیل بازدیدکننده به مشتری است. دن نورس توضیح می‌دهد چطور با طراحی مناسب، حذف جزئیات اضافه، مقارن کردن نوارهای کناری وبلاگ، دقت کردن به جزئیات صفحه، مقایسه خود با بهترین طراحی‌ها و نه تقلید از آنها و مشورت‌گرفتن از متخصصان طراحی، می‌توانید به‌چشم بیایید. قیف تبدیل خودتان را طراحی و ایجاد کنید و از هر یک از انواع آن (ایمیل و محصول و محتوا) بهره بگیرید که برای کارتان مناسب‌تر است. روش طراحی قیف تبدیل، محتوای‌تان را به‌جانبه تحت‌تأثیر قرار می‌دهد.

درآمدی‌اش بعد از استفاده از این ابزار را نشان دهد. نورس درباره وردپرس کرو (Wordpress Curve) که پروژه بسیار موفق او در سطح جهان است، توضیح می‌دهد و می‌گوید هیچ هزینه‌ای صرف تبلیغات آن نمی‌کند؛ بلکه مدیر محتوای تمام‌وقت و چندین نویسنده حقوق‌بگیر پروژه‌ای دارد و روی تولید محتوا به‌عنوان تنها استراتژی بازاریابی تمرکز کرده است. دن نورس می‌گوید:

من استاد دست به کار شدنم. امیدوارم شما هم با داشتن این کتاب دست به کار شوید و با ایجاد وبلاگ یا به‌روزرسانی محتواهای قدیمی‌تان، این کار را انجام دهید. کار روی بازاریابی محتوا را هم‌اکنون شروع کنید.

فصل اول

دن در فصل اول کتاب، به این موضوع می‌پردازد که چگونه با بازاریابی محتوا، کسب‌وکار راه‌اندازی کنیم؟ تعریف ساده‌ای که از بازاریابی محتوا دارد، این است:

بازاریابی محتوا عبارت است از انتشار مطلبی جالب که باعث جلب توجه و اعتمادسازی درباره کسب‌وکار می‌شود.

همچنین، نورس در این فصل تفاوت میان «منطق پول‌سازی» و «توسل به ایمان در بازاریابی محتوا» هستند که دن آنها را با بیانی روان شرح می‌دهد. او معتقد است وبلاگ‌ها خیلی زود جا می‌زنند و دورگرفتن و موردتوجه مردم واقع‌شدن کاری زمان‌بر است. بنابراین، اگر به محتوا ایمان نداشته باشید، ممکن است در میانه راه کار را رها کنید. او دلایل این اتفاق را براساس تجربه شخصی خودش بین سال‌های ۲۰۰۸ تا ۲۰۱۳ موبومو شرح داده است.

فصل دوم

فصل دوم کتاب به اصول بازاریابی محتوا اختصاص یافته است. این بخش از کتاب به شما کمک می‌کند از همین ابتدا، کار را با استراتژی محتوای ۱۰ دقیقه‌ای آغاز کنید تا بعداً کار تولید و انتشار محتوا را هدفمند انجام دهید. در بازاریابی محتوا، علاوه‌بر توجه به اجزای استراتژی، لازم است متوجه باشید که نگرش محتوای شما چیست و درباره هدف‌تان از تولید محتوا کاملاً شفاف باشید. بعد از آن، نورس به بحث مهم مخاطب‌شناسی می‌پردازد و می‌گوید مهم است بدانید برای چه کسی محتوا ایجاد می‌کنید. هدف‌گذاری محتوا در بازاریابی محتوا بسیار حیاتی است.

فصل سوم

موضوع فصل سوم «محتوای باکیفیت» است. کمیت محتوا در مقایسه با کیفیت آن اهمیتی ندارد و یک محتوای باکیفیت از صدها پست وبلاگ بی‌کیفیت ارزش بیشتری دارد. بنابراین، در این فصل دن نورس شما را با چیستی و چگونگی تولید محتوای باکیفیت آشنا می‌کند. از نظر او، محتوای عالی وقتی نتیجه می‌دهد که مردم با آن تعامل کنند و آن را به‌اشتراک بگذارند و دربرداشت نظر بدهند. دن نورس درس‌های آموخته‌شده از محتوای خوب و بدش را در هفت درس بیان می‌کند که این تجربه‌ها کمک فراوانی برای افرادی است که می‌خواهند محتوای باکیفیت تولید کنند و بتوانند آن را از محتوای

برای اینکه از بازاریابی محتوا در کسب‌وکارتان استفاده کنید، نیازمند تولید محتوا هستید. در کتاب «ماشین محتوا» تمام آنچه برای خلق محتوا نیاز دارید، آمده است.

