

فرصت امروز

برای کسب وکار آفرینی

شاخص بورس تهران سرانجام ۲ میلیون واحدی شد

جهش تاریخی شاخص‌ها

فرصت امروز: صبح یکشنبه در تابلوی بورس تهران عددی ثبت شد که یک رکوردشکنی دیگر برای بازار سرمایه به حساب می‌آید. شاخص کل بورس در این روز برای نخستین بار وارد کانال ۲ میلیون واحدی شد و با...

۵

متغیرهای اقتصادی در فاصله سال‌های ۱۳۹۱ تا ۱۳۹۸ چه تغییری کرده‌اند؟

فراز و فرود اقتصاد ایران در دهه ۹۰

نهاد پژوهشی مجلس در خردادماه امسال، از وضعیت اقتصاد ایران طی سال‌های ۱۳۹۱ تا ۱۳۹۸ گزارش داد و گفت که رشد اقتصادی کشور در این دوره زمانی به شدت پرنوسان و بین منفی ۸,۳ درصد تا ۱۴ درصد بوده است. طبق این گزارش، متوسط رشد اقتصادی در سال‌های مختلف ۱۱,۴ درصد (۱۳۴۱ تا ۱۳۵۶)، منفی ۴,۸ درصد (۱۳۵۷ تا ۱۳۶۷)، ۵ درصد (۱۳۶۸ تا ۱۳۹۱) و ۰,۲ درصد (۱۳۹۲ تا ۱۳۹۸) بوده است. همچنین نرخ تشکیل سرمایه ثابت از ۱۳۹۰ پیوسته نزولی بوده و از نظر ظرفیت رشد اقتصادی در سال‌های آتی هشداردهنده است. نرخ تورم بلندمدت اقتصاد ایران نیز به‌طور متوسط ۲۰ درصد بوده، در حالی که متوسط نرخ تورم جهان در سال ۲۰۱۸ میلادی ۲,۴ درصد بوده است. براساس یافته‌های این پژوهش، یک تعداد شاغلین کشور از ۱۳۹۴ تا ۱۳۹۸ حدود ۳ میلیون نفر افزوده شده، اما این افراد عمدتاً در بخش غیرشرکتی متمرکز بر خدمات خرده‌فروشی، تعمیرات، حمل...

۳

گزارش «مجمع جهانی اقتصاد» از ریسک‌های کرونایی که کسب‌وکارها را تهدید می‌کند

۳۱ ریسک کسب و کارها

۲

مدیریت و کسب‌وکار



رکوردشکنی فروش آمازون
در ۳ ماهه دوم سال ۲۰۲۰

طراحی دفتر کاری با تکنیک‌های طلایی

کفش ملی در مسیر نوگرایی

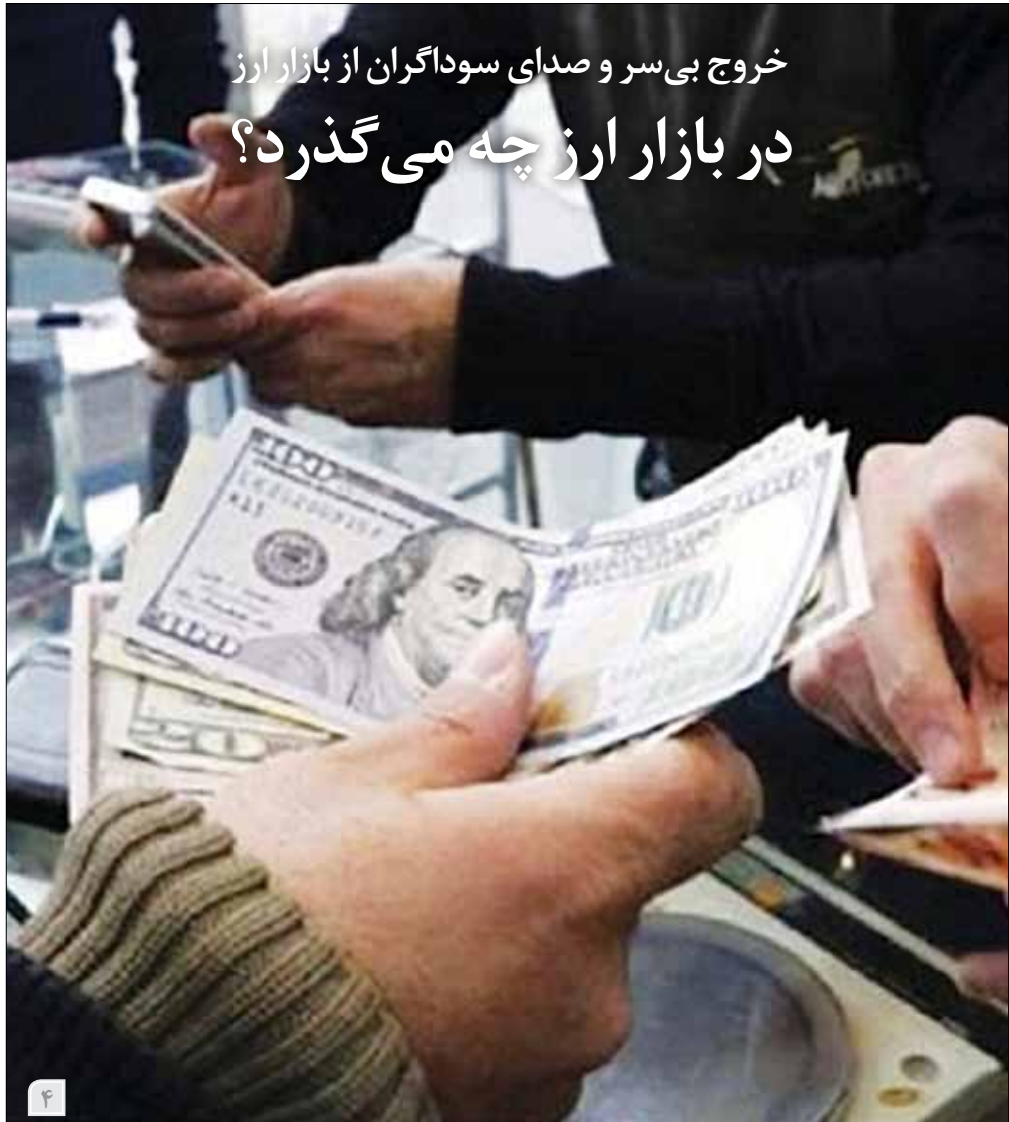
کدک وارد حوزه داروسازی شد

چالش ساخت ویدئوی تجاری

ویروس کرونا و ترندهایی که به وجود آورد

طراحی برنامه اینفلوئنسر مارکتینگ با شیوه‌های مختلف

۸ تا ۱۶



خروج بی‌سر و صدای سوداگران از بازار ارز در بازار ارز چه می‌گذرد؟

«طرح بانکداری جمهوری اسلامی ایران» چه نقاط ضعفی دارد؟

کاستی‌های طرح جدید بانکداری

«موسسه دولتی» تلقی خواهد شد که باید زیر نظر نهاد ریاست جمهوری یا یکی از وزارتخانه‌ها اداره شود مگر آنکه طراحان طرح جدید در نظر داشته باشند علاوه بر وزارتخانه و شرکت و موسسه دولتی، یک نهاد دولتی دیگر فراتر از این عناوین ابداع کنند.

وی افزود: از سوی دیگر قانونگذار جدید که تصمیم دارد که بانک مرکزی را به طور تلویحی به عنوان یک موسسه دولتی تشکیل دهد باید تکلیف حقوق و تعهدات «شرکت سهامی دولتی بانک مرکزی» فعلی را نیز تعیین کند که آیا شخصیت و ماهیت حقوقی شرکت سهامی بانک مرکزی همچنان باقی خواهد بود یا منحل می‌شود و یا آنکه فقط مجموع از ارکان آن حذف می‌شود ولو آنکه براساس قوانین فعلی موسسه دولتی محسوب شود. مگر آنکه ادعا شود که بانک مرکزی جدید همان بانک مرکزی قدیم است که فقط ماهیت حقوقی آن از شرکت دولتی به موسسه دولتی تغییر یافته است.

* انتخاب اعضای ارکان بانک مرکزی توسط دولت

دبیر کمیسیون حقوقی بانک‌ها و موسسات اعتباری گفت: در طرح جدید شورای پول و اعتبار و هیات نظارت اندوخته اسکناس حذف شده و جایگزین آنها هیات عالی و هیات نظارت حسابرسی آمده است که در طراحی جدید ساختار بانک مرکزی که بی‌شباهت به ساختار تشکیلات بانک مرکزی انگلستان (اختصاراً BOE) نیست کلیه مقامات و اعضای کلیدی ارکان بانک مرکزی مستقیم یا غیرمستقیم توسط دولت انتخاب می‌شود. به هر حال از جمله مهم‌ترین وظیفه و مسئولیت‌های پیش‌بینی شده برای بانک مرکزی ثبات سطح عمومی قیمت‌ها و کنترل تورم، تعیین و اجرای سیاست‌های پولی و ارزی، ضرب مسکوکات و انتشار اسکناس‌های رایج کشور است و با ساختار جدید، بانک مرکزی به صورت موسسه‌ای دولتی به طور کامل در اختیار دولت قرار می‌گیرد و امکان نظارت مستقیم قوای مقننه و قضائیه بر عملکرد آن نیز چندان قابل توجه نیست. همچنین، تنها شخص رئیس‌جمهور یا وزارتخانه‌ای که موسسه دولتی بانک مرکزی تحت نظارت آن قرار خواهد گرفت باید پاسخگوی عملکرد بانک مرکزی باشند.

وی حذف هیأت نظارت اندوخته اسکناس را نیز از دیگر تغییرات دانست و اظهار کرد: در طرح جدید هیات نظارت بر اندوخته اسکناس به طور کلی حذف و وظیفه مقررات‌گذاری در مورد نحوه توزیع اسکناس برعهده هیات عالی بانک مرکزی قرار گرفته است که با توجه به ترکیب دولتی هیات عالی این امر به منزله اختیارات کامل دولت در چاپ و نشر اسکناس است.

* دارایی‌های بانک مرکزی پشتوانه پول منتشرشده

نظافتیان افزود: در طرح جدید دارایی‌های بانک مرکزی پشتوانه پول منتشر شده توسط این بانک است و تعیین مقررات مربوط به انتشار پول توسط بانک مرکزی هم در اختیار هیات عالی قرار گرفت است که اولین پرسش در این زمینه آن است که «دارایی‌های بانک مرکزی» شامل چه اقلامی است و منظور ارزش ففتری این دارایی‌هاست یا ارزش واقعی؟ پرسش بعدی آن است که در غیاب هیات نظارت بر اندوخته اسکناس و تفویض اختیارات آن به هیات عالی چگونه و با چه مکانیزمی می‌توان فعالیت‌های بانک مرکزی در زمینه چاپ و نشر اسکناس را تحت نظارت قرار داد تا مبادرت به چاپ و نشر پول بدون پشتوانه قانونی لازم نکند؟

وی با بیان اینکه با این ساختار دولتی نمی‌توان انتظار داشت که بانک مرکزی در اعمال سیاست‌های بانکی و نظارت بر بانک‌ها و موسسات اعتباری بتواند مستقل از دولت عمل کند، گفت: یکی دیگر از تشکیلات بانک مرکزی که در طرح جدید پیش‌بینی شده، هیات انتظامی بانک مرکزی است که قرار است به تخلفات اشخاص تحت نظارت بانک مرکزی رسیدگی و صدور حکم

فرصت امروز: «قانون جامع بانکداری جمهوری اسلامی ایران» جدی پیش توسط کمیسیون اقتصادی مجلس دهم تدوین شد و همان زمان با انتقادات کارشناسان و اقتصاددانان مواجه شد. حالا به نظر می‌رسد این طرح بار دیگر در دستور کار مجلس یازدهم قرار گرفته و از آنجا که طرح جدید بانکداری، نظام بانکی کشور را از اساس تغییر می‌دهد، کارشناسان پولی و بانکی به نقد دوباره این طرح پرداخته‌اند. طرحی که دارای حدود ۲۰۰ ماده در چهار بخش اصلی است و از آنجا که دولت در تدوین این طرح مشارکت جدی نداشته، به نظر نمی‌رسد که بتواند گرهی از مشکلات نظام بانکی ایران را بگشاید؛ چنانچه نهاد پژوهشی مجلس اخیراً در گزارشی به «اصل اولویت قانونگذاری از طریق لایحه» (قانونگذاری لایحه‌محور) اشاره کرده و در بررسی کارنامه مجلس دهم بر آسیب طرح محوری در ابتکار قانونگذاری تأکید کرده است.

به گفته مرکز پژوهش‌ها، کارنامه مجلس دهم نشان می‌دهد، برخلاف «اصل اولویت قانونگذاری از طریق لایحه»، تعداد طرح‌های ارائه شده به مجلس به اندازه چشمگیری در تعداد لوایح پیشی گرفته است، به طوری که در سال پایانی مجلس دهم (سال ۱۳۹۸) تنها به ازای هر چهار طرح ارائه شده، یک لایحه به مجلس تقدیم شده و چهار پنجم ابتکار تقنینی از طریق طرح صورت گرفته است. بدین ترتیب، آسیب طرح محوری در ابتکار قانونگذاری، با سرعت و حدت گریبانگیر نظام تقنینی ایران شده و بخش عمده‌ای از دلایل شلگلیگری این وضعیت که بازوی کارشناسی مجلس از آن با عنوان «اختلال در ابتکار قانونگذاری» یاد کرده، به آسیب دیدن روابط قوا و تعامل نداشتن آنها بازمی‌گردد.

به هر حال، طرح جدید بانکداری، اگرچه بسیاری از مشکلات فعلی سیستم بانکی را حل خواهد کرد، ولی در این طرح به طور شفاف مشخص نشده که بانک‌ها و موسسات اعتباری دارای چه مدلی از کسب وکار هستند و هزینه‌های پرسنلی و عملیاتی آنان چگونه باید تأمین شود و ...

* حذف مجمع عمومی از ارکان بانک مرکزی

در زمینه زمینه، علی نظافتیان، دبیر کمیسیون حقوقی کانون بانک‌ها، ضعف‌های این طرح را برشمرد و به ایسنا گفت: هر طرح یا لایحه در صورت تصویب نهایی باید موجب تسهیل در رفع نیازها یا مشکلات مردم را فراهم آورد، نه آنکه بر مشکلات و چالش‌ها بیفزاید. ضمن آنکه در طرحی چنین بااهمیت باید مشخص شود که این طرح، ساختار فعلی بانک مرکزی کدام کشور را الگو قرار داده و در مورد دو موضوع مهم یعنی انطباق یا عدم مغایرت عملیات بانکی با موازین شرعی و نیز استقلال بانک مرکزی چه تدابیری اندیشه است. همچنین، اساساً چه مدل کسب‌وکار برای بانک‌ها و موسسات اعتباری در این طرح در نظر گرفته شده است.

او ادامه داد: نکته‌ای که در مورد این طرح چندان منطقی و خوشایند به نظر نمی‌رسد عدم اتفاق نظر مجلس، دولت و بانک مرکزی در مورد این طرح است. از نظر اجرایی دولت و بانک مرکزی باید در طرحی که نظام بانکی را از اساس تغییر می‌دهد، مشارکت داشته باشند تا امکانات اجرای مطلوب آن فراهم شود.

نظافتیان سپس به حذف مجمع عمومی از ارکان بانک مرکزی اشاره کرد و ادامه داد: یکی از اشکالات این طرح اهداف و وظایف بانک مرکزی است. در این طرح مجمع عمومی از ارکان بانک مرکزی حذف شده است که از نظر حقوقی با توجه به تعاریف قانون محاسبات عمومی و قانون خدمات مدیریت کشوری، حذف مجمع یک شرکت دولتی به معنای تبدیل آن به موسسه دولتی است. بدین ترتیب زمانی که مجمع عمومی سهامداران از ارکان بانک مرکزی حذف شود برابر مقررات قانون محاسبات عمومی خواه ناخواه این تشکیلات جدید

بانک‌ها تا حد زیادی مشخص است، اما در طرح جدید بانکداری چه مقرراتی برای این موضع در نظر گرفته شده است؟ علاوه بر این، پیام طرح جدید آن است که دولت باید حداقل طرف یک سال یک بانک دولتی دیگر به نام بانک توسعه جمهوری اسلامی ایران تأسیس کند یا یکی از بانک‌های تخصصی موجود را با حفظ مأموریت‌های آن به بانک توسعه تبدیل کند.

وی یکی از ویژگی‌های اصلی طرح جدید بانکداری را توجه ویژه به نهادهای مکمل صنعت بانکداری نظیر شرکت‌های گزارشگری اعتباری، موسسات تضمین اعتبار، صندوق ضمانت سپرده‌ها و کانون موسسات اعتباری دانست و اظهار کرد: یکی از راه حل‌های اساسی رفع چالش‌های فعلی صنعت بانکداری، تقویت عملی نهادهای غیردولتی مکمل صنعت بانکداری است که بانک مرکزی را در طراحی، سیاست‌گذاری و نظارت بر عملیات بانکی موسسات اعتباری یاری رسانند و نظریات کارشناسی خود را به شبکه بانکی کشور ارائه دهند. در این زمینه از منظر کارشناسی به نظر می‌رسد مجلس باید به جای شبه دولتی‌سازی نهادهای مکمل صنعت بانکداری و مدیریت مستقیم یا غیرمستقیم دولت بر این قبیل نهادهای، شرایطی را فراهم آورد که بخش خصوصی بتواند در تشکیل و رانندازی این قبیل نهادهای شوق فعالیت و سرمایه‌گذاری داشته باشد و راهگشای مشکلات فراوان سیستم بانکی کشور باشد.

نظافتیان طرح بانکداری جمهوری اسلامی تهیه شده توسط کمیسیون اقتصادی مجلس دهم را طرحی نسبتاً جامع دانست و گفت: بسیاری از موضوعات مطرحه در آن از جمله چالش‌های فعلی نظام بانکی کشور است که قطعاً اتخاذ تصمیم در مورد آنها بسیاری از مشکلات فعلی سیستم بانکی کشور را حل خواهد کرد، ولی در این طرح به طور شفاف مشخص نشده که بانک‌ها و موسسات اعتباری دارای چه مدلی از کسب و کار هستند و هزینه‌های پرسنلی و عملیاتی آنان چگونه باید تأمین شود و در صورتی که بین نرخ تمام شده محصولات و خدمات بانکی و میزان سود یا کارمزد ابلاغ شده بانک مرکزی تفاوت باشد چه راهکاری برای رفع این حاشیه سود وجود دارد که سپرده‌گذاران و سهامداران بانک‌ها از آن منتضر نشوند و بالاخره آنکه چه تدابیری برای حل مشکل مطالبات معوق بانک‌ها در این طرح اندیشیده شده است؟

نوبت اول

شماره: ۹۲۷۱۵۰

برق رامین

آگهی فراخوان ارزیابی کیفی و مناقصه عمومی یک مرحله‌ای

شماره ۹۹/۹/۱۰۶ م

خرید برق از نیروگاه گازی افق ماهشهر سال ۹۹

رجوع به صفحه ۵

شرکت تولید نیروی برق رامین- امور تدارکات

کنند. نکته قابل بررسی در مورد هیات انتظامی، ماهیت حقوقی آن است که در ترکیب هیات بدوی سه قاضی و در ترکیب هیات تجدیدنظر دو قاضی منصوب قوه قضائیه پیش‌بینی شده که با معرفی رئیس کل بانک مرکزی و حکم ریاست قوه قضائیه منصوب می‌شوند و اولین پرسشی که در این زمینه قابل طرح است آن است که آیا این هیات انتظامی با چنین ترکیبی یک محکمه قضایی است یا یک محکمه دادگاه اداری نظیر هیات‌های رسیدگی به تخلفات اداری کارکنان دولت یا مراجع حل اختلاف کار؟ در صورتی که یک محکمه اداری است در این صورت آرای آن قاعداً تا بایستی قابل اعتراض در دیوان عدالت اداری باشد، اما اگر محکمه قضایی است جایگاه آن نه در بانک مرکزی بلکه براساس قوانین فعلی موسسه دولتی محسوب شود. مگر آنکه ادعا شود که مدنی یا کیفری خواهد بود.

نظافتیان افزود: با توجه به اهمیت و وسعت فعالیت‌های مالی بانک مرکزی در داخل و خارج کشور منطقی نیست هم حسابرس و هم ناظر یا بازرس قانونی بانک مرکزی قوه مجریه باشد که دیوان محاسبات در این زمینه می‌تواند نقش ناظر مجلس بر عملکرد مالی بانک مرکزی را داشته باشد. از دیگر اشکالات اساسی وارد بر قانون عملیات بانکی بدون رأ پیچیدگی روابط حقوقی بین بانک و مشتریان چه در بخش سپرده‌گذاری و چه در بخش تسهیلات و اعتبارات است که این ایراد در قانون جدید نه به طور کامل بلکه تا حدی برطرف شده است.

* بررسی مقررات عملیات بانکی بدون را

دبیر کمیسیون حقوقی بانک‌ها و موسسات اعتباری ادامه داد: در مورد مقررات عملیات بانکی بدون را به طرح جدید بانکداری رعایت چند نکته چون رعایت نظریات عام مراجع عظام تقلید در تدوین این مقررات است. یکی از نکات بسیار مثبت طرح جدید ماده ۱۰۸ است که براساس آن موسسات اعتباری ملزم شده‌اند نوع عقد، نحوه محاسبه سود و اقساط تسهیلات، جریمه تاخیر و سایر موارد مربوط به قرارداد را به صورت شفاف در متن قرارداد درج نمایند و نسخه‌ای از قرارداد را در اختیار تسهیلات‌گیرنده و ضامن‌ها قرار دهند. در ادامه وی درباره ماده ۱۳۱ این طرح، توضیح داد: طبق آن پیش‌بینی شده که جرائم تاخیر تسهیلات بانکی متعلق به دولت است که در حساب ویژه جرایم تاخیر تجمیع و با تصمیم کارگروه ویژه‌ای برای تسویه بدهی بدهکاران ورشکسته تخصیص می‌یابد تا پس از تمکن مجدد به دولت بازگرداند. در این زمینه، از نظر مبانی مالکیتی براساس کدام منطق شرعی یا قانونی و حقوقی جرائم تاخیر که در اثر تاخیرگیرندگان تسهیلات پرداختی بانک‌ها ایجاد و به حساب بانک تسهیلات‌دهنده واریز می‌شود اما در طرح جدید متعلق به دولت اعلام شده است؟ بر فرض بپذیریم که این منابع متعلق به دولت است. در آن صورت چگونه می‌توان برخلاف اصول قانون اساسی درآمد دولت حاصل از وصول جرائم تاخیر را بدون درج در لایحه بودجه و با تصمیم یک کارگروه بین بدهکاران تقسیم می‌شود.

نظافتیان افزود: همچنین، از نظر مدیریتی تسهیلات‌گیرنده‌ای که اطمینان دارد که اگر بدهی خود را به بانک نپردازد بلکه وی می‌تواند با گرفتن حکم ورشکستگی یا اعسار بدهی خود را از محل جرائم تاخیر پرداخت کند، فاقد انگیزه کافی برای پرداخت بدهی خود به بانک‌ها خواهد بود. علاوه بر این، افزایش میزان مطالبات معوق بانک‌ها یکی از آثار بدهی‌های ماده ۱۳۱ طرح، پیش‌بینی می‌شود.

* مسئولیت بانک‌ها در خسارات وارده بر مشتریان

دبیر کمیسیون حقوقی بانک‌ها و موسسات اعتباری گفت: در قانون پولی و بانکی مسئولیت بانک‌ها در مورد خسارات وارده بر مشتریان در اثر عملیات

سرمقاله

چرا آمریکا به ترامپ نیاز دارد؟

مهدی جباریان

دکترای مدیریت استراتژیک

کمتر از یکصد روز تا انتخابات آمریکا باقی مانده است و نظرسنجی‌ها نشان می‌دهد که جو بایدن، معاون رئیس‌جمهور سابق و سناتور اسبق دموکرات از دونالد ترامپ پیشی گرفته است. خروج از معاهدات بین‌المللی و نحوه مدیریت بحران اپیدمی کرونا، این روزها به‌عنوان پاشنه آشیل ترامپ برشمرده می‌شوند و درپچه‌ای برای انتقادات از او گشوده‌اند، اما اینها فقط نظرسنجی هستند.

دونالد ترامپ، یک بازرگان فعال در صنعت ساختمان و املاک در شهر نیویورک بود که بدون هیچ پیشینه سیاسی پا به عرصه سیاست و آن‌هم در بالاترین رده ایالات متحده آمریکا گذاشت و در رویدادی کم‌سابقه از برج خود در منهتن به کاخ سفید اسباب‌کشی کرد. با اینکه ترامپ هیچ سابقه‌ای در سیاست نداشته است، اما به گواه رسانه‌ها و البته پیشینه موجود از او، در پروپاگاندا دست کمی از سیاستمداران کارکشته ندارد.

از طرف دیگر، همان‌طور که آشکار است، حزب جمهوری‌خواه همانند سایر احزاب با سابقه طولانی جهان، متشکل از صدها سیاستمدار، شرکت، تجار و سرمایه‌گذاران متعدد است. پس اینکه فکر کنیم همه این افراد براساس رویدادی کاملاً اتفاقی و به‌طور ناگهانی و یا تحت تاثیر یک رویای شبانه، ترامپ را به‌عنوان گزینه خود برگزیده‌اند، قدری ساده‌انگارانه خواهد بود. پس چرا علی‌رغم فوج انتقاده‌ها، ترامپ به کاخ سفید راه یافت و چرا با وجود ادامه این انتقاده‌ها، آمریکا همچنان به این انبوه‌ساز نیویورکی نیاز دارد؟

ترامپ یک کار را تا به امروز به خوبی انجام داده است. او از تمام قراردادهایی که به نفع آمریکا نبود، به‌نوعی خارج شده و یا کمک‌های خود را قطع کرده است. این کار، دور از شأن بین‌المللی یک ابرقدرت است، اما این داستان شکل دیگری خواهد گرفت. برای نمونه در معاهده برجام، آمریکا به‌عنوان بازیگر اصلی، این معاهده را امضا کرد، اما منافع برجام به سمت چین روانه شد که رقیب فعلی امریکاست. نهایتاً نتیجه این شد که آمریکا از برجام خارج شد. در بسیاری از معاهده‌های دیگر هم شرایط بر همین منوال است. در واقع، آمریکا بهترین فرد برای زدن زیر قراردادهای بین‌المللی را انتخاب کرده است، اما این بازی در همین‌جا پایان نخواهد یافت.

در مورد دیوار مکزیک نیز یک منطق ساده وجود دارد؛ آمریکای جنوبی، سرزمینی پر از نیروی انسانی بسیار ارزان و در منطقه به شدت تحت نفوذ آمریکاست بنابراین چه چیزی بهتر از یک دیوار می‌تواند میزان و نرخ کارگر را در دو سوی مرز تنظیم کند. فرض کنید که در آمریکا نیاز به کارگر وجود داشته باشد، پس به‌راحتی دروازه‌های دیوار باز خواهد شد. حال فرض کنید که سرمایه‌گذاری مستقیم شرکت‌های بزرگ آمریکایی در کشورهای آمریکای جنوبی با احداث خطوط تولید صورت پذیرد. در اینجااست که درهای دیوار بسته خواهد ماند تا میلیون‌ها نیروی انسانی فاقد شغل با کمترین قیمت ممکن در این کارخانه‌ها و در سرزمین خودشان مشغول به کار شوند. البته کشیدن دیوار، خود زمینه‌ساز سایر سیاست‌هاست که هنوز در میانه راه هستند. از سوی دیگر، آمریکا در حال حاضر سیاست خود را نسبت به چین تغییر داده است که از نمونه‌های آن می‌توان به تحریم هوای و افزایش تعرفه‌ها اشاره کرد و البته به نظر می‌رسد جنگ تجاری بین این دو قدرت جهانی به مراحل جدی‌تری وارد می‌شود. اتحادیه اروپا نیز با موضع‌گیری در قبال مسئله هنگ‌کنگ، بنا را بر این نهاده است که موضع خود را به‌همراه آمریکا به پیش ببرد. به علاوه بحران همه‌گیری کرونا باعث ایجاد مشروعیت برای جبهه‌گیری‌های تند نیز شده است.

اما آمریکا در سمت دموکرات‌ها، جو بایدن را دارد که با توجه به قزاین و گفته‌ها بنا دارد در صورت موفقیت در انتخابات ریاست‌جمهوری به قراردادهایی که ترامپ از آنها خارج شده است، بازگردد. این قسمت را با ذکر یک مثال شفاف کرونا بیاوریم. فرض کنید در اتومبیل در مقابل هم قرار گرفته‌اند و به‌سرعت به سمت یکدیگر در جاده‌ای باریک در حال گاز دادن هستند. هر اتومبیلی هم که از سرشاخ شدن اجتناب کند، بازنده این بازی خواهد بود. حال در میانه این کش و قوس، راننده یکی از این دو اتومبیل را عوض کنیم و از راننده‌ای دیگر استفاده کنیم که قصد تغییر مسیر را دارد. در همین گام نخست، این تغییر به معنای باخت ماشینی است که راننده‌اش را عوض کرده و راننده تهاجمی خود را با راننده‌ای مصالحه‌کننده جایگزین کرده است.

نکته‌ای که در حال حاضر در مورد اقتصاد آمریکا وجود دارد، تاثیر پاندمی کرونا است که هزاران میلیارد دلار کسری بودجه روی دست دولت قرار خواهد داد و احتمالاً آمریکا بایستد پس از گذار از این دوره با استفاده از سیاست‌های ریاضت اقتصادی به کاهش این کسری اقدام کند و این روند شامل هر کدام از رقبا می‌شود که نهایتاً به کاخ سفید راه یابند.

به‌عنوان جمع‌بندی باید گفت، با آنکه این روزها نظرسنجی‌ها حاکی از پیشی گرفتن جو بایدن از دونالد ترامپ هستند، اما در نهایت این نظرسنجی‌ها نیستند که مهمان کاخ سفید را مشخص می‌کنند. با اینکه هیچ پیش‌بینی قطعی نمی‌توان در مورد سیاست انجام داد، اما این‌طور به نظر می‌رسد که سیستم سیاسی-اقتصادی آمریکا به نخبگان قدرت در حال حاضر محتاج حضور رئیس‌جمهوری با رویکرد تهاجمی خواهند بود و به نظر قضا و اراده‌ای برای تغییر به چشم نمی‌خورد، هرچند که در نبود کاخ سفید هم ترامپ نهایتاً بدون کاخ باقی نخواهد ماند.

فرصت امروز: «مجمع جهانی اقتصاد» معتقد است دنیای پساکرونايي وجود ندارد و انسان بايد به زندگي با کووید-۱۹ عادت کند، چراکه کرونا نه‌تنها یک بحران سلامت با ابعاد عظیم است، بلکه یک بازسازی قريب‌الوقوع در نظم اقتصاد جهانی ایجاد می‌کند. چندی پیش «مجمع جهانی اقتصاد» مطالعه‌ای در مورد وضعیت کسب‌وکارها در سایه پاندمی کرونا انجام داد و بزرگ‌ترین ریسک‌هایی را که کسب‌وکارها با آن روبه‌رو هستند، شناسایی کرد. در این مطالعه، ریسک به‌عنوان رویداد یا شرایطی نامشخص با پتانسیل تاثیرگذاری منفی بر کشورها و کسب‌وکارها تعریف شده و ۳۱ ریسک جهانی براساس نظر کارشناسان رتبه‌بندی شده است. مجمع جهانی اقتصاد (WEF) ریسک‌های ناشی از کووید-۱۹ را به پنج دسته اصلی تقسیم کرده که به ترتیب اهمیت عبارتند از عوامل اقتصادی(۱۰ ریسک)، عوامل اجتماعی(۹ ریسک)، عوامل ژئوپلیتیک و جغرافیای سیاسی(۶ ریسک)، عوامل تکنولوژیکی(۴ ریسک) و عوامل زیست‌محیطی(۲ ریسک). در گزارش حاضر، به بازخوانی ۳۱ ریسک مهمی که از نگاه مجمع جهانی اقتصاد، کسب‌وکارها را در سایه شیوع کرونا تهدید می‌کند، پرداخته‌ایم.

• آنچه از تهدید کرونا پس از گذشت ۶ ماه نمی‌دانیم درحالی شش ماه از ورود کرونا به ایران و جهان می‌گذرد که هنوز میزان دانسته‌های ما از میزان نادانسته‌های ما از این ویروس کمتر است. بحران کرونا به گفته اندیشمندان، یک نقطه عطف در تاریخ بشری به حساب می‌آید و تدابیر بزرگ دولت‌ها هنوز نتوانسته آنچنان که باید و شاید این تهدید فراگیر بشری را مهار کند. چشم‌انداز جهان هنوز مبهم است و مشخص نیست که این بحران چقدر طول می‌کشد و چه زمانی درمان قطعی برای این بیماری کشف خواهد شد.

