روزنامه مدیریتی - اقتصادی

فرصت امروز

برای کسب و کار آفرینی

یکشنبه
۱۲ مرداد
۱۳۹۹

Sun. 02 Aug 2020
۱۲ ذوالحجه ۱۴۴۱ - سال ششم
شماره ۱۵۹۵ - ۱۶ صفحه - ۵۰۰۰۰ ریال

www.forsatnet.ir

شاخص بورس این هفته به رکورد ۲ میلیون واحدی می‌رسد؟

صعود ۵۷ هزار واحدی شاخص بورس

فرصت امروز: استراتژی بورس در هفته نخست مردادماه، یک گام به پیش و دو گام به پس بود تا پربازده‌ترین بازار سرمایه‌گذاری ایران در این هفته تنها یک...

۵

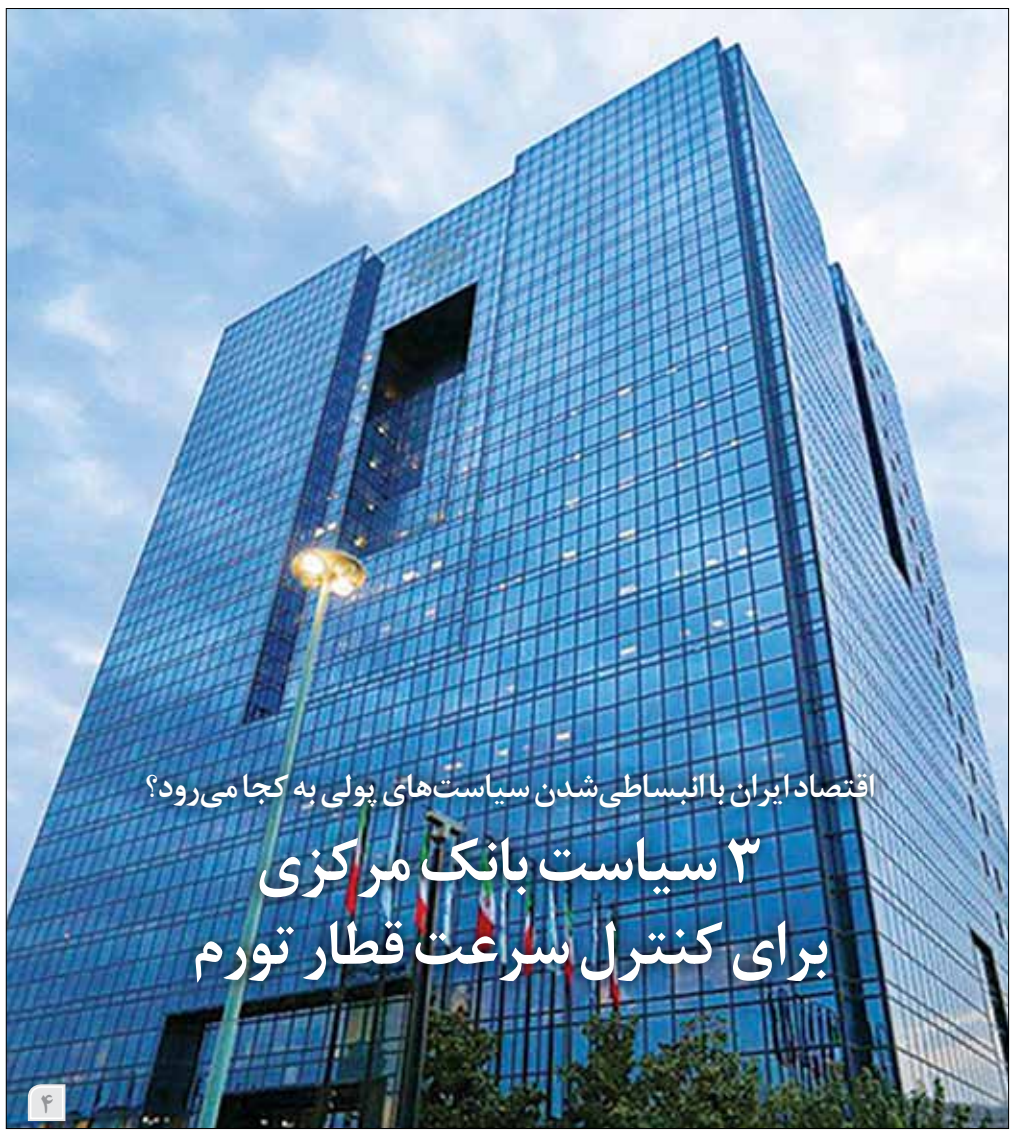
سرمقاله

نظارت بر زنجیره تامین تا مصرف؛ راهبرد اصلی ستاد تنظیم بازار

غلامعلی رموی
کارشناس اقتصادی

التهاب بازار ارز در شرایطی روند سینوسی افزایش و کاهش قیمت را تجربه می‌کند که این امر در بازار داخلی تنها به افزایش قیمت کالا و خدمات منجر می‌شود و این موضوع علاوه بر نگرانی جامعه، عملکرد دولت در حمایت توأمان از جریان تولید و مصرف را هم با چالش مواجه کرده است. در حالی شش ماه از ورود ویروس کرونا به ایران می‌گذرد که جریان تحریمی علیه اقتصاد ایران وارد دومین سال خود شده است؛ جریانی که به ادعای بانیان تحریم، می‌توانست در همان ماه‌های اولیه هر اقتصادی را متلاشی کند، ولی اقتصاد ایران تاکنون توانسته است علی‌رغم همه فشارها به مسیر خود ادامه دهد. این موضوع اما به معنای عدم وجود مشکل در فرآیند اقتصادی کشور نیست. به عنوان مثال، در حوزه تجارت خارجی مطابق آمارها، وزارت صمت با انجام یک برنامه مدون در انجام طرح‌های صادراتی مناسب به کشورهای هدف، توانسته است تا حدود زیادی موفقیت‌هایی در ارزآوری تازه به کشور به دست بیاورد.

ادامه در همین صفحه



اقتصاد ایران با انبساطی‌شدن سیاست‌های پولی به کجا می‌رود؟

۳ سیاست بانک مرکزی برای کنترل سرعت قطار تورم

۴

استان‌های اردبیل، هرمزگان و خوزستان بیشترین آسیب از کرونا و استان‌های سمنان، قم و زنجان کمترین آسیب را در فصل بهار دیده‌اند

کسب و کارها روی موج کرونا

تازه‌ترین پایش ملی محیط کسب‌وکار نشان می‌دهد با وجود اینکه شیوع کرونا به نامساعدشدن محیط کسب‌وکار دامن زده است، اما شاخص محیط کسب‌وکار بهبود یافته است. نتایج این پایش در فصل بهار ۱۳۹۹ نشان می‌دهد که شاخص ملی محیط کسب‌وکار ایران به عدد ۶,۱۰ (عدد ۱۰ بدترین ارزیابی است) رسیده است که بهتر از وضعیت این شاخص در ارزیابی فصل گذشته (زمستان ۱۳۹۸ با میانگین ۶,۱۹) است. نتایج پایش ملی محیط کسب‌وکار همچنین نشان می‌دهد که از نظر فعالان اقتصادی، وضعیت برخی از مؤلفه‌های مؤثر بر محیط کسب‌وکار ایران در فصل بهار تا حدودی مساعد شده است. در بهار امسال، فعالان اقتصادی مشارکت‌کننده در این پایش به ترتیب سه مؤلفه «غیرقابل‌پیش‌بینی بودن و تغییرات قیمت مواد اولیه و محصولات»...

۳

کرونا چه چیزهایی را برای همیشه در دنیا تغییر می‌دهد؟

آینده‌نگری از دریچه کرونا

۲

مدیریت و کسب‌وکار

- انواع مدل‌های crm؛ بررسی ویژگی‌ها و مزایای هر یک از آنها
- ذهنیت سرمایه‌گذار: چگونه شبیه به سرمایه‌گذاران فکر کنیم
- راه و رسم رانندگی در Uber
- معمای ساخت برند شخصی در شبکه‌های اجتماعی
- محتوای بازاریابی مورد علاقه مخاطب کدامند؟
- ۹ ابزار برای کنترل وضعیت سئو سایت

۸ تا ۱۶

اپل با عبور از آرامکو باارزش‌ترین شرکت جهان شد

نظارت بر زنجیره تامین تا مصرف؛ راهبرد اصلی ستاد تنظیم بازار

ادامه از همین صفحه

علاوه بر آن، وجود ذخایر ارزی کشور به عنوان یک پشتوانه قابل اتکا توانسته تامین کالای اساسی و مواد اولیه بنگاه‌های تولیدی را تا اندازه زیادی تضمین کند.

اما در فرآیند تنظیم بازار کالاهای اساسی و محصولات تولیدی خصوصا در زنجیره توزیع برخی مواد اولیه به تولیدکنندگان، مشکلاتی دیده می‌شود که این موضوع به عنوان یکی از دلایل گرانی‌های اخیر مطرح می‌شود و لازم است در مورد نظارت بر آنها چاره‌اندیشی شود. با ایجاد تغییرات جدید در رأس هرم سازمانی حوزه بازرگانی داخلی و حضور نیروهای جوان و توانمند، انتظار می‌رود تا این حوزه و کارگروه تنظیم بازار تحت تاثیر این تغییرات شاهد تحولات زیربنایی در مدیریت نظام عرضه و تنظیم بازار باشد. در این حوزه علی‌رغم تلاش‌های انجام‌شده از سوی دولت برای استمرار حمایت یارانه‌ای در واردات مواد اولیه کارخانجات تولیدی و کالاهای اساسی و مایحتاج مردم، نوسانات قیمتی مشاهده می‌شود و افزایش قیمت این محصولات به عنوان یک عامل تاثیرگذار (به سبب اهمیت) بر قیمت سایر کالاها نیز موثر است.

با توجه به اولویت‌های کالایی ستاد تنظیم بازار، بررسی‌ها نشان می‌دهد، افزایش قیمت برخی از کالاها به دلیل جابه‌جایی نوع ارز تخصیصی اجتناب‌ناپذیر است، درحالی که برخی دیگر از کالاها که ارز تخصیصی آنها کماکان ارز دولتی است نباید دچار تغییر قیمتی جدی شوند. البته در این نوع محصولات هم افزایش قیمت یا تقاضا مشاهده می‌شود که براساس گفته برخی از تولیدکنندگان، عدم دریافت مواد اولیه موردنیاز با قیمت مصوب و الزام آنها در تامین مواد موردنیاز از بازار آزاد، عامل اصلی افزایش قیمت محسوب می‌شود؛ موضوعی که مثلا در حوزه نهاد دامی و طیور، عدم دسترسی مناسب تولیدکنندگان و مرغداران به صورت مناسب به این مواد از طریق شبکه توزیع، یکی از علت‌های افزایش قیمت مطرح شده است و این موضوع در حالی وجود دارد که دولت به میزان نیاز کشور، نهاده‌های دامی وارد کرده است و احتمالا عدم توزیع مناسب در شبکه نیاز اصلی کشور یا تاخیر و بی‌انضباطی در توزیع موجب این موضوع شده است. البته عدم توزیع مناسب و بهینه مرغ‌های منجمد ذخیره شده در سردخانه از سوی نهاد متولی تنظیم بازار این محصولات و تعلل در توزیع مناسب نیز بر کمبود این محصول در بازار دامن زده است.

با این تفاسیر به نظر می‌رسد دولت در برخی از کالاها، یارانه‌هایی را پرداخت می‌کند که عملا نمی‌تواند تاثیر چندانی در حفظ و ثبات قیمتی آنها داشته باشد و به نوعی به صورت هدفمند به جیب برخی واسطه‌ها و دلالان می‌رود؛ یا در خصوص نابسامانی تولید و قیمت لوازم خانگی، عدم دسترسی مناسب تولیدکنندگان واقعی به مواد اولیه ورق‌های فولادی و عدم تکافوی این مواد با نیازهای تولیدکنندگان واقعی، موجب کاهش حجم تولید دانسته شد و مطابق ادعاهای مطرح‌شده، بنگاه‌های تولیدی به سبب عدم امکان تامین ورقه فولادی از بورس مجبورند مایحتاج موردنیاز خود را از بازار آزاد تهیه کنند.

حال سوال اینجاست که آیا اولویت فعالیت بورس در شرایط تحریمی همان اولویت‌های دوران عادی است؟ آیا نباید در نظام تولید محصولات مادر برای حمایت از تولید کشور مانند تامین بهینه ورق‌های فولادی و سایر مواد اولیه در شرایط تحریم، تدابیر ویژه‌ای برای پوشش نیازهای واقعی تولید اندیشیده شود؟ آیا در شرایط تحریم که دو برند خارجی در حق مردم ایران بی‌وفایی کردند، نباید جریان تولید این محصولات را با حمایت همه‌جانبه ارتقا دهیم؟ اساسا اگر متولیان تولید در این شرایط برای مدیریت بازار مواد اولیه و تضمین فعالیت آنها برنامه دقیق و مدونی نداشته باشند، چه موقع می‌توانند برای نظام تولید فکری کنند؟ چرا نباید جریان تولید کشور را در این شرایط از تامین مواد اولیه مورد نیاز مطمئن کرد تا چرخ عرضه و تقاضا به خوبی بچرخد؟

در صورتی که مدیریت این‌گونه محصولات مهم و حیاتی اقتصاد کشور در حوزه تولید و توزیع مناسب مواد اولیه به درستی انجام شود، آنگاه می‌توان شاهد افت محسوس قیمت ارز و روند تورمی بازار فقط از جانب این دو سه محصول یاد شده بود. بنا بر فرمایشات روز جمعه مقام معظم رهبری، اگر تحریم‌های ایجادشده را فرصتی برای اتکا و توجه به توانمندی داخلی بدانیم، می‌توانیم با اتکا به همین توانمندی‌ها شاهد رونق جدی در اقتصاد درون‌زای کشور باشیم.

با توجه به مطالب گفته شده، به نظر می‌رسد ترمیم زنجیره تولید تا مصرف محصولات و مواد اولیه موردنیاز بنگاه‌های داخلی از یک سو و نظارت جدی و موثر بر جریان تولید تا مصرف محصولات نهایی از سوی دیگر، دو بخش اصلی و مهم مدیریت بازار و کاهش نوسان آن محسوب می‌شود که در صورت برنامه‌ریزی موثر در این خصوص می‌توانیم شاهد کاهش التهاب اقتصادی در جریان تولید و مصرف باشیم. این در حالی است که دولت مدعی است با تمام توان خود تلاش کرده تا بازار مایحتاج مردم در شرایط مناسب و باثباتی حرکت کند و علی‌رغم مشکلات ارزی، منابع در این خصوص تخصیص یابد، ولی به سبب نابسامانی بخشی از فرآیند و عدم اتخاذ تدابیر لازم، همه زحمات به هدر می‌رود.

بنابراین به نظر می‌رسد با توجه به مشکلات ناشی از تحریم‌ها و تفاوت جدی قیمت مواد اولیه در بازار سوءاستفاده از کالاها و مواد اولیه‌ای که با ارز دولتی و برمبنای سیاست‌های حمایتی دولت، قیمت مناسبی نسبت به قیمت‌های جهانی دارند، بستر مناسبی برای اخلال در بازار این محصولات به زیان تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان ایجاد شده است. لذا لازم است با توجه به شرایط اقتصادی کشور، این بخش از زنجیره توزیع به سرعت ترمیم شود تا به نابسامانی این حوزه پایان داده شود و ساماندهی بازار این محصولات به عنوان اولویت اصلی ستاد تنظیم بازار تعیین گردد.

از سوی دیگر، به نظر می‌رسد در اقتصاد تحریمی بایستی بر شبکه توزیع و عرضه مواد اولیه و محصولات تولیدشده، روندی از نظارت و مدیریت حکمفرما باشد تا هدف‌گذاری‌ها با کمترین ضریب خطا همراه شود. همچنین باید زنجیره تامین و ارائه مواد اولیه به تولیدکنندگان واقعی را به شکلی مدیریت کنیم که تحت هیچ شرایطی تولیدکننده دغدغه تامین مواد اولیه برای تولید محصول را نداشته باشد و در مقابل به میزان مواد تخصیص‌یافته از او کالای نهایی مطالبه کنیم بنابراین نظارت بایسته بر تامین و توزیع مناسب مواد اولیه و برخورد با اخلالگران باید به عنوان برنامه جدی رفع موانع تولید مورد توجه قرار گیرد. همچنین در حوزه برخوردی باید هرگونه سوءاستفاده از این زنجیره نه‌تنها از مصادیق تخلف شمرده شود، بلکه بایستی در شرایط جنگ اقتصادی به عنوان اخلال در نظام اقتصادی کشور و از مصادیق مجرمانه تحت شدیدترین تعقیبات قضایی قرار گیرد.

اگر قرار باشد دولت در سخت‌ترین شرایط، ارز موردنیاز مواد اولیه را تهیه کند و کالا با یارانه دولتی وارد کشور شود، ولی با قیمت آزاد به دست تولیدکننده واقعی برسد، چه خسارتی بالاتر از این کار را می‌توان برای جریان اقتصادی کشور متصور شد؟ کمااینکه در این فرآیند، کل تلاش‌های انجام‌شده برای تامین مایحتاج مردم در یک بخش از زنجیره توزیع تباه می‌شود و موجب نارضایتی تولیدکنندگان و نهایتا مصرف‌کنندگان می‌شود.

اصل اول انسجام و یکپارچگی مدیریت تنظیم بازار که از اجزای مختلف وزارتخانه‌ها و دستگاه‌های اجرایی تشکیل می‌شود، ساماندهی همین موضوع است. همه اجزای این ستاد باید خود را عضو یک زنجیره بدانند و نسبت به وظایف خود پاسخگو باشند و تابعیت محض از تصمیمات ستاد تحت نظارت وزارت صمت (رئیس و دبیر ستاد) داشته باشند و این ستاد باید به قدری حمایت شود که قدرت و اختیار لازم برای اجرای فرماندهی مناسب بازار را داشته باشد.

از سوی دیگر باید علاوه بر ترمیم زنجیره معیوب توزیع، برنامه‌های نظارتی ویژه‌ای برای حراست از سلامت زنجیره توزیع پیش‌بینی شود. این محصولات باید در یک شبکه رسمی و قابل رصد از عرضه مواد اولیه در زنجیره تولید تا ارائه به بازار مصرف کاملا شفاف باشد، به نحوی که میزان دریافت مواد اولیه و تولید نهایی کاملا تحت کنترل و نظارت شبکه هوشمند قرار گیرد. اجرای این کار می‌تواند سلامت بازار تولید محصولات و کالاهای اساسی را تا اندازه زیادی تضمین کند.

نگاه

آیا ما به شرایط عادی باز می‌گردیم؟

پوست‌اندازی نظام سرمایه‌داری

مواجهـه غیرمنتظره بشـر با پاندمی کرونا، شـرایط تازه و مبهمی را در حیطه‌هـای مختلف زندگـی به وجـود آورده و گمانه‌زنی‌های زیـادی درباره تغییر و تحـولات احتمالی برانگیخته اسـت. ازجمله این گمانه‌زنی‌ها، پیامدهای کرونا و آینده نظام سـرمایه‌داری اسـت؛ چنانچه بسـیاری از صاحبنظران با اشـاره به لـزوم دخالت دولت‌ها در بحـران اقتصادی ناشـی از کرونـا، این امر را مخالـف آموزه‌های کاپیتالیسم می‌دانند و معتقدند نظام سرمایه‌داری در مصاف ویروس و اقتصاد، پوست خواهد انداخت. در این زمینه، ربکا هندرسون، استاد دانشـگاه هاروارد و عضو موسسـه ملی تحقیقات اقتصادی در آمریکا در یادداشـتی به لزوم بازنگری در جهان سرمایه‌داری پرداخته است. او در این یادداشـت که در «هاروارد بیزینس ریویو» منتشر شده، از چالش‌ها و فرصت‌های اپیدمی کرونا برای جامعه سرمایه‌داری نوشته است. در یادداشت او می‌خوانیم:

«آیا هرگز به شـرایط عادی باز می‌گردیم؟ بسیاری از ما این روزها این سـوال را از خودمان می‌پرسـیم. با ظهور کرونـا به‌طور ناگهانی هـر آنچه بـرای ما عادی بـود، تبدیل به تجملاتی دور از دسـترس شـده است، مثل شـام خوردن در یک رستوران شـلوغ یا در آغوش کشـیدن یک دوست. این کارهایی اسـت که من هم دوست دارم به زودی بتوانـم آن را انجـام دهم اما غیر از ایـن، امیدوارم ما هرگز به عقب باز نگردیم.

شش ماه پیش، خیلی عادی بود که تنها یک درصد ثروتمندان در آمریکا، ۴۰ درصد از کل ثروت این کشـور را در اختیار داشته باشند. یـک سـوم از کل درآمد در آمریکا متعلق بـه ۵ درصد از ثروتمندان بـود، در حالی که ۴۰ درصـد از آمریکایی‌ها باید بـرای گذران امور خود قرض بگیرند یا چیزی را بفروشـند. شش ماه پیش، حرکت کند مـا برای تولید کربن کمتر در اقتصـاد و جلوگیری از فجایع اقلیمی، مطلوب به نظر می‌رسید.

من نمی‌خواهم به دنیایی برگردم که نظام سیاسی آن با پول پر شده است؛ نظامی که ۷۰ درصد از مردم باور دارند صرفا برای خودی‌ها کار می‌کند و گروه‌هایی مشخص، اولویت‌های سیاسی را تعیین می‌کنند. به جای این، من فکر می‌کنم باید در مورد سـرمایه‌داری، دسـت کم همین نسـخه‌ای که امروز از آن می‌بینیم، تجدیدنظر کنیم؛ نسخه‌ای کـه در آن کسـب وکارها باور ندارند باید به سـلامت جامعه اهمیت بدهند. این بهترین راه برای اطمینان از این مسـئله است که جامعه و کسب وکارها در دهه‌های آینده در مسیر پیشرفت قرار می‌گیرند.

سـرمایه‌داری یکی از مهمترین اختراعات بشـر است. سرمایه‌داری منبعی برای پیشـرفت و فرصتی برای نوآوری است. ما بدون رویایی با مشـکلات قادر به حل آنها نیسـتیم. برای حل نابرابری به مشاغل خوب و زیاد نیاز داریم. برای حل معضلات زیسـت محیطی به تغییر حمل و نقل، کشاورزی و انرژی مصرفی نیاز داریم. تنها فشار بی‌رحم بازار آزاد اسـت که می‌تواند چنین انتقال خلاقانه‌ای را از مشـکل به راه حل پیش ببرد.

در شـرایط امـروز، پاندمی کرونا یک چالش بـزرگ و یک فرصت اسـت. چالش به این دلیل که بیش از نیم میلیون نفر را به کام مرگ کشـانده، اقتصاد جهانـی را دچار اختلال کرده و ده‌هـا میلیون نفر شـغل خود را از دسـت داده‌اند. همه‌گیری کرونا یک چالش اسـت، چراکـه ترکیب ضعف عمیق اقتصاد و کشـته شـدن «جورج فلوید» مردم عصبانی را برای مطالبه عدالت به خیابان‌ها کشانده است. جهان به‌طور مشخص در سال ۲۰۲۱، فقیرتر، متفرق‌تر و ترسناک‌تر از سال ۲۰۱۹ است. همینطور که این جملات را می‌نویسم، می‌توانم تردیدها و نگرانی‌هـای شـما را هم حس کنم، امـا آیا کسـب وکارها تغییر می‌کنند و می‌توانند برای تغییر به دولت کمک کنند؟ آیا می‌توان به نسخه‌ای از سرمایه‌داری رسید که بر منافع مشترک متمرکز است؟

مـن به پاسـخ مثبت برای این سـوال‌ها باور دارم. بـا پرداخت به مشـکلات جامعه جهانی و محیط زیسـت هم می‌تـوان پول درآورد. «والمـارت» میلیون‌ها دلار با نوسـازی ناوگان حمـل و نقل خود از محل بهبود هزینه سـوخت پول درآورد و «ایلان ماسـک» با تحول صنعت اتومبیل‌سـازی شـرکتی با ارزش‌تـر از «جنـرال موتورز» و «فورد» سـاخته است، اما این فرآیند برای دیگر شرکت‌ها باید چطور پیش برود؟

جامعه تجاری با انتقالی مشابه انتقال «کداک» رو به رو شده است. «کـداک» یکی از موفق‌ترین شـرکت‌های جهان و مخترع عکاسـی تجاری بود. این شـرکت یکـی از مهمترین برندهای شناخته‌شـده در جهـان اسـت. مدیرعامـل «کـداک» در سـال ۱۹۸۵ در «وال اسـتریت ژورنال» نوشـت: «در حال تبدیل شـدن به یک شـرکت اطلاعات‌محوریـم. یکـی از چالش‌های ما یافتـن چیزی مثل عکس رنگی اسـت». با وجود درک این مسـئله، «کداک» در سـال ۲۰۱۲ اعلام ورشکسـتگی کـرد، چراکه در دوره گذار به عکاسـی دیجیتال شکست خورده بود.

چالش امروز شـرکت‌های تجاری هم شـبیه بـه چالش «کداک» اسـت. امروز بسـیاری از شـرکت‌ها می‌دانند که باید برای اشتراک ثروت در جهان و تغییرات اقلیمی تلاش کنیم و اطمینان پیدا کنیم. شـرکت‌ها می‌دانند که حفظ دموکراسـی برابر الیگارشی و استبداد ضروری است. همه ما ضرورت تغییر را می‌فهمیم اما بسیاری آن را به تاخیر می‌اندازیم و تجربه «کداک» را تکرار می‌کنیم.

بـا این وجـود، من امیـدوارم، هرچند خوش‌بین نیسـتم که همه چیـز به خوبی پیش برود. من به یافتـن راه حل امیدوارم. «کداک» در مدیریت انتقال به دوره دیجیتال شکسـت خـورد، اما «نیکون»، «کنان» و «فوجی فیلم» به شرکت‌های میلیارد دلاری تبدیل شدند. هزاران شـرکت و میلیون‌ها نفر در همیـن لحظه به دنبال یافتن راه حل برای مشکلات مشـترکند. برای مثال، شرکت‌هایی در همکاری با دولت‌ها برای یافتن واکسـن و بازگشـت امن مردم به کار فعالیت می‌کنند. چنین همکاری‌هایی باید پس از دوره اپیدمی هم ادامه پیدا کند. یافته‌های جدید نشـان می‌دهد اعتماد به کسب وکارها در دوره اپیدمی کاهش یافته، اما اعتماد به دولت در حال افزایش است. هیچ زمانی بهتر از این برای کسب وکارها نیست تا به دولت به چشم یک همکار نگاه کنند.

ما می‌توانیم از این اپیدمی وحشتناک درس بگیریم. ما نمی‌خواهیم صرفا به شـرایط عادی بازگردیم. ما به تجدیدنظر درباره سرمایه‌داری نیاز داریم. باید راهی برای تنظیم مصرف انرژی و دولت‌های پاسخگو پیـدا کنیم. ما با همـکاری هم می‌توانیم به سـاخت دنیای پایدارتر کمک کنیم.»

کرونا چه چیزهایی را برای همیشه در دنیا تغییر می‌دهد؟

آینده‌نگری از دریچه کرونا

فرصت امروز: بحران کرونا کارآفرینان، اقتصاددانان و سیاسـت‌گذاران را واداشـته اسـت تا به سـرعت پیش‌بینی‌های خود برای سال ۲۰۲۰ میـلادی را تغییر دهنـد. اما آیا تاثیرات کرونا پس از سـال ۲۰۲۰ هم دوام مـی‌آورد؟ در پاسـخ به این سـوال، مجله «بلومبـرگ مارکتز» از صاحبنظـران در نقاط مختلف دنیا نظرخواهی کرده و از آنها خواسـته اسـت تا تصورشان از پسـاکرونا را برای مخاطبان نشـریه بازگو کنند؛ مشخصا اینکه شیوع کرونا به جز تغییرات کوتاه‌مدت باعث چه تحولات بنیادینی در سبک زندگی خواهد شد و آینده جهان با وجود کرونا واقعا چه شـکلی خواهد بود؟ آنچه که می‌تـوان آن را «آینده‌نگری از دریچه کرونا» نام نهاد و یا «آنچه که از کرونا با ما خواهد ماند.»

* معاینه آنلاین می‌شـود: ما به طور نسـبتا سریعی در حال رسیدن به نقطه‌ای هسـتیم که بیماران بیشتری داریم و پزشک به اندازه کافی نداریـم. ما در حال گذار به لحظه‌ای هسـتیم که اولین معاینه بیمار را نه پزشـک، که هوش مصنوعی انجام خواهد داد. اگر شما نشانه بیماری دارید، آنلاین می‌شـوید تا به یک برنامه هوش مصنوعی وصل‌تان کنند. هـر کس یـک کیت خانگی خواهد داشـت که در آن دماسـنج، ترازو، فشارسـنج و چند وسیله سـاده دیگر قرار دارد. شما نشانه‌های بیماری را به همراه میزان تب، فشـار خـون و دیگر اعداد موردنیـاز در برنامه هـوش مصنوعی وارد می‌کنید و هوش مصنوعی دسـت به تشـخیص افتراقی می‌زند (تشـخیصی که بر یافته‌های بالینی اسـتوار اسـت و در آن بـا افتراق بین دو یـا چند بیماری که علائم مشـابه دارند، بیماری شناسـایی می‌شود). اگر فقط نیاز باشـد که در خانه استراحت کنید و سـوپ مرغ بخورید و مایعات بنوشـید، هوش مصنوعی این را به شـما می‌گوید. اگر ناخوشـی‌تان جدی‌تر باشد، هوش مصنوعی شما را به یک پزشـک از راه دور (مشاور عمومی) ارجاع می‌دهد و بعد ممکن است به یک پزشـک از راه دور دیگر (مشاور متخصص) و در نهایت ممکن است شما به یک پزشک واقعی در مطب ارجاع داده شوید (جمی متزل، عضو ارشد شورای آتلانتیک).

* کرونـا و مدیریت ریسـک: یک درس از بحـران کرونا می‌تواند این باشـد که بایـد انعطاف‌پذیری تمـام اقتصادها و کسـب و کارها را چه عمومـی و چه خصوصی، بـالا برد و برای آنچه که حالا با آن روبه‌روییم (یعنی توقف ناگهانی بخشـی از تولید و تقاضا در بسیاری از اقتصادهای دنیـا) آماده شـد. ما نبایـد فقط به یـک منبع از هـر کالا یا خدمات بخصوص وابسـته باشیم و برایش دلیل بتراشـیم که هزینه‌های‌مان را پایین نگه می‌دارد. ایده مدیریت ریسک و تنوع‌بخشی ریسک در سطح سیاره زمین می‌تواند بخشـی کلیدی از ایده «جهانی‌سازی پایا» باشد. این ضد جهانی‌سازی نیست، جهانی‌سازی خیلی بهتری است (ژان کلود تریشه، رئیس سابق بانک مرکزی اروپا).

* چرا بورس سـقوط نکرد: کرونا برای همیشـه این تلقی را که ما در مراکز مالی به همه این افراد پرشمار در آسمان‌خراش‌ها نیاز داریم، تغییر می‌دهد. اصلا لزومی ندارد که ما این فضای اداری را حفظ کنیم. بحران کرونا باعث می‌شـود نـگاه ما درباره املاک و توزیـع جغرافیایی عوض شـود. کل ماجرا دموکراتیزه خواهد شد، چون ما ناگهان متوجه شدیم که اسـتعدادهای فراوانی در سراسر کشـور پخش شده و ما حواس‌مان به آنها نبوده. ما می‌خواهیم فضای فیزیکی شرکت‌مان را کاهش دهیم. من قبلا نمی‌توانستم به چنین چیزی فکر کنم، اما بازار در اوج فعالیت کرونـا به کار خود ادامـه داد. دهه‌ها سـرمایه‌گذاری روی تکنولوژی و بازرگانی الکترونیک باعث شد این بازار در دوران کرونا نابود نشود (آری روبنستاین، مدیرعامل شرکت بازرگانی و سرمایه‌گذاری GTS).

* بحـران بدهی و ناآرامی: ما به خاطر بحران کرونا شـاهد وضعیتی درهم پیچیده از وام‌ها و بدهی‌های پرداخت‌نشده خواهیم بود و مردمی کـه واقعا از بازپرداخت آنها ناتوانند. تا اینجا وضع شـبیه بحران سـال ۲۰۰۸ اسـت. آنچه در مقایسـه با آن دوران متفاوت خواهد بود، نحوه بازپس‌گیری وام‌ها یا تخلیه خانه‌های مردمی اسـت که نتوانسته‌اند وام مسـکن خود را پس بدهند. حرکتی شبیه اخراج مردم از خانه‌های‌شان مثل سـال ۲۰۰۸ مطلقا غیرقابل پذیرش است. مردمی که در خانه‌های خود از ترس کرونا پناه گرفته‌اند به هیچ‌وجه مسـئول شرایط پیش‌آمده نیسـتند و حـرف و قرارداد بانـک را برای پس گرفتـن خانه نخواهند پذیرفـت. این قراردادها و بدهی‌ها باید به تعویق بیفتند، وگرنه شـاهد رویارویـی مردم و نیروهای دولتی در مقیاسـی عظیم خواهیم بود. این شبیه رویارویی مردم آمریکا با کسانی است که در دهه ۱۸۹۰ و ۱۹۳۰ به دنبـال بازپس‌گیری زمین‌های رهنی بانک‌هـا بودند، اما مقیاس‌اش بسـیار بزرگ خواهد بود و شـهرها و حومه‌های شـهرها را دربر خواهد گرفت. چه‌کار باید کرد؟ الگوی درسـت شـبیه نحوه برخورد آمریکا با مسئله بدهی‌های جنگی متفقین پس از جنگ جهانی دوم بود: بدهی‌ها لغو شد، چون جنگیدن با دشمن مشترک تلاشی مشترک بود. پس کل سیسـتم مالی آمریکا باید پس از کرونا ریسـت شـود. این نه مسئله‌ای ایدئولوژیک، که ضرورتی عمل‌گرایانه اسـت. ما برای بازسـازی سیستم اقتصادی به آن نیاز داریم (جیمز گالبرایت، اقتصاددان و استاد دانشگاه تگزاس).

* عواقـب دورکاری مردانه: کرونا نشـان داده که مـا تا چه اندازه‌ای می‌توانیم هم از دفتر کارمان دور باشیم، هم کار کنیم و مؤثر واقع شویم. در کشوری مثل ژاپن که هنوز این تمایل وجود دارد که عملکرد شخص را با سـاعات حضورش در اداره بسنجند، این وضعیت اجباری می‌تواند تأثیر مهمی روی تنوع و برابری جنسـیتی در محیط‌های کاری داشته باشـد. اگر ژاپن انعطاف‌پذیری بیشتر در شیوه‌های کارکردن را بپذیرد، چه می‌شـود؟ و اگر مردان ژاپنی (که برای اولین بار سـاعات زیادی را در خانـه می‌گذرانند) ترغیب شـوند که بخش بیشـتری از کار خانه را برعهـده بگیرند، اوضاع زنان چه تغییراتی خواهد کرد؟ من امیدوارم که این روند باعث شـود زنان بیشـتری این آزادی را پیدا کنند تا مشاغل تمام‌وقت را بپذیرند. اینها اگرهای بزرگی اسـت، اما تأثیر اقتصادی آن اساسی خواهد بود. طبق برآورد ما در «گلدمن ساکس»، کاهش شکاف جنسـیتی نیروی کار می‌تواند تولید ناخالص داخلی ژاپن را ۱۰ درصد بالا ببرد. در صورتی که نسـبت سـاعات کار زن به مرد در ژاپن در حد میانگین کشورهای «سازمان توسعه و همکاری‌های اقتصادی» بالا برود، میزان رشد GDP حتی به ۱۵درصد هم خواهد رسید (کتی ماتوسی، استراتژیست ارشد بخش ژاپن در گروه مالی گلدمن ساکس).

* جنگ سـرد جدید: بعد از آنکه بحران کرونـا فروکش کرد، جنگ سـرد جدید میان چین و غرب به رهبری آمریکا مشهودتر خواهد شد. همین حالا هم در مورد کرونا طرفین یکدیگر را متهم می‌کنند، اما پس از آنکه در ماه‌ها یا سال‌های آینده دشواری‌های اقتصادی ناشی از بحران ملموس‌تر شـد، اوضاع بدتر هم می‌شود. در نتیجه این بحران، چین در حوزه جهان‌بینی و سیاسـت‌گذاری خود به ریشه‌های کمونیست خود و عصر مائو بیشتر رجوع خواهد کرد (چن ژیوو، مشاور سابق کابینه چین و استاد دانشگاه هنگ‌کنگ).

* نظـم جهانی تغییر نمی‌کند: کرونا باعث به وجود آمدن نظم جدید جهانی نخواهد شد، اما در حوزه روابط بین‌المللی، روندهایی که قبل از کرونا شاهد بودیم پس از آن سرعت بیشتری خواهند گرفت. نابرابری‌ای که باعث شده بود احساسات ضد سیستم در اکثر دموکراسی‌های جهان شدت گیرد، به شدت افزایش خواهد یافت. سطح رویارویی نگران‌کننده چین و آمریکا گسـترش خواهـد یافت. اوضاع منطقه یـورو و اتحادیه اروپا شـکننده‌تر خواهد شـد، چراکه جنوب اروپا آماده بحران نبوده و ظرفیت‌هایش بدتر شده است. در دوران پساکرونا، کشورها یک‌جانبه‌تر عمل خواهند کرد و به ظرفیت‌های درونی‌شـان وابسته‌تر خواهند شد. در مـورد کرونا به وضوح دیدیم که در بزرگ‌ترین بحران جهانی نسـل کنونی، نه رهبری جهانی‌ای وجود داشـت و نه واکنشی هماهنگ. اینها می‌توانند به ما نشان دهند که به چه سمتی حرکت می‌کنیم.

در مـورد خود آمریکا هم به نظرم، ما باید بین ترامپ و دولت ترامپ تفاوت قائل شـویم. اخیرا «نیویورکر» در مطلبی عالی نوشـت که همه تلاش می‌کنند بفهمند ترامپ چه شـطرنج سـه‌بعدی پیچیده‌ای بازی می‌کنـد، اما در واقع او مهره‌ها را می‌خورد! من فکر نمی‌کنم که ترامپ در مورد بحران کرونا، اسـتراتژی خاصی داشته باشد، چون او به شدت خودمحور اسـت و فقط به خودش فکر می‌کنـد و اینکه چطور ممکن اسـت با وجود عملکرد فوق‌العاده‌ام، محبوبیتم در نظرسنجی‌ها این‌طور پاییـن بیایـد! اما دولت ترامپ اوضاعش فـرق می‌کند و عملکرد دولت هـم نکات مثبت دارد و هـم نکات منفی. منصفانه نیسـت که بگوییم اوضاع از کنترل آنها خارج شـده. واکنـش اولیه به کرونا دیر بود و آنها نتوانسـتند با سـرعت لازم تسـت کرونا در مقیاس سراسری را ترتیب دهند. آنها می‌توانسـتند از سـازمان بهداشـت جهانی یا آلمان در این زمینـه کمک بگیرند، اما نگرفتند و آمریکا نتوانسـت با سـرعت کافی تجهیزات و زنجیره تأمیـن در حوزه خدمات درمانی را تقویت کند. اما واکنـش اقتصادی اولیه به بحران، فراحزبی و واقعا قدرتمند بود. سـنا، مجلس نمایندگان و تیم اقتصادی ترامپ توانستند در اقدامی هماهنگ واکنش خوبی به بحران نشـان دهند و بسـته حمایتی را تصویب کنند و اینکه بازارهای ما نسـبتا خوب عمل کردنـد، یکی از دلایلش همین بود. دولت در حوزه روابط بین‌الملل ضعیف عمل کرد و مثلا درخواست برگـزاری اجـلاس فوق‌العـاده گروه ۷ یا گـروه ۲۰ را نـداد تا واکنش هماهنگ جهانی به کرونا را شـاهد باشـیم. در یک حـوزه به‌خصوص سیاسـت دولت آمریکا مشکل‌سـاز بوده و خواهد بـود و آن بی‌علاقگی به تلاش هماهنگ بین‌المللی برای سـاخت واکسـن کرونا بوده اسـت. یا مسـئله حمله ترامپ به سازمان بهداشـت جهانی، که البته سازمانی ضعیف اسـت و مشکلات خودش را دارد، اما بدون شک بودنش بهتر از نبودنش است. از دید من، این امر ممکن است نتیجه بدی برای آمریکا داشته باشد، به‌خصوص اگر واکسن اولیه کرونا تولید آمریکا نباشد (یان برمر، مؤسس موسسه برآورد ریسک سیاسی اوراسیا).

دورکاری چگونه به مدل جدید اشتغال تبدیل می‌شود؟

چالش‌های دورکاری در عصر کرونا

هفتـه قبل بود که سـاندار پیچـای، مدیرعامل گـوگل در پیامی به کارکنان این شـرکت اعلام کرد تا پایان سال ۲۰۲۱ میلادی یعنی یک سـال و ۵ ماه دیگـر در خانه بمانند و بدون نگرانـی از کرونا دورکاری کنند. پیش از این گوگل به عنوان یکی از بزرگترین شـرکت‌های حوزه تکنولوژی، زمان دورکاری را به دلیل شـیوع کرونا تا پایان امسال اعلام کرده بود، ولی حالا با این بیانیه جدید، دورکاری در این شرکت تمدید شـده اسـت. در این بین، سوال این اسـت که گوگل چگونه قرار است از طریق دورکاری برای یک سـال و نیم دیگر اداره شـود؟ در روزهایی که کرونا باعث دورکاری اجباری بسـیاری از کارمندان شده، نکته مهم این اسـت که دقیقا چگونه می‌توان به عنوان یک کارمند از راه دور در سایه کروناویروس به فعالیت ادامه داد، چراکه یکی از بزرگترین چالش کارفرمایان، به مدیریت وقت و ارتباط بین کارمندان در دوران دورکاری باز می‌گردد. اکثر کمپانی‌های بزرگ سـعی کردند با مدیریت صحیح و براسـاس راهنمایی مقامات بهداشت جهانی، وضعیت کار کارمندان در دوران دورکاری را نظـارت کنند، اما یکی از چالش‌های دیگر، جلسـات از راه دور اسـت. یکـی از مدیـران گوگل درباره برگزاری جلسـات در روزهای دورکاری گفته اسـت: «شـما نمی‌توانید کارمندان خود را نگه داریـد و مطمئن شـوید که آنها بـه آنچه در جلسـات از راه دور مورد بحـث قرار می‌گیرند، توجه می‌کنند. یک تماس ۳۰ دقیقه‌ای به راحتی می‌توانـد به اتلاف وقت کامل تبدیل شـود.» از سـوی دیگر، در حالی که انعطاف‌پذیری کار از خانه مزایای آشـکاری برای کارمندان دارد، به شرکت‌ها نیز اجازه می‌دهد دسترسی زیادی به استعدادهای گسترده‌تر داشـته باشـند و این موضوع به‌طور بالقوه می‌تواند برای صنایع خاص یک بازار کار جهانی ایجاد کند. البته برای شـرکت‌هایی که قصد دارند کار از خانه را گسـترش دهند، باید مقیاس‌های قابل‌اندازه‌گیری وجود داشـته باشد. این بدان معناست که مدیران باید اهداف و چارچوب‌های زمانی را تعیین کرده و زمانی که نیاز اسـت بـه کارمندان آزادی عمل دهنـد. در این بین، تغییر دائمی شـرایط کار بـه دورکاری می‌تواند به املاک و مستغلات تجاری در نیویورک و بخش‌هایی از کالیفرنیا صدمه بزند، به‌خصوص اگر شـرکت‌های بزرگ بخواهند این مسیر را همچنان ادامـه دهند. به گزارش «سـی‌ان‌ان»، اگر همه کارمندان گوگل ترجیح دهند که یک سـال را از خانه کار کنند، دیگر نیازی به داشـتن دفتر و محیط کار اداری نیسـت بنابراین گروه دیگری که از اعلام گوگل برای دورکاری صدمه می‌بینند، مشـاغل کوچکی هستند که حول این دفاتر شـکل گرفته‌اند. این خبـر مطمئنا برای آنها مخرب و هولناک اسـت، چراکه دیگر کارمندان گوگل نمی‌خواهند از حمل‌ونقل عمومی استفاده کنند و یا اینکه در گوشه و کنار نزدیک دفتر ساندویچ بخورند. در نتیجه این امر برای مناطق و کسـب‌وکارهایی که حول شـرکت گوگل شکل گرفته‌اند، واقعا اتفاق دردناکی است.