یکی از بهترین روش‌های شناخته‌شده امروز برای پیداکردن مخاطب درست در جای درست، بازاریابی محتوا است. کتاب «ماشین محتوا» نوشته دن نورس، یکی از کارآفرینان سریالی و برگزیده در حوزه بازاریابی محتوا در سراسر جهان، از استراتژی برای به‌کاربردن بازاریابی محتوا صحبت می‌کند. او معتقد است با استفاده از روش بازاریابی محتوا می‌توانید بدون پرداخت هزینه برای تبلیغات، برای خودتان کسب‌وکاری چندمیلیون‌دلاری راه بیندازید؛ کاری که دن نورس خودش انجام داد و به موفقیت بزرگی دست پیدا کرد و نتیجه این شد که تصمیم گرفت تجربه موفقش را در تولید محتوا با نوشتن این کتاب با دیگر افراد به‌اشتراک بگذارد. او در جایی از کتابش می‌گوید: الان در هواپیما نشست‌ام و این کتاب را می‌نویسم. شخص کناری من در حال تماشای فیلم است و نفر جلویی موسیقی گوش می‌کند. آدم‌های پشت‌سرم هم خواب هستند، اما من نمی‌خواهم هیچ‌کدام از این کارها را انجام دهم؛ بلکه می‌خواهم بنویسم؛ چون عاشق نوشتنم. اگر روی کار دلخواه‌تان متمرکز شوید، این شما را به‌زودی در موقعیت مطلوبی قرار خواهد داد.

خلاصه کتاب

با یادگیری اصول بازاریابی محتوا که در کتاب ماشین محتوا آموزش داده شده و اینکه چطور محتوای عالی خلق کنید و در بین رقبای‌تان برجسته و متمایز دیده شوید، فرآیند تولید محتوای اثرگذار برای‌تان بسیار ساده‌تر خواهد شد. دن نورس در کتاب «ماشین محتوا» آنچه واقعاً در کسب‌وکار خودش مؤثر بوده، با مخاطب در میان می‌گذارد. این توصیه‌ها به‌صورت شفاف و مرحله‌به‌مرحله بیان شده تا کاربردی و مفید باشد. ماشین محتوا کتابی است که تقریباً همه‌چیز را درباره بازاریابی محتوا برای‌تان شرح می‌دهد و به‌ویژه برای شروع نوشتن و تولید محتوا بسیار اثرگذار است. کتاب ماشین محتوا دن نورس پر از ایده و راهنمایی نه‌تنها برای بازاریابان محتوا، بلکه برای تمامی بازاریابان است.

بخش‌های کتاب

نیل پاتل، یکی از بزرگان حوزه بازاریابی محتوا، برای کتاب حاضر پیش‌گفتاری نوشته و در آن درباره اهمیت بازاریابی محتوا سخن گفته است. او درباره تجربه خودش در استفاده از بازاریابی محتوا می‌گوید: من بازاریابی محتوا را آغاز کردم؛ چون از پس هزینه تبلیغات برنمی‌آمدم.

او اشاره می‌کند که این روش ابزاری قدرتمند است، اما انجام آن ساده نیست و این کتاب شما را در موفقیت در بازاریابی محتوا کمک می‌کند. یکی از نکات بسیار مهم در میان صحبت‌های نیل پاتل این است که هر وقت به پروژه‌ای فکر کرده، آن را به‌سرعت عملیاتی کرده است.