در این بین، کرونا بزرگ‌ترین تهدید اقتصادی یک قرن اخیر در اقتصاد جهانی را پدید آورده و میانگین رشد اقتصادی جهان را کاهش داده و رکود فراگیر را ایجاد کرده است بنابراین شناخت این بحران و راهکارهای مقابله با این بحران اقتصادی به ضرورتی برای کسب‌وکارها بدل شده است. در این راستا، مجمع جهانی اقتصاد به شناسایی ۳۱ ریسک جهانی در سایه کرونا پرداخته و آنها را به ترتیب اولویت برشمرده است.

پیش از هر چیز باید گفت، ریسک به معنایی در معرض خطر قرار گرفتن است. برخی ریسک را خطری می‌دانند که باعث انحراف از وضعیت مطلوب است. در تعریف دیگر، ریسک به مفهوم احتمال وقوع حوادث غیرمنتظره و زیان است. به طور کلی، ریسک، رویدادی غیرمنتظره است که بر زندگی انسان تاثیر دارد و اهمیت آن در حوزه اقتصاد دوچندان است، زیرا همه کسب و کارها در معرض ریسک قرار دارند. در نتیجه می‌توان این پرسسک‌ها را به ریسک‌های تجاری و غیرتجاری تقسیم کرد. ریسک‌های تجاری، ریسک‌هایی هستند که یک شرکت نسبت به آنها آگاهی دارد و با فرصت‌یابی می‌تواند به ایجاد مزیت رقابتی منجر شود. ریسک‌های تجاری به بازار محصولات و خدماتی که بنگاه در آنها فعالیت می‌کند، بستگی دارد و می‌تواند به ناآوری نیز بینجامد. در سوی مقابل، ریسک‌های غیرتجاری شامل تمامی ریسک‌ها غیر از ریسک‌های تجاری است، نظیر تغییرات در

گزارش «مجمع جهانی اقتصاد» از ریسک‌های کرونایی که کسب‌وکارها را تهدید می‌کند

۳۱ ریسک کسب و کارها



و خصوصیات فرهنگی بر شکل و عملکرد نظام سیاسی، گزینه‌های سیاست خارجی دولت‌ها را تعیین می‌کند. یکی از چالش‌هایی که بعد از شروع بحران کرونا شکل گرفته است، موضوعات ژئوپلیتیکی، منطقه جغرافیایی و بین کشوری است. این موضوع می‌تواند منجر به محدودیت‌های بیشتر در تجارت بین کشوری شود که فشار بیشتری را بر تشدید بحران‌ها دارد. ریسک‌های ژئوپلیتیک عبارتند از: بسته ماندن مرزها و مشکلات جابه‌جایی کالا و افراد(۴۹ درصد)، بهره‌برداری دولت‌ها از بحران کووید-۱۹ برای منافع ژئوپلیتیک(۲۴ درصد)، تشدید بحران‌ها با کاهش کمک‌های خارجی به برخی کشورها(۲۰ درصد)، دولتی‌تر شدن صنایع استراتژیک در بعضی از کشورها(۱۷ درصد)، ناکامی در حمایت و سرمایه‌گذاری سازمان‌های بین‌المللی برای حل بحران(۸ درصد) و تشدید مناقشات نظامی بلندمدت(۲ درصد).

• ریسک‌های فناوری (۴ ریسک) به همراه درصد آن فناوری افراد را قادر به پیشگیری از گسترش کووید-۱۹ کرده است. ابزارهای دیجیتالی، کار از راه دور را به صورت گسترده برای مشاغل امکان‌پذیر ساخته است. با این حال برخی تحلیلگران معتقدند که حملات سایبری به دلیل کار از راه دور یک نگرانی رو به رشد است. اتوماسیون بیشتر ممکن است به بیکاری بیشتر هم منجر گردد. ریسک‌های فناوری عبارتند از: حملات سایبری و سوء‌استفاده از داده‌ها به دلیل تغییر الگوهای کاری(مجازی شدن و دور کاری)(۳۸ درصد)، بیکاری بیشتر نیروی کار به دلیل اتوماسیون و طراحی فرآیندهای کاری با ارتباط انسانی کمتر(۲۵ درصد)، پذیرش اجباری قواعد و فناوری‌های جدید(مانند درمان و مراقبت از راه دور)(۱۴ درصد) و اختلال در زیرساخت‌ها و شبکه‌های آی تی (۷ درصد).

• ریسک‌های زیست‌محیطی (۲ ریسک) به همراه درصد آن در ابتدای شروع بحران کرونا به دلیل کم شدن فعالیت‌ها با کاهش آلودگی و تولید گازهای گلخانه‌ای روبه‌رو بودیم، ولی وقتی که اقتصادها مجدداً رونق یابند موضوعات زیست محیطی چندان مورد توجه قرار نخواهند گرفت بنابراین سرمایه‌گذاری‌های زیست‌محیطی با تأخیر مواجه شده و اقدامات جهانی با تأخیر و عقبگرد مواجه می‌شوند. مسائل زیست محیطی بزرگ‌ترین ریسک جهانی در سال جاری محسوب می‌شود. ریسک‌های زیست‌محیطی عبارتند از: ریسک کاهش سرمایه‌گذاری‌های زیست محیطی و آب و هوا(۱۸ درصد) و کاهش تلاش‌های جهانی کربن‌زدایی(۵ درصد).

در رابطه با ارزیابی احتمال وقوع و پیامدهای ریسک نیز این سوال اساسی وجود دارد که آیا این ریسک‌ها برای کسب و کارها اهمیت یکسان دارند یا خیر؟ پاسخ به این سوال منفی است، زیرا این ریسک‌ها بر حسب نوع صنعت یا کشور با هم متفاوت هستند بنابراین برای درک جایگاه کسب و کار خود بهتر است ابتدا ریسک‌ها را براساس احتمال وقوع به کم تا زیاد مشخص کنید. در مرحله بعد پیامدها (کاهش و یا افزایش فروش) را براساس میزان اثرگذاری از کم تا زیاد تعیین کنید. ترکیب این دو عامل ۹ ناحیه را ایجاد می‌کند که در انتخاب استراتژی‌ها و راهکارها برای شرکت و یا کسب و کار می‌تواند مفید باشد.

محیط‌های اقتصادی و سیاسی و یا تلاطم‌های زیست محیطی مانند کووید-۱۹. مجمع جهانی اقتصاد در گزارش خود ریسک‌های ناشی از کرونا را در پنج دسته اقتصادی، اجتماعی، جغرافیای سیاسی و ژئوپلیتیک، تکنولوژیکی و زیست محیطی تقسیم کرده و آنها به ترتیب اهمیت، اولویت‌بندی کرده است. همانطور که گفته شد، از نگاه مجمع جهانی اقتصاد، ریسک به عنوان رویداد و شرایطی نامشخص با پتانسیل تاثیرگذاری منفی بر کشورها و صنایع مختلف تعریف شده است.

• ریسک‌های اقتصادی (۱۰ ریسک) به همراه درصد آن به دلیل شیوع کرونا تولید و مصرف کالاها و خدمات در جهان دچار تغییر شده است و در هر دو طرف عرضه و تقاضا شوک ایجاد شده است. این بحران تغییرات اقتصادی جهانی را تشدید کرده است و ریسک‌های اقتصادی احتمالاً در آینده نزدیک تهدیدکننده خواهند بود. بانک‌های مرکزی میلیاردها دلار برای حل مشکل هزینه می‌کنند و بدهی‌های کشورها بیشتر می‌شود. در این زمینه، ۱۰ ریسک شناسایی شده است که عبارتند از: رکود بلندمدت اقتصاد جهانی(۶۹ درصد)، افزایش ناگهانی ورشکستگی شرکت‌های بزرگ و بنگاه‌های کوچک و متوسط) و موج ادغام صنعتی (۵۷ درصد)، ورشکستگی صنایع یا بخش‌های اقتصادی در برخی کشورها (۵۶ درصد)، افزایش بیکاری به‌ویژه جوانان(۴۹ درصد)، تضعیف جایگاه و موقعیت‌های مالی اکثر اقتصادها(۴۶ درصد)، نوسان و اختلال بلندمدت زنجیره تأمین جهانی(۴۲ درصد)، فروپاشی اقتصاد کشورهای در حال توسعه(۳۸ درصد)، افزایش شدید تورم در جهان(۲۰ درصد)، خروج گسترده سرمایه‌ها و رکود در سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی(۱۸ درصد) و کاهش بودجه‌های بازنشتگی به دلیل مشکلات مالی صندوق‌های بازنشستگی (۱۸ درصد).

• ریسک‌های اجتماعی (۹ ریسک) به همراه درصد آن با وجود تلاش‌های جهانی هنوز احتمال شیوع کووید-۱۹ یا جهش بیماری وجود دارد. با کاهش سطح محدودیت‌ها و قرنطینه، برخی از ریسک‌ها پیچیده‌تر می‌شوند. همچنین نابرابری اجتماعی بیشتر شده و ممکن است رفاه اجتماعی کاهش یابد. عدم اطمینان نسبت به آینده، بیکاری و فقر بیشتر را به همراه دارد. تغییر نگرش آحاد جامعه و اولویت‌ها نیز از مشکلات پیش رو هستند. بر این اساس برخی ریسک‌های اجتماعی عبارتند از: شکلگیری موج دوم بحران کرونا و حتی یک بیماری متفاوت(۳۱ درصد)، بحران دولتی ناشی از اجرای محدودیت‌ها در مواقع اضطراری و کاهش آزادی‌های فردی(۲۳ درصد)، تشدید مشکلات سلامت روانی(۲۲ درصد)، افزایش نابرابری اجتماعی(۲۱ درصد)، عصبانیت مردم از مدیران سیاسی و بی‌اعتمادی به دولت‌ها(۱۸ درصد)، تضعیف و یا فروپاشی نظام ملی تأمین اجتماعی(۱۶ درصد)، گران شدن و ناکارآمدی مراقبت‌های بهداشتی(۱۵ درصد)، ورشکستگی نظام‌ها و موسسات تحصیلی و آموزشی در صورت طولانی شدن بحران(۱۲ درصد) و شکل‌گیری گرایش‌ات ضد کسب و کار(۲ درصد).

• ریسک‌های ژئوپلیتیکی (۶ ریسک) به همراه درصد آن جغرافیای سیاسی یا عوامل ژئوپلیتیکی به مفهوم تاثیر عوامل جغرافیایی بر رفتار و قدرت دولت‌ها است. ویژگی‌های سرزمین، آب و هوا، منابع طبیعی، موقعیت جغرافیایی، ویژگی‌های جمعیتی

«استاندارد چارترد» بررسی کرد

چرا قیمت نفت در مرز ۴۰ دلار گیر کرده است؟

هفته کاهش پایان داد. سطح مصرف مذکور، بالاترین میزان در چهار ماه گذشته بوده است. همچنین رشد موارد ابتلا به ویروس کرونا در آمریکا اندکی آهسته شده و ایالت‌های کلیدی مانند تگزاس، فلوریدا و کالیفرنیا شاهد کاهش موارد ابتلا در مقایسه با اوج اخیرشان بوده‌اند. به گفته تحلیلگران شرکت کلیر ویو انرژی، این امر می‌تواند به منزله فروکش کردن ریسک کندی تقاضا یا قرنطینه هدفمند باشد، اما دورنمای موج دوم شیوع ویروس کرونا در اواخر سال همچنان یک ریسک جدی تلقی می‌شود.

اما احساسات هفته به هفته تغییر می‌کند و معلوم نیست این دیدگاه که بازارهای نفت در نیمه دوم سال با کمبود عرضه مواجه می‌شوند، درست از آب درخواهد آمد یا نه. شرکت تحقیقاتی «ریستاد انرژی» هفته گذشته هشدار داد که تسهیل محدودیت عرضه «اوپک پلاس» باعث تجدید اشباع عرضه در چهار ماه آینده خواهد شد. به گفته بیورن تونهانگ، مدیر تحقیقات بازار نفت در «ریستاد انرژی»، انتظار می‌رود عرضه جهانی در چند ماه آینده افزایش قابل توجهی پیدا کند و از رشد تقاضا فراتر رود. تجربه «اوپک» برای افزایش تولید از اوت ممکن است تاثیر منفی داشته باشد، زیرا وضعیت تقاضا برای نفت به هیچ وجه بهبود پیدا نکرده است.»

به گفته تحلیلگران «استاندارد چارترد»، «قیمت بالای ۴۰ دلار نفت برنت با اخباری که پیرامون پاندمی و دورنمای اقتصاد جهانی منتشر می‌شود، منطبق نیست و با دورنمای بدبینانه از عوامل بنیادین بازار نفت در تضاد شدید است. با این حال، آخرین گزارش اداره اطلاعات انرژی آمریکا نشان داد که تقاضا برای بنزین در هفته منتهی به ۲۴ ژوئیه به ۸٫۸ میلیون بشکه در روز رشد کرد و دست‌کم موقتاً به چندین

مسکن

همتی از پرداخت تسهیلات مستاجران به زودی خبر داد

جزئیات وام کمک ودیعه مستاجران

رئیس کل بانک مرکزی اعلام کرد تسهیلات کمکی به مستأجران، تحت عنوان تسهیلات «مراجه خرید کالا و خدمات» به محض اعلام مشخصات اشخاص واجد شرایط از سوی وزارت راه و شهرسازی، آغاز خواهد شد.

عبدالنصر همتی با اشاره به مبالغ وام و روش‌های پرداخت آن افزود: مبالغ این وام براساس طبقه‌بندی شهرها ۱۵، ۳۰ و ۵۰ میلیون تومان بوده و به دو روش قابل پرداخت است. در روش اول، گیرندگان وام (مستأجران) می‌توانند تسهیلات را یک‌ساله دریافت کنند و صرفاً سود آن را ماهانه بپردازند و در پایان سال، اصل آن را پرداخت کنند. در روش دوم، متقاضیان می‌توانند وام را سه ساله دریافت کنند و در مدت ۳۶ ماه اصل و فرع آن را به بانک بپردازند.

طبق اعلام بانک مرکزی، همتی ضمن تاکید مجدد بر این موضوع که این وام صرفاً کمکی است به مستاجران برای ودیعه و لذا به هیچ وجه وام ودیعه نیست، تصریح کرد: در این وام، مؤجران نقشی نخواهند داشت و کسی که وام را دریافت می‌کند با بانک عامل طرف خواهد بود و به تصمیم خود از وام در یافتی استفاده خواهد کرد. به گفته همتی، اعتبار تخصیصی برای این وام به صورت کلی ۲۰ هزار میلیارد تومان است.

احتمال حذف موجر از وام وجود دارد

خبرهای خوش از تغییرات وام ودیعه

معاون وزیر راه و شهرسازی از جزئیات جدید احتمالی وام ودیعه مستأجران و تغییر برنامه‌ریزی این تسهیلات با هدف کمک بیشتر به قشر مستاجر رونمایی کرد.

به گزارش مهر، بازار رهن و اجاره مسکن در سه ماهه نخست امسال با افزایش لجام گسیخته و توافتی فاحش در افزایش نرخ‌ها نسبت به بهار سال‌های گذشته و زمان جابه‌جایی مستاجران مواجه شده است؛ افزایش قیمت شدید که سبب شد فشار سنگینی به اکثر خانوارهای مستاجر شهری به خصوص در کلانشهرها وارد آید.

بر همین اساس یکی از مصوبات ستاد ملی مبارزه با کرونا، اعطای تسهیلات به مستأجران بود؛ نخستین طرحی که ارائه شد، اعطای این تسهیلات تا سقف ۲۰هزار میلیارد تومان به محل ۷۵ هزار میلیارد تومان تسهیلات ضدکرونایی به مستأجران به عنوان وام ودیعه مسکن بود. در این طرح قرار شد به متقاضیان تهرانی این تسهیلات ۵۰ میلیون تومان، کلانشهری‌ها ۳۰ میلیون تومان و سایر شهرها ۱۵ میلیون تومان با نرخ سود ۱۳درصد اعطا شود.

در این تسهیلات که عبدالنصر همتی رئیس کل بانک مرکزی نیز بعدها در یادداشتی اینستاتگرامی آن را وام «کمک» ودیعه مسکن نامیده بود نه ودیعه مسکن، قرار بود اصل وام پس از یک سال به بانک عامل بازگردانده شود و مستاجر صرفاً سود آن را در اقساط ماهانه ۵۴۱ هزار تومانی (برای تهرانی‌ها) به بانک بازگرداند. ثبت نام پیامکی تقاضای دریافت این تسهیلات در هفته گذشته انجام شد و ۲ میلیون و ۲۲۰ هزار نفر در این طرح ثبت نام کردند؛ وزارت راه و شهرسازی مسئول شناسایی افراد مشمول با استفاده از سامانه‌های مختلف در اختیار این وزارتخانه و وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی تعیین شد.

افراد متقاضی نیز می‌بایست فرم «ج» آنها سبز باشد یعنی از تسهیلات مسکنی دولت در سال‌های گذشته استفاده نکرده و از سال ۸۴ به بعد مالک هیچ واحد مسکونی نبوده باشند؛ خانوارهای ۵ نفره به بالا، سرپرستان خانوار و تحت پوشش نهادهای حمایتی (بهریستی و کمیته امداد) از اولویت دریافت این تسهیلات هستند و قرار است از ۲۰ مرداد متقاضیان مشمول به بانک‌های عامل که به گفته محمود محمودزاده معاون مسکن و ساختمان وزارت راه و شهرسازی، ۱۹ نهاد پولی (بانک و مؤسسه اعتباری) هستند، معرفی شود.

بااین حال شنیده شدن زمه‌مهایی مبنی بر وجود ایراد فقهی (شبهه ربوی) در این تسهیلات و نهایتا اعلام روی بودن این وام از سوی برخی از مراجع عظام تقلید، سبب شد تا شورای فقهی بانک مرکزی بار دیگر وارد این مبحث شده و نام آن را از وام ودیعه مسکن به وام مراجه خرید کالا و خدمات با هدف رفع شبهه ربوی بودن این تسهیلات تغییر دهد. اتفاقی که بار دیگر با اعتراض رسانه‌ها و کارشناسان روبه‌رو شد مبنی بر اینکه چرا باید اصل وامی که نام خرید کالا و خدمات بر خود دارد، به بانک بازگردانده شود؟ درنتیجه بار دیگر قرار شد تا جزئیات جدیدی از این تسهیلات اعلام شده و شرایط وام ودیعه بازنگری شود.

قرار بود روز شنبه ۱۱ مرداد بانک مرکزی جزئیات جدید وام ودیعه مسکن (مراجه خرید کالا و خدمات) را اعلام کند، اما این اتفاق رخ نداد. نهایتا حسن روحانی رئیس جمهور پیش از ظهر شنبه در ستاد ملی مبارزه با کرونا اعلام کرد وام ودیعه مسکن با شرایط جدید در اختیار مستأجران قرار می‌گیرد؛ ولی جزئیات دیگری از آن را اعلام نکرد. حال معاون مسکن و ساختمان وزارت راه و شهرسازی گفت‌وگویی اعلام کرده که یکی از پیشنهادات وزارت راه و شهرسازی به بانک مرکزی، در اختیار مستأجر قرار دادن اصل و سود تسهیلات مذکور است؛ حال آنکه پیشتر قرار بود اصل وام به موجر داده شود و مستاجر فقط اقساط آن را یک سال پرداخت کند.

محمود محمودزاده در گفت‌وگوی تازه خود گفته: در طرح پیشنهادی جدید، اقساط وام ۵۰ میلیون تومانی ودیعه مسکن از ۱۲ ماه به ۳۰ ماه (دو سال و نیم) افزایش یافته است. البته وی توضیح نداده که در این پیشنهاد تازه، نرخ سود چند درصد خواهد بود؛ ۱۳درصد قبل یا ۱۸درصد. بسیاری از مستأجران این نگرانی را مطرح می‌کنند که آنها با توجه به این وام کمکی، خانهای را اجاره می‌کنند ولی اگر قرار باشد بعد از یک سال، کل مبلغ وام به بانک بازگردانده شود آنها برای اجاره جدید در سال بعد از آن مشکل خواهند داشت. با توجه به افزایش هزینه‌های زندگی، قطعاً مستاجران نمی‌توانند در طول یک سال، هم اجاره بپردازند، هم قسط سود وام را بدهند و هم بتوانند برای اجاره سال بعد پولی را پس‌انداز کنند.

محمودزاده درباره این موضوع گفت: برای رفع این نگرانی مستأجران، تلاش این است که طرح پرداخت وام اجاره حداقل به مدت سه سال اجرا شود یعنی مستأجر تا سه سال بتواند از این وام برای اجاره استفاده کند. محمودزاده همچنین گفت که در حال حاضر وام ودیعه مسکن به آن دسته از مستأجرانی پرداخت می‌شود که تاریخ امضای اجارهنامه‌شان بعد از ۴ مردادماه باشد که با این حساب بسیاری از مستأجران علی‌رغم دارا بودن شرایطی که بیشتر اعلام شده بود، از شمول دریافت این وام حذف خواهند شد.

فراز و فرود اقتصاد ایران در دهه ۹۰



۹۰ از لحاظ اقتصادی دهه خاصی در تاریخ اقتصادی ایران است، چراکه شاخص‌های اقتصادی فراز و فرودی غریب را طی کردند.

در همین زمینه، هادی حق‌شناس با بیان اینکه «برای داشتن تحلیلی جامع از وضعیت کنونی اقتصاد باید از دهه ۹۰ به مسائل بنگریم»، به «فرازو» گفت: «سال ۱۳۹۰ از نظر اقتصادی، سال تاریخی است، چراکه مجموع درآمدهای نفتی ما به یک ۱۵۰ میلیارد دلار رسید؛ رقمی که نه قبل از و نه بعد از آن تکرار نشده بود. از طرف دیگر، در این دهه در سال‌های ۹۱، ۹۲، ۹۴، ۹۷ و ۹۸ پنج سال رشد اقتصادی منفی داشتیم که در دهه‌های گذشته شاهدش نبودیم که رشد اقتصادی پنج سال منفی باشد. اصلی‌ترین دلیل این رشد اقتصادی منفی، تحریم‌های ظالمانه‌ای است که در سال ۹۱ و ۹۲ و ۹۷ و ۹۸ بر ایران اعمال شد.»

این اقتصاددان ادامه داد: «ما در این دهه دو سال پیاپی، نرخ تورم یک رقمی داشتیم که باز در دهه‌های گذشته نرخ تورم یک رقمی در دو سال پیاپی نداشتیم. اگر علل اقتصادی و متغیرهای سیاسی را در این دهه لحاظ نکنیم نمی‌توانیم به تحلیل واقع‌بینانه‌ای برسیم. دهه ۹۰ تنها دهه‌ای در تاریخ ایران است که ابتدا و انتهایش با تحریم‌های یک جانبه رو به رو بودیم و شدیدترین تحریم‌ها بر اقتصاد ایران اعمال شده است، بنابراین اگر میانگین رشد اقتصادی صفر بوده و به شکل سینوسی هم رشد منفی در حداکثر ممکن و هم رشد مثبت در حداکثر تکرار شده باشد، بی‌حکمت نیست و حکمت آن در تحریم‌های ظالمانه و یکجانبه غرب بر اقتصاد ایران است.»

او در توضیح اهمیت تاثیر تحریم‌ها بر اقتصاد ایران گفت: «ما در سال ۹۵ و ۹۶ رشد اقتصادی مناسبی داشتیم. قدرت خرید و همچنین قدرت خرید کارکنان دولت در سال ۹۶ احیا شد، اما تورم بالای ۳۰درصد در سال‌های ۹۸ و ۹۷ موجب شد تعادل اقتصاد ایران به هم بریزد؛ لذا اصلی‌ترین دلیل در وضعیت فعلی، تحریم‌هاست. یک آمار می‌تواند گویای واقعیت موجود باشد. ما در دو سال گذشته از ۸۰۰ میلیارد دلار درآمد ارزی نفت محروم شدیم. همچنین حداقل در دو سال گذشته از ۷۰۰ میلیارد دلار صادرات غیرنفتی هم محروم شدیم. ۷۰۰ میلیون دلار، هزینه جاری برخی کشورهای منطقه است و این نشان می‌دهد که ما از منبع درآمدی مهمی محروم شدیم.»

به اعتقاد وی، «همچنین از درآمدهای ترانزیت‌ها و کردورهای هوایی نیز محروم شدیم. تحریم فقط نیامدن پول به داخل کشور نیست، بلکه صادرات و واردات هم دچار مشکل شده است. ما در بهره‌گیری از کردورهای هوایی و زمینی دچار مشکل شدیم. از استفاده از تکنولوژی موارد سیاست‌های فسادزا می‌گویند که بخشی از فساد ساختاری را صنعت ایران بودند و با تحریم‌ها رفتند. ما قرارداد بیش از ۱۰۰ هواپیما را بستیم و کان لم یکن تلقی شد. تحریم‌ها تاثیرات غیرقابل کتمانی بر اقتصاد ایران گذاشته است.»

قیر رایگان دست از سر بودجه برمی‌دارد؟

مخالفت‌ها با طرح قیر رایگان

بودجه امکان‌پذیر است و نیازی به اصلاح بودجه نیست. علاوه بر این تجارب و مطالعات نشان می‌دهد بخشی از بروز فساد، ناشی از سیاست‌هایی است که بعضاً از سر دلسوزی اتخاذ می‌شود. به این‌گونه موارد سیاست‌های فسادزا می‌گویند که بخشی از فساد ساختاری را تشکیل می‌دهند. مبارزه با فساد اگر به مبارزه با مفسد خلاصه شود هیچ‌گاه مسئله فساد را حل نخواهد کرد. سیاست‌ها و تصمیمات رانت‌زا همواره می‌توانند فسادزا باشد.» از سال ۱۳۹۱ بود که به منظور پیشبرد طرح‌های عمرانی و راهسازی، در قانون بودجه سالانه، بندی مبنی بر عرضه رایگان و کیوم باتوم (ماده اولیه قیر) توسط شرکت ملی نفت ایران به چند دستگاه دولتی به تصویب رسید. بعد هم که ماجراهای تهااتر و تحریم به میان آمد، این قیر رایگان همین‌طور سال‌ها در بودجه باقی ماند. تا قبل از این، این‌طور بود که وزارت نفت، نفت و فراورده‌های نفتی می‌فروخت و پولش را در خزانه واریز می‌کرد. بعد براساس بودجه‌ای که تصویب‌شده بود، وزارت راه مبلغی پول به دست می‌آورد به پیمانکاران می‌داد و قیر موردنظر هم خریداری می‌شد، اما وقتی تحریم‌ها آغاز شد و وزارت نفت هم پول کمتری به دست آورد که به خزانه بدهد، این مسیر ریالی برداشته شد و به‌جایش وزارت نفت یک‌مرتبه قیر رایگان رو به وزارت راه داد تا این وزارتخانه هم این قیر را به پیمانکاران بدهد. در واقع، این مسیر سال‌های سال است که وجود دارد و دیگر کاذبازی‌های درآمد و واریز و پرداخت انجام نمی‌شود، به‌جایش قیر رایگان جابه‌جا می‌شود. قیر رایگانی که طی سال‌ها همیشه با خود رانت

نهاد پژوهشی مجلس در خردادماه امسال، از وضعیت اقتصاد ایران طی سال‌های ۱۳۹۱ تا ۱۳۹۸ گزارش داد و گفت که رشد اقتصادی کشور در این دوره زمانی به شدت پرنوسان و بین منفی ۸٫۳درصد تا ۱۴ درصد بوده است. طبق این گزارش، متوسط رشد اقتصادی در سال‌های مختلف ۱۱٫۴ درصد (۱۳۴۱ تا ۱۳۵۶)، منفی ۴٫۸ درصد (۱۳۵۷ تا ۱۳۶۷)، ۵ درصد (۱۳۶۸ تا ۱۳۹۱) و ۰٫۲ درصد (۱۳۹۲ تا ۱۳۹۸) بوده است. همچنین نرخ تشکیل سرمایه ثابت از ۱۳۹۰ پیوسته نزولی بوده و از نظر ظرفیت رشد اقتصادی در سال‌های آتی هشداردهنده است. نرخ تورم بلندمدت اقتصاد ایران نیز به‌طور متوسط ۲۰درصد بوده، در حالی‌که متوسط نرخ تورم جهان در سال ۲۰۱۸ میلادی ۲٫۴ درصد بوده است.

براساس یافته‌های این پژوهش، به تعداد شاغلین کشور از ۱۳۹۴ تا ۱۳۹۸ حدود ۳ میلیون نفر افزوده شده، اما این افراد عمدتاً در بخش غیرشرکتی متمرکز بر خدمات خرده‌فروشی، تعمیرات، حمل و نقل و واسطه‌گری اضافه شده‌اند. حدود ۲٫۵ میلیون نفر نیز در زمستان ۱۳۹۸ اشتغال ناقص (کمتر از ۴۴ ساعت در هفته کار) داشته‌اند. همچنین درآمد سرانه کشور از سال ۱۳۹۰ تا ۱۳۹۸ کاهش ۳۴درصدی داشته و قدرت خرید هر فرد ایرانی نسبت به سال ۱۳۹۰ حدود یک‌سوم کاهش یافته است. بر این اساس، اگر رشد ۱۸درصد سالیانه در اقتصاد ایران محقق شود شش سال طول می‌کشد تا درآمد سرانه به سطح سال ۱۳۹۰ بازگردد.

افزون بر اینها، شکاف نابرابری بر اثر رشد اقتصادی منفی و تورم بالا در حال تشدید شدن است. فقر مطلق به معنای ناتوانی در کسب حداقل استانداردهای زندگی و معیشت در حال افزایش است. نرخ فقر کشوری از ۱۵٫۱ درصد در سال ۱۳۹۱ به ۱۵٫۵ درصد در سال ۱۳۹۲ و پس از آن تا پایان سال ۱۳۹۷ به ۱۸٫۴ درصد رسیده و در سال‌های ۱۳۹۸ و ۱۳۹۹ با توجه به شرایط اقتصادی بیشتر شده است. همچنین نرخ فقر بین ۵ تا ۳۲درصد در استان‌های مختلف متغیر است و این در حالی است که استان‌های نیمه شرقی کشور، نرخ فقر بالاتری دارند.

در گزارش مرکز پژوهش‌ها، ریشه‌های وضعیت فعلی اقتصاد نیز بررسی شده و ذیل چهار عنوان مالیه عمومی دولت، راهبرد اقتصادی، محیط فعالیت اقتصادی، حکمرانی بخشی و مدیریت و تصمیم‌گیری اقتصادی به عواملی نظیر کسری بودجه ساختاری مداوم، رویکرد نادرست در سیاست‌های مالیاتی، بودجه‌ریزی و هزینه‌کرد کارا و مدیریت بازار ارز ناشی از اتکا به منابع نفتی، فقدان راهبرد مناسب در اقدامات حمایتی از بنگاه و خانوار، فقدان سیاست‌های توسعه صنعتی، آمایش سرزمینی و تربیت نیروی انسانی، نبود دیپلماسی اقتصادی سازگار با اهداف کلان کشور، نبود برنامه مشخص جهت کاهش و مدیریت عدم اطمینان‌های اقتصادی اشاره شده است. بررسی این متغیرها نشان می‌دهد که دهه

ماجرای‌های قیر رایگان همچنان ادامه دارد. هرچند دولت طی سال‌های گذشته خودش در لایحه‌های بودجه‌اش مقداری قیر رایگان قرار می‌داد، اما حالا که دولت از این کار گذشته است، مجلس می‌خواهد قیر رایگان را در بودجه بگنجانند. روز شنبه هفته جاری سخنگوی دولت بار دیگر اعلام کرد که دولت با تخصیص قیر رایگان مخالف است و منبع مالی برای طرح قیر وجود ندارد.

علی ربیعی در پاسخ به پرسشی درباره طرح «قیر رایگان» که توسط مجلس ارائه‌شده و هماهنگی این طرح با دولت، گفت: «دولت با تخصیص قیر مخالف است چراکه هیچ منبع مالی برای این‌گونه طرح‌ها وجود ندارد. اگر مجلس بخواهد با تکلیف به وزارت نفت و یا پالایشگاه‌ها قیر مجانی تأمین کنند، در این صورت منابع مالی هدفمندی که باید صرف پرداخت پاره‌های نقدی، خرید گندم تضمینی، حمایت از خانوارهای تحت پوشش کمیته امداد، بهزیستی و معلولین و تولید شود، کاهش خواهد یافت که این موضوع اصلاً به مصلحت نیست و دولت با آن مخالف خواهد بود.»

ربیعی ادامه داد: «تجربیات گذشته نشان داد که دادن قیر مجانی باعث فساد و عدم شفافیت شده است و نتیجه چندانی عاید توسعه کشور نکرده است و به همین دلیل شورای محترم نگهبان همواره بر این موضوع حساسیت نشان داده و هنگام بررسی بودجه سال ۱۳۹۹ نیز بر آن ایراد گرفتند و ناگزیر حذف شد.»