استان‌های اردبیل، هرمزگان و خوزستان بیشترین آسیب از کرونا و استان‌های سمنان، قم و زنجان کمترین آسیب را در فصل بهار دیده‌اند

کسب و کارها روی موج کرونا

ایمان ولی‌پور
ایمیل: IvanKaramazof@yahoo.com

تازه‌ترین پایش ملی محیط کسب‌وکار نشان می‌دهد با وجود اینکه شیوع کرونا به نامساعدشدن محیط کسب‌وکار دامن زده است، اما شاخص محیط کسب‌وکار بهبود یافته است. نتایج این پایش در فصل بهار ۱۳۹۹ نشان می‌دهد که شاخص ملی محیط کسب‌وکار ایران به عدد ۶،۱۰ (عدد ۱۰ بدترین ارزیابی است) رسیده است که بهتر از وضعیت این شاخص در ارزیابی فصل گذشته (زمستان ۱۳۹۸ با میانگین ۶،۱۹) است. نتایج پایش ملی محیط کسب‌وکار همچنین نشان می‌دهد که از نظر فعالان اقتصادی، وضعیت برخی از مؤلفه‌های مؤثر بر محیط کسب‌وکار ایران در فصل بهار تا حدودی مساعد شده است. در بهار امسال، فعالان اقتصادی مشارکت‌کننده در این پایش به ترتیب سه مؤلفه «غیرقابل‌پیش‌بینی بودن و تغییرات قیمت مواد اولیه و محصولات»، «دشواری تأمین مالی از بانک‌ها» و «بی‌ثباتی سیاست‌ها، قوانین و مقررات و رویه‌های اجرایی ناظر بر کسب‌وکار» را نامناسب‌ترین مؤلفه‌های محیط کسب‌وکار کشور نسبت به سایر مؤلفه‌ها ارزیابی کرده‌اند.

بهبود شاخص ملی محیط کسب‌وکار با وجود کرونا

نتایج پایش ملی محیط کسب‌وکار که از سوی مرکز آمار و اطلاعات اقتصادی اتاق ایران صورت می‌گیرد، نشان می‌دهد که وضعیت شاخص محیط کسب‌وکار در بهار امسال نسبت به فصل قبل و فصل مشابه سال قبل بهبود یافته است. طبق یافته‌های این پایش، استان‌های سیستان و بلوچستان، تهران و کرمان به ترتیب دارای بدترین وضعیت محیط کسب‌وکار و استان‌های آذربایجان غربی، زنجان و مرکزی به ترتیب دارای بهترین وضعیت محیط کسب‌وکار نسبت به سایر استان‌ها ارزیابی شده‌اند.

بررسی‌ها همچنین نشان می‌دهد میانگین ظرفیت تولیدی بنگاه‌های اقتصادی شرکت‌کننده در طرح در فصل بهار معادل ۳۵،۵۷ درصد بوده که نسبت به همین میزان در زمستان گذشته (۴۰،۳۴ درصد)، با کاهش تقریبی ۵ واحدی مواجه شده است. از آنجایی‌که شیوع کرونا، تمامی فعالیت‌های اقتصادی در این فصل را تحت تأثیر قرار داده، فعالان اقتصادی با امتیاز میانگین ۷،۱ میزان تأثیر این ویروس بر کسب‌وکار خود را در این دوره ارزیابی کرده‌اند. همچنین میزان آسیب وارده بر کسب‌وکارها از شیوع ویروس کرونا در استان‌های اردبیل (۸،۵۵) هرمزگان (۸،۴۴)، خوزستان (۸،۱۵) و خراسان شمالی (۸)، بیشترین مقدار و در سوی مقابل، در استان‌های سمنان (۵،۷۶)، قم (۵،۸۵)، زنجان (۵،۹۳) و مرکزی (۵،۹۸)، کمترین مقدار نسبت به سایر استان‌ها توسط فعالان اقتصادی ارزیابی شده است.

فعالان اقتصادی همچنین در فصل بهار، وضعیت محیط کسب‌وکار بخش صنعت را مساعدترین و در مقابل، وضعیت محیط کسب‌وکار بخش کشاورزی را نامساعدترین محیط کسب‌وکار ارزیابی کرده‌اند. به عبارت دیگر، وضعیت محیط کسب‌وکار در بخش کشاورزی (۶،۰۹) در مقایسه با بخش‌های خدمات (۶،۰۸) و صنعت (۵،۸۷) نامناسب‌تر ارزیابی شده است.

در بین رشته فعالیت‌های اقتصادی نیز رشته فعالیت‌های «سلامت انسان و مددکاری اجتماعی»، «فعالیت حرفه‌ای، علمی و فنی» و «حمل‌ونقل و انبارداری» دارای بدترین وضعیت محیط کسب‌وکار و رشته فعالیت‌های «هنر، سرگرمی و تفریح»، «اداری و خدمات پشتیبانی» و «مالی و بیمه» بهترین وضعیت محیط کسب‌وکار را داشته‌اند. همچنین فعالیت‌های «اداری و خدمات پشتیبانی شامل آژانس‌های توریستی و مسافرتی، مؤسسات حمل مسافر و مؤسسات کرایه لوازم، ابزار و ماشین‌آلات (۸،۷۲)»، «تأمین جا و غذا شامل هتل‌ها، اقامتگاه‌ها و رستوران‌ها و تالارهای پذیرایی (۸،۷۰)» و «سایر فعالیت‌های خدماتی شامل تعمیرات رایانه و کالاهای شخصی و خانگی، آرایشگاه‌ها، شست‌وشو و خشک‌شویی منسوجات، خدمات سونا، ماساژ و گرمابه (۸،۴۶)» بیشترین آسیب را از شیوع ویروس کرونا متحمل شده و در مقابل رشته فعالیت‌های «مالی و بیمه (۵،۴۷)»، «تولید صنعتی (۶،۲۲)» و «فعالیت‌های حرفه‌ای، علمی و فنی (۶،۶۸)» کمترین آسیب را از شیوع کرونا متحمل شده‌اند. وضعیت محیط کسب‌وکار برحسب تعداد کارکنان شاغل در بنگاه‌ها نیز نشان می‌دهد که بنگاه‌های با ۶ تا ۱۰ نفر کارکن (۶،۱۸) دارای بدترین وضعیت و بنگاه‌های با ۵۰ تا ۱۰۰ کارکن (۵،۸۳) دارای بهترین وضعیت محیط کسب‌وکار بودهاند.

کرونا و تحریم چه تاثیری بر رفتار کارآفرینان دارد؟

این روزها کارآفرینان و فعالان اقتصادی مشکلات زیادی هم از جانب تحریم‌ها و هم از قبل شیوع کرونا دارند. آنطور که نتایج پایش محیط کسب و کار در بهار امسال نشان می‌دهد، سه مؤلفه «تغییر قیمت مواد اولیه»، «دشواری تأمین مالی از بانک‌ها» و «بی‌ثباتی سیاست‌ها و مقررات» بیشترین مشکل را برای کسب و کارها ایجاد کرده است. سوال این است که مشکلات ناشی از تحریم، شیوع کرونا و چالش‌های ساختاری اقتصاد ایران چه تاثیری در رفتار کارآفرینان و فعالان اقتصادی دارد؟

علی‌اصغر سعیدی، جامعه‌شناس اقتصادی در پاسخ به این سوال می‌گوید: «این روزها گروه‌های اجتماعی مثل گروه‌های کاری و کارآفرینی، مصرف‌کننده‌ها، تولیدکننده‌ها و گروه‌های سنی مختلف زنان و مردان یأس متفاوتی را تجربه می‌کنند. البته نوع ناامیدی در جامعه متفاوت است و نمی‌توانیم از یک پدیده یک‌شکل حرف بزنیم. جوانان مستعد ناامیدی بیشتری در حوزه فردی و جمعی هستند. این در کشورهای توسعه یافته هم که افق‌های پیشرفت و توسعه در آنجا مشخص است، وجود دارد. وقتی به مسائل و مشکلاتی چون تحریم، شیوع ویروس کووید- ۱۹ و بیکاری اشاره می‌کنید، حتما این پدیده‌ها ناامیدی اجتماعی در پی دارد و ناامیدی اجتماعی بر روند کار افراد و کارآفرین‌ها تاثیرگذار است.»

به گفته سعیدی، «کارآفرین‌ها گروه‌هایی هستند که رفتارهای ریسک‌پذیری دارند. هر چقدر افق آینده در نظر این طیف تاریک باشد میزان ریسک‌پذیری آنها کاهش می‌یابد. میزان ریسک‌پذیری مثل سرمایه‌گذاری کاهش می‌یابد و آنها به سمت ریسک منفی روی می‌آورند بنابراین این مسئله اثر مختلفی بر روی مصرف‌کننده‌ها دارد. در مواقع ناامیدی و افق‌های نامعلوم، تولیدکننده سرمایه خود را یا از کشور خارج می‌کند یا سعی می‌کند سرمایه‌گذاری جدیدی انجام ندهد، اما مصرف‌کننده هم در این میان رفتار خاصی از خود نشان‌می‌دهد.»

او درباره چیستی رفتار مصرف‌کننده‌ها می‌گوید: «اینها به سمت خرید و تهیه کالای بادوام و اساسی روی می‌آورند و کمتر به سمت کالای لوکس می‌روند. در بسیاری از موارد، میزان کالای بادوام بیشتر می‌شود. البته این امر بستگی به سطح درآمد افراد و ساختار طبقاتی جامعه دارد. با این حال، افراد سعی می‌کنند نیاز ضروری خود را برطرف کنند و دست به انبار کالای مصرفی می‌زنند.»

این جامعه‌شناس اقتصادی سپس به الگوی رفتاری سیاست‌گذاران در مواقع بحران اشاره می‌کند و می‌گوید: «سیاست‌های دولت اگر به سمت مقررات‌گذاری زائد باشد رانت را به همراه خواهد داشت. فعال اقتصادی در این شرایط تمرکز خود را برای گرفتن رانت خواهد گذاشت. رفتار مردم در زمان بالارفتن قیمت ارز و طلا نشان داد که در شرایط بی‌ثباتی، رفتارهای اقتصادی مردم جهت‌گیری خاصی دارد. اینجا مقصر اصلی، مردم و کارآفرینان نیستند، بلکه دولت است که بستر این شرایط را مثل تعدد مقررات، مجوزها و دادن اطلاعات به گروه‌های خاص را تدوین می‌کند.»

دشواری‌ها ریسک‌پذیری کارآفرینان را کم می‌کند

به عقیده او، «در شرایط ابهام، میزان سرمایه‌گذاری در هر حوزه‌ای حتی کالای مصرفی پایین می‌آید و میزان ریسک افراد برای سرمایه‌گذاری مجدد هم پایین می‌آید. جهت‌گیری رفتاری کارآفرین‌ها نیز در دوره ناامیدی متفاوت است. شرایط ناامیدکننده در جایی است که انباشت سرمایه ممکن نیست. در این شرایط، احترام به مالکیت خصوصی و حفاظت از سرمایه و احترام به سرمایه فراهم نیست. در شرایطی که کارآفرینی توان تبدیل سرمایه متغیر به ثابت را دارد، می‌تواند امیدوار باشد و در نبود این شرایط، ناامیدی به وجود می‌آید.»

سعیدی در پایان با بیان اینکه «در هر شرایطی در جامعه چه شرایط جنگ و صلح و چه در نظام سیاسی دموکراتیک و غیردموکراتیک باز هم می‌توان درباره امید فرد حرف زد و گفتن از امید و ناامیدی نسبی است»، گفت: «آنچه مشخص است اینکه هر قدر میزان انباشت سرمایه بیشتر باشد کارآفرین امیدوار می‌شود.»

مناطق ۵، ۴، ۲ و ۱۰ قلب تپنده بازار مسکن تهران هستند

تپش بازار مسکن در ۴ منطقه پایتخت

در تیرماه امسال در حالی شاهد افزایش ۱۹۳ درصدی سالیانه و ۳۰ درصدی ماهیانه معاملات مسکن در شهر تهران بودیم که چهار منطقه ۵، ۴، ۲ و ۱۰ از بین مناطق بیست‌ودوگانه شهر تهران، ۴۰،۶ درصد معاملات را به خود اختصاص دادند و البته شاهد جهش چندانی در مقیاس بالاتر از میانگین قیمت شهر در این مناطق نبودیم.

به گزارش ایسنا، بازار مسکن شهر تهران در تیرماه ۱۳۹۹ تغییر معاملات و قیمت را نسبت به خرداد امسال و تیرماه پارسال تجربه کرد. متوسط قیمت حدوداً ۲۱ میلیون تومانی شد که رشد ۵۷ درصد نسبت به سال قبل و افزایش ۱۰ درصد را نشان داد. معاملات نیز با ۱۴ هزار و ۴۷ فقره به حالت نرمال برگشت و از جهش ۱۹۳ درصد نسبت به تیرماه پارسال و افزایش ۳۰ درصد نسبت به خرداد امسال حکایت داشت.

از نمایه‌های معنادار معاملات در تیرماه می‌توان به رشد سالیانه بالای ۲۰۰ درصدی خرید و فروش در مناطق ۳، ۵، ۶، ۷، ۱۰، ۱۱، ۱۳ و ۲۲ اشاره کرد. در منطقه ۱۳ معاملات رشد سالیانه ۳۱۴ درصد داشت، در حالی که در این لیست مناطق ۶، ۱۱، ۱۳ و ۲۲ جزو ۱۰ منطقه پرتقاضای تهران محسوب نمی‌شوند.

در این میان، منطقه ۱۹ پیشتاز تورم بود و از نظر قیمتی بالاترین نرخ رشد سالیانه به این منطقه تعلق داشت که البته با توجه به تعداد پایین معاملات در منطقه ۱۹ که با ۸۰ فقره قرارداد خرید و فروش در تیرماه تنها منطقه‌ای بود که دارای تعداد معاملات کمتر از ۱۰۰ فقره بوده است، تغییرات قیمتی نیز به همان نسبت اهمیت خود را از دست می‌دهد. بر این اساس رشد ۶۶ درصدی سالیانه قیمت در منطقه ۶ با ۵۶۹ معامله در تیرماه ۱۳۹۹ می‌تواند قابل توجه باشد.

از طرف دیگر، حدود ۷۳ درصد معاملات در ۱۰ منطقه شهر تهران رخ داد. بالاترین تعداد معاملات به میزان ۷۳،۱ درصد به ترتیب در مناطق ۵، ۴، ۲، ۱۰، ۱۴، ۷، ۱، ۸، ۳ و ۱۵ انجام شد. ۴۰،۶ درصد قراردادهای خرید و فروش تنها در چهار منطقه ۵، ۴، ۲ و ۱۰ منعقد شده است. منطقه ۵ با ۱۴،۹ درصد از معاملات کماکان پیشتاز تعداد قراردادهای خرید و فروش مسکن در تهران است. سهم مناطق ۴، ۲ و ۱۰ نیز به ترتیب ۸،۷ درصد، ۸،۶ درصد و ۸،۴ درصد از کل تعداد معاملات شهر تهران بوده است. نرخ رشد سالیانه قیمت در این مناطق نیز به ترتیب ۶۰، ۶۲، ۵۵ و ۴۸ درصد بوده است.

نکته دیگر اینکه هم‌اکنون فقط دو منطقه از شهر تهران شامل ۱۸ و ۱۹ دارای میانگین قیمت مسکن کمتر از ۱۰ میلیون تومان در هر متر مربع هستند، در حالی که در تیرماه سال گذشته تعداد مناطقی که قیمت مسکن در آنجا کمتر از متری ۱۰ میلیون تومان بود به ۱۰ منطقه می‌رسید. از سوی دیگر، با اینکه نرخ رشد سالیانه قیمت ۵۷ درصد بوده است، شاخص بیشترین تقاضا براساس ارزش هر واحد مسکونی رشد ۸۸ را نشان می‌دهد. تیرماه سال قبل واحدهای ۳۰۰ تا ۴۵۰ میلیون تومان بالاترین تقاضا را در شهر تهران داشتند در حالی که تیرماه سال جاری این رتبه به واحدهای ۶۰۰ تا ۸۵۰ میلیون تومان رسید. تغییر دیگر نیز می‌تواند به رشد ۲ واحد درصدی خانه‌های بالای ۱۰۰ متر نسبت به سال گذشته مربوط باشد. تیرماه ۱۳۹۹ واحدهای بیش از ۱۰۰ متر مربع ۳۰،۱ درصد کل قراردادهای خرید و فروش را دربر گرفت در حالی که تیرماه ۱۳۹۸ این میزان ۲۸درصد بود.

در این میان، سوال این است که عوامل موثر بر افزایش معاملات مسکن پایتخت چه بوده است؟ افزایش ۱۹۳ درصدی سالیانه معاملات با اینکه می‌تواند نشان‌دهنده عمق رکود در تیرماه ۹۸ باشد این پیام واضح را می‌دهد که بازار مسکن هم‌اکنون در وضعیت نرمال قرار دارد؛ چراکه در سال‌های گذشته معمولاً متوسطه معاملات در محدوده ۱۵ هزار فقره بود. کارشناسان اقتصاد مسکن معتقد هستند که بخش مهمی از رونق بازار می‌تواند ناشی از ورود سرمایه‌ها از بورس به بازار مسکن مربوط باشد. البته انتظارات تورمی، رشد نرخ ارز، افزایش قیمت مصالح ساختمانی، اخبار مربوط به دریافت مالیات از خانه‌های خالی در تابستان جاری و الزام به دریافت کد رهگیری نیز در افزایش معاملات مسکن شهر تهران بی‌تاثیر نبوده است.

دریچه

«اکونومیست» مطرح کرد

پایان عصر نفتی کشورهای عرب؟

شواهد نشان می‌دهد که در حال حاضر بودجه کشورهای نفتی دیگر افزایش نمی‌یابد. الجزایر نیاز دارد که قیمت نفت خام برنت که معیار بین‌المللی نفت است، به ۱۵۷ دلار در هر بشکه برسد تا بتواند اقتصادش را سر و سامان دهد. عمان به نفت ۸۷ دلاری نیاز دارد. واقعیت این است که هیچ تولیدکننده عربی به جز قطر کوچک نمی‌تواند دخل و خرجش را با قیمت فعلی نفت که حدود ۴۰ دلار است، هماهنگ کند.

به گزارش «اکونومیست»، برخی از کشورهای نفتی در حال انجام اقدامات جدی هستند. به طور مثال، در ماه مه، دولت الجزایر اعلام کرد که هزینه‌هایش را نصف می‌کند. نخست وزیر جدید عراق، یکی از بزرگ‌ترین تولیدکنندگان نفت در جهان نیز می‌خواهد کاهش دریافتی حقوق‌بگیران دولت را در دستور کار قرار دهد. پس از آنکه سازمان‌های رتبه‌بندی اعتبار، بدهی‌های خود را اعلام کردند، عمان تصمیم گرفته است که به استقراض روی بیاورد. کسری کویت می‌تواند به ۴۰ درصد از تولید ناخالص داخلی‌اش برسد که بالاترین میزان در سطح جهان است.

بر اثر شیوع کرونا ویروس قیمت نفت به پایینترین سطح خود طی سال‌های گذشته رسیده است. البته با از سرگیری کسب و کارها، قیمت نفت دوباره افزایش یافته است اما امکان دارد رسیدن به اوج تقاضا سال‌ها طول بکشد. فریب نخورید، واقعیت این است که کشورها در حال فاصله گرفتن از سوخت‌های فسیلی هستند. تولید بسیار زیاد انرژی‌های پاک و رقابت در این عرصه، بدان معناست که نفت ممکن است برای آینده قابل پیش‌بینی ارزان باقی بماند. چشم‌انداز آینده اینطور به نظر می‌رسد که جهان وارد دوره‌ای از قیمت‌های پایین شده و هیچ منطقه‌ای بیشتر از خاورمیانه از این مسائل متأثر نخواهد شد.

رهبران عرب می‌دانستند که قیمت بالای نفت تا ابد دوام نخواهد داشت. به همین دلیل، چهار سال پیش، محمد بن سلمان، حاکم بالقوه عربستان، طرحی با عنوان چشم‌انداز ۲۰۳۰ تهیه کرد که هدف آن از بین بردن اقتصاد نفتی بود. بسیاری از همسایگان عربستان نیز برنامه‌های خاص خود را دارند. اما بن سلمان با توجه به شرایط موجود اعلام کرد که چشم‌انداز ۲۰۳۰ باید زودتر از موعد اجرایی شود و به چشم‌انداز ۲۰۲۰ تبدیل شود، زیرا درآمد نفتی ۱ تریلیون دلاری در سال ۲۰۱۲ به ۵۷۵ میلیارد دلار در سال ۲۰۱۹ کاهش یافته است و باید چاره‌ای اندیشید.

این مشکلات را تولیدکنندگان غیرنفتی نیز احساس خواهند کرد. آنها مدت‌هاست که به همسایگان نفتی خود اعتماد کرده و شهروندانشان به واسطه تولید نفت آنها، سر کار هستند. درآمد افرادی که در کشورهای نفتی کار می‌کنند، ۱۰ درصد تولید ناخالص داخلی کشورهای‌شان بوده است. مهم اینکه بر اثر درآمدهای نفتی، تجارت، جهانگردی و سرمایه‌گذاری در این منطقه افزایش یافته و تا حدی ثروت را در این منطقه گسترش داده است. با این وجود، خاورمیانه در مقایسه با سایر مناطق، یکی از بالاترین نرخ‌های جوانان بیکار در جهان را دارد. در واقع نفت عامل ورشکسته شدن اقتصادهای غیرمولدی است که به این طلای سیاه وابسته هستند.

تمامی این کشورها به دلیل کرونا و قیمت پایین نفت بسیار ضربه خورده‌اند و مخارج بالایی دارند. در ماه فوریه، قبل از شیوع کرونا در خلیج فارس، صندوق بین‌المللی پول پیش‌بینی کرد که کشورهای شورای همکاری خلیج فارس شامل بحرین، کویت، عمان، قطر، عربستان و امارات تا سال ۲۰۳۴، دو تریلیون دلار از ذخایر خود را صرف خواهند کرد. تا آن زمان، عربستان حداقل ۴۵ میلیارد دلار از پول نقد خود را خرج کرده است.

در این بین، اعتراضات در لبنان دوباره از سر گرفته شده، اما رکود در خلیج فارس باعث بدتر شدن شرایط در این کشور شده است. کاهش طولانی مدت قیمت نفت حتی برای کشورهای عربی که تولیدکننده نفت نیستند نیز مشکلات زیادی به همراه خواهد داشت.

نقل و انتقالات انرژی از کشورهای غنی منطقه در واقع یک راه نجات برای کل خاورمیانه به شمار می‌رود. به طور مثال، بیش از ۲،۵ میلیون مصری، تقریبا ۳ درصد از جمعیت این کشور در کشورهای عربی صادرکننده نفت کار می‌کنند. این میزان برای سایر کشورها بزرگتر است، مثلا ۵ درصد از لبنانی‌ها و اردنی‌ها و ۹ درصد از فلسطینی‌ها در کشورهای تولیدکننده نفت کار می‌کنند و پولی که به دست می‌آورند، بخش قابل توجهی از اقتصاد کشورشان را تشکیل می‌دهد. با کاهش درآمد نفتی، کار کمتری نیز برای خارجی‌ها وجود خواهد داشت، همچنین پرداختی به شاغلان نیز کمتر خواهد بود.

البته حضور نیروی کار کشورهای مختلف در کشورهای تولیدکننده نفت مشکلاتی را برای کشورهای مبدأ به وجود آورده است. در این ارتباط می‌توان به فرار مغزها اشاره کرد. مثلاً، لبنان سالانه ۳۵ هزار فارغ‌التحصیل دانشگاهی دارد که فقط ۵ هزار نفر از آنها در این کشور استخدام می‌شوند و درصد قابل توجهی از آنان برای پیدا کردن کار، چشم به کشورهای دیگر دوخته‌اند. در مثالی دیگر می‌توان گفت که مصر به خاطر کمبود پزشک اکنون در دوران همه گیری با مشکلات زیادی دست و پنجه نرم می‌کند.

با وجود فرصت‌های کمتر در کشورهای تولیدکننده نفت، بسیاری از فارغ‌التحصیلان ممکن است دیگر مهاجرت نکنند،اما باید دقت داشت که کشورهای مبدأ نیز نمی‌توانند برای آنها زندگی خوبی فراهم کنند. پزشکان در مصر تنها ۳ هزار پوند یعنی ۱۸۵ دلار در ماه درآمد دارند که بسیار کمتر از چیزی است که در عربستان سعودی یا کویت دریافت می‌کنند. بنابراین، عدم مهاجرت اقشار تحصیلکرده به سایر کشورها و یا بازگشت افراد از کشورهای تولیدکننده نفت، ممکن است مشکلاتی را به لحاظ اجتماعی برای کشورهای مبدأ ایجاد کند.

از سوی دیگر، باید گفت که افراد در کشورهای دیگر معمولاً از خدمات خوب و شرایط اجتماعی بهتری نسبت به کشور خودشان برخوردارند، به همین دلیل نمی‌خواهند به کشورشان بازگردند. مثلاً براساس یک نظرسنجی که توسط گالوپ در ژانویه منتشر شد، فقط ۱۰ درصد از مهاجران مصری در مناطق غنی خلیج فارس می‌خواهند که به کشور خودشان برگردند. براساس شواهد به نظر می‌رسد که شرایط در خاورمیانه چه در کشورهای تولیدکننده نفت و چه در کشورهای غیرنفتی در حال تغییر است و تغییرات مهمی به لحاظ اجتماعی و اقتصادی در این کشورها قابل پیش‌بینی است.

بانک نامه

با وجود رشد قیمت جهانی طلا

قیمت سکه کاهش یافت

تحولات بازار سکه و ارز در یازدهمین روز مردادماه نشاندهنده کاهش نسبی قیمت سکه در بازار داخلی با وجود رشد قیمت جهانی طلاست. در اولین روز هفته همچنین نرخ خرید و فروش دلار و یورو در جریان معاملات بازار ارز افزایش داشت بنا بر اعلام اتحادیه صنف فروشندگان و سازندگان طلا، جواهر، نقره و سکه تهران، قیمت سکه تمام بهار آزادی طرح جدید در روز شنبه به ۱۱ میلیون و ۲۵۰ هزار تومان رسید و هر گرم طلای ۱۸ عیار نیز یک میلیون و ۷۱ هزار تومان قیمت خورد. سکه طرح قدیم نیز ۱۰ میلیون و ۷۰۰ هزار تومان داد و ستد شد. در همین حال، قیمت نیم‌سکه ۵میلیون و ۵۵۰ هزار تومان، ربع سکه ۳میلیون و۳۰۰ هزار تومان و سکه گرمی یک میلیون و ۷۵۰ هزار تومان اعلام شد. در بازارهای جهانی نیز قیمت هر اونس طلای جهانی به ۱۹۷۷ دلار رسید. همچنین در بازار ارز، نرخ خرید و فروش دلار و یورو افزایش یافت. بر این اساس، صرافی‌های بانکی هر دلار آمریکا را به قیمت ۱۹ هزار و ۹۰۰ تومان خریداری کرده و ۲۱ هزار و ۳۰۰ تومان فروختند که نرخ خرید و فروش دلار نسبت به آخرین روز معاملات هفته گذشته (پنجشنبه) ۴۰۰ و ۵۰۰ تومان افزایش یافت. صرافی‌های بانکی همچنین هر یورو را ۲۳ هزار و ۴۰۰ تومان خریدند و ۲۵ هزار و ۱۰۰ تومان فروختند که نرخ خرید و فروش یورو به ترتیب ۹۰۰ تومان و ۱۳۰۰ تومان با افزایش قیمت مواجه شد.

نگاهی به تغییرات نرخ دلار در بهار امسال

دلار در بازار آزاد ۸۴درصد گران شد

اطلاعات بانک مرکزی از نرخ دلار در بهار امسال نشان می‌دهد که قیمت فروش این ارز در بازار آزاد نسبت به زمستان سال گذشته ۸۴,۹درصد افزایش یافته است. به گزارش ایسنا، بانک مرکزی در گزارشی نرخ فروش دلار در بازار بین بانکی و بازار آزاد در بهار سال ۹۹ را اعلام کرده که طبق آن، در فروردین ماه دلار در بازار بین بانکی معادل ۴۲۰۰ تومان فروخته شد و قیمت فروش آن در بازار آزاد نیز به ۱۵ هزار و ۸۱۸ تومان رسید.

در اردیبهشت امسال نیز نرخ فروش دلار در بازار بین بانکی و بازار آزاد به ترتیب معادل ۴۲۰۰ و ۱۶ هزار و ۱۹۳ تومان بود. همچنین در خردادماه امسال دلار در بازار بین بانکی معادل ۴۲۰۰ تومان و در بازار آزاد به قیمت ۱۷ هزار و ۵۵ تومان فروخته شد بنابراین دلار در بازار بین بانکی با نرخ ۴۲۰۰ تومان و در بازار آزاد با میانگین نرخ ۱۶ هزار و ۵۲۲ تومان در بهار امسال معامله گردید. طبق این گزارش، از آنجاکه در سه ماهه پایانی پارسال نرخ فروش دلار در بازار بین بانکی ۴۲۰۰ تومان و در بازار آزاد نیز به طور متوسط ۱۴ هزار و ۲۹ تومان بوده است، در مقایسه با بهار امسال در بازار آزاد با ۸۴,۹درصد رشد مواجه شده است. علاوه بر این، در این مدت نرخ این ارز در بازار بین بانکی نیز نسبت به زمستان پارسال تغییری نکرده و ثابت مانده است.

نظرسنجی کیتکونیوز نشان داد

تردید بازار درباره رکوردزنی قیمت طلا

بازار طلا در ژوئیه شاهد بهترین عملکرد ماهانه در بیش از هشت سال اخیر بود اما نظرسنجی هفتگی کیتکونیوز نشان داد نظر تحلیلگران وال استریت درباره دورنمای کوتاه‌مدت قیمت این فلز ارزشمند دستخوش تغییر شده است. به گزارش ایسنا، جدیدترین نظرسنجی طلای هفتگی کیتکونیوز نشان داد اگرچه اکثر تحلیلگران وال استریت همچنان به افزایش قیمت طلا در معاملات هفته جاری خوش‌بین هستند اما میزان خوش‌بینی آنها به پایین‌ترین حد در دو ماه گذشته سقوط کرده است. در مقابل، میزان خوش‌بینی سرمایه‌گذاران به بالاترین حد در یک ماه اخیر رسید. نه تنها سرمایه‌گذاران به افزایش قیمت طلا خوش‌بین هستند بلکه صعود بی‌سابقه قیمت طلا، علاقه بیشتری به بازار این فلز ارزشمند جلب کرده است و شمار شرکت‌کنندگان در نظرسنجی کیتکونیوز از سرمایه‌گذاران خرد، به بالاترین رکورد در بیش از دو سال اخیر رسید. در حالی که از میزان خوش‌بینی تحلیلگران کاسته شده است اما تعداد اندکی کاهش قیمت طلا را پیش‌بینی کردند. بسیاری از تحلیلگران انتظار اصلاح قیمت در کوتاه مدت را دارند و متذکر شده‌اند که عوامل بنیادین قوی وجود دارد که می‌تواند طلا را به بالای مرز ۲ هزار دلار در هر اونس برساند. اوژن واینبرگ، مدیر تحقیقات کالای کومرس بانک گفت که «قیمت‌ها بیش از حد بالا رفته و ۲ هزار دلار سطح جذابی خواهد بود که در آن معامله‌گران به سودگیری خواهند پرداخت اما سیاست پولی جهانی و کاهش ارزش ارزها همچنان تا پایان سال از قیمت‌ها پشتیبانی خواهد کرد.» در نظرسنجی هفته جاری کیتکونیوز از کارشناسان وال استریت، ۱۷ نفر شرکت کردند که از میان آنها ۱۰ نفر معادل ۵۹درصد افزایش و سه نفر معادل ۱۸ درصد کاهش قیمت طلا را پیش‌بینی کردند و چهار نفر معادل ۲۴ درصد نظر خنثی داشتند. در نظرسنجی آنلاین کیتکونیوز از سرمایه‌گذاران، ۲۰۷۵ نفر شرکت کردند که از میان آنها ۱۳۷۵ نفر معادل ۶۶ درصد به افزایش و ۳۸۵ نفر معادل ۱۹ درصد به کاهش قیمت طلا رأی دادند و ۳۱۵ نفر معادل ۱۵ درصد نظری نداشتند. هر دو گروه کارشناسان وال استریت و سرمایه‌گذاران نسبت به روند افزایشی قیمت طلا در هفته گذشته خوش‌بین بودند و مأیوس هم نشدند. هر اونس طلا در معاملات روز جمعه بازار نیویورک با ۱۹ دلار و ۱۰ سنت معادل یک درصد افزایش، در ۱۹۸۵ دلار و ۹۰ سنت بسته شد. طلا پس از ۹ روز افزایش متوالی که طولانی‌ترین روند افزایشی از ژانویه بود، روز پنجشنبه ۱۱ دلار و ۱۰ سنت افت کرده و در ۱۹۴۲ دلار و ۳۰ سنت بسته شده بود. این فلز ارزشمند برای کل هفته ۴,۷ درصد افزایش قیمت داشت و در ژوئیه هم ۱۰,۳ درصد رشد ماهانه ثبت کرد که بزرگ‌ترین رشد ماهانه از فوریه سال ۲۰۱۶ به این طرف بود. جورج گرو، مدیرکل شرکت مدیریت دارایی آر بی سی به کیتکونیوز گفت: «با توجه به روند صعودی پرقدرتی که بازار در حال حاضر دارد، مشکل بتوان تصور کرد که قیمت طلا در کوتاه مدت پایین‌تر می‌رود. در شرایطی که ارزش ارزها سقوط کرده است، طلا تنها دارایی امن برای مردم است.»

با این حال معامله طلا در شرایطی که نوسان افزایش پیدا کرده است، دشوار خواهد بود و سرمایه‌گذاران برای خرید طلا در هنگام پایین آمدن قیمت‌ها و سودگیری در زمان بالا رفتن قیمت‌ها باید نگاه استراتژیکی‌تری داشته باشند. فیلیپ استرایبل، استراتژیست ارشد بازار در بلو لاین فیوچرز هم توصیه کرد سرمایه‌گذاران در زمان کاهش قیمت‌ها خرید کنند. چهار تحلیلگری که نظر خنثی درباره طلا داشتند، گفتند: «۲ هزار دلار سد بزرگی در کوتاه‌مدت محسوب می‌شود.»

اقتصاد ایران با انبساطی‌شدن سیاست‌های پولی به کجا می‌رود؟

۳ سیاست بانک مرکزی برای کنترل سرعت قطار تورم

این روزها زمزمه‌های ونزوئلایی شدن اقتصاد ایران از سوی برخی افراد مطرح شده و به یکی از نگرانی‌های اقتصاد کشور بدل شده است. در حال حاضر، موتور نقدینگی با قدرت هرچه تمام‌تر به پیش می‌رود و آمارهای جدید هم گواه رشد بی‌سابقه پایه پولی در فصل بهار امسال است و شوک‌های قیمتی، دیگر ثباتی برای بازارها باقی نگذاشته است.

تحلیلگران اقتصادی معتقدند اگرچه در شرایط فعلی نمی‌توان مدعی شد که خطر ونزوئلایی شدن، اقتصاد ایران را تهدید می‌کند، اما با تشدید تورم و رشد فزاینده نقدینگی، شرایط بسیار دشواری پیش روی آن قرار دارد. در این باره، مجید سلیمی‌بروجنی معتقد است: «در وضعیتی که اقتصاد کشور با رکود تورمی دست و پنجه نرم می‌کند، سیاست‌های پولی انبساطی به‌هیچ وجه کارکردی مثبت نخواهد داشت؛ زیرا ریشه رکود، افت تقاضا نیست که بتوانیم با تسهیل پولی و تلاش برای کاهش نرخ سود، سرمایه‌گذاری و تولید را به حرکت وا داریم.»

بانک مرکزی زیر بار فشار مضاعف تحریم‌ها

او در گفت‌وگو با خبرآنلاین، با بیان اینکه «بانک مرکزی در شرایط فعلی متأثر از بسیاری از گرفتاری‌های اقتصادی و سیاسی داخلی و خارجی کشور است»، گفت: «اکنون مساله اصلی، ناترازی‌های اقتصاد ایران و شوک‌های ناشی از تحریم‌هاست. وقتی با کمبود منابع مواجه هستیم، همه نهادهای موثر در تصمیم‌گیری توقع دارند بانک مرکزی منابع بی‌حد و حصر تزریق کند. این در حالی است که تحریم‌های بین‌المللی، بانک مرکزی را به شدت لای منگنه قرار داده است.»

این تحلیلگر اقتصادی ادامه داد: «اقتصاد ایران طی دو سال گذشته با بی‌سابقه‌ترین فشارهای بیرونی ناشی از تحریم‌ها مواجه شده است. درست است که دوره قبلی تحریم‌ها در سال ۱۳۹۰ الی ۱۳۹۱ صدمات زیادی به اقتصاد کشور وارد کرد، اما آن تحریم‌ها به اندازه تحریم‌های موجود هدفمند و کاملا منسجم نبوده‌اند. پس بانک مرکزی در این دوره زیر بار فشار مضاعفی قرار دارد که در دوره قبلی این‌گونه نبود.»

به اعتقاد سلیمی‌بروجنی، «یک مساله دیگر هم به عمیق‌تر شدن ناترازی‌های اقتصادمان که دهه‌های مختلف شکل گرفته‌اند برمی‌گردد. ناترازی‌های صندوق‌های بازنشستگی، بانک‌ها، بودجه و بدهی دولت، محیط‌زیست، ساختار جمعیتی و موارد بسیار دیگری که امروز هر کدام به ابرچالش در اقتصاد ایران تبدیل شده‌اند و اکنون آثار خود را نمایان کرده‌اند، بار سنگین خود را بر گردن بانک مرکزی انداخته‌اند.»

وی با بیان اینکه «بانک مرکزی طی چند ماه گذشته همواره تلاش داشته که سرعت قطار سریع‌السیر تورم را کنترل کند»، گفت: «بانک مرکزی در ماه‌های گذشته سه سیاست را در دستور کار قرار داده است. بازار حراج اوراق دولتی را راه‌اندازی کرده است تا تامین مالی دولت از مسیر کم‌خطرتری انجام شود، نرخ سود سپرده‌های بانکی را افزایش داده تا سپرده‌ها در شبکه بانکی رسوب بلندمدت داشته باشد و انتشار اوراق ودیعه را در دستور کار قرار داده تا قبض نقدینگی امکان‌پذیر شود.»

سیاست تازه برای مدیریت تورم و ثبات قیمت‌ها

این تحلیلگر اقتصادی با اشاره به اینکه «بانک مرکزی با استفاده از رویکرد هدف‌گذاری تورم در بیانیه‌ای در هفته اول خردادماه، رویکرد جدید خود از مدیریت تورم و ثبات قیمت‌ها و این سیاست‌ها را کنترل نقدینگی معرفی کرد»، افزود: «طبق اطلاعات این بیانیه، تورم هدف بانک مرکزی برای سال جاری ۲۲درصد با دامنه نوسان مثبت و منفی دو درصد تنظیم شده است و اعتقاد بانک مرکزی در چارچوب سناریوهایی که بررسی کرده، این است که تورم روند کاهشی داشته و دستیابی به این عدد دور از انتظار نیست.»

به گفته وی، «بررسی تحولات اخیر و واقعیت اقتصاد نشان می‌دهد از یک سو انتظارات تورمی مردم فاصله قابل توجهی با تورم هدف‌گذاری شده دارد و از سوی دیگر، آمارهای منتشرشده در فصل بهار درخصوص نقدینگی تناسبی با تورم ندارد. نخستین موضوعی که در رابطه با تدوین و اجرای سیاست هدف‌گذاری تورمی موضوعیت پیدا می‌کند، اجرای آن در شرایط عادی اقتصادی است. با توجه به الزاماتی که این سیاست با خود دارد، اجرای آن در شرایط بحرانی یا نزدیک به بحران اقتصادی به دلیل دشواری پایبندی به اصول و پایداری هدف غیرمعقول است. با این حال بانک مرکزی ایران زمانی را برای این کار برگزیده است که اقتصاد در شرایط مواجهه با نوسان‌های مختلف و غیرمعمول است.»

سلیمی‌بروجنی ادامه داد: «سیاست هدف‌گذاری تورمی از اساس یک برنامه بلندمدت است و تجربه‌های گذشته نشان داده است که بانک مرکزی نسبت به کاهش نرخ تورم از تورم هدف عکس‌العمل نشان نمی‌دهد. به طور مثال، بانک مرکزی در سال ۹۳ نرخ تورم ۲۵درصدی را برای تورم انتخاب کرد، اما با کاهش نرخ تورم، بانک مرکزی این مساله را دستاوردی برای خود تلقی کرد و با کاهش نرخ تورم عکس‌العملی نشان نداد و نرخ تورم در سال ۹۳ به ۱۵درصد رسید.»

او اضافه کرد: «از سوی دیگر، بانک مرکزی ابزارهای لازم برای رسیدن به نرخ تورم هدف در صورت افزایش نرخ تورم را ندارد بنابراین در صورتی که نرخ تورم به بیش از ۲۲درصدی اعلامی بانک مرکزی رسید که با وضعیت فعلی و رشد افسارگسیخته بازارهای دارایی دور از انتظار نیست، بانک مرکزی باید بتواند با ابزارهایی این نرخ را کاهش دهد.»

بهترین ابزار بانک مرکزی برای کاهش نرخ تورم

این تحلیلگر اقتصادی با بیان اینکه «بهترین ابزاری که بانک مرکزی برای کاهش نرخ تورم اعلام کرده، عملیات بازار باز است»، گفت: «البته بانک مرکزی ابزارهای دیگری نظیر هدف‌گذاری میانی نرخ سود بازار بین بانکی به شکل تعیین نرخ سود سیاستی، دلالان نرخ سود، خرید و فروش اوراق بهادار دولتی با بانک‌ها را برای کاهش نرخ تورم اعلام کرده است.»