مقدمه

کتاب شامل مقدمه و پنج فصل است. در مقدمه کتاب، دن نورس درباره کسب‌وکارهایی که خودش راه‌انداخت و بعد با شکست مواجه شد و دلایل شکست آنها صحبت می‌کند. نموداری که در مقدمه کتاب آمده است، به نمودار دستمزد تخمینی من مربوط می‌شود. او با این کار می‌خواهد میزان تأثیرگذاری درخوردتوجه بازاریابی محتوا و رشد

نکات مدیریتی که از تیم‌های ورزشی می‌توان آموخت

به قلم: تنر سیمکینز کارآفرین
مترجم: امیر آل‌علی

به عقیده من تیم‌های ورزشی شباهت بسیاری را به یک شرکت دارند با این حال بسیاری از اقدامات مثبت در این تیم‌ها وجود دارد که توسط مدیران مورد استفاده قرار نمی‌گیرد. همین امر نیز باعث شده است تا هر ساله شاهد از بین رفتن برندهای زیادی از سراسر جهان باشیم. به همین خاطر هم‌اکنون زمان مناسبی برای صحبت در رابطه با این موضوع است. در ادامه به بررسی این موارد خواهیم پرداخت.

۱-نیاز تیم به یک مربی و یک کاپیتان

اگر بخواهیم در رابطه با تفاوت یک مدیر با مربی صحبت کنیم، شاید بهترین عنوان این باشد که یک مربی صرفا تعیین‌کننده وظایف و ناظر کلی محسوب می‌شود. با این حال مربی خود را کاملا به تیم نزدیک کرده و تلاش می‌کند تا از مدیریت کلی تیم خود فاصله بگیرد. همچنین این افراد موفقیت یا شکست تیم را کاملا به تصمیمات خود وابسته دانسته و همواره خود را مقصر اصلی معرفی می‌کنند. این امر باعث می‌شود تا تمامی افراد بتوانند به بهترین شکل پیشرفت کرده و به کار خود ادامه دهند. درواقع تصور یک تیم بدون مربی، کاملا سخت خواهد بود. این امر در حالی است که در شرکت به علت مشخص بودن چارچوب‌ها، این تصور وجود دارد که بدون وجود مدیریت نیز تیم می‌تواند به اقدامات خود ادامه دهد. در کنار این موضوع مسئله اصلی عدم انتخاب کاپیتان است. این افراد مورد اعتماد کل تیم قرار داشته و رابط کارمندان با مدیران شرکت هستند. همچنین این افراد امکان نظارت بیشتر و حل سریع مشکلات را به وجود می‌آورند. به همین خاطر ضروری است که باتجربه‌ترین فرد تیم خود را به عنوان نماینده انتخاب کرده و برخی از اقدامات را به وی محول نمایید. این امر کمک می‌کند که حجم کارهای شما نیز بیش از حد زیاد نشده و بتوانید بر روی اقدامات اصلی، متمرکز بمانید.

۲-تفاوت مهارت‌ها

این امر یک واقعیت است که تیم شرکت از افراد مختلفی تشکیل شده و هیچ فردی درست به مانند دیگران نیست. اگر معیارهای ثابتی وجود داشته باشد، بدون شک همه چیز با مشکل مواجه خواهد شد. برای مثال شما نمی‌توانید انتظار داشته باشید که تمامی افراد سرعت تایپ یکی از کارمندان شرکت را داشته باشند. درواقع مهارت‌ها و توانایی‌های افراد مختلف بوده و در بسیاری از شرایط، دلیلی برای یکسان بودن وجود ندارد. در این رابطه به یک تیم فوتبال نگاهی بیندازید، بدون شک موفق‌ترین‌ها آنهایی هستند که از تنوع خوبی برخوردارند. برای مثال قدرت دریبل، سرعت بالا، فیزیک مناسب همگی از جمله ویژگی‌های مختلف محسوب می‌شود. این امر در حالی است که یک دروازه‌بان، ایدا نیازی به هیچ یک از این مهارت‌ها ندارد. به همین خاطر شما باید بدانید که نیاز اصلی هر بخش چه چیزهایی بوده و از مقایسه افراد تیم خود با یکدیگر، خودداری کنید. بدون شک با این استراتژی، تمرکز شما بر روی بهبود افراد براساس نیاز شغلی آنها قرار خواهد گرفت. در این رابطه فراموش نکنید که یک مربی، باید صبر خوبی داشته باشد. درواقع این امر طبیعی است که اشتباهاتی از سوی تیم شرکت رخ دهد. درواقع همه افراد اشتباه می‌کنند و این مسئله حتی از سوی باتجربه‌ترین مدیران نیز رخ می‌دهد. به همین خاطر لازم است تا در شرایط سخت نیز به آنها روحیه داده و انگیزه از دست رفته را بازگردانید. با این اقدام شما به قلب کارمندان خود نفوذ کرده و شما به مهمترین دلیل برای حضور افراد در شرکت تبدیل خواهید شد. این امر در حالی است که در حال حاضر، صرفا حقوق ماهیانه برای اکثر کارمندان جهان، مطرح است.