به گفته او، «تأمین قیر برای پروژه‌های عمرانی با سازوکار فعلی

عملکرد سیاست گذار پولی در راستای هدف گذاری تورمی بانک مرکزی برای کنترل تورم چه کرد؟

بانک مرکزی در چارچوب جدید سیاست گذاری پولی مبتنی بر عملیات بازار باز در راستای کنترل تورم و دستیابی به هدف تورمی، تحولات و اقدامات انجام شده را در اطلاعیه‌ای تشریح کرد. به گزارش بانک مرکزی، متن این اطلاعیه به این شرح است: «در چهار ماهه اول سال جاری، فشار تحریم‌های اعمال شده بر اقتصاد کشور کماکان ادامه یافت. علی رغم فشارهای وارده در دو سال گذشته، اقتصاد غیرنفتی کشور در سال گذشته روند رشد مناسبی را طی کرد. اگرچه در ماه‌های پایانی و تحت تاثیر شیوع ویروس کووید-۱۹ از این رشد کاسته شد، ولی در سال ۱۳۹۸ رشد بخش غیرنفتی به سطح ۱,۱ درصد رسید.

شیوع کووید-۱۹ به مثابه شوک منفی عرضه و تقاضای کل به صورت همزمان در اقتصاد عمل کرد. در این راستا، بانک مرکزی تلاش کرد با درک شرایط فعالیت‌های اقتصادی و اتخاذ رویکرد تسهیل گرانه پولی و اعتباری، آسیب‌های وارده به اقتصاد را مهار کند. از طرف دیگر، شرایط به وجود آمده بودجه دولت را نیز تحت تاثیر قرار داد و باعث تشدید کسری بودجه شد. در پی استفاده دولت از تنخواه‌گردان خزانه و پخشی از منابع صندوق توسعه ملی بابت هزینه‌های کرونا و نیز سیاست‌های اعتباری تسهیل گرانه مبتنی بر بهره‌گیری از منابع آزاد شده از محل کاهش سپرده قانونی بانک‌ها نزد بانک مرکزی و تلفیق آن با منابع بانک‌ها جهت اعطای وام ضروری به سرپرستان خانوارهای یارانه‌گیر و کسب و کارهای آسیب‌دیده از کرونا، پایه پولی در سه ماهه اول سال جاری نسبت به پایان سال به میزان ۸,۶ درصد رشد یافت. در این مدت، رشد نقدینگی ۷,۵ درصد شد. ذکر این نکته ضروری است که براساس آخرین ارقام موجود، نقدینگی در هفته منتهی به ۲۶ تیرماه ۱۳۹۹ نسبت به پایان سال ۱۳۹۸ معادل ۹,۱ درصد رشد داشته است. می‌توان گفت تحت این شرایط و اقدامات به عمل آمده به منظور حمایت از فعالیت‌های اقتصادی، رشد نقدینگی در چهار ماهه اول سال جاری همان‌گونه که انتظار می‌رفت، از روند بلندمدت فاصله گرفته و از این‌رو بانک مرکزی متعاقباً مجموعه اقدامات سیاستی مختلفی را در جهت مدیریت نرخ سود و رشد نقدینگی به کار گرفته است که در ادامه مورد اشاره قرار می‌گیرد.

متأسفانه شیوع کرونا باعث شد با مختل شدن روابط تجاری در سطح جهانی، صادرات غیرنفتی و جریان وصول عواید آن و درآمدهای ارزی دولت نیز به دلیل افت قیمت نفت و فراورده‌های نفتی با اختلال و کاهش مواجه شود. تحت تاثیر این عوامل و به ویژه شوک انتظاراتی ایجادشده که برگرفته از عوامل سیاسی –امنیتی نیز است، نرخ ارز در بازار با افزایش مواجه شد و همین امر باعث شد نرخ تورم ماهانه در ماه‌های اردیبهشت، خرداد و تیرماه افزایش یابد. البته انتظار می‌رود با بهبود شرایط بازگشت ارز صادرات غیرنفتی و تقویت صادرات نفت و فراورده‌های نفتی، بازار ارز متعادل شده و نرخ ارز تعدیل شود که این امر در کنار سایر عوامل بر کاهش نرخ تورم نیز موثر خواهد بود. بر این اساس، بانک مرکزی، اقدامات سیاستی جدیدی را در راستای مهار تورم در پیش گرفته که در ادامه به اهم آنها اشاره می‌شود:

در اردیبهشت امسال، بانک مرکزی در راستای دستیابی به کنترل تورم و کمک به رشد اقتصادی، اجرای چارچوب هدف‌گذاری تورم را با اعلام تورم هدف (۲۲±۲ درصدی) برای یک سال آینده آغاز کرده است. با اجرای این چارچوب، بانک مرکزی کلیه اقدامات خود را با هدف هدایت نرخ تورم به سمت تورم هدف سازمماندهی کرده است. در واکنش به تحولات اقتصاد کلان اشاره شده در قبل، بانک مرکزی اقداماتی را در سه محور تدوین و اجرا کرده است: الف) ایجاد بازار اولیه فروش اوراق بدهی دولتی (ب) برقراری دالان نرخ تسود در بازار بین‌بانکی، و ج) معرفی ابزارهای جدید در بازار پول.

بانسک مرکزی ضمن برقراری دالان نرخ تسود، با هدف افزایش نرخ تسود در بازار بین بانکی و جذب مازاد نقدینگی در این بازار که از تحولات بودجه‌ای سرچشمه گرفته است، نرخ کف دالان نرخ سود را در تاریخ ۱۳ خردادماه ۱۳۹۹ عملیاتی (در سطح ۱۰درصد) تعیین کرد و طی دو مرحله آن را به ۱۲ و سپس ۱۳درصد افزایش داد. اعطای مجوز افزایش انتشار گواهی سپرده عام ۱۸درصدی تا سقف حداکثر ۲۰درصد سپرده‌های بلندمدت از دیگر رویکردهای بانک مرکزی جهت افزایش جذابیت ابزارهای بازار پول و در نتیجه کاهش سیالیت سپرده‌های بخش غیردولتی بود.

شورای پول و اعتبار در جلسه ۲۴ تیرماه ۱۳۹۹ با هدف تقویت جذابیت سپرده‌گذاری در بانک‌ها و افزایش ماندگاری سپرده‌ها، ضمن مجاز شمردن بانک‌ها به افتتاح سپرده‌های کوتاه‌مدت ویژه سه ماهه و شش ماهه با سقف نرخ‌های ۱۲ و ۱۴درصد و سپرده سرمایه‌گذاری دو ساله با سقف نرخ تسود ۱۸درصد، سقف نرخ تسود سپرده‌های سرمایه‌گذاری یکساله را به ۱۶درصد افزایش داد. حداکثر نرخ سود سپرده‌های کوتاه‌مدت کماکان در سطح ۱۲درصد ثابت باقی ماند. با توجه به اجتناب‌ناپذیری کسری بودجه دولت متأثر از کاهش درآمدهای نفتی و عدم امکان افزایش فشار مالیاتی و همچنین رفع پیامدهای رکودی شیوع کرونا و با توجه به اینکه در کوتاه مدت به دلیل نسبت پایین بدهی دولت به تولید ناخالص داخلی و حتی عدم افزایش نسبت کسری بودجه بدون نفت به تولید ناخالص داخلی و لذا عدم نگرانی از ناپایداری مالی دولت، بانک مرکزی با پذیرش عاملیت فروش اوراق بدهی دولتی، تا پایان تیرماه سال جاری هشت مرحله حراج برگزار کرده و مجموعاً معادل ۴۲۶ هزار میلیارد ریال انواع اوراق بدهی دولتی به فروش رسانده است. بدیهی است که این میزان فروش اوراق دولتی توسط کارگزاری بانک مرکزی نقش بسزایی در ممانعت از پولی‌سازی کسری بودجه ایفا کرده است.

به منظور ایجاد تعادل در بازار ارز، بانک مرکزی ضمن تدوین بسته سیاستی نحوه برگشت ارز حاصل از صادرات سال ۱۳۹۹ و رفع تعهدات ایفاننشده سال‌های ۱۳۹۷ و ۱۳۹۸، به صادرکنندگان تا پایان ۳۱ تیرماه ۱۳۹۹ مهلت داد تا ارز حاصل از صادرات خود را در سامانه نیما عرضه کنند که این اقدام در راستای تقویت عرضه داخلی ارز و ثبات‌بخشی به بازار ارزیابی می‌شود، به طوری که در ۱۰ روز منتهی به سوم مردادماه ۱۳۹۹ در حدود ۲,۵ میلیارد دلار از ارز صادراتی برای واردات تامین شد. در مجموع، بانک مرکزی از ابزارهای در اختیار خود برای مهار تورم استفاده خواهد نمود و این مسیر را با قدرت ادامه می‌دهد. همچنین، این بانک انتظار دارد با اقداماتی که در چارچوب هدف‌گذاری تورم انجام می‌دهد بتواند گام موثری در راستای تحقق اهداف قانونی خود (حفظ ارزش پول ملی –کنترل تورم- و کمک به رشد اقتصادی) بردارد.»

خروج بی سر و صدای سوداگران از بازار ارز

در بازار ارز چه می‌گذرد؟



روز قیمت‌ها بود، عمده صرافی‌ها در پاسخ به مراجعه مشتریان، اعلام می‌کردند تنها آمادگی خرید ارز از مشتری دارند و از فروش خبری نیست، اما دیروز و پس از اعلام رقم ۲,۵ میلیارد دلار از سوی رئیس جمهوری، رفتار صرافی‌ها روندی معکوس داشت و مشاهده خبرنگار ایرنا نشان می‌دهد، عمده صرافان تنها حاضر به فروش ارزهای خود هستند و از مشتریان خود ارز نمی‌خرند. همین مسئله موجب استیصال برخی از مشتریانی شد که به دنبال فروش ارزهای خود بودند.

اما چهارشنبه هفته گذشته بود که رئیس‌جمهوری در سخنان خود در هیأت دولت، از حرکت خوبی در کشور خبر داد که برای مبارزه با التهاب‌آفرینی در بازار ارز شکل گرفته است. او تاکید کرده بود باید نظارت در سطح کلان و خرد اضافه شود و وزارت صنعت و دادگستری وظیفه نظارت بر بازار را جدی‌تر پیگیری کنند تا مقررات، قانون و چارچوب‌های قیمتی اجرا شود.

به اعتقاد گروهی از کاشناسان، اجتناب از ارزبازی گسترده در بازار ملتهب تیرماه ارز و تلاش برای کنترل قیمت‌ها از طریق بازارساز، اقداماتی است که طی سه هفته اخیر با اتکا به آنها موفق به کنترل نسبی بازار شده است. البته به نظر می‌رسد تدابیر بانک مرکزی برای کنترل هیجان بازار همچنان ادامه دارد و فاصله معنادر و کم‌سابقه میان قیمت خرید و فروش ارزهای دلار و یورو در صرافی‌های بانکی، که دو روز کاری اخیر عمیق‌تر هم شده و به حدود ۱۵۰۰ تومان رسیده است، از برنامه‌های آتی بازارساز در بازار ارز خبر می‌دهد. امری که احتمالاً از جمله دلایل خودداری صاحبان صرافی‌های کشور از خرید ارز و تمایل آنها برای فروش آسان‌تر و بیشتر ارز به مشتریان است.

بررسی‌ها نوید سال پرسودی را برای سهامداران «وپاسار» می‌دهد

تخمین‌های بنیادی از آینده بانک پاسارگاد

سپرده‌گذاران و کسب سود ۴۳۳ میلیارد تومانی از این محل برای بانک بوده است. نکته حائز اهمیت دیگر در گزارشات ماهانه بانک پاسارگاد به بهبود نسبی عملکرد این بانک در ماه‌های اخیر باز می‌گردد. بررسی‌ها نشان می‌دهد درآمد بانک از محل اعطای تسهیلات از اردیبهشت‌ماه روندی صعودی را طی کرده است. این در حالی است که سود پرداختی به سپرده‌گذاران در مدت زمان یادشده سیری نزولی داشته است. این موضوع به آن معناست که تراز بانک از اردیبهشت تا پایان تیرماه روندی صعودی داشته است، به گونه‌ای که از ۱۴۸ میلیارد تومان در اردیبهشت‌ماه به ۴۳۳ میلیارد تومان در تیرماه رسیده است.

تراز مثبت بیش از ۱۲۰۰ میلیارد تومانی بانک پاسارگاد تا پایان تیرماه، در کنار مشاهده پیشرفت قابل توجه در عملکرد بانک در حوزه تجهیز و تخصیص باعث شده است تا گزارش تراز مثبت بیش از ۶ هزار میلیارد تومانی از سوی «وپاسار» در پایان سال جاری بسیار محتمل باشد. این موضوع همراه با رصد عملکرد بانک در دیگر حوزه‌های عملیاتی و همچنین ارائه کارنامه قابل قبول در بخش هزینه‌ها، نوید سالی پرسود برای سهامداران «وپاسار» را می‌دهد. رشد قابل توجه سوددهی در کنار ارزش هفگفت دارایی‌های بانک و همچنین مواردی از قبیل افزایش سرمایه، زمینه را برای صعود قیمتی «وپاسار» فراهم آورده است.

در تیرماه نیز حاصل عملکرد «وپاسار» ۱۶۲۱ میلیارد تومان درآمد ناشی از تسهیلات و ۱۱۸۸ میلیارد تومان هزینه پرداختی به

در دوازدهمین روز مرداد

ارز و طلا متفاوت از یکدیگر پیش رفتند

۵۰ هزار تومانی، ۵میلیون و ۵۰۰ هزار تومان داد و ستد شد و ربع سکه هم ۱۰۰ هزار تومان ارزان شد و ۳میلیون و ۲۰۰ هزار تومان قیمت خورد. قیمت هر قطعه سکه گرمی هم یک میلیون و ۷۵۰ هزار تومان اعلام شد که نسبت به روز شنبه ثبات سال قبل با رشد حدود ۳۶درصدی همچنین در بازارهای جهانی، آخرین قیمت هر اونس طلا به ۱۹۷۷ دلار رسید. هر گرم طلای ۱۸ عیار نیز در طلافروشی‌ها یک میلیون و ۶۸ هزار تومان معامله شد که نسبت به روز نخست هفته کاهش ۳ هزار تومانی داشت. در جریان معاملات بازار ارز نیز نرخ خرید دلار و یورو نسبت به روز شنبه ثابت ماند، اما نرخ فروش این دو نوع ارز ۲۰۰ تومان افزایش

رصد تحولات اخیر بازار ارز نشان می‌دهد، برخلاف هفته‌های گذشته، دیگر از صف‌های طولانی متقاضیان خرید ارز در مقابل صرافی‌ها خبری نیست و همچنین پدیده کارت‌های ملی اجاره‌ای برای دریافت ارز سهمیه‌ای نیز جذابیت خود را از دست داده است که این موضوع می‌تواند نشانه خروج آرام سوداگران از بازار ارز و متعادل شدن قیمت‌ها در روزهای آتی باشد.

به گزارش ایرنا، بازگشت ۲,۵ میلیارد دلار ارز حاصل از صادرات به سامانه نیما تنها طی ۱۰ روز ابتدایی مردادماه، واقعیتی است که رئیس جمهوری چهارشنبه گذشته آن را اعلام کرد. اهمیت این عدد زمانی بیشتر می‌شود که بدانیم که پس از پایین ضرب‌الاجل بانک مرکزی برای صادرکنندگانی متخلف، این آمار، امید بازگشت تعادل و آرامش به بازار ارز را بیش از پیش تقویت می‌کند.

همچنان‌می‌توان شرایط حاکم بر بازار ارز را کاملاً آرام توصیف کرد. آمادگی روانی برای افزایش مجدد قیمت‌ها، زمینه را مهیای سوداگرانی ساخته است که از نوسانات این بازار سود می‌برند. همین آمادگی روانی در هفته‌های گذشته، علی رغم روند رو به کاهش قیمت ارز، پدیده کارت ملی اجاره‌ای را هم به بازار ارز وارد کرد.

برای پاسخگویی به نیازهای واقعی و آرام کردن بازار، پیش از این مقرر شده بود تا هر کارت ملی به صورت سالانه تنها مجاز به خرید معادل ۲۰۰۰ یورو باشد. اما پس از کاهش قیمت ارز از آخرین روزهای تیرماه برخی اقشار، تحت تاثیر شایعات و به امید حفظ سرمایه خود مبادرت به خرید ارز از صرافی‌ها کردند. تشکیل صف‌های خرید ارز در مقابل صرافی‌ها طی هفته گذشته حاکی از این تقاضا در بازار بود. در

بانک پاسارگاد از نظر ارزش بازار، چهارمین بانک بزرگ پذیرفته شده در بازار سرمایه به شمار می‌رود که از ابتدای سال ۱۳۱۵درصد بازده عاید سهامداران خود کرده است. این بانک در سه ماهه منتهی به خردادماه، ۷۲۷ میلیارد تومان (به ازای هر سهم ۱۴۴ ریال) سود شناسایی کرده که این رقم نسبت به مدت مشابه سال قبل با رشد ۷۱درصدی همراه بوده است. به گزارش «پورس ۲۴»، بانک پاسارگاد از نظر ارزش بازار چهارمین بانک بزرگ پذیرفته شده در بازار سرمایه به شمار می‌رود که از ابتدای سال ۱۳۱۵درصد بازده عاید سهامداران خود کرده است. بانک پاسارگاد همچنین در سه ماهه منتهی به خردادماه امسال، ۷۲۷ میلیارد تومان (به ازای هر سهم ۱۴۴ ریال) سود شناسایی کرده که این رقم نسبت به مدت مشابه سال قبل با رشد ۷۱درصدی همراه بوده است.

به گزارش «پورس ۲۴»، بانک پاسارگاد از نظر ارزش بازار چهارمین بانک بزرگ پذیرفته شده در بازار سرمایه به شمار می‌رود که از ابتدای سال ۱۳۱۵درصد بازده عاید سهامداران خود کرده است. بانک پاسارگاد همچنین در سه ماهه منتهی به خردادماه امسال، ۷۲۷ میلیارد تومان (به ازای هر سهم ۱۴۴ ریال) سود شناسایی کرده که این رقم نسبت به مدت مشابه سال قبل با رشد ۷۱درصدی همراه بوده است.

به منظور بهبود نسبت کفایت سرمایه، در ماه‌های اخیر هیات مدیره بانک پاسارگاد پیشنهاد افزایش سرمایه از ۵۰۴۰۰ میلیارد تومان به ۶۵۵۲ میلیارد تومان را از محل اندوخته‌ها ارائه کرده است که فرآیند آن در حال انجام است. نسبت کفایت سرمایه «وپاسار» در پایان خردادماه ۹,۳۸درصد بوده که نسبت به رقم ۹,۲۵ پایان اسفندماه بهبود داشته است.

آخرین گزارش منتشرشده درخصوص عملکرد بانک پاسارگاد به

نماگر بازار سهام



معاون سازمان خصوصی سازی:

صندوق ETF سوم در آذرماه عرضه می شود

معاون سازمان خصوصی سازی گفت مرحله سوم عرضه صندوق های ETF در آذرماه انجام می شود که شامل گروه خودروپی و فلزی خواهد شد.

حسن علایی در گفت و گو با ایرنا، به آخرین تصمیمات اتخاذ شده در ارتباط با عرضه صندوق های ETF در بورس اشاره کرد و گفت: نخستین صندوق های ETF اردیبهشت ماه در بورس عرضه شد که تاکنون با رشد خوبی همراه است. طبق برنامه ریزی های صورت گرفته صندوق ETF دوم که شامل سهام پالایشی است تا پایان مردادماه پذیرهنویسی خواهد داشت.

علایی ادامه داد: اکنون در این زمینه با برخی از موانع قانونی و اجرایی همراه هست که این مسائل در ابتدا باید مرتفع شود و بعد توسط وزارت نفت یا شرکت پخش و پالایش به ثبت برسد.

معاون سازمان خصوصی سازی گفت: بعد از ثبت اولیه، پذیرهنویسی عمومی به وسیله بورس انجام می شود و در انتها رقم قطعی صندوق به سازمان خصوصی سازی اعلام و به مردم منتقل خواهد شد.

به گفته وی، برنامه این است در صورتی که مشکلی پیش نیاید تا پایان مرداد ماه این اقدام انجام شود.

معاون سازمان خصوصی سازی خاطرنشان کرد: تاکنون تصمیم گیری در زمینه عرضه مرحله چهارم عرضه صندوق ETF اتخاذ نشده و اطلاعاتی در این مورد به طور رسمی منتشر نشده است.

گفتنی است یکی از برنامه های مهم پیش روی دولت برای بازار سهام، عرضه صندوق های قابل معامله (ETF) به بورس است که بسیاری از کارشناسان معتقدند این اقدام دولت در کنار دیگر حمایت هایی که صورت گرفته می تواند در ارتباط با عمق بخشیدن به معاملات بازار و جهش قیمت سهام شرکت های دیگر تاثیرگذار باشد و این صندوق ها با هدف دسترسی اکثریت مردم به بازار سرمایه و ارتقای وضعیت اقتصادی خانواده ها از سوی دولت عرضه خواهد شد.

با توجه به چنین تصمیمی، پذیرهنویسی نخستین مرحله واگذاری سهام دولتی در قالب صندوق های قابل معامله بورسی که شامل سهام سه بانک ملت، تجارت و صادرات و دو بیمه البرز و انکابی بود از روز یکشنبه (۱۴ اردیبهشت) آغاز و تا ساعت ۱۶ (۳۱ اردیبهشت) ادامه داشت که با استقبال نزدیک به سه و نیم میلیون سهامدار روبه رو شد و تاکنون بزرگترین صندوق سرمایه گذاری قابل معامله (ETF) در بورس است.



شاخص بورس تهران سرانجام ۲ میلیون واحدی شد

جهش تاریخی شاخص ها

هزار و ۹۰۴ واحد و گروه مدیریت سرمایه گذاری امید (وامید) با یک هزار و ۷۵۵ واحد بیشترین تاثیر مثبت را بر شاخص بورس داشتند. در سوی مقابل، نمادهای پالایش نفت بندرعباس (شبندر) با یک هزار و ۳۴ واحد، بانک پارسیان (وپارس) با ۷۱۷ واحد، فولاد خوزستان (فخوز) با ۷۱۷ واحد، ایران خودرو (خودرو) ۴۸۳ واحد، صنایع شیمیایی ایران (شیران) با ۳۸۷ واحد، خدمات انفورماتیک (رانفور) با ۳۷۷ واحد، پالایش نفت تبریز (شبریز) با ۳۶۸ واحد، بورس اوراق بهادار تهران (بورس) با ۲۸۱ واحد، پتروشیمی فناوران (شفن) با ۲۱۳ واحد و پاما (کاما) با ۲۰۸ واحد با تاثیر منفی بر شاخص همراه بودند. همچنین نمادهای سرمایه گذاری غدیر، فولاد مبارکه اصفهان، پالایش نفت اصفهان، بانک تجارت، پالایش نفت بندرعباس، ملی صنایع مس ایران و گسترش سرمایه گذاری ایران خودرو ازجمله نمادهای پربیننده بورس بودند. گروه خودرو هم در معاملات این روز صدرنشین برترین گروه های صنعت شد و در این گروه ۳ میلیارد و ۹۹۸ میلیون برگه سهم به ارزش ۲۴ هزار و ۵۳۲ میلیارد ریال داد و ستد شد. شاخص فرابورس نیز بیش از ۵۳۵ واحد افزایش داشت و بر روی کانال ۲۰ هزار و ۸۱۸ واحد ثابت ماند. در این بازار ۲ میلیارد و ۶۷۰ میلیون برگه سهم به ارزش ۵۹ هزار و ۵۶۹ میلیارد ریال داد و ستد شد.

نمادهای سنگ آهن گهرزمین (گکهر)، هلدینگ صنایع معدنی خاورمیانه (میدکو)، پتروشیمی تندگویان (شگوبا)، سرمایه گذاری صبا تامین (صبا)، پتروشیمی زاگرس (زاگرس)، بانک دی (دی)، پلیمر آریاساسول (آریا)، بیمه پاسارگاد (پپاس)، توسعه مالی مهر آیندگان (ومهان)، مدیریت انرژی تابان هور (وهور)، فولاد هرمزگان جنوب (هرمز)، توسعه مولد نیروگاهی جهرم (بجهرم) و پالایش نفت لاوان (شاوان) تاثیر مثبت بر شاخص این بازار را داشتند. همچنین نمادهای پتروشیمی مازون (مازون)، سهامی ذوب آهن اصفهان (ذوب)، فرابورس ایران (فرابورس)، صنعتی بهپاک (بهپاک)، داروسازی تولید دارو (دتولید) با تاثیر منفی بر شاخص این بازار همراه بودند.

دولت مزد اعتماد به بازار سرمایه را گرفت

بدون تردید بازار سرمایه در حال تجربه آرمانی ترین شرایط خود در طول نزدیک به ۵ دهه فعالیت بورس در ایران است؛ تقریباً همه چیز در بازار در وضعیت مطلوبی است و شاخص بورس نیز ۲ میلیون واحدی شده است. در این زمینه، همایون دارابی معتقد است: «نگاهی به تحولات بازار نشان می دهد که دولت مزد اعتماد به بازار سرمایه را گرفته و بازار سرمایه کمک های فوق العاده ای را به دولت انجام داده است.»

این کارشناس بازار سرمایه با بیان اینکه «یفای نقش سپر تورمی و جلوگیری از سرریز نقدینگی بیشتر به بازارهای مخبری نظیر ارز و

فرصت امروز: صبح یکشنبه در تابلوی بورس تهران عددی ثبت شد که یک رکوردشکنی دیگر برای بازار سرمایه به حساب می آید. شاخص کل بورس در این روز برای نخستین بار وارد کانال ۲ میلیون واحدی شد و با رشد ۴۹ هزار واحدی در ارتفاع ۲ میلیون و ۱۱ هزار واحد ایستاد. شاخص بورس تهران در حالی به این سقف شکنی تاریخی رسید که یک سال پیش در همین روزها کمی بیش از ۲۵۴ هزار واحد بود و حالا نسبت به آن زمان بیش از ۹ برابر شده است؛ اتفاقی که کارشناسان بازار سرمایه، دلیل آن را ورود نقدینگی، عدم جذابیت سایر بازارها و حمایت دولت می دانند.

ورود نقدینگی جدید به بورس در حالی است که به گفته حسن قالیباف اصل رئیس سازمان بورس، تنها در سه ماهه ابتدای امسال بیش از ۵۰ هزار میلیارد تومان نقدینگی جدید وارد بورس شده است. ورود ۵۰ هزار میلیارد تومان سرمایه جدید به بورس به معنای آن است که به صورت میانگین روزانه (اگر ۶۰ روز کاری را در سه ماه ابتدای سال در نظر بگیریم) بیش از ۸ هزار میلیارد تومان سرمایه جدید روانه بورس شده است و این در حالی است که در طول ۱۲ ماه سال گذشته، میزان سرمایه گذاری در بازار سرمایه تنها ۳۰ هزار میلیارد تومان بوده است. همچنین طبق آمارها، در سال ۹۸ در حالی ۸۲۰ هزار کد معاملاتی جدید صادر شده که این عدد تنها در سه ماهه نخست امسال به یک میلیون و ۶۰۰ هزار کد سهامداری جدید رسیده است. همچنین در طول سال گذشته جمعا ۲ میلیون و ۹۵۰ هزار نفر در سامانه سجام ثبت نام کرده اند که این عدد در سه ماهه ابتدای سال ۹۹ به بیش از ۹۵ میلیون نفر رسیده است. اعداد و ارقامی که بازگوکننده تحولات جدید بازار سهام است و نشان می دهد که چگونه شاخص بورس به رکورد ۲ میلیونی دست یافته است.

ادامه رشد شاخص در کانال ۲ میلیون واحدی

شاخص کل روز گذشته برای اولین بار وارد کانال ۲ میلیون واحد شد و با رشد ۴۹ هزار و ۸۷۰ واحدی، رقم ۲ میلیون و ۱۱ هزار واحد را نمایش داد. شاخص کل (هم وزن) نیز با ۸ هزار و ۷۵۹ واحد افزایش به ۵۲۶ هزار و ۸۸۶ واحد و شاخص قیمت (هم وزن) با ۵۵ هزار و ۷۵۰ واحد رشد به ۳۴۵ هزار و ۸۶۸ واحد رسید. شاخص بازار اول ۲۸ هزار و ۷۶۴ واحد و شاخص بازار دوم ۱۳۲ هزار و ۱۳۸ واحد افزایش داشت. در معاملات روز یکشنبه بیش از ۱۳ میلیارد و ۵۸۴ میلیون سهم و اوراق بهادار به ارزش ۲۳۵ هزار و ۵۷۹ میلیارد ریال داد و ستد شد. نمادهای سرمایه گذاری تامین اجتماعی (شستا) با ۵ هزار و ۵۷۹ واحد، صنایع پتروشیمی خلیج فارس (فارس) با ۵ هزار و ۹۹ واحد، فولاد مبارکه اصفهان (فولاد) با ۴ هزار و ۳۵۵ واحد، پالایش نفت اصفهان (شپنا) با ۲ هزار و ۵۰۷ واحد، نفت و گاز پتروشیمی تامین (تاپیکو) با ۲ هزار و ۱۹۹ واحد، سرمایه گذاری غدیر (وغدیر) با یک

اداره کل بنادر و دریانوردی
استان بوشهر

نام کارفرما: اداره کل بنادر و دریانوردی استان بوشهر

نشانی: بوشهر – انتهای بزرگراه طالقانی – اداره کل بنادر و دریانوردی استان بوشهر

– کدپستی ۷۵۱۷۶۳۸۴۸۰

موضوع خدمات مشاوره: مطالعات مرحله اول و دوم گازرسانی به مجتمع بندری نگین گواهینامه صلاحیت حسب مورد: گروه نفت و گاز

رشته و یا زمینه تخصصی مشاور: شبکه توزیع و ایستگاههای کاهش فشار گاز پایه ۳ محل، مهلت ونحوه دریافت اسناد: از تاریخ درج آگهی (روز دوشنبه مورخ ۹۹/۵/۱۳) تا ساعت ۱۷ روز یکشنبه مورخ ۹۹/۵/۱۹ با مراجعه به سایت (setadiran.ir) اسناد ارزیابی کیفی را دریافت نمایند.

محل و مهلت تسلیم پاکت پیشنهادها: مشاوران باید پیشنهادهای خود را به صورت الکترونیکی در سامانه ستاد به آدرس (setadiran.ir) تا ساعت ۱۷ روز یکشنبه مورخ ۹۹/۶/۲ بارگذاری نمایند.

محل و زمان بازگشایی پاکت پیشنهادها: پیشنهادهای مشاوران راس ساعت ۹ صبح روز دوشنبه مورخ ۹۹/۶/۳ در محل ساختمان مرکزی به آدرس دستگاه مناقصه گزار مفتوح خواهد شد.

اداره کل بنادر و دریانوردی استان بوشهر

تاریخ انتشار نوبت اول: ۹۹/۵/۱۳ تاریخ انتشار نوبت دوم: ۹۹/۵/۱۴

اداره کل بنادر و دریانوردی
استان بوشهر

آگهی فراخوان ارزیابی کیفی و مناقصه عمومی: نوبت اول

یک مرحله ای شماره ۹۹/۹/۱۰۶ شناسه: ۹۲۷۱۵۰

شرکت تولید نیروی برق رامین در نظر دارد مناقصه عمومی خرید برق از نیروگاه گازی افق ماهشهر سال ۹۹ را از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت به شرکت های واجد صلاحیت واگذار نماید. کلیه مراحل برگزاری مناقصه از دریافت اسناد مناقصه تا ارائه پیشنهاد مناقصه گران و بازگشایی پاکت ها از طریق درگاه سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) به آدرس www.setadiran.ir انجام خواهد شد و لازم است مناقصه گران در صورت عدم عضویت قبلی، مراحل ثبت نام در سایت مذکور و دریافت گواهی امضای الکترونیکی را جهت شرکت در مناقصه محقق سازند.

شماره فراخوان در سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد): ۲۰۹۹۰۰۵۵۳۴۶۰۰۰۰۴

تاریخ انتشار مناقصه در سامانه تاریخ ۹۹/۵/۱۵ می باشد.