سلیمی‌بروجنی با اشاره به اینکه عملیات بازار باز برای کاهش نرخ تورم، فروش اوراق بهادار دولتی توسط بانک‌مرکزی و جمع کردن نقدینگی است، افزود: «اما در شرایط فعلی بانک مرکزی تنها به عنوان خریدار اوراق بهادار ظاهر می‌شود و نیاز است که بانک مرکزی حجم قابل توجهی از این اوراق را داشته باشد. سیاست‌گذار پولی باید به خوبی بداند که در شرایطی که اقتصاد کشور اسیر رکود تورمی سنگین است، سیاست‌های پولی انبساطی هیچ کارکرد مثبتی ندارند؛ چراکه ریشه رکود، افت تقاضا نیست که بتوان با تسهیل پولی و تلاش برای کاهش نرخ سود سرمایه‌گذاری و تولید را تحریک کرد.»

این تحلیلگر اقتصادی در انتها گفت: «ایجاد نقدینگی اضافی در شرایط فعلی کشور، تنها موجب رشد بازارهای دارایی و مالی خواهد شد. چه در شرایط امروز اقتصاد ایران و چه از هر ظرف زمانی دیگری در طول تاریخ عاملان اقتصادی همواره به رفتار سیاست‌گذار توجه می‌کنند، نه به گفتار او. متاسفانه در اکثر کشورهایی که تورم‌های خیلی بالا تجربه شده، این تورم‌ها حاصل این نبوده که راهی برای جلوگیری از انتظارات تورمی وجود نداشته است، بلکه نتیجه این بوده که سیاست‌گذاران نتوانسته‌اند یا نخواسته‌اند کار درست را انجام دهند.»

نظارت‌ها بر تبادلات مالی ایرانیان افزایش یافت

چالش‌های FATF برای بازرگانان ایرانی

عدم همکاری بانک‌های جهان با طرف‌های ایرانی به دلیل فشارهای گروه ویژه اقدام مالی تشدید شده است، به طوری که رئیس اتاق بازرگانی ایران و چین به تازگی اعلام کرده در حال حاضر هیچ مبادله بانکی با روسیه و چین انجام نمی‌شود و بانک‌ها در این کشورها به دارندگان گذرنامه‌های ایرانی خدمات بانکی ارائه نمی‌دهند.

در اردیبهشت ماه سال گذشته بود که بانک کونلون چین اعلام کرد روابطش را با ایران محدود به کالاهای بشردوستانه کرده است. این بانک همچنین از ۲۰ آوریل امسال همکاری خود با بازرگانان ایرانی را به شدت محدود و آن را منوط به شرایط خاص و پیچیده کرده است. مجیدرضا حریری، رئیس اتاق ایران و چین گفت که عدم همکاری بانک‌های خارجی به دلیل ظن پولشویی علاوه بر تحریم‌های آمریکا، به فشار بیشتر بر بازرگانان ایرانی منجر شده است.

او در این باره ادامه داد: «الان ما دو مشکل اساسی در سیستم بانکی داریم؛ یکی تحریم‌های آمریکا است که هر کشور همکار با ما را در تور تحریم‌های خود قرار می‌دهد. مشکل دوم؛ موضوع FATF است که نپذیرفتن شرایط آن موجب این مشکل شده است. به طوری که در هفته اخیر از سوی این نهاد مالی مکررا به سیستم‌های بانکی دنیا بخشنامه شده مبنی بر اینکه ایران یک کشور پرریسک است و باید مبادلات مالی آن به شدت کنترل شود.» فشار بر مبادلات مالی ایرانیان به دلیل عدم پذیرش شروط مورد کارگروه ویژه اقدام مالی حتی دوتابعیتی‌ها در کانادا را هم شامل می‌شود. براساس تصمیم جدید وزارت دارایی کانادا، هر تراکنشی با مبدأ، مقصد یا ارتباط با ایران، صرف نظر از مقدار آن تراکنشی پرریسک ارزیابی خواهد شد. براساس بیانیه‌ای که مرکز نظارت بر تراکنش‌های مالی و گزارش‌دهی کانادا چند روز پیش منتشر کرده، بانک‌ها، شرکت‌های ارائه‌دهنده خدمات مالی، بانک‌های خارجی و شرکت‌های ارائه‌دهنده خدمات کارت‌های اعتباری باید ضمن شناسایی هویت مشتریان ایرانی (حقیقی و حقوقی) نسبت به ریسک پولشویی و تامین مالی تروریسم مطمئن شوند. کانادا اعلام کرده این دستورالعمل شامل تمامی اشخاص ایرانی (حقیقی و حقوقی) می‌شود و برای گروه‌هایی که دارای اصالت یا ارتباط ایرانی باشند (نظیر دانشجویان ایرانی در کانادا، اشخاص دارای اقامت دایم کانادا و بستگان آنها) استثنایی وجود ندارد. در اسفندماه سال ۹۸، کارگروه ویژه اقدام مالی موسوم به FATFنام ایران را در فهرست سیاه خود قرار داد. پیشتر ایران فرصت داشت تا در ضرب‌الاجل تعیین شده برای اصلاح قوانین داخلی علیه پولشویی اقدام کند. تصویب لوایح FATF در مجمع تشخیص مصلحت نظام از جمله اقدامات موردنظر برای کاهش فشار در روابط بانکی به بازرگانان ایرانی بود که انجام نشد. در خردادماه امسال، دری نجف‌آبادی از اعضای مجمع اعلام کرد لوایح باقی مانده FATF از دستور کار مجمع خارج شده است.

مرکز نظارت بر تراکنش‌های مالی و گزارش‌دهی کانادا خبر داد

همه ایرانیان مشمول قانون جدیدند، حتی دوتابعیتی‌ها!

طبق تصمیم جدید وزارت دارایی کانادا، هر تراکنشی با مبدأ، مقصد یا ارتباط با ایران، صرف نظر از مقدار آن تراکنشی پرریسک ارزیابی خواهد شد. به گزارش ایسنا، مرکز نظارت بر تراکنش‌های مالی و گزارش‌دهی کانادا چند روز پیش با صدور بیانیه‌ای اعلام کرد که طبق تصمیم وزارت دارایی این کشور، از این پس بانک‌ها، شرکت‌های ارائه‌دهنده خدمات مالی، بانک‌های خارجی و شرکت‌های ارائه‌دهنده خدمات کارت‌های اعتباری باید ضمن شناسایی هویت مشتریان ایرانی (حقیقی و حقوقی) نسبت به ریسک پولشویی و تامین مالی تروریسم مطمئن شوند. اما علت اتخاذ این تصمیم چه بود؟ به گفته این مرکز کانادایی، به دنبال قرار گرفتن نام ایران در فهرست کشورهای غیرهمکار کارگروه ویژه اقدام مالی (FATF)، این کارگروه از کشورهای عضو خواسته بود که با انجام اقدامات موثر به محافظت از سیستم مالی جهانی در برابر ریسک‌های موجود بپردازند و در نتیجه این درخواست، وزیر دارایی کانادا با استناد به ماده ۱۱.۴۲ پولشویی و قانون تامین مالی تروریسم دستور داده است همه تراکنش‌ها به مبدأ یا مقصد ایران به عنوان تراکنش پرریسک شناسایی و اطلاعات آن به مرکز نظارت بر تراکنش‌های مالی و گزارش‌دهی کانادا داده شود. البته این دستور به معنای ممنوعیت انجام این تراکنش‌ها نیست.

با توجه به اینکه کانادا یکی از مقاصد اصلی مهاجرتی ایرانیان در سال‌های اخیر بوده است و اکنون حدود ۴۰۰ هزار ایرانی در آن زندگی می‌کنند، این تصمیم دولت کانادا موجب نگرانی شمار زیادی از آنها شده است. طبق اطلاعیه این مرکز، هر تراکنش دارای ارتباط با ایران، صرف نظر از مبلغ آن یک تراکنش پرریسک محسوب شده و باید هویت کلیه مشتریان (خواه شخص باشد یا نهاد) که درخواست انجام این تراکنش را دارند یا از آن منتفع می‌شوند شناسایی شود. اطلاعات تراکنش ضبط و به مرکز فوق گزارش خواهد شد.

پیشتر نیز با توجه به تحریم‌های اعمال‌شده توسط آمریکا، ایرانی‌ها با طیف وسیعی از مشکلات برای انجام امور مالی خود مواجه بوده‌اند. با این حال طبق گفته این مرکز کانادایی، این دستورالعمل شامل تمامی اشخاص ایرانی (حقیقی و حقوقی) می‌شود و استثنایی برای گروه‌هایی که دارای اصالت یا ارتباط ایرانی باشند (نظیر دانشجویان ایرانی در کانادا، اشخاص دارای اقامت دایم کانادا و بستگان آنها) در نظر گرفته نخواهد شد.

شاخص بورس این هفته به رکورد ۲ میلیون واحدی می‌رسد؟

صعود ۵۷ هزار واحدی شاخص بورس

فرصت امروز: استراتژی بورس در هفته نخست مردادماه، یک گام به پیش و دو گام به پس بود تا پربازده‌ترین بازار سرمایه‌گذاری ایران در این هفته تنها یک درصد رشد را تجربه کند و سهامدارانش را به فکر فرو ببرد که آیا این استراتژی بورس در این هفته نیز ادامه می‌یابد و شاخص بورس بالاخره به رکورد ۲ میلیون واحدی می‌رسد؟ در نتیجه بسیاری از سرمایه‌گذاران نگاهشان را به تابلوی معاملات بورس تهران در روز شنبه دوختند تا برای سوال خود پاسخی بیابند. شاخص بورس نیز در این روز سهامداران را ناامید نکرد و نماگر بازار سرمایه در یازدهمین روز مردادماه بیش از ۵۷ هزار واحد رشد کرد.

بنابراین شاخص بورس تهران که در روزهای سه‌شنبه و چهارشنبه هفته گذشته روندی نزولی داشت، بار دیگر به مدار صعود برگشت و با رشد ۵۷ هزار و ۳۲۵ واحدی در ارتفاع یک میلیون و ۹۶۱ هزار واحد ایستاد. شاخص کل (هم وزن) نیز با یک ۱۰ هزار و ۹۴۳ واحد افزایش به ۵۱۸ هزار و ۱۳۴ واحد و شاخص قیمت (هم وزن) با ۷هزار و ۱۸۵ واحد رشد به ۳۴۰ هزار و ۱۸۲ واحد رسید. شاخص بازار اول ۳۶ هزار و چهار واحد و شاخص بازار دوم ۱۳۹ هزار و ۹۰۶ واحد افزایش داشت. شاخص فرابورس نیز بیش از ۵۵۹ واحد رشد کرد. در معاملات این روز بیش از ۱۰ میلیارد و ۶۲۱ میلیون سهم و اوراق بهادار به ارزش ۱۷۶ هزار و ۲۷۴ میلیارد ریال داد و ستد شد. گروه فرآورده‌های نفتی نیز صدرنشین برترین گروه‌های صنعت شد.

کدام نمادها شاخص بورس را بالا بردند؟

در روز شنبه نمادهای سرمایه‌گذاری تامین اجتماعی (شستا) با ۵ هزار و ۳۰۱ واحد، فولاد مبارکه اصفهان (فولاد) با ۵ هزار و ۲۶ واحد، صنایع پتروشیمی خلیج فارس (فارس) با ۴ هزار و ۳۳۲ واحد، نماد ملی صنایع مس ایران (فملی) با ۳ هزار و ۷۳۹ واحد، پالایش نفت اصفهان (شپنا) با ۲ هزار و ۷۱ واحد، پالایش نفت تهران (شتران) با ۲ هزار و ۹۶ واحد و نفت و گاز پتروشیمی تامین (تاپیکو) با یک هزار و ۹۳۸ واحد بیشترین تاثیر مثبت را بر شاخص بورس داشتند.

در سوی مقابل نیز نمادهای بانک صادرات ایران (وبصادر) با ۷۰۲ واحد، پالایش نفت بندرعباس (شبندر) با ۶۷۴ واحد، بانک تجارت (وتجارت) با ۶۵۸ واحد، پتروشیمی فناوران (شفن) با ۴۲۵ واحد، گسترش سرمایه‌گذاری ایران خودرو (خگستر) با ۳۴۹ واحد، نفت بهران (شبهرن) با ۱۴۳ واحد، بانک اقتصاد نوین (ونوین) با ۱۲۱ واحد، نیرومحرکه (خمحرکه) با ۱۱۰ واحد، گروه س. توسعه صنعتی ایرانیان (وتوصا) با ۹۹ واحد، بین‌المللی توسعه ساختمان (ثاخت) با ۷۲ واحد و سرمایه‌گذاری مسکن (ثمسکن) با ۶۷ واحد تاثیر منفی بر شاخص داشتند.

همچنین نمادهای سرمایه‌گذاری غدیر، فولاد مبارکه اصفهان، پالایش نفت اصفهان، پالایش نفت بندرعباس، ملی صنایع مس ایران، بانک تجارت و بانک صادرات ایران ازجمله نمادهای پربیننده بودند. گروه فرآورده نفتی هم در معاملات این روز صدرنشین برترین گروه‌های صنعت شد و در این گروه ۷۸۱ میلیون و ۶۷۰ هزار برگه سهم به ارزش ۳۸ هزار و ۳۴۱ میلیارد ریال داد و ستد شد.

شاخص فرابورس نیز بیش از ۵۵۹ واحد افزایش داشت و بر روی کانال ۲۰ هزار و ۲۸۲ واحد ثابت ماند. در این بازار ۲ میلیارد و ۹۳۵ میلیون برگه سهم به ارزش ۶۱ هزار و ۹۷۵ میلیارد ریال داد و ستد شد.

نمادهای سنگ آهن گهرزمین (کگهر)، هلدینگ صنایع معدنی خاورمیانه (میدکو)، پتروشیمی تندگویان (شگویا)، سرمایه‌گذاری صبا تامین (صبا)، بانک دی (دی)، پلیمر آریا ساسول (آریا)، پتروشیمی زاگرس (زاگرس)، فولاد هرمزگان جنوب (هرمز)، سهامی ذوب آهن اصفهان (ذوب)، گروه توسعه مالی مهر آیندگان (ومهان)، گروه سرمایه‌گذاری میراث فرهنگی (سمگا)، توسعه مولد نیروگاهی جهرم (بجهرم)، اعتباری ملل (وملل)، س. توسعه و عمران استان کرمان (کرمان)، بیمه کوثر (کوثر)، نیروگاه زاگرس کوثر (بزاگرس) و صنایع ماشین‌های اداری ایران (مادیرا) تاثیر مثبت بر شاخص این بازار داشتند.

همچنین نمادهای پتروشیمی مارون (مارون)، سرمایه‌گذاری مسکن تهران (ثتران)، پالایش نفت شیراز (شراز)، داروسازی سبحان انکولوژی (دسانکو)، سرمایه‌گذاری مسکن الوند (ثالوند)، مبین وان کیش (اوان)، سرمایه‌گذاری آوا نوین (وآوا)، سرمایه‌گذاری مسکن زاینده رود (ثرود)، توکا رنگ فولاد سپاهان (شتوکا)، شیر پاستوریزه پگاه فارس (غفارس) با تاثیر منفی بر شاخص فرابورس همراه بودند.

پیش‌بینی معاملات بورس تهران در این هفته

بورس تهران در هفته گذشته روزهای پرنوسانی را پشت سر گذاشت و با رشد کمتر از یک درصد به معاملات نخستین هفته مردادماه خاتمه داد. حال سهامداران در انتظار پایان اصلاح شرکت‌های بزرگ و مشخص شدن مسیر معاملات این هفته جاری هستند. در این زمینه، یک کارشناس بازار سرمایه به پیش‌بینی معاملات بورس تهران در این هفته پرداخت و با اشاره به روند هفته گذشته بازار گفت: روند معاملات بورس در هفته‌ای که گذشت براساس پیش‌بینی‌ها پیش رفت و بر شدت عرضه‌ها در بازار افزوده شد.

امیرعلی امیرباقری به عوامل تاثیرگذار بر افزایش عرضه در بازار اشاره کرد و به ایرنا گفت: در ابتدا بعد از شکل گرفتن رشدهای چشمگیر در بازار، اصلاح درون کانالی برای کلیت بازار لازم و ادامه روند بازار منوط بر دست به دست شدن سهام برای ایجاد مرحله بعدی مسیر صعودی شاخص بورس بود.

به گفته وی، یک سری از بحث‌های مطرح شده در زمینه سهام دولتی و نقش دولت در رشد قیمتی این سهام تاثیرگذار بود، زیرا اغلب سهام صندوق‌های ETF بدون توقف رشد کرده بودند و لازم بود تا برای ادامه رشد خود وارد فاز اصلاحی شوند. البته سهامداران به این نکته توجه داشته باشند که افزایش عرضه به معنای آغاز ریزش بازار نیست بلکه یک روند اصلاحی است که برای ادامه صعود بازار لازم است.

او با بیان اینکه در حوزه قیمت‌های جهانی به غیر از طلا در دیگر کالاها شاهد تغییر قیمتی نیستیم، گفت: طلا با عبور از سقف تاریخی خود به ارقام حدود ۱۹۷۰ دلار رسید که براساس پیش‌بینی اکثر بانک‌های بزرگ دنیا، کماکان افزایش قیمت طلا در میان‌مدت و بلندمدت ادامه‌دار خواهد بود.

امیرباقری با بیان اینکه طلا به ذخیره سرمایه برای افراد و بانک‌های بزرگ دنیا تبدیل خواهد شد، افزود: یکی از مهمترین دلایل این امر، اتفاق رخ داده در حوزه کامودیتی‌ها و رشد کلیت قیمت کامودیتی‌ها با شاخص دلار است که این امر در میان‌مدت و بلندمدت به سود کامودیتی‌ها و سهام کامودیتی محور خواهد بود. اکنون قیمت‌گذاری کامودیتی‌ها براساس شاخص دلار، محوری برای رشد قیمت کامودیتی‌ها در میان‌مدت و بلندمدت خواهد بود که این موضوع می‌تواند سهام کامودیتی محور و کلیت شاخص بورس را با رشد و اقبال سهامداران مواجه کند.

از نوسانات چشمگیر قیمتی تا رفتارهای هیجانی

این کارشناس بازار سرمایه سپس به پیش‌بینی خود از روند معاملات بورس در هفته جاری پرداخت و گفت: در هفته جاری با نوسانات چشمگیر قیمتی مواجه خواهیم بود و یک سری از سهام از صف خرید به صف فروش و از صف فروش به صف خرید حرکت می‌کنند و تاکنون علائمی که دال بر ریزش شاخص بورس باشد در بازار مشاهده نشده است.

به گفته او، در برخی از روزهای معاملاتی، روند مثبت بازار است اما به طور کلی با بازار پرعرضه‌ای همراه خواهیم شد.

وی با تاکید بر اینکه در هفته جاری شاهد شتاب در رفتارهای هیجانی از سوی سرمایه‌گذاران هستیم، گفت: هیجان همیشه آفت سرمایه‌گذاری‌ها بوده که توصیه ما به سهامداران پرهیز از هیجان و نگاه به کلیت بازار است.

امیرباقری با بیان اینکه یکی از مهمترین سوالاتی که ذهن فعالان بازار را به خود مشغول کرده است، در مورد سهام موجود در صندوق دارا دوم و دارا سوم است که چه اتفاقی برای مسیر صعودی آنها اتفاق می‌افتد و سرمایه‌گذاران باید چه تصمیمی را برای این سهام اتخاذ کنند، گفت: واضح است که رشد سهام این صندوق‌ها با چنین سرعت زیادی، با کلیت اقتصاد داخلی و جهانی همخوانی نداشته و قطعا این سهام با توجه به رشدی که داشتند نیازمند اصلاح هستند.

نماگر بازار سهام

از افت شاخص داوجونز تا رشد شاخص نزدک و اس اند پی

روند بازار جهانی در هفته‌ای که گذشت

هفته گذشته شاهد عملکرد مبهم و متفاوت در بازار جهانی بودیم. در بازارهای سهام در حالی شاخص داوجونز با افت مواجه شد که در مقابل شاهد بازدهی مثبت شاخص‌های نزدک و اس اند پی در بازار آمریکا بودیم. به گزارش سنا، در میان رویدادهای مثبت این هفته، برگزاری نشست فدرال رزرو خودنمایی می‌کرد. با این حال با توجه به روند قابل پیش‌بینی این نشست، نوسان قابل توجهی را به بازارهای مالی تحمیل نکرد و حتی واکنش شاخص دلار نیز به برگزاری نشست فدرال رزرو محدود بود. فدرال رزرو تاکید کرد که از سیاست‌های پولی برای حمایت از فعالیت‌های اقتصادی استفاده خواهد شد، اگرچه در نشست هفته گذشته هیچ بسته حمایتی جدیدی معرفی نشد. فدرال رزرو همچنین اعلام کرد نرخ بهره در نزدیکی صفر باقی خواهد ماند. در این بین، رشد تولید ناخالص داخلی آمریکا نیز تقریباً مطابق با انتظارات منتشر شد و به منفی ۳۴درصد افت کرد. از نظر بنیادی، اقتصاد جهانی، به اندازه کافی از حمایت‌های مالی و پول برخوردار شده است که این مسئله احتمالا از سقوط مجدد بازارهای مالی خودداری خواهد کرد؛ اگرچه با توجه به مبهم بودن وضعیت شیوع ویروس کرونا، انتظار صعود شارپ بازارهای سهام هم وجود ندارد.

در عین حال شاخص مدیران خرید بخش تولید چین برای ماه جولای اندکی بهتر از انتظار، منتشر شد و به ۵۱.۱ رسید. شاخص PMI بخش غیرتولیدی نیز با اندکی کاهش به ۵۴.۲ واحد رسید. بعد از شیوع ویروس کرونا، عملکرد شاخص مدیران خرید فقط در ماه فوریه به زیر ۵۰ نزول کرده است و بلافاصله در ماه بعدی با قدرت جبران کرده است. در آمریکا نیز رشد GDP آمریکا، که انتظار می‌رفت در فصل دوم ۲۰۲۰ به منفی ۳۴.۵ درصد برسد، اندکی بهتر از انتظارات منتشر شد و به منفی ۳۲.۹ درصد رسید که پایین‌ترین رشد اقتصادی در تاریخ آمریکا است. رشد تولید ناخالص داخلی آلمان نیز در فصل دوم اندکی بدتر از انتظار منتشر شد و به منفی ۱۰درصد رسید. در این میان، طلا در مجموع هفته با رشد ۳.۹ درصدی همراه شد و به ۱۹۷۶ دلار در هر اونس رسید. در بازار فلزات نیز مس عملکردی منفی را ثبت کرد و با افت ۰.۴ درصد مواجه شد. این در حالی است که با رشد کرونا کشورهای شیلی و پرو که در مجموع ۴۰درصد مس دنیا را تولید می‌کنند، اقدام به محدودکردن فعالیت‌های معدنی کردند و آخرین داده‌ها نشان از افت ۴۰ درصدی تولید مس پرو دارد. دیگر فلزات اما هفته مثبتی را پشت سر گذاشتند. در این خصوص سرب ۳ درصد، روی ۴.۷ درصد و آلومینیوم ۰.۷ درصد افزایش قیمت را ثبت کردند.

قیمت نفت برنت نیز در هفته‌ای که گذشت در محدوده ۴۳ دلار در نوسان بود. در این بازار میلیون‌ها بشکه از ظرفیت پالایشگاه نفت در ایالات متحده به دنبال کاهش تقاضا بعد از شیوع ویروس کرونا، به طور دائم از بین رفته است. تقاضا برای سوخت جت در آمریکا کاهش قابل توجهی داشته است. تقاضا برای بنزین نسبت به بدترین وضعیت کرونا، ۸۰درصد بهبود پیدا کرده، در حالی که تقاضای سوخت جت فقط ۳۰درصد رشد داشته است. از آنجایی که پالایشگاه‌ها نمی‌توانند محصولاتی مانند دیزل را بدون تولید سوخت جت، تهیه کنند، تولید سایر محصولات نیز تحت تاثیر قرار گرفته است.

باتوجه به اینکه تقاضا برای نفت تا بازگشت به سطح قبل از کرونا، فاصله دارد، بازگشت قیمت نفت به ۶۰ دلار قبل از کرونا نیز دور از انتظار است. ضمن آنکه تعداد حلقه‌های چاه فعال نفت آمریکا با یک واحد کاهش به ۱۸۱ دکل رسید. در کنار کاهش حلقه‌های نفت، ذخایر نفت نیز کاهش ۱۰ میلیون بشکه‌ای را ثبت کرد. از آنجا که کاهش تعداد حلقه‌های نفت، عامل حمایت‌کننده از بهای طلای سیاه است، کاهش ذخایر تولید می‌تواند تداوم رشد قیمت نفت را به دنبال داشته باشد.

شرکت آب و فاضلاب استان البرز «سهامی خاص»

نوبت اول

سیستم مدیریت یکپارچه / کد ۱۰/۴۳/۰۰/ف

آگهی تجدید مناقصه عمومی یک مرحله ای (شماره ۴۸/م ع/۹۹)

شرکت آب وفاضلاب استان البرز در نظر دارد ۱۰۲۲ متر لوله فولادی (اسپیرال و درز مستقیم) در سایزهای مختلف از محل اعتبارات طرحهای عمرانی رااز طریق مناقصه عمومی از مناقصه گران واجد شرایط خریداری نماید.

مدت تحویل : از تاریخ انعقاد قرارداد به مدت ۳۰ (سی) روز تعیین می گردد.

کلیه مراحل برگزاری مناقصه از دریافت اسناد مناقصه تا ارائه پیشنهاد مناقصه گران و بازگشایی پاکتها از طریق درگاه سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) به آدرس www.setadiran.ir با شماره فراخوان ۲۰۹۹۰۰۵۱۸۶۰۰۰۰۲۸ انجام خواهد شد و لازم است مناقصه گران در صورت عدم عضویت قبلی ، مراحل ثبت نام در سایت مذکور و دریافت گواهینامه امضای الکترونیکی را جهت شرکت در مناقصه محقق سازند.

مبلغ تضمین شرکت در فرآیند ارجاع کار : ۱,۳۲۰,۲۴۶,۱۰۰ ریال به صورت واریز نقدی به حساب شرکت ضمانتنامه بانکی به نام شرکت آب و فاضلاب استان البرز و یا اوراق مشارکت می باشد.

مهلت تحویل اسناد مناقصه : پیشنهاد دهندگان می بایست مدارک لازم را مطابق مندرجات برگ شرایط تا ساعت ۱۹ روز دوشنبه مورخ ۹۹/۰۵/۲۷ بصورت فایل PDF در سامانه فوق بارگذاری نمایند.

مناقصه گران علاوه بر بارگذاری فایل PDF تضمین شرکت در فرآیند ارجاع کار ، موظف به ارائه آن در پاکت لاک و مهر شده تا ساعت ۱۵:۳۰ روز دوشنبه مورخ ۹۹/۰۵/۲۷ به دفتر قراردادهای شرکت آب و فاضلاب استان البرز می باشند.

تاریخ بازگشایی پاکات : ساعت ۱۳:۳۰ روز سه شنبه مورخ ۹۹/۰۵/۲۸ خواهد بود.

نحوه دریافت اسناد مناقصه: داوطلبان می‌توانند به منظور دریافت اسناد مناقصه از تاریخ ۹۹/۰۵/۱۲ تا پایان وقت اداری روز چهارشنبه مورخ ۹۹/۰۵/۱۵ از طریق سامانه ستاد به آدرس www.setadiran.ir اقدام نمایند. تلفن تماس : ۳۲۱۱۷۱۵۰-۰۲۶

سایر اطلاعات و جزئیات مربوط در اسناد مناقصه مندرج است.

جهت کسب اطلاعات بیشتر به سایت پایگاه ملی اطلاع رسانی مناقصات، به آدرس (iets.mporg.ir) مراجعه نمایید.

شماره آگهی: ۹۲۶۸۳۶

شرکت آب و فاضلاب استان البرز «سهامی خاص»

۴۰۶

جمهوری اسلامی ایران
وزارت راه و شهرسازی
سازمان راهداری و حمل و نقل جاده ای
اداره کل راهداری و حمل و نقل جاده ای استان بوشهر

نوبت دوم

بچه ها را از خطراتی که در راهها در کمین آنان است با خبر کنیم

آگهی تجدید مناقصه عمومی یک‌مرحله‌ای

اداره کل راهداری و حمل و نقل جاده ای استان بوشهر در نظر دارد پروژه خود را براساس مشخصات و شرایط کلی مندرج در جدول به صورت برگزاری مناقصه عمومی یک مرحله ای از طریق سامانه تدارک الکترونیکی دولت به شرکتهای واجد شرایط واگذار نماید.

ردیف	شماره مناقصه	شماره فراخوان	موضوع تجدید مناقصه	محل اجرا	مدت اجرا کار	برآورد اولیه (ریال)	مبلغ تضمین شرکت در مناقصه	حداقل رتبه و رشته مورد نیاز
۱	۹۵/۹۹-۰۲	۲۰۹۹۰۰۳۵۸۳۰۰۰۰۰۱۸	لکه گیری کمربندی خورموج	شهرستان دشتی	۴ماه	۱۰,۲۷۸,۱۹۶,۲۳۸	۵۲۰,۰۰۰,۰۰۰	رتبه ۵ رشته راه و ترابری
۲	۹۵/۹۹-۰۳	۲۰۹۹۰۰۳۵۸۳۰۰۰۰۰۱۹	اجرای فوگ سیل میدان میوه و تره بار برازجان کتل (رفت و برگشت) و کتل زیارت – گزبلند	شهرستان دشتستان	۴ماه	۱۶,۱۶۷,۶۷۲,۸۹۰	۸۱۰,۰۰۰,۰۰۰	

کلیه مراحل برگزاری مناقصه از دریافت اسناد تا ارائه پیشنهاد مناقصه گران و بازگشایی پاکت ها از طریق درگاه الکترونیکی دولت (سامانه ستاد) به ادرس (http://www.setadiran.ir) انجام خواهد شد تاریخ انتشاراسناد در سامانه ۹۹/۵/۱۳ می باشد

۱- زمان و محل توزیع اسناد : از تاریخ ۹۹/۵/۱۳ لغایت ۹۹/۵/۱۶ (از طریق درگاه الکترونیکی دولت(سامانه ستاد)

۲- آخرین مهلت تحویل مدارک تا پایان وقت اداری روز دوشنبه مورخ ۹۹/۵/۲۷ می باشد

۳- نشانی محل تسلیم مدارک: درگاه الکترونیکی دولت(سامانه ستاد) به آدرس http://www.setadiran.ir

۴- ارائه پاکت الف به آدرس: بوشهر – خیابان ریسعلی دلواری- چهار راه کشتیرانی – اداره کل راهداری و حمل و نقل جاده ای استان بوشهر – امور اداری

۵- مدت اعتبار پیشنهادات تا ۱۷۰ روز پس از زمان بازگشایی پاکات مناقصه می باشد.

۶- جلسه بازگشایی پاکات: زمان بازگشایی پاکات روز سه شنبه مورخ۹۹/۵/۲۸ رأس ساعت ۰۹:۰۰ صبح در محل سالن جلسات اداره کل راهداری و حمل و نقل جاده ای استان بوشهر می‌باشد.

۷-مبلغ تضمین شرکت در مناقصه می بایست به صورت فیش واریزی یا ضمانت نامه بانکی تهیه و در پاکت (الف) تحویل گردد.

۸- سایر اطلاعات و جزئیات مربوط در اسناد مناقصه مندرج است.

جهت کسب اطلاعات بیشتر متقاضیان می توانند به پایگاه ملی اطلاع رسانی مناقصات به نشانی http://iets.mporg.ir مراجعه و یا با شماره تلفن ۳- ۰۷۷۳۳۳۳۱۲۸۱ تماس حاصل فرمایند.

نوبت اول چاپ آگهی ۹۹/۵/۱۱
نوبت دوم چاپ آگهی: ۹۹/۵/۱۲

روابط عمومی اداره کل راهداری و حمل و نقل جاده ای استان بوشهر

۴۰۱

قیمت مرغ به هر کیلو ۱۹ هزار تومان رسید

عضو هیأت مدیره اتحادیه مرغداران گوشتی گفت امروز قیمت هر کیلو مرغ زنده ۱۳ هزار تومان و مرغ گرم ۱۹ هزار تومان است.

عظیم حجت، عضو هیأت مدیره اتحادیه مرغداران گوشتی در گفت‌وگو با باشگاه خبرنگاران جوان، از ثبات قیمت مرغ در بازار خبر داد و گفت: هم اکنون متوسط قیمت هر کیلو مرغ زنده ۱۲ هزار و ۵۰۰ تا ۱۳ هزار تومان و مرغ آماده به طبخ در خرده فروشی‌ها ۱۸ هزار و ۵۰۰ تا ۱۹ هزار تومان است.

وی افزود: اگر تامین نهاده موردنیاز مرغداران با نرخ مصوب صورت نگیرد، این احتمال وجود دارد که هر اتفاقی در بازار مرغ رخ دهد.

حجت ادامه داد: در سه ماهه نخست سال، تمامی آحاد جامعه مرغ را کمتر از قیمت ستاد تنظیم بازار خریداری کردند که با این وجود سرمایه از مرغدار کسر و به جامعه مصرف‌کننده اضافه شده است و در شرایط فعلی با افزایش هزینه‌های تولید، سودی عاید مرغداران نمی‌شود که افت قیمت مرغ تاثیر منفی در امر جوجه‌ریزی می‌گذارد.

عضو هیأت مدیره اتحادیه مرغداران گوشتی ادامه داد: با وجود افزایش هزینه‌های تولید امکان عرضه مرغ با نرخ مصوب ستاد تنظیم بازار وجود ندارد، چنانچه مسئولان خواهان عرضه با نرخ مصوب هستند، نهاده با نرخ مصوب را باید در اختیار مرغداران قرار دهند. عضو هیأت مدیره اتحادیه مرغداران گوشتی با انتقاد از تاخیر در توزیع نهاده‌های دامی بیان کرد: اکثر شرکت‌های فروشنده نهاده‌های دامی به جز پشتیبانی امور دام در ارسال بار عملکرد مناسبی ندارند که تمامی این عوامل منجر به افزایش هزینه‌های تولید می‌شود.

بازار نهاده‌های دامی همچنان دو نرخی است

وی با بیان اینکه بازار نهاده‌های دامی همچنان دو نرخی است، گفت: عدم حمل به موقع نهاده علت اصلی اختلاف قیمت مصوب با بازار آزاد است و از آنجا که مرغدار با موجود زنده سر و کار دارد، چاره‌ای جز تامین نهاده با نرخ بالا ندارند.

حجت با اشاره به اختلاف سه برابری قیمت کنجاله سویا نسبت قیمت کنجاله سویا نسبت به نرخ مصوب بیان کرد: با توجه به تامین ۳۰ تا ۴۰ درصد نیاز مرغداران با نرخ مصوب، حداقل ۳ هزار تومان بر هزینه تمام شده تولید افزایش می‌یابد.

عضو هیأت مدیره اتحادیه مرغداران گوشتی قیمت منطقی هر کیلو مرغ ۱۶ هزار و ۵۰۰ تا ۱۷ هزار تومان اعلام کرد و افزود: اگر مسئولان ستاد تنظیم بازار بر عرضه مرغ با نرخ ۱۵ هزار تومان اصرار می‌ورزند، ستاد تنظیم بازار باید از ابزارهای کنترلی بر فروش نهاده‌ها استفاده کند چراکه مرغداران در پایان خط تولید قرار دارند و در زمانی که مرغ‌های‌شان به سن عرضه می‌رسد، امکان نگهداری در سالن‌ها وجود ندارد. این مقام مسئول با اشاره به اینکه قیمت نهاده‌ها همچنان دو نرخی است، اظهار کرد: کنجاله سویا با نرخ ۷ هزار تومان و ذرت ۲ هزار و ۶۰۰ تا ۲ هزار و ۷۰۰ تومان در بازار سیاه به وفور موجود است، درحالی که نهاده به میزان کافی با نرخ مصوب نیست.

وی با انتقاد از جهش چشمگیر قیمت ریزمغذی‌ها در بازار گفت: قیمت ریزمغذی‌ها همچون متیونین و لیزین و سایر مکمل‌ها نسبت به مدت مشابه سال قبل چندبرابری رشد داشته که تمامی این عوامل منجر به افزایش هزینه‌های تولید شده است.

وی متوسط نرخ هر قطعه جوجه یکروزه را بالای ۳ هزار تومان اعلام کرد و گفت: با توجه به نوسان شدید هزینه‌های تولید، نرخ مصوب به هیچ عنوان قابل قبول نیست.

به گفته حجت، با وجود آنکه ۴۰ تا ۵۰ درصد نهاده‌های دامی از کانال دولت و مابقی بازار آزاد تامین می‌شود، به همین خاطر عرضه با نرخ‌های مصوب بیانگر استمرار زیان ۴ ماهه اخیر مرغداران است، در حالی که اگر مسئولان دولتی از نرخ ۱۸ هزار و ۵۰۰ تومان حمایت کنند، تولیدکننده با اطمینان خاطر بیشتری به تولید ادامه می‌دهد.

عضو هیأت مدیره اتحادیه مرغداران گوشتی با تاکید بر اصلاح قیمت مرغ بیان کرد: اگر قیمت مصوب برمبنای کارشناسی اعلام شود، تولیدکنندگان با افتخار می‌پذیرند چرا که تولیدکنندگان به هیچ عنوان به دنبال افزایش قیمت نیستند.

بازار طلای سرخ در رکود به سر می‌برد

حداکثر قیمت هر کیلو زعفران ۱۲ میلیون تومان

نایب رئیس شورای ملی زعفران گفت با توجه به شیوع ویروس کرونا، بازار زعفران به سبب وضعیت اقتصادی مردم تعریفی ندارد.

غلامرضا میری در گفت و گو با باشگاه خبرنگاران جوان، با اشاره به اینکه بازار زعفران در رکود به سر می‌برد، اظهار کرد: هم اکنون حداقل نرخ هر کیلو زعفران ۶ میلیون و ۵۰۰ هزار تومان و حداکثر ۱۲ میلیون تومان است. او با اشاره به اینکه صادرات زعفران همانند سال گذشته نیست، افزود: با توجه به گسترش ویروس کرونا، بازار داخلی زعفران به سبب شرایط اقتصادی مردم تعریفی ندارد، چراکه مردم کالاهای اولویت‌دار را در سبد مصرفی خود قرار می‌دهند.

میری با اشاره به اینکه صادرات زعفران به شکل روتین در حال انجام است، بیان کرد: با توجه به آنکه صادرکنندگان موظف به بازگشت ارز به سامانه نیما هستند، از این رو به سبب اختلاف نرخ ارز نیما با بازار، سودی در فروش نصیب صادرکننده نمی‌شود. نایب رئیس شورای ملی زعفران ادامه داد: با توجه به اختلاف نرخ ارز نیما با بازار آزاد، صادرکننده بابت هر کیلو زعفران ۸ میلیون تومان پرداخت می‌کند که با تعدیل این نرخ به ۴ میلیون و ۵۰۰ هزار تومان رسیده، در حالی که چنین سودی در فروش نصیب صادرکننده نشده است. به گفته او، در شرایط فعلی پیشنهاد اتحادیه صادرکنندگان این است که تجدیدنظری در تفاوت نرخ ارز ایجاد شود تا صادرات رشد کند. میری درباره آینده بازار زعفران بیان کرد: با وجود آنکه کمتر از ۷۰ روز تا برداشت محصول زمان باقی است، انتظار می‌رود که با رونق بازار قیمت زعفران به نرخ تمام شده تولید نزدیک شود، چراکه با وضعیت فعلی قیمت‌ها مقرون به صرفه نیست. نایب رئیس شورای ملی زعفران در پایان با اشاره به اینکه آینده تولید زعفران در معرض خطر است، تصریح کرد: با وجود افزایش هزینه ۳ تا ۴ برابری تولید نسبت به مدت مشابه سال قبل، قیمت زعفران نه تنها افزایشی نداشته بلکه کاهش یافته است که با استمرار این روند بزرگترین تولیدکننده زعفران جایگاه خود را در بازارهای هدف از دست می‌دهد، ضمن آنکه ۱۵۷ هزار خانوار که امکان کشت دیگر محصولات را در زمین خود ندارند، منبع درآمدشان را از دست می‌دهند.

پرونده‌های وام کرونا در چه وضعیتی است؟

معاون گردشگری از ارسال بیش از ۸۳۰۰ پرونده درخواست تسهیلات حمایتی کرونا با ارزش مالی حدود ۴ هزار و ۹۲۰ میلیارد ریال به بانک‌های عامل خبر داد.

به گزارش ایسنا به نقل از روابط‌عمومی معاونت گردشگری وزارت میراث‌فرهنگی، گردشگری و صنایع‌دستی، ولی تیموری اظهار کرد: طبق آخرین گزارش دریافتی از نتایج بررسی پرونده متقاضیان این وزارتخانه برای استفاده از تسهیلات بانکی ویژه بحران کرونا، تاکنون بیش از ۸ هزار و ۳۰۰ پرونده با ارزش مالی حدود ۴ هزار و ۹۲۰ میلیارد ریال تکمیل و به بانک‌های عامل ارسال و از این تعداد بالغ بر ۳۸۰ میلیارد ریال تسهیلات پرداخت شده است.

وی افزود: تعداد پرونده‌های ذکرشده بیش از ۳۶ هزار نفر شاغل در صنعت گردشگری کشور را پوشش می‌دهد که تا تاریخ ۱۱ مردادماه جاری در سامانه وزارت کار ثبت شده است.

تیموری با اشاره به اینکه جمعی از خسارت‌دیدگان این حوزه متقاضی دریافت وام اما فاقد بیمه بوده‌اند، گفت: بخش‌هایی از جمله اقامتگاه‌های بوم‌گردی، راهنمایان تور، هنرمندان صنایع‌دستی و حتی برخی از فعالان سایر تاسیسات گردشگری فاقد بیمه بوده‌اند که از این تعداد بالغ بر ۶۰ هزار پرونده هم‌اکنون در مسیر پرداخت قرار گرفته است که باید به سرعت ثبت‌نام خود را در سامانه «کارا» تکمیل و نهایی کنند. او از متقاضیانی که پرونده‌های آنها به مرحله نهایی اخذ وام رسیده است، درخواست کرد که با مراجعه به بانک‌های عامل تسهیلات قطعی‌شده را دریافت کنند. به گزارش ایسنا، وزارت کار، پنجم مردادماه به ثبت نام تسهیلات حمایتی کرونا در سامانه کارا پایان داد، درحالی که هنوز بسیاری از فعالان گردشگری و صنایع دستی فاقد بیمه موفق به ثبت درخواست در این سامانه نشده بودند.

بررسی‌های وزارت کار در این مدت نشان می‌دهد: وزارت صنعت، معدن و تجارت با ۳۲۴ زیررسته، وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی با ۲۱۳ زیررسته و وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی با ۱۵۴ زیررسته به ترتیب بیشترین زیررسته‌های شناسایی‌شده و آسیب‌دیده از کرونا را به خود اختصاص داده‌اند. پیش‌تر وزارت صنعت گزارشی را تهیه کرده بود که نشان می‌داد گردشگری جزو پرزیان‌ده‌ترین مشاغل در دوران شیوع ویروس کرونا بوده است. برای همین وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی از دولت درخواست کرد ۳۸ هزار میلیارد ریال تسهیلات برای جبران خسارت‌های ناشی از کروناویروس به صنعت گردشگری اختصاص دهد که با آن موافقت نشد.