۳-توجه به مراحل بسیار مهم است

مربی تیم‌های ورزشی همواره به صورت مرحله‌ای اقدام می‌کنند. فرض کنید که فصلی جدید کلید خورده است بدون شک مربی از همان روز اول سطح ایده آل تمرین‌ها را به اجرا درنخواهد آورد. همچنین در برابر بازیکن‌های جوان تلاش می‌شود که به صورتی از آنها استفاده کنند که پیشرفت مرحله‌ای آنها مشهود باشد و فشار بیش از حدی به آنها وارد نشود. در یک شرکت نیز ضروری است که تیم خود را برای ایده آل‌ها آماده نمایید. درواقع یک فشار بدون مقدمه و آمادگی، بدون شک بدترین نتایج را به همراه خواهد داشت. همچنین ضروری است تا هر موفقیتی را جشن بگیرید. درواقع تیم‌های ورزشی پس از کسب هر جام، جشنی را برگزار می‌کنند. شما نیز با این اقدام باید خستگی را از تن تیم خود خارج کنید. در کنار این موضوع به پیشرفت مداوم نیز توجه داشته باشید. درواقع این امر بسیار مهم است که افراد تیم شما، هر ساله در سطحی بالاتر قرار گیرند. در غیر این صورت نمی‌توانید خود را مدبری شایسته بدانید.

۴-ایجاد یک ذهنیت برنده

به حلقه‌ای که در ابتدای بازی توسط افراد تیم زده می‌شود دقت کنید. آنها با جملاتی انگیزشی و مرور برنامه‌های مربی خود، تلاش می‌کنند تا با روحیه‌ای بسیار بالا کار خود را آغاز کنند. این امر باعث می‌شود تا همدلی میان بازیکنان زیاد باشد. با این حال آیا در محیط‌های اداری شاهد چنین رفتارهایی هستیم؟ درواقع منظور ما این نیست که تیم شرکت هر روز یک حلقه اتحاد را ایجاد کند. با این حال ضروری است تا برنامه‌ای برای افزایش ارتباط آنها داشته باشید. با این اقدام شاهد معجزه‌ای در کار تیمی آنها خواهید بود.

۵-توجه به جزئیات

یک مربی تا پایان زمان دیدار، در کنار زمین حضور داشته و اقدام به مدیریت تیم خود می‌کند. این امر باعث می‌شود که در صورت نیاز بتواند سریعاً استراتژی خود را تغییر داده و یا تعویض‌هایی را انجام دهد. این امر در حالی است که مدیران کاملا عکس قضیه عمل کرده و پس از تعیین وظایف، تیم خود را رها می‌کنند. درواقع آنها تنها زمانی به سراغ کارمندان خود می‌روند که مشکلی وجود داشته باشد. با این حال تیم شرکت، به حضور مداوم شما نیاز دارد. به همین خاطر خود را به عنوان عضوی از تیم شرکت در نظر گرفته و حضوری موثر را داشته باشید. این امر باعث خواهد شد تا با مشکلات و شکست‌های به مراتب کمتری مواجه شوید.

واقعیت این است که مدیریت اِدا به عنوان شغلی پشت میز نشین محسوب نشده و نباید خود را محدود به اقداماتی مشخص نمایید. امید است که مدیران حال حاضر، به سمت مربی بودن تمایل بیشتری را پیدا کنند.