هزینه خرید اسناد مناقصه از طریق سامانه: ۱,۰۰۰,۰۰۰ ریال

مبلغ تضمین شرکت در فرآیند ارجاع کار: ۵,۰۰۲,۲۸۰,۰۰۰ ریال

آخرین مهلت دریافت اسناد مناقصه از سایت: ساعت ۱۹:۰۰ روز سه شنبه تاریخ ۹۹/۵/۲۱

مهلت زمانی ارائه پیشنهاد: ساعت ۰۸:۳۰ روز دوشنبه تاریخ ۹۹/۰۶/۱۰

زمان بازگشایی پاکت ها: ساعت ۰۹:۳۰ روز دوشنبه تاریخ ۹۹/۰۶/۱۰

اطلاعات تماس دستگاه مناقصه گزار جهت دریافت اطلاعات بیشتر در خصوص اسناد مناقصه و ارائه پاکت های الف، ب و ج: آدرس اهواز – بلوار آیت الله بهبهانی – ابتدای بلوار شهید نواب صفوی – معاونت بهره برداری – شرکت تولید نیروی برق رامین و تلفن: ۳۲۲۴۲۸۳۵ و ۳۲۲۶۶۶۸۶ – ۰۶۱- اطلاعات تماس سامانه ستاد جهت انجام مراحل عضویت در سامانه: – مرکز تماس: ۴۱۹۳۴-۰۲۱- دفتر ثبت نام: ۸۸۹۶۹۷۲۷-۸۵۱۹۳۷۶۸-۰۲۱

WWW.Setadiran.ir

https://iets.mporg.ir

پایگاه اطلاع رسانی مناقصات

پایگاه اطلاع رسانی معاملات شرکت مادر تخصصی تولید نیروی برق حرارتی <http://tender.tpph.ir>

اخبار



۸۶درصد مطالبات چایکاران پرداخت شد

رشد ۱۱درصدی خرید برگ سبز چای

رئیس سازمان برگ سبز چای از پرداخت ۸۶درصد مطالبات چایکاران خبر داد و گفت ۸۰ هزار تن برگ سبز چای از چایکاران خریداری شده است. حبیب جهان‌ساز در گفت و گو با باشگاه خبرنگاران جوان، درباره آخرین وضعیت خرید برگ سبز چای اظهار کرد: بنابر آخرین آمار از ابتدای فصل برداشت تاکنون ۸۰ هزار تن برگ سبز چای با ارزش بالغ بر ۲۳۴ میلیارد تومان از چایکاران دو استان گیلان و مازندران خریداری شده است. او از پرداخت بیش از ۸۶درصد مطالبات چایکاران خبر داد و گفت: تاکنون ۲۸۸.۷ میلیارد تومان از مطالبات چایکاران پرداخت و مابقی به مرور به حساب چایکاران واریز می‌شود. به گفته جهان‌ساز، ۶۴درصد برگ سبز چای خریداری شده درجه یک و ۳۶ درصد درجه ۲ است. رئیس سازمان چای ادامه داد: بنابر آمار از مجموع بهای برگ سبز خریداری شده، ۱۸ هزار تن چای خشک تولید شد که این میزان نسبت به مدت مشابه سال قبل ۱۱ درصد رشد داشته است. او با اشاره به اینکه ۳۸ کارخانه چایسازی مشغول خرید برگ سبز چای هستند، بیان کرد: با توجه به شرایط اقلیمی پیش‌بینی می‌شود که برداشت برگ سبز چای به ۱۳۰ هزار تن برسد که از این میزان ۳۲ تا ۳۳درصد نیاز کشور تامین می‌شود. رئیس سازمان چای در پایان درباره آخرین وضعیت خرید و فروش چای خشک تصریح کرد: با توجه به گسترش ویروس کرونا و کاهش رفت و آمدها، خرید و فروش چای خشک تحت تاثیر قرار گرفته است.

کمبود پارچه برای تولید ماسک در خراسان

جنوبی

رئیس اداره امور اصناف سازمان صنعت، معدن و تجارت خراسان جنوبی گفت بسیاری از واحدهای صنعتی و صنفی تولید ماسک در استان، برای تامین مواد اولیه با کمبود پارچه مواجه هستند.

مظفر آریانفر در گفت‌وگو با ایسنا، اظهار کرد: خراسان جنوبی ظرفیت تولید حدود ۴۰۰ هزار ماسک را دارد که به دلیل کمبود پارچه ارزان قیمت، روزانه حدود ۱۰ هزار ماسک تولید می‌شود.

وی افزود: بسیاری از واحدهای صنعتی و صنفی تولید ماسک در خراسان جنوبی، برای تامین مواد اولیه با کمبود پارچه مواجه هستند. رئیس اداره امور اصناف سازمان صنعت، معدن و تجارت خراسان جنوبی بیان کرد: هفت واحد صنعتی برای تولید ماسک با پارچه ارزان قیمت، به پارچه استاندارد نیاز دارند که در حال رایزنی هستیم. آریانفر افزود: بیشتر واحدهای صنفی تولیدکننده ماسک نیز با کمبود پارچه مواجه‌اند که بسیج اصناف کشور، پیگیر تامین پارچه موردنیاز این واحدها نیز است. وی با بیان اینکه در هفته اول مردادماه، ماسک‌ها بدون هیچ‌گونه سودی و به قیمت تمام شده بین مردم توزیع شد، خاطرنشان کرد: روزانه ۱۰ هزار تیوپ مواد ضدعفونی‌کننده نیز در استان تولید می‌شود.

کمبودی از لحاظ تامین و عرضه مرغ در یزد

نداریم

رئیس سازمان صنعت، معدن و تجارت استان یزد از توزیع ۲۰۰ تن مرغ منجمد و ۲۶۵۰ تن شکر سهمیه تنظیم بازار در این استان از ابتدای تیرماه خبر داد. «محمدرضا علمدار یزدی» در این باره تصریح کرد: توزیع مرغ منجمد با هدف تعدیل قیمت‌ها و تنظیم بازار گوشت مرغ در سطح استان صورت پذیرفت و خوشبختانه کمبودی از لحاظ تامین و عرضه مرغ در استان وجود ندارد. وی افزود: در تیرماه امسال طی دو مرحله ۲۰۰ تن مرغ منجمد تنظیم بازار با قیمت هر کیلوگرم ۱۳ هزار و ۵۰۰ تومان در فروشگاه‌های منتخب استان توزیع شده است. این مسئول همچنین با اشاره به توزیع ۲۶۵۰ تن شکر تنظیم بازار از اول تیرماه در استان، گفت: با پیگیری‌های انجام‌شده ۱۰۰درصد شکر سهمیه استان در تیرماه جذب شده است. وی افزود: از میزان ۲ هزار و ۶۵۰ تن سهمیه شکر تیرماه استان به ترتیب مقدار ۴۲۷ تن شکر سهمیه خوار در بسته‌بندی ۹۰۰ گرمی با قیمت مصرف‌کننده ۷۲۰۰ تومان در سطح واحدهای صنفی و فروشگاه‌های منتخب و مقدار ۸۹۰ تن شکر با قیمت ۶۷۰۰ تومان بین واحدهای تولیدی صنفی و مقدار ۱۳۳۳ تن شکر بین واحدهای تولیدی صنعتی توزیع شده است.

به گزارش ایسنا و به نقل از روابط عمومی سازمان صمت استان یزد، علمدار یزدی در پایان خاطرنشان کرد: تمام مراحل جذب و توزیع بین فروشندگان و مصرف‌کنندگان با نظارت کامل بازرسان سازمان صنعت، معدن و تجارت و اتاق اصناف انجام می‌شود و در صورت مشاهده هرگونه تخلف از سوی افراد یا دستگاه‌های توزیع‌کننده، متخلفان به دستگاه قضایی معرفی می‌شوند.

انباشت ۲.۵ میلیون رأس دام سبک در واحدها

رئیس شورای تامین‌کنندگان دام گفت هم‌اکنون ۳۰۰ هزار رأس دام سنگین و ۲.۵ میلیون رأس دام سبک در واحدها انباشت شده است. منصور پوریان، رئیس شورای تامین‌کنندگان دام کشور در گفت و گو با باشگاه خبرنگاران جوان، از رکود حاکم بر بازار گوشت خبر داد و گفت: با توجه به شیوع ویروس کرونا و کاهش درآمد خانوار، خرید و فروش چندانی در بخش دام زنده و گوشت نداریم. وی قیمت کنونی هر کیلو دام زنده را ۳۹ هزار تا ۴۰ هزار تومان اعلام کرد و افزود: با توجه به فراوانی دام و انباشت در واحدها پیش‌بینی می‌شود که قیمت گوشت نوسان چندانی نداشته باشد.

پوریان با اشاره به اینکه کمبودی در عرضه گوشت وجود ندارد، بیان کرد: با توجه به شرایط کرونا و بسته بودن مرزها، میزان قاچاق در حدی نیست که بتواند بر التهاب قیمت در بازار دامن بزند و تنها برخی مغازه‌داران با بیان اظهاراتی مبنی بر قاچاق به دنبال افزایش کاذب قیمت هستند. این مقام مسئول از انباشتنگی ۳۰۰ هزار رأس دام سنگین با وزن ۷۰۰ کیلو به بالا در واحدهای دامداری خبر داد و گفت: در بخش دام سبک ۲.۵ میلیون رأس دام پروارنده با وزن ۵۵ کیلو در واحدها انباشت شده است. پوریان قیمت هر کیلو بره با وزن سبک را ۴۰ هزار تومان و قیمت هر کیلو بره با وزن سنگین را ۳۸ هزار تومان اعلام کرد و گفت: هر کیلو گوساله با وزن بالای ۶۰۰ کیلو با نرخ ۲۷ هزار تومان و با وزن کمتر از ۵۰۰ کیلو ۲۸ تا ۲۹ هزار تومان درب دامداری عرضه می‌شود.

رئیس شورای تامین‌کنندگان دام در پایان هر کیلو لاشه گوسفندی را ۷۲ تا ۸۰ هزار تومان و لاشه گوساله را ۵۴ تا ۵۸ هزار تومان اعلام کرد.



به گفته او، با استمرار نوسان نرخ نهاده‌های دامی تولید محصولات پروتئینی در معرض خطر قرار می‌گیرد، به طوری که برای تامین نیاز داخل مجبور به واردات گوشت، مرغ و تخم مرغ می‌شویم. رئیس انجمن صنفی گاوداران در پایان با اشاره به اینکه خرید گوشت از سوی پشتیبانی امور دام دردی را دوا نمی‌کند، تصریح کرد: پشتیبانی امور دام گوشت بسته‌بندی را با نرخ ۷۰ هزار تومان از دامداران خریداری می‌کند اما به سبب آنکه امکان کشتار و بسته‌بندی برای دامدار وجود ندارد، خرید گوشت دردی را از دامداران دوا نمی‌کند.

با نرخ مصوب تامین می‌شد. مقدسی با اشاره به اینکه قیمت تمام شده شیر خام به بالای ۶ هزار تومان رسیده است، بیان کرد: با وجود افزایش هزینه‌های تولید، قیمت مصوب شیر خام جوابگوی هزینه‌های تولید نیست و دامداران به سبب آنکه دستگاه تولید دامدار، موجود زنده است، چاره‌ای جز خرید نهاده با هر نرخی ندارند. این مقام مسئول از انباشتنگی ۳۰۰ هزار رأس دام سنگین در واحدهای دامداری خبر داد.

رئیس انجمن صنفی گاوداران کشور گفت با استمرار نوسان نرخ نهاده‌های دامی، صنعت دامپروری در معرض خطر قرار می‌گیرد. احمد مقدسی، رئیس انجمن صنفی گاوداران کشور در گفت و گو با باشگاه خبرنگاران جوان، از استمرار آشفتنگی در بازار نهاده‌های دامی خبر داد و گفت: با توجه به نوسان نرخ ذرت، کنجاله سویا و جو در بازار آزاد و کمبود نهاده با نرخ مصوب، سرمایه دامداران در حال نابودی است.

او با اشاره به اینکه صنعت دامداری در ورطه نابودی است، افزود: در حال حاضر قیمت هر کیلو کنجاله سویا در بازار آزاد به ۸ هزار تومان رسیده است که با این وجود امکان عرضه شیر با نرخ ۲ هزار و ۹۰۰ تومان وجود ندارد.

مقدسی ادامه داد: با وجود آنکه دامداران غذای ۸۳ میلیون نفر را تامین می‌کنند، اما با وجود نوسان نرخ نهاده‌های دامی تولید شیر و گوشت کشور در حال نابودی است.

رئیس انجمن صنفی گاوداران کشور قیمت هر کیلو ذرت در بازار سیاه را ۳ هزار و ۱۰۰ تومان، جو را ۲ هزار و ۷۰۰ تومان و کنجاله سویا را ۸ هزار تومان اعلام کرد.

او با بیان اینکه تامین نهاده دامی با نرخ مصوب به صفر رسیده است، گفت: طی چند روز اخیر دامداران مجموع نیاز خود را از بازار آزاد خریداری کردند، در حالی که در هفته‌های اخیر ۲۰درصد نهاده دامی

بحران صنعت قارچ در کشور

تولید قارچ به ۱۸۰ هزار تن می‌رسد

رئیس انجمن پرورش‌دهندگان قارچ خوراکی گفت با گسترش کرونا و افزایش قیمت تمام‌شده تولید، صنعت قارچ دچار بحران شده است.

مهدی رجبی، رئیس انجمن پرورش‌دهندگان قارچ خوراکی در گفت و گو با باشگاه خبرنگاران جوان، با اشاره به اینکه کمبودی در عرضه قارچ نداریم، اظهار کرد: همه ساله در فصل تابستان، تولید قارچ به سبب نبود سیستم سرمایشی مناسب در واحدهای ستنی ۱۰ تا ۲۰درصد کاهش می‌یابد که امسال شیوع ویروس کرونا موجب شده تولید نسبت به مدت مشابه سال قبل تفاوتی نداشته است.

او افزود: با توجه به گسترش ویروس کرونا، صادرات قارچ به دلیل باز نشدن مرزهای کشور هنوز فعال نشده است.

رجبی ادامه داد: همه ساله در فصل تابستان، صادرات قارچ به دلیل کمبود کانتنرهای یخچالی کاهش می‌یابد که امسال به سبب شرایط کرونا صادرات به صفر رسیده است.

رئیس انجمن پرورش‌دهندگان قارچ خوراکی با بیان اینکه صنعت قارچ دچار بحران شده است، گفت: با توجه به افزایش سرانه مصرف، قیمت قارچ کاهش نیافته است.

قیمت هر کیلو قارچ ۱۸ هزار تومان

او قیمت تمام شده قارچ را ۱۴ هزار و ۵۰۰ تا ۱۵ هزار و ۵۰۰ تومان اعلام کرد و افزود: در حال حاضر قیمت هر کیلو قارچ فله ۱۸ هزار تومان و قارچ بسته‌بندی ۴۰ هزار تومان است.

رجبی با اشاره به اینکه تولید قارچ مازادی ندارد، بیان کرد: صنایع تبدیلی به دلیل نبود قارچ مازاد با مشکلاتی در تولید مواجه هستند. این مقام مسئول ادامه داد: در سنوات گذشته روزانه بیش از ۴۵ تا ۵۰ تن قارچ در تهران تولید می‌شد که امسال همین میزان قارچ در کشور تولید می‌شود.

به گفته رجبی، تا پایان سال پیش‌بینی می‌شود که تولید قارچ به ۱۷۰ تا ۱۸۰ هزار تن برسد.

رئیس انجمن پرورش‌دهندگان قارچ خوراکی در پایان تصریح کرد: در شش ماه گذشته قیمت تمام شده قارچ ۱۰۰ تا ۱۵۰درصد رشد داشته که همین امر موجب شده واحدها دچار بحران شوند.

فراخوان انجام خدمات مشاوره انجام خدمات تهیه و تدوین طرح امکانسنجی ، آماده سازی وتهیه نقشه های تفکیکی محدوده ۳۴۰ همکاری شهرک امام شهر کرمانشاه

اداره کل راه وشهر سازی استان کرمانشاه در نظر دارد فراخوان خرید خدمات مشاوره انجام خدمات تهیه و تدوین طرح امکانسنجی ، آماده سازی وتهیه نقشه های تفکیکی محدوده ۳۴۰ هکتاری شهرک امام شهر کرمانشاه به شماره ۲۰۹۹۰۰۰۰۴۲۰۰۰۰۷ را از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت برگزار نماید .کلیه مراحل برگزاری فراخوان از دریافت وتحویل اسناد فراخوان تا تهیه فهرست مشاوران دارای صلاحیت ،ارسال درخواست پیشنهاد (RFP)، ارائه پیشنهاد مشاوران وباز گشایی پاکت ها از طریق درگاه سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) به آدرس www.setadiran.ir انجام خواهد شد ولازم است مشاوران در صورت عدم عضویت قبلی ، مراحل ثبت نام در سایت مذکور ودربافت گواهی امضای الکترونیکی را جهت شرکت در فراخوان محقق سازند .

تاریخ انتشار فراخوان در سامانه تاریخ ۱۳/۵/۱۳۹۹می‌باشد .

مهلت زمانی دریافت اسناد فراخوان : ساعت ۱۳ تاریخ ۲۰/۵/۱۳۹۹

مهلت زمانی ارسال پاسخ فراخوان : ساعت ۱۳ تاریخ ۲۸/۵/۱۳۹۹

اطلاعات تماس دستگاه مناقصه گزار : آدرس : بلوار شهید کشوری – مقابل استانداری

اطلاعات سامانه ستاد جهت انجام مراحل عضویت در سامانه :

مرکز تماس:۰۲۱۴۱۹۳۴

اطلاعات تماس دفاتر ثبت نام سایر استانها ، در سایت سامانه www.setadiran.ir بخش "ثبت نام"/پروفايل تامین کننده / مناقصه گر " موجود است .

مشاوربرنده مناقصه می بایست نسبت به پرداخت کارمزد فراخوان مربوطه ثبت شده در سامانه ستاد هزینه های آگهی از ابتدا تا اعلام برنده به نسبت درج شده در هر آگهی مناقصه جهت همان پروژه ونیز هزینه صحافی تمام نسخ قرارداد اقدام نماید .

روابط عمومی اداره کل راه وشهر سازی استان کرمانشاه

اخبار

پیشنهادی برای همکاری خودرویی با چین

در رابطه با همکاری با کشور چین باید گفت یک سری شرکت‌های چینی مانند شریک مدیران خودرو که به ایران سرمایه آوردند از ایران نرفته و فعالیت خود را انجام می‌دهند.

امیدوارم شرکت‌های دیگری که می‌خواهند با چینی‌ها کار کنند سعی داشته باشند به نحوی شراکت صورت پذیرد که سرمایه به ایران بیاورند. در این صورت هر اتفاقی نیز بیفتد مانند سایر شرکت‌ها از ایران نخواهند رفت. به هر ترتیب فکر می‌کنم با این قرارداد ۲۵ساله شرکت‌های چینی با دلگرمی بیشتری در ایران خواهند آمد.

اما باید سیاست‌گذاری ما به نحوی باشد که منجر به ساخت داخل شود. خودروهای چینی آنطور که باید و شاید ساخت داخل ندارد و نیاز است سیاست وزارتخانه به نحوی باشد که موجب افزایش میزان داخلی‌سازی شود. در نتیجه میزان وابستگی و مصارف ارزی ما کمتر خواهد شد. آقایانی که مرتب به چین می‌روند می‌گویند که هر شش ماه یک بار تحولی عظیم در آنجا رخ می‌دهد. پیشرفت آنها نسبت به بقیه دنیا متفاوت است و از لحاظ تعداد تولید خودرو نیز حرف اول را در جهان می‌زنند. در صنعت خودروی الکتریک آنها پیشتاز شدند و باید شرکت‌ها بتوانند با آنها جوینت شوند و دانش تولید خودروی برقی را به ایران بیاورند.

گفته می‌شود که ۶۰درصد قطعات خودروی وارداتی آمریکا از چین است. چینی‌ها پیشرفت قابل توجهی پیدا کردند و از قطعات درجه ۱ تا درجه ۵ را تولید می‌کنند. مدیران ما باید بتوانند قطعات با کیفیت از آنها بخرند. پیشنهاد من این است که اگر دولت اجازه دهد یک شرکت چینی بیاید در ایران و از A تا Z سرمایه‌گذاری انجام دهد و با سیاست‌های وزارتخانه کاری کند که ساخت داخل انجام شود به نظر می‌رسد که تحول بسیار عظیمی در صنعت خودرو رخ خواهد داد.

راه‌اندازی واحد تولیدی خودرو برقی در زنجان

نماینده مردم زنجان و طارم در مجلس شورای اسلامی از راه‌اندازی واحد تولیدی خودروی برقی در زنجان با حضور سرمایه‌گذار خارجی خبر داد.

مصطفی طاهری امروز در گفت‌وگو با خبرنگار فارس در زنجان اظهار کرد: مذاکرات لازم برای ورود سرمایه‌گذار به زنجان انجام شده است. نماینده مردم زنجان و طارم در مجلس شورای اسلامی از راه‌اندازی واحد تولیدی خودرو با حضور سرمایه‌گذار خبر داد و افزود: این سرمایه‌گذار طی روزهای گذشته در استان حضور پیدا کرده بودند. وی با اشاره به رایزنی با مقامات استانی برای راه‌اندازی واحد تولیدی خودرو گفت: این شرکت اقدام به تولید خودروی برقی می‌کند. طاهری با اشاره به اینکه سرمایه‌گذار مذکور از کشور چین بوده و در استان فعالیت خواهد کرد، افزود: وی ابتدا مونتاز خودرو را انجام می‌دهد، اما به مرور فناوری این خودروها را به استان وارد می‌کند.

نماینده مردم زنجان و طارم در مجلس شورای اسلامی با اشاره به استقبال خوب سرمایه‌گذاران از فعالیت در استان زنجان بیان کرد: مقامات استانی نیز همکاری و تعامل خوبی برای راه‌اندازی این واحد داشتند.

آخرین مهلت تبدیل رایگان خودروها به

دوگانه‌سوز

این سوال مطرح است که اگر مالک خودرویی با استفاده از فرصت تبدیل رایگان خودروها، اقدام به تبدیل رایگان خودروی خود به دوگانه‌سوز نکرد، بعد از سال ۱۴۰۰ نیز می‌تواند امکان تبدیل رایگان خودروی خود را داشته باشد؟
خبرگزاری تسنیم نوشت: اردیبهشت ماه امسال بود که با رونمایی رسمی از سامانه gcr.niopdc.ir، ثبت نام تاکسی‌ها و وانت بارها برای تبدیل رایگان خودرو به دوگانه‌سوز آغاز شد و مالکان این خودروها می‌توانند با مراجعه به سامانه مذکور، با ارائه اطلاعات شخصی و اطلاعات مالکیتی وسیله نقلیه، نسبت به ثبت نام اقدام کنند تا بتوانند در یکی از کارگاه‌های مجازی که در سامانه موجود است، نوبت‌گیری کرده و در تاریخ مشخص شده، برای تبدیل رایگان خودروی خود مراجعه کنند. در فاز نخست، دارندگان تاکسی‌ها و وانت بارهای بنزین‌سوز می‌توانند با مراجعه به این سامانه، نسبت به ثبت نام تبدیل به خودروی دوگانه‌سوز اقدام کنند و با وجود آنکه برای هر خودرو حدود ۵ میلیون تومان هزینه تبدیل وجود دارد، این هزینه از مالکان خودرو دریافت نشده و این‌ثبت نام و تبدیل از حالت بنزین سوز به دوگانه‌سوز، کاملاً رایگان خواهد بود. قرار است در فاز بعدی، دارندگان خودروهای شخصی مسافربر اعم از تاکسی‌های اینترنتی و فعالان ناوگان عمومی خودروهای شخصی بین شهری، بتوانند به صورت رایگان نسبت به ثبت نام و تبدیل به خودروی دوگانه‌سوز اقدام کنند که البته فعلاً در فاز نخست امکان ثبت نام این افراد وجود ندارد. در اجرای این طرح برای سال جاری، ثبت نام حدود ۷۰۰ هزار خودرو پیش‌بینی شده و برای سال آینده نیز ثبت نام حدود ۷۰۰ هزار خودروی دیگر پیش‌بینی شده است و در این طرح، اولویت به خودروهایی است که رودتر اقدام به ثبت نام در سامانه مربوطه کنند.

اما سوال اینجاست که آیا این طرح بعد از سال ۱۴۰۰ نیز وجود دارد؟ به عبارتی اگر مالک خودرویی با استفاده از این فرصت، اقدام به تبدیل رایگان خودروی خود به دوگانه‌سوز نکرد، بعد از سال ۱۴۰۰ نیز می‌تواند امکان تبدیل رایگان خودروی خود را داشته باشد؟

حمید قاسمی ده‌جشمه، معاون مدیرعامل شرکت ملی پخش فرآورده‌های نفتی ایران در گفت‌وگو با خبرنگار اقتصادی خبرگزاری تسنیم، در این خصوص اظهار داشت: منابع مالی طرح تبدیل رایگان خودروها از حالت بنزین سوز به دوگانه‌سوز برای سال‌های ۱۳۹۹ و ۱۴۰۰ دیده شده است.

وی افزود: در این طرح ما داریم سود بانکی می‌دهیم و نمی‌توان وام بلندمدت بانکی برای این طرح تخصیص داد و به احتمال ۹۹درصد با توجه به شرایط مصوبه اخذشده از شورای عالی اقتصاد، بعد از سال ۱۴۰۰ این طرح تمدید نخواهد شد.

معاون مدیرعامل شرکت ملی پخش فرآورده‌های نفتی ایران تصریح کرد: اتفاق خوبی که در این طرح افتاده همین است که بانک‌ها پشت این طرح هستند، بانک به عنوان سرمایه‌گذار ورود کرده، در واقع در این طرح به تمام مردم وام می‌دهد و بازپرداخت وام را به تدریج از ما می‌گیرد و ما هم اصل و هم فرع آن را طبق مصوبه شورای عالی اقتصاد به بانک برمی‌گردانیم.

به اینکه یکی از دلایل افزایش قیمت پراید در بازار، توقف تولید این محصول است، اظهار داشت: علاوه بر تولید نشدن پراید و افزایش تقاضا برای آنکه در رشد بهای آن بسیار تاثیرگذار است، قیمت خودرو به طور کلی تابع افزایش قیمت ارز است، بنابراین طبیعتاً زمانی که دلار سیر صعودی داشته باشد، خودرو نیز از این مسئله پیروی می‌کند. **مشتربیان پراید قدرت خرید تیب‌ا و ساین‌ا کوئیک را ندارند**
این کارشناس صنعت خودرو در پاسخ به این پرسش که آیا عدم تولید پراید می‌تواند قیمت آن را به ۱۰۰ میلیون تومان افزایش دهد، گفت: در این باره باید دید که شرایط به چه ترتیبی پیش می‌رود؛ از سوی دیگر تقاضا نیز در این باره از اهمیت بسزایی برخوردار است، اما نکته مهم این است که با توقف تولید پراید در این سگمنت قیمتی یک خلأ به وجود آمده و با توجه به فاصله قیمتی جایگزین‌های معرفی‌شده پراید شامل تیب‌ا، ساین‌ا و کوئیک، قدر مسلم بسیاری از مشتریان پراید توانایی خرید این محصولات را نخواهند داشت که این مسئله نیز می‌تواند باعث افزایش هرچه بیشتر قیمت پراید شود.

خودرو، پراید به ۹۰ میلیون تومان رسید. نکته جالب در این خصوص عدم تولید پراید و نبود مشتری در بازار خودرو است بنابراین گزینه افزایش عرضه برای ثبات‌بخشی به بازار پراید دیگر وجود ندارد. هرچند از نظر فعالان بازار خودرو وضعیت فعلی عجیب نیست و طی ماه‌های اخیر کم و بیش شاهد رخ دادن چنین وضعیتی در بازار خودرو بوده‌ایم. هر چند به نظر می‌رسد اگر روند فعلی که کسی نمی‌داند تا کجا پیش خواهد رفت، ادامه یابد باید منتظر پراید ۱۰۰میلیون تومانی نیز بود.

کارشناسان خودرو معتقدند در حال حاضر دولت اجازه نمی‌دهد که فضای رقابتی در صنعت خودرو شکل بگیرد، چراکه از این انحصار دارای منافع زیادی است و نمی‌خواهد این شرایط را از دست دهد. در حالی که گفته می‌شود خودروسازان خصوصی شده‌اند، باز هم می‌بینیم که مدیران عامل سایپا و ایران خودرو از سوی وزیر صنعت مستقیماً تعیین می‌شوند.

ابوالفضل خلخالی، کارشناس صنعت خودرو در این باره با اشاره

طرح‌های فروش خودروسازان کمکی نکرد

تداوم رشد قیمت‌ها در آشفته‌بازار خودرو

آقای مومنی افزود: در سال‌های گذشته کمتر از نیاز بازار، خودرو عرضه می‌شد و الان تمهیداتی که شرکت‌ها انجام می‌دهند مربوط به سال‌های گذشته است و شرکت‌ها در حال حاضر تحویل فوری ندارند. وی اضافه کرد: اگر تحویل فوری خودروی شرکت‌ها به مصرف‌کننده از درب کارخانه انجام می‌شد بازار مشخص‌تری داشتیم و شرکت‌ها می‌توانستند به راحتی نیاز بازار را تامین کنند. رئیس اتحادیه فروشندگان و نمایشگاه‌داران خودرو گفت: نوسانات ارزی هم، علتی است بر افزایش قیمت‌ها، چون خودرو کالایی مصرفی است، اما حالا به کالایی سرمایه‌ای تبدیل شده و همین باعث شده تا با کوچک‌ترین نوسانی در بازار ارز، قیمت‌ها بالا رود.

مصوبه‌ای که اجرا نشد

مومنی درخصوص مصوبه ستاد تنظیم بازار درباره فروش خودرو در بازار با ۱۰درصد افزایش نسبت به قیمت کارخانه گفت: این طرح فقط در حد یک مصاحبه بوده و اجرایی نشده است.

وی تاکید کرد: ما به عنوان اتحادیه فروشندگان و نمایشگاه‌داران خودرو پیشنهاد دادیم که حاضرم خودرو را از کارخانه بخریم و با افزایش یک و نیم درصد به فروش برسانیم.

وی افزود: اگر در سال‌های ۹۷ و ۹۸ آمار تولید شرکت‌های خودروساز

رئیس اتحادیه فروشندگان و نمایشگاه‌داران خودرو گفت که طرح‌های فروش شرکت‌های خودروساز، تاثیری در بازار آشفته خودرو نداشته است. سعید مومنی در مصاحبه تلفنی با خبرنگار گروه اقتصادی خبرگزاری صدا و سیما، با بیان اینکه در حال حاضر شاهد افزایش قیمت‌ها در بازار خودرو هستیم، افزود: بازار خودرو، بسیار آشفته و نابسامان است ضمن اینکه در بازار داخلی، شاهد افزایش قیمت‌ها بوده‌ایم البته با شیب ملایم. وی گفت: به عنوان نمونه، امروز پراید ۱۱۱، نود و سه میلیون تومان، پراید ۱۳۱، هشتاد و یک میلیون تومان، پراید ۱۳۲، هشتاد و یک میلیون تومان، تیب‌ا دو، ۱۰۷ میلیون و ۵۰۰ هزار تومان، تیب‌ا صندوق‌دار، ۹۶ میلیون تومان، ساین‌ا، ۱۰۸ میلیون تومان و بعضی از محصولات ایران خودرو هم مانند، پژوپارس، ۱۷۳ میلیون تومان، پژوپارس تی‌وی‌ا، ۲۰۷ میلیون تومان، ۲۰۶ تیپ دو، ۱۶۳ میلیون تومان، ۲۰۶ تیپ پنج، ۱۹۷ میلیون تومان، ۲۰۶ وی هشت، ۱۹۱ میلیون تومان، پژو ۴۰۵، ۱۳۹ میلیون تومان، و سمند ال ایکس، ۱۴۳ میلیون تومان داد و ستد شد. رئیس اتحادیه فروشندگان خودرو درخصوص طرح‌های شرکت‌های خودروساز هم برای ارائه خودرو به بازار گفت: متأسفانه این طرح‌ها، تاثیری در بازار نداشته و نیاز بازار خودرو تامین نشده است.

تولید خودروی ارزان و واقعیت‌های فضای صنعت

مقایسه با موتورسیکلت‌ها از ارزش افزوده لازم برخوردار نیستند.

وی تاکید کرد: در این راستا تنها گزینه، ساخت خودروهایی نظیر پراید است و هر خودرویی که شیک‌تر و باکیفیت‌تر از پراید تولید شود، با قیمت‌هایی بالاتر خواهد بود. این استاد دانشگاه، به تجربه شرکت «تاتاموتورز» هند در ساخت خودروهای نانو۲ هزار و ۲۰۰ دلاری اشاره کرد که با شکست همراه شد، زیرا از حداقل‌هایی که باید برخوردار نبود. کاکایی ادامه داد: وقتی قرار باشد استانداردهای هشتادوپنج‌گانه را روی خودرویی نظیر پراید اعمال کنیم، به طور نمونه باید به جای دو کیسه هوا از چهار کیسه هوا، از کاتالیزت برای کاهش آلانددگی استفاده کرده و به منظور سبک‌سازی در آن از ورق‌های فولادی با قیمت بالاتر استفاده کنیم و همه اینها به معنای افزایش قیمت است. لزوم کاهش مشکلات تولید وی پیشنهاد کرد به جای ارائه چنین طرح‌هایی، مشکلات تولید را کاهش دهیم و از ظرفیت‌های موجود به منظور توانمندسازی استفاده کنیم که خود به خود به افزایش قدرت رقابت‌پذیری خودروسازان خواهد انجامید.

استاد گروه مهندسی خودروی دانشگاه علم و صنعت گفت: با متناقض گویی های مسئولان و سیاست‌گذاران، در سال‌های گذشته خودروسازی، ضعیف و منابع کشور تلف شده است. امروز خودروسازان با مشکلات کیفیتی خودرو، کمبود یا نبود قطعه مواجه‌اند و اوضاع بازار لوازم یدکی و خدمات مربوطه تعریفی ندارد.

اگرچه با افزایش قیمت خودرو و خروج پراید و پژو ۴۰۵ جی.‌ال. ایکس از خط تولید، تولید خودروی ارزان در دستور کار قرار گرفته است، اما برخی کارشناسان با توجه به واقعیت‌های فضای کسب و کار، آن را نشدنی می‌دانند.