در نهایت، تسهیلاتی که برای کارگاه‌های دارای کد بیمه در بخش گردشگری و صنایع دستی اختصاص داده شد، به ازای حفظ هر نفر شاغل، ۱۶ میلیون تومان با نرخ سود ۱۲درصد بود که بازپرداخت آن از مهرماه آغاز می‌شود. تسهیلات درنظر گرفته شده برای افراد فاقد بیمه نیز ۶ میلیون تومان با همان نرخ سود ۱۲درصد بود. اینک تنفس کوتاه‌مدت این وام با توجه به ادامه تعطیلی صنعت گردشگری، بسیاری از متقاضیان را برای دریافت این تسهیلات دچار چالش و تردید کرده است. درخواست‌های بخش گردشگری برای کاهش نرخ سود این تسهیلات و طولانی شدن دوره تنفس برای بازپرداخت نیز تاکنون بی‌پاسخ مانده است.

اخبار

یک دلیل ارزی برای فروش کالای خانگی بدون فاکتور

رئیس سازمان صنعت، معدن و تجارت خوزستان با اشاره به اینکه برخی از نمایندگی‌های لوازم خانگی در استان خوزستان و به ویژه اهواز فاقد فاکتور هستند، گفت این فروشندگان با توجه به نوسانات قیمت ارز، نرخ کالا را تغییر می‌دهند و با ارائه نکردن فاکتور، راه را برای تغییر قیمت کالا در فروش‌های بعدی باز می‌گذارند.

امیرحسین نظری در گفت‌وگو با ایسنا، اظهار کرد: بخش عمده‌ای از نیاز به کالاهای خانگی استان و کشور از طریق واردات تامین می‌شود و قیمت ارز، متغیر مهمی است که در یک سال گذشته در افزایش لوازم خانگی اثرگذار بوده است.

وی با اشاره به اینکه برخی نمایندگی‌های لوازم خانگی در استان خوزستان و به ویژه اهواز فاقد فاکتور هستند یا به خریدار فاکتور خرید نمی‌دهند، بیان کرد: براساس ضوابط و مقرراتی که برای ما تدوین شده است، با فروشندگانی که فاکتور نداشته باشند برخورد می‌شود و جریمه قانونی نیز برای آنها اعمال خواهد شد.

رئیس سازمان صنعت، معدن و تجارت خوزستان تصریح کرد: عمده دلیل ارائه عدم فاکتور نوسانات ارزی است؛ این فروشندگان با توجه به نوسانات قیمت ارز، نرخ کالا را تغییر می‌دهند و با ارائه نکردن فاکتور، راه را برای تغییر قیمت کالا در فروش‌های بعدی باز می‌گذارند. وی افزود: سازمان صمت با افرادی که فاکتور قانونی ارائه ندهند و کالا یا انبار خود را در سامانه، ثبت نکنند نیز به عنوان دارندگان کالای قاچاق برخورد می‌کند.

نظری گفت: در چهار ماه گذشته یک هزار و ۴۰۰ بازرسی از واحدهای صنفی فروش کالاهای خانگی انجام و ۴۵ پرونده برای فروشندگان متخلف تشکیل شده است که تعزیرات حکومتی به این پرونده‌ها رسیدگی می‌کند.

قیمت‌گذاری، چالش بحث‌برانگیز سنگ‌های زینتی در سال‌های گذشته

رئیس انجمن طلا، جواهر، نقره و سنگ‌های زینتی خراسان رضوی گفت قیمت‌گذاری همواره یکی از چالش‌های بحث‌برانگیز سنگ‌های زینتی در سال‌های گذشته بوده است.

شهرام مرصعی در گفت‌وگو با ایسنا، درخصوص وجود معادن سنگ‌های نیمه‌قیمتی در کشور، اظهار کرد: تاکنون معادن حاوی سنگ‌های قیمتی همچون الماس، زمرد و یاقوت قرمز و کبود در کشور کشف نشده، اما سنگ‌های نیمه‌بها همچون عقیق، فیروزه و... در کشور و استان خراسان رضوی وجود دارند.

وی با اشاره به لزوم افزایش ارزش افزوده بر مواد معدنی و سنگ‌ها به جهت صادرات، تصریح کرد: هر آنچه که از زمین استخراج کرده و به صورت خام بفروشیم، بر شاخص‌های توسعه کشور اثر مثبت نخواهد داشت و ناگزیر با نفت و گازی که به صورت خام می‌فروشیم، هم‌داستان خواهند شد. نیاز است زیرساخت‌های لازم را اصلاح کنیم تا اگر قرار است بر منابع زیرزمینی دیگری به جز نفت و گاز برای صادرات تمرکز کنیم، خام‌فروشی نکرده و فرآیند لازم برای تولید مصنوعات و محصولات جدید و در نتیجه خلق ارزش افزوده از مواد کانی را به انجام برسانیم تا به توسعه و به ویژه توسعه پایدار کشور منتج گردد.

رئیس انجمن طلا، جواهر، نقره و سنگ‌های زینتی خراسان رضوی ادامه داد: اگر سایر مواد معدنی را نیز به صورت خام صادر کنیم، به سرنوشت نفت و گاز دچار خواهند شد و همواره محتاج کشورهای دیگر خواهیم بود تا با استفاده از مواد خام سرزمین ما محصولات ثانوی و یا نهایی موردنیاز را تولید کرده و به قیمت‌های چندین و چند برابر، به خود ما بفروشند .

مرصعی درخصوص صادرات نفت و گاز، گفت: درخصوص نفت و گاز، دهه‌هاست که اقداماتی صورت گرفته و از ماده خام آن، محصولات جدید استحصال و یا تولید می‌شوند، اما این محصولات به لحاظ هزینه‌های تولید، تفاوت‌های زیادی با بسیاری از مواد معدنی دارند و برای تولید آن سرمایه اولیه بسیار کلانی نیاز است که سرمایه‌گذاری دولتی را می‌طلبد، در صورتی که در بعضی کانی‌های دیگر از جمله سنگ‌های نیمه‌بها، امکان سرمایه‌گذاری و فعالیت بخش خصوصی وجود دارد و این فرآیندها، یعنی ایجاد و یا اصلاح زیرساخت‌ها برای خلق ارزش و عدم خام‌فروشی، زمانبر هستند.

ابطال ممنوعیت ورود مواد اولیه گوهرسنگ‌ها موجب شکوفاشدن صنعت طلا و جواهر می‌شود

وی با اشاره به لزوم عدم ممنوعیت ورود مواد اولیه گوهرسنگ‌ها، عنوان کرد: طی چهار دهه گذشته من و همکارانم، بارها و بارها تقاضا کرده‌ایم که ممنوعیت ورود مواد خام و یا نیمه‌ساخته گوهرسنگ‌ها که در کشور وجود ندارند و یا از معادن آنها بهره‌برداری نمی‌شوند را باطل نمایند تا صنعت طلا و جواهر شکوفا شده و با ایجاد ارزش افزوده کلان با توجه به حجم چرخش مالی این صنعت در جهان، به توسعه پایدار کشور کمک شایان توجهی کند که متاسفانه موفق به انجام این مهم نشدیم، بنابراین نه تنها پایه‌های اصلی این صنعت، بلکه دیگر شاخه‌های زیرمجموعه آن نیز یا به وجود نیامدند و یا اگر وجود داشتند، آهسته آهسته از میدان رقابت خارج شدند.

رئیس انجمن طلا، جواهر، نقره و سنگ‌های زینتی خراسان رضوی خاطرنشان کرد: بخشی از زیرساخت‌ها مربوط به مراحل چندگانه از تحقیق و شناسایی تا استحصال گوهرسنگ‌ها از کانسار است. باید ببینیم که می‌توانیم تمامی مراحل را به صورت علمی و کاملا تخصصی انجام دهیم یا خیر، چراکه تا به حال کار تخصصی بر پایه اصول علمی بر روی آن انجام نداده‌ایم و ممکن است دانش و تکنولوژی لازم را در کشور نداشته باشیم.

مرصعی درخصوص نبود نیروی متخصص کافی در زمینه سنگ‌های زینتی، گفت: دومین موضوع این است که وقتی مواد خام را از معدن استخراج کرده و می‌خواهیم آن را تراش دهیم، آیا متخصص تراشگری در این زمینه وجود دارد تا بتوانیم سنگ خام را با استفاده از استانداردهای علمی و نوین دنیا به سنگ تراش‌خورده تبدیل کنیم؟ ما چنین نیروی متخصصی در کشور به تعداد بسیار اندک و انگشت‌شمار داریم و برای تکمیل کادر تخصصی و آموزش‌دیده، نیازمند استفاده و به کارگیری نیروهای پیشگام این صنعت در سطح بین‌المللی هستیم.

خودروسازان با حذف نظام واسطه‌گری می‌توانند بازار را مدیریت کنند

تلاش بـرای حفظ ارزش پول در این روزهـا اگرچه موجب تکاپو در بیشتر بازارها و کالاهای سرمایه‌ای شده است با این حال افزایش قیمت محصولات و از سویی عدم عرضه خودروهایی متناسب با توان خریداران واقعی، موجب شده کمتر کسی امکان خرید در این بازار را داشته باشد روندی که جز با ایجاد شرایط ویژه و تسهیلات مناسب موجب تحریک و تکاپوی متقاضیان واقعی در بازار نخواهد شد.

بـه گـزارش خبرنگار پرشـین خودرو، اگرچـه با هدایت و تشـویق سرمایه‌گذاران به بازار موازی از جمله بورس به نظر می‌رسد بازار خودرو دیگر محلی برای تاخت و تاز سـرمایه‌های سـرگردان و واسـطه‌گران نیسـت اما نگاهی به سـیر قیمت‌ها در این بازار به خوبی نشان می‌دهد که همچنان این بازار انگیزه خوبی برای دلالان است.

شـرایطی که به واسطه نوسـانات ارزی جریان تقاضا در هر بازاری را تغییر داده اسـت مدت‌هاسـت بازار خودرو را نیز از این روند بی‌نصیب نگذاشـته اسـت و کماکان بیشتر سـرمایه‌گذاران چشـم به این بازار دوختند.

این جریان در حالی اسـت که به گفته کارشناسـان رشد قیمتی که این روزها در بازار خودرو رخ داده بیش از آنکه ناشی از جریان عرضه و تقاضا در بازار باشد متأثر از نرخ ارز و نوسانات شدید در بازار ارز است.

در همین زمینه علی شـکوهی، کارشـناس صنعت و بازار خودرو، در گفـت و گو با خبرنگار پرشـین خودرو ضمن تاکید بـر تاثیر تلاطمات ارزی بـر بازار خـودرو عنوان کرد: امروز قیمت تمـام کالاها از تولیدی تا سـرمایه‌ای وابسـته به تلاطمات ارزی است متاسفانه اقتصاد ایران به میزانی به نوسـانات ارزی وابسته شـده که عملا جداسازی آنها از سایر المان‌های اقتصادی غیرممکن است.

تلاطمات ارزی مهم‌ترین المان موثر بر بازار خودرو

وی افزود: برهمین اسـاس امروز بازار خـودرو بیش از آنکه از جریان عرضه و تقاضا متأثر شـود از بازار ارز و سـکه و نوسـانات ارزی ملتهب شـده اسـت به طوری که نظام واسـطه‌گری به شـدت بر روی قیمت مصرف‌کننده تاثیر گذاشـته اسـت بنابراین در بررسی بازار خودرو باید تمام گزینه‌ها با هم دیده شوند.

به گفته وی عرضه و تقاضا آخرین المانی اسـت که بر شـرایط بازار و قیمت امروز خودرو تاثیرگذار اسـت زیرا همچنان بسیاری از شرکت‌ها از نظام واسـطه‌ای برای مدیریت بازار بهره می‌برند در نتیجه هیچ زمان تقاضای واقعی در بازار مشاهده نمی‌شود.

این کارشـناس صنعت خودرو تاکید کرد: البته محدودیت در عرضه نیـز می‌تواند از موارد اثرگذار در بازار خودرو باشـد که اغلب ناشـی از شرایط و نوسانات در بازار ارز و سرمایه است.

شـکوهی بـا این حـال حفـظ ارزش پـول را علـت اصلـی تمایل سـرمایه‌گذاران در بازار خودرو عنوان کرد و افزود: متاسفانه خودرو در ایران برخلاف سایر کشورها کالایی سرمایه‌ای است و بالطبع در شرایط اقتصادی موجود و رشـد لحظـه‌ای نرخ تورم بسـیاری از خریداران با هدف حفظ ارزش پول وارد بازار خودرو می‌شـوند چنانچه امروز بیشتر خریداران در این بازار متقاضیان واقعی نیستند و اغلب سرمایه‌گذاران و واسطه‌ها در صف خرید شرکت‌ها قرار دارند.

با عرضه بیشتر خودروسازان جریان درست تقاضا شکل نخواهد گرفت

وی گفـت: البته توقـف تولید برخی خودروهـا و افزایش قیمتی که در محصولات شـرکت‌ها صورت گرفته و از سـویی عدم تولید و عرضه خودروهایـی متناسـب با توان خریداران واقعی موجب شـده که کمتر کسـی امکان خرید در این بازار داشته باشـد بنابراین با توجه به وضع کنونی بازار چنانچه یک میلیون و ۲۰۰ هزار دستگاه خودرو در شرایط نرمال و با فروش نقدی نیز عرضه شود به هیچ وجه جریان درست تقاضا در بازار شکل نخواهد گرفت.

به گفته وی زمانی برنامه تولید و عرضه یک میلیون و ۲۰۰ دسـتگاه در سـال می‌تواند پاسخگوی بخشـی از تقاضای واقعی در بازار خودرو باشـد که شرایط و تسهیلات مناسبی برای خریداران واقعی فراهم شود و مسـلما با وجود چنین راهکاری است که بازار خودرو به تکاپو خواهد افتاد.

ترخیص قطعات موتورسیکلت و دوچرخه از گمرک در انتظار مجوز بانک مرکزی

رئیس اتحادیه فروشـندگان دوچرخه، موتورسـیکلت و لوازم یدکی ضمن اشـاره به وضعیت ترخیص قطعات از گمرک از چگونگی قیمت‌ها و تامین لوازم یدکی موتورسیکلت در بازار خبر داد.

محمد خادم منصوری در گفت‌وگو با خبرنگار خبرخودرو درخصوص وضعیت خرید و فروش موتورسـیکلت در بازار اظهار داشـت: در اواخر سال ۹۸ و قبل از شیوع کرونا شاهد افزایش تقاضای خرید موتورسیکلت به عنوان یک کالای سـرمایه‌ای و با هدف کسـب سود بودیم و در حال حاضـر نیز افزایش نرخ ارز، خریـداران را ترغیب به عرضه این موتورها بـه بازار نموده که افزایش قیمت‌هـا را نیز تحت تاثیر نرخ ارز به همراه داشـته است. وی با بیان اینکه در حال حاضر واردات موتورهای چینی به داخل کشـور انجام می‌شـود، افزود: تقاضای خریـد این موتورها در حال حاضر همچنان اندک اسـت و همین امر به عنوان مانعی در جهت افزایش شدید قیمت‌ها عمل می‌نماید.

رئیس اتحادیه فروشـندگان دوچرخه، موتورسـیکلت و لوازم یدکی درخصـوص افزایش بهای لوازم یدکی در بازار و عدم نظارت بر قیمت‌ها به موتورسیکلت هوندا ۱۲۵ اشاره کرد و گفت: بیشتر قطعات این موتور در داخل کشور ساخته می‌شود و قطعات مرتبط با انجین نیز از قبل از طریق واردات تامین شـده و لوازم یدکی این موتورها در بازار با کمبود مواجه نیست.

خـادم منصـوری همچنیـن درخصـوص وضعیـت تامیـن قطعات موتورسیکلت‌های هندی بیان کرد: واردات قطعات این موتورها کاهش یافته و فقدان عرضه با وجود تقاضا، موجب مواجهه بازار قطعات یدکی با کمبود کالا می‌شـود، اما با وجود این شرایط قیمت این لوازم چندان افزایش نیافته و نظارت بر قیمت‌ها از طریق دسـتگاه‌های بازرسی نظیر تعزیرات، سازمان صنعت و معدن و اتحادیه صورت می‌گیرد.

وی درخصـوص وضعیت تامیـن مواد اولیه تحت تاثیـر افزایش نرخ ارز گفت: تامین مواد اولیه با یک روند کند و کاهشـی پیش می‌رود. با توجه به مصرف مواد اولیه‌ای نظیر ورق برای ساخت گلگیر و همچنین آلومینیوم در صنعت موتورسیکلت‌سـازی، بهای ایـن مواد تحت تاثیر نوسان نرخ ارز مقداری افزایش داشته است.

رئیس اتحادیه فروشـندگان دوچرخه، موتورسـیکلت و لوازم یدکی درخصوص وضعیت خدمات پس از فروش گفت: رسـیدگی به وضعیت خدمات پس از فروش در حیطه وظایف اتحادیه تولیدکنندگان قطعات و تعمیرکاران اسـت اما لازم به ذکر اسـت که شرکت‌های عرضه‌کننده موتورسیکلت موظف به ارائه خدمات پس از فروش هستند.

خادم منصوری افزود: وضعیت خدمات پس از فروش از سوی شرکت عرضه کننده موتورهای هندی حتی قبل از اقدام به واردات می‌بایسـت بررسـی و لحاظ گردد و در حال حاضر انجین ایـن موتورها در انبارها موجود اسـت تا بتوانند جوابگوی تقاضا باشند. درخصوص موتور هوندا خدمات پس از فروش این موتورها با توجه به اینکه در تمامی نقاط ارائه می‌شـود با مشکلی مواجه نیست. رئیس اتحادیه فروشندگان دوچرخه، موتورسـیکلت و لـوازم یدکی در پایان درخصـوص ترخیص قطعات از گمرک با اشـاره به تامین ارز آزاد از سـوی تولیدکنندگان خاطرنشان کـرد: ترخیص برخی از قطعات موتورسـیکلت از گمرک تاکنون هموار نشـده و علاوه بر آن قطعات وارداتی دوچرخه نیز با همین مشـکلات مواجه اسـت؛ دوچرخه کالایی اسـت که در داخل مونتاژ می‌شـود و با توجـه بـه اینکه واردات برخی از قطعات آن انجام شـده اما مکمل این قطعـات به دلیل عدم ارائـه مجوز ترخیص از سـوی بانک مرکزی در گمرک معطل مانده اسـت؛ بر همین اسـاس بنده طی ارسـال نامه‌ای به سـازمان صنعت و معدن، درخصوص مشـکلات ترخیص و تسـهیل ترخیص قطعات درخواست‌های لازم را مطرح شده است.

گلایه مردم از شرط «عدم پلاک فعال در خانواده»

در حالی مهلت سه روزه ثبت‌نام در مرحله دوم طرح فروش فوق‌العاده محصولات گروه صنعتی ایران‌خودرو رو به اتمام اسـت که بسـیاری از مردم از شـرط عـدم پلاک فعال در خانـواده، طی تماس با ایسـنا، با بیان شـرایط خود ابراز نارضایتی کردند. به گزارش ایسنا، گروه صنعتی ایران‌خـودرو مرحلـه دوم فروش محصـولات خـود را در قالب فروش فوق‌العـاده با موعد تحویل حداکثر سـه ماهه و بـا قیمت قطعی از روز پنجشـنبه (۹ مردادماه) آغاز کرده است. در این طرح که با عرضه پنج محصول پرتقاضا این شرکت اجرا شده است، شرایط سابق برای ثبت‌نام در طرح نخسـت فروش فوق‌العاده و پیش‌فروش‌ها همچنان باقی است، در راستای برنامه‌های وزارت صنعت، معدن و تجارت (صمت) به منظور حذف واسـطه‌گران و سـودجویان در فرآیند فـروش، محدودیت‌هایی همچون اختصاص هر دسـتگاه خودرو به یک شـماره ملی، عدم خرید خودرو طی ۴۸ ماهه اخیر از ایران خودرو و سایپا، دارا بودن سن حداقل ۱۸ سال و ارائه گواهینامه رانندگی لحاظ شده است. ضمن اینکه در این طرح در لیست شرایط، نداشتن پلاک فعال در خانواده لحاظ شده است.

این شـرط، سـوالات و گلایه‌های زیادی را برای مشتری ایجاد کرده اسـت که در این گزارش به آنها خواهیـم پرداخت: برخی معتقدند که «اینها ماشین ندارند؛ شرایط را سخت‌تر می‌کنند که تعداد ثبت نامی‌ها کم شـود» یا بیشـتری‌ها از این موضوع گلایه داشتند که «وقتی پراید مدل ۸۴ پدر من که در یک شـهر دیگر اسـت، چرا باید مانع ثبت‌نام من برای خرید از کارخانه باشـد؟ » یا گفته‌اند «این چه روندی اسـت که یک خانواده شش نفری باید از ماشین ۱۵ سال پیش استفاده کنند و اگر ماشـین جدید بخواهند باید با ایـن قیمت‌های گزاف از بازار آزاد تهیه کنند؟ آیا اعضای این خانواده مشتری واقعی به حساب نمی‌آیند؟»

یکی دیگر از مشتریان می‌گوید «در حال حاضر پدر من پیکانی دارد که مدل ۸۳ اسـت؛ گناه من چیسـت که نمی‌توانم ماشـین ثبت نام کنم؟ مسئول محترم این که نشد شرایط ثبت‌نام؛ خواهشا فکری کنید»

مشـکل بسـیاری از مردم این بود که خانواده بیش از سـه نفر بودند که یک خودروی بیش از ۱۰ سال کارکرد داشتند. آنها می‌گفتند چون پلاک فعال اسـت، از ثبت‌نام خودروی جدید محروم هسـتیم؛ از سوی دیگر اگر بخواهیم این خودرو فعلی را که فرسوده نیز به حساب می‌آید را فروخته تا ثبت‌نام جدید داشته باشیم؛ با وجود قرعه‌کشی وباتوجه به حجم بالای تقاضا، چنانچه برنده نشویم؛ چه کنیم؟ خودروی جدید که نخواهیم داشـت؛ خودروی فعلی را هم از دست داده‌ایم و همه خانواده از وسیله نقلیه محروم خواهند شد.

تعدادی زیـادی هم بودند که می‌گفتند؛ مـا فرزندی مجرد در خانه هسـتیم که خود کار کرده‌ایم و ماشـین خریده‌ایم و پلاک فعال داریم؛ پدر یا مادر ما که به قصد تعویض، خودروی فرسوده خود را فروخته‌اند تا خودرویی نو ثبت‌نام کنند؛ تکلیف‌شـان چیست که نمی‌توانند از این طرح فروش استفاده کنند و توانایی خرید از بازار آزاد را هم ندارند؟

امـا فردی هم این موضوع را مطرح کـرده بود که «آن جوانی که در آسـتانه ازدواج اسـت و می‌خواهد به زودی از خانواده جدا شده و خود تشـکیل خانواده بدهد، چـرا نمی‌تواند صرف اینکه والدینش ماشـین دارند؛ از این طرح اسـتفاده کند؟» در پاسـخ به این مشتری باید گفت که طبق اعلام گروه صنعتی ایران‌خودرو، چنانچه فرد به صورت رسمی ازدواج کرده باشـد، منعـی برای ثبت‌نام وجود نـدارد و ملاک خانواده اطلاعات ثبت احوال است.

از این دسـت سوالات و گلایه‌ها بسیار بوده است. هرچند که ثبت‌نام مرحلـه دوم از این طرح نیز رو به اتمام اسـت اما رسـیدن صدای این مشتریان و مردم در روزهایی که خودرو، کالایی ضروری برای خانواده‌ها به حسـاب می‌آید، بـا وجود افزایش قیمت‌ها در بازار خودرو و بیشـتر شـدن فاصله فاحش قیمتی بازار و کارخانه؛ توانایی خرید از بازار وجود ندارد، بتواند مسـئولان را به اندیشـیدن جایگزینی بهتر برای رساندن خودرو به مشتری واقعی، وادار کند.

اخبار

افزایش ۵۵درصدی قیمت لاستیک خودرو

به گزارش بازار به نقل از صداوسـیما، «مصطفی تنها» افزود ۳۰ درصد علی الحسـاب از اول تیر و ۲۵ درصد هم اخیرا برای جبران تفاوت حاصله در قیمت تمام شده موافقت شده است.

وی اظهار داشـت: علت افزایش دو تا سه برابری قیمت لاستیک خودرو در بازار ناشی از تولیدکننده نیست.

سخنگوی انجمن صنفی صنعت تایر ایران گفت: با توجه به اینکه نرخ ارز مبدأ واردات مواد اولیه تولید لاستیک از ارز ۴ هزار و ۲۰۰ تومان به ارز نیمایی تغییر یافت انجمن درخواسـت افزایش قیمت لاستیک را داد.

وی افـزود: ۳۰ درصد علی الحسـاب از اول تیر و ۲۵ درصد هم اخیرا برای جبران این تفاوت حاصله در قیمت تمام شـده موافقت شده که تایرسازان قیمت‌ها را افزایش دهند.

تنها درخصوص این سـوال که پرسیده شـد قیمت لاستیک در بازار بیش ۲۰۰ تا ۳۰۰ درصد اسـت، اظهار داشـت: علل مختلفی برای این قضیه وجود دارد. وی ادامه داد: فقدان قیمت مصوب برای تایرهای وارداتی از جمله این علت‌هاست.

سخنگوی صنعت تایر ایران گفت: شنیده‌ها حاکی از این است که سازمان حمایت به دنبال قیمت‌گذاری تایرهای وارداتی هم است.

وی افزود: خوشبختانه با کمبود لاستیک خودرو در داخل مواجه نیسـتیم و در ضمن کیفیت لاسـتیک‌های تولیـد داخل به مراتب بالاتر از لاستیک‌های وارداتی چینی است.

تنها با بیان اینکه واردات همه انواع تایر به کشور منع نشده است، اظهار داشـت: تایرهایی منع شـده که در داخل کشور به قدر کافی ظرفیـت تولید دارند. وی ادامه داد: همـه تایرهای موردنیاز بخش معدن یا راهسازی در داخل تولید نمی‌شود.

سـخنگوی صنعت تایر ایران گفت: تولید تایرهای سواری رینگ ۱۳ تا ۱۶ در داخل پوشش بسیار گسترده‌ای دارد.

وی افزود: برخی از اندازه‌های تایرهای مربوط به رینگ ۱۷ و ۱۸ هم در داخل تولید می‌شود.

تنها یادآور شد: تایرهای اندازه رینگ ۱۸ به بالا که مورد استفاده خودروهایی مثل بنز، بی ام و و ... است در کشور تولید نمی‌شود.

اجرای مجدد طرح پرداخت اقساطی جریمه خودرو

پلیس راهور مخالف افزایش جریمه رانندگی است

رئیس پلیس راهور از اجرای مجدد طرح پرداخت اقساطی جریمه خودرو که در حال حاضر متوقف شـده به مناسبت ایام مبارک دهه ولایـت خبرداد. به گزارش گروه اجتماعی باشـگاه خبرنگاران پویا، سـردار سید کمال هادیانفر در سفر به استان اصفهان با بیان اینکه براسـاس اعلام پزشکی قانونی در سـه ماهه نخست امسال میزان جانباختگان ناشـی از تصادفات در کل کشـور ۱۶,۱ درصد کاهش داشته، اظهار کرد: در حوزه پلیس راه و راهنمایی و رانندگی استان اصفهان نیز به ترتیب با ۲۵ و ۲۳ درصد کاهش مواجه هسـتیم که عدد بسیار خوب و از شاخصی که تعیین شده بود نیز بیشتر است.

رئیس پلیس راهور، کاهش سـوانح و تصادفـات و افزایش کمی و کیفـی خدمـات پلیـس راهور به مـردم و هوشمندسـازی را از اولویت‌هـای اصلی پلیس راهور عنـوان کرد و افزود: این موضوعات از ابتدای سـال به تمام مراکز پلیس راهور در اسـتان‌ها ابلاغ شده و درباره اجرایی شدن آنها برنامه‌ریزی خوبی صورت گرفته است.

وی بـا بیان اینکـه پلیس راهور مخالف افزایـش هرگونه جریمه رانندگی است، گفت: در حال حاضر جریمه‌ها به قیمت قبلی اعمال می‌شـوند و در هیچ گروهی افزایش جریمه نداشـتیم و پیشنهادی هـم به دولت ارائـه نکردیم. این مقام ارشـد انتظامـی در توضیح افزایش ۲درصـدی به رقم برخی جرایم رانندگی در سـال جاری، گفـت: مجلس دهم در روزهای آخر به منظور کمک به بهزیسـتی ۲درصد بر جریمه‌ها اضافه کرد که اکنون در برخی از جریمه‌ها رقم آن بـه طور مثـال ۸۲ هزار و ۵۰۰ تومان می‌شـود که آن ۲هزار و ۵۰۰ تومان همان ۲درصدی اسـت که به حوزه بهزیستی اختصاص پیدا کرده تا در واقع به این بخش از نظر بنیه مالی کمک بیشتری شـود. هادیانفر، درباره افزایـش جریمه ورود به طرح زوج و فرد در شهر اصفهان نیز بیان کرد: افزایش جریمه در شهر اصفهان براساس مصوبه شورای این شهر انجام شده و این موضوع نه پیشنهاد پلیس راهـور بوده و نه در مجموعه دولت مطرح و نه در شـورای ترافیک اسـتان تصویب شده است. رئیس پلیس راهور، جریمه یک میلیون ریالی برای ورود به طرح ترافیک شـهر اصفهان را بسیار زیاد دانست و گفت: شاید عددی کمتر از این برای تهران اعمال می‌شود ولی این رقم برای اصفهان زیاد اسـت و من از این فرصت اسـتفاده کـرده و از شـورای ترافیک شـهر اصفهان تقاضـا می‌کنم که این جریمـه ۱۰۰ هـزار تومانی را تقلیل دهنـد و حداقل ۶۰درصد آن را اعمـال کنند. وی، بیشـتر تمرکـز پلیس راهور را بـر برخورد با تخلفات حادثه‌سـاز عنوان کرد و گفت: یافته‌های ما نشان می‌دهد که ۸۲درصد جانباختگان ناشـی از تصادفـات به دلیل چهار عامل اصلی سـرعت، سبقت، عدم توجه به جلو و واژگونی جان خود را از دست می‌دهند. این مقام ارشد انتظامی افزود: هم‌اکنون ۳۴ درصد تصادفات در جاده‌های کشـور رخ می‌دهـد در حالی که ۷۰ درصد جانباختـگان ناشـی از تصادفات در جاده‌ها جان خود را از دسـت می‌دهند که دلیل بیشتر آنها سرعت غیرمجاز است.

هادیانفر متذکر شـد: هم‌اکنون متوسـط سـرعت در کشور ۷۸ کیلومتر در سـاعت است در حالی که در اسـتان اصفهان متوسط سـرعت ۸۵ کیلومتر در ساعت بوده و باید اقداماتی انجام دهیم که سرعت در این استان کاهش پیدا کند.

اجرای مجدد طرح پرداخت اقساطی جریمه خودرو

رئیس پلیس راهور درباره توقیف خودروهای دارای جریمه رانندگی بـالای یک میلیون تومان نیز بیان کرد: براسـاس قانـون مأموران در سراسـر کشـور موظف هسـتند که چنین خودروهایی را توقیف و به پارکینگ منتقل کنند اما در ایـن رابطه نیز به مأموران تأکید کردیم اگـر خودرویی همراه با خانواده بود فقط به راننده تذکر دهند که باید جرایم خود را تسویه کند ضمن اینکه از سال گذشته هم ارسال پیامک اخطار به اینگونه رانندگان را در دستور کار قرار دادیم تا قبل از توقیف وسیله‌نقلیه خود، از میزان جرایم خود اطلاع پیدا کنند.

کارگاه مجازی نقد فیلم برگزار شد

کارگاه مجازی نقد فیلم مانی‌بال به همت بنیاد نخبگان استان ایلام برگزار شد. به گزارش پایگاه اطلاع‌رسانی بنیاد ملی نخبگان، در ادامه برگزاری برنامه‌های فرهنگی و تربیتی و با هدف هدایت استعدادهای برتر در مسیر نخبگانی، کارگاه نقد فیلم مانی‌بال با هدف تبیین اثرگذاری اندیشه نخبگانی، مدیریت صحیح داشته‌ها و حرکت در مسیر صحیح اثرگذاری، به همت بنیاد نخبگان استان ایلام به صورت مجازی برگزار شد. مانی‌بال یک روایت واقعی از بیلی بین مدیر ناموفق یک تیم بیسبال است. بیلی بین مدیر تیم بیسبال اوکلند اتلتیک است و تیمش نتایج بسیار ضعیفی را کسب کرده است و دو تن از بهترین بازیکنان خود را به خاطر همین مشکلات از دست می‌دهد به خاطر همین موضوع تیم اوکلند اتلتیک در آستانه فروپاشی قرار گرفته است اما بیلی بین که در سن جوانی با یک اشتباه ورزش بیسبال رو انتخاب کرده است راه بازگشتی را نمی‌بیند و تصمیم می‌گیرد نهایت سعی و تلاش خود را به کار گیرد تا بتواند تیمش را از بحران نجات دهد!

دریچه

دسته‌بندی صنایع خلاق در عرصه جهانی

حجت اله مرادخانی - کارشناس صنایع خلاق

با ورود انسان به هزاره سوم تاریخ مدرن، مرزهای دو حوزه اقتصاد و فرهنگ پیش از گذشته به همدیگر نزدیک شده‌اند. این مسئله باعث شده است تا ظرفیت‌های نوظهور و گوناگونی در هر دو عرصه به وجود آید.

این هم‌پوشانی، به ظهور زمینه جدیدی به نام صنایع خلاق منتهی شده است. صنایع خلاق، از یک سو به دلیل خلاقیت به کار رفته در روند خلق‌شان، برای مخاطبان جذابیت دارند و از سوی دیگر به خاطر ارزش اقتصادی، مورد توجه بسیار زیادی قرار گرفته‌اند.

در این میان، ارتباط فزآینده این صنایع با فناوری و نیز فضای وب، موجب شده تا سرعت و وسعت گستردگی آنها در سطح دنیا بیش از پیش شود. جالب آنکه این توسعه تنها محدود به کشورهای کوچک و یا در حال توسعه نبوده و بسیاری از اقتصادهای بزرگ دنیا هم امروز در زمینه صنایع خلاق، تولید و صادرات آن سرمایه‌گذاری‌های جدی می‌کنند. آخرین گزارش آنکتاد (کنفرانس تجارت و توسعه ملل متحد) نشان می‌دهد که «میزان مشارکت اقتصادهای در حال توسعه در عرصه صنایع خلاق به طور محسوسی از اقتصادهای پیشرفته دنیا، بیشتر است و این مسئله ناشی از قابلیت‌های بالای این حوزه برای تولید ثروت و اشتغال پایدار در این کشورها است».

بحران‌مالی سال ۲۰۰۸ میلادی، اقتصاد دنیا را با رکودی کم‌سابقه روبرو ساخت و روندهای تولید و توزیع کالاهای خلاق را با کاهش نسبی مواجه کرد، اما تحلیل‌های آماری نشان می‌دهد که عملکرد تجارت محصولات خلاق در بازه زمانی سال ۲۰۰۲ تا ۲۰۱۵ میلادی، به طور متوسط، حدود ۷درصد رشد داشته است.

این روند رو به رشد، بیانگر این واقعیت است که عرصه صنایع خلاق به دلیل انعطاف ذاتی و خلاقانه بودن، در بدترین شرایط اقتصادی با کمترین بحران، مواجه خواهد شد و این از جمله قابلیت‌های ارزشمند این حوزه است که بسیاری از کشورهای دنیا را به‌خود جذب کرده است.

برای شناخت بهتر عرصه صنایع خلاق، باید محصولات آن را طبقه‌بندی کرد تا بتوان به شکلی منسجم و یکپارچه در مورد این صنعت، تصمیم‌گیری کرد.

تلاش شده است تا با بررسی طبقه‌بندی صنایع‌خلاق، زیرگروه‌های مختلف آن معرفی شود و نحوه پایش و محاسبه میزان صادرات آن در سطح دنیا به طور اجمالی معرفی شود. شناخت این روندها و طبقه‌بندی‌های متعارف بین‌المللی از این نظر اهمیت دارد تا فعالان صنایع خلاق در ایران با این فرآیندها آشنا شوند و شناخت بهتری نسبت به وضعیت‌شناسی صنایع‌خلاق در ایران پیدا کنند.

میزان تجارت صنایع‌خلاق دنیا با استفاده یک سیستم هماهنگ بین‌المللی برای طبقه‌بندی محصولات خلاق اندازه‌گیری می‌شود. این فرآیند با نام سیستم توصیف و کدگذاری یکپارچه یا سیستم هارمونیزه (HS) شناخته می‌شود و مبنایی برای طبقه‌بندی محصولات و پایش میزان صادرات آن در سراسر دنیاست. سیستم هارمونیزه عنوانی بین‌المللی برای طبقه‌بندی محصولات خلاق است.

این سیستم، این امکان را فراهم می‌آورد تا کشورهای مختلف دنیا، کالاهای مبادله شده خود را در گروه‌بندی‌های مشترک برای مقاصد صادراتی خود ارسال کنند. در سطح بین‌المللی این سیستم از یک کد شش‌رقمی برای شناسایی محصولات و ارسال آنها استفاده می‌کند و براساس این الگو و پایش کدهای ۶ رقمی مختلف، می‌توان تحلیل کرد که میزان محصولات خلاق صادرشده یا وارد شده به هر کشور چه میزان است. بر همین اساس است که نهادهای بین‌المللی مثل کنفرانس تجارت و توسعه ملل متحد (آنکتاد) و یا بانک جهانی و یونسکو می‌توانند پایش‌های آماری دقیق و مدونی از صنایع خلاق ارائه کنند.

سیستم HS در سال ۱۹۸۸ میلادی به طور رسمی به کشورهای دنیا معرفی شد و با استقبال بسیار مطلوبی نیز مواجه شد و کشورهای زیادی به آن پیوستند و در پایانه‌های صادراتی خود آن را اعمال کردند.

کالاهای خلاق دنیا از سوی آنکتاد در ۸ گروه اصلی تقسیم‌بندی می‌شوند. دست سازهای هنری، سمعی و بصری، طراحی، تولیدات‌دیجیتال، رسانه‌های جدید، هنرهای نمایشی و انتشارات و هنرهای تجسمی این هشت گروه را تشکیل می‌دهند. هر کدام از این گروه‌ها نیز خود دارای زیر گروه‌هایی هستند که گستره وسیع کالاهای خلاق تولیدشده در دنیا را تحت پوشش خود قرار می‌دهند و زمینه‌های لازم برای تدوین و تحلیل آمارهای مربوطه به تجارت این حوزه را مهیا می‌سازند. از این رو، شناخت این موارد و آشنایی با آنها باعث می‌شود تا فعالان و علاقه‌مندان به صنایع خلاق در ایران با دیدی بازتر، وارد عرصه فعالیت‌های اجرایی و میدانی در حوزه صنایع خلاق شوند.

اپل با عبور از آرامکو باارز

اپل با عبور از شرکت ملی نفت عربستان موسوم به سعودی آرامکو، عنوان باارزش‌ترین شرکت سهامی عام دنیا را از آن خود کرد. تحلیلگران می‌گویند دستیابی به ارزش بازار ۲ تریلیون دلاری چندان دور از دسترس نیست.

به گزارش زومیت، اپل اکنون رسما به‌عنوان باارزش‌ترین شرکت سهامی عام دنیا شناخته می‌شود. اپل برای دستیابی به این دستاورد مهم توانسته از سد شرکت ملی نفت عربستان یعنی سعودی آرامکو عبور کند. براساس گزارش منتشرشده ازسوی رسانهCNBC، در پایان جمعه گذشته اپل توانست به ارزش بازار ۱.۸۴ تریلیون دلار دست پیدا کند، درحالی که در همین زمان، ارزش سعودی آرامکو برابربا ۱.۷۶ تریلیون دلار بود.

از اواخر ماه مارس ۲۰۲۰ (اسفند ۱۳۹۸ و فروردین ۱۳۹۹) تاکنون ارزش سهام اپل همواره رشد صعودی طی کرده و باعث خشنودی سرمایه‌گذاران شده است. ارزش سهام اپل به‌دنبال انتشار گزارش مالی سه‌ماهه سوم، در ساعات پایانی جمعه به میزان بیش از ۱۰درصد رشد کرد. آمار رسمی نشان می رکوردهای مهم را جابه‌جا کند. حتی دنیاگیری اپل را بگیرد. در پایان جمعه ارزش هر سهم ا

اپل توانست در سه‌ماهه سوم سال مالی ۰ کند که رشدی ۱۱درصدی نسبت به سال گ رایانه‌های سری مک و تبلت‌های سری آیپ بوده. اپل می‌گوید به‌دلیل همه‌گیری کووید- دستگاه‌های این شرکت به شکلی محسوس ب

اپل در بخشی از بیانیه روز گذشته خود ا است. این یعنی سرمایه‌گذارانی که یک س دیگر دریافت خواهند کرد. در نظر داشته باش

مرکز تحقیقات ابریشم کشور میزبان بازدید مجازی مستعدان

برنامه بازدید مجازی از مرکز تحقیقات ابریشم کشور با هدف آشنایی با تولید و فرآوری این محصول برگزار می‌شود.

به گزارش پایگاه اطلاع‌رسانی بنیاد ملی نخبگان، بنیاد نخبگان استان گیلان در راستای فعالیت‌های علمی، فرهنگی و تحقیقاتی و با هدف آشنایی استعدادهای برتر استان و سایر استان‌های کشور با تولید و فرآوری صنعت ابریشم و تعامل سازنده با مرکز تحقیقات ابریشم کشور (چالش‌ها و راهکارها)، برنامه بازدید از مرکز تحقیقات ابریشم کشور را برگزار می‌کند.

مرکز تحقیقات ابریشم کشور، تنها مرکز تحقیقاتی فعال در امر نوغانداری در ایران است. این مرکز پژوهش‌هایی در رابطه با کرم ابریشم، توت، خاک، آب و سایر زمینه‌های مرتبط با نوغانداری را هدایت و راهبری می‌کند. برقراری ارتباط متقابل با دانشگاه‌ها، صنایع و مراکز تحقیقات نوغانداری دنیا در راستای تبادل اطلاعات و دستیابی به راهکارهای توسعه و بررسی امکان ایجاد تحول در راستای شکوفایی صنایع ابریشمی و بهبود شاخص‌های مرتبط، از مهمترین اهداف این مرکز است.

با تلاش فناوران؛ گران‌ترین ادویه جهان را خام نفروشیم

زرپران نامش در پارسی کهن است. گران‌ترین ادویه جهان. گیاهی بومی ایران. موهبتی که در اختیارمان قرار داده شده است و باید از آن بهره کافی را ببریم برای ایجاد ارزش افزوده بیشتر.

فناوران کشور راهکاری ارائه داده‌اند تا از خام‌فروشی زعفران جلوگیری کنیم و با ارزش افزوده آن را به فروش برسانیم. آن هم حالا که ایران بزرگ‌ترین تولیدکننده زعفران در دنیا است. پژوهشگران در دانشگاه گیلان این طرح را انجام دادند، برای ایجاد ارزش افزوده این گیاه استراتژیک. آنها در این طرح ترکیبات موثره زعفران را استخراج کردند؛ ترکیباتی که اثراتی مانند ضد سرطان یا ضد استرس دارند. سپس با کاربرد نانوحامل‌هایی محصولی پایدار تولید کردند. «بهینه‌سازی و مدل‌سازی استخراج و میکروانکپسوله کردن ترکیبات موثره زعفران» نام این طرح پژوهشی است که با پشتیبانی صندوق حمایت از پژوهشگران و فناوران معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری انجام شد. مهدی جعفری مجری این طرح پژوهشی گفت: با توجه به ظرفیت بالای کشور به عنوان بزرگترین تولیدکننده زعفران در جهان نتایج این تحقیق کمک زیادی به اقتصاد و رشد صنعت بومی این محصول می‌کند. وی ادامه داد: فناوری ریزپوشانی برای انجام طرح استفاده شد تا با کاربرد آن زعفران را به ماده‌ای قابل استفاده در صنایع بهداشتی و غذایی داشته باشیم. پس این گیاه را با فناوری پیوند دادیم تا راهکاری برای جلوگیری از خام‌فروشی آن ارائه دهیم.