منبع: entrepreneur.com

فرصت امروز

روزنامه مدیریتی - اقتصادی

| دوشنبه **|** ۶ مرداد ۱۳۹۹ **|** شماره ۱۵۹۱ **|** 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: ۸۸۳۱۷۷۲۸

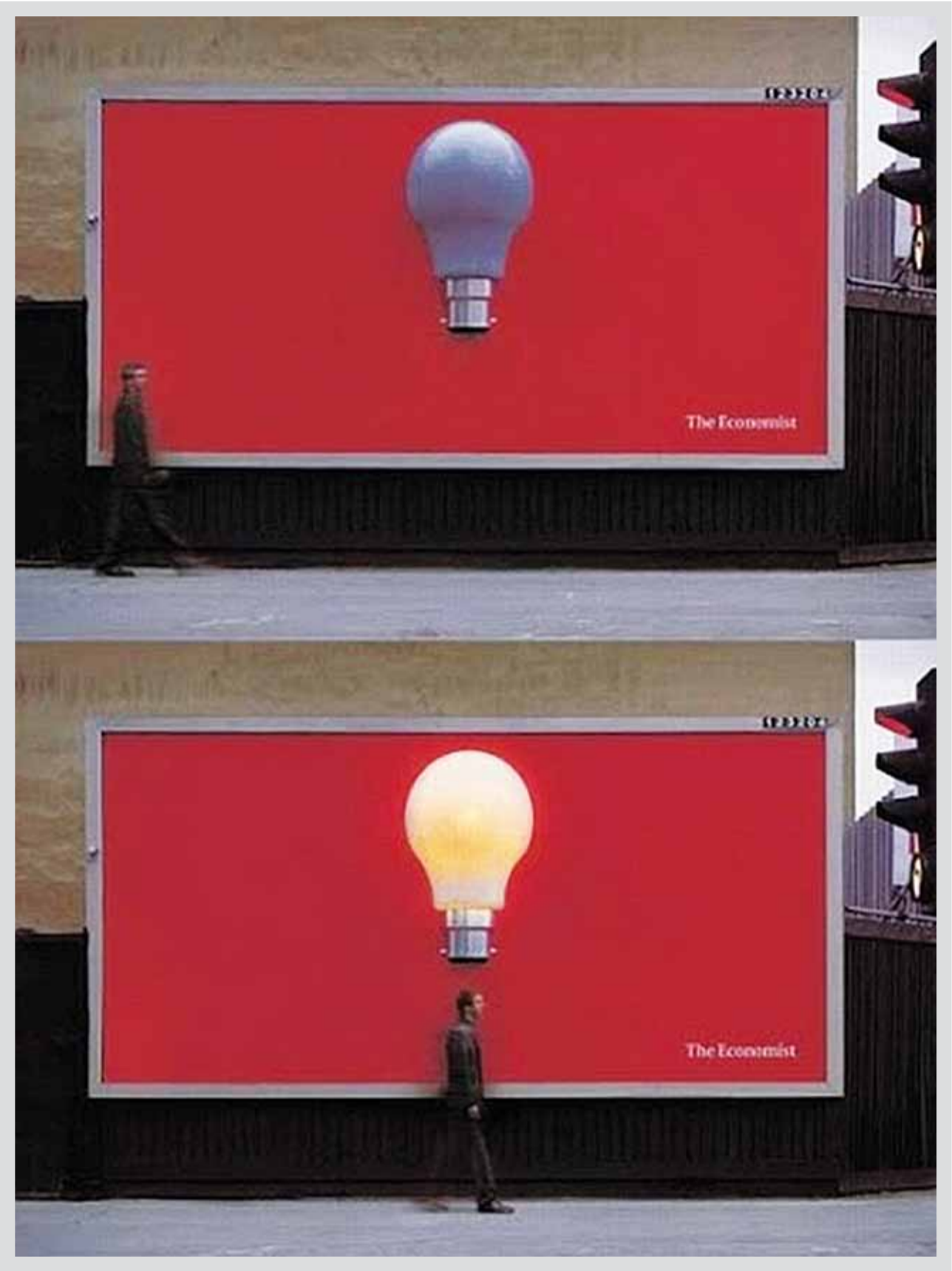
سازمان آگهی‌ها: ۸۸۳۲۰۹۶۰

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

WWW.FORSATONLINE.COM

INFO@FORSATONLINE.COM

تبلیغات خلاق



مسیر موفقیت

چگونه شجاعت بیشتری را داشته باشیم

۲-ترس‌های خود را بشناسید

تا زمانی که نسبت به ترس‌های خود آگاهی ندارید، نمی‌توانید برای آن برنامه‌ریزی کنید. در این رابطه توصیه می‌شود که فهرستی از ترس‌های خود را ایجاد کرده و پس از آن برای هر یک از آنها برنامه‌ای تعیین کنید. برای عملکرد بهتر در این زمینه، استفاده از توصیه‌های یک روانشناس، کاملا مناسب خواهد بود.