«میرحسین کاکایی» استاد گروه مهندسی خودروی دانشگاه علم و صنعت روز یکشنبه به ایرنا، گفت: در موضوع تولید خودروی ارزان، تناقضی بزرگ در صحبت‌های مسئولان دیده می‌شود، زیرا از یک طرف به دنبال تولید خودروی ارزان با تیراژ بالا هستند و از طرفی ایده‌هایی که مطرح می‌شود مطابق نیاز روز نبوده با گران تمام می‌شوند.

به گزارش ایرنا، این روزها به خصوص پس از حذف دو خودروی پرتیراژ پراید و پژو ۴۰۵ جی. ال. ایکس از خط تولید ایران خودرو و سایپا به دلیل ناتوانی در پاس‌کردن استانداردهای هشتادوپنج‌گانه و افزایش هزینه‌ها، ایده تولید خودروهایی در بازه قیمتی خودروهای یادشده به عنوان «خودروی ارزان» در دستور کار قرار گرفته است. شنیده‌ها حاکی است وزارت صنعت سه گزینه تولید میکروکارها (Micro Car)، تولید خودرو با موتور کم‌مصرف و موتورسیکلت‌های چهارچرخ را در دست بررسی دارد تا گزینه مناسبی را برای خانواده‌های ایرانی برگزینند.

به گفته کاکایی، ایرانی‌ها از میکروکار استقبال نخواهند کرد و موتورسیکلت را به آن ترجیح می‌دهند، زیرا معتقدند میکروکارها در

تشخیص سریع کووید- ۱۹ به کمک هوش مصنوعی

یک تست تشخیص کووید-۱۹ با کمک هوش مصنوعی توسعه یافته که می‌تواند با تحلیل نتایج آزمایش و علائم حیاتی بیمار طی یک ساعت ابتلای او به بیماری را شناسایی کند. به گزارش مهر، محققان دانشگاه آکسفورد این سیستم را توسعه داده‌اند که «Crutial AI» نام گرفته و می‌تواند براساس اطلاعاتی که به طور روتین جمع‌آوری شده، ابتلا به بیماری را تشخیص دهد. این سیستم هوش مصنوعی در تحقیقی که از ۲۰ آوریل تا ۶ مه انجام شده بود، اطلاعات ۳ هزار و ۳۲۶ مراجعه‌کننده به چهار بیمارستان دانشگاه آکسفورد را بررسی کرد.

به گفته محققان این ابزار در ۹۲ درصد موارد توانست وضعیت ابتلا به کووید-۱۹ در بیماران را به درستی پیش‌بینی کند.



دریچه

همراهی مردم و مسئولان در توسعه شهر هوشمند

رهاورد بهره‌وری در خدمات و کاهش هزینه‌ها

حمیده زند: آنالیز و پردازش اطلاعات در مسیر ارائه خدمات شهری همراه با فناوری و اتصال به شبکه اینترنت، در جهت بهینه‌سازی بهره‌وری از خدمات و کاربری‌های شهری، یک گام مهم در مسیر شکل‌گیری شهر هوشمند است. فناوری شهر هوشمند، فرصت‌های مهمی را در جهت ارتباط مستقیم با شهروندان و تعامل مستمر و هدفمند در جهت تحول و رشد ایجاد می‌کند، به شرط اینکه هم زیرساخت‌ها فراهم باشد و هم در جهت ایجاد شهر هوشمند، بتوان به فرهنگ‌سازی پرداخت و اهمیت آن را در میان آحاد مردم، تبیین کرد.

مدیریت شهری اگر با فناوری روز و پیشرفت‌های جهانی همراه باشد، خدمت‌رسانی تسهیل و تحقق طرح‌های مختلف در ارتباط با خدمات شهری، امکان‌پذیر می‌شود، به همین جهت برای ساختن شهری هوشمند نیازمند سرمایه‌گذاری‌های اقتصادی و فرهنگی و اجتماعی هستیم تا بستر برای تبیین ضرورت شهر هوشمند در ابتدا برای مردم به عنوان مطالبه‌ای مهم شناخته شود و سپس مدیران شهری و مسئولان نسبت به توسعه آن اهتمام بیشتری پیدا کنند. همراهی مردم و مسئولان در توسعه شهر هوشمند، رهاورد بهره‌وری در خدمات و کاهش هزینه‌هاست، استفاده از شبکه‌های هوشمند و خدمات الکترونیکی و به طور کلی حرکت به سمت شهری هوشمند، به رشد و توسعه شهر می‌انجامد، بر همین اساس به تدابیر هوشمندسازی طبق مولفه‌ها و شاخص‌های شناخته‌شده نیاز داریم.

یکی از شاخص‌های مهم شهروند هوشمند در محیط شهری، اتخاذ رویکرد یادگیری فناوریانه است تا تعالی و رشد شهری هوشمند شکل بگیرد، برنامه‌ریزان و طراحان مدیریت شهری باید براساس شاخص‌های اقتصادی، اجتماعی و خدماتی بتوانند مسیری را در جهت تربیت شهروند هوشمند بپیمایند تا مطابق با نیازهای روز بتوان شهری هوشمند ترسیم کرد، در این میان اگر پیشرفت شهری و توسعه فناوری در سبک زندگی و فرهنگ شهروندان تاثیرگذار باشد

بسیاری از شاخص‌های شهروند هوشمند عملیاتی می‌شود.

شهرهای هوشمند براساس فناوری اطلاعات مدیریت می‌شوند و در آن همه خدمات و زیرساخت‌ها به صورت هوشمند و مجازی اداره می‌شود، چنین شهرهایی دارای شش معیار مهم براساس حاکمیت هوشمند، شهروند هوشمند، محیط زندگی هوشمند، اقتصاد هوشمند، حمل و نقل هوشمند و انرژی هوشمند هستند تا زمینه‌ساز توسعه خدمات و رفاه بیشتر و مدیریت منابع باشند.

ایجاد شهرهای هوشمند، یک سرمایه‌گذاری طولانی مدت و بارز است که کاربری‌های مختلفی را از طریق فناوری اطلاعات و تکنولوژی‌های پیشرفته تعریف می‌کند، ضمن اینکه در این فرآیند نظارت و مدیریت نیز تسهیل می‌شود و می‌توان به سمت و سوی شفافیت و امنیت اطلاعات حرکت کرد، ضمن اینکه امکاناتی پیشرفته را در اختیار شهروندان قرار داد و در حوزه حمل و نقل، ترافیک، تابسیات، خدمات و سیستم‌های آموزشی و اطلاعاتی گام‌های بنیادین برداشت.

با توجه به شیوع بیماری کرونا، یکی از فرآیندهای مهمی که بسیاری از تهدیدات را به فرصت تبدیل کرد، هوشمندسازی بود، در این میان شهرداری قم نیز با برنامه‌ریزی منسجم از طریق اپلیکیشن قم‌یار بیش از ۳۰ خدمات هوشمند را برای رفاه شهروندان به طور گسترده معرفی کرد تا مردم بتوانند از خدمات غیرحضور در جهت کاهش خطر انتقال کروناویروس استفاده کنند.

ستاد شهر هوشمند از سال ۹۶ به دستور شهردار و تأیید شورای اسلامی شهر به عنوان اولین مرکز در سطح کشور در شهرداری قم با هدف هوشمندسازی شهر برای زندگی بهتر شکل گرفت، هرچند شهر هوشمند تنها در فناوری اطلاعات و دولت الکترونیک خلاصه نمی‌شود و دولت الکترونیکی و فناوری‌ها جزئی از شهر هوشمند به شمار می‌رود.

زیره‌کاران محصول خود را در بورس عرضه می‌کنند

تا کشاورزان این فرصت را بیابند حاصل دسترنج خود را به شکل مستقیم در بورس کالای اختصاصی عرضه کنند. به منظور تکرار این تجربه موفق، وزارت جهاد کشاورزی با همکاری ستاد توسعه علوم

و فناوری گیاهان دارویی و طب سنتی و معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، از طرح عرضه محصول زیره کشور در یک تالار اختصاصی بورس حمایت کرد. این طرح به زیره‌کاران فرصت می‌دهد که بدون دخالت واسطه‌ها، محصول خود را در معرض فروش قرار دهند و به بالاترین قیمت ثبت شده در تابلوی معاملات به فروش برسانند. کشاورزانی که مایل هستند محصول خود را در قالب اوراق گواهی سپرده کالایی مورد معامله قرار دهند، می‌توانند به انبارهایی که در سایت بورس کالای ایران معرفی شده است مراجعه کنند و محصول خود را به این انبارها بسپارند و قبض انبار یا گواهی سپرده آن را دریافت کنند. در شمال کشور و شهر گنبد کاووس نیز یک بورس تخصصی زیره راه‌اندازی شده است.



راه‌اندازی بورس زعفران تجربه موفق بود که باعث متعادل‌سازی قیمت و کوتاه شدن دست واسطه‌ها از بازار زعفران شد. برای تعمیم این تجربه موفق به دیگر حوزه‌ها از عرضه محصول زیره کشور در

یک تالار بورس اختصاصی حمایت می‌شود.

این اقدام با حمایت وزارت جهاد کشاورزی و ستاد توسعه علوم و فناوری گیاهان دارویی و طب سنتی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری انجام می‌شود. کشاورزان فعال در حوزه گیاهان دارویی مانند زعفران، زیره، آنغوزه و دیگر محصولات هر سال پس از فصل برداشت براساس سازوکارهای سنتی داد و ستد، محصولات خود را به صورت غیرعلمی به خریداران حضوری عرضه می‌کنند. این مسئله باعث شده است که ارتباط مستقیم میان کشاورز و تولیدکننده و صادرکنندگان نهایی شکل نگیرد و سود اصلی به جیب واسطه‌ها سرازیر شود. بر این اساس برای اولین بار در کشور بورس تخصصی زعفران راه‌اندازی شد. همچنین کنترل نوسانات قیمتی از دیگر مزیت‌های آن است



رکوردشکنی فروش آمازون

به قلم: جف ولز / کارشناس بازاریابی

آنلاین، آن هم در وضعیت رکود اقتصادی و حیرت‌انگیزی محسوب می‌شود. بر این اساس مقایسه با سال گذشته ۱۶۰ درصد رشد داشت انتشار میزان سودآوری آمازون در طول د

خرده‌فروشی آمازون در طول دوران شیوع کرونا موفق به جلب نظر شمار بالایی از مشتریان تازه شده است. این امر به دلیل گرایش مشتریان برای خرید آنلاین در مقایسه با حضور در خرده‌فروشی‌های سنتی روی داده است. براساس گزارش رسمی آمازون در سه ماهه دوم سال جاری میزان فروش آنها سه برابر شده است. این امر برای یک خرده‌فروشی

با محصولات دانش‌بنیان امنیت فروشگاه‌ها تامین شد

کدام در یک نوع از فروشگاه قابل استفاده هستند. مثلا فناوری گیت فروشگاه‌ی RF به دلیل فرکانس کاری بالایی که دارد برای برخی اصناف مناسب نیست. مخصوصا کالاهایی که دارای بسته‌بندی فلزی

یا مشتقات فلز هستند، مانند لوازم جانبی موبایل، لوازم آرایشی و ... این فعال دانش‌بنیان همچنین گفت: به همین دلیل برای چنین فروشگاه‌هایی از فناوری AM استفاده می‌شود. ما با تکیه بر واحد تحقیق و توسعه خود این فناوری را هم بومی‌سازی کردیم. تنوع محصولات‌مان در این فناوری به ۱۲ مدل می‌رسد. ما توانستیم نمونه اولیه گیت فروشگاه‌ی EM را که مصارفی خاص در کتابخانه‌ها و فروشگاه‌های آرایشی - بهداشتی دارد، تولید کنیم. به گفته وی، فارغ از نوع فناوری، دزدگیر فروشگاه‌ی از چند قسمت تشکیل شده که شامل مورد الکترونیکی فرستنده و گیرنده، آنتن، منبع تغذیه و لوازم جانبی شامل تگ‌های سخت، لیبل‌های امنیتی، جداکننده و خنثی‌کننده می‌شود.



تاکنون واژه گیت فروشگاه‌ی یا دزدگیر فروشگاه‌ی را شنیده‌اید؟ این لغت برگرفته از کلمه EAS یا همان ناظر الکترونیکی کالا است. این کالاه‌ها به بالا بردن ضریب امنیت فروشگاه‌ها کمک می‌کنند.

شرکتی دانش‌بنیان با بومی‌سازی تولید این گیت‌ها به کاهش سرقت از فروشگاه‌ها کمک کرده است. گیت‌های ضدسرقت این شرکت دانش‌بنیان با فناوری‌های نوین تولید شده‌اند. کالاهایی که این روزها مشتریان پروپاقرصی دارند و در دنیا با قیمت‌های بالایی به فروش می‌رسند، اما با تلاشی دانش‌بنیانی این محصولات برای نخستین بار در خاورمیانه در ایران تولید شد. به گفته سجاد جامش، مدیرعامل شرکت دانش‌بنیان نیرو پردازش اسپینر، در حوزه صنعت گیت فروشگاه‌ی و میان تولیدکننده‌های بین‌المللی، بالاترین تنوع محصول را داریم و هرگونه سلیقه و نیاز را پوشش

دهیم. وی ادامه داد: محصولات تولیدی شرکت ما شامل گیت‌های فروشگاه‌ی با فناوری EM / AM / RF می‌شود؛ گیت‌هایی که هر

هشدار رئیس اتاق بازرگانی تهران درباره نرخ تورم



مرکز آمار در جدیدترین گزارش خود، نرخ تورم کشور را حدود ۲۶ درصد اعلام کرد که براساس آن نرخ تورم ماهانه در تیرماه امسال، بیش از ۶درصد بوده است. به گزارش ایسنا ارزیابی‌ها از آینده نرخ تورم، چند عامل را دربر می‌گیرد که یکی از آنها وضعیت شاخص تورم ماهانه است. در صورتی که تورم ماهانه به پایین‌تر از یک درصد بیاید، نشان‌دهنده کاهش قطعی نرخ تورم خواهد بود و اگر این نرخ افزایش پیدا کند، تورم در آینده روند صعودی را طی خواهد کرد. براساس گزارش مرکز آمار، نرخ تورم ماهانه در تیرماه امسال، بیش از ۶درصد بوده است. مسعود خوانساری – رئیس اتاق بازرگانی تهران – در واکنش به این آمارهای جدید در صفحه شخصی خود به خطرناک بودن روند فعلی نرخ تورم اشاره کرده و معتقد است با بالا رفتن تورم ماهانه، فشاری کم‌سابقه بر مردم عادی وارد شده است.

یادداشت

ایمنی باهوشمندسازی

زمان، کاهش مصرف سوخت و بهبود سطح ارائه سرویس اشاره کرد. برای مدیریت ترافیک، فناوری‌های متفاوتی به کار می‌رود. از سیستم‌های اولیه‌ای مانند هدایت خودرو و سیستم کنترل چراغ‌های راهنمایی، تابلوهای اعلان ترافیک، دوربین سرعت‌سنج و سیستم خودکار شناسایی شماره خودرو گرفته تا سیستم‌های پیشرفته و پیچیده‌تری که به‌طور همزمان اطلاعات متفاوتی را از منابع متفاوت یکپارچه می‌کند. اطلاعاتی مانند وضع آب و هوا، وضعیت ترافیک، وضعیت جاده و ... از جمله داده‌های این حوزه فناوری است که منجر به ایجاد حجم عظیمی از داده‌ها می‌شود که برای ذخیره‌سازی و پردازش نیازمند مراکز داده کلان است. پیشرفت‌های به وجود آمده در فناوری اطلاعات و کلان داده می‌تواند به ایجاد یک سیستم کاملا یکپارچه برای سال‌های آینده کمک کنند. شرکت Uber که هم‌اکنون بزرگ‌ترین شرکت حمل‌ونقل جهان محسوب می‌شود که می‌توان از طریق اپلیکیشن طراحی شده آن تاکسی درخواست کرد. این شرکت از کلان‌داده برای راهنمایی رانندگانش استفاده می‌کند تا آنها در بهترین زمان ممکن در نزدیک‌ترین محل به کسانی باشند که احتمالا می‌خواهند تاکسی سفارش دهند. اتفاق بسیار مهم دیگری که اخیرا در اوبر رخ داده است این است که دانشمندان داده این شرکت تلاش دارند با استفاده از روش‌های یادگیری ماشین میزان تقاضا را پیش‌بینی کنند تا از این طریق بتوانند توازن بین عرضه و تقاضا را تا حد زیادی حفظ کرده و در نهایت از بالا رفتن قیمت‌ها و اثر الگوریتم افزایش قیمت بکاهند. البته اوبر هنوز به صورت رسمی به کارگیری این سیستم را تایید نکرده است.

خدمات رسانی به شرکت‌های خلاق

۲۴ تفاهم‌نامه همکاری امضا شد

تفاهم‌نامه‌ای است که این ستاد با اتاق بازرگانی ایران امضا کرده است. حوزه‌بازی‌های رایانه‌ای و بازی‌سازی، شاخه‌ای مهمی از صنایع خلاق محسوب می‌شود. به همین دلیل، ستاد توسعه فناوری‌های نرم و هویت‌ساز معاونت علمی و فناوری در همکاری با بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای، تلاش دارد تا شرکت‌های خلاق بیشتری را ترغیب کند که در این حوزه فعالیت کنند. تشکیل کارگروه مشترک به منظور هماهنگی برای ارائه خدمات به شرکت‌های بازی‌ساز، بخشی از توافق این دو نهاد در این حوزه است. همچنین یک جدول مشترک حمایتی تدوین شده است تا خدمات‌رسانی به شرکت‌های خلاق فعال در حوزه بازی‌سازی به شکل متمرکزتری انجام گیرد. میلیون‌ها دانش‌آموز در مدارس کشور مشغول تحصیل هستند. فرهنگ‌سازی در میان این قشر، موجب می‌شود که در آینده تعداد متقاضیان تأسیس شرکت‌های خلاق به شکل چشمگیری افزایش یابد. بر این اساس، تفاهم‌نامه‌ای با اتحادیه انجمن‌های اسلامی دانش‌آموزان منعقد شده است تا مراکز نوآوری دانش‌آموزی در کشور گسترش یابد.

سازمان تنظیم مقررات صوت و تصویر فراگیر در فضای مجازی، کمیته امداد امام خمینی(ره)، معاونت صنایع دستی وزارت میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری، سازمان توسعه تجارت، صندوق پژوهش و فناوری همگام پیشرفت سیستان و بلوچستان، مرکز تعاملات بین‌الملل علم و فناوری، پارک علم و فناوری سیستان و بلوچستان، مجمع نوشت‌افزار ایران اسلامی، صندوق پژوهش و فناوری کریمه، مرکز وکلاء، کارشناسان رسمی و مشاوران خانواده قوه قضائیه، صندوق توسعه فناوری‌های نوین، وبسایت کتاب الکترونیک طالقچه، کافه بازار، انجمن مدیریت کسب و کار ایران، معاونت تحقیقات و فناوری وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی، صدا و سیما، ستاد رونق تولید، صندوق نوآوری و شکوفایی و سامانه کارن گراد، دیگر سازمان‌ها و شرکت‌هایی هستند که ستاد توسعه فناوری‌های نرم و هویت‌ساز معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری با آنها تفاهم‌نامه همکاری امضا کرده است یا آنکه با آنها در زمینه خدمات‌رسانی به شرکت‌های خلاق به توافق رسیده است.

این سطح از همکاری باعث شده است تا شرکت‌های خلاق از ۳۰ شرکت در ابتدای راه، به بیش از ۸۰۰ شرکت در سال ۱۳۹۹ افزایش یابند.

برنامه حمایت از شرکت‌های خلاق، هم‌راستا با قانون حمایت از شرکت‌های دانش‌بنیان، در حال اجرا است. در این مسیر برای خدمات‌رسانی به شرکت‌های خلاق، با بیش از ۱۰ سازمان، شرکت و ارگان دولتی و غیردولتی، قراردادهای دو و چندجانبه منعقد شده است. به گزارش مرکز ارتباطات و اطلاع‌رسانی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، خدمات‌رسانی به شرکت‌های دانش‌بنیان، فنساور و خلاق، نیازمند تعامل گسترده با سازمان‌ها و دستگاه‌های اجرایی است.

معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری برای ایجاد هماهنگی‌های، فرادستگاهی با نهادهای اجرایی مختلفی قرارداد منعقد یا ارتباط سازمانی دائمی برقرار می‌کند. با توجه به اینکه شرکت‌های خلاق، مفهوم نسبتاً جدیدی در عرصه زیست بوم فناوری و نوآوری کشور محسوب می‌شوند، لازم است تا دستگاه‌های اجرایی، هرچه بیشتر با ماهیت این شرکت‌ها آشنا شوند. این توسعه گفتمانی، باعث می‌شود تا این نهادهای، خدمات بیشتری به شرکت‌های خلاق ارائه کنند.

در همین راستا ستاد توسعه فناوری‌های نرم و هویت‌ساز معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، به عنوان نهاد متولی صنایع خلاق در کشور، شبکه‌ای از ارتباطات گسترده سازمانی ایجاد کرده است. این نوع از ارتباط‌گیری سازمانی و هماهنگی فرادستگاهی باعث می‌شود تا شرکت‌های خلاق بتوانند از خدمات بسیار گسترده‌تری بهره ببرند. مشارکت در برگزاری رویداد فیروزه، بخشی از همکاری ستاد توسعه فناوری‌های نرم و هویت‌ساز و وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی را شامل می‌شود. همچنین براساس این همکاری دوجانبه، برای صدور مجوز موسسات فرهنگی و هنری، تسهیلاتی در نظر گرفته شده است.

همکاری برای ایجاد مرکز رشد و نوآوری و حمایت از حوزویان خلاق و ایده‌پرداز، عنوان تفاهم‌نامه‌ای است که ستاد توسعه فناوری‌های نرم و هویت‌ساز معاونت علمی و فناوری با مرکز مدیریت حوزه‌های علمیه امضا کرد.

این ستاد همچنین در همکاری با دفتر تبلیغات اسلامی حوزه علمیه قم، در تلاش است تا زیرساخت‌های لازم برای حمایت از ایده‌های خلاقانه در فناوری‌های فرهنگی در شهر قم ایجاد شود.

همچنین همکاری برای ایجاد پایگاه داده فعالان اقتصاد هنر و صنایع خلاق، عنوان



نخستین در ۳ ماهه دوم سال ۲۰۲۰

ی و تبلیغات – ترجمه: علی آل‌علی

نسبت به حضور در عرصه خرده‌فروشی ترغیب کرده است. این امر با توجه به تعطیلی و ناتوانی اغلب کسب و کارها برای ادامه فعالیت‌شان طبیعی به نظر می‌رسد. نکته مهم در این میان حضور آمازون به عنوان رقیبی جدی در مقابل هر استارت‌آپ دیگری است. منبع: [grocerydive.com](https://www.grocerydive.com)

دانش‌آموزان آخرین دستاوردهای علمی نانوفناوری را ارائه می‌دهند

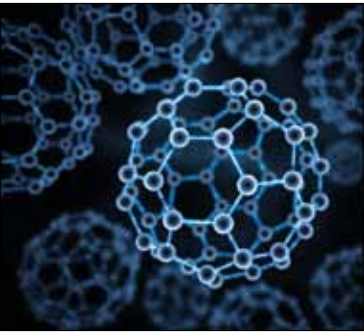
زمینه فناوری نانو در سطح دانش و اطلاعات دانش‌آموزی از اهداف برگزاری این رویداد است. یازدهمین جشنواره دانش‌آموزی فناوری نانو در چهار محور آب و محیط زیست، انرژی، سلامت و بهداشت، مواد غذایی و کشاورزی گمنی است.

باشگاه نانو برگزارکننده این رویداد است و علاقه‌مندان برای کسب اطلاعات بیشتر می‌توانند به سایت آن مراجعه کنند. همچنین کارسازه، ایده‌پردازی، مقاله، طراحی محصول، محصول نرم‌افزاری آموزشی، بازی و سرگرمی و آثار هنری بخش‌های گوناگون جشنواره هستند که براساس مسیر تبدیل ایده به فناوری انتخاب شده‌اند.

هدف از انتخاب این بخش‌ها این است که دانش‌آموزانی که در مقاطع مختلف تحصیلی در مدارس و پژوهش‌سراها مشغول به فعالیت در حوزه فناوری نانو هستند، در هر مرحله از این مسیر که قرار دارند، بتوانند در این جشنواره دستاوردها و فعالیت‌های خود را ارائه کنند.

جشنواره دانش‌آموزی علوم و فناوری نانو برگزار می‌شود تا تجربه‌ای تازه برای دانش‌آموزان باشد و آینده‌ای روشن را پیش روی این حوزه قرار دهد. ترویج و آموزش یکی از سرفصل‌های سند راهبردی توسعه فناوری نانو در کشور است. پس برگزاری این رویداد در این حوزه گامی برای گسترش این موضوع محسوب می‌شود. برگزاری این رویداد بستر جدیدی برای ارائه آخرین دستاوردهای علمی و پژوهشی دانش‌آموزان در حوزه فناوری نانو ایجاد می‌کند و جریان آموزشی را میان دانش‌آموزان به راه می‌اندازد. ستاد توسعه فناوری نانو معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری از برگزاری این رویداد حمایت می‌کند.

زمینه‌سازی برای ترویج فناوری نانو و آشناکردن جامعه دانش‌آموزی با مفاهیم فناوری نانو، هدایت دانش‌آموزان به سمت آموزش پژوهش‌محور، شناسایی استعدادها و توانمندی‌های بالقوه دانش‌آموزان کشور و برنامه‌ریزی برای توانمندسازی آنها و طراحی ایده‌های خلاقانه در



با روحیه مدیرکلی کار آفرین نمی‌شوید

می‌دیدم که در این بخش فعالیت داشته باشیم. وی تصریح کرد: در ایام خدمت مقدس سربازی علی رغم فعالیت در معاونت تبلیغات سپاه، به صورت شخصی در برنامه‌های شبکه ۵ (شبکه تهران کنونی) به عنوان طراح و دکوراتور صحنه نمایش مشغول فعالیت بوده‌ام. وی گفت: پس از خدمت در عرصه تبلیغات، توانستم فعالیت چشمگیری در سطح استان و همچنین کشوری را شروع نموده و خلق آثار به یادماندنی در این عرصه هنری داشتم. وی اظهار کرد: مدت یک دهه فعالیت سبب شد تا اعتماد مسئولین و مدیران مختلف در عرصه خصوصی و دولتی را جلب نموده و خود را به عنوان یکی از موفقین این رشته در سطح استان معرفی کنم. وی درخصوص عوامل موفقیت خود در این رشته گفت: نکته اولی که باید عرض کنم این است که اتکای به خدایند و توانایی‌هایی که به انسان می‌دهد از همه مسائل دیگر مهمتر است. انسان باید استعداد خود را بشناسد و با عشق آن را تقویت کند.



هنرمند جوان قمی یکی از رموز اصلی موفقیت را پیوسته کار کردن و صبور بودن و خلاقیت در امور دانست و روحیه سختکوشی و پیگیری را از مهمترین عوامل موفقیت دانست. به گزارش ایسنا، مجتبی قانونی کارشناس گرافیک (گرایش پوستر و نشان) یکی از هنرمندان دانشجوی قمی است که در سال‌های اخیر موفقیت‌های چشمگیری در عرصه‌های مختلف داشته است. از جمله موفقیت این هنرمند جوان قمی می‌توان به طراحی و اجرای ماشین حمل ضریح جدید مطهر سیدالشهداء از قم به کربلا، حضور در سه سفر معنوی حج به عنوان کارشناس هنری بعثه مقام معظم رهبری مظهر در حج، طراحی شخصیت و هویت بصری بسیاری از مراکز و مؤسسات فرهنگی و تجاری، طراحی و اجرای صحنه‌های مختلف مذهبی، هنری، تجاری، کسب تمام

عنوان‌های برتر در عرصه مسابقات دانشجویی و... اشاره کرد.

وی درخصوص فعالیت‌های خود گفت: از دوران نوجوانی در عرصه نقاشی حائز رتبه‌های متعدد شهرستان شدم و این استعداد را در خود

کدک وارد حوزه داروسازی شد

 	به قلم: استفانی میلوت خبرنگار
 	مترجم:امیر آل علی

تا حدود ۲۰ سال قبل، کدک بزرگ‌ترین برند فعال در زمینه تولید دوربین و لوازم عکاسی و فیلم‌برداری محسوب می‌شد، با این حال عدم توان رقابت با برندهایی نظیر نیکون، کنان و سونی که از تکنولوژی‌های جدیدتر استفاده کردند، باعث شد تا این ابربرند، در سال ۲۰۱۲ اعلام ورشکستگی نماید. این امر در حالی است که اولین دوربین عکاسی، به وسیله این برند تولید شد. در این راستا اعلام شده است که با وام ۷۶۵ میلیون دلاری دولت آمریکا، بار دیگر شاهد فعالیت این برند خواهیم بود، با این حال حوزه جدید آنها، در زمینه تولید دارو است. درواقع ویروس کرونا باعث شده است تا شاهد افزایش تقاضا در زمینه دارو باشیم. به همین خاطر به عقیده مدیران این شرکت، اکنون فرصتی طلایی برای بازگشت به وجود آمده است. در این راستا قرار است که حدود ۲۵درصد از نیاز کشور آمریکا از طریق این شرکت تامین شود که رقم بزرگی است. در این راستا یکی از اخباری که با واکنش‌های مختلفی مواجه شده است، تولید گسترده دارو هیدروکسی کلروکین است که دونالد ترامپ آن را برای درمان کرونا، کاملا مناسب دانسته و استفاده از آن را توصیه کرده است با این حال تاثیر آن هنوز تایید نشده و تبلیغ آن باعث بسته شدن صفحات وی در شبکه‌های اجتماعی مختلف شده است. نکته جالب دیگر این است که حضور در عرصه داروسازی برای نخستین بار توسط این برند مورد توجه قرار نگرفته و آنها در سال ۱۹۸۸ نیز چنین اقدامی را انجام داده‌اند که با موفقیت خاصی همراه نبود و باعث شد تا چند سال بعد، این بخش را به فروش برسانند. با این حال پیش‌بینی‌ها حاکی از آن است که این تلاش دوباره، با موفقیت همراه خواهد بود. حال باید دید که اوضاع برای این برند باسابقه، به چه صورت رقم خواهد خورد. **منبع:** entrepreneur

کفش ملی در مسیر نوگرایی

ایجاد ۲۴۰ شعبه در ۱۰۰ شهر دارای بالای ۱۰۰ هزار نفر و تولید بیش از ۲۰۰ نوع کفش در برند ملی از جمله اقداماتی است که کفش ملی در جهت تحول جایگاه برند خود استارت زده است. به نقل از روابط عمومی و امور بین‌الملل گروه صنعتی ملی، در کمپین بزرگی که فاز نخست آن در حال حاضر در ۱۰۰ شهر کشور آغاز شده افزایش تعداد شعب و تولید و ارائه کفش در انواع مختلف با ضمانت سه ماهه قابل تعویض و بازگشت ازجمله اقداماتی است که برای توسعه و تحول این برند نوستالژیک انجام شده است. همچنین در شرایط کرونا و ضرورت ایجادشده جهت افزایش خریدهای اینترنتی این مجموعه اقدام به راه‌اندازی فروشگاه‌های آنلاین ۲۴ ساعته برای فروش محصولات خود کرده است که برای نخستین بار در بازه زمانی ۲۴ ساعت کفش سفارش داده شده برای مشتری در هر کجای ایران که باشد ارسال می‌شود. کمپین در فاز نخست که هدف اصلی آن شهرهای بزرگ و شهرستان‌های بالای ۱۰۰ هزار نفر بوده مورد استقبال قرار گرفته و حتی برخی شهرهایی که میزان جمعیت‌شان از این تعداد نیز پایین‌تر بوده تقاضای احداث شعبه و نمایندگی داشتند. تا پایان سال نیز از فضاهای مختلف رسانه‌ای برای پوشش دهی پیام‌های کمپین استفاده می‌شود تا تغییر و تحول جایگاه برند کفش ملی در نزد مخاطبان به شکل مطلوبی ارتقا پیدا کند.

لازم به ذکر است مواد اولیه استفاده شده در تولید و تهیه انواع کفش کاملاً ایرانی است و برخی کارخانجات تولید چرم در تبریز و... مذاکراتی برای تامین مواد اولیه مرغوب و ارائه کالای باکیفیت انجام شده است.

با توجه به اینکه در حال حاضر کارخانجات کفش ملی تعطیل شده‌اند لذا همکاری با برخی برندهای داخلی معتبر نظیر نوین چرم و تامین‌کننده‌های مطرح که حتی تولیدات‌شان قابل رقابت با کفش‌های ترک وارداتی هستند در دستور کار قرار گرفته است. حفظ کیفیت تولید در این دوره تحول برند به عنوان خط قرمز مجموعه محسوب می‌شود و همچنین پایین نگه داشتن قیمت‌ها تاحد ممکن ازجمله رویکردهایی است که موردنظر قرار دارد.