عضو هیات علمی دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی گرگان همچنین بیان کرد: ترکیبات دارویی و زیست فعال موردنیاز بدن در فناوری ریزپوشانی داخل پوشش‌هایی در مقیاس نانو و میکرو قرار می‌گیرد. در این صورت ماده از شرایط نامساعد محیط و فرآیند در امان می‌ماند. پس از آن به صورت هدفمند به بافت‌های بدن می‌رسد.

به گفته وی، این طرح با موفقیت در سطح پایلوت انجام و ثبت اختراع شده است. هم‌اکنون نیز در مراحل تجاری‌سازی قرار دارد.

دانش‌بنیان‌ها برای رفع نیازهای فناورانه کشاورزی و صنایع دعوت شدند

کشاورزی از جمله حوزه‌هایی است که به کمک فناوری متحول شده است. برای معرفی نیازهای فناورانه کشاورزی و صنایع وابسته، با هدف بهم‌رسانی عرضه و تقاضای نوآوری در حوزه کشاورزی در روزهای ۱۲ تا ۱۴ مردادماه، یک رویداد آنلاین به صورت رایگان برگزار می‌شود.

به گزارش مرکز ارتباطات و اطلاع‌رسانی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، در سال‌های اخیر، شرکت‌های دانش‌بنیان بسیاری در حوزه کشاورزی فعال شده‌اند. تولید بذر اصلاح شده، پروبیوتیک و صنایع غذایی از جمله حوزه‌های مرتبط با کشاورزی است که شرکت‌های دانش‌بنیان بیشترین فعالیت را در آن داشته‌اند. با توجه به ظرفیت علمی بالای شرکت‌های دانش‌بنیان، در صورت برقراری ارتباط بیشتر آنها با فعالان و شرکت‌های بزرگ حوزه کشاورزی، می‌توان شاهد تحول بنیادین در این عرصه بود.

در همین راستا برای شبکه‌سازی و بهره‌مندی از توان شرکت‌های دانش‌بنیان برای رفع چالش‌های این حوزه با حمایت معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری و همکاری صندوق نوآوری و شکوفایی و سازمان تحقیقات، آموزش و ترویج کشاورزی رویداد مجازی معرفی نیازهای فناورانه کشاورزی و صنایع وابسته برگزار می‌شود.

در این رویداد تمرکز روی حوزه‌های علمی مانند نهاده‌های زراعی و دامی، مکانیزاسیون، آبیاری، کود و بذر و سموم کشاورزی است. در این نشست آنلاین، همچنین علاوه بر ارائه نیازهای فناورانه کشاورزی و صنایع وابسته، جلسات پرسش و پاسخ زنده نیز برگزار می‌شود.

یکی از نیازهای شرکت‌های دانش‌بنیان در حوزه کشاورزی، آموزش و مشاوره در زمینه نحوه تعامل با خریداران عمده بخش کشاورزی است که در این رویداد به آن پرداخته می‌شود. مذاکرات تجاری رو در رو، یکی دیگر از محورهای این رخداد است.

...زش‌ترین شرکت جهان شد

...دهد اپل در سه‌ماهه گذشته توانسته برخی ...ی ویروس کرونا نیز نتوانسته جلوی پیشرفت ...ز سهام اپل به ۴۲۵.۰۴ دلار رسیده است. ۲۰۲۰ مجموعا ۵۹.۷ میلیارد دلار درآمد کسب ...گذشته به‌حساب می‌آید. فروش بسیار خوب ...د یکی از دلایل مهم دستیابی به این درآمد ...۱۹ و قرنطینه خانگی مردم، میزان تقاضا برای ...الا رفته است.

...علام کرد که در پی تعدیل سهام چهاربه‌یک ...هم از سهام اپل را در اختیار دارند سه سهم ...ید که بر اثر تعدیل سهام، تغییری در دارایی سهامداران ایجاد نمی‌شود، اما پس از آن، سهام با قیمت کمتری قابل خرید خواهد شد. اپل تعدیل سهام چهاربه‌یک را ۲۴ اوت ۲۰۲۰ (۳ شهریور ۱۳۹۹) انجام می‌دهد. هدف از این کار «دردسترس قرار گرفتن سهام اپل برای دامنه وسیع‌تری از سرمایه‌گذاران» اعلام شده است. آمازون، گوگل و فیس‌بوک نیز روز گذشته گزارش مالی جدید خود را منتشر کردند. بسیاری از این شرکت‌های حوزه فناوری سه‌ماهه موفقی پشت سر گذاشتند و توانستند درآمد خوبی به جیب بزنند.

براساس آمار، سود آمازون طی دوران کروناویروس دو برابر شده است. شمار کاربران روزانه فیس‌بوک نیز رشدی ۱۲درصدی پیدا کرده و به ۱.۷۹ میلیارد نفر رسیده است. چهار شرکت موردبحث حوزه فناوری مجموعا ۲۸.۶ میلیارد دلار سود به جیب زده‌اند. آنطور که به نظر می‌رسد، در بحبوبه دنیاگیری ویروس کرونا، شرکت‌های حوزه فناوری با قدرت مسیر پیشرفت را طی می‌کنند.

دارندگان ماینرهای قاچاق، یک ماه برای خوداظهاری مهلت دارند

دارندگان دستگاه‌های قاچاق استخراج ارز دیجیتال از ۲۵ مرداد به مدت یک ماه مهلت دارند تا نسبت به خوداظهاری دستگاه ماینر خود اقدام کنند.

به گزارش زومیت، هیأت دولت ۹ تیرماه مصوبه‌ای را تصویب کرد که به‌موجب آن دارندگان دستگاه‌های ماینری که پیش از ۱۳ مرداد ۹۸ اقدام به خرید دستگاه خود کرده بودند، ملزم شدند تا به مدت یک ماه از زمان معرفی یک سامانه، دستگاه خود را ثبت کنند تا دستگاه آنها به‌مثابه قاچاق تلقی نشود.

به نقل از شبکه اطلاع‌رسانی تولید و تجارت ایران، زمان خوداظهاری دارندگان دستگاه استخراج ارز دیجیتال از ۲۵ مرداد آغاز خواهد شد.

یادداشت

در مقابل حملات سایبری مصون بمانیم

یکی از دغدغه‌های مهم صنایع و مجموعه‌های دولتی و غیردولتی آسیب‌هایی است که به واسطه ناامن بودن فضای سایبری به آنها وارد می‌شود؛ لطماتی جبران‌ناپذیر که منجر به لو رفتن اطلاعات امنیتی این مجموعه‌ها می‌شود. امن‌سازی فضای سایبری و تولید محصولات امنیتی تلاشی است که در یک شرکت دانش‌بنیان به ثمر نشسته و عواید آن نصیب صنایع شده است. در سال‌های اخیر اخباری از حمله‌های سایبری به صنایع حساس کشور منتشر شده است. این اتفاق یک رویداد خطرناک و امنیتی برای مجموعه‌های فعال کشور محسوب می‌شود. ارائه راهکاری موثر برای شناسایی و جلوگیری از حملات سایبری یکی از نیازهای این روزهای کشور است. همین موضوع مهم هم جمعی از متخصصان ایرانی را بر آن داشت تا به عرصه تولید محصولات فناوری اطلاعات موردنیاز برای ارتقای امنیت شبکه‌های صنعتی و غیرصنعتی در کشور ورود کنند. تلاش آنها منجر به شکل‌گیری شرکتی دانش‌بنیان شد. این مجموعه فناور با به کارگیری نیروهای متخصص و توانمند، موفق به تولید محصولی شده که از شبکه‌های صنعتی در مقابل حملات سایبری محافظت می‌کند.

شناسایی نقاط آسیب‌پذیر

محمدابراهیم سمیع، مدیرعامل شرکت دانش‌بنیان امن پژوه نوآوران فارس درباره ضرورت تولید این محصولات در کشور، گفت: ارزیابی امنیتی و تست نفوذ، روشی است که صنایع را قادر می‌کند تا نقاط آسیب‌پذیر و نفوذپذیر موجود در نرم‌افزارها را شناسایی کنند. ما با این کار پیش از سوءاستفاده مهاجمان، امنیت سیستم را تامین می‌کنیم.

به گفته این فعال دانش‌بنیان، ارائه دوره‌های آموزشی مقدماتی و پیشرفته امنیت سامانه‌های کنترل صنعتی، ارائه مشاوره‌های امنیتی برای استانداردسازی و تعیین سیاست‌های امنیتی و ارزیابی امنیتی شبکه‌های صنعتی، غیرصنعتی و تحلیل تهدیدات امنیتی از جمله خدماتی است که در این شرکت ارائه می‌شود.

همچنین محک‌زنی امنیتی و شناسایی آسیب‌پذیری صنایع، تست امنیتی نرم‌افزارهای کاربردی، پاسخگویی به رخداد امنیتی در مواقع بروز مشکل امنیتی، نصب و راه‌اندازی IDS و لاگر صنعتی روی سامانه‌های کنترل صنعتی و نصب و راه‌اندازی سیستم مدیریت مرکزی رخدادها در مجموعه‌های صنعتی از دیگر خدماتی است که این شرکت به صنایع ارائه می‌کند.

« IDS و لاگر صنعتی زیمنس» نخستین محصول امنیتی بومی در حوزه شبکه‌های کنترل صنعتی است. این محصول بومی با تحلیل پروتکل انحصاری شبکه صنعتی زیمنس (SYCOMM) قادر به تشخیص محتوای پیام‌های رد و بدل شده بین کنترلرهای صنعتی و ایستگاه‌های کاری است.

جلوگیری از حملات سایبری

مدیرعامل این شرکت دانش‌بنیان در ادامه بیان کرد: با وجود اینکه تاکنون شرکت سازنده اطلاعات طراحی این پروتکل را منتشر نکرده است، گروه تحقیق و توسعه شرکت ما برای اولین بار توانسته با مهندسی معکوس این پروتکل، عملکرد سیستم‌های در ارتباط با محصولات زیمنس را با تحلیل ترافیک عبوری روی شبکه صنعتی به طور دقیق تشخیص دهند. براساس همین دانش و شناسایی آسیب‌پذیری‌های موجود در پروتکل، این IDS صنعتی برای شناسایی و جلوگیری از حملات سایبری طراحی و تولید شده است.

«لاگر و تحلیلگر Profibus» محصول دیگر این شرکت است که به گفته سمیع، این محصول برای جمع‌آوری اطلاعات مربوط به ارتباطات در سطح پروفی- باس طراحی و ساخته شده است. سخت‌افزار ساخته شده است. این تجهیز با قرارگیری در انتهای یک خط پروفی- باس قادر است پیام‌هایی که روی این خط میان تجهیزات مختلف رد و بدل می‌شود را جمع‌آوری کرده و با تبدیل این پیام‌ها به بسته‌های TCP/IP آنها را برای تحلیل به یک کامپیوتر ارسال کند.

این فناور معتقد است که نیاز صنایع به این نوع خدمات زیاد است، اما فعالیت در این حوزه کمی سخت و دشوار. به همین دلیل هنوز تعداد شرکت‌های فعال این حوزه به حد مطلوب نرسیده است.

به گفته وی، این شرکت دانش‌بنیان از سال ۹۲ کار خود را آغاز کرد و در این چند سال توانسته اعتماد صنایع را جلب کند، اما برای توسعه فعالیت‌های خود نیاز به حمایت‌های بیشتری دارد.

مدیرکل تعاون، کار و رفاه اجتماعی زنجان:

تقویت و رونق کارآفرینی زمینه‌ساز جهش تولید است

مدیرکل تعاون، کار و رفاه اجتماعی استان زنجان گفت رونق کارآفرینی و تقویت مهارت‌های جوانان از طریق آموزش‌های فنی و حرفه‌ای و مراکز مشاوره و خدمات کارآفرینی، زمینه‌ساز تحقق جهش تولید است.

محمدرضا یوسفی روز شنبه در نخستین نشست هم‌اندیشی کافه کارآفرینی کانون کارآفرینان استان زنجان که با حضور چهره ماندگار فیزیک کشور، پروفسور یوسف ثبوتی برگزار شد، افزود: کارکرد اصلی کافه‌های کارآفرینی ایجاد تعامل بین اجزای اکوسیستم کارآفرینی منطقه بوده و امکان برقراری تعاملات اجتماعی بین کارآفرینان، سرمایه‌گذاران، صاحبان ایده و دانشجویان را تسهیل می‌کند.

وی ادامه داد: در کافه‌های کارآفرینی با امکاناتی از قبیل اینترنت، تلویزیون و فضای مناسب، تیم‌ها و گروه‌های مختلف با یکدیگر به تبادل اطلاعات می‌پردازند و می‌توانند ضمن استفاده از تجربیات کارآفرینان باتجربه، ایده‌های نوآورانه خود را به اشتراک گذاشته و در جهت اجرایی کردن طرح و ایده خود با یکدیگر همکاری کنند.

یوسفی خاطرنشان کرد: این گردهمایی‌ها میتواند به ترویج فرهنگ کارآفرینی استان جهش داده و آن را تقویت کند.

مدیرکل تعاون، کار و رفاه اجتماعی استان زنجان تصریح کرد: امروز ثابت شده که هرچه کشور به سمت نوآوری و خلاقیت حرکت کند و کارآفرینی را سرلوحه فعالیت‌های اجتماعی و اقتصادی خود قرار دهد، توسعه سریع‌تر می‌شود.

پرفسور یوسف ثبوتی، چهره ماندگار فیزیک کشور و پایه‌گذار نخستین مدرسه کسب و کار در استان زنجان نیز در این جلسه ضمن تاکید بر حمایت از جوانان و دانشجویان صاحبان ایده توسط کارآفرینان باتجربه استان اظهار داشت: هر آن چیزی که از گذشته داریم، امروزه کارایی خود را از دست داده و ما باید به دنبال ایده‌های جدید و نو باشیم تا بتوانیم از چالش‌ها و مشکلات امروزی عبور کنیم.

در این گردهمایی از خدمات و زحمات ۷۰ ساله پرفسور ثبوتی به عنوان کارآفرین اجتماعی، با اهدای لوح از طرف اداره کل تعاون، کار و رفاه اجتماعی و کانون کارآفرینان استان، قدردانی شد.

هوشمندسازی حمل‌ونقل از مسیر تدوین استانداردهای ملی می‌گذرد

در نخستین «وبینار تخصصی استانداردسازی تجهیزات کنار جاده‌ای و سامانه‌های حمل‌ونقل هوشمند» بر تعریف استانداردهای ملی و یکپارچه برای هوشمندسازی این صنعت تاکید شد. این وبینار تخصصی در راستای تفاهم‌نامه همکاری ستاد توسعه فناوری‌های فضایی و حمل‌ونقل پیشرفته معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری و سازمان راهداری و حمل‌ونقل جاده‌ای برگزار شد. «اهمیت استانداردسازی تجهیزات کنار جاده‌ای و سامانه‌های حمل‌ونقل هوشمند و چالش‌های عدم وجود آن»، «تامین تجهیزات و سامانه‌هایی که بیشترین اولویت استانداردسازی را دارند» و «بررسی استانداردها و دستورالعمل‌های موجود» محورهای این وبینار بودند. شهاب خدامرادی، مسئول حمل‌ونقل هوشمند ستاد توسعه فناوری‌های فضایی و حمل‌ونقل پیشرفته معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، گفت: باید برای هوشمندسازی سامانه‌ها و تجهیزات حمل‌ونقل استانداردهای ملی و یکپارچه تعریف شود. به گفته وی، ضروری است که این استانداردها به سازمان‌ها و شرکت‌های ذی‌ربط ابلاغ شود تا آنها بتوانند براساس یک پروتکل و استاندارد واحد محصولات خود را تولید کنند و به بهره‌برداری برسانند.

خدامرادی ادامه داد: افزایش سامانه‌ها و وسایل حمل‌ونقل در سال‌های اخیر ما را با فرصت‌ها و چالش‌های بسیاری روبه‌رو کرده است. به همین دلیل استفاده از فناوری‌های نوین برای افزایش بهره‌وری آنها مهم است. در حال حاضر استانداردهای زیادی در سیستم حمل‌ونقل هوشمند براساس پروتکل‌های بین‌المللی تدوین شده است. پذیرش معیارهای بین‌المللی و منطقه‌ای دیگر کشورها به عنوان استانداردهای ملی، بومی‌سازی این مدل‌های جهانی و تدوین پروتکل‌های داخلی از جمله استانداردهای تعیین شده در این حوزه است. در ادامه این وبینار، درباره سیستم‌های حمل‌ونقل هوشمندی که در مرکز مدیریت راه‌های کشور مستقر است هم توضیحاتی ارائه شد. در این مرکز از دوربین‌های نظارت تصویری، ترددشمارهای برخط، دستگاه‌های بلوتوث زمان سفر، ردیاب‌های برخط، تابلوهای ترافیکی، سامانه‌های ثبت سرعت، توزین بین حرکت و شبکه ارتباطات رادیویی بی‌سیم استفاده می‌شود.

پروانه بهره‌برداری بیش از ۴۰۰ شرکت دانش‌بنیان صادر شد

۵۷۰ تقاضای پروانه بهره‌برداری از سال ۹۴ تاکنون به مرکز شرکت‌ها و مؤسسات دانش‌بنیان معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری ارسال شده که بیش از ۴۰۰ تقاضا موردتایید قرار گرفته است. به گزارش مرکز ارتباطات و اطلاع‌رسانی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، سید محمد صاحبکار خراسانی رئیس مرکز شرکت‌ها و مؤسسات دانش‌بنیان معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، با اشاره به قانون حمایت از شرکت‌ها و مؤسسات دانش‌بنیان و همچنین مصوبه «ضوابط استقرار واحدهای صنایع پیشرفته و شرکت‌های دانش‌بنیان» مصوب هیأت‌وزیران در سال ۹۴ گفت: براساس مصوبه هیات‌وزیران و با همکاری وزارت صنعت، معدن و تجارت، شرکت‌های دانش‌بنیان طبق ماده (۸) قانون حمایت از شرکت‌ها و مؤسسات دانش‌بنیان مجاز هستند در محدوده شهر تهران و دیگر شهرها مستقر شوند و با رعایت رده‌های زیست‌محیطی ذکرشده در پیوست مصوبه فوق نسبت به دریافت جواز تأسیس و پروانه بهره‌برداری اقدام کنند. صاحبکار خراسانی ادامه داد: این رده‌های زیست‌محیطی هفت‌گانه مبنای استقرار شرکت‌های دانش‌بنیان خواهند بود، هرچه رده زیست‌محیطی فعالیت شرکت از رده ۱ به سمت رده ۷ سوق پیدا کند، باید میزان فاصله این شرکت از محدوده شهری، افزایش یابد. وی با اشاره به آمار دریافت جواز تأسیس و پروانه بهره‌برداری توسط شرکت‌های دانش‌بنیان گفت: از سال ۹۴ تاکنون ۵۷۰ تقاضای پروانه بهره‌برداری به مرکز شرکت‌ها و مؤسسات دانش‌بنیان ارسال شده که بیش از ۴۰۰ تقاضا مورد تایید قرار گرفته است. به گفته رئیس مرکز شرکت‌ها و مؤسسات دانش‌بنیان معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، از کل درخواست‌های ارائه‌شده، ۲۴۱ درخواست مربوط به استقرار در شهرک‌ها و نواحی صنعتی و قانونی، ۱۵۴ درخواست برای پارک‌های علم و فناوری و مراکز رشد، ۸۶ درخواست برای کاربری‌های صنعتی و کارگاهی، ۱۸ درخواست مربوط به مکان‌های صنعتی مجاز داخل یا خارج محدوده مصوب شهری و روستایی و مابقی درخواست‌ها مربوط به سایر نواحی بوده است.

کارگاه برندینگ

راه و رسم رانندگی در Uber

آیا تاکنون با خود اندیشیده‌اید که اتومبیل خود را به تاکسی تبدیل کنید تا بتوانید پول بیشـــتری به دست آورید؟ ما در اینجا همه اطلاعات موردنیاز برای استخدام به عنوان یک راننده یا پیک در Uber را در اختیار شما قرار می‌دهیم.

کار در Uber می‌تواند برای دانشـــجویان گزینه‌ای مناســـب باشد. درآمد حاصل از انجام این کار انعطاف‌پذیر و خوب است.

یکی از مزایای بســـیار خوب اســـتخدام به عنوان یک راننـــده یا پیک در Uber، امکان کار تا هر چند ســـاعتی اســـت که خودتان دوســـت دارید. در Uber کســـی بر شما ریاســـت نمی‌کند و هیچ مسئولیتی بر روی دوش‌تان نهاده نشده است. به هر حال، به خصوص برای رانندگان، شروع به کار در این شرکت می‌تواند کاملا باارزش باشد، بنابراین مهم است که پس از کسب اطلاع درباره همه حقایق مربوطه با دقت بررســـی کنید که آیا استخدام در Uber برای شما گزینه مناسبی است یا خیر.

چگونه به یک راننده Uber تبدیل شوید

اول از همه، برای تبدیل شـــدن به یک راننده Uber، شما باید معیارهای مربوطه زیر را رعایت کنید:

• بیش از ۲۱ سال سن داشته باشید.

• گواهی کامل و معتبر رانندگی در انگلستان را در دست داشته باشید (قبل از اســـتخدام شدن به عنوان راننده در Uber، شما باید گواهینامه معتبر در اتحادیه اروپا را به گواهینامه معتبر در انگلستان تبدیل کنید).

• از حق کار در انگلستان برخوردار باشید.

• بسته به شهر محل سکونت‌تان، تعداد سال‌های موردنیاز در زمینه کسب تجربه رانندگی می‌تواند با هم فرق کند.

شما همچنین باید مراحل زیر را پشت سر بگذارید:

• انجام معاینه کامل پزشکی توسط پزشک معالج خود

• بررســـی کامل DBS پیشرفته – این مورد شامل بررسی سوابق کیفری شما می‌شود و به تحقیق درباره سلامت روان شما هنگام برخورد با کودکان و بزرگسالان آسیب‌پذیر می‌پردازد.

ممکن است مدتی طول بکشد تا بتوانید در جاده حرکت کنید اما آن دسته از رانندگان Uber که با آنها حرف زده‌ایم معتقدند که ارزش آن را دارد که از جا برخیزید و به دنبال استخدام در این شرکت بروید.

در زیر به نکات کلیدی برای تبدیل شـــدن به یک راننده در Uber اشاره شده است:

ضروریات رانندگی در Uber

مجوز استخدام خصوصی

روند اخذ مجوز استخدام خصوصی بسیار آسان است و Uber به شما در انجام مراحل فرآیند طرح درخواست استخدام کمک می‌کند.

هزینه اخذ مجوز اســـتخدام خصوصی از یک شـــورا به شورای دیگر فرق می‌کند اما براساس پیش‌بینی‌ها شما باید حدود ۳۹۰ دلار بپردازید و هر سه سال یک بار این پروسه را تکرار کنید.

این نکته را به یاد داشـــته باشید که دریافت مجوز پس از طرح درخواست بســـیار زمان می‌برد. این کار می‌تواند چند هفته طول بکشـــد اما رانندگان Uber ادعـــا کردنـــد که این مدت زمان نزدیک به ســـه یا چهـــار ماه برآورد می‌شود. یکی از رانندگان Uber گفت که شش ماه انتظار کشید تا به شرکت راه پیدا کند.

یک خودروی بیمه‌شده و دارای مجوز کرایه خصوصی

اگر پیش از این اتومبیلی داشـــته‌اید که با این قانون مطابقت دارد، شـــما جلوتر از بازی حرکت می‌کنید. جهت بررســـی این موضوع که آیا خودروی شما مطابق استانداردها هست یا خیر، به وب‌سایت Uber مراجعه کنید.

اگر خودروی‌تان شرایط لازم را کسب نکرد، شما می‌توانید به طور هفتگی یک خودروی تاییدشـــده به وسیله Uber را کرایه کنید. نرخ کریه می‌تواند شـــهر به شهر تغییر کند اما به طور کلی این نرخ هر هفته تقریبا ۲۶۰ دلار است.

نرخ بیمه خودروی مشمول طرح کرایه خصوصی می‌تواند بالا باشد اما مثل هر مورد بیمه اتومبیل دیگری، هرچه بیشـــتر سابقه رانندگی ایمن‌تر داشته باشید، نرخ بیمه پایین‌تر می‌آید.

به عنوان مثال، ما به التفاوت مبلغ بیمه میان افرادی با ســـابقه ســـه سال رانندگی نسبت به افرادی با سابقه ۵ سال رانندگی براساس سیاست استخدام خصوصی می‌تواند حدودا ۱۳۰ دلار در هر ماه باشد.

با مدیران Uber قرار ملاقات بگذارید

قبل از درخواست مجوز، شما باید با مدیران Uber مصاحبه کوتاهی انجام دهید و در یک کلاس پیشرفته رایگان تحت عنوان جلسه «استارت Uber» شرکت کنید.

این در اصل یک جلسه آموزش نیم روزه است که در آن شما یاد می‌گیرید که کار کردن برای Uber چگونه است. کارکنان آموزش دیده آنها طوری به هدایت شما در طول کل مسیر درخواست استخدام می‌پردازند که بتوانید در نهایت از مقامات محلی بخواهید تا مجوز لازم را برای‌تان صادر کنند.

جلسه استارت کار در Uber باید حدود چهار ساعت طول بکشد و احتمالا موارد زیر را در بر می‌گیرد:

• راهنمایی در مورد چگونگی بررسی وضعیت سلامتی و سابقه فرد موردنظر

• مشاوره درخصوص اخذ بیمه‌نامه

• راهنمایی در مورد شیوه درخواست مجوز استخدام خصوصی

چگونه به یک پیک Uber Eats تبدیل شوید؟

برخلاف رانندگی در Uber، برای اســـتخدام به عنـــوان پیک در Uber Eats لزوما نیاز به رانندگی با خودرو نیست. به جای آن می‌توانید از اسکوتر، موتورســـیکلت یا دوچرخه اســـتفاده کنید. اگر امیدوار هستید که بتوانید با خودرو، اســـکوتر یا موتورسیکلت غذا تحویل مشـــتریان بدهید، شما نیاز به دریافت گواهینامه رانندگی و بیمه‌نامه خودرو دارید (این اســـناد باید تحویل غذا به دســـت مشـــتریان را نیز پوشـــش بدهند). تحویل غذا با دوچرخه، به گواهینامه رانندگی یا شناسه ملی احتیاج دارد.

از جملـــه مزایای رانندگـــی در Uber و Uber Eats می‌توان به دریافت دستمزد طی بازه‌ای ۴۸ ساعته اشاره کرد. به این ترتیب می‌توان امیدوار بود که به سرعت درآمد کسب کنید.

برای شـــروع، باید ثبت نام کنید، با انجام یک غربالگری امنیتی موافقت کنید و دســـت به بارگذاری اســـناد و مدارک لازم بزنید. پس از تایید شـــما به عنوان فروشنده، شـــما می‌توانید هر زمان که به نظر شما مناسب است، شروع به تحویل غذا به مشتریان کنید و شاهد آن باشید که تراز بانکی‌تان رشد کند.

اگر زیر ۲۱ ســـال سن دارید، شاید برای رانندگی تاکسی در Uber جوان باشـــید اما خبر خوب این است که می‌توانید با عبور از سن ۱۸ سالگی برای اســـتخدام در خدمات Uber Eats ثبت نام کنیـــد. این یک فرصت کاری ایده‌آل برای دانشجویان به شمار می‌رود.

Mbanews/mbanews

معمای ساخت برند شخصی در شبکه‌های اجتماعی

به قلم: توماس گریفین کارشناس حوزه برندینگ

مترجم: امیر آل‌علی

شبکه‌های اجتماعی در حال حاضر به یک بستر بسیار مهم نه‌تنها برای ارتقای برند، بلکه برای برندســـازی، تبدیل شـــده است. درواقع بسیاری از مـــوارد موفق، کار خود را از این بخـــش آغاز کرده‌اند. با این حال این مســـئله صرفا برای شـــرکت‌ها کاربردی نبوده و افراد نیز می‌توانند برای خود برندی را ایجاد کنند که از آن تحت عنوان برند شـــخصی، نام برده می‌شـــود. با این حال سوال اصلی این اســـت که چگونه می‌توان در این رابطه، اقدام نمود. در ادامه ۵ راهکار را مورد بررسی قرار خواهیم داد.

۱-از پروفایل خود غافل نشوید

پرفایل درســـت به مانند تیتر یک مطلب اســـت که نخستین موردی اســـت که مخاطب آن را مشـــاهده خواهد کرد. تحت این شرایط بسیار مهم اســـت که اطلاعات جامعی را نوشته باشـــید. در این رابطه توصیه می‌شـــود که یک توضیـــح مختصر در رابطه بـــا مهارت‌های خود بدهید و پـــس از آن دلیل ایجاد صفحه را مشـــخص کنید. بـــرای مثال ممکن اســـت شما تمایل داشته باشید که در زمینه آموزش، فعالیت کنید. این امر حتمـــا باید در بخش پروفایل، ذکر گردد. در کنار این موضوع، بهتر است تا مزیت‌های خود را نیز اعلام کنید. برای مثال ممکن است شیوه کاری شـــما مبتنی بر ارســـال ویدئوهای کوتاه باشد. تحت این شرایط، ذکر یادگیری ســـریع تنها در یک دقیقه، می‌تواند جذابیت اقدام شـــما را افزایش دهد.

۲-از نمایش خودتان غافل نشوید

با توجه به این امر که شـــما در تلاش برای ایجاد یک برند شـــخصی هســـتید، بسیار مهم اســـت که خودتان را در معرض نمایش قرار دهید. نکته دیگری که باید به آن توجه داشته باشید این است که افراد بیش از ۶۵ درصد محتواهایی که همراه با عکس و فیلم بوده‌اند را پس از حتی یک هفته نیز به خاطر می‌آورند. به همین خاطر بسیار مهم است که در این رابطه از موارد باکیفیت و جذاب استفاده کنید. درواقع به هر میزان که فیلم و یا تصویر شـــما تاثیرگذارتر باشـــد، قـــدرت ماندگاری آن نیز افزایش پیدا خواهد کرد. همچنین با توجه به نوع نیاز خود، لازم اســـت تا نســـبت به انتخاب پلتفرم، اقدام نمایید. برای مثال ممکن است که با توجه به این امر که شـــما جویای کار در یک شرکت هستید، لینکدین، بهترین انتخاب محســـوب شود. با این حال اگر خواهان ایجاد یک برند شـــخصی و در راســـتای آن ایجاد یک برند کاری هستید، اینستاگرام و یوتیوب انتخاب‌های به مراتب بهتری هستند. در کنار این موضوع توجه داشته باشید که شما صرفا محدود به یک شبکه نبوده و می‌توانید چند مـــورد را انتخاب نمایید. با این حال در راســـتای اقدامی حرفه‌ای، بهتر است تا تعداد موارد، بیش از دو تا نشود. در غیر این صورت، زمان زیادی را از دست خواهید داد و امکان تمرکز حرفه‌ای، از بین می‌رود.

۳-از اصول سئو غافل نشوید

سئو حتی در شبکه‌های اجتماعی نیز کاربرد دارد. در این رابطه شما بایـــد اقدامات لازم را انجام داده و شـــانس دیده شـــدن خود را افزایش دهید. در کنار این موضوع هر شـــبکه نیز برای خود یکســـری ترفندها دارد که با رعایت آنها، شـــانس رشـــد بالاتری را خواهید داشـــت. عدم محدودکـــردن محتواهای خود در کنار همکاری با ســـایرین نیز بســـیار مهم اســـت. برای مثال دلیلی وجود ندارد که شـــما به عنوان نویســـنده مهمان، در سایت‌های مختلف حضور داشته باشید. در کنار این موضوع توصیه می‌شـــود تا با ســـایر افراد فعال همکاری داشـــته باشید تا امکان رشد سریع‌تر، مهیا شود.

۴-عنوان‌های جذاب را مورد استفاده قرار دهید

قبـــل از پرداختن به این بخش، توصیه می‌شـــود که اقدامات افراد موفق در شبکه اجتماعی موردنظر خود را مورد بررسی قرار دهید. این امر باعث خواهد شد تا به خوبی بتوانید از آنها الهام گرفته و متوجه کمبودهای موجود شوید. درواقع یکی از اشتباهات بزرگ افراد این است که روشی تکراری را در پیش می‌گیرند که بدون شک دیگر جذابیت اولیه لازم را به همراه ندارد. در این رابطه برای پیدا کردن تیترهای جذاب، انواع ابزارها وجود دارد که با یک جست و جوی ساده، به آن دسترسی خواهید داشت.

۵-فعالیت مداوم را جدی بگیرید

در آخر توجه داشته باشید که برای موفقیت در شبکه‌های اجتماعی، ضروری اســـت تا فعالیت‌های شـــما تداوم لازم را داشته باشد. برای این منظور توصیه می‌شود تا از ابزارهایی نظیر Hootsuite استفاده کنید. این موارد کمک خواهد کرد تا شـــما برطبق یک نظم درســـت، بتوانید اقـــدام نمایید. در کنار این موضوع توصیه می‌شـــود کـــه برنامه هفتگی خود را با مخاطبان در میان بگذارید. این امر باعث می‌شود تا آنها بهتر بتوانند با شـــما هماهنگ شـــوند. مزیت دیگر این اقدام، ایجاد بســـتری برای تعامل بیشـــتر اســـت. درواقع بســـیاری از افراد در انتخاب موارد، نظرســـنجی‌هایی را انجام می‌دهند که این امر باعث می‌شود تا مخاطب خود را در مرکز توجه حس نمایید.

به عنوان نکته پایانی، توصیه می‌شـــود که به جای تعداد دنبال‌کننده که ممکن است شما را به سمت خرید موارد فیک، سوق دهد به دنبال طی کردن یک مســـیر طبیعی باشـــید. درواقع براساس آمارها، موفقیت در این رابطه یک پروسه دو ساله محسوب می‌شود. درواقع تا زمانی که امید خود را از دست ندهید، همچنان شانس خواهید داشت.

منبع: business۲community.com

چالش همکاری با اینفلوئنسرها

به قلم: سید بلخی کارشناس حوزه تولید محتوا

مترجم: امیر آل‌علی

بدون شـــک مهمترین بستر حال حاضر برای انجام اقدامات بازاریابی، شبکه‌های اجتماعی محسوب می‌شوند. در این رابطه همواره تاکید شده است که با اینفلوئنســـرها همکاری داشته باشید. درواقع آنها پادشاهان شـــبکه‌های اجتماعی محسوب شـــده و عمده توجهات به سمت آنها در جریان اســـت. با این حال موضوعی که کمتر به آن پرداخته شده است این است که در این رابطه به چه نکاتی باید توجه داشت. همین امر نیز باعث شده است تا در این مقاله به بررسی آن بپردازیم.

۱-مخاطب هدف خود را بشناسید

در ابتدا شما باید مخاطب هدف خود را بشناسید تا بهترین اینفلوئنسرها را انتخـــاب کنیـــد. برای مثال آیا می‌دانید که چنـــد درصد از جامعه هدف شـــما، یک اینفلوئنســـر را دنبال می‌کنند؟ بدون آگاهی در این رابطه، هر اقدامی ریســـک بالایی را به همراه خواهد داشـــت. درواقع همکاری با این افراد، هزینه‌بر بوده و یک انتخاب اشـــتباه، به معنای از دست دادن فرصت همکاری با فردی به مراتب مناســـب‌تر خواهد بود. در این رابطه پرســـش مســـتقیم نیز یک راهکار مناسب بوده و می‌توانید نظرسنجی‌هایی را انجام دهید. همچنین فراموش نکنید که شما می‌توانید بر روی یکی از کارمندان خود نیز سرمایه‌گذاری کرده و او را به اینفلوئنسر خود تبدیل کنید. مزیت این امر، در اختیار داشتن فردی است که کاملا مطابق با انتظارات شما است.

۲-اهداف خود را تعیین کنید

شـــما باید به خوبی بدانید که هدف شـــما از همکاری با یک یا چند اینفلوئنســـر چه اســـت. بدون تعیین هدف، امکان برنامه‌ریزی درســـت وجود نخواهد داشت. نکته دیگری که باید به آن توجه داشته باشید این است که در رابطه با اهداف خود با اینفلوئنسر مذکور، گفت و گو کرده و اجازه دهید تا وی نیز بتواند به درک خوبی برسد. این امر باعث خواهد شد تا آنها بتوانند بهترین عملکرد را از خود نشان دهند. درواقع بدترین اقدام در زمینه همکاری با اینفلوئنســـرها این اســـت که اقدام به تبلیغ مستقیم نمایند. این مورد کاملا منسوخ شده بوده و لازم است تا در کار خود ظرافت داشـــته باشید. درواقع اگر در زمینه اصول بازاریابی، آگاهی ندارید، بهتر اســـت که در ابتدا ســـطح اطلاعات خود را بهبود بخشـــید. در کنار این موضوع توجه داشـــته باشید که در حال حاضر، محتواهای ویدئویـــی، در صـــدر علایق افراد قرار دارد. به همین خاطر بســـیار مهم اســـت که اولویت اول شـــما، فعالیت در این زمینه باشد. همچنین لازم اســـت تا به دنبال همکاری‌های طولانی مدت باشید. در غیر این صورت نتیجه بسیار کم و مقطعی را به دست خواهید آورد.

۳-موارد را با یکدیگر مقایسه کنید

برای انتخاب بهترین اینفلوئنســـر، لازم اســـت تـــا تحقیقات خوبی را داشـــته باشید. این امر باعث خواهد شـــد تا در نهایت، موارد منتخب را وارد یک فهرســـت کنید. در ایـــن رابطه صرفا توجه به تعداد مخاطبین، کافی نبوده و شـــما باید نرخ تعامل و سبک کاری آنها را نیز مدنظر قرار دهید. درواقع یکی از دلایلی که ممکن اســـت باعث شود که مخاطبین یک صفحه زیاد باشد، خرید فالوورهای تقلبی است. به همین خاطر این معیار چندان مناســـب نخواهد بود. همچنین ســـعی کنید که پیشنهاد خود را به افراد متعددی بدهید. این امر باعث خواهد شـــد تا با مقایسه مـــواردی نظیر قیمت، بتوانید تصمیم بهتری را بگیرید. در بســـیاری از مواقـــع ممکن اســـت هزینه همکاری با یک نفر، برابـــر با قرارداد با چند اینفلوئنســـر دیگر باشد. تحت این شـــرایط انتخاب چند نفر، منطقی‌تر خواهـــد بود. همچنین تـــلاش کنید تا با برندهایی که ســـابقه همکاری داشـــته‌اند، گفت و گو داشـــته باشـــید. این امر باعث خواهد شـــد تا به کیفیت کار آنها، امتیاز واقع‌گرایانه‌تری را بدهید.

۴-بسته پیشنهادی خود را ارسال کنید

نکته‌ای که باید به آن توجه داشته باشید این است که اگر به دنبال توافق باشـــید، ممکن است فرد موردنظر، مواردی را مطرح کند که خارج از توان شما باشد. در کنار این موضوع چنین اقدامی، زمانبر خواهد بود. برای مثال مذاکره کردن با ۱۰۰ نفر، بدون شک اقدامی هوشمندانه نخواهد بود. در این راستا بهتر است که یک بسته پیشنهادی برای افراد ارسال کنید تا افرادی که تمایلی به همکاری با شـــما را ندارند، کنار گذاشته شوند. در این رابطه فراموش نکنید که موارد، می‌تواند تغییراتی را داشته باشد. به همین خاطر در این رابطه بیش از حد سختگیر نباشید. در رابطه با تعیین قیمت، بهتر است که از قبل، تحقیق نموده و نرخی منطقی را ارائه دهید.

منبع: tweakyourbiz.com

بررسی عملکرد برندهای بزرگ برای پاسخ به پرسشی مهم

محتوای بازاریابی مورد علاقه مخاطب کدامند؟

به قلم: سوفیا برنازانی کارشناس بازاریابی و مدیر وبلاگ بازاریابی Hubspot
ترجمه: علی آل‌علی

بازاریابی محتوایی در طول سال‌های اخیر به طور مداوم در حال تغییر بوده است. اگر شما به سراغ محتوای جذاب چند سال پیش بروید، دیگر جذابیتی در آنها برای مخاطب کنونی مشاهده نخواهید کرد. این امر به خوبی ضرورت ایجاد تغییرات اساسی برای بازاریابی بهتر را نشان می‌دهد. وظیفه اصلی هر تیم بازاریابی جلب نظر مخاطب هدف است. حال اگر یک تیم بازاریابی در طول زمان توانایی جلب نظر مخاطب هدف را از دست بدهد، با شرایط دشواری مواجه خواهد شد. توجه به سلیقه مخاطب هدف همیشه راهکاری مناسب برای جلب نظر آنهاست. بسیاری از برندهای بزرگ به طور مداوم در تلاش برای بازاریابی و تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف هستند. این امر اهمیت بسیار زیادی دارد. وقتی شما سلیقه مخاطب هدف و تغییراتش را به خوبی بشناسید، تولید محتوای جذاب برای آنها کار چندان دشواری نخواهد بود.

ما در موسسه HubSpot در تلاش برای فهم تغییرات سلیقه کاربران فضای آنلاین درباره محتوای بازاریابی هستیم. امروزه اغلب برندها از شبکه‌های اجتماعی برای بازاریابی و تعامل با مخاطب هدف استفاده می‌کنند بنابراین توجه به رفتار کاربران در شبکه‌های اجتماعی نقش مهمی در فهم تحول سلیقه‌شان خواهد داشت. ما در یکی از پژوهش‌های‌مان بر روی نزدیک به هزار کاربر اینترنتی در سراسر دنیا متمرکز شده‌ایم. هدف اصلی این فرآیند فهم تحول سلیقه آنها و واکنش‌شان نسبت به محتوای بازاریابی برندهای بزرگ است بنابراین در ادامه عملکرد مطلوب برندهای بزرگ برای جلب نظر مخاطب هدف را مورد بررسی قرار خواهیم داد. این هدف در قالب بخش‌های مشخصی صورت خواهد گرفت.

مخاطب هدف به مطالعه چه نوع محتوایی در آینده علاقه‌مند است؟

براساس مطالعه ما بر روی رفتار کاربران در فضای آنلاین تغییر سلیقه آنها ارتباط نزدیک با گسترش استفاده از محتوای بصری دارد. این امر به معنای ضرورت استفاده هرچه بیشتر از محتوای بصری برای بازاریابی جلب نظر مخاطب هدف است. توسعه شبکه‌های اجتماعی و انتقال خبرگزاری‌ها به بخش آنلاین نیز نکته مهم دیگری در افزایش توجه کاربران به فضای آنلاین محسوب می‌شود. امروزه اغلب کاربران از طریق شبکه‌های اجتماعی اقدام به مشاهده محتوای مورد علاقه‌شان می‌کنند بنابراین حضور وسیع برندها در شبکه‌های اجتماعی مختلف امر غیرمنطقی نیست.