۳-با ترس‌های خود رو به رو شوید

تاکنون هیچ فردی به خاطر ترس از کارآفرینی و یا انجام یک اقدام جدید، جان خود را از دست نداده است. درواقع بسیاری از ترس‌های ما بی‌معنا بوده و لازم است تا سریعاً کنار گذاشته شود. در این رابطه تنها کافی است تا یک تجربه اولیه را داشته باشید تا متوجه این امر شوید که تا چه حد تصورات اولیه شما نادرست بوده است. درواقع این شیوه، یکی از موارد اصلی در درمان انواع ترس محسوب می‌شود. برای مثال فردی که از پرندگان وحشت دارد، وی را در شرایطی قرار می‌دهند تا وی متوجه این امر شود که اِدا خطری او را تهدید نمی‌کند. در نهایت تا زمانی که از حصار امن و محدودیت‌های ذهنی خود خارج نشوید، هیچ اتفاق مثبتی رخ نخواهد داد.

۴-مثبت‌گرا باشید

تنها کافی است تا قدم اول خود را بردارید و ذهنیت مثبت خود را حفظ کنید. تحت این شرایط مسیر برای شما هموار خواهد شد. در کنار این اقدام، مطالعه مداوم زندگی افراد موفق، باعث خواهد شد تا به این واقعیت برسید که شکست، بخش طبیعی در مسیر رسیدن به خواسته‌ها بوده و اِدا نباید آن را به معنای پایان کار خود تلقی کنید. در این رابطه بهترین مثال توماس ادیسون است. وی پس از هزار بار شکست، موفق شد تا رشته مناسب برای اهر لامپ را پیدا کند.

۵-استرس خود را کنترل نمایید

نکته‌ای که باید به آن توجه داشته باشید این است که استرس یک احساس کاملا طبیعی بوده و نمی‌توان آن



را ناپسود کرد. درواقع دلیلی نیز برای این امر وجود ندارد.

با این حال شما می‌توانید آن را مدیریت نمایید. درواقع افزایش آن باعث می‌شود تا ترس‌ها بزرگ‌تر از آنچه که هستند، به نظر برسند. در این رابطه تکنیک‌های مختلفی وجود دارد. برای مثال می‌توانید ذهن خود را منحرف کرده و به اقدامی دیگر بپردازید. این امر باعث خواهد شد تا دیگر به مورد ترس، توجهی را نداشته باشید. با این حال راهکارها در این زمینه بسیار متنوع بوده و لازم است تا مطالعه کافی را داشته باشید. درواقع برخی از دلایل استرس زیاد افراد، ممکن است ریشه در اتفاقات گذشته داشته باشد. به همین خاطر بهتر است که از توصیه‌های یک روانشناس نیز استفاده کنید.

۶-ورزش را فراموش نکنید

آمادگی بدنی بالاتر، به افزایش اعتمادبه نفس افراد کمک خواهد کرد. بدون شک فردی که اعتماد به نفس خوبی دارد، کمتر درگیر ترس خواهد شد. در این رابطه اقدامات متنوع دیگری نیز وجود دارد. برای مثال می‌توانید هر روز یک اقدام جدید را انجام دهید و تنهایی یک سفر داشته باشید. همچنین همنشینی با افرادی که شجاع هستند، در روحیه شما تاثیرگذار خواهد بود.

۷-آموزش مداوم داشته باشید

یکی از دلایل اصلی ترس افراد این است که از سطح خوبی برخوردار نیستند. برای مثال به روزهای نخست آموزش رانندگی خود نگاهی بیندازید که یک اقدام بسیار ساده، تا چه حد برای شما سخت بوده و احتمالا ترس از رانندگی در محیط های شلوغ را نیز داشته‌اید. با این حال اکنون به سادگی این اقدام را انجام داده و هیچ‌گونه فشاری را حس نمی‌کنید. درواقع واقعیت این است که افراد به هر میزان که مهارت و دانش کمتری در یک زمینه داشته باشند، ترس بیشتری را نیز حس خواهند کرد. به همین خاطر یک راهکار مناسب این است که یادگیری مداومی را داشته باشید.

منبع: inc.com