در راستای تغییراتی که انتظار می‌رود انجام شود در کمپین اهدافی برایش تعیین شده که در مرحله نخست ایجاد رغبت خرید نزد مخاطبان است، به این معنا که پیام‌های تبلیغاتی بتواند مخاطبان را به فروشگاه کفش ملی بکشاند و در مرحله بعد که از اهمیت بالایی برخوردار است تنوع در طرح و رنگ و مدل‌های به روز است که بتواند مشتری را نسبت به فروش محصول محقق شود و کرده و در فروشگاه نگه داشته و فروش محصول محقق شود و البته مرحله بعدی ایجاد مشتریان وفادار است که نتیجه همه فعالیت‌های برندینگ در آن مرحله رخ می‌دهد.

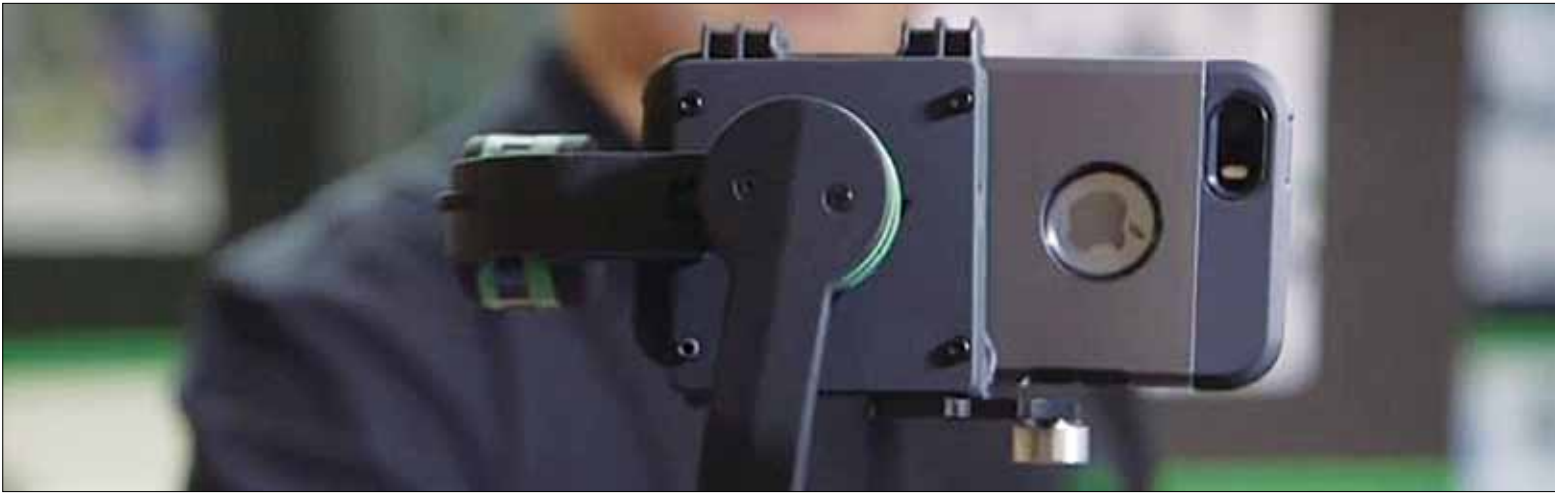
در این مسیر ممیزی‌هایی نسبت به استراتژی سابق صورت گرفته که بایستی مرتفع شود، نظیر: تنوع بیش از حد، قدیمی بودن مدل‌ها و به عنوان نمونه محصولات مشابه داخل فروشگاه‌ها زیاد هست که بایستی در این زمینه اصلاحاتی انجام شود.

روابط عمومی کفش ملی، تبلیغات در رسانه‌های مختلف را برای اطلاع‌رسانی بسیار موثر ارزیابی کرده و در این مسیر از همه اشکال صنعت تبلیغات برای ارائه پیام استفاده خواهد کرد.

منبع: mbanews



چالش ساخت ویدئوی تجاری



امر که رویدادها معمولاً یک ساعت زمانی را اشغال می‌کنند، لازم است که از قبل، مخاطب شما به خوبی نسبت به اهمیت مشاهده ویدئو، قانع شده باشد. در کنار این موضوع توجه داشته باشید که شما می‌توانید به کار خود تنوع دهید. برای مثال در کنار قرار دادن فایل کامل یک رویداد، آن را به بخش‌های مختلف نیز تقسیم کنید. برای مثال ممکن است فردی تمایل نداشته باشد که صرفاً محصولات معرفی شده را مشاهده کند و فردی دیگر، سخنرانی‌ها را اولویت اول خود بداند. این اقدام شما کمک خواهد کرد تا شناسن دیده شدن بالاتری را داشته باشید و میزان رضایت نیز افزایش پیدا کند.

۶-نمایش محصول

این بخش طیف وسیعی را شامل می‌شود. برای مثال ویدئوهای تبلیغاتی یکی از نمونه‌های آن محسوب می‌شود. در کنار این موضوع، تست محصول، از دیگر اقداماتی است که باید انجام شود. در این راستا توصیه می‌شود که با رعایت اصل عدالت، اقدام به نمایش محصول خود درست به مانند یک مشتری نمایید. این امر از زمان بازکردن جعبه، آغاز خواهد شد. در این راستا می‌توانید برای کاهش هزینه و نیاز به اقدامات خود، با ایجاد مسابقه‌هایی، اقدام به استفاده از محتواهای تولیدشده از سوی مخاطبین، نمایید.

۷-نمایش شرکت

نمایش محیط شرکت در کنار کارمندان و خودتان به عنوان مدیر شرکت، امری بسیار مهم بوده و باعث خواهد شد تا شانس موفقیت بسیار بالایی را داشته باشید. در این راستا توصیه می‌شود تا افتخارات و روند رو به رشد شرکت خود را تشریح کرده و حرفه‌ای بودن خود را نشان دهید. در کنار این موضوع، نمایش فرهنگ شرکت نیز جذابیت و اهمیت بسیار بالایی را به همراه خواهد داشت. همچنین می‌توانید مراحل طی شدن تولید محصولات را نیز نشان دهید. با این حال در این رابطه به نحوی رفتار کنید که زمینه سوءاستفاده رقبای شما، شکل نگیرد. برای مثال دلیلی برای نمایش تمامی بخش‌ها، وجود ندارد. **منبع:** tweakyourbiz.com

طراحی برنامه اینفلوئنسر مارکتینگ با شیوه‌های مختلف

ایمن امر در زمینه اینفلوئنسر مارکتینگ نیز به خوبی قابل اجراست. ما در اینجا باید از اعتبار افراد تاثیرگذاری برای ترغیب کاربران به منظور مشاهده محتوای سایت‌مان اقدام کنیم. اغلب اوقات این شیوه با بارگذاری لینک موردنظر ما از سوی اینفلوئنسر موردنظر روی می‌دهد. مهمترین نکته در این میان توضیحات جانبی افراد تاثیرگذار درباره هر لینک است. پرداخت هزینه همکاری بازاریابی دقیقاً به خاطر توانایی اینفلوئنسر‌ها برای ترغیب مخاطب هدف به منظور مشاهده لینک‌ها صورت می‌گیرد بنابراین اگر شما در این زمینه توانایی یافتن فرد تاثیرگذاری مناسب را نداشته باشید، بودجه بازاریابی‌تان هدر خواهد رفت.

۴. تمرکز بر روی بازارهای خُرد

برندها همیشه در تلاش برای حضور در بازارهای بزرگ نیستند. گاهی اوقات ما باید در بازارهای کوچک نیز حضور فعالی داشته باشیم. همکاری با اینفلوئنسرهای بزرگ و بین‌المللی برای جلب توجه مخاطب هدف در بازارهای کوچک ایده چندان مناسبی نیست. توصیه ما در این بخش تلاش برای همکاری با افراد تاثیرگذاری در مقیاس محلی است.

مزیت اصلی این شیوه صرفه‌جویی در هزینه‌های برند است. همچنین باید به میزان اعتماد بسیار بیشتر مخاطب هدف به اینفلوئنسر‌های محلی در مقایسه با افراد تاثیرگذاری بین‌المللی نیز توجه داشت.

هرچه توانایی یک برند برای بازاریابی براساس همکاری با افراد تاثیرگذاری در مقیاس خرد بیشتر باشد، بازارهای کوچک بیشتری را فتح خواهد کرد بنابراین شما به هنگام برنامه‌ریزی برای بازاریابی باید به اهمیت بازارهای کوچک نیز توجه داشته باشید.

۵. تولید محتوای جذاب

همکاری با اینفلوئنسر‌ها با هدف تولید محتوا نیز صورت می‌گیرد. امروزه بسیاری از برندها ایده مناسبی برای حضور در عرصه بازاریابی ندارند. این مسئله با همکاری اینفلوئنسر‌ها به خوبی قابل حل و فصل است. نحوه ساماندهی امور در این مدل ارائه ایده‌های اولیه به افراد تاثیرگذاری و سپس تولید محتوا از سوی آنهاست. نکته مهم اینکه در این الگو هزینه بیشتری برای بازاریابی برندها محاسبه می‌شود. اگر شما برای یافتن ایده مناسب چالش‌های زیادی پیش روی دارید، باید نسبت به استفاده از این الگو اقدام نمایید.

امروزه بسیاری از برندها در تلاش برای استفاده از الگوی بازاریابی تاثیر گذار هستند. با این حال مشکل اساسی اغلب آنها طراحی کمپین‌های بیش از اندازه شبیه به هم است. هدف ما در مقاله کنونی بررسی شیوه‌های متفاوت بازاریابی و جلب نظر مخاطب هدف براساس الگوی اینفلوئنسر مارکتینگ بود. با این حساب شما دیگر مشکلی برای همکاری بازاریابی خلاقانه با افراد تاثیرگذار نخواهید داشت.

منبع: clickz.com

۳-مستند

در این رابطه تفاوتی ندارد که اقدام به تولید یک انیمیشن نمایید یا اینکه فیلم‌برداری انجام دهید. در این رابطه برخی از برندها، ترکیبی از هر دو را انتخاب می‌کنند. این امر باعث خواهد شد تا اطلاعات مخاطب شما در رابطه با یک موضوع افزایش خوبی را داشته باشد. این امر به افزایش تعداد مشتری منجر خواهد شد. برای مثال یک برند فعال در زمینه تولید وسایل کوهنوردی، با تهیه مستندهایی در این رابطه، تمایل به این اقدام را در افراد افزایش می‌دهد که به معنای بیشتر شدن تعداد مشتری‌های آنها است. در این راستا از توجه به افراد مهم برند خود و یا حوزه کاری نیز غافل نشوید.

۴-توضیحات

همه ما با برگه‌هایی در کنار محصول مواجه شده‌ایم که نحوه کار را توضیح داده و برخی از نکات را یادآور می‌شود، با این حال توجه داشته باشید که امروزه دیگر افراد تمایل چندانی به مطالعه نداشته و ترجیح می‌دهند که مشاهده‌گر باشند. بدون شک توضیح دادن بسیاری از موارد، به صورت تصویری، راحت‌تر خواهد بود. این امر از نظر مسائل زیست محیطی نیز دارای اهمیت بوده و باعث می‌شود تا نیاز به کاغذ و تولید زباله، کاهش پیدا کند. در این راستا NinjaBag یک مثال بسیار خوب محسوب می‌شود. درواقع این نینجا به صورتی جذاب، تمامی مواردی که مشتری باید از آن آگاه باشد را بیان می‌کند. در این راستا توجه داشته باشید که رعایت اصل اختصار بسیار مهم بوده و بهتر است که در هر ویدئو، تنها یک هدف را مورد توجه قرار دهید.

۵-رویدادها

مورد دیگری که باید به آن توجه داشته باشید، رویدادها است. درواقع این بخش باعث خواهد شد تا مخاطب بدون نیاز به حضور در اجلاس‌های مختلف، خود را در این شرایط احساس کرده و از موارد دور نماند. در این رابطه کیفیت صدا و تصویر بسیار مهم بوده و لازم است تا زاویه خوبی را انتخاب کنید. در کنار این موضوع، در بخش توضیحات، دلایل اهمیت مشاهده ویدئو را نیز ذکر کنید. درواقع با توجه به این

۱.معرفی برندگان به مشتریان

نخستین الگو برای برنامه‌ریزی همکاری با افراد تاثیرگذاری شامل تلاش برای معرفی برندگان است. امروزه بسیاری از کسب و کارها هنوز شهرت و اعتبار چندان زیادی ندارند. یکی از راهکارهای مفید برای توسعه شهرت برند معرفی آن به مخاطب هدف در قالب همکاری با اینفلوئنسر‌هاست. به این ترتیب شما امکان ساماندهی وضعیت برندگان با استفاده از شهرت فرد تاثیرگذاری را خواهید داشت. نکته مهم در این میان همکاری با اینفلوئنسر مرتبط با حوزه کسب و کارمان است. بسیاری از برندها برای جلب نظر مخاطب هدف اقدام به همکاری با هر اینفلوئنسری می‌کنند. نتیجه این امر ناتوانی برای تاثیرگذاری مناسب بر روی مخاطب هدف خواهد بود.

امروزه اغلب افراد تاثیرگذار برای همکاری با برندها اقدام به شناخت ماهیت کسب و کارشان می‌کنند. دلیل این امر پرهیز از خدشه به اعتبار اینفلوئنسر‌ها در پی همکاری با برندهای بی‌کیفیت است بنابراین تقاضای اینفلوئنسر‌ها از برند شما برای ارائه اطلاعات و نمونه محصولات طبیعی خواهد بود.

۲.نمایش کیفیت محصولات

برخی از برندها برای رقابت در بازارهای مختلف اقدام به نمایش کیفیت محصول‌شان می‌کنند. این امر شامل دعوت از اینفلوئنسرهای مختلف برای استفاده از محصول و به اشتراک‌گذاری تجربه‌شان با دیگران است. شاید در نگاه نخست این شیوه بسیار راحت به نظر برسد، اما در عمل دشواری‌های خاص خود را دارد. برخی از برندها در مسیر بازاریابی اقدام به همکاری با اینفلوئنسر‌های نامناسب می‌کنند. بدون شک این امر تاثیر مستقیمی بر روی کیفیت نهایی کمپین‌ها خواهد داشت. همچنین باید نسبت به ناتوانی برندها برای آموزش شیوه درست استفاده از محصول نیز توجه داشت.

شما به عنوان تولیدکننده یک محصول باید همیشه توضیحات لازم برای استفاده از آن را به مخاطب هدف ارائه نمایید. در غیر این صورت هرگز موفق به فروش محصولات‌تان در بازار نخواهید شد. امروزه بسیاری از برندها به دلیل ناتوانی برای بیان مزیت‌های محصولات‌شان و شیوه کار با آن متحمل ضررهای هنگفت می‌شوند. ارائه توضیحات مناسب در مورد محصولات کار بسیار ساده‌ای است. فقط باید به مزیت‌های اصلی و سپس نحوه کار با آن اشاره کرد. افراد تاثیرگذار پس از دریافت توصیه‌های لازم به بهترین شکل امکان همکاری با برند ما را خواهند داشت.

۳.افزایش ترافیک سایت

راه‌اندازی سایت رسمی یکی از اهداف اصلی برندها در طول فعالیت برای جلب نظر مخاطب هدف محسوب می‌شود. بسیاری از برندها در مسیر بازاریابی اقدام به هدایت کاربران به سوی سایت‌شان می‌کنند.

 	به قلم: تیم نویسندگان سایت zibruoykaewt
 	مترجم:امیر آل علی

امروزه ویدئوها در صدر علایق افراد قرار دارد. در این رابطه ضروری است تا در استراتژی تولید محتوای شما، این اصل مورد توجه جدی‌تری قرار گیرد. با این حال یکی از سوالات اصلی این است که چه موضوعاتی برای یک صفحه تجاری، با بازخورد بالا همراه خواهد بود. درواقع اشتباه بزرگ بسیاری از افراد این است که به تفاوت‌های یک برند تجاری با سایر برندها آگاهی نداشته و این امر باعث می‌شود تا با مشکلات بسیاری مواجه شوند. در ادامه هفت موضوع محبوب را مورد بررسی قرار خواهیم داد.

۱-آموزش

در صدر تمامی موارد، محتواهای آموزشی قرار دارد. علت این امر به این خاطر است که مورد فوق، باعث افزایش اندوخته‌های افراد می‌شود و سودمندی بالایی را دارد. در این رابطه شیوه آموزش نیز مهم بوده و مرز میان موفقیت و نا پادیده گرفتن را ایجاد خواهد کرد. نکته‌ای که باید به آن توجه داشته باشید این است که با توجه به فعالیت گسترده برندهای دیگر، اقدامات ضعیف شما تنها باعث می‌شود تا افراد به سمت برندهای دیگر سوق پیدا کنند. در این رابطه بررسی اقدامات انجام شده از سوی سایر برندها، یک راهکار کاملاً درست خواهد بود. برای مثال در شرایط حال حاضر، مسائل آموزشی مرتبط با کرونا، در صدر توجهات قرار دارد.

۲-سرگرمی

مواردی که سرگرم کننده هستند، به علت ایجاد فضای مفرحی که دارند، محبوبیت بسیار بالایی پیدا کرده و حتما باید در برنامه‌های شما قرار گیرد. برای مثال برند Dorito’s به خوبی در این بخش فعالیت می‌کند. در این راستا توجه داشته باشید که شناخت مخاطب بسیار مهم خواهد بود. درواقع ممکن است مواردی که از نظر شما جذابیت بسیار بالایی را دارد، برای مخاطب بدون تاثیرگذاری لازم باشد. در نهایت برای سرگرم بودن، اقدامات شما باید تواناییی ایجاد دو حس هیجان و خنده را داشته باشد.

 	به قلم: مولی یانگ کارشناس بازاریابی دیجیتال
 	ترجمه:علی آل علی

بازاریابی برای برندها به مثابه راهکاری تضمینی برای جلب نظر مخاطب هدف است. بدون تردید الگوهای بازاریابی در طول سال‌های اخیر دستخوش تحولات بسیار زیادی شده است. همکاری با اینفلوئنسر‌ها برای جلب نظر مخاطب هدف در طول یک دهه اخیر به طور قابل ملاحظه‌ای رشد داشته است. دلیل این امر اعتماد بسیار بیشتر کاربران شبکه‌های اجتماعی به چنین افرادی در مقایسه با سلبریتی‌هاست بنابراین جهت‌گیری اغلب برندها برای همکاری با افراد تاثیرگذار کاملاً قابل درک است.

برخی از برندها در مسیر همکاری با اینفلوئنسر‌ها فقط به یک مسیر مشخص فکر می‌کنند. اینن امر در زمینه طراحی برنامه اینفلوئنسر مارکتینگ موجب شباهت بیش از اندازه طرح‌های بازاریابی برندها به هم می‌شود. نتیجه این امر فقدان تمایل مخاطب هدف برای مشاهده کمپین‌های بازاریابی برندهاست. اگر از علاقه‌مندان به حوزه بازاریابی باشید، بسیاری از الگوهای متنوع بازاریابی را می‌شناسید. امروزه در دنیای بازاریابی چندین راه مختلف برای بازاریابی و تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف وجود دارد بنابراین تمرکز بر روی یک شیوه طراحی برنامه اینفلوئنسر مارکتینگ به هیچ وجه الزامی نیست. ما در این مقاله بر روی نحوه ساماندهی برنامه بازاریابی با همکاری افراد تاثیرگذار به شیوه‌های مختلف تمرکز خواهیم کرد.

پهنه‌سازی برنامه اینفلوئنسر مارکتینگ به موازات توسعه کسب و کار

طراحی برنامه بازاریابی در زمینه‌های مختلف باید با توجه به وضعیت شرکت صورت گیرد. بسیاری از کسب و کارها بدون توجه به وضعیت برندگان اقدام به سرمایه‌گذاری بیش از اندازه یا انتخاب شیوه‌های نادرست می‌کنند. یکی از مزیت‌های اصلی الگوی بازاریابی با همکاری اینفلوئنسر‌ها امکان استفاده در هر نوع کسب و کاری است بنابراین در عمل محدودیتی پیش روی برندها برای کاربست این شیوه وجود ندارد. مهمترین نکته در این میان توجه به وضعیت برندگان و توسعه برنامه اینفلوئنسر مارکتینگ به موازات توسعه کسب و کار است.

راهکارهای متفاوت برای اینفلوئنسر مارکتینگ

ما در مقاله کنونی بر روی راهکارهای متنوع برای بازاریابی تاثیرگذاری تمرکز کرده‌ایم. این الگوی بازاریابی نیازمند شیوه‌های محدود و مشابه نیست. بر همین اساس ما در ادامه به بررسی ۵ راهکار طراحی برنامه اینفلوئنسر مارکتینگ و شیوه اجرای آن خواهیم پرداخت. وقتی الگوهای پیاده‌سازی یک طرح بازاریابی متنوع باشد، مخاطب هدف در عمل با گزینه‌های بسیار زیادی مواجه می‌شود. این امر مانع شباهت بیش از اندازه کمپین‌های بازاریابی به هم خواهد شد.

ایستگاه بازاریابی

رویکرد بازاریابی خود را متناسب با سال ۲۰۲۰ انتخاب کنید

امروزه این نتیجه فروش شما نیست که موجب پیشی گرفتن شما از رقبیان تان می‌شود بلکه این نوع رویکرد و نگرش شماست که تعیین می‌کند شما تا چه حد از رقبیان خود پیشی گرفته‌اید یا عقب‌تر مانده‌اید. پس بهتر است رویکردهای بازاریابی خود را متناسب با زمانی که در آن قرار دارید تغییر دهید تا بتوانید همیشه در عرصه رقابت باقی بمانید. شما نیاز دارید اول از هر چیزی به رشد خود فکر کنید. علت اینکه فکر کردن به رشد تا این اندازه مهم است این است که رشد موجب پویایی و ادامه حیات شما در بازار می‌شود.

در رویکردهای جدید بازاریابی بهتر است شما نگاه‌تان جامع‌تر از این باشد که فقط به مشتریان خود توجه کنید. تجربه نشان داده است برندها و شرکت‌هایی که فقط به مشتریان خود توجه کرده و تمرکز می‌کنند با اینکه توجه به مشتریان مسئله بسیار مهمی است ولی در نهایت شرکت‌های رقیب ممکن است موفق‌تر از اینها عمل کنند. علت موفقیت این شرکت‌ها به این دلیل است که آنها به بازارهای کلان و گسترده‌تر توجه می‌کنند. در حالی که توجه شرکتی که فقط به مشتریان است نمی‌تواند مسائل کلان بازار را به خوبی ببیند.

برای اینکه رویکردهای متناسبی را انتخاب کنید انجام کارهای زیر ضروری است:

۱- کسب اطلاعات درست و دقیقی که در بیرون از شرکت شماست

به نظر مشاوره بازاریابی، سعی کنید از شرکت یا سازمان خود بیرون بروید و اطلاعات دقیقی را جمع‌آوری کنید. گاهی ممکن است بسیاری از شرکت‌ها و سازمان‌ها برای کسب اطلاعات به داده‌هایی که در اینترنت موجود است تکیه کنند در حالی که بهتر است هر از گاهی به بیرون از شرکت خود نیز بروید و اطلاعات دقیق و درستی را به دست آورید. به این دسته از اطلاعاتی که به دست می‌آورید، اطلاعات دست اول گفته می‌شود. هرچند اطلاعات زیادی را ممکن است شما از شبکه‌های اجتماعی و با سرچ کردن در اینترنت به دست آورید ولی این اطلاعات با یکسری اطلاعات نادرست در هم پیچیده شده که مانع شناخت دقیق شما از بازار می‌شود.

۲- به فکر این نباشید که حتماً سرمایه‌گذاران به پول خود برسند

در بسیاری از مواقع با اینکه سرمایه‌گذاران افراد باهوشی هستند که پول خود را در جاهای مناسب سرمایه‌گذاری می‌کنند ولی همیشه به سود همه پولی که سرمایه‌گذاری کرده‌اند نمی‌رسند. علت آن هم این است که در بازارها معمولاً همیشه همه تصمیمات به درستی انجام نمی‌شود.

۳- به داده‌های رفتاری مشتریان توجه کنید

شاید بسیاری از مواقع شما فقط به داده‌هایی که از صاحب‌ه نظرسنجی یا مشتریان به دست آورده‌اید تکیه می‌کنید در حالی که بهترین منبع اطلاعاتی شما داده‌های رفتاری است که از مشتریان به دست می‌آید. تجربه نشان داده است با اینکه از طریق نظرسنجی می‌توانیم به اطلاعات زیادی دست پیدا کنیم ولی احتمال اینکه مشتریان شما تمامی حقیقت را نگویند یا حقیقت را به شکل دیگری نشان دهند افزایش پیدا می‌کند. پس بهتر است بخشی از زمان و سرمایه خود را به جمع‌آوری داده‌های رفتاری از مشتریان اختصاص دهید.

۴- اشتراک اطلاعات

پس از اینکه اطلاعات و داده‌ها را به دست آوردید باید بلافاصله شروع به اقدام کنید برای این کار اول باید اطلاعاتی را که به دست آورده‌اید در میان بخش‌های مختلف خود به اشتراک بگذارید. ممکن است بخشی از شرکت شما به قدری روی رفتار مخاطبان و مشتریان تمرکز کرده باشد که هدف کلی و وضعیت کلی بازار و شرکت شما در آن وضعیت را نادید می‌گیرد یا دور از دید او قرار گرفته است پس بهتر است اطلاعات و داده‌های به دست آمده را به اشتراک بگذارید تا بخش‌های مختلف شما بتوانند دید کلی به دست آورند و متناسب با آن اقدام کنند.

منبع: qmpmarketing



ویروس کرونا و ترندهایی که به وجود آورد



به قلم: یان ژائو نویسنده حوزه تکنولوژی و کسب و کار

مترجم: امیر آل‌علی

یکی از عوامل به وجود آمدن ترندها، اتفاقات جدید است. در این راستا بدون شک ویروس کرونا که بیش از شش ماه است که به مشکل اصلی تمام جهان تبدیل شده است، برخی از ترندها را نیز به وجود آورده که باعث می‌شود تا فضای کسب و کار در آینده، تغییراتی را داشته باشد. اگرچه ترندهای مختلفی را می‌توان نام برد، با این حال در این مقاله قصد بررسی مواردی را داریم که در عرصه تکنولوژی رخ داده است.

۱-تحويل کالا با استفاده از روبات

تا قبل از شیوع ویروس کرونا، تمامی برندها از نیروی انسانی برای تحويل کالا استفاده می‌کردند و در این بین برندهایی نظیر آمازون، از طرح خود برای تحويل کالا با استفاده از روبات‌ها خبر دادند که به صورت محدود، به اجرا گذاشته شد. با این حال ویروس کرونا باعث شده است تا خرید اینترنتی، به روش اصلی برای سفارش تبدیل شود و در این رابطه بسیاری از روبات‌ها برای تحويل کالا استفاده کنند. این امر به وسیله پهپادها و روبات‌های ماشینی، به خوبی در حال انجام است. بدون شک در جهان پساکرونا نیز افراد برای صرفه‌جویی در زمان خود، همچنان به خرید اینترنتی متمایل خواهند ماند. در کنار این موضوع تکنولوژی‌هایی نظیر AR و VR کسب اطمینان در خرید اینترنتی را با سرعت بالاتری همراه ساخته است. درواقع با توجه به این امر که برندها به خوبی خود را برای چنین شرایطی آماده کردند، به نظر می‌رسد که در صورت بروز یک ویروس جهانی دیگر، با مشکلات به مراتب کمتری مواجه خواهیم شد.

۲-تنوع در پرداخت

در حال حاضر به حذف دریافت پول نقد و تلاش برای کاهش ارتباطات انسانی، روش‌های پرداخت بسیار متنوع شده است. برای مثال در یکی از این بخش‌ها، شاهد استفاده از موبایل‌ها برای پرداخت هستیم که باعث شده است تا این اقدام در عرض دو ثانیه، انجام شود. تحت این شرایط دیگر نیازی به در اختیار قرار دادن کارت بانکی نبوده و این امر احتمال انواع کلاهبرداری‌ها را کاهش می‌دهد. در نهایت وارد شدن به جهانی که برطبق پیش‌بینی‌ها حداقل به زمانی ۵ ساله نیاز دارد، اکنون ممکن شده است. برای مثال تا چند ماه گذشته، این امر که افراد پرداخت اینترنتی را بیشتر از استفاده از پول نقد مورد توجه قرار دهند، به نظر غیرممکن می‌رسید، با این حال اکنون شاهد این موضوع هستیم. نکته دیگری که باید به آن توجه داشته باشید این است که اکنون بهترین زمان برای از میان برداشتن پول چاپی، فرا رسیده است. این امر می‌تواند یک تحول جدید در اقتصاد باشد.

۳-دورکاری

اکنون در سراسر جهان تعداد دور کارها نسبت به افرادی که به شیوه

رایج در شرکت‌ها حضور پیدا می‌کنند، افزایش پیدا کرده است. آمارها در این زمینه حاکی از آن است که در بسیاری از بخش‌ها، دورکاری حتی با افزایش راندمان همراه بوده است. به همین خاطر حتی در دوران پساکرونا نیز شاهد تداوم این روند خواهیم بود. خوشبختانه تکنولوژی نیز به حدی پیشرفت کرده است که امکان انجام این اقدام، وجود داشته باشد. در کنار این مسئله، نکته‌ای که باید به آن توجه داشته باشید این است که دورکاری نباید باعث کاهش درآمد کارمندان شود. درواقع با توجه به این امر که نبود کارمندان در شرکت نیاز

شما به محیطی بزرگ و در اختیار قرار دادن انواع امکانات را از بین می‌برد، بهتر است که به وضعیت درآمدی کارمندان خود نیز توجه داشته باشید. درواقع آنها از امکانات شخصی بیشتری استفاده می‌کنند و تحت این شرایط کاهش درآمد آنها، منصفانه نخواهد بود. به همین خاطر ضروری است تا آنها را نیز در سود این اقدام شریک نمایید. در کنار این موضوع توجه داشته باشید که دورکاری برای کارمندان نیز دارای مزیت‌هایی است که مهمترین آن، کاهش هزینه‌های رفت و آمد و امکان ایجاد تعادل بهتر میان کار و زندگی شخصی است. به همین خاطر بعید است که اجرای چنین طرحی، با مخالفت همراه باشد.

۴-آموزش از راه دور

تا قبل از انتشار ویروس کرونا، شیوه رایج آموزش، از طریق حضور افراد در محیط آموزشی انجام می‌شد، با این حال پس از این اتفاق، شاهد این امر هستیم که حتی بهترین دانشگاه‌ها نیز اقدام به آموزش مجازی کرده‌اند. نکته بسیار جالب این است که نتایج نظرسنجی‌ها حاکی از استقبال ۸۰ درصدی از این طرح است. برای مثال فردی را تصور کنید که برای تحصیل مجبور است تا به کشوری دیگر مهاجرت کند. بدون شک دور بودن از خانواده و هزینه‌های زندگی در یک کشور خارجی، در کنار زمان‌هایی که وی صرف رفت و بازگشت از مرکز آموزشی خود می‌کند، زمان و هزینه زیادی را در بر دارد. این امر در حالی است که از طریق آموزش مجازی، افراد بدون نیاز به خارج شدن از خانه خود می‌توانند در کلاس‌ها حضور داشته باشند. این امر تنها به دانشگاه‌ها محدود نبوده و تمامی مراکز آموزشی، با افزایش چشمگیر تعداد دانشجوی مواجه شده‌اند. این امر منجر به خستگی افراد شده و فرصت را

از مراکز، به این بخش توجه بیشتری را نشان داده و ممکن است شاهد تحولی در این زمینه باشیم. بدون شک این بخش جذابیت بسیار بالایی را به همراه داشته و می‌تواند برای مدارس نیز مورد استفاده قرار گیرد. درواقع یکی از مواردی که امروزه به صورت جدی در معرض نقد گذاشته شده است، تعداد روزهایی است که افراد باید در مدارس حضور داشته باشند. این امر منجر به خستگی افراد شده و فرصت را برای مطالعه آزاد، از بین می‌برد. همچنین این موضوع می‌تواند فرصت آموزش را برای افرادی که در روستاهای دورافتاده قرار دارند و به دلیل تعداد اندک آنها، حضور معلم توجیه اقتصادی ندارد را فراهم سازد.

۷-پروینتر سه‌بعدی

در حال حاضر بسیاری از برندها از پرینترهای سه‌بعدی برای تامین لوازم مورد نیاز خود استفاده می‌کنند. این امر در حالی است که تا قبل از بروز چنین بحرانی، نیاز چندانی به آن احساس نمی‌شد. این نکته را به خاطر داشته باشید که پیش‌بینی می‌شود که پس از ویروس کرونا، شاهد بیماری‌های فراگیر دیگری نیز باشیم. به همین خاطر بسیار مهم است که از تکنولوژی‌های جدید استفاده کنیم.