تولید محتوای بصری تنها گزینه پیش روی برندها برای تعامل بهتر با مخاطب هدف نیست. امروزه پادکست‌ها نیز جذابیت بسیار زیادی برای کاربران دارد. بنابراین تولید پادکست اختصاصی برند گزینه مطلوبی برای تعامل با مخاطب هدف خواهد بود. بدون تردید برخی از برندها توانایی تولید پادکست را ندارند. توصیه ما در این وضعیت تلاش برای فعالیت در قالب اسپانسر پادکست‌های مشهور است.

محتوای بازاریابی مورد علاقه کاربران

ما در این بخش به بررسی محتوای مورد علاقه کاربران در مورد محتوای بازاریابی خواهیم پرداخت. بدون تردید دسته‌بندی انواع محتوای مدنظر در مقاله کنونی به نظم و مشاهده هرچه بهتر آنها کمک خواهد کرد بنابراین ما در مقیاسی کلی به سراغ ۵ بخش اصلی شامل محتوای ویدئویی، شبکه‌های اجتماعی، مقالات خبری، محتوای پژوهشی و دوره‌های آموزشی و سرگرمی آنلاین خواهیم رفت.

ویدئوها

محتوای ویدئویی در طول سال‌های اخیر به طور مداوم توسعه پیدا کرده است. استفاده از این نوع محتوا به دلیل تاثیرگذاری بالا بر روی مخاطب هدف نظر بسیاری از برندها را جلب کرده است. براساس گزارش موسسه سیسکو، اکنون نزدیک به ۸۰ درصد ترافیک کل اینترنت در سطح دنیا مربوط به محتوای ویدئویی است. با این حساب توجه به اهمیت محتوای ویدئویی در بازاریابی آنلاین اجتناب‌ناپذیر خواهد بود.

امروزه به طور روزانه ۸ تا ۱۰ میلیارد محتوای ویدئویی در شبکه‌های اجتماعی بارگذاری می‌شود. شاید در نگاه نخست این رقم بیش از اندازه بزرگ باشد. نکته مهم در این میان مشاهده اغلب ویدئوها از سوی کاربران است بنابراین تقاضای کافی برای تولید محتوای ویدئویی نیز وجود دارد. البته این امر به معنای مشاهده یکسان ویدئوهای تولیدی برندها از سوی کاربران نیست. تجربه ناتوانی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف در میان اغلب برندهای بزرگ و کوچک مشترک است بنابراین شما باید جهت‌گیری ویژه‌ای در راستای موفقیت در تولید محتوای بازاریابی ویدئویی داشته باشید. ما در ادامه به بررسی عملکرد مناسب برخی از برندهای بزرگ در این زمینه خواهیم پرداخت.

ویدئوهای خوشمزه در BuzzFeed

ویدئوهای BuzzFeed در مورد خوراکی‌های مختلف جذابیت بسیار زیادی برای کاربران در شبکه‌های اجتماعی دارد. بسیاری از برندها در طول زمان اقدام به استفاده از محتوای ویدئویی در قالب‌های مختلفی کرده‌اند. با این حال کمتر برندی مانند BuzzFeed موفق به تاثیرگذاری مداوم بر روی مخاطب هدف با شیوه‌ای یکسان شده است. این امر به دلیل جهت‌گیری این برند برای معرفی خوراکی‌های تازه با استفاده از تصاویر جذاب است. هدف اصلی آنها آشنا ساختن کاربران با غذا و فرهنگ کشورهای دیگر است بنابراین شما علاوه بر مشاهده ویدئوهای جذاب در صفحه BuzzFeed امکان آگاهی از دستور پخت آنها را نیز خواهید داشت.

بسیاری از کارشناس‌های بازاریابی نسبت به دلیل موفقیت ویدئوهای مربوط به خوراکی‌های جذاب از سوی BuzzFeed تردید دارند. توضیح ما در این بخش کوتاهی آنها و انتقال پیام اصلی به مخاطب هدف است. امروزه مخاطب هدف تمایلی به مشاهده ویدئوهای طولانی ندارد بنابراین شما باید نهایت اختصار را رعایت نمایید. در غیر این صورت امکان جلب نظر مخاطب هدف فراهم نخواهد شد.

یکی دیگر از دلایل موفقیت ویدئوهای BuzzFeed تمایل کاربران برای ارتباط با فرهنگ‌های دیگر است. شبکه‌های اجتماعی فضایی برای حضور تمام مردم از سراسر دنیاست بنابراین ارتباط میان مردم مختلف در این فضا امر جذابی محسوب می‌شود. برند BuzzFeed با تاکید بر روی این نکته اقدام به تولید ویدئوهای بازاریابی و جلب نظر مخاطب هدف کرده است.

گروه رسانه‌ای وُکس

گروه رسانه‌ای وُکس تعریف رایج از یک رسانه را تغییر داده است. آنها در حوزه‌های مختلفی از قبیل انتشار اخبار تازه، سرگرم ساختن مخاطب هدف و حتی تولید ویدئوهای آموزشی فعالیت دارند. هدف اصلی ما در این مقاله اشاره به ویدئوهای آموزشی این خبرگزاری در یوتیوب است. آنها اغلب به سراغ ایده‌های جذاب و مورد علاقه کاربرانشان می‌روند. بدون شک مهمترین پرسش در این بخش نحوه آگاهی آنها از سلیقه مخاطب هدف‌شان است. وقتی شما به عنوان یک خبرگزاری فعالیت دارید، حجم وسیعی از نظرات را دریافت خواهید کرد. پردازش اطلاعات مورد بحث در هر کدام از خبرها کمک شایانی به وُکس برای تولید ویدئوهای آموزشی جذاب می‌کند.

مزیت اصلی ویدئوهای آموزشی خبرگزاری وُکس کوتاهی‌شان است. هیچ‌کدام از آموزش‌های این برند بیشتر از دو دقیقه نیست. این امر تاثیر مهمی بر روی بهبود وضعیت فعالیت آنها دارد. هر چقدر محتوای آموزشی شما کوتاه‌تر باشد، کاربران تمایل بیشتری برای مشاهده‌اش خواهند داشت. این امر اغلب مورد توجه برندها قرار نمی‌گیرد. درست به همین خاطر نیز مخاطب هدف تمایل چندانی برای مشاهده محتوای برندها ندارد.

یکی دیگر از دلایل موفقیت خبرگزاری وُکس ماهیت فعالیت آنهاست. این گروه خبری دسترسی بسیار وسیعی به آخرین اخبار دنیا دارد بنابراین تولید محتوای ویدئویی پیرامون چنین رویدادهایی امر دشواری نخواهد بود. نکته مهم در این میان ضرورت تاکید بر روی ترندها و اخبار تازه از سوی برندها برای تولید محتوای جذاب است.

شبکه‌های اجتماعی

دومین بخش مهم از بازاریابی موردپسند مخاطب هدف معطوف به شبکه‌های اجتماعی است. امروزه اغلب برندها در شبکه‌های اجتماعی دارای حساب کاربری رسمی هستند. این امر به آنها برای بازاریابی و تاثیرگذاری هرچه بهتر بر روی مخاطب هدف کمک می‌کند. وقتی ما در پلتفرم‌های مورد علاقه کاربران حضور داریم، شانس بسیار بالاتری برای جلب نظر آنها خواهیم داشت. فیس‌بوک با داشتن ۱٫۷ میلیارد کاربر فعال در روز بهترین نمونه برای فهم اهمیت شبکه‌های اجتماعی در فرآیند بازاریابی است. اگر برند شما هنوز در شبکه‌های اجتماعی

عضویت ندارد، باید به سرعت نسبت به حضور فعال در این عرصه اقدام نمایید. در غیر این صورت بخش قابل توجهی از مزیت‌های برند شما برای جلب نظر مخاطب هدف از بین خواهد رفت.

ما در ادامه این بخش به بررسی بهترین عملکردها از سوی برندهای مختلف در زمینه بازاریابی در شبکه‌های اجتماعی خواهیم پرداخت. بدون تردید چنین بررسی درس‌های بسیار زیادی برای سایر برندها دارد.

اینتل

در اینجا ما باز هم با یکی دیگر از مزیت‌های بازاریابی ویدئویی مواجه هستیم. اینتل به عنوان یکی از غول‌های عرصه رایانه و IT سابقه همکاری با برندهای بزرگی را دارد. همین امر نام آنها را به شدت معتبر کرده است. امروزه اغلب کاربران علاقه‌مند به دنیای IT نسبت به مشاهده ویدئوهای بازاریابی این برند گرایش مناسبی دارند. دلیل این امر ترکیب ویدئوهای بازاریابی اینتل به ترندهای داغ در زمینه ساخت رایانه و تجهیزات جانبی‌اش است. بدون شک بسیاری از کاربران در طول روز تمایل به مشاهده تازه‌ترین تولیدات برندها دارند. اینتل نیز با فهم دقیق این نکته اقدام به رونمایی از تازه‌ترین محصولاتش در قالب ویدئوهای جذاب می‌کند.

اینتل در طول سال از رویدادهای بسیار زیادی در زمینه IT میزبانی می‌کند. این امر نقش مهمی در فرآیند بازاریابی آنها دارد. اگر سری به حساب‌های کاربری این برند در شبکه‌های اجتماعی بزنید، امکان تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف به شیوه‌های مختلف را مشاهده خواهید کرد. این برند یکی از بهترین عملکردها در زمینه پوشش رویدادهای بزرگ را دارد. معنای این صحبت پوشش رویدادهای بازاریابی و مراسم‌های مختلف این برند در طول سال است. وقتی شما توانایی پوشش مناسب رویدادهای بازاریابی‌تان را داشته باشید، دیگر نیازی به همکاری نزدیک با رسانه‌ها نخواهد بود. این امر در مورد فعالیت برند اینتل به خوبی قابل مشاهده است.

یکی از دلایل اصلی موفقیت اینتل در زمینه بازاریابی استفاده از توییتر به شیوه های تازه است. اغلب بازاریابها توییتر را یک رسانه متن محور می‌دانند. با این حال اینتل در تلاش برای استفاده ویدئویی از این پلتفرم است. به این ترتیب محتوای متنی اینتل در کنار ویدئوهای جذاب در اختیار کاربران قرار می گیرد. با توجه به تمایل بالای کاربران برای مشاهده محتوای ویدئویی مشاهده موفقیت کمپین های بازاریابی اینتل در طول بازه های زمانی مختلف امر عجیبی نخواهد بود.

علاوه بر کاربرد ویدئوهای جذاب باید به تاثیر هشتگ های مناسب در کار اینتل نیز اشاره کرد. آگاهی از هشتگ های مناسب برای بازاریابی نکته بسیار مهمی است. برخی از برندها توانایی تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را ندارند. امروزه بسیاری از برندها محتوای بازاریابی‌شان در شبکه های اجتماعی را بدون هرگونه هشتگی منتشر می‌کنند. چنین عملکردی جای سوال بسیار زیادی دارد. اگر شما در تلاش برای جلب نظر مخاطب هدف به محتوای بازاریابی‌تان هستید، باید نسبت به شناسایی هشتگ‌های پرطرفدار و استفاده از آن در فرآیند بازاریابی اقدام نمایید. در غیر این صورت توانایی تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را نخواهید داشت.

فدکس

فدکس یکی از موفق‌ترین برندهای فعال در زمینه حمل و نقل و تحویل مرسوله‌های پستی در حوزه بازاریابی محسوب می‌شود. این برند همیشه تصاویر بسیار جذابی برای مخاطب هدفش دارد بنابراین مشاهده فدکس در میان برندهای برتر این مقاله جای تعجب نخواهد داشت. امروزه اهمیت محتوای ویدئویی در شبکه‌های اجتماعی جای هیچ تردیدی ندارد. بسیاری از برندها برای تاثیرگذاری هرچه بهتر بر روی مخاطب هدف اقدام به استفاده از فرمت ویدئو می‌کنند. نکته مهم در این میان توجه به فرمت عکس است. اگر ما فقط محتوای ویدئویی منتشر کنیم، بخشی از مخاطب هدف را نادیده گرفته‌ایم. تولید عکس های جذاب برای تعامل با مخاطب هدف اهمیت بسیار زیادی دارد. چنین محتوایی توانایی برندها برای نمایش جلوه‌های خاص و ایستا از کسب و کارشان را نشان می‌دهد.

شاید در نگاه نخست کسب و کار یک برند فعال در حوزه حمل و نقل کالا و مرسولات پستی جذابیت چندانی زیادی نداشته باشد. این امر کاملا منطقی است. نکته مهم در این میان توانایی برندها برای نمایش جلوه‌های جذاب هرچند اندک از کسب و کارشان است. این امر نقش مهمی در بهبود وضعیت برندها بازی می‌کند بنابراین شما نیز باید در تلاش برای نمایش پشت صحنه کسب و کار و به طور کلی هرگونه بخش هیجان‌انگیزی از کارتان باشید. برند فدکس در این میان بر روی نمایش حوزه‌هایی نظیر نحوه ارسال محصولات از یک بازار به بازاری دیگر تمرکز دارد. یکی از پست‌های جذاب این برند شامل ۶ عکس از سرنوشت یک مرسوله پستی از ابتدای تحویل به شرکت تا زمان دریافت از سوی مخاطب موردنظر است.

برند فدکس در زمینه استفاده از محتوای تولیدی کاربران توانایی بسیار بالایی دارد. آنها به طور مداوم از کاربرانشان برای ارسال محتوای جذاب‌شان پیرامون تجربه استفاده از خدمات‌شان درخواست می‌کنند. نتیجه این امر بارگذاری شمار بالایی از محتواهای بازاریابی از سوی فدکس است. امروزه کاربران در شبکه‌های اجتماعی واکنش بسیار بهتری در قابل محتوای تولیدی کاربران (User Generated Content) دارند. همین امر بسیاری از برندها را به سوی همکاری با کاربران برای تولید محتوای بازاریابی سوق داده است.

ما در مورد برند فدکس بازهم با اهمیت استفاده از هشتگ‌های مناسب مواجه هستیم. این برند تجربه بسیار موفقی در زمینه استفاده از هشتگ‌های مناسب با کسب و کارش دارد. همچنین باید به توانایی آنها برای خلق هشتگ‌های اختصاصی برای برندشان نیز توجه کرد. این امر نقش مهمی در بهبود توانایی برندها برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف دارد.

مقالات خبری

امروزه از هر ۱۰ شهروند آمریکایی ۴ نفر اخبار را به صورت آنلاین دنبال می‌کنند. این امر به معنای پایان عصر مطبوعات چاپی است. اگرچه هنوز هم برخی از روزنامه‌ها به صورت چاپی در اختیار مخاطب هدف قرار می‌گیرد، اما به زودی همین تعداد اندک نیز جای خود را به رسانه‌های دیجیتال خواهد داد. برخی از برندها در زمینه انتشار اخبار اندکی خلاقیت نیز به خرج می‌دهند. همین نکته کمپین‌های بازاریابی جذابی را تولید می‌کند.

ESPN

بدون تردید تمام علاقه‌مندان به دنیای ورزش برند ESPN را به خوبی می‌شناسند. این برند علاوه بر پخش مسابقات و رویدادهای ورزشی در زمینه انتشار اخبار مرتبط نیز فعالیت دارد. بسیاری از مسابقات هیجان‌انگیز و پرطرفدار در سراسر دنیا از سوی این برند پخش می‌شود. با این حساب مشاهده علاقه کاربران برای تعامل با این برند امر تازه‌ای نخواهد بود.

اغلب سایت‌های خبری در زمینه انتشار اخبار اقدام به پوشش تمام نکات می‌کنند. این امر برای اغلب خوانندگان به معنای مواجهه با متن‌های خبری طولانی است. مهمترین نکته در مورد ESPN انتشار اخبار در نهایت کوتاهی است بنابراین شما نیازی به نگرانی پیرامون مشاهده متن‌های طولانی به هنگام بازدید از سایت ESPN نخواهید داشت.

اگرچه محتوای بازاریابی طولانی دیگر مدنظر مخاطب هدف قرار ندارد، اما این امر به معنای فقدان اهمیت هرگونه محتوای بلندی نیست. گاهی اوقات ما باید محتوای تحلیلی در اختیار مخاطب هدف قرار دهیم. این امر اهمیت ویژه ای در مورد فعالیت برندهای حوزه رسانه دارد. ESPN با توجه به این نکته در مورد رویدادهای ورزشی مهم اقدام به انتشار مقالات تحلیلی می‌کند. این مقالات اغلب فرمت بلندی دارند بنابراین شاید در نگاه نخست چندان مورد پسند مخاطب هدف قرار نگیرند. نکته مهم در این میان استراتژی ESPN برای افزایش جذابیت مقالاتش است. بر این اساس آنها از ورزشکاران و کارشناس‌های حرفه‌ای برای نگارش مقالات تحلیلی استفاده می‌کنند. این امر جذابیت مقالات آنها را به طور قابل توجهی افزایش می‌دهد.

وقتی شما در عرصه رسانه فعالیت دارید، به خوبی اهمیت ویدئو و تصویر را درک خواهید کرد. ESPN با هدف جلب نظر مخاطب هدف تلاش بسیار زیادی برای استفاده از تصاویر اختصاصی دارد. درست به همین خاطر اغلب عکاس‌های این برند در رویدادهای مهم ورزشی حضور ثابتی پیدا می‌کنند. هرچه محتوای برندها در زمینه پوشش اخبار منحصر به فردتر باشد، تمایل مخاطب هدف برای مشاهده آنها بیشتر خواهد بود. این امر به خوبی در مورد نحوه فعالیت ESPN قابل مشاهده است.

ماشابل

موسسه مشابل در زمینه انتشار اخبار حوزه کسب و کار فعالیت دارد. تخصص آنها پوشش اخبار مربوط به صنعت کسب و کار و بازاریابی است. این امر به صورت اخبار بسیار کوتاه در شبکه‌های اجتماعی و درج لینک برای مطالعه متن کامل خبر در سایت ماشابل روی می‌دهد. امروزه بسیاری از رسانه‌ها در حوزه های عمومی فعالیت دارند. این امر فقدان رسانه‌های تخصصی برای بخش های مختلف را بیش از هر زمانی دیگری نمایان می‌سازد. مزیت اصلی ماشابل فعالیت در حوزه‌ای منحصر به فرد و کمتر مورد توجه کارآفریان است. همین امر توجه بسیار زیادی به محتوای بازاریابی این برند جلب می‌کند.

محتوای پژوهشی

محتوای پژوهشی شامل ارائه اطلاعات مهم به مخاطب هدف در قالبی جذاب است. این امر اغلب اطلاعات موردنیاز و فوری کاربران را شامل می‌شود.

چارت بیت

موسسه چارت بیت برای تولید محتوا دردسرهای زیادی را به جان می خرد. آنها با همکاری برخی از پژوهشگران حرفه‌ای اقدام به بررسی وضعیت رفتاری و نیازهای مردم در حوزه‌های مختلف می‌کنند. سپس نتیجه بررسی را در قالب مقالاتی کوتاه و کاربردی در دسترس عموم قرار می‌دهند. این امر اهمیت بسیار زیادی برای برندها دارد. وقتی شما اطلاعات موردنیاز مخاطب هدف را به زبانی ساده در اختیارش قرار می‌دهید، افزایش تمایل وی برای گفت‌وگو و مشاهده محتوای بازاریابی‌تان امری طبیعی خواهد بود.

موسسه آموزشی HubSpot

موسسه HubSpot در طول سال های اخیر دوره‌های آموزشی بسیار زیادی برگزار کرده است. محور تمام دوره‌های موردنظر بازاریابی، تبلیغات و برندسازی است. آنها برای توسعه کسب و کارشان اقدام به ارجاع به کمپین‌های بازاریابی موفق‌شان می‌کنند. این امر اهمیت بسیار زیادی برای موفقیت برندها در دنیای بازاریابی دارد. وقتی شما سابقه همکاری با برندهای بزرگ و همچنین تولید محتوای جذاب را داشته باشید، تلاش برای جلب نظر مخاطب هدف امر دشواری نخواهد بود. موسسه HubSpot بر همین اساس اقدام به همکاری با برندهای مختلف می‌کند. این امر نتیجه بسیار مثبتی پیرامون استقبال کاربران از دوره‌های آموزشی HubSpot دارد.

منبع: blog.hubspot.com

ایستگاه بازاریابی

۹ ابزار برای کنترل وضعیت سئو سایت

به قلم: ایرینا وبر کارشناس سئو
مترجم: امیر آل‌علی

سئو سایت یکی از بخش‌های بسیار مهم محسوب شده و موفقیت شما در زمینه تولید محتوا و فروش اینترنتی، تا حد زیادی به آن وابسته است. اگرچه ابزارهای مختلفی برای انجام روش‌های موجود در این رابطه وجود دارد، با این حال آیا تاکنون به این موضوع فکر کرده‌اید که چگونه باید وضعیت خود را پیگیری کرد؟ درواقع بدون انجام این اقدام، نمی‌توان اطمینان داشت که در مسیر ایده آل قرار دارید. همچنین در صورت بروز مشکل، قدرت حل سریع آن را نخواهید داشت. در این راستا به بررسی اقداماتی خواهیم پرداخت که شما را به این هدف نزدیک‌تر خواهد کرد.

SE Ranking-۱

در این سایت ضمن بررسی وضعیت سئو سایت خود می‌توانید به مجموعه‌ای از کلمات کلیدی، انواع تجزیه و تحلیل‌ها و مطالب آموزشی، دسترسی داشته باشید. درواقع در کنار پیدا کردن مشکلات موجود، این سایت به شما کمک خواهد کرد تا سریعا موارد را برطرف نمایید. در نهایت پشتیبانی از انواع موتورهای جست و جو، از دیگر مزیت‌های آن محسوب می‌شود.

Finteza-۲

اگر خواهان این امر هستید که داده‌ها به صورت آماری در معرض نمایش قرار گیرد، این سایت بهترین گزینه محسوب می‌شود. همچنین این سایت تلاش می‌کند تا نگاهی به وضعیت گذشته شما نیز داشته باشد و یک آمار در رابطه با میزان پیشرفت شما، ارائه دهد. در نهایت این سایت به خوبی قادر است تا کاربران فعال را از موارد بدون تاثیر، متمایز سازد. برای مثال ممکن است یک کاربر، صرفا برای یک بار، در سایت شما حضور پیدا کرده باشد. این امر در حالی است که آمار مهمتر، افرادی هستند که به نوعی مخاطب وفادار شما محسوب می‌شوند. از این بخش به عنوان ترافیک واقعی نام برده می‌شود.

SameWeb-۳

این سایت نه تنها امکان بررسی وضعیت ترافیک سایت شما را مهیا می‌کند، بلکه قادر است تا این اقدام را برای سایت‌های رقیب شما نیز انجام داده و شاهد انواع مقایسه‌ها باشید. در کنار این موضوع امکان رتبه‌بندی وضعیت سایت شما براساس معیارهای مختلف نیز وجود دارد. برای مثال ممکن است برای شما تعداد کاربران در رده سنی خاصی، از اهمیت بالاتری برخوردار باشد. این امر به سادگی در سایت فوق، امکان‌پذیر خواهد بود.

Google Data Studio-۴

هیچ فهرستی در زمینه سئو بدون نماینده‌ای از گوگل کامل نخواهد بود. این سایت هماهنگی خوبی با ابزارهای دیگر گوگل نظیر Google Analytics و Google Ads داشته و به خوبی کار تحلیل را انجام می‌دهد. درواقع این سایت درست به مانند یک سئوکار حرفه‌ای، به شما کمک خواهد کرد.

Majestic-۵

محیط کاربری ساده، مزیت اصلی این سایت محسوب می‌شود. درواقع شما برای استفاده از آن، نیاز به هیچ‌گونه ثبت نامی نداشته و تنها کافی است تا آدرس سایت خود را وارد نمایید. پس از آن با انواع آمارها مواجه خواهید شد. در کنار این موضوع، شما می‌توانید با جست و جوی مشکلات خود، ویدئوی آموزشی آن را مشاهده کنید.

BuzzStream-۶

اگر خواهان اطلاعات کاملی در رابطه با کاربران خود هستید، این ابزار، گزینه بسیار خوبی محسوب می‌شود. همچنین شیوه کاری آن باعث شده است تا اطلاعات بسیار دقیقی را با ذکر جزییات، در اختیار افراد قرار دهد.

Varvy SEO Tool-۷

شیوه کار این سایت بسیار جذاب است. درواقع پس از وارد کردن آدرس سایت، با سه کادر مواجه خواهید شد که در بخش اول، نکات مثبت، در بخش دوم نکات منفی و در بخش سوم توصیه‌ها قابل مشاهده است. این امر باعث می‌شود تا سریعا به اطلاعات موردنیاز خود دسترسی داشته باشید. در کنار این موضوع شما می‌توانید سیستم هشداردهنده آن را فعال کنید تا در صورت بروز یک مشکل، سریعا از آن آگاه شوید.

Ontolo-۸

مزیت این سایت، سیستم خودکار آن است که باعث خواهد شد تا نیاز به اقدام کاربر، به کمترین میزان برسد. برای مثال پس از اتمام تحلیل‌ها، شما می‌توانید گزینه برطرف کردن مشکلات به صورت خودکار را فعال کنید تا همه چیز بدون نیاز به اقدامی اضافه، انجام شود. در نهایت این سایت ابزار کافی را در اختیار شما قرار می‌دهد تا آمارها را برای دیگران ارسال کنید.

Qualaroo-۹

ویژگی جالب این سایت، توانایی آن برای افزایش ترافیک سایت است. در کنار این موضوع، توجه به وضعیت سئو سایت در هنگام استفاده از تلفن همراه نیز از دیگر موارد مهم محسوب می‌شود. در نهایت این برنامه قادر است تا با تحلیل وضعیت منطقه فعالیت شما و اقدامات انجام‌شده از سوی سایر برندها، استراتژی مناسبی را برای شما انتخاب نماید.

منبع: business۲community.com

رهبری

افزایش خلاقیت کارمندان با طراحی حرفه‌ای محیط شرکت

به قلم: سوفیا زوریا متخصص حوزه طراحی ساختمان
مترجم: امیر آل‌علی

یکی از بخش‌هایی که کمتر به آن توجه شده است، نحوه طراحی محیط شرکت است. این امر در حالی است که چنین اقدامی، تاثیر بسزایی را در عملکرد کارمندان دارد. این مسئله به حدی مهم است کـه می‌تواند زمینه تفکر خلاق در کارمندان را نیز افزایش دهد. در کنار این مسـئله، یک طراحی ضعیـف، دقیقا عکس این موضوع را به همراه خواهد داشـت. در این راسـتا به بررسی ۵ موردی که در طراحی محیط شرکت باید رعایت شود، خواهیم پرداخت.

۱-فضا

در این راسـتا نوع نیاز شـما و بودجـه‌ای که در اختیـار دارید، معیارهای اصلی خواهد بود. درواقع ابعاد شرکت باید کاملا متناسب با نیاز شـما باشـد. در غیر این صورت تمامی برنامه‌ریزی‌ها، نتیجه لازم را دربر نخواهد داشـت. پس از تعییـن میزان بزرگی، ضروری اسـت تا در زمینه طراحـی داخلی آن تصمیم‌گیـری نمایید. برای مثال ممکن اسـت برای افزایش تعامل میان کارمندان، از میزکاری مشترک استفاده شود. درواقع در این رابطه نیز همه چیز به خواست شما بستگی دارد. بدون شک کمک گرفتن از فردی حرفه‌ای در این رابطه، کاملا کارسـاز خواهد بود. با ایـن حال همه چیز را به طراح واگذار نکرده و خود شخصا نمونه‌های موفق جهان را مشاهده کنید.

۲-از رنگ‌ها به شکلی هوشمندانه استفاده کنید

رنگ‌ها تاثیر مسـتقیمی را بر خلق و خـوی افراد دارد. به همین خاطر بسیار مهم است که قبل از انتخاب آنها، نسبت به روانشناسی و نوع مفهوم هر یک، اطلاعات داشـته باشـید. به صورت کلی رنگ سـفید بیانگر پاکیزگی بوده و به همین خاطر انتخاب اول برندهای تولیدکننـده مواد شـوینده، قـرار دارد. رنگ قرمـز باعث تحریک احساسات شده و به همین دلیل است که برندی نظیر فراری، از این رنگ استفاده می‌کند. رنگ زرد به امیدواری و شادی در ارتباط بوده و بهترین انتخاب برای رنگ‌آمیزی اتاق فکر و سالن کنفرانس است. آبی نیز مفهوم آرامش را منتقل می‌کند و به همین خاطر بهتر است که در محیط‌های کاری و دفتر کار کارمندها، از این رنگ اسـتفاده شـود. در نهایت نیز رنگ سـبز هر فردی را به یاد طبیعت انداخته و خلاقیت را افزایش می‌دهد. به صورت کلی اسـتفاده از رنگ آبی، نارنجی و سبز، برای محیط‌های اداری، بسیار ضروری خواهد بود.

۳-از نور طبیعی غافل نشوید

نکته دیگری که باید به آن توجه داشته باشید این است که دفتر کاری شـما باید به نحوی باشـد که امکان بیشترین استفاده از نور طبیعی، فراهم شود. در این رابطه جدیدترین تحقیقات حاکی از آن است که نور طبیعی در زمینه حفظ سلامتی بسیار مهم بوده و باعث کاهش ۸۴درصد از سردردها و چشم‌دردهای کارمندان می‌شود. در کنـار این موضـوع دریافت ویتامین D باعـث کاهش احتمال بروز افسـردگی می‌شـود. درواقع کشـورهایی که نور خورشید کمتری را دریافـت می‌کنند، نرخ افسـردگی بالاتری را نیـز دارند. در این راستا فراموش نکنید که محیط کاری شما باید از پنجره‌های بزرگ برخوردار باشـد. خوشـبختانه امروزه تکنولوژی به حدی پیشرفت کرده است که دیگر نگران سر و صدا نباشید.

۴-به تحرک کارمندان توجه داشته باشید

دفتر شرکت باید به نحوی باشد که کارمندان تحرک کافی داشته باشـند. درواقع یکـی از معضل‌های جدی حال حاضـر کارمندان، کم‌تحرکـی آنها در محیط‌های اداری اسـت که سـلامت آنها را با تهدیدی جدی مواجه می‌سـازد. در این رابطـه تلاش کنید که در طراحی دفتر خود، به نحوی کار کنید که افراد محکوم به برداشتن چند قدم در طول روز باشـند. در ایـن رابطه انواع ابزارها نیز وجود دارد که شـما را به این خواسـته نزدیک‌تر خواهد کرد. برای مثال میزهـای تردمیلی، یکی از آنها اسـت. با این حال شـما می‌توانید بخشی از زمان شرکت را به انجام ورزش اختصاص دهید. برای مثال امروزه بسیاری از شرکت‌ها، پشت بام دفتر شرکت را به محلی برای تمارین ورزشـی تبدیل کرده‌اند. این امر باعث خواهد شد تا امکان ورزش وجود داشته باشد.

۵-از معجزه گیاهان غافل نشوید

در آخر نکته‌ای که باید به آن توجه داشته باشید این است که در دفتر کار شما باید انواع گیاهان وجود داشته باشد. این امر نه‌تنها به بهبود وضعیت اکسیژن محل کار منجر می‌شود، بلکه زمینه آرامش بیشـتر کارمندان را نیز به همراه خواهد داشـت. در این رابطه بهتر اسـت که مطابق سـلیقه کارمندان خود عمل نموده و حداقل چند گیاه مورد علاقه آنها را نیز مورد اسـتفاده قرار دهید. در این رابطه تنها کافی اسـت تا بـه تجربه برندهایی که در ایـن زمینه فعالیت کرده‌اند نگاهی بیندازید تا متوجه تاثیرات فوق‌العاده آن شوید.

در نهایـت فراموش نکنید که اقدامات به مراتب بیشـتری در این زمینه وجود داشته و شما نباید خود را صرفا محدود به این ۵ اصل، بدانیـد. درواقع این موارد صرفا موارد اساسـی و کلی بوده و بدون شـک فضا برای فعالیت بیشـتر، مهیا خواهد بـود. در این رابطه به صـورت مداوم نیز متدهای جدیدی معرفی می‌شـود که باید مورد توجه شما قرار گیرد.

منبع: tweakyourbiz.com

ذهنیت سرمایه‌گذار: چگونه شبیه به سرمایه‌گذاران فکر کنیم

مترجم: مارال مختارزاده

همواره چند سـوال اساسی برای کارآفرینان وجود دارد که اغلب هم بی‌جواب باقی می‌ماند و آنها عبارتند از: (۱) پول کجاسـت؟ (۲) چگونه می‌توانم به افراد و مؤسساتی که آن را دارند دسترسی پیدا کنم؟ و (۳) چه اقدامی لازم اسـت برای متقاعد کردن افراد جهت سـرمایه‌گذاری در اسـتارت‌آپم انجام دهم؟ متأسفانه، کارآفرینان غالباً وقت، تخصص و دانش لازم را برای جذب سـرمایه ندارند و همین عامل موجب از دست رفتن کسب‌وکارشـان می‌شـود. به ازای هر شـرکتی که به طور موفق تامین مالی می‌شـود، هزاران شـرکت دیگر -حتی با پتانسیل موفقیت بیشـتر- سـرمایه‌ای جذب نمی‌کنند. براسـاس آمار فاندایبل که یک پلتفرم جذب سرمایه برای کسب‌وکارها است، در سال ۲۰۱۴ کمتر از ۱ درصد از استارت‌آپ‌ها از طریق سرمایه‌گذاران فرشته خو و ۰٫۰۵ درصد توسـط سـرمایه‌گذاران خطرپذیر کمک مالی دریافت کرده‌اند. بانک‌ها هم از این امر مسـتثنی نبوده‌اند و فقط ۱٫۴۳ درصد از شرکت‌های نوپا از طریق وام بودجه دریافت کرده‌اند. مشـکل اکثر کسب‌وکارهای نوپا در ایده یا توان اجرایی آنها نیسـت، مسـئله این اسـت که کارآفرینان نمی‌داننـد سـرمایه‌گذار را چگونه پیـدا کنند یا کسب‌وکارشـان را به گونـه‌ای ارائـه دهند که سـرمایه‌گذار دلش بیاید پول و سـرمایه خود را در این کسـب‌وکار صرف کند. نکته اساسـی این است: باید ذهنیت سرمایه‌گذاران را بیاموزید و با کفش‌های آنان راه بروید!

یکی از اصول اصلی تجارت این اسـت که مانند مشتریان فکر کنید و آنچه را که آنها می‌خواهند برای‌شـان فراهم کنید نه آن چیزی که فکر می‌کنید آنها می‌خواهند! همین اصل در مورد سرمایه‌گذاران نیز صادق اسـت. همانطور که برای شـناخت رفتار و ترجیحات مشتری دست به تحقیقات بازار می‌زنید، باید بدانید سـرمایه‌گذاران چه می‌خواهند، چه می‌پسندند و سـپس گزاره تجاری خود را برای پاسخگویی به نیازهای آنها شـکل دهیـد. فوت کوزه‌گری این اسـت که اگـر می‌خواهید نظر سـرمایه‌گذاران را جلب کرده و کسـب‌وکارتان را با احتمال بیشـتری تامین مالی کنید، به اطلاعات، دسترسـی‌پذیری و تخصص نیاز دارید! در ادامه این موارد را با جزییات بیشتری بررسی خواهیم کرد:

اطلاعات: بدانید کدام روش تامین مالی مناسب شماست!

بسـیاری از کارآفرینان تـازه‌کار معتقدند که تنهـا گزینه‌های تأمین اعتبار آنها (۱) پس انداز یا اعتبارات شـخصی، ۲) دوستان و خانواده یا (۳) وام‌های بانکی اسـت. اما پس‌انداز و اعتبار شـخصی احتمالا قبل از شـروع رسمی کسب‌وکار تمام می‌شـود، دوستان و خانواده هم به مدت طولانی نمی‌توانند بار کسـب‌وکارتان را به دوش کشـند. منبع منطقی بعدی وام از بانک‌های محلی اسـت. البتـه اوضاع این روش هم چندان خوب نیست. بسیاری از بانک‌ها ورشکسته شده‌اند و حتی اگر وام دهند به وثیقه‌های سنگینی نیاز دارند که استارت‌آپ‌هایی با منابع محدود از عهده آن برنمیایند.

مسـئله اساسـی اینجاسـت که کارآفرینان باید اطلاعـات زیادی در مورد منابع گسـترده تامیـن مالی همچون سـرمایه‌گذاری خطرپذیر، سـرمایه‌گذاری بذری، سرمایه‌گذاران فرشـته خو، سندیکاهای فرشته، منابـع مالی خانواده، سـرمایه‌گذاری جمعی، وام و ... داشـته باشـند. بسیاری از شهرداری‌ها، ایالت‌ها و حتی شرکت‌های بزرگ نیز کمک‌های بلاعـوض به اسـتارت‌آپ‌ها ارائه می‌دهنـد (غالباً همراه بـا برنامه‌های آموزشـی). سـرانجام، شـتاب‌دهنده‌ها و مراکز رشد بسـتر آموزشی و همچنین پشتیبانی مالی را برای کمک به کارآفرینان ایجاد می‌کنند تا بتوانند ایده‌های خود را به نوآوری‌های مناسب و کاربردی تبدیل کنند.

انـواع مختلفـی از سـرمایه‌گذاران در مراحـل مختلـف چرخه عمر استارت‌آپ‌ها فعالیت می‌کنند و هر کدام هم الزامات و دستورالعمل‌های مشـخصی برای سـرمایه‌گذاری در یک اسـتارت‌آپ در نظر می‌گیرند. کارآفرینان باید ضمن اینکه قادر باشند تا کسب‌وکارشان را طبق اصول جهانی طراحی و ارائه کنند، باید بتوانند تفاوت بین انواع سرمایه‌گذاران را نیز درک کنند. کافی است بدانید کدام روش برای شما مناسب است و به سـراغ همان افراد برای سـرمایه‌گذاری بروید. احتمالا دست خالی برنخواهید گشت.

ارتباطات: قدرت شبکه‌سازی را دست کم نگیرید!

خبر خوب این اسـت که افراد دارای پول و سرمایه همیشه به دنبال شرکت‌هایی با پتانسیل بازدهی و سودآوری عالی هستند. سرمایه‌گذاران فرشته خو و سرمایه‌گذاران خطرپذیر هر کدام با معیارهای متفاوتی یک کسب‌وکار را می‌سـنجند اما نکته مشترک بین همه سرمایه‌گذاران در این اسـت: اگر شما را بشناسند یا از طریق فرد معتمدی به آنها معرفی شوید شانس‌تان چند برابر خواهد شد!

همانطـور که گفته شـد برای دسترسـی بـه این سـرمایه‌گذاران و شـرکت‌های سـرمایه‌گذاری، یا باید خودتان این افراد را بشناسـید یا شخصی را پیدا کنید که آنها را بشناسد و شما را به آنها معرفی کنند. به گفته «اسـکات شین»، استاد برجسته کسب‌وکار، بیشتر سرمایه‌گذاران در اوایل چرخه عمر استارت‌آپ‌ها بیش از اینکه پتانسیل کسب‌وکارتان را در نظر بگیرند، توصیه فرد معتمد خود را جدی می‌گیرند.

وقتی نوبت به اشتراک پول و سرمایه می‌رسد، ارتباطات و شبکه‌سازی باارزش‌ترین مهارت شـما خواهد بود. بهتر اسـت ارتباطات مستحکمی در اکوسیسـتم کارآفرینـی ایجـاد کنیـد و از آن برای دسترسـی به سـرمایه‌گذاران استفاده کنید. درست اسـت که امروزه پیدا کردن نام و اطلاعات تماس افراد سـاده‌تر شـده اسـت اما همچنان دسترسی به افرادی که شـبکه ارتباطی و حرفه‌ای خوبـی دارند، یک مزیت رقابتی برای کارآفرینان به شـمار می‌رود. همین الان به مخاطبان گوشی تلفن همراه خود سـر بزنید، اگر کسـی را نیافتید که به شـما در این مسیر کمک کند، باید در سبک کاری خود تجدیدنظر کنید.

تخصص:

یک مطالعه بانکی در سـال ۲۰۰۹ ، به بررسـی چالش‌های بسیاری از کسـب‌وکارها با حوزه‌های مرتبط با مسائل مالی و نقدینگی پرداخت و در ایـن میـان دو دلیل مهم شکسـت اسـتارت‌آپ‌ها را مطرح کرد: ۷۳ درصد از کارآفرینان اظهار داشـتند که نسـبت بـه میزان فروش، پـول موردنیاز و آنچه بـرای موفقیت لازم دارند، بیش از حد خوش‌بین بوده‌اند و ۷۰ درصد از آنها اذعان داشـته‌اند که نتوانسـته‌اند به درستی روندهای مالی را تشخیص دهند و از کسانی که در این زمینه متخصص هسـتند یاری نگرفته‌اند. به عبارت دیگر، تقریباً سه چهارم کارآفرینانی که استارت‌آپ‌شان شکسـت خورده است معتقدند که این امر به دلیل فقدان تخصص لازم و کافی اتفاق افتاده است.

بسیاری از کارآفرینان ایده خوبی برای یک محصول یا خدمت دارند، امـا در این حوزه تخصـص بی‌نظیری ندارند. با این حـال، هنگامی‌که کارآفرینان به دنبال جذب سرمایه هستند، مجبور می‌شوند در مورد هر جنبه از شرکت خود استراتژیک فکر کنند. آنها باید مفهوم استارت‌آپ، مشتری، فروش، بازاریابی، فرآیندهای مالی، فرآیندهای سازمانی و اجرا را به خوبی بررسی کنند تا از اصول آن اطمینان حاصل شود.

آنها همچنین باید مطمئن باشـند کسب‌وکارشـان پتانسیل فروش را دارنـد تـا بتوانند جـواب مثبت سـرمایه‌گذار را از آن خـود کنند. متاسـفانه پدیده‌ای که مرسوم است این است که کارآفرینان در جلسه بـا سـرمایه‌گذار بیش از اینکه کارآفرین باشـند بازرگان هسـتند. آنها اطلاعـات خوبی در مورد بازار، مشـتریان و سیسـتم‌های تجاری خود دارنـد اما با کمـال تعجب هیچ برنامه‌ای برای سـودآوری بلندمدت در دست ندارند و این یعنی به‌اندازه کافی متخصص نیستند.

نکته‌ای که باید بدان توجه کنیم این است که کارآفرینان زمان، دانش و منابع محدود دارند بنابراین، آنچه برایشـان حیاتی است این است که باید بدانند چه چیزی از همه مهم‌تر اسـت و چگونه کار را بهتر از رقبا انجام دهند. مشـاوران و متخصصان صنعت می‌توانند تخصص و دیدگاه گسـترده‌تری در زمینه کسب‌وکار ارائه دهند تا کارآفرینان بتوانند روی هر آنچه که واقعاً منحصر به فرد است، تمرکز کنند.

کارآفرینانـی کـه به‌انـدازه کافـی باهوش هسـتند و از مشـاوره و نصایح متخصصان صنعت و سـرمایه‌گذاران بهره‌مند می‌شـوند، میزان موفقیـت بسـیار بالاتری دارند. به عنوان مثال، میـزان بقای کلی برای اکثر شـرکت‌های نوپـا فناورانه تقریبا ۲۰ درصد اسـت. بـا این حال، میزان بقا برای اسـتارت‌آپ‌هایی کـه برنامه‌های مربیگری ارائه شـده توسط شـتاب‌دهنده‌ها و مراکز رشـد را تکمیل می‌کنند به میزان ۸۰ درصـد اسـت. هنگامی‌که کارآفرینـان از یک سـرمایه‌گذاری خارج از کسب‌وکارشـان تامین مالی می‌شـوند، مشـاوره، تجربه و دیدگاه‌هایی دریافت می‌کنند که بسیار با ارزش‌تر از هر یک ریال پول نقد است.