منبع: weforum.org

چگونه دفتر شرکت تازه‌مان را طراحی کنیم؟

طراحی دفتر کاری با تکنیک‌های طلایی

به قلم: ایوان ویدجایا کارشناس کسب و کار و صاحب سایت noobpreneur.com
ترجمه: علی آل علی

برنامه‌ریزی برای شروع کسب و کار همیشه همراه با دغدغه‌های جدی است. بسیاری از کارآفرینان برای راه‌اندازی استارت‌آپ‌شان به دنبال دفتر کاری مناسب هستند. امروزه دفترهای کاری معنایی بیش از محل فعالیت کارمندان را منتقل می‌کند. سرمایه‌گذارها با حضور در دفتر کاری یک شرکت ارزیابی کلی از وضعیت فعالیت و ارزش‌های حاکم بر استارت‌آپ موردنظر انجام می‌دهند بنابراین طراحی درست و جذاب دفتر کاری اهمیت بسیار زیادی خواهد داشت. هدف اصلی ما در مقاله کنونی بررسی شیوه‌های افزایش جذابیت دفتر کاری برای استارت‌آپ‌ها و کسب و کارهای تازه‌تاسیس است.

۱. اهمیت محیط سالم و مناسب

مهمترین نکته در طراحی دفتر کاری توجه به سلامت و مطلوبیت فضای آن است. شما باید امکانات بهداشتی مناسب در اختیار کارمندان قرار دهید. این امر علاوه بر نمایش جلوه‌ای زیبا از دفتر کار، موجب بهبود عملکرد کارمندان نیز می‌شود. استفاده از معماری داخلی مدرن در زمینه طراحی دفتر کار ضرورت دارد. امروزه هدف اصلی طراحی‌های داخلی استفاده حداکثری از فضای در دسترس افراد است. این امر در حوزه کسب و کار اهمیت بیشتری دارد بنابراین شما با همکاری معمارها و طراحی‌های داخلی امکان خلق محیطی سالم با حداکثر استفاده را خواهید داشت.

۲. توجه به راحتی کارمندان

فعالیت در محیط کار باید در نهایت راحتی صورت گیرد. بسیاری از برندها نسبت به این نکته توجه لازم را ندارند بنابراین مواجهه با شکایت کارمندان و حتی کاهش کیفیت کاری‌شان امری بدیهی خواهد بود. شما باید نسبت به طراحی یک دفتر کار ساده و راحت اقدام کنید. این امر به استفاده از تکنیک‌های طراحی داخلی به سادگی امکان‌پذیر خواهد بود. توصیه ما در اینجا همکای با طراحی‌های داخلی در تمام فرآیند طراحی دفتر کاری است.

خرید امکانات و لوازم موردنیاز برای دفتر شرکت باید با توجه به میزان راحتی و فضای در دسترس صورت گیرد. برخی از برندها به هنگام خرید امکانات مورد نیاز به میزان راحتی‌شان توجه ندارند. صرفه‌جویی در هزینه‌ها همیشه ایده جذابی است، اما باید نتیجه نهایی کار را نیز مدنظر قرار داد. وقتی امکانات در دسترس کارمندان راحت نباشد، آنها توانایی فعالیت و کار به صورت سریع و ساده را نخواهند داشت بنابراین در ازای صرفه‌جویی مقطعی باید هزینه هنگفتی را متحمل شوید.

۳. اهمیت دیوار خلاقیت

استفاده از ایده‌های تازه کارمندان برای کسب و کارها اهمیت بسیار زیادی دارد. هر شرکتی باید شرایط بیان ایده‌های تازه از سوی کارمندان را فراهم نماید. متأسفانه برخی از برندها هنوز هم نسبت به اهمیت این موضوع تردید دارند. وقتی ما از ایده‌های کارمندان استفاده کنیم، در حقیقت کسب و کارمان را از چشم‌اندازی متفاوت نگاه خواهیم کرد بنابراین امکان بهبود وضعیت کسب و کار در چنین شرایط بهتر از هر زمان دیگری خواهد بود.

دیوار خلاقیت مفهومی تازه در عرصه کسب و کار است. این دیوار به معنای واقعی فضایی برای بیان ایده‌های تازه از سوی کارمندان است. شما به عنوان مدیر شرکت باید یک بخش از دفتر را برای استفاده به عنوان دیوار خلاقیت اختصاص دهید. وقتی دیوار خلاقیت را ایجاد کردید، هر کدام از کارمندان در طول روز امکان حضور در محل موردنظر و قرار دادن نامه توصیه‌اش بر روی دیوار را خواهد داشت. همچنین در صورت تمایل امکان بیان ایده برای تمام حاضران در دفتر نیز وجود خواهد داشت.

۴. اهمیت رنگ‌ها

طراحی دفتر کار بدون توجه به رنگ‌ها بسیار دشوار خواهد بود. ما باید نسبت به استفاده از طیف رنگ‌های جذاب و هیجان‌انگیز اقدام نماییم. رنگ‌های خنثی یا طیف خاکستری و مشکی تأثیر روحی مناسبی بر روی کارمندان ندارد بنابراین باید نسبت به استفاده از آنها مراقب بود.

توصیه ما در این بخش آشنایی با روانشناسی رنگ‌ها برای استفاده بهتر از آنها در فرآیند طراحی دفتر کاری است. شما به این ترتیب امکان استفاده از بهترین ترکیب رنگ‌ها را پیدا خواهید کرد.

منبع: noobpreneur.com



بررسی یک اقدام عجیب در دوران رکود اقتصادی

چرا دوره رکود ناشی از کرونا زمان مناسبی برای شروع کسب و کار است؟



دیگری خواهد بود. اکنون بسیاری از برندها به دنبال کاهش هزینه‌های جاری‌شان هستند. این امر به معنای امکان همکاری با دردمسره‌های کمتر با چنین برندهایی خواهد بود. هیچ برندی کسب اندکی سود در دوران کرونایی و رکود اقتصادی را نادیده نمی‌گیرد بنابراین پیشنهادهای همکاری شما، حتی با سود اندک نیز شانس بالایی برای پذیرش از سوی برندها خواهد داشت.

۸. کاهش هزینه‌های مدیریت برند

هزینه‌های جاری برای مدیریت برند در شرایط کرونایی کاهش زیادی یافته است. این امر در مورد تهیه دفتر اصلی برای شرکت به خوبی قابل ملاحظه خواهد بود. بسیاری از برندها در شرایط کنونی تمایلی به ادامه فعالیت کارمندان در دفتر اصلی ندارند بنابراین تمایل به تمدید قرارداد اجاره دفتر شرکت به حداقل می‌رسد. استفاده از الگوی دور کاری نیز هزینه‌ها را به شدت کاهش می‌دهد. شاید برند شما در ابتدای مسیر کسب و کار نیاز به اندکی دورکاری کارمندان داشته باشد. این امر به دلیل عدم نیاز به جا به جایی و خطر ابتلا به کرونا مورد استقبال اغلب کارمندان قرار خواهد گرفت.

۹. سهولت در گرفتن وام‌های مختلف

وام گرفتن برای شروع کسب و کار ایده تازه‌ای نیست. بسیاری از برندها در دهه‌های اخیر برای شروع کسب و کار یا توسعه برندشان اقدام به اخذ وام کرده‌اند. مهمترین نکته در این میان استفاده از وام‌های دارای شرایط مناسب است. امروزه اغلب بانک‌ها در صورت شراکت در سود نهایی استارت‌آپ‌ها اقدام به سرمایه‌گذاری یا ارائه وام می‌کنند. این امر به معنای ضرورت شراکت با بانک‌ها در اغلب طرح‌های کاری است.

یکی از نکات مهم در مورد دوران کرونا امکان همکاری با بانک‌ها برای دریافت وام همراه با شرایط ساده‌تر است. بسیاری از کسب و کارها در شرایط کنونی توان اخذ وام ندارند. همچنین انگیزه‌ای نیز در آنها برای چنین امری دیده نمی‌شود. اگر شما در چنین شرایطی به سوی دریافت وام از بانک‌ها بروید، به احتمال زیاد واکنش بسیار بهتری از سوی آنها دریافت خواهید کرد. این امر حتی شامل تسهیل شرایط اخذ وام نیز خواهد بود بنابراین زمان کنونی یکی از بهترین موقعیت‌های دریافت وام محسوب می‌شود.

۱۰. افزایش جذابیت داستان برند

امروزه هر برندی در دنیای کسب و کار دارای داستان خودش است. مسئله اساسی در این میان شباهت داستان اغلب برندها به هم است. این امر ضرورت خلق داستانی جذاب برای برندها را پیش می‌کشد. اگر شما در دوران کرونا اقدام به شروع کسب و کارتان نمایید، داستانی بی‌نهایت جذاب برای مشتریان خواهید داشت. بدون شک کمتر مشتری از داستان یک برند که در اوج مشکلات مالی شروع به کار کرده است، به راحتی عبور خواهد کرد. هرچه توانایی یک برند برای بیان داستان‌های جذاب پیرامون کسب و کارش بیشتر باشد، در نهایت موفقیت بهتر کسب خواهد کرد.

منبع: myasbn.com

۳. دسترسی ساده به نیروی کار

بسیاری از برندها در طول دوران کرونا اقدام به تعطیلی کسب و کارشان کرده‌اند. این امر به معنای وجود مازاد نیروی کار در بازار است. اگر شما در زمان کنونی نسبت به شروع کسب و کارتان اقدام کنید، امکان استفاده از نیروی کار فراوان را خواهید داشت. وقتی اوضاع بازار نامساعد است، کارمندان شرایط ویژه‌ای برای استخدام قبول خواهند کرد. این امر حتی شامل دریافت بخشی از حقوق در زمان شیوع کرونا و توصیه باقی مانده آن در دوران پساکروناست.

اگر شما در زمان کنونی کسب و کارتان را شروع کنید، شاید در ابتدا چالش‌های زیادی پیش روی داشته باشید، اما در تحلیل نهایی امکان استفاده از مزیت‌های زمان در دسترس را خواهید داشت.

۴. مشتریان در انتظار محصولات ارزان تر

وقتی اوضاع مالی در اغلب بازارها مناسب نیست، مشتریان نیز به دنبال محصولات ارزان تر خواهند بود. امروزه بسیاری از برندها نسبت به تولید محصولات ارزان با چالش مواجه هستند. تغییر خط تولید یک کارخانه برای تولید محصولات ارزان هرگز کار ساده‌ای نیست. اگر شما در شرایط کنونی شروع به فعالیت کاری نمایید، با مشکلات تغییر خط تولید مواجه نخواهید بود. همچنین هزینه‌های تولید در شرایط کرونایی بسیار کمتر است. دلیل این امر عدم انگیزه کافی بسیاری از برندها برای تولید محصول و در نتیجه عدم خرید مواد اولیه است. شرکت‌های تولیدکننده مواد اولیه در چنین شرایطی حاضر به فروش محصولاتشان با قیمت پایین‌تر نیز خواهند بود.

۵. افزایش اعتبار برند

برندهایی که در شرایط شیوع ویروس کرونا اقدام به فعالیت در بازار کسب و کار می‌کنند، همیشه اعتبار بالاتری کسب خواهند کرد. این امر به دلیل تلقی روحیه مبارزه‌جویانه و شجاعت برندها از سوی مشتریان است. امروزه اعتبار برندها نقش مهمی در موفقیت‌شان در عرصه بازاریابی دارد. اگر شما نیز به دنبال موفقیت در حوزه بازاریابی هستید، باید به این نکته توجه داشته باشید. شروع کسب و کار در شرایط کرونایی امکان جلب نظر مشتریان به شیوه منحصر به فرد را به همراه دارد. بدون شک چنین الگویی از جلب نظر مشتریان در هیچ بازه زمانی دیگری امکان‌پذیر نخواهد بود.

۶. تهیه امکانات به هزینه کمتر

امکانات موردنیاز برای دفتر کار یا مواد اولیه در شرایط شیوع ویروس کرونا بسیار راحت‌تر در دسترس خواهد بود. این امر همراه با کاهش هزینه‌های موردنیاز برای تهیه امکانات موردنیاز برای تاسیس شرکت همراه است. امروزه بسیار از شرکت‌ها تمایلی به تولید محصول و حتی بازاریابی به منظور ماندگاری در ذهن مشتریان ندارند. این امر موقعیت مناسبی پیش روی کارآفرینان برای شروع کسب و کار تازه‌شان قرار می‌دهد. مهمترین مسئله در این میان شجاعت و روحیه مثبت برای شروع کسب و کار خواهد بود.

۷. همکاری با شرایط بهتر

همکاری با دیگر برندها در شرایط کرونایی بسیار ساده‌تر از هر زمان

ترجمه: علی آل علی

شیوع ویروس کرونا در سطح بین‌المللی مشکلات بسیار زیادی برای برندها ایجاد کرده است. وضعیت اغلب کسب و کارها در بازارهای بین‌المللی چندان مساعد نیست. چنین وضعیتی راهبرد محافظه‌کارانه از سوی شرکت‌ها را منطقی جلوه می‌دهد. بسیاری از کارآفرینان در زمان کنونی به جای سرمایه‌گذاری بیشتر بر روی عرصه کسب و کار اقدام به صرفه‌جویی حداکثری می‌کنند. این نکته اهمیت بسیار زیادی برای برندها دارد. اگر شما بودجه اندکی در دوران کرونا دارید، باید نسبت به سرمایه‌گذاری آن بر روی برند یا صرفه‌جویی برای مقابله با مشکلات احتمالی دست به انتخاب بزنید. توصیه اساسی ما در این مقاله ضرورت شروع کسب و کار تازه است. بدون تردید چنین ایده‌ای در دوران کرونا مشکلات بسیار زیادی برای برندها به همراه خواهد داشت. درست به همین خاطر اغلب کسب و کارها نسبت به شروع فعالیت تازه در چنین شرایطی تردید دارند. اگر شما نسبت به شروع کسب و کار تازه در شرایط کنونی تردید دارید، توجه به نکات مورد بحث در این مقاله کمک قابل توجهی به شما خواهد کرد. ما در ادامه به بررسی برخی از دلایل مبنی بر ضرورت شروع کسب و کار در شرایط کنونی خواهیم پرداخت.

۱. دیگران به فکر شروع کسب و کار نیستند

وقتی دیگران مشغول به صرفه‌جویی در هزینه‌ها هستند، شروع کسب و کار جدید به معنای فقدان رقیب جدی خواهد بود. بسیاری از کارآفرینان برای شروع کسب و کار مستقل‌شان به دنبال زمان ایده‌آل هستند. اغلب چنین زمانی هرگز از راه نمی‌رسد، بنابراین شما باید هرچه زودتر نسبت به راه‌اندازی کسب و کارتان اقدام کنید. مزیت اصلی راه‌اندازی کسب و کار در شرایط کنونی، علاوه بر فقدان رقابت موثر، کاهش فشار بر روی شما خواهد بود. وقتی اوضاع بازار چندان مساعد نیست، کسب سودهای سرشار هدف هیچ برندی نخواهد بود. این امر حتی سختگیرترین سرمایه‌گذارها را نیز قانع خواهد کرد.

۲. مزیت برندهای تازه تاسیس در مقابل رقبای قدیمی

برندهایی که پیش از این تاسیس شده‌اند، در پی شیوع ویروس کرونا بار مسئولیت زیادی را حمل می‌کنند. این امر شامل پاسخگویی به کارمندان از یکسو و توجه به مشتریان از سوی دیگر است. اگر شما کسب و کارتان را تازه راه‌اندازی کرده باشید، دیگر نیازی به طی این مسیر نخواهید داشت. اغلب مشتریان در دوره‌های زمانی دشواری نسبت به برندهای تازه تاسیس نگاه مثبتی دارند بنابراین شما امکان استفاده از چنین نگاهی برای بهبود وضعیت کسب و کارتان در شرایط کرونایی را خواهید داشت.

امروزه مشتریان از برندها انتظارات بسیار زیادی دارند. این امر تا حد زیادی در ارتباط با توانایی برندها برای تأثیرگذاری بر روی مشتریان به شیوه‌های متفاوت است. اگر شما در این وضعیت نسبت به ارائه کیفیت بالا در ارتباط با مشتریان نمایید، مزیت رقابتی قابل توجهی ایجاد خواهید کرد.

تحقق ۱۰۰ درصدی اهداف شرکت گاز استان ایلام در سال گذشته



مطلب فوق، افزود: همچنین این شرکت با برنامه ریزی هایی که انجام داده، این روند را در سال جاری به حول و قوه الهی ادامه خواهد داد و از هر گونه خدمت رسانی مردم استان دریغ نخواهد ورزید.وی در ادامه سخنان خود به عملکرد شرکت گاز استان ایلام در سال گذشته اشاره کرد و گفت: تاکنون ۲۴ شهر از ۲۶ شهر استان معادل ۹۹ درصد جمعیت شهری و از ۶۰۰ روستای دارای قابلیت گازرسانی، ۴۶۰ روستا معادل ۹۳ درصد جمعیت روستایی از نعمت گاز طبیعی بهره مند هستند. شمس الهیی تصریح کرد: سال گذشته ۸۲ روستا از نعمت گاز برخوردار شدند که در مقایسه با عملکرد ۱۰ سال گذشته یعنی از تأسیس شرکت گاز استان ایلام تاکنون که طی آن کلاً ۹۹ روستا گازدار شدند، کار بی سابقه‌ای بوده است. این مقام مسئول در ادامه با بیان اینکه سال گذشته ۱۳ هزار و ۲۰۰ مشترک به جمع مصرف کنندگان گاز خانگی در استان افزوده شده اند، گفت: از این تعداد، ۷۳۰۰ مشترک شهری و ۵۹۰۰ مشترک روستایی است که در هر دو مورد بیش از برنامه مصوب و افزایش ۲۹۶ درصدی اهداف مصوب اشتراک پذیری بوده است. به گفته وی، در حال حاضر ۱۷۰ هزار مشترک گاز طبیعی در استان ایلام وجود دارد که طی سال های آتی با توسعه گازرسانی افزایش پیدا خواهد کرد. وی همچنین در خصوص نصب انشعاب و اجرای شبکه در سطح استان ایلام در سال گذشته، گفت: سال گذشته تعداد ۵ هزار و ۵۰۰ انشعاب نصب که از این تعداد ۱۷۵۰ مورد شهری و ۳۷۵۰ مورد روستایی بوده، ضمن این که در این بازه زمانی ۳۵۰ کیلومتر شبکه در سطح استان اجرا که از این میزان ۹۴ کیلومتر شهری و ۲۵۰ کیلومتر روستایی بوده که در تمام این موارد عملکرد شرکت، فراتر از برنامه مصوب، بوده است. مدیرعامل شرکت گاز استان ایلام با اشاره به صنایع گازدار استان و بیان این مطلب که هیچ سالی به این تعداد صنایع در سطح استان گاز دار نشده بودند، گفت: سال گذشته همچنین ۱۴۶ واحد صنعتی - تولیدی در راستای مصوبه شورای اقتصاد گازدار شدند که در مجموع، تعداد صنایع بهره مند از گاز به ۷۹۲ واحد صنعتی رسید که کار بی سابقه ای در این زمینه صورت پذیرفته است. مدیرعامل شرکت گاز استان ایلام به میزان مصرف گاز استان در سال گذشته اشاره کرد و افزود: در سال گذشته ۶۰۰ میلیون مترمکعب در استان گاز مصرف شد که از این میزان، ۵۵ درصد در بخش صنایع، ۳۰ درصد بخش های خانگی (شهری و روستایی)، ۱۰ درصد حمل و نقل و ۵ درصد نیز سایر موارد بوده است. شمس الهیی به گازرسانی به جایگاه های CNG نیز اشاره کرد و افزود: تمامی ۲۳ جایگاه CNG استان فعال هستند.

مدیرعامل شرکت برق منطقه ای خوزستان

رکورد زنی مجدد مصرف تاریخ صنعت برق خوزستان

اهواز - شبنم قفانوند: مدیرعامل شرکت برق منطقه ای خوزستان با بیان اینکه رکورد مصرف تاریخ صنعت برق خوزستان مجدداً شکسته شد، گفت: پیک مصرف برق در شبانه روز گذشته ۸ هزار و ۵۱۵ مگاوات بوده و رشدی ۱۰ درصدی نسبت به مدت مشابه در سال قبل داشته است. محمود دشت بزرگ اظهار کرد: روز شنبه (۲۱ تیرماه) اوج مصرف برق با ۸ هزار و ۳۷۸ مگاوات رکورد مصرف برق که مربوط به سال ۹۶ بود را شکست و در ۲۴ ساعت گذشته نیز رکورد مصرف جدیدی ثبت شده است.

وی با بیان اینکه رکورد ۸ هزار و ۵۱۵ نشان می دهد که ظرفیت شبکه در سطح مناسبی است، بیان کرد: شبکه تحمل ظرفیت ساعت های اوج مصرف را دارد اما در دو هفته گذشته دماهای بالای ۵۰ درجه و افزایش شدید مصرف برق باعث شده بعضاً به تجهیزات آسیب وارد شود. مدیرعامل شرکت برق منطقه ای خوزستان تصریح کرد: گرمای شدید و بارگیری زیاد از شبکه باعث شده که بخشی از تجهیزات از حرارت و دمای بالا دچار داغخانی و بعضاً ذوب شوند و به همین دلیل خاموشی های مقطعی کوتاه مدت ایجاد می شود تا این آسیب ها برطرف شود. دشت بزرگ رشد ۱۰ درصدی مصرف برق را در این زمان از سال که حداکثر وسایل سرمایشی وارد مدار شده اند را عددی بزرگ و قابل توجه دانست و افزود: علاوه بر افزایش دما یکی از دلایل رشد مصرف برق در سال جاری نسبت به مدت مشابه در سال قبل، وجود بیماری کرونا و خانه نشینی مردم و استفاده بیشتر از وسایل سرمایشی است.

مدیرعامل شرکت گاز مازندران؛

۳۸۵ روستا شهرستان بابل از نعمت گازطبیعی بهره مند هستند

ساری -دهقان: جلسه بررسی پروژه گازرسانی به مناطق کوهستانی بابل با حضور نماینده مردم بابل در مجلس شورای اسلامی، فرماندار بابل و مدیرعامل شرکت گاز مازندران در ساری برگزار شد. به گزارش خبرنگار مازندران به نقل روابط عمومی شرکت گاز استان مازندران، «جعفر احمدپور» مدیرعامل شرکت گاز مازندران گفت:درحال حاضر از تعداد ۴۳۸ روستا قابلیت گازرسانی شهرستان بابل تعداد ۳۸۵ روستا از نعمت گازطبیعی بهره مند شده اند و ۱۷ روستا نیز در مرحله اجرا می باشند

ا. احمدپور با اشاره به پروژه گازرسانی به ۷۱ روستا در منطقه کوهستانی شیخ موسی در حال بررسی و طراحی است، تصریح کرد: بیش از ۳۰۰ میلیارد تومان پیش‌بینی بوده‌جه برای گازرسانی به این منطقه نیاز می باشد و ۶ هزار و ۷۰۰ خانوار از این نعمت بهره مند خواهد شد. در ادامه «دکتر علی کریمی فیروزجایی» نماینده مردم بابل در مجلس شورای اسلامی در جلسه پروژه گازرسانی به مناطق کوهستانی بابل گفت: عملکرد شرکت گاز مازندران در توسعه گازرسانی در مناطق محروم قابل تقدیر است. وی تصریح داشت: گسترش شبکه گاز، یکی از ارکان عدالت در خدمت رسانی به شمار می‌رود که این امر در توسعه مناطق محروم شهری و روستاها و همچنین کاهش دغدغه‌های روستاییان و حتی افزایش سطح سلامت در مناطق محروم موثر خواهد بود.
“قربانعلی ولیراده» معاون استاندار و فرماندار ویژه شهرستان بابل با بیان اینکه در سال‌های اخیر رشد بسیار خوبی در بحث گازرسانی صورت گرفته است گفت: با تلاش بی‌وقفه جهادگران شرکت گاز و با تأمین اعتبارات لازم، روستاهای جدیدی نیز در برنامه گازرسانی قرار می‌گیرند تا شاخص برخورداری خانوار روستایی شهرستان به سطح مطلوب‌تری برسد. فرماندار بابل با اعلام اینکه ظرفیت‌های موجود در این شهرستان ، بستر لازم برای هر نوع سرمایه‌گذاری را فراهم کرده است، گفت: توسعه گازرسانی در مناطق بالادست می‌تواند ما را در توسعه این شهرستان و جذب سرمایه‌گذار کمک کند.

سرهنگ شاپور فلاحی فرمانده انتظامی شهرستان قدس

اجرای طرح امنیت اجتماعی و کشف محموله سوخت قاچاق در شهر قدس

غرب استان تهران- فرمانده انتظامی شهرستان قدس از اجرای طرح بزرگ امنیت اجتماعی و جمع آوری ۴۶ معناد متجاهر با حضور حداکثری کارکنان این فرماندهی خبر داد. به گزارش پایگاه خبری پلیس، سرهنگ “شاهپور فلاحی” در تشریح این خبر خاطر نشان کرد: در پی دریافت شکایات متعدد شهروندان و مطالبات آنان در خصوص برخورد قاطعانه با معتادان متجاهر، हजार شکنان قانون گریزان و مخلان نظم و امنیت عمومی،طرح بزرگ امنیت اجتماعی در سطح شهرستان با اخذ دستور مرجع قضائی برنامه ریزی و با حضور حداکثری کارکنان این فرماندهی در نقاط مختلف شهرستان عملیاتی گردید. سرهنگ فلاحی تصریح کرد: در پی اجرای این طرح تعداد ۱۳ نفر از سارقان سابقه دار به همراه اموال سرقتی از مخفیگاهشان ، دستگیر، تعداد ۷ نفر از خرده فروشان مواد مخدر به همراه مقادیر قابل توجهی انواع مواد مخدر در بسته بندی های آماده توزیع، تعداد ۷ دستگاه موتور سیکلت مسروقه و مزاحمین خیابانی و دو دستگاه خودرو توقیف گردید.این مقام انتظامی افزود: در این طرح بزرگ و جامع از نفر جگانه ها و اماکن عمومی سطح شهر بازدید و مزاحمین شهروندان در اماکن عمومی دستگیر که این اقدامات با استقبال بسیار خوب و قدردانی شهروندان همراه بود. فرمانده انتظامی با اشاره به جمع آوری تعداد ۴۶ نفر معتاد متجاهر و تحویل به مراکز بازپروری در این طرح، خطاب به شهروندان خاطر نشان کرد،طرح امنیت اجتماعی و جمع آوری معتادان متجاهر به صورت مستمر در شهرستان ادامه خواهد داشت و پلیس با توجه به محدودیت های موجود و شیوع بیماری کرونا، در راستای پیشگیری از شیوع این بیماری در جامعه، معتادان متجاهر دستگیر شده را جهت تست کرونا و همچنین قربانگری به مراکز بازپروری و درمانی تحویل می نماید و از شهروندان انتظار است خدامان خود در مجموعه پلیس را در راستای ارتقای احساس امنیت در جامعه یاری نمایند.

برگزاری جلسه کمیته‌منتخب‌ارتقای عضو هیئت علمی دانشکده پزشکی گران

گران - خبرنگار فرصت امروز: جلسه کمیته منتخب ارتقای عضو هیئت علمی گروه آموزشی بیوشیمی دانشکده پزشکی برگزار گردید.جلسه کمیته منتخب ارتقای یک نفر از اعضای هیئت علمی گروه آموزشی بیوشیمی دانشکده پزشکی گران از مرتبه علمی دانشیار به استادی با حضور کمیته منتخب در محل دفتر ریاست دانشکده برگزار شد.کتر سیمپهران حسینی معاون آموزشی و دبیر کمیته ارتقاء ضمن اعلام این خبر افزود: این جلسه با هدف بررسی، بحث و تبادل نظر مستندات ارسالی توسط عضو محترم هیئت علمی گروه آموزشی بیوشیمی در خصوص ارتقای رتبه علمی ایشان برگزار گردیده، که به دلیل بررسی موارد بیشتر طی جلسه آتی مابقی موارد ارسالی بازبینی و مورد تایید نهایی قرار خواهد گرفت.وی در ادامه گفت: پرونده های ارتقای اعضای هیئت علمی در صورت تکمیل بودن کلیه مستندات فرهنگی، آموزشی، پژوهشی و اجرایی در جلسه کمیته منتخب ارتقاء دانشکده بررسی می گردد. وی افزود: پس از تایید در کمیته منتخب دانشکده کلیه موارد ارسالی به کمیته تخصصی دانشگاه جهت تصویب نهایی ارسال می شود.



آذربایجان شرقی -فلاح: در راستای تأکید وزیر نیرو در خصوص بررسی وضعیت تأمین آب کلاتشهر تبریز جلسه ای با حضور معاون راهبردی و نظارت بر بهره برداری شرکت مهندسی آب و فاضلاب کشور، مدیرکل دفتر نظارت بر بهره برداری آب و کرکائی مدیر دفتر بحران و سرپرست دفتر روابط عمومی شرکت مهندسی آبای کشور، مدیرعامل شرکت آب منطقه ای و مدیرعامل آبفای استان به میزبانی شرکت آبفا آذربایجان شرقی برگزار شد و مشکلات مربوط به کمبود آب شرب و بررسی وضعیت تأمین آب کلاتشهر تبریز مورد بررسی قرار گرفت.
به گزارش خبرنگار ما در آذربایجان شرقی، در ابتدای جلسه رئیس هیئت مدیره و مدیرعامل شرکت آبفای استان اظهار کرد: ۵۵ درصد آب شرب کلاتشهر تبریز از طریق خط زرینه‌رود، ۱۳ درصد از سد نهند، ۳۱ درصد از چاه‌ها و مابقی نیز از قنوات تأمین می‌شود. مهندس علیرضا ایمانلو افزود: در حال حاضر متوسط تولید سرنانه آب مورد نیاز ۲۲۰ لیتر به ازای هر نفر در روز بوده و متوسط تولید آب در منابع زیرزمینی ۱۶۰۰ لیتر در ثانیه است؛ حداکثر میزان تولید آب در منابع زیرزمینی نیز برابر با ۱۸۰۰ و منابع سطحی ۳۵۰۰ می‌شود. مهندس ایمانلو در ادامه با مقایسه مصرف آب ازای هر نفر در روز است. مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب استان آذربایجان شرقی اضافه کرد: در ۲ ماه ابتدای دوران کرونا تا ۳۷ درصد و اکنون ۱۸۵ درصد افزایش مصرف داریم. وی ادامه داد: با توجه به موقعیت و توپوگرافی کلاتشهر تبریز و اختلاف ارتفاع در بعضی از مناطق که بیش از ۱۸۰متر وجود دارد لذا موجب افت فشار آب می‌شود. مهندس ایمانلو در ادامه با مقایسه مصرف آب نسبت به زمان مشابه سال گذشته گفت: هر سال افزایش مصرف آب بطور میانگین ۶ درصد را نشان می‌داد ولی امسال در مقایسه با مدت مشابه سال گذشته، حدود ۱۸۵درصد افزایش مصرف در تبریز و حدود ۲۴/۵٪ افزایش مصرف در استان را نشان می‌دهد و کارکنان زحمت کش شرکت آب و فاضلاب استان بصورت شبانه روز و با تمام ظرفیت نسبت به تأمین و توزیع آب شرب شهروندان اقدام می‌نمایند. مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب استان آذربایجان شرقی در خصوص تکمیل رینگ جنوبی کلاتشهر تبریز نیز گفت:



قم - خبرنگار فرصت امروز: مدیرکل ارتباطات و امور بین‌الملل شهرداری قم در برگزاری نخستین جشنواره رسانه‌ای شهرما در ۱۳ موضوع اصلی و ۴۳ موضوع شهری در قم برگزار می‌شود. مهدی کلاتزنزاده با اشاره به رسالت‌های مهم مدیریت شهری، اظهار داشت: شهرداری و مدیریت شهری دارای ۳۷۲ وظیفه مهم در اداره شهر و ختمت‌رسانی به شهروندان است که بیش از ۶۰ درصد از وظایف مدیریت شهری هنوز برای شهروندان شناخته نشده نیست. مدیرکل ارتباطات و امور بین‌الملل شهرداری قم افزود: شهروندان شهر یاروان هستند و ما خدامان آن‌ها به شمار می‌رویم، به‌طور کلی خدمت کردن در قم با توجه به میزبانی از بیش از ۲۰ میلیون نفر زائر و وجود ظرفیت‌های مهمی چون حرم مطهر، مسجد جمکران و حوزه‌های علمیه، کاری سخت و البته بسیار ارزشمند است. کلاتزنزاده با بیان اینکه مدیریت شهری قم با حضور شش هزار همکار در بخش‌های مختلف به خدمت برای شهر و شهروندان مشغول هستند، تصریح کرد: شهروندان باید در آستانه ورود به قرن جدید به نقاط مشترک با هدف مطالبه گری برای داشتن شهر هوشمند برسند. وی ابراز کرد: یکی از طرح‌های مهم برای

معاون سیاسی امنیتی اجتماعی فرمانداری فلاورجان:

مدیریت مصرف آب برای عبور از شرایط بحرانی کرونا ضروریست



اصفهان - قاسم اسد: نشست هم اندیشی روابط عمومی و آموزش همگانی شرکت آب و فاضلاب استان اصفهان با فعالان فرهنگی و مدیران خیرگزاری ها و کانال های خبری مجازی شهرستان فلاورجان، در فرمانداری این شهرستان برگزار شد. معاون سیاسی امنیتی اجتماعی فرمانداری فلاورجان در این جلسه، تولید محتوای خوب و اطلاع رسانی به موقع را برای مدیریت مصرف آب توسط مردم بسیار مهم دانست و گفت: الگوی مصرف بهینه اب باید در جامعه رعایت شود و این موضوع در شهرستان فلاورجان به دلیل کاهش ذخایر منابع آبی نیازمند توجه بیشتر است.
سلطانی با اشاره به وضعیت قرمز این شهرستان از لحاظ شیوع ویروس کرونا اظهار داشت: برای عبور از این شرایط بحرانی به آب نیازمندیم و باید مصرف آن را مدیریت کرد. وی از رسانه ها خواست به وظیفه اطلاع رسانی خود در این حوزه نیز همانند گذشته با دقت و حساسیت عمل کنند.