با این حال، حتی با وجود اطلاعات، دسترسی و تخصص کافی، جذب سـرمایه به‌این آسانی‌ها نیست. تحقیقات «شیخار غوش»، مدرس ارشد دانشـکده بازرگانی دانشـگاه هاروارد نشـان داد که ۳۰ تا ۴۰ درصد از سـرمایه‌گذاری‌های تأمین شده توسط سـرمایه‌گذاران با انحلال کلیه دارایی‌های آنها به پایان رسـید و ۲۵ تا ۳۰ درصد دیگر نیز کاملاً ناکام هسـتند. به گفته غوش، «اگر شکست یک اسـتارت‌آپ به عنوان عدم تحقق بازده پیش‌بینی شـده تعریف شـود، ۹۵ درصد از سرمایه‌گذاری شرکت‌های خطرپذیر شکست خورده‌اند!»

بـا آماری ماننـد این، جای تعجب نیسـت کـه تعداد معـدودی از کسـب‌وکارها بتوانند تأمین مالی شـوند. یک شـرکت سـرمایه‌گذاری خطرپذیر به طور معمول پیشنهادهای تقریباً ۱۲ هزار شرکت را بررسی می‌کند، جلسـات چهره به چهره با نمایندگان ۵۰۰نفر از این شرکت‌ها برگـزار می‌کند، بـا ۵۰ نفر از این ۵۰۰ نفـر دقیق‌تر صحبت می‌کند و سـرانجام فقط در ۱۰مورد از این ۵۰ شرکت سرمایه‌گذاری می‌کند و از بین این ۱۰ مورد، تنها یک نفر می‌تواند بازده سرمایه‌گذاری را براساس پیش‌بینی‌هـا محقق کند. واقعیت تلخ این اسـت که سـرمایه‌گذاران یک میلیون دلیل برای رد کردن شـما دارند. سرمایه کافی نیست. بازار کافی نیست. محصول‌تان به‌اندازه کافی خوب نیست. برنامه کاری کامل نیست، پیش‌بینی‌ها خیلی خوش‌بینانه هستند، سرمایه‌گذاری در حوزه تخصصی آنها نیست، تیم استارت‌آپی یا جدول زمانی اشتباه است، آنها فکر می‌کنند محصول یا خدمات شـما به توسـعه بیشـتری نیاز دارد، شرایط معامله به‌اندازه کافی مطلوب نیست و هزاران دلیل دیگر....

بـه همیـن دلیل برای کارآفرینان بسـیار مهم اسـت کـه هر کاری کـه می‌توانند انجـام دهند تا به بهتریـن وجه ممکـن بتوانند خود و کسب‌وکارشـان را به دیگران معرفی کنند. در این مسـیر بهتر اسـت اطلاعات زیادی در مورد خود و شـرایط‌تان داشـته باشید به طوری که بتوانید سـرمایه‌گذار را تحت تاثیر قرار دهید، از هر گونه شـبکه‌ای که بتواند دسترسـی شما را به سرمایه‌گذاران افزایش داده و اعتماد آنان را جلب کند استقبال کنید و به تخصص‌عمیق‌تر بیندیشید.

منبع: Cracking the funding Code/modirinfo

اخبار

مسئولیت سنگین مدیران قم در قبال فرهنگ شهروندی در جهت کاهش تصادفات رانندگی

قم – خبرنگار فرصت امروز: سیدموسی حسینی کاشانی مدیرکل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان قم گفت: وضعیت ترافیک و تصادفات شهر قم و رعایت حقوق شهروندی و اعلام راه‌کارهای فرهنگی یکی از مصوبات این جلسه است. به گزارش روابط عمومی اداره کل فرهنگ و ارشـــاد اسلامی استان قم، سیدموسی حسینی کاشانی با اشاره به مسئولیت سنگین مدیران استان قم در قبال فرهنگ شهروندی، بیان کرد: آمار تصادفات فوتی و جرحی و بی توجهی برخی از شـــهروندان به رعایت قوانین، نشـــان‌دهنده این مسئولیت سنگین است. حسینی کاشانی اظهار کرد: در زمینه نقش رسانه و دستگاه‌های فرهنگی و اجرایی در عرصه فرهنگ سازی و برنامه ریزی در کاهش تصادفات، مصوبات ارائه شده در هیات اندیشه ورز باید به طور جدی پیگیری شود. مدیرکل فرهنگ و ارشاد اسلامی خاطرنشان کرد: طرح «الگوی ساخت مجتمع های زیستی ـ معیشتی سبک زندگی اسلامی» که توسط جهاد دانشگاهی قم ارائه و تنظیم شده است می تواند به عنوان یکی از مصوبات در جلسه ای دیگر مورد ارزیابی قرار بگیرد و در قم به عنوان پایلوت عملیاتی شود. وی تاکید کرد: به علت ممنوعیت برگزاری اعیاد قربان و غدیر به دلیل وضعیت هشدار در قم باید از ظرفیت فضای مجازی و فرهنگی به بهترین شکل استفاده کرد برای مثال خطبه‌خوانی از طریق بلندگوهای مساجد در روز عید غدیر می تواند یکی از پیشنهادات فرهنگی در این زمینه باشد. حسینی کاشانی بیان کرد: برگزاری مسابقات «کتاب خوانی» و «آشنایی با مفاهیم غدیر» و پخش مستقیم از طریق شبکه استانی و پوشش برنامه‌های آستان مقدسه حضرت معصومه(سلام‌الله علیها) و مسجد مقدس جمکران در این ایام از جمله مصوبات در بحث برنامه های قرانی در شورای توسعه قرآنی مطرح و تصمیم گیری خواهد شد. وی در پایان تاکید کرد: دستگاه‌های اجرایی می‌توانند بخشی از بودجه را به برنامه‌های قرآنی اختصاص دهند و در این زمینه جدی‌تر وارد میدان عمل شوند.

مدیرامور بهره برداری ناحیه مارون

ترانس ۲۰۰ مگاولت آمپری پست باغملک وارد شهرستان شد

اهواز – شبنم قجاوند: مدیر امور بهره برداری ناحیه مارون شرکت برق منطقه ای خوزستان گفت: ترانس ۲۰۰ مگاولت آمپری پست ۴۰۰ کیلو ولت باغملک وارد شهرستان شده و ظرف یک ماه آینده وارد مدار می شود. رضا محمدیان بیان کرد: این دومین ترانس ۴۰۰ کیلو ولت پست باغملک است که وارد شهرستان شده و به زودی مراحل نصب و راه اندازی در پست شروع و در شهریور وارد مدار می شود. وی با بیان اینکه این ترانس ۲۳۰ تنی به ســـفارش شرکت برق منطقه ای خوزستان در شرکت آریا ترانس سمنان ساخته شده، تصریح کرد: ترانس ۲۰۰ مگاولت آمپری پست باغملک به دلیل وزن بالا، مسیری طولانی راطی تا وارد پست ۴۰۰ کیلو ولت باغملک شود. مدیر امور بهره برداری ناحیه مارون شرکت برق منطقه ای خوزستان افزود: با نصب این ترانس پایداری شبکه برق منطقه افزایش پیدا می کند و با ظرفیت سازی انجام شده قدرت مانور در شبکه بالا رفته و خاموشی ها به حداقل می رسد. محمدیان اضافه کرد: برای ساخت و تکمیل پست ۴۰۰ کیلو ولت باغملک بیش از ۲۵۰ میلیارد تومان سرمایه گذاری شده و هدف از ایجاد آن توسعه زیرساخت های شبکه برق در ناحیه مارون به ویژه شهرستان باغملک بوده است. مدیر امور بهره برداری ناحیه مارون شرکت برق منطقه ای خوزستان تاکید کرد: درحال حاضردر شهرستان باغملک سه پست ۱۳۲/۴۰۰ و ۳۳/۱۳۲ کیلوولت وجود داشته که برق شهرستان را تأمین می نمایند و این شرکت درحال احداث پست دائم میداوود بوده و خطوط ۱۳۲ کیلوولت ورودی آن تکمیل وآماده برقداری می باشند. محمدیان در پایان با توجه به دمای بالای هوا وگرمای طاقت فرسا در این ایام از عموم مردم خواست تا با مصرف بهینه برق، از خاموشی های ناخواسته در شبکه جلوگیری کنند.

مصرف بیش از ۹۰۵ میلیون مترمکعب گاز طبیعی در چهار ماهه ابتدایی سالجاری استان اردبیل

اردبیل – خبرنگار فرصت امروز: مدیرعامل شرکت گاز استان اردبیل از مصرف بیش از ۹۰۵ میلیون متر مکعب گاز طبیعی طی ۴ ماه ابتدایی سالجاری در استان خبر داد و گفت: با توجه به کوهستانی بودن و برودت هوا در استان اردبیل و با توجه به ســـردی هوا در این استان ، مصرف گاز مشترکین خانگی در این مدّت نسبت به مدت مشابه سال قبل ۶/۵ درصد افزایش یافته است. به گزارش روابط عمومی شرکت گاز استان اردبیل، سردار اسماعیلی مدیر عامل این شرکت با بیان اینکه در ۴ ماهه سالجاری در بخش های خانگی، تجاری و صنعتی استان ۵۰۶ میلیون مترمکعب گاز مصرف شده، افزود: از کل گاز مصرف شده در این مدّت، ۵۰۶ میلیون متر مکعب مربوط به مصرف خانگی و صنعتی و ۳۹۹ میلیون متر مکعب گاز نیز از سوی نیروگاه سیکل ترکیبی اردبیل مصرف شده است. وی در ادامه اظهار داشت: این میزان مصرف گاز طبیعی در استان ۸/۸ درصد نسبت به مدّت مشابه سال قبل رشد داشته که بخش خانگی و صنعتی با ۳۱ میلیون متر مکعب رشد و بخش نیروگاه سیکل ترکیبی اردبیل با ۴۹ میلیون متر مکعب کاهش مصرف گاز نسبت به مدّت مشابه سال گذشته مواجه بوده است. در پایان مدیرعامل شرکت گاز استان اردبیل تصریح کرد: شهروندان گرامی می توانند در مواقع بروز حوادث مربوط به گاز طبیعی و مشکلات فنی با واحد امداد شرکت گاز استان اردبیل در هر ساعت از شبانه روز با شماره گیری ۱۹۴ تماس حاصل فرمایند.

رئیس کمیته امداد امام شهرستان شهریار :

مردمی سازی فعالیت های کمیته امداد در سطح کشوری، مهمترین هدف مجموعه است

شهریار – خبرنگار فرصت امروز: رئیس کمیته امداد امام شهرستان شهریار در گفتگویی اظهار داشت : در همین راستا در چند سال اخیر تلاش هایی صورت گرفته تا مراکز نیکوکاری راه اندازی شوند. این مراکز حلقه وصل بین خیرین و نیازمندان هستندو در آنها خدمات تخصصی و عمومی به نیازمندان شناسایی شده ارائه میگرددوی ادامه داد: مراکز نیکوکاری که تحت مدیریت کمیته امداد فعالیت میکنند با دریافت نرم افزاری از مجموعه ما، به امور مربوطه می پردازند و با رصد عمومی و ثبت در سیستم خود، افراد را بصورت کشوری می توان پیگیری نمود. با این کار، امکان هم افزایی بالا میرود و بهترین روش برای رفع نیازهای مددجویان می باشد. محمد رضا شاهجانی افزود: در سطح شهرستان ۱۷ مرکز نیکوکاری فعال داریم و تلاش می کنیم تا این عدد تا پایان سال به ۸۰ مرکز برسد. این مراکز در ۶محور تهیه مسکن، درمان، تهیه جهیزیه، امور فرهنگی و دیگر موارد نسبت به ارائه خدمات اقدام میکنند. رئیس کمیته امداد امام شهریار همچنین خاطر نشان ساخت: بدنبال راه اندازی یک مرکز نیکوکاری تخصصی در زمینه زکات هستیم تا این امر مهم معنوی به بهترین شکل صورت پذیرد. همچنین بدنبال راه اندازی مرکز نیکوکاری ایتام، کارآفرینی و درمانی هستیم که امیدواریم خیرین دررسیدن به اهداف ، ما را همراهی نمایند. شاهجانی با بیان اینکه حوزه فعالیت های کمیته امداد بسیار گسترده است، گفت: در حال حاضر تعداد ۴۶۵۷ خانوار با ۸۰۲۶ نفر تحت پوشش اداره ما هستند که بصورت مستمر به صورت های مختلف نسبت به این عزیزان خدمات رسانی مالی، شغلی، مشاوره ای و اجتماعی صورت می گیرد.

برترین های مخابرات منطقه گلستان معرفی شدند

گرگان – خبرنگار فرصت امروز: بر اساس ارزیابی های انجام شده در شرکت مخابرات ایران برترین بخشهای مخابرات منطقه گلستان معرفی شدند .در گفتگو با مهندس غلامعلی شهمرادی مدیر مخابرات منطقه گلستان طبق ارزیابی های انجام شده درسه ماهه اول سال ۹۹ هشت بخش کلیدی و مهم مخابرات منطقه گلستان حائز رتبه های برتر در بین مناطق مخابراتی کشور شدند. وی با اشاره به تلاش کارکنان درجهت تحقق اهداف در نظر گرفته شده و حمایت از برنامه ریزی های انجام شده گفت : همسویی و همدلی کارکنان نتیجه بخش بوده و توانستیم در بخشهای معاونت شبکه ، مدیریت منابع انسانی ، اداره روابط عمومی ، اداره بازرسی ، اداره حقوقی ، دفتر مدیر منطقه ، اداره تدارکات و خدمات و اداره بازاریابی و امور مشتریان براساس فعالیتهای انجام شده به تعهدات در نظر گرفته شده عمل نماییم و امتیاز برتر در شاخصهای تعریف شده کسب نماییم .مدیر مخابرات منطقه گلستان از عزم راسخ مخابرات منطقه گلستان در ارائه خدمات مورد نیاز به مشتریان خبر داد و گفت : از تمامی ظرفیت و امکانات برای تحقق این هدف استفاده خواهیم کرد زیرا معتقدیم رضایت مردم مهمترین نتیجه ایست که انتظار داریم نصیبمان شود.

بازدید استاندار گیلان از چهار بانده کردن محور رشت – جیرده

رشت–علی پور: ارسلان زارع استاندار گیلان در راس هیاتی با همراهی معاون هماهنگی امورعمرانی استانداری، مدیرکل راه وشهرسازی گیلان وبرخی از مدیران استانی، از اجرای چهار بانده کردن محور رشت – جیرده بازدید کردند و از نزدیک در جریان روند اجرای این طرح عمرانی قرار گرفتند.استاندار گیلان با اشاره به اهمیت اجرای این طرح گفت: بهسازی و چهارخطه کردن محور رشت–جیرده به طول حدود ۹ کیلومتر باتوجه به حجم ترافیک این مسیر، از ضروریات است که در حال حاضر حدود۳۰ درصد پیشـــرفت فیزیکی داردوی افزود: به سبب تاخیر در انجام تعهدات مالی درسال گذشته، پروژه اندکی از زمان اجرا عقب است که امیدواریم با تسریع در اجرای آن طی ماه های آتی در اوایل سال آینده شاهد بهره‌برداری آن باشیم.گفتنی است چهار بانده کردن محور رشت - جیرده از اردیبهشت سال۹۸ آغاز شده وبرای اتمام آن اعتباری بالغ بر ۱۸۰ میلیارد ریال نیاز می باشد.

بهره‌برداری از نمایشگاه جدید اصفهان چه تاثیری بر توسعه کسب و کار خواهد داشت؟

چشمک نمایشگاه اصفهان به خاور میانه

امروزه اهمیت برپایی نمایشـــگاه‌ها در توسعه اقتصاد جهانی روز به روز در حال افزایش است. مطابق بررسی‌های انجام شده، برپایی نمایشـــگاه‌ها علاوه بر کسب درآمد، می‌تواند در سطوح منطقه‌ای و بین‌المللی ســـبب پویایی اقتصاد بومی، رونق صنعت گردشگری و از همه مهمتر حفظ و ارتقای اشـــتغال ملی شـــود؛ بنابراین توسعه زیرساخت‌های نمایشگاهی در هر کشور و شهری از جمله اصفهان یکی از الزامات توسعه محسوب می‌شود.

به گزارش روابط عمومی شرکت نمایشگاه‌های بین‌المللی استان اصفهان، به اعتقاد عباس مقتدایی، نماینده مردم اصفهان در مجلس، با توجه به ویژگی‌های منحصر به فرد و جایگاه اصفهان در ســـطوح مختلف کشور، باید بالاترین استانداردهای نمایشگاهی در این استان طراحی و پیاده‌سازی شود، چراکه برگزاری نمایشگاه‌ها می‌تواند منجر به رونق تولید و افزایش ارتباطات بازرگانی شـــود. او با اشاره به اینکه اصفهان با داشتن بیش از هشت هزار واحد صنعتی، تولیدی، وجود دانشـــگاه‌های مادر و بزرگ در رشـــته‌های مختلف و بالاترین حجم تولیدات صنایع‌دستی و کشاورزی، قطب صنعت کشور است، تاکید می‌کند: اصفهان با داشتن این ویژگی‌ها می‌تواند میزبان مجموعه‌های مختلف در قالب نمایشگاه‌ها باشد و به طور قطع پروژه نمایشگاه بزرگ اصفهان که طی چند سال گذشته طراحی و در حال اجراست، نشان از توجه خاص مســـئولان امر به این امر است و امیدواریم اصفهان میزبان نمایشگاه‌های بین‌المللی و عرصه‌های مختلف برای تبادلات تجاری و علمی فنی مهندســـی و... باشـــد. به گفته مقتدایی، پروژه نمایشـــگاه بزرگ در حال احداث اصفهـــان یکی از طرح‌های مهم و اثرگذار کشـــور خواهد بود و امیدواریم در کوتاه‌ترین زمان ممکن در سطوح مختلف ملی، اســـتانی و محلی از آثار آن بهره‌مند شویم. او تصریح می‌کند: با توجه به ظرفیت بالای اصفهان و همچنین پایتخت فرهنگ و تمدن ایران، با بهره برداری از این طرح، اصفهان می‌تواند مرکزیت نمایشگاه‌های بین‌المللی کشور را بر عهده بگیرد؛ از سوی دیگـــر به دلیل مطرح بودن اصفهان در ســـطح جهانی و با توجه به

خواهر خوانده‌های متعدد این شهر، نمایشگاه بزرگ اصفهان نه تنها در غرب آسیا و خاورمیانه بلکه در جهان می‌تواند به عنوان یک برند ملی جهت تقویت ظرفیت نمایشگاهی کشور گام بردارد. یک عضو شورای اسلامی شهر اصفهان نیز درباره تاثیر پروژه نمایشگاه بزرگ اصفهان بر رونق اقتصادی این شهر، می‌گوید: به طور قطع اصفهان به نمایشگاهی با این وسعت نیاز داشت، چراکه محل نمایشگاه فعلی موقت است و در حقیقت حق مطلب را برای فعالان اقتصادی این شهر ادا نمی‌کند. به گفته عباسعلی جوادی، پروژه نمایشگاه بزرگ اصفهان می‌تواند یکی از بزرگترین نمایشگاه‌های کشور و دنیا شود و در شرایط عادی تاثیر زیادی بر رونق اقتصادی شهر خواهد گذاشت، اگرچه کرونا و تحریم‌ها از میزان اثرگذاری آن کم خواهد کرد. او توضیح می‌دهد: اگرچه کرونا موجب شده بســـیاری از تجمعات و مسافرت‌ها با محدودیت انجام شـــود، اما امیدواریم تا زمان افتتاح پروژه نمایشگاه بزرگ اصفهان، با تولید واکسن و یا مهار کرونا شاهد حضور پررنگ مشارکت‌کنندگان از دیگر شهرها و کشورها باشیم. او با اعتقاد بر اینکه تحریم‌ها موجب می‌شود کمتر بتوانیم از پتانسیل نمایشگاه‌ها استفاده بهینه کنیم، اما با بهبود شرایط سیاسی کشور، به طور قطع در آینده نمایشگاه بزرگ اصفهان موجب رونق اقتصاد کشور و شهر خواهد شد. جوادی با بیان اینکه متاسفانه صنعت اصفهان به دلیل مشکلات موجود شرایط خوبی ندارد، می‌گوید: واقعیت این است که اصفهان نسبت به سایر استان‌ها پیشرو صنعت کشور است و به طور قطع این نمایشگاه می‌تواند به طور مستقیم و غیرمستقیم با حضور بازرگانان و مشارکت‌کنندگان خارجی موجب رونق صنایع دستی اصفهان و پیشرفت آن شود. او خاطرنشان می‌کند: با توجه به اینکه نمایشگاه بزرگ اصفهان نخستین نمایشگاه کشور از نظر وسعت و فضای موجود است، با غلبه بر مشکلات کشور می‌تواند به جایگاه ویژه ای از نظربرپایی نمایشگاه های تخصصی در حتی خاورمیانه دست یابد. از سوی دیگر رئیس هیئت مدیره انجمن تخصصی برق و الکترونیک اصفهان با اعتقاد بر اینکه نمایشگاه، لباس صنعت هر استان است، می‌گوید: هر چه این لباس مزین‌تر باشد و هر چه نمایشگاه و شرایط برپایی آن پربار و برازنده باشد شخصیت و سطح صنعت استان را بهتر به نمایش می‌گذارد. سید محسن پورسعید با تاکید بر اینکه متاسفانه طی سال‌های گذشته حق صنعت اصفهان پایمال شـــده و این بار منفی برای استان به همراه داشته و با وجود توان بالا صنعتگران این شهر مظلوم واقع شده اند، تصریح می‌کند: اگر پروژه نمایشگاه جدیداصفهان بتواند در سطح بین‌المللی و جهانی حرکت‌هـــای جدیدی رقم بزند به طور قطع در آینده حق صنعت و اقتصاد استان اعاده خواهد شد. وی با اشاره به اینکه شیوع کرونا نیز شرایط فعالیت صنعت و تولید را سخت‌تر کرده است، می گوید: به طور قطع کرونا ماندگار نیســـت، اما شرط موفقیت نمایشگاه بزرگ اصفهان، این اســـت که تمرکززایی نمایشگاه ها در تهران دور شویم و از ســـوی دیگر حرکت های بین المللی در محل جدید نمایشگاه اصفهان صورت گیرد و با دعوت از کشورهای مختلف و هزینه کردن برای آنها، تولیـــدات داخلی را در معرض نمایش قرار داده و به جای تبلیغ محصـــولات خارجی، محلی برای تبادلات تجاری و ارتباطات اقتصادی در اصفهان ایجاد کنیم. به گفته پورسعید، پروژه نمایشگاه بزرگ اصفهان در جهت توسعه نمایشگاه فعلی این شهر است و به طور قطع این توان و قابلیت را برای جذب و حضور دیگر کشورها در محل جدید خواهد داشت؛ البته مدیریت این مجموعه باید برای به دست آوردن بازاری جدید در منطقه آن هم در اصفهان تلاش و هزینه کند.

نماینده حوزه شمالی استان در بازدید از پالایشگاه گاز ایلام:

مدیران متخصص و متعهد در ایلام تقویت می شوند

ایلام – نماینده مردم ایلام، ایوان ،ســـیروان، چرداول ، هلیلان ، مهران و ملکشـــاهی در مجلس شورای اسلامی با اشاره به اینکه مدیران متخصص و متعهد در ایلام تقویت می شوند، گفت: طی بررســـی های انجام شده در سایه تلاش و کوشش مدیرعامل این شـــرکت، امنیت خاطر کارمندان و کارگران فراهم شـــده است. دکتر «ســـارا فلاحی» در بازدید از پالایشـــگاه گاز ایلام با اشاره بـــه اینکه مدیران باید در کنار تخصص و تعهد بایســـتی شـــأن کارکنـــان حفظ کنند، افزود: در این واحد صنعتی، روابط عمومی قوی و دیپلماســـی مبتنی بر احترام بـــرای مدیران ، کارکنان، و کارگران ایجاد شـــده کـــه در چهره تک به تـــک آنان به خوبی دیده می شـــود. وی اظهار داشـــت: مدیری که در کنار تجربه و تخصص برای کارکنان آرامش ایجاد می کند باید تقویت شـــود و اگر نقطه ضعفی دارد بایســـتی نمایندگان با اســـتفاده از روش های مختلـــف آن را برطرف کنند. وی بـــا بیان اینکه تلاش می شـــود که مدیران بومی و کاردان در دســـتگاههای اجرایی استان تقویت شـــوند، ادامه داد: کارکردن در این مجموعه صنعتی برای افراد بومی از جمله متخصصان، کارمندان و کارگران یک فرصت طلائی است و فعالیت دیگر نیروهای تخصصی که خارج از استان در این مجموعه تلاش می کنند، قابل تقدیر می باشـــد. نماینده

حوزه شمالی استان در مجلس شورای اسلامی در بخش دیگری از ســـخنانش با اشاره به اینکه تلاش می شود با رایزنی با شرکت ملی گاز ایران فاز یک پالایشـــگاه تکمیل شود ابراز داشت از این طریق فرصت های بیشتری برای استان و کشور ایجاد می شود. فلاحی با بیان اینکه تلاش می شـــود که فاز دوم این پالایشـــگاه راه اندازی شـــود، تصریح کرد: نیروهایی که در این پالایشگاه کار می کنند بایســـتی به لحاظ اقتصادی و معیشتی تامین شوند تا دغدغه دیگری نداشته باشـــند. وی با بیان اینکه تلاش می شود که نیروهای قراردادی و غیره تبدیل وضعیت شوند، اظهار داشت: کارگرانـــی که با پیمانکاران کار می کنند باید شـــأن آنها حفظ و مطالبات آنان به موقع پرداخت شود. نماینده حوزه شمالی استان در مجلس شورای اســـلامی گفت: میزان تولیدات پالایشگاه گاز ایلام نسبت به سالهای گذشته، افزایش چشمگیری داشته است که انتظار میرود مســـئولان آن در سال جهش تولید، برای تداوم و تحقق آن تلاش بیشتری کنند. فلاحی افزود: طی بازدیدی که انجام شد ، پالایشـــگاه گاز ایلام در زمینه های مختلف قدمهای مثبتی برداشته که قابل تقدیر است. همچنین مدیرعامل شرکت پالایش گاز ایلام در این دیدار با اشـــاره به اینکه عملیات اجرایی این پالایشـــگاه در سال ۸۲ شـــروع و در سال ۸۶ به بهره برداری رســـید، گفت: ظرفیت اسمی فاز اول ۶٫۸ میلیون متر مکعب گاز بوده که یکی از اهداف احداث آن تأمین پایدار گاز غرب کشـــور بوده است. نوریان افزود: علیرغم اینکه ظرفیت تولید این شرکت به نسبت تولید سایر پالایشگاه های کشور پائین بود، بدلیل نقش بالانس کننده ای شـــبکه گاز کشـــور بخصوص در فصل زمستان برای شـــرکت ملی گاز ایران بسیار اســـتراتژیک و با اهمیت بوده اســـت. وی به خصوصیات اصلی پالایشگاه گاز ایلام که با برخی پالایشگاه های کشور متفاوت است اشاره و اظهار داشت: محصول محور بودن و تولید محصولات متنوع باعث شده که این مجموعه صنعتی در حوزه های مختلف به اقتصاد کشور کمک کند.

مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب آذربایجان شرقی:

فعالیت مرکز ارتباطات مردمی ۱۲۲ آبفا شبانه روزی است

آذربایجان شرقی – فلاح: رئیس هیئت مدیره و مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب استان آذربایجان شرقی در بازدید شبانه و سرزده از مرکز ارتباطات مردمی ۱۲۲ و تله متری این شرکت در جریان روند انجام کار و نحوه پاســـخگویی به سئوالات و پیگیری درخواســـت های مردمی قرار گرفت . به گـــزارش خبرنگار ما در آذربایجان شـــرقی، مدیرعامل شـــرکت آب و فاضلاب استان در ایـــن بازدید در جمع کارکنان واحـــد ۱۲۲ اظهار کرد: مردم ولی نعمتان ما هستند و استفاده از آب شرب و بهره مندی از آن حق مسلم همشهریان عزیز می باشد . علیرضا ایمانلو ضمن تاکیدات لازم به کارکنان واحد ۱۲۲ نســـبت به رعایت ادب و احترام حین پاسخگویی به مشترکین، خاطرنشـــان کرد: آمادگی و هوشیاری

لازم را نســـبت به انعکاس گزارشات مردمی و قطعی آب در نقاط مختلف شهر جهت بهبود و رفع مشکلات همشهریان داشته باشند . مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب استان آذربایجان شرقی افزود: این مرکز بصورت ۲۴ ســـاعته و بی وقفه در حال پاســـخگویی به تماس های مشـــترکین و انجام هماهنگـــی های لازم جهت رفع اتفاقات پیش آمده می باشد .

در این بازدید مهندس خانی معاون بهره برداری آب شرکت آب و فاضلاب اســـتان آذربایجان شرقی گزارشـــی از وضعیت آبرسانی کلانشهر تبریز را تشریح کرد . شایان ذکر است که مهندس علیرضا ایمانلو، رئیـــس هیئت مدیره و مدیرعامل شـــرکت آب و فاضلاب استان آذربایجان شرقی به همراه مسئولین این شرکت از دفتر ثبت تصادفات و پاسخگویی منطقه ۲ تبریز نیز بازدید بعمل آورده و ضمن قدردانی از کارکنان، تاکیدات لازم را به ایشان بیان داشت .

بررسی وضعیت آب مشترکین منطقه حسنلنگی با حضور مسئولان آبفا:

آبیاری شبانه روزی ۴۰۰ اصله نهال در حسنلگی پائین با استفاده از انشعاب غیر مجاز جمع آوری انشعاب های غیر مجاز به وضعیت فشار آب حسنلنگی کمک می کند

بندرعبـــاس – خبرنگار فرصت امروز: وضعیت آب و قبوض صادره مشترکان منطقه حســـنلنگی در بازدید قائم مقام و معاون مشترکین شرکت آب و فاضلاب هرمزگان و همچنین مدیر امور آب و فاضلاب منطقه سه بندرعباس بررسی شد.

به گزارش روابط عمومی و آموزش همگانی آبفا، احمد شاکری قائم مقام شرکت آب و فاضلاب هرمزگان پس از بازدید میدانی از وضعیت فشار آب مشترکین حسنلنگی گفت: آب روستاهای مجتمع حسن لنگی شامل حسنلنگی بالا، حسنلنگی پایین، علی‌آباد و ... از دو حلقه چاه بصورت ۲۴ ساعته تامین می شود

وی، علت افت فشار تعدادی از خانوارهای بالادست روستا را وجود اشتراک های غیر مجاز و مصارف بالای مشترکین عنوان کرد و افزود: با بررسی های انجام شده اشتراک های غیرمجاز شناسایی و اقدامات لازم برای جمع آوری آن صورت گرفته است.

قائم مقام شرکت آب و فاضلاب هرمزگان با اشاره به اینکه تامین

آب فضای ســـبز در حوزه اختیارات شـــرکت آب و فاضلاب نیست، گفت: عمده مشـــکلات افت فشار در روســـتای حسنلنگی پایین، برداشت غیر مجاز آب برای آبیاری ۲۴ ساعته ۴۰۰ اصله نهال کاشته شده از سوی دهیاری در معابر عمومی است که جمع آوری آن می تواند به مشکل افت فشار در ساعات پیک کمک کند.

به گفته شـــاکری، مجتمع آبرسانی به منطقه حسنلنگی شامل مخزن ، خطوط انتقال ، شبکه و حفر و تجهیز چاه ها به تازگی اجرا شده است با بررسی های میدانی صورت گرفته با حذف انشعاب های غیر مجاز، وضعیت فشار آب نیز بهبود پیدا خواهد کرد.

در این بازدید همچنین علی رضایی ســـردره معاون مشترکین شرکت آب و فاضلاب هرمزگان گفت: اقدامات لازم برای جمع آوری انشعاب غیر مجاز بویژه فضای سبز حسنلنگی پائین صورت گرفته است که با همکاری مردم و شناسایی سایر انشعاب های غیر مجاز، کمبود آب بویژه در ساعات پیک مصرف نخواهیم داشت.

وی افزود: از مجموع ۱۲۳۴ قبض صادره در روســـتاهای منطقه حسنلنگی فقط ۱۰ قبض دارای مبالغ بالا بودند که در بررسی های میدانی مشکلی در قرائت و محاسبه وجود نداشت.

بـــه گفته رضایی، عمده قبوض صادره با مبالغ بالا یا با تعرفه آزاد محاسبه شده یا مصرف بالاتر از الگو داشته اند.

انواع مدل‌های crm؛ بررسی ویژگی‌ها و مزایای هر یک از آنها

مشـــتری پایه و اساس هر کسب‌وکاری اســـت، بنابراین شناخت انواع مشتری، ایجاد فرهنگ مشتری‌مداری در سازمان، آشنایی با روش‌های مؤثـــر برخـــورد با مشـــتری و ... جزو عوامـــل تأثیرگـــذار در موفقیت کسب‌وکارها هســـتند. مدیریت مؤثر مشتریان، از دغدغه‌های اصلی هر کسب‌وکاری به شـــمار می‌رود، اما چگونه می‌توان مشتریان را مدیریت کرد؟ این پرسشـــی اســـت که بسیاری از پژوهشـــگران و مدیران در پی یافتن پاســـخ جامـــع و کاملی برای آن هســـتند و به ایـــن منظور انواع مدل‌هـــای crm را معرفی کرده‌اند. در این مطلـــب، ابتدا مفهوم crm را بررســـی می‌کنیم و ســـپس انواع مدل‌های crm را به شـــما معرفی خواهیم کرد.

Crm چیست و انواع مدل‌های crm با چه هدفی به وجود آمده‌اند؟

معنای crm تاکنون بارها مورد بحث و بررســـی قرار گرفته است. برخی می‌گویند crm پل ارتباطی بین بازاریابی و فناوری اطلاعات (IT) اســـت، بنابراین crm به فرآیند فروش و خدمات‌رسانی مبتنی بر فناوری اطلاعات اطلاق می‌شود. برخی دیگر بر این باورند که معنای crm چیزی بیشتر و عمیق‌تر از روابط هدفمند نظیربه‌نظیر است. در واقع crm ابزاری است که مدیریت ارتباط با مشـــتری را امکان‌پذیر می‌کند و در این راستا از فناوری اطلاعات، داده‌های مشتریان، فرآیندهای سازمانی و خود مشتریان استفاده می‌کند. براســـاس تعریفی که در ویکی‌پدیا آمده اســـت، crm یا مدیریت ارتباط با مشـــتری (Customer Relationship Management)، رویکردی است که هدف آن مدیریت تعامل یک شرکت با مشتریان فعلی و مشتریان احتمالی (بالقوه) است. هدف انواع مدل‌های crm این است که روابط بین شرکت و مشتریان را از طریق تجزیه‌وتحلیل اطلاعات و داده‌های مربوط به سوابق مشتریان، بهبود ببخشد.

انواع مدل‌های crm کدامند؟

crm مدل‌های مختلفی دارد. در این مطلب، تنها به بررسی سه مدل زیر می‌پردازیم:

- مدل IDIC؛
- مدل QCI؛
- مدل CRM Value Chain.

مدل IDIC

مدل IDIC، یکی از انواع مدل‌های crm اســـت. براســـاس این مدل (که توســـط Peppers and Rogers طراحی شد)، شرکت‌ها باید به منظور ایجاد، حفظ و نگهداری ارتباط طولانی‌مدت با یکایک مشتریان، اقدامات زیر را انجام بدهند:

۱. شناسایی مشتریان

یک شرکت قبل از هر چیز، باید تعیین کند چه کسی مشتری واقعی اســـت و ســـپس درباره آن مشتری اطلاعات بیشـــتری جمع‌آوری کند. هرچه یک شرکت اطلاعات بیشتری درباره مشتریان خود داشته باشد، بهتـــر آنها را درک خواهد کـــرد و بنابراین در ارائه خدمات و محصولات به آنها موفق‌تر خواهد بود.

۲. متمایزکردن مشتریان از یکدیگر

یک شـــرکت باید مشتریانش را براساس «ارزش» و «نیاز» از یکدیگر متمایز سازد.

• ارزش: کدام‌یک از مشـــتریان برای کســـب‌وکار شما ارزش بیشتری ایجاد می‌کنند؟ کدام‌یک از آنها در آینده ارزش‌آفرین خواهند بود؟ این دو دســـته از مشـــتریان را از یکدیگر تفکیک کنید. به مشتریانی که در حال حاضر برای شرکت ارزش بیشتری ایجاد می‌کنند، خدمات بهتری ارائه کنید.

• نیاز: مشـــتریان‌تان را براســـاس نیازهای‌شـــان از هـــم متمایز کنید. مشـــتریان مختلف نیازهای متفاوتی دارند. برای اینکه بتوانید به شـــیوه مؤثرتری به مشـــتریان‌تان خدمات بدهید، باید اطلاعات بیشتری درباره نیازهای‌شان به دست بیاورید.

۳. تعامل با مشتریان

تعامل شـــرکت با مشتریان اهمیت زیادی دارد. شرکت باید با بررسی تعامـــلات خود با مشـــتریان اطمینان حاصل کند که انتظـــارات آنها و ارتباط‌شـــان با برند را درک کرده اســـت. تعامل مستقیم با مشتریان، به آنها اطمینان می‌دهد که برای شـــرکت مهم هســـتند و ارائه خدمات به هر یک از آنها به طور شـــخصی انجام می‌شـــود. این کار سبب وفاداری مشـــتریان می‌شـــود و روابط بلندمدتی بین مشـــتری و شـــرکت شکل می‌دهد.

۴. سفارشی‌سازی

همان‌طور که مشتریان را براساس «ارزش» و «نیاز» متمایز می‌کنید، باید محصولات و خدمات شـــرکت را نیز براســـاس ارزش مشتری و نیاز سفارشی کنید.

پیشنهادها و توصیه‌هایی را که به مشتریان ارائه می‌کنید، باید به طور سفارشـــی تنظیم کنید. این کار را به گونه‌ای انجام بدهید که مشـــتری بداند این پیشـــنهاد یا آن توصیه، مخصوص خود اوســـت و فقط برای او آماده شده است. با این کار، مشتریان اطمینان می‌یابند که شما قادرید از عهده نیازهای آنها برآیید. اگر در این مرحله با شکست مواجه شدید، احتمـــالا در مرحله دوم یا ســـوم (متمایزکردن مشـــتریان از یکدیگر و تعامل با مشـــتریان) مرتکب اشتباهی شده‌اید، بنابراین به مراحل قبلی برگردید، دوباره آنها را بررســـی کنید و پس از یافتن مشکل، آن مراحل را مجددا انجام بدهید.

مدل QCI

مدل QCI یکی دیگر از انواع مدل‌های crm و محصول یک شرکت مشـــاوره‌ای با همین نام است. در این مدل، کلمه «ارتباط» حذف شده اســـت و فقط به عنوان مدیریت مشـــتری در نظر گرفته می‌شود. مدل QCI یک ســـری فعالیت پیشـــنهاد می‌کند که شرکت‌ها باید به منظور مشتری‌یابی و حفظ مشـــتری انجام بدهند. این فعالیت‌ها با کارمندان، مردم، سازمان و فناوری در ارتباط هستند.

در این مدل، تأثیرات محیطی بر روابط مشـــتری با شـــرکت بررســـی می‌شود. هنگامی که مشـــتری می‌خواهد با سازمان ارتباط برقرار کند، محیـــط خارجی به طور مســـتقیم بر تجربه او تأثیـــر می‌گذارد. محیط خارجی بر فرآیند برنامه‌ریزی سازمان نیز تأثیر دارد.

تجربه مشتری سه فعالیت را تحت تأثیر قرار خواهد داد که در هنگام انجام فعالیت‌ها باید در نظر گرفته شود:

۱. پیشـــنهاد بـــه مشـــتری(customer proposition): همـــان محصول یا خدماتی اســـت که شـــرکت در ازای یک قیمت تعیین‌شده به مشتری ارائه می‌کند.

۲. فعالیـــت مدیریـــت مشـــتری(customer management activity): فرآیند جذب مشـــتری اســـت. در این فرآیند ابتدا شـــرکت با مشـــتری هدف ارتباط برقرار می‌کند و فرآیند فروش آغاز می‌شـــود. این روند با حفظ مشـــتری و ترغیب او برای مراجعه مجدد به شـــرکت ادامه می‌یابد.

۳. اندازه‌گیری(measurement): اندازه‌گیری و بهینه‌سازی تجربه مشتری از اهمیت زیادی برخوردار است.

مدل CRM Value Chain

آخرین مورد از انواع مدل‌های crm که در این مقاله مورد بررسی قرار می‌گیرد، مدل CRM Value Chain اســـت. این مدل سازمان‌یافته است و کسب‌وکارها می‌توانند به هنگام توسعه و پیاده‌سازی راهبردهای crm خود، از آن استفاده کنند.

این مدل (که براســـاس اصول نظری و الزامات عملی کســـب‌وکار بنا شده اســـت) در انواع صنایع و شـــرکت‌های بزرگ از جمله شرکت‌های نرم‌افزاری، صنعت مخابرات، خدمات مالی، خرده‌فروشی، رسانه، تولید و حتی ساخت‌وساز قابل پیاده‌سازی است.

هدف نهایی این مدل این اســـت که شرکت با مشتریانی که از لحاظ راهبردی مهم و برجسته هستند، روابط بلندمدت و متقابلی ایجاد کند. همه مشـــتریان یک شـــرکت از لحاظ راهبردی مهم نیســـتند. جذب و خدمات‌رســـانی به بعضی از مشـــتریان برای شرکت گران تمام می‌شود. این دسته از مشتریان به ندرت و ناچیز خرید می‌کنند، هزینه محصول یا خدمات را دیر پرداخت می‌کنند یا تقاضاها و خواسته‌های غیرمعقول دارند. این مشـــتریان درنهایت شرکت یا برند را رها می‌کنند و به‌سوی رقبای آن کشـــیده می‌شوند، بنابراین برای شـــرکت ارزش کمی ایجاد می‌کنند.

۵ گام برای ایجاد روابط سودمند در مدل CRM Value Chain

۱. تحلیل پورتفولیوی مشتری

واضح اســـت که مشتریان یک شـــرکت از لحاظ ارزش‌آفرینی یکسان نیستند. شـــرکت با تحلیل پورتفولیوی مشتری (CPA) که اولین گام در مدل CRM Value Chain اســـت، می‌تواند مشـــتریانی را که از لحاظ راهبردی مهم هستند، بشناسد و تعیین کند کدام‌یک از آنها برای شرکت ارزش‌آفرین هستند.

پورتفولیوی مشـــتری ترکیبی از گروه‌هایی اســـت که پایگاه مشتری را در یک کســـب‌وکار تشـــکیل می‌دهند. به عنوان مثـــال، پورتفولیوی مشـــتری برای شرکت کوکاکولا شامل رســـتوران‌ها، فروشگاه‌های مواد غذایـــی، پارک‌های تفریحی و میادین ورزشـــی اســـت کـــه محصولات کوکاکولا در آنها به فروش می‌رسد.

این بدان معناســـت که شـــرکت یا ســـازمان باید قبل از شروع کار با نرم‌افزارهای crm، ابتدا مشتریان خود را به طور کامل بشناسد.

۲. شناخت خصوصیات دقیق مشتری

انتخاب مشـــتریان برای خدمات‌رســـانی با شـــناخت مشتریان تفاوت دارد. بســـیاری از شرکت‌ها اطلاعات مشـــتریان را جمع‌آوری می‌کنند. برخی از صنایع با اطلاعاتی مانند داده‌های اسکن‌شده، داده‌های مربوط به کارت وفاداری، فایل‌های گله و شکایت مشتریان، تحقیقات بازاریابی و داده‌های جمعیتی-جغرافیایی اشباع می‌شوند.

اما پرسش این است که چگونه از این داده‌ها به منظور خدمات‌رسانی بهتـــر به مشـــتریان‌تان اســـتفاده خواهید کـــرد؟ برای برقـــراری روابط بلندمدت با مشـــتریان، به اطلاعات بیشتری درباره آنها نیاز دارید. آنچه بیش از هر چیز برای یک کسب‌وکار اهمیت دارد این است که دقیقا از چرایی و چگونگی رفتار مشتریان اطلاع داشته باشد.

۳. توسعه شبکه

موقعیت شبکه‌ای یک شرکت (به عنوان مثال، ارتباط آن با بخش‌های دیگری که با شرکت همکاری می‌کنند) منبع مزیت رقابتی است. ایجاد ارزش بـــرای یک مشـــتری در هر مرحلـــه از فرآیند فـــروش از اهمیت زیادی برخوردار اســـت، بنابراین شـــرکت باید برای خدمات‌رسانی بهتر به مشـــتریان، یک شـــبکه کامـــل از تأمین‌کننـــدگان، تولیدکنندگان، کارکنان، سرمایه‌گذاران، فناوری، توزیع‌کنندگان و خرده‌فروشان ایجاد کنـــد. مدیریت ارتباط با مشـــتری به افراد و نهادهایـــی نیاز دارد که به سرمایه‌گذاری بلندمدت روی افراد، فرآیندها و فناوری برای پیاده‌سازی راهبردهای crm پایبند باشند.

۴. ارائه ارزش

در این مرحله، همه اعضای شبکه ایجادشده در مرحله قبل باید برای ایجاد ارزش و ارائه خدمات به مشتریان هدف با یکدیگر همکاری کنند.

۵. مدیریت روابط

در این مرحله، همه‌چیز برای ایجاد روابط با مشـــتریان فراهم اســـت. اینکه چطور شرکت این روابط را مدیریت می‌کند کاملا به خود شرکت بســـتگی دارد. اگر شـــرکت از عهده مدیریـــت این روابـــط برآید، همه بخش‌های شـــبکه، مشـــتریان و خودِ شـــرکت به مدتی طولانی در کنار یکدیگر به اهداف موردنظرشان دست خواهند یافت.

پنج حالـــت پشـــتیبانی برای تحقـــق یافتن مـــدل CRM Value Chain وجود دارد:

- فرهنگ و رهبری
- فرآیندهای تدارکاتی
- فرآیندهای مدیریت منابع انسانی
- فرآیندهای مدیریت فناوری اطلاعات/داده‌ها
- طراحی سازمان.

این پنج حالت اساســـی هستند و حتی هنگام مدیریت crm نیز باید در نظر گرفته شـــوند. فرهنگ ســـازمانی تعیین می‌کند کـــه آیا روابط بلندمـــدت را مدیریت خواهید کرد یا خیر، زیرا گاهی فرهنگ ســـازمان اجـــازه انجام چنیـــن فعالیت‌هایی را نمی‌دهد. فرآیندهـــای تدارکاتی و نیروی انســـانی نشـــان می‌دهند که شـــما چگونه ارتباط با مشتریان را مدیریت خواهید کرد. همچنین بـــدون مدیریت فناوری اطلاعات اصلا نمی‌توانید از crm استفاده کنید، زیرا تمام اطلاعات و داده‌های مربوط به مشـــتریان با استفاده از فناوری ذخیره می‌شـــوند. درنهایت، طراحی سازمان نیز به مدیریت ارتباط با مشتریان کمک می‌کند.

منبع: chetor

مفقودی

برگ سبز و سند خودروی هیوندا سواری تیپ سانتافه ۲۴۰۰ مدل ۲۰۱۷ رنگ سفید صدفی متالیک به شماره موتور G۴KJGA۸۹۲۳۸۰ و شماره شاسی KMHSU۸۱BDHU۷۴۸۹۰۲ و شماره پلاک ایران ۱۱-۴۱۴ط۱۲ متعلق به الهام سادات مصطفی زاده به شماره ملی ۰۰۶۶۷۰۸۳۴۶ مفقود گردیده و از درجه اعتبار ساقط میباشد.

سازمان آگهی ها
۸۶۰۷۳۱۴۳

آگهی قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی حوزه ثبتی رامسر

نظر به دستور مواد ۱و۳ قانون تعیین تکلیف وضعیت اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مصوب ۱۳۹۰/۹/۲۰ ، املاک متقاضیانی که در هیات موضوع ماده یک قانون مذکور مستقر در واحد ثبتی رامسر مورد رسیدگی و تصرفات مالکانه و بلا معارض آنان محرز و رای لازم صادر گردیده جهت اطلاع عموم به شرح ذیل آگهی می گردد :

املاک متقاضیان واقع در سادات محله پلاک اصلی ۲۳ بخش ۵

۷۹۱۹ فرعی مجزی شده ازقطعات ۸۴۹ و ۸۵۰ تفکیکی سهیلا مکرمی نسبت به ششدانگ یک قطعه زمین مشتمل بربنای احدائی به مساحت ۷۸۸ متر مربع خریداری مع الواسطه از سید باقر میرحسینی مالک رسمی.

لذا به موجب ماده ۳ قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی و ماده ۱۳ آئین نامه مربوطه این آگهی در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز از طریق این روزنامه محلی / کثیر الانتشار در شهرها منتشر و در روستاها علاوه بر انتشار آگهی ، رای هیات الصاق تا در صورتیکه اشخاص ذینفع به آرای اعلام شده اعتراض داشته باشند باید از تاریخ انتشار اولین آگهی و در روستاها از تاریخ الصاق در محل تا دو ماه اعتراض خود را به اداره ثبت محل وقوع ملک تسلیم و رسید اخذ نمایند . معترض باید ظرف یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض مبادرت به تقدیم دادخواست به دادگاه عمومی محل نماید و گواهی تقدیم دادخواست به اداره ثبت محل تحویل دهد که در این صورت اقدامات ثبت موکول به ارائه حکم قطعی دادگاه است و در صورتی که اعتراض در مهلت قانونی واصل نگردد یا معترض گواهی تقدیم دادخواست به دادگاه عمومی محل ارائه نکند اداره ثبت مبادرت به صدور سند مالکیت می نماید و صدور سند مالکیت مانع از مراجعه متضرر به دادگاه نیست . بدیهی است برابر ماده ۱۳ آئین نامه مذکور در مورد قسمتی از املاکی که قبلا اظهارنامه ثبتی پذیرفته نشده ، واحد ثبتی با رای هیات پس از تنظیم اظهارنامه حاوی تحدید حدود ، مراتب را در اولین آگهی نوبتی و تحدید حدود به صورت همزمان باطلاع عموم می رساند و نسبت به املاک در جریان ثبت و فاقد سابقه تحدید حدود، واحد ثبتی آگهی تحدید حدود را به صورت اختصاصی منتشر می نماید.

م الف : ۱۹۹۰۳۳۲۲

تاریخ انتشار نوبت اول : ۱۳۹۹/۰۵/۱۲

تاریخ انتشار نوبت دوم : ۱۳۹۹/۰۵/۲۸

حسن صالحی رئیس اداره ثبت اسناد و املاک رامسر

آگهی قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی حوزه ثبتی رامسر

نظر به دستور مواد ۱ و ۳ قانون تعیین تکلیف وضعیت اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مصوب ۱۳۹۰/۹/۲۰ ، املاک متقاضیانی که در هیات موضوع ماده یک قانون مذکور مستقر در واحد ثبتی رامسر مورد رسیدگی و تصرفات مالکانه و بلا معارض آنان محرز و رای لازم صادر گردیده جهت اطلاع عموم به شرح ذیل آگهی می گردد :

املاک متقاضیان واقع در آسیاب سر پلاک اصلی ۷ بخش ۵

۱۸۴ فرعی بایرام سیفی هیر نسبت به ششدانگ یک قطعه زمین مشتمل بربنای احدائی به مساحت ۲۹۷۰ متر مربع خریداری مع الواسطه از احسان خلعتبری لیماکی مالک رسمی.

لذا به موجب ماده ۳ قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی و ماده ۱۳ آئین نامه مربوطه این آگهی در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز از طریق این روزنامه محلی / کثیر الانتشار در شهرها منتشر و در روستاها علاوه بر انتشار آگهی ، رای هیات الصاق تا در صورتیکه اشخاص ذینفع به آرای اعلام شده اعتراض داشته باشند باید از تاریخ انتشار اولین آگهی و در روستاها از تاریخ الصاق در محل تا دو ماه اعتراض خود را به اداره ثبت محل وقوع ملک تسلیم و رسید اخذ نمایند . معترض باید ظرف یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض مبادرت به تقدیم دادخواست به دادگاه عمومی محل نماید و گواهی تقدیم دادخواست به اداره ثبت محل تحویل دهد که در این صورت اقدامات ثبت موکول به ارائه حکم قطعی دادگاه است و در صورتی که اعتراض در مهلت قانونی واصل نگردد یا معترض گواهی تقدیم دادخواست به دادگاه عمومی محل ارائه نکند اداره ثبت مبادرت به صدور سند مالکیت می نماید و صدور سند مالکیت مانع از مراجعه متضرر به دادگاه نیست . بدیهی است برابر ماده ۱۳ آئین نامه مذکور در مورد قسمتی از املاکی که قبلا اظهارنامه ثبتی پذیرفته نشده ، واحد ثبتی با رای هیات پس از تنظیم اظهارنامه حاوی تحدید حدود ، مراتب را در اولین آگهی نوبتی و تحدید حدود به صورت همزمان باطلاع عموم می رساند و نسبت به املاک در جریان ثبت و فاقد سابقه تحدید حدود، واحد ثبتی آگهی تحدید حدود را به صورت اختصاصی منتشر می نماید.

م الف : ۱۹۹۰۳۳۱۸

تاریخ انتشار نوبت اول : ۱۳۹۹/۰۵/۱۲

تاریخ انتشار نوبت دوم : ۱۳۹۹/۰۵/۲۸

حسن صالحی رئیس اداره ثبت اسناد و املاک رامسر

آگهی قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی حوزه ثبتی رامسر

نظر به دستور مواد ۱ و ۳ قانون تعیین تکلیف وضعیت اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مصوب ۱۳۹۰/۹/۲۰ ، املاک متقاضیانی که در هیات موضوع ماده یک قانون مذکور مستقر در واحد ثبتی رامسر مورد رسیدگی و تصرفات مالکانه و بلا معارض آنان محرز و رای لازم صادر گردیده جهت اطلاع عموم به شرح ذیل آگهی می گردد :

املاک متقاضیان واقع در کردمحله پلاک اصلی ۱۹ بخش ۵

۷۲۵ فرعی مجزی شده از پلاک های ۱۷ الی ۲۱ فرعی سهیل کمالی نسبت به ششدانگ یک قطعه زمین مشتمل بربنای احدائی به مساحت ۴۸۶،۳۷ متر مربع خریداری مع الواسطه ازغلامحسین کردرستمی مالک رسمی.

لذا به موجب ماده ۳ قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی و ماده ۱۳ آئین نامه مربوطه این آگهی در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز از طریق این روزنامه محلی / کثیر الانتشار در شهرها منتشر و در روستاها علاوه بر انتشار آگهی ، رای هیات الصاق تا در صورتیکه اشخاص ذینفع به آرای اعلام شده اعتراض داشته باشند باید از تاریخ انتشار اولین آگهی و در روستاها از تاریخ الصاق در محل تا دو ماه اعتراض خود را به اداره ثبت محل وقوع ملک تسلیم و رسید اخذ نمایند . معترض باید ظرف یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض مبادرت به تقدیم دادخواست به دادگاه عمومی محل نماید و گواهی تقدیم دادخواست به اداره ثبت محل تحویل دهد که در این صورت اقدامات ثبت موکول به ارائه حکم قطعی دادگاه است و در صورتی که اعتراض در مهلت قانونی واصل نگردد یا معترض گواهی تقدیم دادخواست به دادگاه عمومی محل ارائه نکند اداره ثبت مبادرت به صدور سند مالکیت می نماید و صدور سند مالکیت مانع از مراجعه متضرر به دادگاه نیست . بدیهی است برابر ماده ۱۳ آئین نامه مذکور در مورد قسمتی از املاکی که قبلا اظهارنامه ثبتی پذیرفته نشده ، واحد ثبتی با رای هیات پس از تنظیم اظهارنامه حاوی تحدید حدود ، مراتب را در اولین آگهی نوبتی و تحدید حدود به صورت همزمان باطلاع عموم می رساند و نسبت به املاک در جریان ثبت و فاقد سابقه تحدید حدود، واحد ثبتی آگهی تحدید حدود را به صورت اختصاصی منتشر می نماید.

م الف : ۱۹۹۰۳۳۰۲

تاریخ انتشار نوبت اول : ۱۳۹۹/۰۵/۱۲

تاریخ انتشار نوبت دوم : ۱۳۹۹/۰۵/۲۸

حسن صالحی رئیس اداره ثبت اسناد و املاک رامسر

مفقودی مدارک خودرو

برگ سبز و سند پراید وانت ۱۵۱ به شماره انتظامی ۷۶۷ و ۶۷ ایران ۳۸ و شماره موتور M۱۳۵۷۸۰۰۹۶ و شماره شاسی NAS۵۴۱۱۰۰G۴۹۶۱۷۲۰ مفقود واز درجه اعتبار ساقط است.

مفقودی

سندبرگ سبز سواری پرایدجی تی ایکس مدل ۱۳۸۳ برنگ سفید روغنی به شماره موتور ۰۰۶۴۱۸۶۸ به شماره شاسی S۱۴۱۲۲۸۲۱۸۷۶۵۷ به شماره انتظامی ۳۵ ص ۸۶۷ ایران ۷۹ بنام سکینه محمدعلی خانی مفقود واز درجه اعتبار ساقط می باشد.

شهرستان قزوین

اداره کل ثبت اسناد و املاک استان گیلان

اداره ثبت اسناد و املاک حوزه ثبت ماسال

هیات موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی آگهی موضوع ماده ۳ قانون و ماده۱۳آئین نامه قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی و اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی برابر رای شماره ۱۳۹۹۶۰۳۱۸۰۲۲۰۰۰۰۸۲ مورخ ۱۳۹۹/۱/۲۴ هیات اول موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک ماسال تصرفات مالکانه بلامعارض متقاضی سیده نگار جلالیان وشمه سرا فرزند سیدخلیل بشماره شناسنامه ۵۴۲۱ صادره از تهران در شش دانگ یک قطعه زمین محصور به مساحت ۲۴۲/۸۰ مترمربع مشتمل بر یک باب خانه به مساحت ۴۰/۶۸ مترمربع پلاک ۱۱۱۱ فرعی از ۱۰ اصلی مفروز و مجزی شده از پلاک ۶۴ فرعی از ۱۰ اصلی واقع در قریه وشمه سرا بخش ۲۶ گیلان خریداری از نسق بانو نگار حیدر دخت 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 می توانند 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 اعتراض، دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند. بدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.

تاریخ انتشار نوبت اول:۱۳۹۹/۰۴/۲۸

تاریخ انتشار نوبت دوم:۱۳۹۹/۰۵/۱۲

۹۱۳۱۶۵ جعفر عبادی – رئیس ثبت اسناد و املاک

اداره کل ثبت اسناد و املاک استان گیلان

اداره ثبت اسناد و املاک حوزه ثبت ماسال

هیات موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی آگهی موضوع ماده ۳ قانون و ماده۱۳آئین نامه قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی و اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی برابر رای شماره ۱۳۹۹۱۱۴۴۱۸۰۲۲۰۰۱۴۹۱ مورخ ۹۹/۴/۹ هیات اول موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک ماسال تصرفات مالکانه بلامعارض متقاضی محمدصادق محمدیاری کلور فرزند بهمن بشماره شناسنامه ۱۰۲۳ صادره از رشت در ششدانگ یک قطعه زمین محصور به مساحت ۶۲۲/۹۳ مترمربع مشتمل بر یک باب خانه به مساحت ۱۱۴/۶۱ مترمربع پلاک ۱۸۸۲ فرعی از ۲۵ اصلی مفروز و مجزی شده از پلاک ۲ فرعی از ۲۵ اصلی واقع در قریه میله سرا بخش ۲۶ گیلان خریداری از نسق فتح اله عاشوری 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 می توانند 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 اعتراض، دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند. بدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.

تاریخ انتشار نوبت اول:۱۳۹۹/۰۴/۲۸

تاریخ انتشار نوبت دوم:۱۳۹۹/۰۵/۱۲

۹۱۳۱۷۱ جعفر عبادی – رئیس ثبت اسناد و املاک

آگهی قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی حوزه ثبتی رامسر

نظر به دستور مواد ۱ و ۳ قانون تعیین تکلیف وضعیت اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مصوب ۱۳۹۰/۹/۲۰ ، املاک متقاضیانی که در هیات موضوع ماده یک قانون مذکور مستقر در واحد ثبتی رامسر مورد رسیدگی و تصرفات مالکانه و بلا معارض آنان محرز و رای لازم صادر گردیده جهت اطلاع عموم به شرح ذیل آگهی می گردد :

املاک متقاضیان واقع در کردمحله پلاک اصلی ۱۹ بخش ۵

۷۲۶ فرعی مجزی شده از قطعه ۲۹۱ تفکیکی محمدرضا کرداحمدی نسبت به ششدانگ یک قطعه زمین مشتمل بربنای احدائی به مساحت ۶۱۹ مترمربع خریداری بلاواسطه از رمضان کرداحمدی مالک رسمی.

لذا به موجب ماده ۳ قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی و ماده ۱۳ آئین نامه مربوطه این آگهی در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز از طریق این روزنامه محلی / کثیر الانتشار در شهرها منتشر و در روستاها علاوه بر انتشار آگهی ، رای هیات الصاق تا در صورتیکه اشخاص ذینفع به آرای اعلام شده اعتراض داشته باشند باید از تاریخ انتشار اولین آگهی و در روستاها از تاریخ الصاق در محل تا دو ماه اعتراض خود را به اداره ثبت محل وقوع ملک تسلیم و رسید اخذ نمایند . معترض باید ظرف یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض مبادرت به تقدیم دادخواست به دادگاه عمومی محل نماید و گواهی تقدیم دادخواست به اداره ثبت محل تحویل دهد که در این صورت اقدامات ثبت موکول به ارائه حکم قطعی دادگاه است و در صورتی که اعتراض در مهلت قانونی واصل نگردد یا معترض گواهی تقدیم دادخواست به دادگاه عمومی محل ارائه نکند اداره ثبت مبادرت به صدور سند مالکیت می نماید و صدور سند مالکیت مانع از مراجعه متضرر به دادگاه نیست . بدیهی است برابر ماده ۱۳ آئین نامه مذکور در مورد قسمتی از املاکی که قبلا اظهارنامه ثبتی پذیرفته نشده ، واحد ثبتی با رای هیات پس از تنظیم اظهارنامه حاوی تحدید حدود ، مراتب را در اولین آگهی نوبتی و تحدید حدود به صورت همزمان باطلاع عموم می رساند و نسبت به املاک در جریان ثبت و فاقد سابقه تحدید حدود، واحد ثبتی آگهی تحدید حدود را به صورت اختصاصی منتشر می نماید.

م الف : ۱۹۹۰۳۴۴۸

تاریخ انتشار نوبت اول : ۱۳۹۹/۰۵/۱۲

تاریخ انتشار نوبت دوم : ۱۳۹۹/۰۵/۲۸

حسن صالحی رئیس اداره ثبت اسناد و املاک رامسر

آگهی قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی حوزه ثبتی رامسر

نظر به دستور مواد ۱ و ۳ قانون تعیین تکلیف وضعیت اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مصوب ۱۳۹۰/۹/۲۰ ، املاک متقاضیانی که در هیات موضوع ماده یک قانون مذکور مستقر در واحد ثبتی رامسر مورد رسیدگی و تصرفات مالکانه و بلا معارض آنان محرز و رای لازم صادر گردیده جهت اطلاع عموم به شرح ذیل آگهی می گردد :

املاک متقاضیان واقع در پیازکش کتالم پلاک اصلی ۲۹۶ بخش ۵

۳۹۱ فرعی مجزی شده از پلاک ۱ فرعی فرید طایفه نسبت به ششدانگ یک قطعه زمین مشتمل بربنای احدائی به مساحت ۲۸۰ متر مربع به کسر بستر نهر به مساحت ۱۰،۸۰ متر مربع خریداری مع الواسطه از علیرضا احمدنژاد مالک رسمی.

لذا به موجب ماده ۳ قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی و ماده ۱۳ آئین نامه مربوطه این آگهی در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز از طریق این روزنامه محلی / کثیر الانتشار در شهرها منتشر و در روستاها علاوه بر انتشار آگهی ، رای هیات الصاق تا در صورتیکه اشخاص ذینفع به آرای اعلام شده اعتراض داشته باشند باید از تاریخ انتشار اولین آگهی و در روستاها از تاریخ الصاق در محل تا دو ماه اعتراض خود را به اداره ثبت محل وقوع ملک تسلیم و رسید اخذ نمایند . معترض باید ظرف یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض مبادرت به تقدیم دادخواست به دادگاه عمومی محل نماید و گواهی تقدیم دادخواست به اداره ثبت محل تحویل دهد که در این صورت اقدامات ثبت موکول به ارائه حکم قطعی دادگاه است و در صورتی که اعتراض در مهلت قانونی واصل نگردد یا معترض گواهی تقدیم دادخواست به دادگاه عمومی محل ارائه نکند اداره ثبت مبادرت به صدور سند مالکیت می نماید و صدور سند مالکیت مانع از مراجعه متضرر به دادگاه نیست . بدیهی است برابر ماده ۱۳ آئین نامه مذکور در مورد قسمتی از املاکی که قبلا اظهارنامه ثبتی پذیرفته نشده ، واحد ثبتی با رای هیات پس از تنظیم اظهارنامه حاوی تحدید حدود ، مراتب را در اولین آگهی نوبتی و تحدید حدود به صورت همزمان باطلاع عموم می رساند و نسبت به املاک در جریان ثبت و فاقد سابقه تحدید حدود، واحد ثبتی آگهی تحدید حدود را به صورت اختصاصی منتشر می نماید.

م الف : ۱۹۹۰۳۳۶۹

تاریخ انتشار نوبت اول : ۱۳۹۹/۰۵/۱۲

تاریخ انتشار نوبت دوم : ۱۳۹۹/۰۵/۲۸

حسن صالحی رئیس اداره ثبت اسناد و املاک رامسر

آگهی قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی حوزه ثبتی رامسر

نظر به دستور مواد ۱ و ۳ قانون تعیین تکلیف وضعیت اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مصوب ۱۳۹۰/۹/۲۰ ، املاک متقاضیانی که در هیات موضوع ماده یک قانون مذکور مستقر در واحد ثبتی رامسر مورد رسیدگی و تصرفات مالکانه و بلا معارض آنان محرز و رای لازم صادر گردیده جهت اطلاع عموم به شرح ذیل آگهی می گردد :

املاک متقاضیان واقع دررمک پلاک اصلی ۲۴ بخش ۵

۴۴۰۵ فرعی مجزی شده از پلاک ۸۴۷ فرعی بهمن رمضان نژاد طوری نسبت به ششدانگ یک قطعه زمین مشتمل بربنای احدائی به مساحت ۳۶۳،۵۶ متر مربع خریداری بلاواسطه از اسمعیل کاکوئی مالک رسمی.

لذا به موجب ماده ۳ قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی و ماده ۱۳ آئین نامه مربوطه این آگهی در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز از طریق این روزنامه محلی / کثیر الانتشار در شهرها منتشر و در روستاها علاوه بر انتشار آگهی ، رای هیات الصاق تا در صورتیکه اشخاص ذینفع به آرای اعلام شده اعتراض داشته باشند باید از تاریخ انتشار اولین آگهی و در روستاها از تاریخ الصاق در محل تا دو ماه اعتراض خود را به اداره ثبت محل وقوع ملک تسلیم و رسید اخذ نمایند . معترض باید ظرف یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض مبادرت به تقدیم دادخواست به دادگاه عمومی محل نماید و گواهی تقدیم دادخواست به اداره ثبت محل تحویل دهد که در این صورت اقدامات ثبت موکول به ارائه حکم قطعی دادگاه است و در صورتی که اعتراض در مهلت قانونی واصل نگردد یا معترض گواهی تقدیم دادخواست به دادگاه عمومی محل ارائه نکند اداره ثبت مبادرت به صدور سند مالکیت می نماید و صدور سند مالکیت مانع از مراجعه متضرر به دادگاه نیست . بدیهی است برابر ماده ۱۳ آئین نامه مذکور در مورد قسمتی از املاکی که قبلا اظهارنامه ثبتی پذیرفته نشده ، واحد ثبتی با رای هیات پس از تنظیم اظهارنامه حاوی تحدید حدود ، مراتب را در اولین آگهی نوبتی و تحدید حدود به صورت همزمان باطلاع عموم می رساند و نسبت به املاک در جریان ثبت و فاقد سابقه تحدید حدود، واحد ثبتی آگهی تحدید حدود را به صورت اختصاصی منتشر می نماید.

م الف : ۱۹۹۰۳۳۵۲

تاریخ انتشار نوبت اول : ۱۳۹۹/۰۵/۱۲

تاریخ انتشار نوبت دوم : ۱۳۹۹/۰۵/۲۸

حسن صالحی رئیس اداره ثبت اسناد و املاک رامسر

مزیت‌های استفاده از یونیفرم در محیط‌های کاری

به قلم: جولیان پانک کارآفرین
مترجم: امیر آل‌علی

یکی از مهمترین دغدغه‌های مدیران این اســت که آیــا باید برای کارمندان خود لباس فرم تهیه کنند و یا آزادی عمل در این رابطه، تصمیم به مراتب بهتری خواهد بود؟ اگرچه دلایلی برای عدم اســتفاده از یونیفرم وجود دارد، با این حال در این مقاله به بررسی مزیت‌های آن خواهیم پرداخت.

۱-مشتری احساس بهتری را خواهد داشت

شناسایی کارمندان و کارگران هنگامی که لباس مخصوصی را به تن دارند، بسیار ساده خواهد بود. در این رابطه فرض کنید که ماموران نصب دســتگاه به خانه فردی روند. بدون شــک عدم وجود لباس فرم، احســاس ناامنی را در مشــتری به وجود خواهد آورد. در کنار این موضوع، یونیفرم به علت آنکه همرنگ لوگو شــرکت بوده و آرم به صورت واضحی مشــاهده می‌شــود، خود به مانند حمل یک بیلبورد تبلیغاتی خواهد بود. در نهایت به نظر مشــتری، برندهایی که از یونیفرم اســتفاده می‌کنند، در کار خود حرفه‌ای‌تر هستند. در کنار این موضوع، امکان آراسته نگه داشتن کارمندان نیز وجود دارد. علت این امر به این خاطر است که آنها هر روز صبح، لباس‌های شسته شده را به تن خواهند کرد.

۲-وفاداری کارمندان و روحیه کار تیمی را افزایش می‌دهد

درواقع این امر که افراد تیم شــرکت همواره لباســی را به تن داشــته باشند که متعلق به شرکت است، باعث خواهد شــد تا تعلق آنها نیز همواره یادآوری شــود. همچنین یک دســت بودن لباس‌ها، روحیه کار تیمــی را افزایش می‌دهد. در کنار این موضوع دیگر زمان زیادی برای انتخاب لباس صرف نخواهد شــد. مزیت دیگر این اقدام برای کارمندان، در اختیار داشتن لباسی است که کاملا مطابق نیاز آنها است. برای مثال یک کارگر، به علت شرایط کاری خود، به لباسی راحت و در عین حال محکم نیاز دارد. بدون شک تهیه چنین موردی ممکن است برای وی بیش از حد هزینه‌بر باشد. نتایج تحقیقات نیز حاکی از آن است که یک دســت بودن، باعث می‌شــود تا افراد تمایل بیشــتری را به همکاری با یکدیگر داشته باشند. یکی از مهمترین دلایل این امر، عدم دیده شــدن تفاوت اســت. همچنین کارمندان و کارگرانی که لباس فرم دارند، معمولا راندمان کاری بالاتری را نیز دارند. علت این امر به این خاطر اســت که آنها نگرانی‌ای بابت کثیف شــدن لباس خود نداشــته و این امر باعث می‌شود تا سرعت عمل بالایی را داشته باشند. در نهایت لبــاس فرم، باید با توجه به نیاز کارمندان در بخش‌های مختلف باشــد. برای مثال دلیلی وجود ندارد که لباس واحد تولید، با بخش اداری یکسان باشد. این امر باعث می‌شود تا از کارمندان، به بهترین شکل در برابر حوادث نیز حفاظت شــود. این امر برای مدیران نیز بهتر بوده و باعث می‌شــود تا سریعا بتوانند تعلق هر یک از نیروها را به بخش‌های مختلف، پیدا کنند.

منبع: tweakyourbiz.com

راز موفقیت کسب و کارهای کوچک

به قلم: لوری واید نویسنده حوزه کسب و کار
مترجم: امیر آل‌علی

معمولا کســب و کارهای کوچک، با بالاترین احتمال نابودی مواجه هســتند. تحت این شرایط ضروری است تا به دنبال راهکارهایی باشید که احتمال بروز چنین اتفاقی را کاهش می‌دهد. در این راستا ۵ مورد تاییدشده توسط بزرگان عرصه کسب و کار را بررسی خواهیم کرد.

۱-مشتریان ایده‌آل را شناسایی کنید

شــما باید همواره به قانون ۲۰/۸۰ توجه داشته باشــید. برطبق این قانون؛ ۸۰ درصد از سودآوری یک شرکت، تنها از ۲۰ درصد مشتریان به دست می‌آید. به همین خاطر بسیار مهم است که آنها را شناسایی کرده و تمرکز اصلی خود را بر روی آنها قرار دهید. بدون شک هنگامی که تمرکز اصلی شما بر روی گروه کوچک‌تری باشد، می‌توانید راه حل‌های به مراتب بهتری را نیز پیدا کنید.

۲-برای شناخت بیشتر مشتری وقت بگذارید

تنها شــناخت مشــتریان اصلی و نیاز آنها کافی نبوده و شــما باید اطلاعات خود را گسترش دهید. این امر باعث خواهد شــد تا قدرت پیش‌بینی و خدمت‌رسانی مناســب را داشته باشید. در این راستا بهترین سیاســت این اســت که تعامل خود را افزایش دهید. با این اقدام به خوبی می‌توانید برنامه‌ریزی داشــته باشید. برای مثال انواع نظرسنجی‌ها و توجه به پیام‌های ارسالی، باعث خواهد شد تا شما دغدغه‌های آنها را شناسایی کرده و بتوانید کیفیت خود را ارتقا دهید.

۳-خدمت‌رسانی را همه چیز بدانید

با توجه به این امر که در حال حاضر فاصله کیفیت برندها بســیار کم شــده است، نوع خدمت‌رسانی را می‌توان مزیت رقابتی اصلی دانست. در این راستا ضروری است تا به دنبال سطحی باشید که فراتر از حد انتظار مشــتری بوده و باعث جلب رضایت بیشــتر آنها خواهد شد. برای درک بهتر مواردی که باید انجام شــود، تنها کافی اســت تا به اقدامات انجام شده از سوی سایر برندها، نگاهی بیندازید. درواقع بسیاری از برندهــای کوچک، با تمرکز بر روی این بخش، تــوان رقابت با برندهای بزرگ با کیفیت محصول بالاتر را به دست می‌آورند.

۴-حداقل به یک نیاز موجود پاسخ دهید

برند شــما باید توان حداقل رفع یک مشــکل موجود را داشته باشد. در این رابطه حتی موارد ساده نیز می‌تواند کاملا کارســاز باشــد. برای مثال یک طرح جدید و کاربردی‌تر در رابطه با قوطی نوشیدنی‌ها، از جمله اقداماتی است که در این رابطه انجام می‌شود. همچنین در این راستا ضروری است تا تجارت خود را به خوبی بشناسید. در غیر این صورت توان پیدا کردن نقاط ضعف و شکاف‌های موجود را نخواهید داشت.

۵-از شبکه‌های اجتماعی استفاده کنید

در آخر ضروری اســت تا از شــبکه‌های اجتماعی به خوبی اســتفاده کرده و از این بســتر رایگان، برای وصل شدن به میلیون‌ها کاربر، استفاده کنید. درواقع تاثیر این شبکه‌ها به حدی زیاد است که بسیاری از برندسازی‌ها، در این محیط انجام می‌شود. همچنین ضروری است تا آمارهای خود را مورد بررسی مداوم قرار دهید تا از درست بودن همه چیز، اطمینان داشته باشید.

منبع: tweakyourbiz.com

فرصت امروز
روزنامه مدیریتی - اقتصادی
یکشنبه | ۱۲ مرداد ۱۳۹۹ | شماره ۱۵۹۵ | 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، پلاک ۱۴۹
دفتر مرکزی: ۸۸۳۱۷۷۳۸
سازمان آگهی‌ها: ۸۸۳۲۰۹۶۰
آیین نامه اخلاق حرفه ای روزنامه: WWW.FORSATNET.IR/REGULATIONS
WWW.FORSATONLINE.COM
INFO@FORSATONLINE.COM

چگونه از ابتدا اعتماد به نفس خود را بسازیم

خیلــی از ماها ممکن اســت با کمبــود اعتماد به نفس مواجه باشــیم و این امر مانع پیشرفت ما در زندگی شود. برای آشــنایی با روش‌های افزایش آن در ادامه با ما همراه باشید.

مایــکل ادواردز، که بــه عنوان ادی «عقاب» شــناخته می‌شود، یک اسکی‌باز بریتانیایی است که هیچ‌کس به آن اعتقاد نداشت تا زمانی که به بازی‌های المپیک راه یافت.

ادی کمی اضافه‌وزن داشت، چشمان او بسیار ضعیف بود (عینکی ضخیم داشــت) و با تجهیزات دست‌دوم آموزش دیده بود. او حتی زمانی در یک بیمارســتان روانی فنلاند اقامت داشت، زیرا که نمی‌توانست از پس هزینه‌های محل اقامــت واقعی بربیاید. بســیاری از مــردم در توانایی او به عنوان یک اســکی‌باز تردید داشتند. اگر او اعتماد به نفس نداشت، هرگز نمی‌توانست تمام این را تحمل کند و هرگز بــه المپیک راه نمی‌یافت، امــا او این کار را انجام داد و به عنوان یک چهره و نشــانه روح المپیک در سراســر جهان شناخته شد.

وقتی که مــن در مورد همه این افراد بزرگ مانند ادی، کــه از طریق اعتماد به نفس به مقام‌شــان رســیدند، فکر می‌کنــم در عجبم کــه از کجا آمده‌ام. مــن فکر نمی‌کنم اعتماد به نفس به طور طبیعی در آنها وجود داشــته باشد، زیرا که به طور طبیعی در من وجود ندارد.

اگــر اعتماد به نفس به صورت طبیعی وجود ندارد، پس چگونه می‌توان آن را به دست آورد؟

وقتی من یک کودک بودم، قبل از حضور در مدرسه، به خاطر دارم که من و دوستانم دارای اعتماد به نفس تقریبا بی‌حد و مرز بودیم. ما بدون هیچ ترسی زندگی می‌کردیم. اگرچه تمام زندگی ما پیش روی‌مان قرار داشت، هیچ‌وقت نگران آن نبودیم. ما هیچ‌گونه پشــیمانی نداشــتیم. به یاد دارم کــه هیچ‌کس با اعتماد به نفس‌تــر از دیگری به نظر نمی‌رسید، هیچ‌کس خود را برتر نمی‌دانست.

همــه اینها در مدرســه تغییر کرد. در مدرســه، رقابت تثبیت شده است. مهم نیست که ما چه کار می‌کردیم و یا دروسی مانند انگلیســی، هنر، ورزش را مطالعه می‌کردیم بعضــی از دانش‌آمــوزان به طور طبیعی دیده می‌شــدند، نمــرات بهتــری می‌گرفتند و بــرای آن پــاداش دریافت می‌کردند. حتی رفتار ما در مدرســه باعث جدا شــدن ما می‌شــد. این امر به نوبه خود در اعتمــاد به نفس ما تأثیر می‌گذاشت.

من هیچ‌وقت شاگرد اول نبودم. نمراتم خوب بودند ولی عالی نبودند. من هیچ‌گاه جزو آن دســته از دانش‌آموزانی کــه به خاطر نمــرات یا عملکــرد خوب پــاداش دریافت می‌کنند نبودم و هیچ‌گاه عزت نفس آنها را نداشتم.

من اعتماد به نفس را بعدا کسب کردم.

در دبیرســتان اشــتیاق خود برای تکنولوژی را کشــف کردم. من عاشــق کدنویسی بودم (هنوز هم هستم) و هر برنامه موفقی که نوشتم، هر خط از کدهای تاثیرگذار برای من حسی را دربر داشت که تا آن زمان تجربه نکرده بودم. هــر بار که چیــزی کار نمی‌کرد و یا هر بــاری که با یک اشکالی که برطرف کردنش دشوار بود مواجه می‌شدم، یک چالش هیجان‌انگیز را در پس خود می‌دیدم.

در مدرسه هیچ تحســین و یا تقدیری برای آن دریافت نکردم اما هیچ اهمیتی برایم نداشــت. کاری که عاشــقش بــودم را انجام می‌دادم و هــر بار بعد از برطرف کردن یک مشکل جدی، اعتماد به نفسم افزایش می‌یافت.

در اینجا بود که چیزی را یافتم که چشم‌اندازم از اعتماد بــه نفــس و توانایی را به طور کامل تغییــر داد. اعتماد به نفس را نمی‌توان بیرون به دســت آورد و آن چیزی است که تنهــا از درون‌تــان می‌آید. مهم نیســت چقدر و کجا جســت و جو کنید، مهم نیســت چقدر تحســین دریافت کنید و یا نکنید؛ اگر از درون شــما نشــأت نگیرد هیچ‌گاه اعتماد به نفس نخواهید داشت.

اعتماد به نفس از طریق حل دشــواری‌ها و وادار کردن خود به تلاش در چالش‌های موجود به دســت می‌آید. به نظر نمی‌رســید که موفق شوم و یا شکست بخورم (اما این را می‌دانم که اگر ۱۰۰ بار هم شکســت بخوری، وقتی که به تلاشــت ادامه دهی موفق می‌شــوی). تنها لازم بود که خود را به ســمت جلو حرکت دهــم و در نتیجه اعتماد به نفسم نیز افزایش می‌یافت.

اعتمــاد به نفس با چالش‌هایی کــه برطرف می‌کنیم به دست می‌آید.

وقتی با کشــمکش‌ها مقابله می‌شــود، احســاس خوبی از آن حاصل شــده و رضایت فراوانــی را به دنبال خواهد داشت. از این رضایت اعتماد به نفس به وجود می‌آید.

ممکن اســت شما سبک زندگی ناســالم و یا کم کردن وزن ناسالم داشته باشــید، انجام تمرینات ورزشی و رژیم گرفتن برای شما دشوار باشد. ممکن است خجالتی باشید و در آن زمــان ســخنرانی کردن در برابــر تعداد زیادی از تماشــاگران برای شما امری ســخت خواهد بود و یا شاید شــما فردی کمال‌گرا باشــید که پذیرفتن اشــتباه برایش امری دشوار است.

فرقی ندارد با چه چالشــی رو به رو هســتید، زمانی که توانســتید آن را با موفقیت پشــت ســر بگذارید احساس افتخــار و قدرت خواهید کرد. این احســاس واقعی اعتماد به نفس است که از طریق تلاش و تجربه به دست می‌آید.

اعتماد به نفس از طریق شک و انتقاد افزایش می‌یابد.

در این راه پسرفت و ناامیدی وجود خواهد داشت. شکست خواهد بود، زیرا که بســیاری از موفقیت‌های بزرگ از طریق آزمون و خطا حاصل می‌شوند. با انتقاد رو به رو خواهید شد به این دلیل که در ابتدا هیچ‌کس کامل نیست.

هنگامی که ابتدا ســایت خــود را راه‌اندازی کردم، زمان زیادی طول کشــید تا خواننده جذب کنم. مدتی به طول انجامیــد تا ۱۰۰ خواننده جذب کــردم. این امر برای من دشــوار بود زیرا جاه‌طلبی‌هــای زیادی برای این ســایت داشــتم و در آن زمــان به نظر می‌رســید کــه محکوم به شکست اســت. انتقادات زیادی را دریافت کردم. بعضی‌ها فکر می‌کردند که دنیا به ســایت نصیحت دیگری احتیاج نــدارد، دیگران کل ایده این ســایت را غلط می‌دانســتند. برای من بســیار سخت بود که به آنها گوش ندهم و حرف آنها را قبول نداشته باشم.

امــا در نهایت به رویایم باور داشــتم و پافشــاری کردم. من طرح ســایت را تغییر دادم، نوشــته و ساختار مقالات را بازبینی کردم. ســایت را برای مورد پســند کاربر بودن بازســازی کردم و تیم، با استخدام برخی افراد بسیار پویا و بااستعداد رشد کرد.

با هر تلاشــی مصمم، این ســایت محبوبیت پیدا کرد و چند ســال بعد اکنــون میلیون‌ها نفر را تحــت تأثیر قرار داده است.

فشار برای خارج شدن از منطقه راحتی من و پشت سر گذاشتن ســخت‌ترین چالش‌ها، بزرگ‌ترین عوامل افزایش اعتماد به نفس من بودند.

به خود فشــار آوردن ســخت اســت، من ایــن را انکار نمی‌کنــم؛ اگــر در غیر ایــن صورت بــود آن را «چالش» نمی‌خواندند.

امــا یک نقل قــول از چرچیل وجــود دارد که مرتبط با هر چالشــی اســت که با آن مواجه می‌شوم، یک نقل قول که احســاس می‌کنم مربوط به همه چیزهایی است که در بالا نوشته‌ام:

«اگر در حال حرکت در جهنم هســتید، به حرکت خود ادامه دهید.»

برخــی از مردم از چالش‌ها اجتناب می‌کنند شــاید آنها ممکن اســت چندین مرتبه در یک مورد شکســت خورده باشند، شــاید به آنها گفته شده است که از عنصری برای موفقیت بی‌بهره‌اند.

در عــوض، آنها به ثبات در زندگــی پایبندند. این برای آنها خوب است، اما در نهایت می‌تواند محدودکننده باشد. اعتماد به نفس آنها هرگز رشــد پیدا نخواهند کرد و ترس آنها از شکست به قدر کافی قدرتمند خواهد شد که پیش از رفتن به دنبال موفقیت، تسلیم می‌شوند.

کلیــد اعتماد بــه نفــس رویارویی با همــه چالش‌های پیش رو اســت. پیروزی و مقابله در برابر چالش‌ها ســبب افزایــش اعتماد به نفس بــرای مواجهه بــا چالش بعدی می‌شــود. از چالش‌ها دوری نکنید، از آن اســتقبال کنید؛ آنها فرصت‌هایی برای پیشرفت و رشد به حساب می‌آیند.

منبع: Lifehack/ucan