احساس امنیت و آرامش در مردم، نتیجه اطلاع

رسانی صادقانه توسط رسانه ها

مدیر امور آب و فاضلاب منطقه فلاورجان گفت: اصحاب رسانه در خط مقدم ارتباط دولت با مردم هستند و اطلاع رسانی درست خدمات صورت گرفته، باعث ایجاد احساس امنیت و آرامش در آنها می‌شوند. محمد مهدی پراندوخ در این نشست، شبکه آب و فاضلاب را به موجودی زنده تشبیه کرد که نیازمند رسیدگی،

مدیر کل کمیته امداد:

ایجاد پنج هزار و ۲۰۰ شغل توسط کمیته امداد امام خمینی (ره) استان مرکزی



اراک - خبرنگار فرصت امروز: مدیرکل کمیته امداد امام خمینی (ره) استان مرکزی گفت: ایجاد پنج هزار و ۲۰۰ شغل توسط این نهاد حمایتی در استان مرکزی در سال جاری پیش بینی شده است. مجید مومنی در نشست خبری با رسانه‌ها افزود: یک هزار و ۲۵۰ میلیارد ریال اعتبار برای تحقق این میزان اشتغال در استان در نظر گرفته شده است. مدیرکل کمیته امداد امام خمینی (ره) استان مرکزی گفت: اشتغال در این نهاد حمایتی منحصر به فرد است و مددجویان با کسب مهارت فنی پس از دریافت تسهیلات اشتغال سه تا پنج سال تأمینی که به توانمندی‌های برسد، از خدمات این نهاد بهره‌مند می‌شوند. مومنی در ادامه افزود: مردم استان



مصرف آب مشکلات کمبود و افت فشار آب مرتفع گردد و همکاران شرکت آب و فاضلاب استان آذربایجان شرقی بطور شبانه روزی در تلاش هستند تا آب مورد نیاز شهروندان و مشترکین را تأمین نمایند. مهندس کشفی معاون راهبردی و نظارت بر بهره برداری شرکت مهندسی آب و فاضلاب کشور نیز در این جلسه اظهار کرد: انصافا شرکت های آب منطقه ای و آب و فاضلاب استان آذربایجان شرقی با وجود اعتبارات کم و محدود خدمات قابل قبولی را برای شهروندان تبریزی و استان آذربایجان شرقی ارائه نموده‌اند و من در اینجا لازم می‌دانم از خدمات مهندس غفارزاده و مهندس علیرضا ایمانلو، مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب استان آذربایجان شرقی و مجموعه عوامل این شرکت ها تشکر و قدردانی نمایم. گزارش روابط عمومی شرکت آبفا استان حاکی است: بعد از این جلسه طی هماهنگی های بعمل آمده با دفتر حجت الاسلام دکتر آل هاشم نمایندۀ ولی فقیه در استان و امام جمعه تبریز ضمن دیدار حضوری با وی و تشکر از پیگیری های مکرر و راهکارهای ایشان در خصوص کمبود و افت فشار آب در برخی از مناطق مرتفع کلاتشهر تبریز در جلسه ای از نزدیک مشکلات مربوط به تأمین آب شرب تبریز مورد بررسی قرار گرفت. همچنین مهندس کشفی با حضور در دفتر دکتر پورمحمدی استاندار آذربایجان شرقی ضمن دیدار با ایشان مسائل و مشکلات مربوط به تأمین آب شرب کلاتشهر تبریز مورد بررسی قرار گرفت. در پایان مهندس کشفی با حضور هیئت همراه از تالیسیسات و مخازن در دست احداث و همچنین طرح رینگ کلاتشهر تبریز بازدید بعمل آوردند.

نخستین جشنواره رسانه‌ای “شهرما” در ۱۳ موضوع اصلی در قم برگزار می‌شود

را رقم بزنند، یادآور شد: این آثار پس از یک ماه ارزیابی و در آبان ماه همزمان با سالروز ورود حضرت فاطمه معصومه(س) به قم، این جشنواره به کار خود پایان می‌دهد. کلاتزنزاده عنوان کرد: از موضوعات بخش اصلی نخستین جشنواره رسانه‌ای شهر ما، حکمرانی و پارلمان شهری ویژه اقتصاد شهری و مدیریت هماهنگ شهری و همچنین هویت و کالبد شهر قم با موضوعاتی چون طرح تفصیلی، بازآفرینی شهری، سیما و منظر و هویت تاریخی شهر قم است.

وی ادامه داد: برنامه‌محوری در جهت ارتقای کیفیت زندگی یکی دیگر از موضوعات جشنواره است که به دورنگار ۱۴۱۴ شهر قم، قوانین مدیریت شهری و اهمیت ارتقای دانش در حیطه مدیریت شهری توجه دارد. مدیرکل ارتباطات و امور بین‌الملل شهرداری قم با بیان اینکه هدایایی ارزنده برای سه نفر در هر رشته در نظر گرفته‌شده است و شهروندان پویا در بخش‌های ویژه با رتبه‌های برتر انتخاب می‌شوند، اظهار داشت: موضوعات در سایت بارگذاری شده و علاقه‌مندان می‌توانند از طریق درگاه اینترنتی جشنواره رسانه به نشانی WWW.Qom.ir/mfs آثارشان را ارسال کنند.

بررسی یکی از دشوارترین تصمیم‌های کاری

تغییر زمینه کاری و ضرورت بازاریابی شخصی



به قلم: ایوان ویدجا یا کارشناس کسب و کار و صاحب سایت noobpreneur.com
ترجمه: علی آل‌علی

تغییر زمینه کاری یکی از امور دشوار در دنیای کسب و کار است. این امر حتی از تغییر شغل نیز سختی‌های بیشتری دارد. افراد به طور معمول پس از تغییر شغل در همان زمینه تخصصی و سابق‌شان کار دیگری پیدا می‌کنند. با این حال پس از تغییر زمینه کاری همه چیز متفاوت خواهد بود. در اینجا ما با دنیای تازه‌ای مواجه هستیم. به عنوان مثال، یک کارمند بانک را در نظر بگیرید. این کارمند پس از ۱۰ سال فعالیت در زمینه بانکی اکنون قصد شروع فعالیت کارآفرینی در زمینه‌ای کاملاً متفاوت با بانکداری را دارد. بی‌تردید فرد موردنظر باید مهارت‌های کاملاً تازه‌ای را یاد بگیرد. به همین خاطر تغییر زمینه کاری با تغییر شغل تفاوت عمده‌ای دارد. امروزه بسیاری از افراد براساس تجربه و مهارت‌شان در یک زمینه کاری مورد ارزیابی قرار می‌گیرند. به این ترتیب ورود به دنیایی تازه امر بسیار دشواری خواهد بود. حتی اگر تغییر زمینه کاری کاملاً موفقیت‌آمیز باشد، بازهم امکان بروز چالش‌های پیش‌بینی‌نشده وجود خواهد داشت.

سازگاری با زمینه کاری تازه چندان ساده نیست. یکی از مهارت‌های کاربردی در اینجا توانایی سازگاری با شرایط تازه و بازاریابی شخصی است. خوشبختانه تکنیک‌های زیادی برای بازاریابی شخصی وجود دارد. این امر شانس ما برای یافتن شغل مناسب و موفقیت در زمینه تازه را دوچندان خواهد کرد. یکی از تکنیک‌های ابتدایی و ساده در این زمینه تبدیل رزومه شخصی و ایجاد هماهنگی با زمینه کاری تازه است. به این ترتیب برندهای فعال در زمینه کاری جدیدمان اعتماد بیشتری به ما خواهند داشت.

در این مقاله من با همکاری اریک مک‌فران، کارشناس چالش‌های کسب و کار و مربی شخصی، به بررسی دشواری‌های زمینه بازاریابی شخصی به منظور انطباق با شرایط تازه در دنیای کاری جدید خواهیم پرداخت.

۱. شروع کار با انگیزه‌های شخصی
پیش از تصمیم‌گیری جدی برای تغییر زمینه کاری باید اندکی حوصله به خرج دهیم. آیا به راستی تصمیم فعلی ما براساس بهترین ارزیابی صورت‌گرفته است؟ متأسفانه بسیاری از کارمندان و کارآفرینان براساس هیجانات زودگذر اقدام به تغییر زمینه کاری‌شان می‌کنند. نتیجه این امر پشیمانی از ایجاد تغییر در کوتاه‌مدت است. با این حال

نمی‌گیرد. گاهی اوقات برندها نیز اقدام به تغییر زمینه کاری‌شان می‌کنند. در این زمینه بازآفرینی فرایند بازاریابی برندگان اهمیت بالایی خواهد داشت. الگوی بازاریابی قدیمی ما برای کسب و کاری متفاوت ساماندهی شده بود. با این حال اکنون برنامه برندگان به طور کلی متفاوت است. این امر نیازمند درک عمیق ما از زمینه کاری جدیدمان و تلاش برای بازاریابی بهینه در آن است. بی‌شک یک الگوی واحد بازاریابی در دو زمینه کاری مختلف به طور موفق نتیجه نخواهد داد. به همین خاطر باید نوع نگاهمان به زمینه موردنظر را تغییر دهیم. فعالیت مناسب در شبکه‌های اجتماعی برای اطلاع‌رسانی در زمینه کسب و کار اهمیت زیادی دارد. به همین خاطر باید اطلاع‌رسانی دقیق در مورد برنامه برندگان برای تغییر زمینه فعالیتش داشته باشیم. امروزه اغلب برندها در اینستاگرام و توئیتر فعالیت گسترده‌ای دارند بنابراین در زمینه تغییر شیوه بازاریابی و اطلاع‌رسانی پیرامون آن مشکل چندان وجود نخواهد داشت.

۲. اهمیت ارتباطات‌مان در زمینه کاری
ورود به عرصه‌ای تازه از کسب و کار گاهی به معنای ضرورت توسعه برند شخصی نیز هست. به این ترتیب ما شانس بیشتری برای یافتن شغل مناسب در زمینه مورد علاقه‌مان خواهیم داشت. مزیت اصلی توسعه برند شخصی امکان افزایش سطح ارتباطات‌مان با دیگران است. در دنیای کسب و کار سطح ارتباط ما باید دیگران اهمیت زیادی دارد. هرچه دامنه ارتباط عمیق ما با دیگران بیشتر باشد، امکان تاثیرگذاری موفق بر روی آنها بیشتر خواهد شد.

بسیاری از افراد با بررسی سطح ارتباط فعلی‌شان و از دست رفتن تاثیر آن در زمینه کاری تازه در عمل از تصمیم‌شان پشیمان می‌شوند. این امر به خوبی بیانگر اهمیت و قدرت ارتباطات در زمینه کسب و کار است. بی‌شک تلاش برای ایجاد روابط تازه دشواری‌های خاص خود را دارد. برای همین باید به فکر ارزیابی دقیق شرایط پیش از تغییر زمینه کاری‌مان باشیم.

نگارش دوباره داستان حرفه‌ای‌مان
بی‌تردید برداشتن نخستین گام‌ها در حوز کاری جدید همچنان آوار خواهد بود. اگر شما توصیه‌های فوق در مورد تغییر زمینه کاری را به خوبی رعایت کنید، شانس‌تان برای دستیابی به موفقیت دوچندان خواهد شد. در نهایت امیدوارم در زمینه نگارش دوباره داستان حرفه‌ای‌تان در دنیای کسب و کار موفق باشید.

منبع: noobpreneur

همین خاطر ما باید نهایت دقت را به خرج دهیم. پس از اطمینان از ضرورت تغییر زمینه کاری باید به سراغ شناسایی زمینه‌های مناسب رفت. خروج از یک زمینه کاری و انتظار دریافت بدون فاصله پیشنهاد همکاری در زمینه کاری تازه امری محال است. پیشنهاد من در این زمینه کنار آمدن با واقعیت‌های موجود است. به این ترتیب ما فرصت بهتری برای انطباق با تغییرات و برآورد هزینه‌ها خواهیم داشت. گاهی اوقات هزینه تغییر زمینه کاری بیش از اندازه زیاد است. به همین خاطر باید از آن صرف نظر کرد. به عنوان مثال، پس از ۲۰ سال فعالیت در زمینه طراحی لباس‌های ورزشی برای ورود به زمینه نویسندگی باید مهارت‌های بی‌شماری را کسب کنیم. این امر در عمل ما را با چالش‌های زیادی مواجه می‌کند. به ویژه اینکه ما در سن و سال مناسب برای تغییر زمینه کاری نیز نیستیم. بهترین شیوه برای ارزیابی هزینه‌های تغییر زمینه کاری برآورد مهارت‌های موردنیاز برای فعالیت در جایگاه مدنظرمان است. به این ترتیب ما فرصت تصمیم‌گیری کاملاً عقلانی را خواهیم داشت.

۳. اهمیت برنامه‌ریزی
تصمیم‌گیری برای تغییر زمینه کاری بدون برنامه‌ریزی دقیق امکانپذیر نیست. بسیاری از برندها در زمینه کسب و کار به دلیل فقدان برنامه منسجم با شکست مواجه می‌شوند. به طور مشابه، در زمینه تغییر شغل نیز باید چالش‌های ریز و درشت را مدنظر داشت. برنامه‌ریزی دقیق و کاربردی فرصت غلبه بر بسیاری از چالش‌های موجود را به ما می‌دهد. به این ترتیب دیگر نیازی به تحمل سختی‌ها و رنج‌های متعدد در برخورد با مشکلات نخواهد بود.

هر فردی به منظور دستیابی به اهداف موردنظرش اقدام به تغییر زمینه کاری می‌کند. به همین خاطر برنامه‌ریزی برای دستیابی به آن اهداف اهمیت خاصی دارد. عزم راسخ برای تغییر زمینه کاری بیانگر احساس نیاز ماست. بنابراین باید چنین امری با نهایت دقت و به صورت اصولی انجام شود. یکی از پیش‌نیازهای اصلی در این زمینه برنامه‌ریزی دقیق و کاربردی است. این برنامه‌ریزی باید شامل نحوه دستیابی به اهداف‌مان در دو مقطع کوتاه و بلندمدت باشد. شاید لازم به ذکر نباشد، اما واقع‌گرایی در تعیین اهداف را نیز نباید فراموش کرد.

۵. ضرورت تغییر شیوه بازاریابی
تا اینجا بحث من بیشتر معطوف به تغییر زمینه کاری از سوی کارمندان بود. بی‌تردید همیشه تغییر کاری از سوی افراد مجزا صورت

پس از انجام تغییر دیگر راهی برای بازگشت وجود ندارد، بنابراین باید دقت زیادی در این زمینه به خرج داد. در اینجا ما برای آینده طولانی‌مدت کاری‌مان تصمیم خواهیم گرفت. بی‌تردید اتکا بر هیجان‌های ناپایدار گزینه چندان مطلوبی نخواهد بود.

ارزیابی مهارت‌ها و انگیزه‌های شخصی نقش مهمی در تصمیم‌گیری برای آینده شغلی دارد. در بسیاری از موارد افراد با این کار در عمل از تغییر زمینه کاری‌شان صرف نظر می‌کنند. شاید شما در زمینه کاری‌تان مهارت و انگیزه کافی داشته باشید، اما در جایگاه نادرستی مشغول به فعالیت هستید. در این صورت تغییر کلی زمینه کاری ایده چندان مناسبی نخواهد بود.

از نظر من پاسخگویی به سه پرسش اساسی نقش مهمی در بهبود وضعیت افراد برای تصمیم‌گیری خواهد داشت. به پرسش‌های ذیل توجه کنید:

- ریسک‌ها و خطرهای تغییر زمینه کاری کدام است؟
- آیا چنین تصمیمی موجب شکوفایی بهتر استعدادهای من خواهد شد؟

- آیا من واقعا به تغییر زمینه کاری نیاز دارم؟
- اگر پاسخ شما به پرسش آخر مثبت بود، باید دلیل این امر را نیز جویا شوید. به راستی چرا تغییر زمینه شغلی برای شما مناسب خواهد بود؟ پاسخ این پرسش نقش مهمی در بهبود وضعیت شما خواهد داشت.
- اهمیت تعریف اهداف کاری

تغییر زمینه کاری همیشه با اهداف بزرگی همراه است. چالش اصلی در اینجا ارزیابی امکان تحقق اهداف موردنظر است. اگر اهداف ما بیش از حد بلندپروازانه باشد، امکان تحقق‌شان در عمل منتفی است، بنابراین تغییر حوزه کاری نیز ضرورتی نخواهد داشت. به دلیل ریسک‌های زمینه تغییر کار باید تحقیقات اولیه دقیقی انجام داد. در غیر این صورت انتخاب ما در بلندمدت موجب ناکامی‌مان می‌شود. بسیاری از افراد در عمل هیچ‌گاه به تعریف اهداف کاری نمی‌پردازند. به همین خاطر همیشه نسبت به جایگاه‌شان اعتراض دارند. وضعیت آنها شبیه به افراد سردرگم است. درست به خاطر همین سردرگمی هیچ‌کدام از اقدام‌های‌شان تاثیرگذار نخواهد بود.

۳. تعیین زمینه کاری جدید و ارزیابی هزینه‌ها
بی‌تردید ورود به یک زمینه کاری تازه دشواری‌های زیادی در پی دارد. این امر همیشه همراه با هزینه‌های مشخصی خواهد بود. به



وقتی کسب و کار فقط معطوف به دارایی مادی نیست

چه اموری در کسب و کار از پول مهم‌تر هستند؟

به قلم: ایوان ویدجا یا کارشناس کسب و کار و صاحب سایت noobpreneur.com

ترجمه: علی آل‌علی

وقتی صحبت از مدیریت و راه‌اندازی کسب و کار می‌شود، توجه اغلب مردم به میزان پول و دارایی برندها جلب می‌شود. بر این اساس مهمترین داشته یک برند براساس موجودی حساب مالی‌اش ارزیابی می‌شود. شاید در نگاه نخست این شیوه ارزیابی وضعیت برندها منطقی به نظر برسد، اما امروزه در دنیای کسب و کار امور بسیار مهمتری از صرف دارایی مادی وجود دارد.

امروزه اغلب برندها در تلاش برای معرفی محصولات تازه و کاربردی به بازارهای مختلف دنیا هستند. نکته مهم در این میان عدم وابستگی موفقیت برندها به فروش هرچه بیشتر است. اگر شما در تلاش برای موفقیت در بازار کسب و کار هستید، باید کسب درآمد را به مثابه آخرین مرحله از یک فرآیند منسجم تلقی نمایید. بسیاری از برندها در فرآیند توسعه کسب و کار فقط به دنبال کسب سود بیشتر هستند. اگر یک کسب و کار به فکر الزامات توسعه برند و کسب سود بیشتر نباشد، در نهایت فقط با شکست مواجه خواهد شد. ما در این مقاله به دنبال بررسی برخی از امور مهمتر از صرف ثروت و پول برندها هستیم. در ادامه به برخی از مهمترین دارایی‌های برندها، به جز پول‌های موجود در حساب‌های بانکی، اشاره خواهیم کرد.

۱.علاقه به کار

فعالیت در دنیای کسب و کار اغلب با سرمایه‌گذاری هنگفت بر روی ارائه خدمات مناسب با سلیقه مشتریان صورت می‌گیرد. بسیاری از برندها برای جلب نظر مخاطب هدف اقدام به همکاری با نیروی کار حرفه‌ای می‌کنند. شاید در ابتدا عجیب به نظر برسد، اما داشتن علاقه به حوزه تخصصی فعالیت مهمترین سرمایه کسب و کارها محسوب می‌شود. بسیاری از کارآفرینان در عمل مشغول به فعالیت در حوزه‌های بی‌ارتباط با سلیقه‌شان هستند. دلیل ادامه حضور در یک چنین وضعیتی نیز اغلب ترس از تغییر حوزه تخصصی پس از گذشت چند سال عنوان می‌شود.

اگر شما در حوزه مورد علاقه‌تان مشغول به فعالیت هستید، یکی از افراد موفق در دنیای کسب و کار محسوب می‌شوید. این امر در مورد نیروی کار در دسترس شرکت‌ها نیز صحت دارد. بسیاری از کارمندان علاقه زیادی به حوزه فعالیت‌شان ندارند. دلایل مورد بحث در مورد کارآفرینان در اینجا نیز مانع اصلی پیش روی تغییر حوزه تخصصی از سوی کارمندان می‌شود.

۲.کارمندان مناسب

موفقیت کسب و کارها بدون در اختیار داشتن کارمندان مناسب امکان‌پذیر نیست. موفقیت برندها تا حدودی بستگی به توانایی ایده‌پردازی مدیران دارد. با این حال اگر شرکت موردنظر از نیروی کار حرفه‌ای و توانمند برخوردار نباشد، توانایی اجرای ایده‌ها را نخواهد داشت. درست به همین خطر اغلب ایده‌های مناسب در ابتدا در مرحله اجرا با بازخورد بسیار ضعیفی رو به رو می‌شوند. هرچه مهارت و توانایی تیم کارمندان یک شرکت بیشتر باشد، شانس آن کسب و کار برای پیاده‌سازی درست ایده‌هایش بیشتر خواهد بود.

بسیاری از کارشناس‌های دنیای کسب و کار نسبت به تغییر ویژگی‌های کارمندان خوب اقدام کرده‌اند. ما در اینجا برخی از معیارهای مهم برای تعیین کارمندان مناسب را مدنظر داریم. به معیارهای ذیل در رابطه با وضعیت کارمندان توجه نمایید:

- نگاه مثبت به کارهای پیش رو و مسئولیت‌شان
- انعطاف‌پذیری برای پذیرش شرایط تازه و غیرمنتظره
- تمایل برای پذیرش مسئولیت‌های بیشتر و ارتقای سازمانی
- همکاری و حمایت از همکاران
- توانایی مدیریت زمان به صورت کاربردی

بدون تردید توانایی کارمندان در حوزه‌های مختلف تاثیر مستقیم بر روی وضعیت شرکت دارد. این نکته در تمام کسب و کارها، بدون توجه به وسعت فعالیت‌شان، مهم است بنابراین اگر مجموعه کارمندان فعال و تاثیرگذاری دارید، یکی از برندهای خوش شانس و به احتمال زیاد موفق در بازار کسب و کار هستید.

۳.مشتریان وفادار

تعامل با مشتریان در بازارهای کسب و کار به هیچ وجه کار ساده‌ای نیست. بسیاری از برندها در عمل توانایی تاثیرگذاری بر روی مشتریان را ندارند. مشاهده شمار بالایی از شرکت‌های ورشکسته در طول سال‌های متمادی نشانه خوبی از سختی‌های تعامل با مشتریان است. برندهای بزرگ به خوبی توانایی جلب نظر مشتریان را دارند. این امر به دلیل مهارت و تجربه بالای آنها در بازار کسب و کار است. اگر کسب و کار شما دارای مشتریان وفادار و علاقه‌مند به برندتان است، گام بلندی برای موفقیت طولانی مدت برداشته‌اید. بسیاری از برندها در آرزوی مشتریان وفادار هستند. این امر مزیت‌های قابل ملاحظه‌ای مانند تضمین مقدار مشخصی از فروش در طول سال به همراه دارد.

بسیاری از برندها در طول دوره‌های بحران مالی بر روی وفاداری مشتریان‌شان تکیه دارند. اگر شما دامنه مناسبی از مشتریان وفادار داشته باشید، در چنین زمان‌هایی امکان تکیه بر آنها وجود خواهد داشت. شما در غیر این صورت باید مشکلات مالی‌تان را با دشواری بسیار زیادی حل و فصل نمایید.

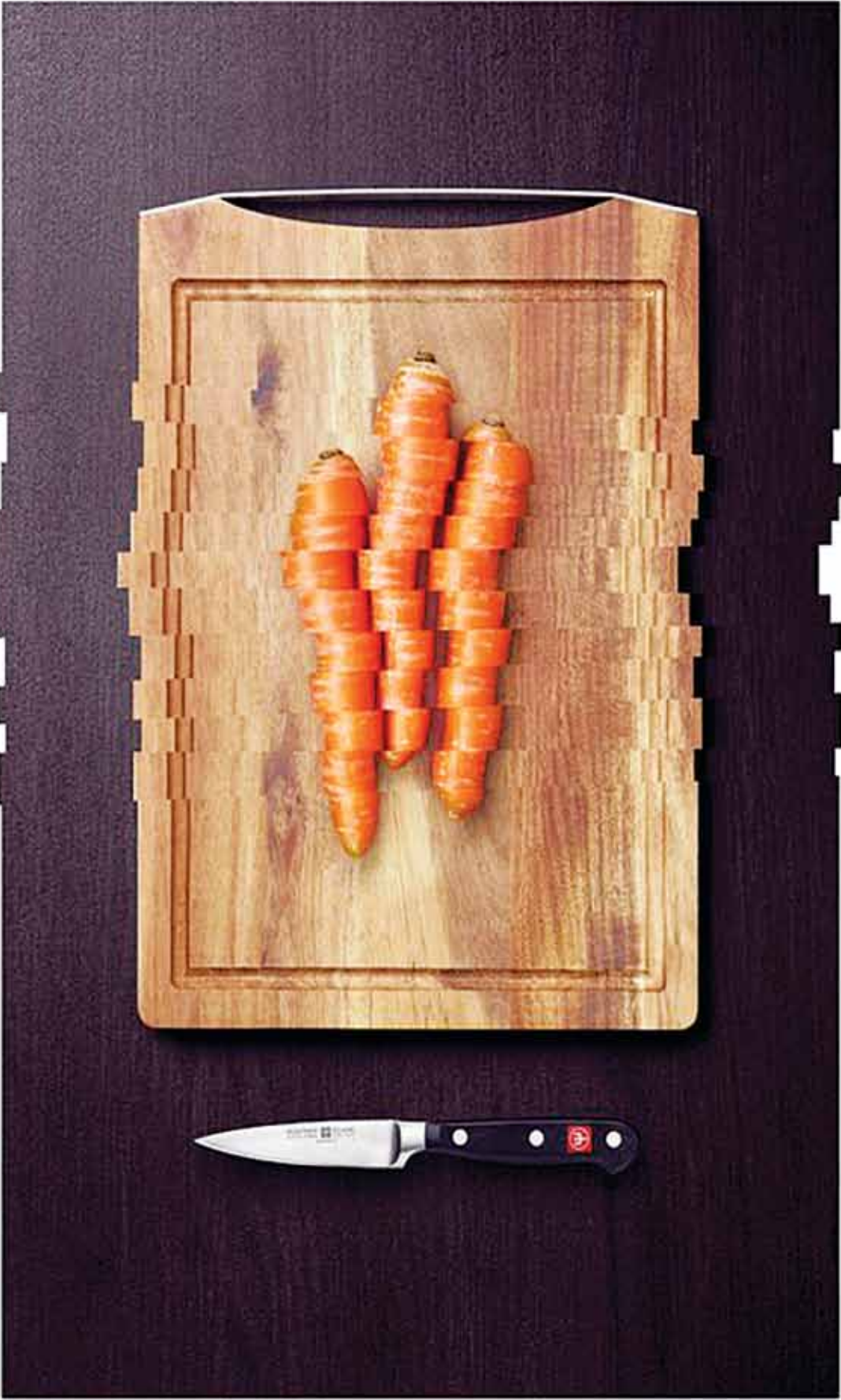
۴.شبکه ارتباطات برند

ارتباطات میان برند با مشتریان و دیگر برندها اهمیت بسیار زیادی دارد. امروزه همکاری میان شرکت‌ها برای کسب سود بیشتر در بازارهای مختلف امری رایج محسوب می‌شود. نکته مهم در این میان توانایی برندها برای حفظ ارتباطات‌شان در طول دوران فعالیت است. بسیاری از برندها در همان ماه‌های نخست بخش قابل توجهی از ارتباطات‌شان را خراب می‌کنند. این امر به دلیل عدم آشنایی با بازار کسب و کار روی می‌دهد. اگر شما همچنان پس از گذشت سال‌های متمادی دارای ارتباط مناسبی با دیگر شرکت‌ها هستید، یکی از برندهای موفق در عرصه کسب و کار‌تان محسوب می‌شوید. مدیریت ارتباطات برند هرگز کار ساده‌ای نیست بنابراین شما باید نسبت به موفقیت‌تان در این حوزه احساس افتخار نمایید.

۵.زمان

زمان یکی از مهمترین عوامل در حوزه کسب و کار است. کارآفرینان دارای توانایی مدیریت زمان به صورت کاربردی همیشه جلوتر از رقبایشان هستند. دلیل این امر توانایی برندهایی با مدیریت زمان بهتر برای فعالیت باکیفیت‌تر است. امروزه بسیاری از شرکت‌ها مشکلات اساسی در زمینه مدیریت زمان دارند. مواجهه با محدودیت زمان همیشه یکی از آزاردهنده‌ترین چالش‌ها در زمینه مدیریت کسب و کار محسوب می‌شود. اگر یک برند توانایی مدیریت زمان به صورت کاربردی را داشته باشد، به طور میانگین نیمی از رقبایش را پشت سر خواهد گذاشت.

منبع: noobpreneur.com



چرا باید شغل رویایی خود را پیدا کنیم

به قلم: الیزابت بارلئا کارافرن

مترجم:امیر آل‌علی

یکی از سوالات همیشگی افراد این است که آیا باید در تلاش برای پیدا کردن حوزه کاری مورد علاقه خود باشند و یا مسئله کار کاملاً متفاوت بوده و لازم است تا به مسائلی نظیر درآمد توجه داشته باشیم. درواقع برای همه ما اتفاق افتاده است که موقعیت شغل‌های پردرآمدتری را داشته‌ایم با این حال فعالیت مورد علاقه خود را ترک نکرده‌ایم. اگرچه ممکن است دچار تردید شده باشید. با این حال در این مقاله قصد بررسی دلایلی را دارم که الزامی بودن پیداکردن شغل رویایی را به اثبات می‌رساند.

۱-مفهوم کار برای شما متفاوت خواهد شد

آیا تاکنون به این موضوع فکر کرده‌اید که چرا افراد در هنگام مشاهده فیلم مورد علاقه خود و یا انجام یک بازی، متوجه گذر زمان نمی‌شوند؟ با این حال در زمینه فعالیت‌هایی که به آنها علاقه ندارند، حتی یک دقیقه نیز

کاملاً مشهود است؟ جواب این سوال به تمایل افراد به انجام یک کار بستگی دارد. درواقع علاقه به یک حوزه باعث می‌شود تا افراد از حضور در محل کار خود حس بدی را نداشته و با علاقه، اقدامات را انجام دهند. تحت این شرایط بدون شک عملکرد خوبی را نیز خواهید داشت و در پایان روز، احساس خستگی نخواهید کرد. برای چنین فردی، پیشرفت مداوم نیز کاملاً امکان‌پذیر بوده و با توجه به افراد موفق جهان، پی به این امر خواهید برد که اکثر آنها در حوزه مورد علاقه خود فعالیت کرده‌اند. در این راستا بسیار مهم است که فعالیت مورد علاقه خود را پیدا کنید. درواقع تفاوتی ندارد که تاکنون چند شغل را امتحان کرده باشید، تا زمانی که مورد اصلی را پیدا نکرده‌اید، این جست و جو ادامه خواهد داشت. نکته دیگری که باید به آن توجه داشته باشید این است که هیچ‌گاه برای دستیابی به شغل مورد علاقه، دیر و یا زود نیست.

۲-امکان فعالیت طولانی‌مدت به وجود می‌آید

آیا تاکنون در یک کار برای چندین سال حضور داشته‌اید؟

آیا به انجام آن تا زمان بازنشستگی فکر کرده‌اید؟ بدون شک اگر تمایل به چنین اتفاقی را دارید، شما شغل مناسب خود را پیدا کرده و لازم است تا در تلاش برای حفظ آن باشید. درواقع یکی از اشتباهات بزرگ افراد این است که به صورت مداوم شغل خود را تغییر می‌دهند که باعث خواهد شد تا آنها هیچ‌گاه در یک حوزه، به تخصص لازم دست پیدا نکنند. بدون شک حضور طولانی مدت در یک شرکت، مزیت‌های مختلفی را به همراه دارد. در این راستا شغل رویایی شما چنین امکانی را فراهم می‌آورد.

۳-هیچ‌گاه افسوس نمی‌خورید

در نهایت انتخاب شغل رویایی حتی اگر مطابق انتظارات شما نیز پیش نرود، با حسرت همراه نخواهد بود. درواقع شما حداقل در مسیری گام برداشته‌اید که مورد علاقه شما بوده و در انجام کارها حس یک قربانی را نداشته‌اید. با این حال طبیعی است که همه چیز مطابق انتظارات پیش نرود، ولی چنین افرادی حس تبه‌اشدن زندگی خود را نخواهند داشت. منبع: tweakyourbiz.com